

Tradicija proizvodnje i konzumacije slavonske šunke

Mrgan, Ana; Kanjka, Željko; Soldo, Tomislav

Source / Izvornik: **Proceedings of 6th International Conference "Vallis Aurea" focus on reseach and innovation, 2018, 275 - 283**

Conference paper / Rad u zborniku

Publication status / Verzija rada: **Published version / Objavljena verzija rada (izdavačev PDF)**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:112:039040>

Rights / Prava: [In copyright](#)/[Zaštićeno autorskim pravom.](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2025-02-06**



VELEUČILIŠTE U POŽEGI
STUDIA SUPERIORA POSEGANA

Repository / Repozitorij:

[Repository of Polytechnic in Pozega - Polytechnic in Pozega Graduate Thesis Repository](#)



DIGITALNI AKADEMSKI ARHIVI I REPOZITORIJI

THE TRADITION OF PRODUCTION AND CONSUMPTION OF SLAVONIAN HAM

TRADICIJA PROIZVODNJE I KONZUMACIJE SLAVONSKE ŠUNKE

Mrgan, Ana; Kanjka, Zeljko & Soldo, Tomislav

Abstract: *There is centuries-old tradition of production of originally pork meat products in Slavonian households. Cultivation of pigs and production of cured meat is mostly common for households' needs and rarely for the markets. Slavonian ham is one of the most common indigenous charcuteries of Slavonia. It is the product made by salting, smoking, and ripening of treated pork ham. Needs and potentials of protecting the Slavonian ham as the indigenous food product on the EU market are presented in this course.*

Key words: *Slavonian ham, indigenous product, tradition of production*

Sažetak: *U slavonskim domaćinstvima postoji stoljetna tradicija proizvodnje izvornih proizvoda od svinjskog mesa. Uzgoj svinja i proizvodnja suhomesnatih proizvoda uglavnom je za vlastite potrebe, a tek neznatno za tržište. Jedan od poznatijih autohtonih trajnih suhomesnatih proizvoda Slavonije je slavonska šunka. Slavonska šunka je proizvod, koji nastaje soljenjem, dimljenjem i zrenjem obrađenih svinjskih butova. U radu su prikazane potrebe i mogućnosti zaštite imena slavonske šunke, kao autohtonog prehrambenog proizvoda na EU tržištu.*

Ključne riječi: *slavonska šunka, autohtoni proizvod, tradicija proizvodnje*



Authors' data: Ana **Mrgan**, dipl.,ing., Veleučilište u Požegi, Vukovarska 17, 34000 Požega; amrgan@vup.hr; Zeljko **Kanjka**, student, Veleučilište u Požegi, Vukovarska 17, 34000 Požega; zkanjka@gmail.com; Tomislav **Soldo**, dipl.ing., Veleučilište u Požegi, Vukovarska 17, 34000 Požega; tslodo@vup.hr

1. Uvod

Francuska i Italija imaju dugu tradiciju zaštite imena mnogih svojih poljoprivrednih i prehrambenih proizvoda, na svjetskom tržištu. Neki od najpoznatijih proizvoda su talijanski sir „Parmigiano“, francusko jako alkoholno piće „Cognac“ ili pjenušavo vino „vin de Champagne“. Proizvodi slični ili isti kao ovi iz drugih zemalja ili pokrajina, na tržištu ne mogu nositi isto ili slično ime, koje bi moglo dovesti u zabunu potrošače. Inspirirani ovim idejama 1992. godine EU uvodi posebne oznake kvalitete na EU tržištu tzv. „Sustav uspostave kvalitete“. Cilj je na EU tržištu zaštititi autohtone proizvode, od zloporabe imena, a u skladu s zakonskim propisima. Sustav zaštite je zakonski definirano područje. Na nivou EU to je Uredba (EU) br. 1151/12 o sustavima kvalitete za poljoprivredne i prehrambene proizvode (SL L 343, 14.12.2012.), te delegirane Uredbe Komisije (EU) br. 664/14, 665/2014, 668/14 o dopuni i utvrđivanju pravila za primjenu osnovne Uredbe, a u RH to su Zakon o poljoprivredi NN br. 30/15 i Pravilnik o zaštićenim oznakama izvornosti (ZOI), zaštićenim oznakama zemljopisnog podrijetla (ZOZP) i zajamčeno tradicionalnim specijalitetima (ZTS) poljoprivrednih i prehrambenih proizvoda, NN br. 65/15, NN br. 19/17, te Knjiga grafičkih standarda I i II [1]. Proizvodi čije je ime na tržištu zaštićeno, postižu višu cijenu, stvara se identitet i prepoznatljivost proizvoda, prepoznatljivost zemljopisnog područja, pridonose ruralnom razvoju, dio su gastronomske ponude u turizmu, stvaraju se interesna udruženja i zajedničko nastupanje na tržištu, a kupci su zaštićeni od bilo kojeg oblika zloporabe. Autohtoni proizvodi moraju imati dugu tradiciju proizvodnje na određenom zemljopisnom području, od najmanje trideset godina, da se proizvode na tradicionalan način, da su posebniji od istih ili sličnih proizvoda iz istog ili susjednih područja. Posebnosti nekog proizvoda uglavnom proizlaze iz klimatsko-pedoloških karakteristika određenog područja, kao i vještina stanovnika prilikom proizvodnje istih. Na nivou EU do 28. veljače, 2018. godine bilo je 1425 zaštićenih prehrambenih i poljoprivrednih proizvoda, od čega najviše imaju Italija 295 i Francuska 246, a Hrvatska je na 14. mjestu sa 19 zaštićenih proizvoda i 7 u postupku zaštite [2]. Hrvatska posjeduje veliku geografsku i klimatsku raznolikost od kontinentalne panonske regije, preko planinske, do mediteranske Hrvatske, gdje zbog svoje bogate tradicije ima čitav niz autohtonih proizvoda, koji zajedno s eko-proizvodima privlače sve više potrošača veće kupovne moći. Upravo proizvodnja ovakvih proizvoda bi trebala biti kotač zamašnjak u očuvanju životne egzistencije ruralnih područja i podizanja standarda stanovništva [3]. Od hrvatskih zaštićenih proizvoda tek su tri s područja Slavonije i Baranje, to su; „Baranjski kulen“, „Slavonski kulen/Slavonski kulin“ i „Slavonski med“ [1]. Slavonija i Baranja sinonim su za obilje čitavog niza različitih prehrambenih proizvoda, koji imaju dugu tradiciju proizvodnje na ovim prostorima i odlikuju se svojom izuzetnom kakvoćom. Na vrstu i kvalitetu autohtonih prehrambenih proizvoda u istočnoj Hrvatskoj veliki trag su ostavile mađarska, bečko-austrijska i bosansko-turska kuhinja [4]. Jedna od najvažnijih autohtonih grupa proizvoda su mesni proizvodi od svinjskog mesa. Najpoznatiji od njih su slavonski i baranjski kulen, slavonska kobasica, slavonska šunka, dimljena slanina, kulenova

seka, tlačenica, čvarci i krvavica. Šunke se tradicionalno proizvode u cijeloj kontinentalnoj i planinskoj Hrvatskoj, a najpoznatija hrvatska šunka je „Slavonska šunka“. Slavonska šunka je trajni suhomesnati proizvod nastao soljenjem, prešanjem, dimljenjem i zrenjem obrađenih svinjskih butova, zbog potrebe čuvanja mesa od kvarenja kroz duže vrijeme. Soljenjem se inhibira rast nepoželjnih mikroorganizama, te potiče ili inhibira aktivnost mišićnih enzima. Bakteriostatski učinak soli postiže se samo u kombinaciji s niskim temperaturama, zbog toga vrijeme klanja svinja i proizvodnja suhomesnatih proizvoda započinje s početkom zime [5]. Trajnim suhomesnatim proizvodima sušenjem se smanjuje količina vode, podiže koncentracija soli i smanjuje aktivitet vode, da bi se spriječio rast mikroorganizama. Tijekom stoljeća na osnovu iskustva i tradicije brojnih generacija, tehnologija proizvodnje se poboljšavala, kako bi se dobio vrhunski proizvod. Razvojem znanosti objašnjeni su brojni biokemijski procesi u mesu, koji su bitni za stvaranje optimalne konzistencije i organoleptičkih svojstava šunke [6]. U cilju promocije i unapređenja kvalitete slavonske šunke, Stočarska udruga „Utvaj“ iz Starih Mikanovaca započela je 2005. godine organiziranje godišnjih natjecateljskih priredbi pod nazivom „Šunkijada“. Najznačajniji projekti Udruge su: natjecateljska priredba „Šunkijada“ i sudjelovanje u zaštiti poljoprivrednih proizvoda, svježeg mesa i mesnih preradevina od crne slavonske svinje [5]. Crna slavonska svinja ili „fajferica“ hrvatska je autohtona pasmina, koja je bila gotovo pred izumiranjem, no mjerama poticanja danas se njezin broj višestruko povećao. Ona pripada skupini prijelaznih pasmina svinja koje su nastale križanjem domaćih pasmina [7]. Crna slavonska svinja tradicionalno se uzgajala na otvorenom, a takvim uzgojem dobivaju se polovice s povećanim udjelom butova i većim udjelom intermuskularne, a manjim potkožne (subkutane) masti [5]. Cilj je da se slavonska šunka zaštiti kao izvorni slavonski proizvod, od stare autohtone pasmine crne slavonske svinje [8]. Zaštita slavonske šunke zahtjeva standardizaciju kvalitete koja bi bila određena; definiranjem genotipa svinja, tehnologijom namjenskog tova, standardiziranjem tehnologije prerade svinjskih butova, standardnim fizikalno-kemijskim i organoleptičkim svojstvima, organiziranje nacionalne udruge proizvođača slavonske šunke, koja bi pokrenula postupak registracije slavonske šunke kao izvornog hrvatskog proizvoda [5].

Cilj rada je bio doći do podataka o proizvodnji i brendiranju slavonske šunke kao autohtonog hrvatskog proizvoda, koja ima višestoljetnu tradiciju proizvodnje od autohtone pasmine crne slavonske svinje. Ispitivanje je provedeno u seoskim domaćinstvima i ugostiteljskim objektima na području grada Daruvara.

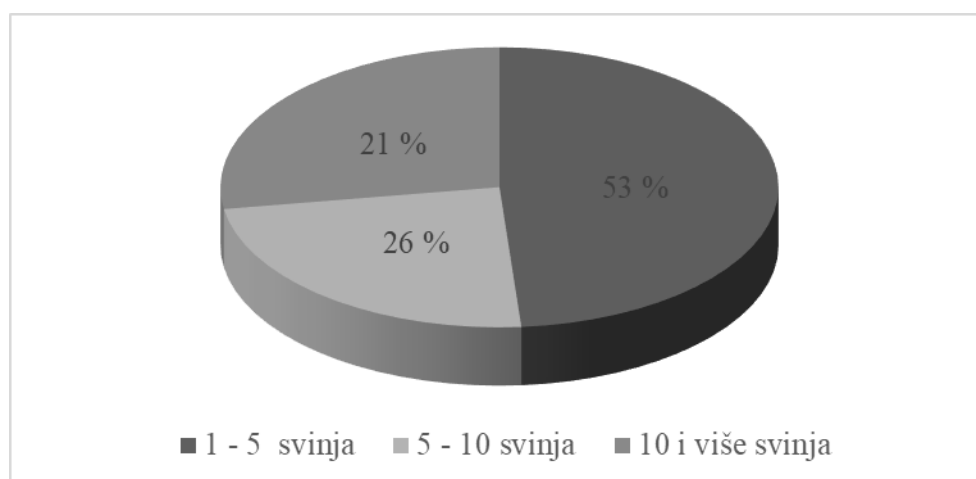
2. Materijali i metode

Istraživanje o proizvodnji i potrošnji slavonske šunke provedeno je na području Daruvara i okolnih mjesta. Daruvar je grad u zapadnoj Slavoniji poznat po poljoprivrednoj proizvodnji, industriji te lječilišnom i sportskim turizmu. Istraživanjem se došlo do podataka o uzgajivačima svinja za proizvodnju slavonske šunke, te njenoj proizvodnji i potrošnji. Proizvodi li se slavonska šunka samo za vlastite potrebe ili i za prodaju? Dio istraživanja je vezan za prodaju i konzumaciju u

ugostiteljskim objektima u Daruvaru i široj okolici. U prikazanim rezultatima su podaci o ukupnom broju svinja prema kategorijama i pasminama na području Bjelovarsko-bilogorske županije. Iz godišnjeg izvješća Hrvatske poljoprivredne agencije područni ured Daruvar za 2016. godinu, prikupljeni su podaci o registriranim uzgajivačima svinja, na području Bjelovarsko-bilogorske županije kojih ima veoma malo [9], ali terenskim istraživanjem je utvrđeno da u Daruvaru i okolici postoji više malih uzgajivača svinja, koji nisu registrirani. Oni uzgajaju mali broj svinja za vlastite potrebe ili privatnu prodaju. Istraživanje o svinjogojstvu, proizvodnji i konzumaciji slavonske šunke provedeno je putem dva anketna upitnika, gdje je obuhvaćeno 80 domaćinstava i 8 ugostiteljskih objekata Daruvara i obližnjih naselja. Prvim upitnikom su obuhvaćeni uzgajivači svinja u; Daruvaru, Gornji Daruvar, Dežanovac, Ivanovo Polje, Blagorodovac, Končanica, Daruvarski Brestovac, Veliki Zdenci, Grubišno Polje, Ivanovo Selo, Treglava i Doljani. Drugim anketnim upitnikom obuhvaćeni su ugostiteljski objekti na području grada Daruvara Hotel „Termal“, Restoran „Terasa“, Restoran „Srce“, Restoran „Queen“, Restoran „Flamingo“, te Restoran „Klijet srcu“ Bjelovar, Hotel „Central“ Bjelovar i Hotel „Garić“ Garešnica.

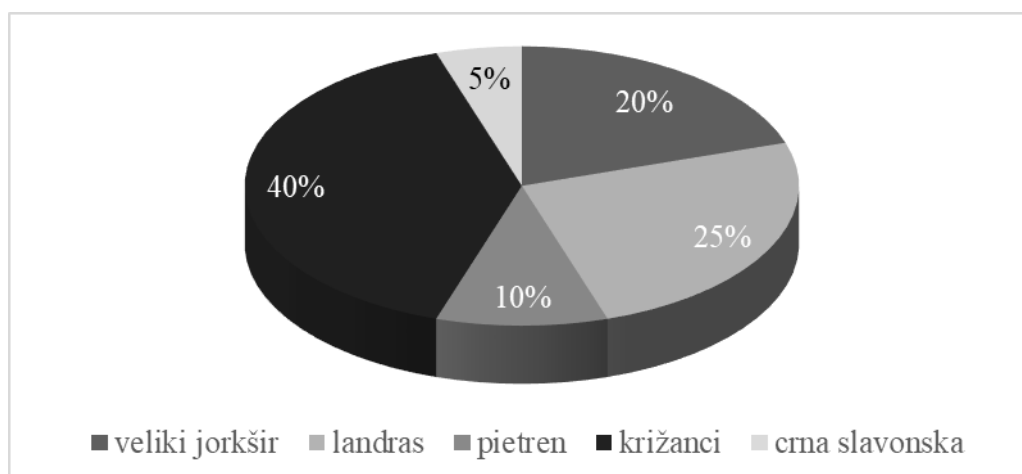
3. Rezultati i rasprava

Prvim anketnim upitnikom obuhvaćeno je 80 ispitanika, odnosno nosilaca domaćinstava. Prema starosnoj dobi ispitanici odnosno nosioci domaćinstava, podijeljeni su u dvije dobne skupine; mlađe životne dobi do 40 godina (izjasnilo se 40 %) i starije preko 40 godina starosti (izjasnilo se 60 %), što je rezultat starosti hrvatske populacije, ali i dugogodišnjih nesređenih prilika u poljoprivredi.



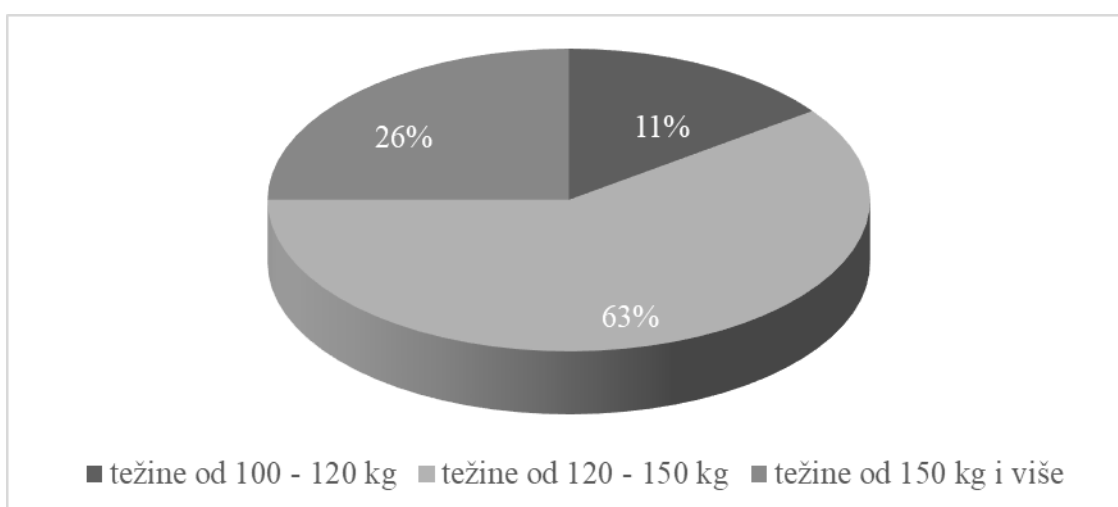
Slika 1. Broj svinja u uzgoju po domaćinstvu

Slika 1 pokazuje da u uzorku od 80 ispitanika 53 % uzgaja od jedne do pet svinja godišnje, za vlastite potrebe, a tek neznatan dio je za prodaju. 26 % ispitanika uzgaja od pet do deset svinja, što osim za vlastite potrebe dio ide u prodaju i to najviše kao uzgojene svinje, a 21 % ispitanika uzgaja deset ili više svinja godišnje, gdje je najveći dio uzgojenih svinja namijenjen tržištu.



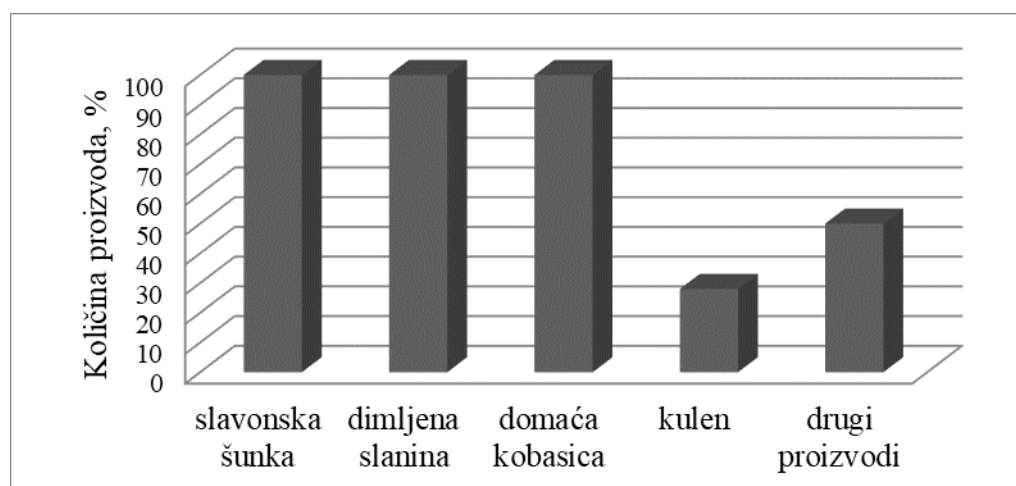
Slika 2. Uzgojne pasmine svinja na ispitivanom području

Iz rezultata prikazanih na Slici 2 je vidljivo, da na području Daruvara 40 % uzgojenih svinja su križanci, 25 % pasmine landras, 20 % veliki jorkšir, 10 % pietren, a tek 5 % crna slavonska svinja, neovisno što je ona obuhvaćena Nacionalnom programom očuvanja izvornih i zaštićenih pasmina domaćih životinja RH.



Slika 3. Tjelesna težina uzgojnih svinja prije klanja

Najčešća tjelesna težina uzgojenih svinja kod anketiranih proizvođača (63 % uzgajivača) je od 120 do 150 kg, a 26 % uzgajivača tovi svinje do 150 kg ili više kilograma, iz čega je vidljivo da ispitanici uzgajaju svinje za preradu. Takve se svinje potražuju zbog zrelosti i mesnatosti, te su najpogodnije za preradu u trajne suhomesnate proizvode. Rezultati su vidljivi na Slici 3.



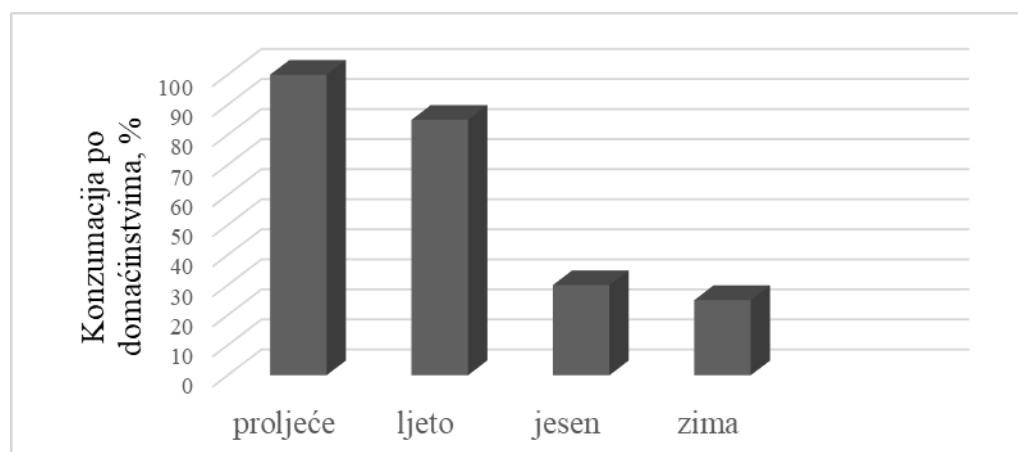
Slika 4. Zastupljenost suhomesnatih proizvoda po vrstama

Na pitanje koje vrste suhomesnatih proizvoda proizvode, svi su ispitanici odgovorili da proizvode slavonsku šunku, dimljenu slaninu i domaće kobasice. Da proizvode kulen i kulenovu seku izjasnilo se tek njih 28 %, a pojedini ispitanici su naveli da još proizvode različite proizvode tipa buđole, dimljene plećke, dimljenog svinjskog karea, dimljene svinjske pisanice, i drugo, što je vidljivo na Slici 4. Vrste proizvoda koje u ovom dijelu Slavonije stanovnici proizvode svakako je vezana uz porijeklo i tradiciju velikog dijela stanovnika (Česi, Slovaci, Talijani).

| NAMJENA PROIZVODA | ZASTUPLJENOST | VRSTA PROIZVODA | CIJENA PROIZVODA |
|-------------------------------|---------------|---|--|
| ZA VLASTITE POTREBE | 85 % | - | - |
| ZA VLASTITE POTREBE I PRODAJU | 15 % | SLAVONSKA ŠUKA DIMLJENA SLANINA DOMAĆA KOBASICA | 80-100 kn/kg 60-70 kn/kg 40-50 kn/kg |

Tablica 1. Namjena proizvedenih suhomesnatih proizvoda i prodajna cijena

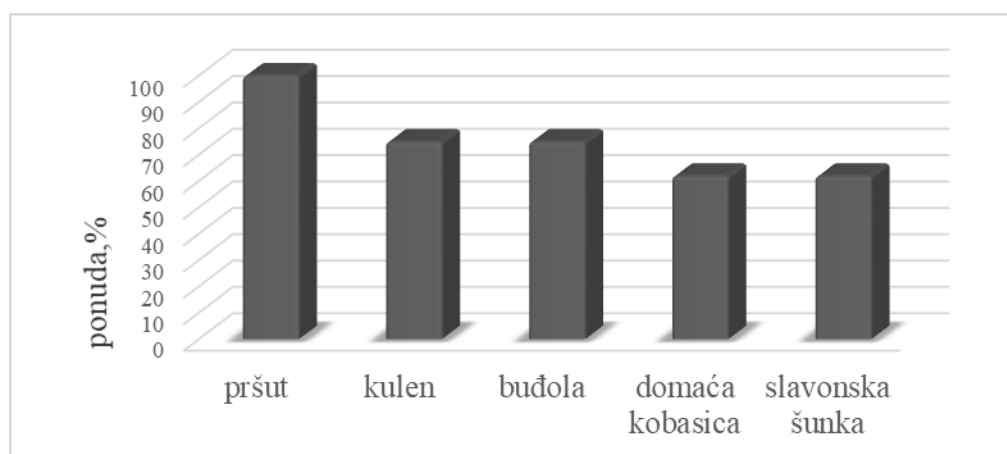
Svih 80 ispitanika uzgojem svinja se bavi radi proizvodnje svinjskog mesa i njihovih preradevina za osobne potrebe, a tek 15 % višak suhomesnatih proizvoda prodaje. Najviše se prodaju šunka, domaće kobasice i dimljena slanina, što s prodajnim cijenama je vidljivo u Tablici 1.



Slika 5. Vrijeme konzumacije slavonske šunke

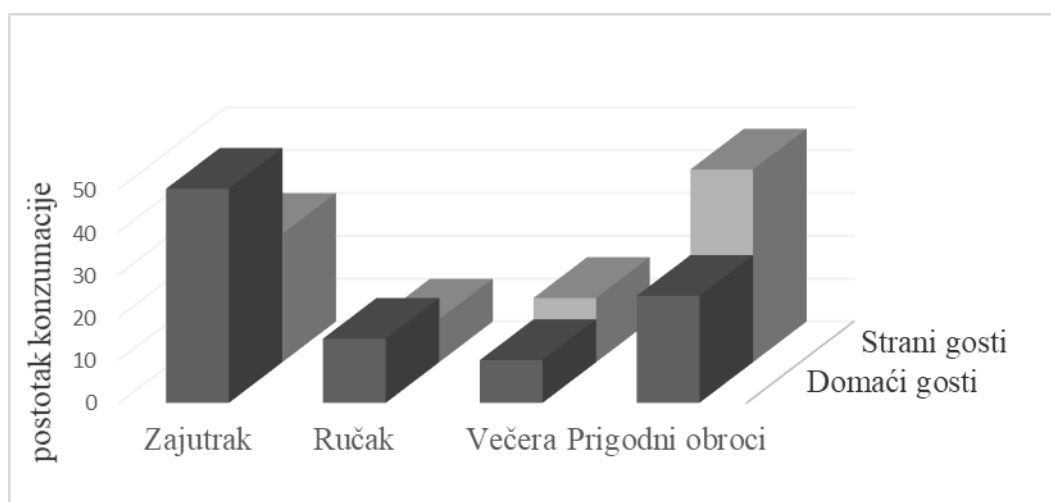
Iz rezultata prikazanih na Slici 5, je vidljivo da od 80 ispitanika koji proizvode slavonsku šunku, vrijeme konzumacije počinje u proljeće i to za Uskrs, najčešće u kuhanom obliku (100 %) što je vezano za tradiciju vjerskih običaja, a 85 % ispitanika ju konzumiraju i ljeti, nakon završenog procesa sušenja i fermentacije. Tek manji dio ispitanika od 20-30 % ju konzumira tijekom cijele godine, što vjerojatno ovisi o proizvedenoj količini i tradicionalnim prehrabnim navikama.

U drugom anketnom upitniku provedenom u 8 ugostiteljskih objekata, na pitanje o porijeklu slavonske šunke u ugostiteljskim objektima, njih 37 % se izjasnilo da ju najčešće kupuju od hrvatskih mesnih industrija, a 59 % ugostitelja isključivo kupuje od privatnih proizvođača (OPG) na području Slavonije. Tek manji broj ovisno o cijeni i ponudi u trgovačkim centrima.



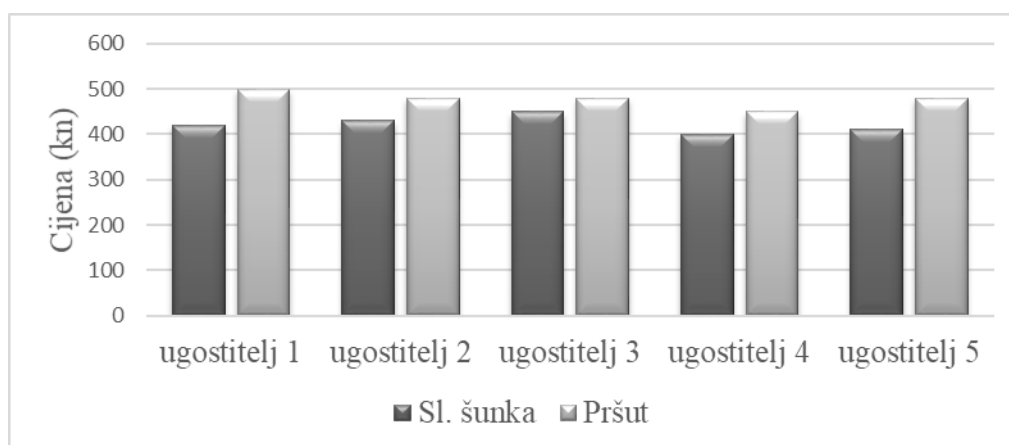
Slika 6. Ponuda suhomesnatih proizvoda u ugostiteljskim objektima

U ispitivanom uzorku od osam ugostiteljskih objekata, došlo se do podataka, prikazanih na Slici 6, da se od trajnih suhomesnatih proizvoda u njihovoj ponudi nalazi pršut (100 %), kulen (75%), buđola (75 %), dok slavonsku šunku kao i domaće kobasice u ponudi ima tek 62 % objekata.



Slika 7. Tip gostiju i vrijeme konzumacije slavonske šunke

Na Slici 7 je vidljivo da domaći gosti češće konzumiraju slavonsku šunku za zajutak nego strani gosti i to za 20 % više, dok strani gosti slavonsku šunku konzumiraju uglavnom u određenim prigodama (buffet stol, koktel party, blagdani) i to njih 45 %, za razliku od domaćih gostiju kojih je samo 25 %.



Slika 8. Cijene pršuta i šunke u ispitivanim ugostiteljskim objektima (kn/kg)

Slika 8 prikazuje cijene slavonske šunke u ispitivanim ugostiteljskim objektima u odnosu na pršut. Vidljivo je da su cijene šunke (400 kn/kg do 450 kn/kg) neznatno niže u odnosu na pršut (od 450 kn/kg do 500 kn/kg), što ovisi o zemljopisnom podrijetlu pršuta i njegovoj oznaci zaštite imena.

4. Zaključak

Iz dobivenih rezultata prvog anketnog upitnika zaključujemo, da svinjogojstvo nema značajnu tržišnu orijentaciju ispitivanog dijela stanovništva. Svinje se uglavnom uzgajaju za vlastite potrebe, tek manji broj proizvođača je tržišno orijentiran. Crna slavonska svinja najmanje je zastupljena uzgojna pasmina svinja. Od mesnih prerađevina najzastupljenija je slavonska šunka, koja je prema vremenu

konzumiranja duboko utkana u tradiciju i prehrambene navike hrvatskog stanovništva. Cijene slavonske šunke kod proizvođača znatno su niže nego u ugostiteljskim objektima. Ovi podaci nam govore da postoje veliki neiskorišteni potencijali u uzgoju crne slavonske svinje i prodaje mesnih prerađevina kod malih proizvođača ili OPG-a.

U ponudi ugostiteljskih objekata znatno je više zastupljen pršut i kulen nego slavonska šunka, što je svakako rezultat medijske prisutnosti i prepoznatljivosti imena različitih hrvatskih pršuta kroz zaštitu njihova imena na EU tržištu. Iz provedenog istraživanja je vidljivo da nije dovoljno učinjeno na brendiranju, proizvodnji i plasmanu slavonske šunke, kao autohtonog hrvatskog proizvoda. Hrvatska a osobito Slavonija posjeduju velike potencijale u proizvodnji hrane i zaštiti svojih autohtonih proizvoda, a time i ostvarivanja znatnih izvora prihoda stanovništva, koji očito ni približno nisu dovoljno iskorišteni.

5. Literatura

- [1] Ministarstvo poljoprivrede, *Dostupno na*: <http://www.mps.hr/default.aspx?id=7517>, *Pristup*: 02-02-2017
- [2] DOOR baza podataka, *Dostupno na*: <http://ec.europa.eu/agriculture/quality/door/list.html?recordEnd=10&filter.status=REGISTERED&sort.milestone=desc&recordSelection=all>, *Pristup*: 28-02-2018
- [3] Bukvić, Ž; Kralik, D. & Milaković, Z. (2007) *Hrvatski autohtoni proizvodi*. Prehrambeno-tehnološki fakultet Osijek, ISBN: 978-953-6331-55-0, Osijek
- [4] Roseg, Đ.; (1995) *Prerada mesa i mlijeka*. Nakladni zavod Globus, ISBN: 953-167-044-7, Zagreb
- [5] Senčić, Đ. (2009) *Slavonska šunka hrvatski autohtoni proizvod*. Poljoprivredni fakultet u Osijeku, ISBN: 978-953-6331-2-7, Osijek
- [6] Krvavica, M.; Đugum, J. (2006) Proizvodnja pršuta u svijetu i kod nas. *Meso*: Vol.VIII No.6, prosinac 2006, *Dostupno na*: <https://hrcak.srce.hr/22460>, *Pristup*: 12-08-2017
- [7] Crna slavonska svinja (2016), *Dostupno na*: <http://www.crogourmet365.hr/namirnice/crna-slavonska-svinja-fajferica-25>, *Pristup*: 07-03-2018
- [8] Brkan, B. (2013) Slavonska šunka do zaštite povijesnom svojom pasminom crnom slavonskom svinjom. *Oblizeki*. *Dostupno na*: <http://oblizeki.com/slavonska-sunka-do-zastite-povijesnom-svojom-pasminom-cрном-slavonskom-svinjom-2-10423>, *Pristup*: 15-03-2018
- [9] Hrvatska poljoprivredna agencija, *Dostupno na* : <http://www.hpa.hr/sektori/sektor-za-razvoj-stocarske-proizvodnje/odjel-za-svinjogojstvo/izvorne-pasmine/>, *Pristup*: 05-08-2017