

Preferencje konsumentów związane z zakupem i spożywaniem mięsa

Małgorzata Moskal, Grażyna Michalska

Uniwersytet Technologiczno-Przyrodniczy w Bydgoszczy, Katedra Nauk o Zwierzętach, Pracownia Oceny Surowców Zwierzęcych, ul. Mazowiecka 28, 85-084 Bydgoszcz

Preferencje konsumentów związane z zakupem i spożywaniem produktów mięsnych od lat były przedmiotem badań z dziedziny żywienia (Orłowska, 2005; Połom i Baryłko-Pikielna, 2004; Krelowska-Kułas, 2005). Różne czynniki wpływają na wybory dokonywane przez konsumentów. Współcześnie, obok tradycji religijnej również media poprzez propagowanie zdrowego stylu życia i szczupłej sylwetki wywierają wpływ na rodzaj stosowanej diety z udziałem mięsa i jego przetworów. W ujęciu historycznym przełomem w żywieniu okazało się opracowanie w 1930 r. norm i zaleceń żywieniowych (Orłowska, 2005). Dzięki nim udało się wyeliminować choroby wynikające z niedoborów składników pokarmowych, takie jak: krzywica, niektóre typy wola czy zaburzenia we wzroście dzieci i niemowląt. Wraz z rozwojem nauk o żywieniu (Połom i Baryłko-Pikielna, 2004; Kozirok i in., 2012) wzrosła również świadomość konsumentów na temat zasad racjonalnego odżywiania, a ich preferencje uległy diametralnym zmianom. W układaniu jadłospisów zaczęto kierować się piramidą żywieniową (Orłowska, 2005), w wyniku czego nastąpił spadek konsumpcji mięsa wieprzowego, a dużą popularność zyskało mięso z drobiu (Knecht i Środoń, 2012).

Charakterystyka mięsa i jego przetworów

Mięso to jadalne części zwierząt domowych i dzikich utrzymywanych przez człowieka, drobiu, a także zwierząt wolno żyjących, które od dawna były nieodzownym elementem diety człowieka. Wyróżnia się siedem podstawowych typów mięsa: wieprzowinę – mięso świń, wołowinę – mięso dorosłego bydła domowego, mięso

drobiowe – pochodzące od ptaków hodowlanych, baraninę – mięso dorosłych owiec, kozinę – mięso kóz, koninę – mięso koni oraz dziczyznę – mięso upolowanych zwierząt łownych (Litwińczuk, 2012). W miarę postępu technologicznego zaczęto spożywać mięso w formie coraz bardziej przetworzonej. Głównym jego składnikiem jest tkanka mięśniowa szkieletowa wraz z przyległymi elementami morfotycznymi, do których zalicza się: tkankę łączną, tłuszczową, naczynia krwionośne, krew i kości. Zawartość wody w chudym mięsie wynosi około 75%, białka – 19%, tłuszczu (w zależności od rodzaju mięsa) 1–4%, związków mineralnych – około 1%, węglowodanów – 1% (Litwińczuk, 2012; Kumirska i in., 2010; Tereszkievicz, 2017).

Z żywieniowego punktu widzenia najważniejszym składnikiem mięsa jest zawarte w nim pełnowartościowe białko (Michalska i Nowachowicz, 2009). Składnikiem wywierającym znaczny wpływ na cechy sensoryczne i smakowo-zapachowe jest również tłuszcz, jednakże zbyt wysoka jego zawartość jest niekorzystna ze względów zdrowotnych (Świdorski, 2003). Jak podają Michalska i in. (2013) istotne jest, by spożywać mięso chude, ponieważ tłuste zawiera cholesterol i nasycone kwasy tłuszczowe, które powodują wzrost stężenia lipidów we krwi. Długotrwałe jego spożywanie prowadzi w konsekwencji do wzrostu ryzyka wystąpienia zawału mięśnia sercowego oraz sprzyja rozwojowi miażdżycy.

Oprócz mięsa w diecie człowieka duży udział mają przetwory mięsne, czyli produkty uzyskane w wyniku jego obróbki, wśród których wyróżnia się – wędliny i konserwy. Do wędlin

zalicza się: wędzonki, czyli peklowane produkty uzyskane z jednego lub kilku kawałków mięsa, poddane działaniu dymu wędzarniczego, kiełbasy – wyroby z rozdrobnionego mięsa, przypraw, tłuszczu i dodatków w osłonkach naturalnych lub sztucznych, wędliny podrobowe – przetwory z mięsa, tłuszczu i podrobów z dodatkiem lub bez dodatku krwi w osłonkach naturalnych, sztucznych lub formach, produkty blokowe – o częściowo lub całkowicie zachowanej strukturze tkankowej z dodatkiem przypraw, tłuszczu i podrobów w formach lub osłonkach sztucznych. Z kolei, konserwy to zamknięte hermetycznie produkty, które poddano zapewniającej im trwałość obróbce termicznej. Wyróżnia się konserwy tłuszczowe, blokowe, podrobowe, mięsne lub podroby w sosie oraz pasztety (Litwińczuk, 2012). Z uwagi na rodzaj obróbki termicznej, jakiej zostały poddane konserwy, dzieli się je na: trwałe w temperaturze pokojowej – nie wymagające przechowywania w chłodniach, pasteryzowane – wymagające przechowywania w chłodniach, poddane obróbce termicznej w temperaturze nie wyższej niż 100°C, sterylizowane – mogące (lub nie) wymagać przechowywania w chłodniach oraz poddane obróbce termicznej powyżej 100°C (Litwińczuk, 2012).

Wobec tego, że mięso i jego przetwory mają znaczący udział w diecie człowieka, podjęto badania w środowisku studenckim, których celem była analiza konsumenckich preferencji związanych z zakupem i spożyciem produktów mięsnych, opracowana na podstawie badań ankietowych.

Material i metody

Badania ankietowe przeprowadzono w maju i czerwcu 2015 r. wśród 50 studentów kierunku zootechnika w Pracowni Oceny Surowców Zwierzęcych Wydziału Hodowli i Biologii Zwierząt Uniwersytetu Technologiczno-Przyrodniczego w Bydgoszczy. Wyniki opracowano z uwzględnieniem podziału badanych studentów na trzy grupy wiekowe: 20–25 lat, 26–30 lat, powyżej 30 lat. Pochodzili oni ze wsi oraz miast o zróżnicowanej liczbie mieszkańców: do 10 tys., 10–50 tys., 50–100 tys., powyżej 100 tys. W kwestionariuszu ankietowym znajdowało się 47 pytań, 5 z nich miało charakter otwarty. Umieszczone w ankiecie pytania dotyczyły m.in.

kryteriów związanych z wyborem mięsa i jego przetworów, zwyczajów konsumpcyjnych i zakupowych, a także obaw z tym związanych. Należy zaznaczyć, że w przypadku odpowiedzi na niektóre pytania całkowita suma mogła przekraczać 100%, ponieważ respondenci wybrali więcej niż jedną odpowiedź. Tylko jedna osoba spośród 50 respondentów zadeklarowała, że nie spożywa mięsa, uzasadniając, że przyczyną rezygnacji z jego konsumpcji było stosowanie diety wegetariańskiej. Zatem, do dalszej analizy zostało zakwalifikowanych 49 kwestionariuszy. Wyniki, które uzyskano po przeprowadzonych badaniach ankietowych opracowano statystycznie. Wyliczono wartości liczbowe i procentowe przy pomocy programu Microsoft Excel.

Wyniki i dyskusja

Wśród ankietowanych większość stanowiły kobiety (69,5%). Najliczniej reprezentowaną grupą wiekową byli respondenci w przedziale 20–25 lat – stanowili oni 75,0% wszystkich ankietowanych (tab. 1). Najwięcej osób, bo 30,6% zadeklarowało, że pochodzi z trzyosobowego gospodarstwa domowego. Trzy czwarte ankietowanych wykazało dochód na osobę w rodzinie na poziomie średniej krajowej. Wśród osób biorących udział w badaniu ankietowym dominowali mieszkańcy wsi, którzy stanowili ponad połowę wszystkich respondentów. Jedna czwarta kwestionariuszy została wypełniona przez osoby zamieszkujące na stałe w miastach, których liczba mieszkańców przekracza 100 tys.

Przeprowadzone badania wykazały, że najchętniej spożywane jest mięso drobiowe (36,2% ogółu ankietowanych), a w dalszej kolejności preferowana jest wieprzowina (27,8%) (tab. 2). Duża część respondentów (25,1%) wskazywała na równomierny udział w swojej diecie mięsa drobiowego, ryb i wieprzowiny. Podobnie jak w badaniach Biegańskiego (2015), wśród ankietowanych w przedziale wiekowym 20–25 lat największym zainteresowaniem cieszyły się wieprzowina i drób, ich spożycie preferowało odpowiednio 27,8 i 25,0% studentów. Respondenci starsi, w wieku 26–30 i powyżej 30 lat deklarowali przede wszystkim urozmaiconą dietę, w skład której wchodziły, drób, ryby i wieprzowina. Augustyńska-Prejsner i in. (2014) podają, że wzra-

stająca konsumpcja mięsa drobiowego wynika z przystępnej ceny, bogatej oferty asortymentowej, wartości odżywczej i korzystnych właściwości sensorycznych oraz ograniczonej kaloryczności. Należy zaznaczyć, że do najbardziej rozwijających się rynków mięsa na świecie, w tym również w Polsce należy rynek drobiu (Konarska i in., 2015). Według Kukułowicza (2015) oraz Michalskiej i in. (2013) spożycie ryb przez Polaków jest nadal na zbyt niskim poziomie. Szacuje się, że są one jedzone raz w miesiącu, podczas gdy

zaleca się konsumpcję ryb i przetworów rybnych dwa razy w tygodniu (Kukułowicz, 2015).

Blicharski (2013) podaje, że krajowa wieprzowina zawiera obecnie dwukrotnie mniej tłuszczu niż dotychczas uważano, posiada korzystniejszy profil kwasów tłuszczowych w porównaniu z mięsem wołowym, korzystniejszą proporcję kwasów omega-6 i omega-3 w odniesieniu do mięsa drobiowego, a jej wartość odżywcza i prozdrowotna uległa znacznej poprawie w ciągu ostatnich 20 lat.

Tabela 1. Charakterystyka ankietowanych osób
Table 1. Characteristics of the respondents

	Wyszczególnienie <i>Item</i>	Liczba osób <i>Number of people</i>	%
Płeć <i>Sex</i>	kobieta <i>female</i>	34	69,5
	mężczyzna <i>male</i>	15	30,5
Wiek <i>Age</i>	20–25 lat/ <i>years old</i>	37	75,0
	26–30 lat/ <i>years old</i>	7	13,9
	powyżej 30 lat <i>over 30 years old</i>	5	11,1
Liczba osób w gospodarstwie domowym <i>Number of people in the household</i>	2 osoby/ <i>people</i>	3	5,5
	3 osoby/ <i>people</i>	15	30,6
	4 osoby/ <i>people</i>	11	22,2
	5 osób/ <i>people</i>	10	19,5
	6 osób/ <i>people</i>	4	11,2
	7 osób/ <i>people</i>	3	5,5
Dochód na osobę w rodzinie <i>Income per person in the family</i>	8 osób/ <i>people</i>	3	5,5
	poniżej średniej <i>below average</i>	7	13,9
	średni <i>average</i>	38	75,0
	powyżej średniej <i>above average</i>	4	11,1
Miejsce zamieszkania <i>Place of residence</i>	wieś <i>village</i>	26	52,8
	miasto do 10 tys. mieszkańców <i>town up to 10 thous. inhabitants</i>	4	8,3
	miasto liczące 10–50 tys. mieszkańców <i>town between 10 and 50 thous. inhabitants</i>	1	2,8
	miasto liczące 50–100 tys. mieszkańców <i>town between 50 and 100 thous. inhabitants</i>	4	11,1
	miasto liczące powyżej 100 tys. mieszkańców <i>town over 100 thous. inhabitants</i>	14,0	25,0

Przeprowadzone badania wykazały, że najchętniej spożywane jest mięso drobiowe (36,2% ogółu ankietowanych), a w dalszej kolejności preferowana jest wieprzowina (27,8%) (tab. 2). Duża część respondentów (25,1%) wskazywała na równomierny udział w swojej diecie mięsa drobiowego, ryb i wieprzowiny. Podobnie jak w badaniach Biegańskiego (2015), wśród ankietowanych w przedziale wiekowym 20–25 lat największym zainteresowaniem cieszyły się wieprzowina i drób, ich spożycie preferowało odpowiednio 27,8 i 25,0% studentów. Respondenci starsi, w wieku 26–30 i powyżej 30 lat deklarowali przede wszystkim urozmaiconą dietę, w skład której wchodziły: drób, ryby i wieprzowina. Augustyńska-Prejsner i in. (2014) podają, że wzrastająca konsumpcja mięsa drobiowego wynika z przystępnej ceny, bogatej oferty asortymentowej, wartości odżywczej

i korzystnych właściwości sensorycznych oraz ograniczonej kaloryczności. Należy zaznaczyć, że do najbardziej rozwijających się rynków mięsa na świecie, w tym również w Polsce należy rynek drobiu (Konarska i in., 2015). Według Kukułowicza (2015) oraz Michalskiej i in. (2013) spożycie ryb przez Polaków jest nadal na zbyt niskim poziomie. Szacuje się, że są one jedzone raz w miesiącu, podczas gdy zaleca się konsumpcję ryb i przetworów rybnych dwa razy w tygodniu (Kukułowicz, 2015). Blicharski (2013) podaje, że krajowa wieprzowina zawiera obecnie dwukrotnie mniej tłuszczu niż dotychczas uważano, posiada korzystniejszy profil kwasów tłuszczowych w porównaniu z mięsem wołowym, korzystniejszą proporcją kwasów omega-6 i omega-3 w odniesieniu do mięsa drobiowego, a jej wartość odżywcza i prozdrowotna uległa znacznej poprawie w ciągu ostatnich 20 lat.

Tabela 2. Preferencja rodzajów mięsa w zależności od wieku ankietowanych
 Table 2. Preferences of meat types according to age of respondents

Gatunek mięsa <i>Type of meat</i>	Grupy wiekowe – Age groups (%)			
	20–25 lat/ <i>years old</i>	26–30 lat/ <i>years old</i>	powyżej 30 lat <i>over 30 years old</i>	ogółem <i>total</i>
Wieprzowina <i>Pork</i>	27,8	0,0	0,0	27,8
Drób <i>Poultry</i>	25,0	5,6	2,8	36,2
Drób, ryby, wieprzowina <i>Poultry, fish, pork</i>	13,9	5,6	5,6	25,1
Drób, ryby, wołowina <i>Poultry, fish, beef</i>	0,0	2,8	0,0	2,8
Drób, ryby <i>Poultry, fish</i>	2,7	0,0	2,7	5,4
Ryby <i>Fish</i>	2,7	0,0	0,0	2,7

Najwięcej respondentów (55,2%) deklarowało spożywanie mięsa kilka razy w tygodniu (tab. 3). Znacznie mniej badanych konsumowało mięso raz (19,6%), dwa (14,0%) oraz kilka razy (11,2%) dziennie. Częstotliwość jego spożycia w poszczególnych grupach wiekowych różniła się nieznacznie. Zwraca tylko uwagę fakt, że

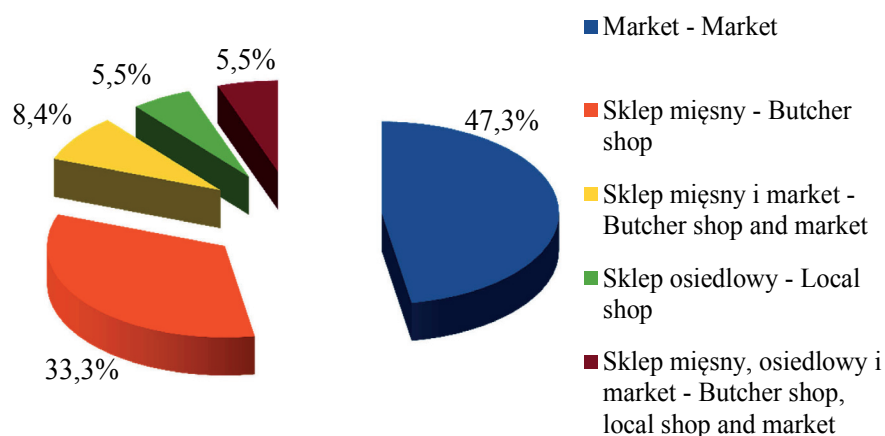
11,2% studentów w wieku 20–25 lat, w odróżnieniu od starszych kolegów, spożywało mięso kilka razy dziennie. Uzyskane wyniki są w pewnym stopniu zbliżone z badaniami Kosickiej-Gębskiej i Gębskiego (2013), w których 43,9% konsumentów jadło mięso kilka razy w tygodniu, a 27,2% codziennie.

Tabela 3. Częstość spożycia mięsa
Table 3. Frequency of meat consumption

Częstość spożycia mięsa <i>Frequency of meat consumption</i>	Przedział wiekowy – Age range (%)			
	20–25 lat/ <i>years old</i>	26–30 lat/ <i>years old</i>	powyżej 30 lat <i>over 30 years old</i>	ogółem <i>total</i>
Kilka razy w tygodniu <i>Several times a week</i>	44,4	5,6	5,2	55,2
1 raz dziennie <i>Once a day</i>	11,2	2,8	5,6	19,6
2 razy dziennie <i>Twice a day</i>	8,4	2,8	2,8	14,0
Kilka razy dziennie <i>Several times a day</i>	11,2	0,0	0,0	11,2

Zdecydowana większość ankietowanych studentów (47,3%) dokonywała zakupu mięsa w marketach, wśród których można wyróżnić supermarkety o powierzchni nie przekraczającej 2,5 tys. m² oraz o powierzchni 6–12 tys. m², a 33,3% respondentów nabywało je w sklepach mięsnych (rys. 1). Najmniejszą popularnością cieszyły się sklepy osiedlowe, czyli małe sklepy o powierzchni nie przekraczającej kilkudziesięciu metrów kwadratowych, usytuowane w sąsiedztwie wielorodzinnej zabudowy piętrowej. Niewielu studentów deklarowało zaopatrywanie się w mięso w różnych źródłach (5,5%) – w marketach, sklepach osiedlowych i mięsnych.

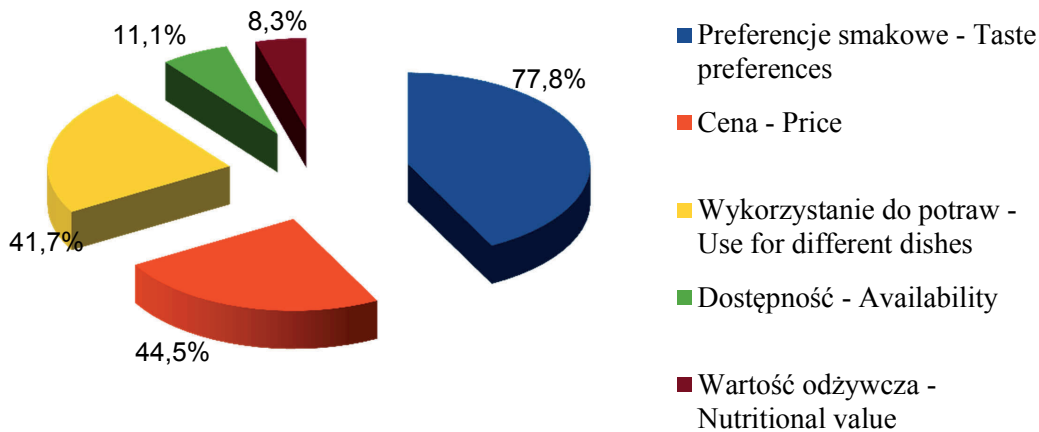
Podobne wyniki dotyczące zakupu mięsa w dużych sieciach handlowych (43%) uzyskali Salejda i in. (2013). Z badań Nowaka i Trziszki (2010) wynika natomiast, że większość pytanych (31,0%) nabywała mięso drobiowe w sklepach mięsnych lub firmowych. 26,1% badanych zadeklarowało, że zakupów dokonuje w małych sklepach spożywczych i innych, 23,3% kupowało ten produkt w osiedlowych sklepach spożywczych, a najmniej, bo 21,3% – w supermarketach i marketach. W badaniach Kasprzak i Jaworskiej (2010) ponad połowa (55%) konsumentów zaopatrywała się w mięso w sklepie mięsnym, 28% w gospodarstwie rolnym, a najmniej, bo 17% w supermarkecie.



Rys. 1. Miejsce zakupu mięsa (%)
Fig. 1. Place of meat purchase (%)

W badaniach własnych, podobnie jak w pracy Salejdy i in. (2013) najważniejszym kryterium wyboru rodzaju kupowanego i spożywanego mięsa okazały się preferencje smakowe, które stanowiły 77,8% odpowiedzi (rys. 2). Na drugim miejscu znalazła się cena, a jako trzecie kryterium respondenci wskazywali przydatność do przygotowania różnych potraw. Na kolejnych miejscach uplasowały się: dostępność towaru, wartość odżywcza i wpływ reklamy. Uzyskane wyniki są zgodne z badaniami Troy i Kerry (2010), którzy

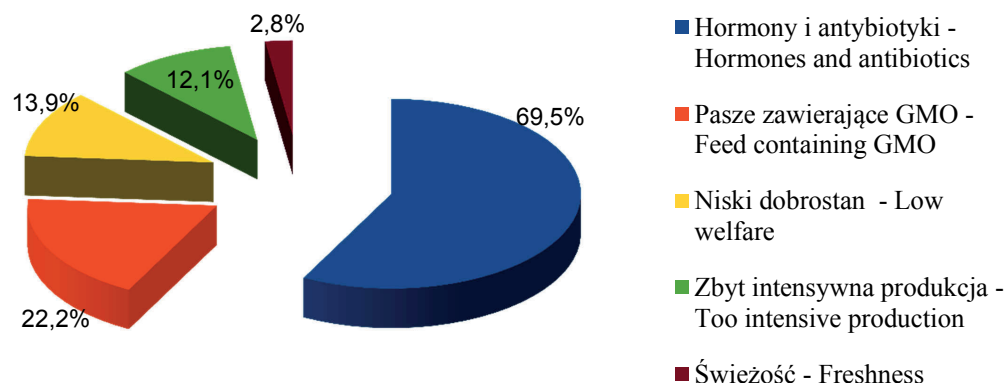
stwierdzili, że wśród najbardziej istotnych cech wpływających na jakość produktu mięsnego konsumenci wskazali te, które były związane ze smakiem i aromatem. W badaniach Kowalczuka (2007), przeprowadzonych na grupie 100 respondentów z województwa mazowieckiego w wieku 50 lat i powyżej, za najważniejsze kryterium konsumenci uznali świeżość mięsa i jego cenę. Według Grębowca (2015), konsumenci podejmując decyzje nabywcze dotyczące mięsa i wędlin kierują się często ich jakością.



Rys. 2. Miejsce zakupu mięsa (%)
Fig. 2. Place of meat purchase (%)

Z konsumpcją mięsa są związane pewne zagrożenia. Temat ten co pewien czas powraca, zwłaszcza w kontekście afrykańskiego pomoru świń, ptasiej grypy, stosowania w żywieniu hormonów i antybiotyków oraz organizmów genetycznie modyfikowanych (Litwińczuk, 2012; Migdał, 2007; Sitarz i Janczar-Smuga, 2012). Pomimo zakazu stosowania w żywieniu zwierząt pasz zawierających antybiotyki i hormony, prawie 70% ankietowanych uznało te substancje za największe zagrożenie jakości mięsa (rys. 3). Na drugim

miejscu studenci wskazali stosowanie pasz zawierających komponenty genetycznie modyfikowane (22,2%), a na kolejnych – zbyt niski dobrostan zwierząt (13,9%) i zbyt intensywną produkcję (12,1%). Z badań Salejdy i in. (2013) wynika natomiast, że respondenci za największe zagrożenie uznali stosowanie w żywieniu zwierząt rzeźnych pasz zawierających rośliny genetycznie modyfikowane (31,3%) oraz skażenie mikrobiologiczne pałeczkami *Salmonelli*, najmniej natomiast obawiali się obecności w paszach antybiotyków.



Rys. 3. Rodzaj zagrożenia (%)

Fig. 3. Type of threat (%)

W przeciwieństwie do badań Nowaka i Trziszki (2010), które wykazały, że respondenci najczęściej spożywają mięso gotowane (84,3%), badania własne wskazują, że najczęściej, bo 41,7% osób konsumowało mięso sma-

ne lub pieczone (tab. 4).

Jednakowa liczba ankietowanych deklarowała, że preferuje mięso smażone lub gotowane (13,9%), smażone i pieczone (13,9%), a także gotowane i pieczone (13,9%).

Tabela 4. Sposoby przyrządzania mięsa

Table 4. Ways of preparing meat

Obróbka termiczna mięsa <i>Heat treatment of meat</i>	Udział (%) <i>Share (%)</i>
Smażone – <i>Fried</i>	13,9
Smażone, pieczone – <i>Fried, baked</i>	41,7
Gotowane, pieczone – <i>Boiled, baked</i>	13,9
Gotowane, pieczone, smażone – <i>Boiled, baked, fried</i>	13,9
Pieczone, duszone – <i>Baked, stewed</i>	8,3
Pieczone, duszone, grillowane – <i>Baked, stewed, grilled</i>	8,3

Z objętych badaniami przetworów mięsnych respondenci najczęściej spożywali wędzonki i kielbasy (23,3% ogólnej liczby respondentów) lub wędzonki, kielbasy i wędliny

podrobowe (22,9%) (tab. 5). Na ten asortyment wskazywali przede wszystkim najmłodszy studenci (grupa wiekowa 20–25 lat), starsi preferowali wędzonki.

Tabela 5. Wybór przetworów mięsnych w zależności od grupy wiekowej
 Table 5. Choice of meat products depending on the age group

Rodzaj przetworów mięsa Type of meat products	Grupy wiekowe – Age groups (%)			
	20–25 lat years old	26–30 lat years old	powyżej 30 lat over 30 years old	ogółem total
Wędzonki, kielbasy Smoked, sausages	23,3	0,0	0,0	23,3
Wędzonki, kielbasy, wędliny podrobowe Smoked, sausages, offal products	22,9	0,0	0,0	22,9
Wędzonki, konserwy Smoked, preserves	11,1	0,0	0,0	11,1
Kielbasy Sausages	8,6	0,0	0,0	8,6
Wędzonki, kielbasy, konserwy, wędliny podrobowe, wyroby garmazeryjne Smoked, sausages, preserves, offal sausages, delicatessen goods	5,7	0,0	0,0	5,7
Wędzonki Smoked meat	5,7	5,7	5,7	17,1
Wędzonki, wędliny podrobowe Smoked, offal sausages	2,8	0,0	0,0	2,8
Wędzonki, kielbasy, konserwy Smoked, sausages, preserves	2,8	2,8	2,8	8,4

Blisko połowa (44,5%) ogółu ankietowanych spożywała przetwory mięsne kilka razy w tygodniu (tab. 6), co jest zbliżone z badaniami Nowaka i Trziszki (2010) oraz Kosickiej-Gębskiej i Gębskiego (2013). Najmniej respondentów (2,8%) deklarowało ich konsumpcję kilka razy dziennie. Najmłodszy studenci (20–25 lat) najczęściej jedli

przetwory mięsne kilka razy w tygodniu. Wśród respondentów w wieku 26–30 lat produkty te konsumowane były raz dziennie (5,6%) lub kilka razy w tygodniu (5,6%). Wśród studentów w wieku powyżej 30 lat najliczniejszą grupę stanowiły osoby uwzględniające w swojej diecie wyżej wymienione produkty jeden raz dziennie (8,6%).

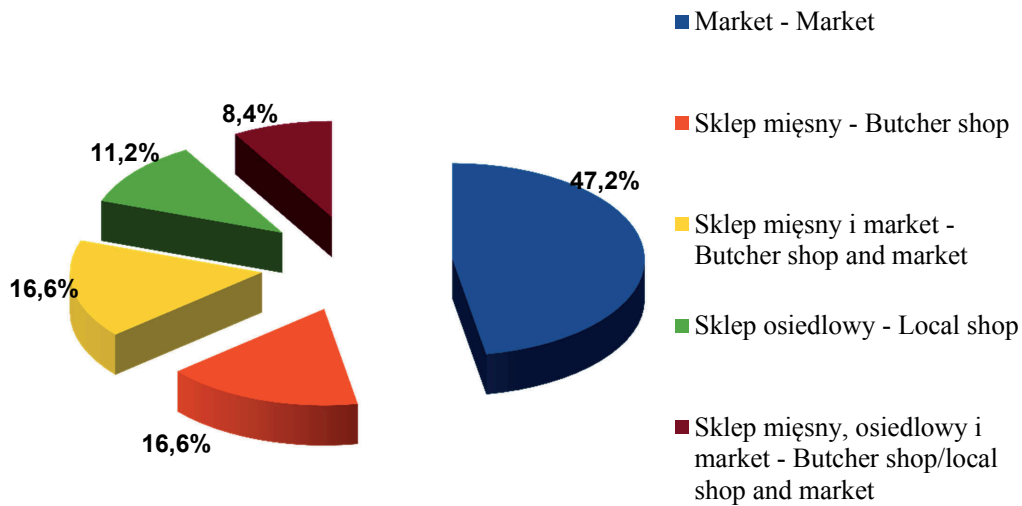
Tabela 6. Częstość spożycia przetworów mięsnych
 Table 6. Frequency of meat products consumption

Częstość spożycia przetworów mięsnych Frequency of meat products consumption	Przedział wiekowy – Age range (%)			
	20–25 lat years old	26–30 lat years old	powyżej 30 lat over 30 years old	ogółem total
Kilka razy w tygodniu Several times a week	36,1	5,6	2,8	44,5
1 raz dziennie Once a day	22,2	5,6	8,6	33,3
2 razy dziennie Twice a day	13,9	2,8	2,8	19,4
Kilka razy dziennie Several times a day	2,8	0,0	0,0	2,8

Podobnie jak w przypadku mięsa, zdecydowana większość respondentów (47,2%) dokonywała zakupu przetworów mięsnych w marketach (rys. 4).

Jednakowa liczba wskazywała wyłącznie sklepy mięsne (16,6%) lub osiedlowe, sklepy mięsne i markety (16,6%) jako miejsca zaopatrzenia się w omawiany asortyment.

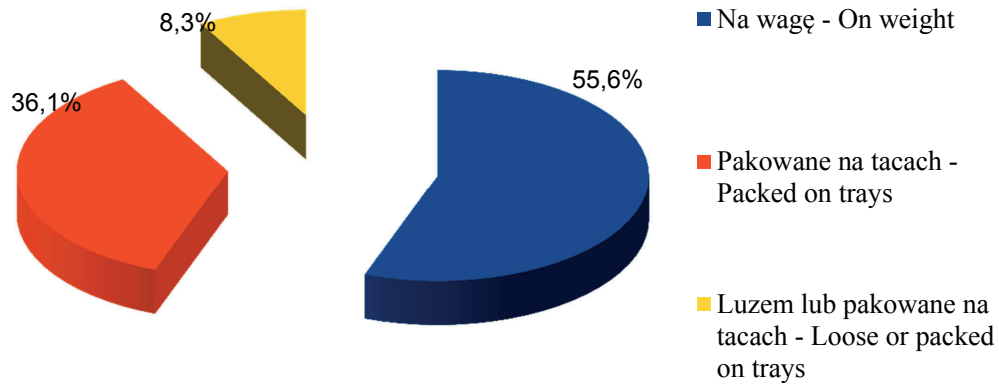
Z badań przeprowadzonych przez Salejdę i in. (2013) wynika, że miejscem zakupu mięsa i jego przetworów są przede wszystkim duże sklepy handlowe, tj. super- i hipermarkety oraz dyskonty, czyli duże sklepy oferujące podstawowy asortyment żywnościowy i przemysłowy w sposób, który minimalizuje koszty sprzedaży, np.: Biedronka, Lidl, Żabka, itp.



Rys. 4. Miejsce zakupu przetworów mięsnych
 Fig. 4. Place to buy meat products

Zdecydowana większość, bo 55,6% respondentów zadeklarowało kupno przetworów mięsnych na wagę, 36,1% nabywało omówione produkty na tacach, a 8,3% na wagę oraz pakowa-

ne na tacach (rys. 5). Podobne wyniki badań uzyskali Nowak i Trziszka (2010), w których 77,7% respondentów wskazało, że najczęściej kupują mięso na wagę.



Rys. 5. Postać kupowanych przetworów mięsnych
 Fig. 5. The form of purchased meat products (%)

77,7% studentów biorących udział w ankiecie oceniło jakość spożywanego mięsa jako dobrą, 16,7% – jako dostateczną, a zaledwie 5,6% jako bardzo dobrą (tab. 7).

Z badań przeprowadzonych przez Połom i Baryłko-Pikielną (2004) wynika, że aż 59,0% respondentów uznało jakość konsumowanego przez nich mięsa wieprzowego za bardzo dobrą. Należy sądzić, że powodem tak dużej rozbieżności wyników jest fakt, że badania własne prze-

wadzone były na Wydziale Hodowli i Biologii Zwierząt UTP w Bydgoszczy wśród studentów kierunku zootechnika, których wiedza na temat jakości mięsa i sposobów jej rozpoznawania jest wyższa niż u przeciętnego konsumenta.

Według Grębowca (2015), konsumenci dobrze oceniają mięso i wędliny polskiego rynku pod względem jakości, natomiast ich wiedza na temat systemów zarządzania jakością nie jest zbyt duża.

Tabela 7. Jakość spożywanego mięsa
 Table 7. Quality of consumed meat

Jakość spożywanego mięsa <i>Quality of consumed meat</i>	Udział (%) <i>Share (%)</i>
Bardzo dobra – <i>Very good</i>	5,6
Dobra – <i>Good</i>	77,7
Dostateczna – <i>Sufficient</i>	16,7

Podobnie jak w przypadku mięsa, większość respondentów (75,0%) określiła jakość konsumowanych przetworów mięsnych jako dobrą, a 19,5% jako dostateczną (tab. 8). Warto podkreślić, że wśród konsumentów wzrasta zainteresowanie żywnością wysokiej jakości (Cichocka i in., 2016). Z badań Font-i-Furnols i Guerrero

(2014) wynika, że wiele czynników kształtuje zachowanie konsumentów odnośnie mięsa i przetworów mięsnych. Preferencje konsumentów i ich odczucia zależą nie tylko od wyglądu i właściwości sensorycznych mięsa i przetworów mięsnych, ale także od aspektów psychologicznych i marketingowych.

Tabela 8. Jakość spożywanego przetworów mięsnych
Table 8. Quality of consumed meat products

Jakość spożywanego przetworów mięsnych <i>Quality of consumed meat products</i>	Udział (%) <i>Share (%)</i>
Bardzo dobra – <i>Very good</i>	5,5
Dobra – <i>Good</i>	75,0
Dostateczna – <i>Sufficient</i>	19,5

Podsumowanie i wnioski

Na podstawie przeprowadzonych badań ankietowych wśród konsumentów będących studentami kierunku zootechnika na Wydziale Hodowli i Biologii Zwierząt UTP w Bydgoszczy można stwierdzić, że respondenci spożywali przede wszystkim mięso drobiowe (36,2%) oraz wieprzowinę (27,8%). Najwięcej ankietowanych kupowało mięso i przetwory mięsne kilka razy w tygodniu w marketach. Zdecydowana większość stosowała jako obróbkę termiczną smażenie lub pieczenie (41,6%). Najważniejszym

kryterium decydującym o wyborze rodzaju spożywanego produktu mięsnych okazały się preferencje smakowe. Znaczna większość studentów objętych badaniami oceniła jakość konsumowanego mięsa i przetworów mięsnych jako dobrą.

Podziękowania:

Składam serdeczne podziękowania za pomoc i cenne uwagi w trakcie pisania artykułu dla dr hab. inż. Bożeny Barczak, prof. nadzw. UTP, lek. med. Sebastiana Moskala, dr inż. Przemysława Wasilewskiego i dr inż. Tomasza Bucka.

Literatura

- Augustyńska-Prejsner A., Ormian M., Gajdek G. (2014). Wybory rynkowe mięsa kurcząt brojlerów w opinii studentów. *J. Agr. Rural Dev.*, 3 (33): 5–13.
- Biegański M. (2015). Produkcja drobiarska w Polsce – wybrane zagadnienia, *Pol. Drob.*, 207, 34.
- Blicharski T. (red.). (2013). Aktualna wartość dietetyczna wieprzowiny, jej znaczenie w diecie i wpływ na zdrowie konsumentów. *Polski Związek Hodowców i Producentów Trzody Chlewnej „POLSUS”*.
- Cichocka I., Krupa J., Shypot A. (2016). Organic food in the commercial offer and consumer preferences while purchasing it. *J. Agr. Rural Dev.*, 3 (41): 273–281.
- Font-i-Furnols M., Guerrero L. (2014). Consumer preference, behavior and perception about meat and meat products: An overview. *Meat Sci.*, 98: 361–371.
- Grębowiec M. (2015). Rola jakości w podejmowaniu decyzji nabywczych przez konsumentów na przykładzie rynku mięsa i wędlin. *J. Agr. Rural Dev.*, 1 (35): 39–47.
- Kasprzak A., Jaworska K. (2010). Evaluation of factors determining consumer preferences relating to pork quality. *Ann. UMC-S, Lublin-Polonia, XXVIII (3), Sectio EE*.
- Knecht D., Środoń S. (2012). Determinanty opłacalności chowu trzody chlewnej w 2012 roku. *Prz. Hod.*, 2: 3–4.
- Konarska M., Sakowska A., Przybysz M.A., Popis E. (2015). Produkcja i spożycie mięs drobiowego na świecie

- i w Polsce w latach 2000–2014. Zesz. Nauk. SGGW w Warszawie. Problemy Rolnictwa Światowego, 2: 96–105.
- Kosicka-Gębska M., Gębski J. (2013). Wpływ wyróżników jakości zachowania konsumentów mięsa. Stowarzyszenie Ekonomistów Rolnictwa i Agrobiznesu, Roczn. Nauk, 15, 1: 98–104.
- Kowalczyk I. (2007). Zachowania nabywcze na rynku żywności osób w średnim i starszym wieku, Acta Sci. Polon. Oecon., 6, 2: 61–70.
- Koziorok W., Baumgart A., Babicz-Zielińska E. (2012). Postawy i zachowania konsumentów wobec żywności prozdrowotnej, Bromatologia Chemia Toksykologia, XLV, 3: 1030–1034.
- Krełowska-Kułas M. (2005). Badania preferencji konsumenckich żywności wygodnej. Zesz. Nauk. Akademii Ekonomicznej w Krakowie, 678: 141–148.
- Kukułowicz A. (2015). Ocena częstości spożycia ryb oraz wiedzy konsumentów dotyczącej roli białka ryb w żywieniu człowieka. Bromatologia i Chemia Toksykologiczna, 4: 736–742.
- Kumirska J., Gołębiowski M., Paszkiewicz M., Bychowska A. (2010). Analiza żywności. Skrypt z ochrony środowiska. Wyd. Uniwersytetu Gdańskiego, ss. 1–276.
- Litwińczuk Z. (red.) (2012). Towaroznawstwo surowców i produktów zwierzęcych z podstawami przetwórstwa. PWRiL, Warszawa.
- Michalska G., Nowachowicz J. (2009). Spożycie artykułów żywnościowych z udziałem mięsa o właściwościach prozdrowotnych. Format UTP, Kwartalnik UT-P w Bydgoszczy, wyd. spec., ss. 9–12.
- Michalska G., Nowachowicz J., Bucek T., Wasilewski P.D., Kmiecik M. (2013). Spożycie artykułów żywnościowych z udziałem mięsa i jego przetworów. Prz. Hod., 6: 12–14.
- Migdał W. (2007). Spożycie mięsa a choroby cywilizacyjne. Żywność. Nauka. Technologia. Jakość, 6, 55: 48–61.
- Nowak M., Trziszka T. (2010). Zachowania konsumentów na rynku mięsa drobiowego, Żywność, Nauka, Technologia, Jakość, 1 (68): 114–120.
- Orłowska M. (2005). Skuteczne diety. Wyd. O-press sp. z o.o.
- Połom A., Baryłko-Pikielna N. (2004). Analiza czynników decydujących o preferencjach polskich konsumentów mięsa wieprzowego. Żywność. Nauka. Technologia. Jakość, 3, 40: 7–23.
- Salejda A., Korzeniowska M., Krasnowska G. (2013). Zachowania konsumentów na rynku mięsa. Nauki Inżynierskie i Technologiczne, 4, 11: 94–108.
- Sitarz S., Janczar-Smuga M. (2012). Współczesne zagrożenia bezpieczeństwa żywności, możliwości ich kontroli oraz eliminacji. Nauki Inżynierskie i Technologiczne, 2, 5.
- Świdorski F. (red.) (2003). Towaroznawstwo żywności przetworzonej. Wyd. SGGW, Warszawa.
- Tereszkiewicz K. (2017). Surowce pochodzenia zwierzęcego. Mięso. Wykład 2: 1–40.
- Troy D.J., Kerry J.P. (2010). Consumer perception and the role of science in the meat industry. Meat Sci., 86: 215–218.

CONSUMER PREFERENCES RELATED TO THE PURCHASE AND MEAT CONSUMPTION

Summary

The aim of the study was to present the consumer preferences related to the purchase and consumption of meat products based on a survey research. The questionnaire had 47 questions. The study was conducted in 2015 on the group of students of Animal Production course at the Faculty of Animal Breeding and Biology of the University of Science and Technology in Bydgoszcz. The examined group consisted of 50 University students. The majority were women (69.5%). The surveyed students mainly eat poultry meat (36.2%) and pork (27.8%). Most respondents bought meat and meat products several times a week in markets. The vast majority used frying or baking as a heat treatment (41.6%). The most important criterion for the choice of type of meat products were taste preferences. The majority of the examined students evaluated the quality of meat and meat products as good.

Key words: consumer preferences, meat products, survey research