

Wymagania konsumentów odnośnie jakości produktów zwierzęcych

Katarzyna Maciaszek, Juliusz Strzetelski

*Instytut Zootechniki, Dział Żywienia Zwierząt i Paszoznawstwa
32-083 Balice k. Krakowa*

Pojęcie jakości zwierzęcych produktów spożywczych w poszczególnych krajach Europy jest rozumiane w różnorodny sposób (Hocquette i Gigli, 2005).

W krajach północnej Europy jakość produktu kojarzona jest głównie z bezpieczeństwem dla zdrowia i higieną sprzedaży oraz z niektórymi ogólnymi standardami. I tak np., w przetwórstwie mięsnym uważa się, że produkt jest dobrej jakości, jeżeli odpowiada normom obowiązującym w danym kraju. W krajach Europy Południowej pojęcie jakości produktu zwierzęcego jest traktowane szerzej i obejmuje również jego właściwości sensoryczne, specyficzne metody produkcji, jak również uwarunkowania geograficzne, środowisko i standard życia ludzi na danym obszarze. Wydaje się jednak, że ogólna definicja jakości produktu spożywczego to przede wszystkim ocena wystawiona przez konsumenta, która świadczy o jego oczekiwaniach i potrzebach. Taka ocena jest bardziej wszechstronna, gdyż łączy zarówno bezpieczeństwo produktu dla zdrowia, jego odżywcze właściwości, skalę zawartości różnych substancji śladowych, cechy sensoryczne, jak i społeczne wymagania, które z kolei wiążą się z utrzymaniem właściwego środowiska i z dobrostanem zwierząt.

W krajach gospodarczo rozwiniętych najważniejszym wymogiem stawianym przez konsumentów jest, aby produkt spożywczy był bezpieczny dla zdrowia (EAAP Round Table, 2003). Natomiast cecha „bezpieczeństwa” produktu odnosi się tylko do obecności zewnętrznych patogenów (oraz specyficznych przypadków, takich jak np. obecność BSE), dlatego nie

zawsze włączana jest w ogólne pojęcie jego jakości, chyba że jest to szczególnie ważne dla konsumenta.

Wartość odżywcza czy zdrowotna produktu zależy od jego składu chemicznego, a więc od rodzaju i ilości białka, węglowodanów, tłuszczu, witamin i składników mineralnych. Konsumenti mają w większości pewną awersję do spożywania produktów z dużą zawartością tłuszczu. Wskaźnikiem wartości odżywczej produktu może więc być określona zawartość białka, witamin, składników mineralnych i substancji biologicznie czynnych, takich jak np. wielonienasycone kwasy tłuszczowe w tłuszczu śródmięśniowym czy w tłuszczu mleka.

Wartość sensoryczną produktu można określić biorąc pod uwagę jego strukturę, barwę, smak i wrażenia wizualne.

Společne uwarunkowania powodują zmiany w nastawieniu konsumentów do oferowanej żywności oraz ewolucję ich znajomości zasad postępowania ze zwierzętami i wymogów stawianych warunkom środowiskowym. Szczególnie odnosi się to do bydła. Większość konsumentów uważa, że powinno ono być chowane w sposób naturalny, z wykorzystaniem pastwiska. Ponadto przeżuwacze, w przeciwieństwie do zwierząt monogastycznych, skarmiając produkty uboczne przemysłu rolno-spożywczego lub pozostałości zbiorów, dają w zamian surowce, które mogą być przetwarzane na artykuły spożywane przez człowieka. Dlatego, pełnią kluczową rolę w produkcji zwierzęcej. Fakt ten umożliwia konsumentom śledzenie informacji (traceability) o pochodzeniu bydłych produktów spożywczych. Producent powinien zagwa-

rantować konsumentom świadectwo pochodzenia artykułów spożywczych, uwzględniające np. rasę zwierzęcia, sposób żywienia, nazwę gospodarstwa, z którego pochodziło itp. Pomimo tego, ogólne pojęcie jakości produktu nie będzie kompletnie przejrzyste (transparency), gdyż np. nie wiadomo czy w żywieniu zwierząt używano stymulatorów wzrostu lub czy zwierzęta miały odpowiedni komfort bytowania.

Dla niektórych konsumentów zachodniej Europy pojęcia „traceability” i „transparency” często oznaczają dobrą jakość produktu. Nie jest to do końca słuszne, gdyż pochodzenie artykułu lub warunki jego produkcji niekoniecznie oznaczają, że jest on dobrej jakości (np. całkowicie zdrowy, smaczny itp.). Pojęcia „traceability” i „transparency” bazują głównie na subiektywnych odczuciach konsumentów lub społecznych przyzwyczajeniach. Na przykład, niekiedy konsumenci są przekonani o szkodliwości produktów spożywczych wytwarzanych za pomocą intensywnych metod produkcji, co przyczynia się do poparcia dla systemów ekstensywnej produkcji, z wykorzystaniem pastwiska.

Życzenia konsumentów nie zawsze są jednak możliwe do spełnienia, np. żądanie niskiej ceny za produkty wysokiej jakości. Warto podkreślić, że oczekiwania konsumentów, zależnie od typu nabywcy, mogą być różne. Mogą się również zmieniać u tych samych nabywców wraz z upływem czasu. Zmiany te zależą od zasobności kraju, kultury, wieku konsumenta, zwyczajów itp.

Pojęcie jakości produktów spożywczych i to, w jaki sposób będzie ona rozumiana przez przemysł mięsny i mleczny, będzie ulegać zmianie w miarę upływu czasu i samo przez się będzie ciągle przedmiotem odmiennych dyskusji. Trudno jest przewidzieć, jakie będą życzenia i wymagania konsumentów, co należałoby wprowadzić do nowych technologii, aby zapewnić popyt na produkty i jaka jest przyszłość lokalnych ras i rolnictwa ekologicznego. Na żadne z tych pytań nie ma prostej odpowiedzi i dlatego bardziej precyzyjne przewidywania są po prostu przedsięwzięciem ryzykownym. Oczywiście jest tylko to, że oczekiwania konsumentów powinny być spełniane.

Sposoby zapewnienia odpowiednich, jakościowych cech produktów spożywczych,

akceptowanych przez konsumentów

Cechy jakościowe produktów spożywczych zależą przede wszystkim od czynników związanych z żywymi zwierzętami. Możemy do nich zaliczyć: rasę, system chowu, a szczególnie warunki żywieniowe. Czynniki te wpływają na jakość surowych produktów (mięsa i mleka). Może mieć na nią wpływ również uszlachetnianie genetyczne. Jest ono zabiegiem trwałym i przechodzi z jednej generacji na następną. Współcześnie kładzie się nacisk na genetykę i genomikę, obejmujące sekwencjonowanie genomów u różnych gatunków bydła, co może być powszechnie dostępne już w niedalekiej przyszłości (Lewin, 2003). Umożliwi to zabiegi mające na celu uszlachetnianie genetyczne i śledzenie zmian (traceability) za pomocą technik bazujących na DNA. Z drugiej strony, zastosowanie genomiki jest powiązane z aktualną wiedzą, dotyczącą fizjologii zwierząt przeżuujących. Genomika jest nową dziedziną wiedzy, pozwalającą lepiej zrozumieć, jak geny warunkują biologiczne cechy zwierząt. Genomika jest też przykładem, jak szybko poszerza się nasza wiedza, dotycząca ekspresji genów w komórkach organizmu i tkankach i jak szybko w wyniku tego rodzą się nowe biologiczne hipotezy, przy zmieniającym się zasobie wiedzy. Coraz więcej prac doświadczalnych i publikacji będzie dotyczyć genetyki i genomiki. Można przypuszczać, że rozwój genomiki będzie zwiększał przepaść między nauką a konsumentem, dla którego ta ciągle rozwijająca się wiedza może być niezrozumiała. Rozwiązywanie problemów dotyczących genomiki nie powinno być łączone z inżynierią genetyczną, która jest nauką zajmującą się rozmyślnym, celowym modyfikowaniem materiału genetycznego roślin i zwierząt (Uzogara, 2000). W rzeczywistości inżynieria genetyczna dotycząca środków spożywczych rozwija się bardzo szybko, chociaż jest bardziej lub mniej akceptowana, a właściwie przez większość europejskich konsumentów odrzucana.

Na jakość produktów zwierzęcych w dużym stopniu wpływa chów zwierząt, co wiąże się z tempem ich wzrostu, poziomem żywienia i rodzajem podawanej paszy. W ciągu ostatniej dekady kładziono nacisk głównie na czynniki żywieniowe, szczególnie ze względu na BSE, które było rezultatem niewłaściwego żywienia wysokoprodukcyjnych krów przy użyciu mą-

czek mięsno-kostnych. Dlatego, konsumenci coraz bardziej interesują się sposobami żywienia bydła. Obecnie przy użyciu narzędzi genomicznych dąży się do wykazania powiązań między systemami produkcji a genetyką.

Jakość produktu zwierzęcego zależy także od procesów obróbki surowców, np. mleka na ser. W przypadku mięsa zasadniczą rolę w utrwalaniu jego kruchości mają warunki ubijania zwierząt i chłodzenie tuszy, dlatego coraz większą uwagę zwraca się na metody określające napięcie mięśnia (Sorheim i Hildrum, 2002).

Powszechnie przyjmuje się, że aby można było mieć pewność uzyskiwania artykułów spożywczych wysokiej jakości, należy rozwijać kontrolny system monitorujący procesy produkcyjne. Umożliwia to, przy użyciu metod fizycznych, biochemicznych lub innych, przewidywanie końcowych właściwości produktów spożywczych. Powoduje zarazem wyłanianie się nowych technologii, jak np. fluoroscencyjna, spektroskopii, podczerwieni itp. oraz ich aplikacji, które będą odgrywać kluczową rolę w przewidywaniu jakości mięsa i będą dostarczać dla przemysłu mięsnego rutynowych metod określania jakości.

Konsumenci nie są w stanie samodzielnie oceniać jakość kupowanego produktu. Jest on przez nich szacowany jedynie na podstawie „jakościowych znaków”, które mogą określać pochodzenie produktu (np. z gospodarstw ekologicznych,

rejonu geograficznego) albo gwarantować specjalistyczny lub tradycyjny wyrób. Jak dotąd, znaki jakościowe zapewniają stałą, określoną wartość produktu i gwarancję, że w przyszłości produkty zawsze będą dobrej jakości, ale jest to coraz trudniejsze ze względu na coraz bardziej wieloelementowe pojęcie jakości (Maze i in., 2001). Niemniej, obecnie „znaki” zawierają umowną definicję jakości, która powinna określać zasadę, wg której scharakteryzowany jest produkt. Istnieją różnorodne formy definicji umownej jakości. Definicja może łączyć cechy jakościowe na podstawie pochodzenia lub rasy zwierząt, metod produkcji artykułu spożywczego lub biorąc pod uwagę terytorium, z którego produkt pochodzi (Sylvander i in., 2003).

Skalę popytu na produkt charakteryzujący się danymi cechami jakościowymi można szacować na podstawie takich parametrów, jak: wielkość rynku, ocena jego jakości przez producentów i konsumentów, a przede wszystkim oczekiwania konsumentów. Atrakcyjność rynku, czynniki ekonomiczne i dobra kooperacja są ważnymi elementami, które mogą zapewnić sukces i sprostać wymaganiom konsumentów. Zagwarantowanie konsumentom dobrej jakości produktu wymaga nie tylko oznakowania, ale także pisemnej informacji przekazywanej od producentów do sprzedawców, a następnie do konsumentów. Wskazuje to na potrzebę dobrej kooperacji między nimi (Maze i in., 2001).



fot. red.

Podsumowanie

Jakość produktów żywnościowych jest pojęciem kompleksowym, które potrzebuje ulepszonej definicji. Oczekiwania konsumentów i zmiana tych oczekiwań w miarę upływu czasu oraz uwzględnienie sprzeczności, jakie mogą zachodzić między nimi, musi stanowić podstawę tej definicji. Powinna ona także brać pod uwagę różne typy konsumentów i ich zróżnicowane wymagania, postrzeganie produktu przed jego nabyciem (określane głównie przez wierzenia i postawy ludzi) oraz podczas zakupu (określane przez rodzaj produktu w interakcji z jego ceną i poziomem konsumpcji). Różne dyscypliny nauk o zwierzętach (genetyka, genomika, fizjologia, żywienie, hodowla) i ocena dotycząca zabiegów fi-

zycznych, biochemicznych itp. powinny pozwolić na lepsze definiowanie różnych dotąd pojęć jakości, a także orzekanie o jakości produktu, tj. wyrażanie opinii o różnych cechach jakościowych produktów żywnościowych. Naukowcy powinni więc być bardziej interdyscyplinarni i bardziej praktycznie zorientowani, aby mogli usatysfakcjonować wymagania konsumentów, podczas gdy nauka podstawowa powinna zajmować się rozwiązywaniem problemów dotyczących produkcji zwierzęcej. Ekonomiczne i społeczne aspekty przy produkcji żywności są kluczowymi czynnikami zaspokajającymi oczekiwania konsumentów, a określenia mówiące o jakości produktu powinny być jasne i zrozumiałe.

Literatura

EAAP Round Table (2003). Flamant J.C., Chizzolini R. (coordinators), Changing consumers... changing animal production? Roma, August, 31, 2003.

Hocquette J.F., Gigli S. (2005). The challenge of quality. In: Indicators of milk and beef quality, EAAP publication, 112: 13-22.

Lewin H.A. (2003). The future of cattle genome research: the beef is here. *Cytogenet. Gen. Res.*, 102: 10-15.

Maze A., Polin S., Raynaud E., Sauvee L., Valceschini E. (2001). Quality signals and governance structures within agro-food chains: a new institutional economics approach. *Economics of Contract in*

Agriculture and the Food Chain Supply. 78th EAAP Seminar, Copenhagen, June 15-16, 2001.

Sorheim O., Hildrum K.I. (2002). Muscle stretching techniques for improving meat tenderness. *Trends Food Sci. Techn.*, 13: 125-127.

Sylvander B., Belletti A., Marescotti E., Thevenod-Mottet E. (2003). Establishing a quality convention, certifying and promoting the quality of animal products: the beef case. *International Livestock Farming System Symposium*, Benevento, August 26-29, 2003.

Uzogara S.G. (2000). The impact of genetic modification of human foods in the 21st century: a review. *Biotech. Adv.*, 18: 179-206.

REQUIREMENTS CONCERNING THE QUALITY OF ANIMAL PRODUCTS

Summary

Food product quality is a complex concept that needs to be better defined. The definition must be based on the expectations of consumers, changes in these expectations with time and accounting for the contradictions that may occur between them. The definition should also account for different types of consumers and their different requirements, the way a product is viewed before purchase, determined mainly by people's beliefs and attitudes, and the way a product is viewed during purchase, determined mainly by the type of product in interaction with its price and consumption level. Different fields of animal studies (genetics, genomics, physiology, nutrition and breeding) and the evaluation of physical, biochemical and other procedures should help to better define different concepts of quality. The economic and social aspects of food products are key factors that meet the consumers' expectations, while terms describing product quality should be transparent and understandable for consumers.