

PERCEPTION OF PORK QUALITY BY THE CURRENT CONSUMER

Vnímání kvality vepřového masa současným spotřebitelem

Miloslav POUR, Petr SEDLAČÍK, Manuel NETO, Tomáš NEUŽIL, Tomáš ČERVENKA
KCHPD AF ČZU

Souhrn, klíčová slova

Příspěvek informuje o analýze vnímání vepřového masa spotřebitelem v ČR. V roce 2001 byl proveden průzkum vnímání 6 druhů masa českým spotřebitelem (maso vepřové, hovězí, drůbeží, rybí, telecí a skopové). Během uvedeného výzkumu byl proveden rozběr dotazníků u 148 náhodně vybraných spotřebitelů masa. Vepřové maso má dosud u českého spotřebitele dominantní postavení (50% je současná spotřeba vepřového masa z celkové roční spotřeby masa na jednoho obyvatele). Český spotřebitel upřednostňuje při nákupu vepřového masa jeho kvalitu a čerstvost, zdravotní nezávadnost, tučnost, cenu a dostupnost.

Maso, vepřové, kvalita, vnímání, preference, spotřebitel, ČR

Summary, keywords

The contribution informs about analysis of perception of pork by consumers in the Czech Republic. In 2001 the meat-consumers exploration was focused to perception analysing the 6 type of meat by the Czech consumer (pork, beef, chicken, fish, weal and mutton). During the above mentioned study the 148 questioners of random selected meat consumers was analysed. The pork has a Czech consumer the dominant position until now (50 % from the total annual meat consumption per capita in the CR presents pork). The Czech consumer decision during the shopping of pork is mainly influent by freshness and quality, health aspects the meat fatness and availability.

Meat, pork, quality, perception, preference, consumer, Czech Republic

Introduction - Úvod

Změna stylu života obyvatel ČR zákonitě přináší i změny ve skladbě konzumovaných potravin ve vyšších nárocích na jejich kvalitu. Spotřeba vepřového masa se u nás dlouhodobě udržuje na úrovni kolem 50 % celoroční spotřeby masa na jednoho obyvatele. Huang a Fu (1995) upozorňují na to, že producenti, zpracovatelé a řídicí pracovníci v marketingové sféře prodeje masa musí vědět, jaké potřeby a přání mají jejich spotřebitelé. Bez těchto znalostí nelze zajistit vysokou úroveň trhu s masem. Znalost percepce a preference spotřebitelů jednotlivých druhů masa na trhu potravin je rozhodující pro producenty, zpracovatele a obchodníky, aby mohli zajistit kvalitní tržní nabídku v rámci současné globalizace trhu potravin (Dam, 1997, Pipek, Pour, 1998, Vrchlabský 2001).

Methods - Metody

Vnímání kvality vepřového masa spotřebitelem bylo hodnoceno pomocí dvou typů dotazníků A a B, kterými bylo osloveno 148 náhodně vybraných spotřebitelů během září až listopadu roku 2001. Dotazník A obsahoval 16 otázek, které byly stejné pro každé ze 6 sledovaných druhů masa. Jednalo se o masa vepřové, hovězí, telecí, kuřecí, rybí a skopové. U každé otázky byla uvedena 5 bodová stupnice. Bodové hodnocení 3 vyjadřovalo neutrální postoj. Dotazník B a osobní dotazník zahrnovali různé otázky týkající se konzumace vepřového masa a jeho oblíbenosti a dále údaje o vzdělání, věku, pohlaví, bydliště a platu jednotlivých respondentů (n=148). Výsledky byly vyhodnoceny běžnými statistickými metodami.

Results - discussion – Výsledky - diskuse

Z výsledků výzkumu vyplynulo, že nejvíce respondentů konzumuje vepřové maso týdně a nejčastěji ho kupují v supermarketech. Průměrná finanční částka, kterou vydávají za vepřové maso měsíčně je 439 Kč. Přes 70 % dotázaných považuje kvalitu vepřového masa odpovídající jeho ceně. 83 % dotázaných nehodlá konzumovat v příštích letech vepřová maso ve větší míře než nyní.

Podle názoru respondentů pořadí důležitosti jednotlivých kritérií pro nákup vepřového masa je následující: 1. kvalita a čerstvost, 2. zdravotní nezávadnost, 3. tučnost, 4. cena, 5. dostupnost. Z pohledu kulinárních vlastností je vepřové maso hodnoceno převážně kladně. Respondenti ho hodnotí jako spíše křehké, po zpracování chutné a spíše lákavého vzhledu. Dále je pozitivně hodnoceno v tom smyslu, že se z něj dá připravit mnoho různých pokrmů a spotřebitelé z něj rádi tyto pokrmy připravují. Vepřové maso pokud jde o jeho oblíbenost bylo v závislosti na pohlaví lépe hodnoceno muži. Ti ho nejvíce řadili na 2. místo v rámci 6 sledovaných druhů masa. Nejvíce žen (49 %) ho nejčastěji zařadily na 3. místo. Žádná žena nezařadila vepřové maso na 1. místo. Při hodnocení oblíbenosti vepřového masa v závislosti na věku dotazovaných ho nejlépe hodnotila skupina respondentů ve věkové kategorii 18 – 30 let. 49 % z nich ho nejčastěji zařadili na druhé místo. Percepce vepřového masa u respondentů byla odlišná s ohledem na úroveň jejich vzdělání. Středněškolsky vzdělaní spotřebitelé hodnotili vepřové maso nejlépe ze všech skupin. 49 % z nich ho řadí v žebříčku oblíbenosti na druhé místo. 25 % ho dokonce řadí na první místo. Z vysokoškolsky vzdělaných nebo jen vyučených respondentů nikdo vepřové maso nezařadil na první místo. Při porovnání místa nákupu vepřového masa v závislosti na místě bydliště bylo vepřové maso nakupováno nejčastěji v supermarketech a to u respondentů bydlících na vesnici, ve městě i v Praze. Na základě provedeného výzkumu oblíbenosti jednotlivých druhů masa lze uvést následující pořadí: maso kuřecí, rybí, vepřové, hovězí, telecí a skopové.

References - Použitá literatura

Citovaná literatura u autorů příspěvku.

Řešeno v rámci výzkumného záměru MSM 412 100 003.