NAUKI INŻYNIERSKIE I TECHNOLOGIE ENGINEERING SCIENCES AND TECHNOLOGIES
4(11) • 2013

ISSN 2080-5985

Anna Marietta Salejda, Małgorzata Korzeniowska, Grażyna Krasnowska
Uniwersytet Przyrodniczy we Wrocławiu
e-mail: anna.salejda@up.wroc.pl

ZACHOWANIA KONSUMENTÓW NA RYNKU MIĘSA

Streszczenie: Celem opracowania było przedstawienie zachowań konsumentów wobec oferowanego na rynku mięsa zwierząt rzeźnych, dziczyzny i drobiu. W badaniach zastosowano wywiady bezpośrednie z użyciem kwestionariusza zawierającego pytania zamknięte i otwarte dotyczące kryteriów wyboru mięsa, atrybutów jego jakości oraz zwyczajów zakupowych i konsumpcyjnych. Badania wskazały, iż konsumenci włączają mięso do swojej diety najczęściej 2-3 razy w tygodniu, ze względu na jego smak, przyzwyczajenia oraz wartość odżywczą. Poszukują produktów o wysokiej jakości i bezpiecznych, czego wyznacznikiem jest marka lub producent mięsa. Z analizy uzyskanych danych można wnioskować, że zdecydowana większość konsumentów najczęściej w swoich decyzjach zakupowych wybiera mięsa drobiu, przy czym wiek i miejsce zamieszkania nie mają wpływu na wybór poszczególnych gatunków mięs.

Słowa kluczowe: mięso, konsument, kryteria wyboru.

1. Wstęp

Mięso zwierząt rzeźnych i drobiu jest głównym składnikiem produktów pochodzenia zwierzęcego w diecie mieszkańców większości krajów świata [Daczkowska-Kozon 2005]. Duże spożycie mięsa wynika z tradycji, zwyczajów żywieniowych, wysokich walorów smakowych, łatwości przygotowania i stosunkowo niskich cen.

Mięso i jego przetwory są doskonałym uzupełnieniem urozmaiconej diety, dostarczają bowiem wiele cennych składników odżywczych, takich jak: niezbędne aminokwasy, jony żelaza, cynku, selenu czy witamina B6. Są źródłem łatwo przyswajalnego białka o wysokiej zawartości niezbędnych aminokwasów [Gawęcki, Mossor-Pietraszewska 2004; Kapusta 2009]. Jednakże, tak jak inne komponenty ludzkiej diety, zawierają składniki, które występując w dużej ilości lub w niewłaściwych proporcjach, mogą mieć niekorzystny wpływ na zdrowie, np. nasycone kwasy tłuszczowe, cholesterol, sól [Jimenez-Colomero i in. 2001]. Wyniki prowadzonych badań dotyczących składników żywności i związanych z nimi aspektów zdrowotnych, a także nagłaśniane w mediach „afery mięsne", np. epidemia choro-

by szalonych krów czy ptasia grypa, dioksyny w mięsie kurcząt czy sól techniczna w przetworach, mają odzwierciedlenie w poziomie spożycia mięsa i jego przetworów. Zmiany w popycie mają charakter dynamiczny i wymagają ciągłego monitorowania. Jednym ze sposobów obserwowania zachowań konsumentów i uzyskiwania informacji o sytuacji na rynku mięsa jest prowadzenie badań ankietowych.

Celem niniejszego opracowania jest zaprezentowanie wyników badań dotyczących zachowań konsumentów oraz kryteriów mających znaczenie w wyborze mięsa kulinarnego.

2. Materiały i metody badawcze

W badaniach zastosowano wywiady bezpośrednie z użyciem kwestionariusza zawierającego pytania zamknięte i otwarte dotyczące kryteriów wyboru mięsa, atrybutów jego jakości oraz zwyczajów zakupowych i konsumpcyjnych.

Badanie przeprowadzono w 2012 r. na terenie województwa dolnośląskiego, przebadano osoby zamieszkujące głównie na terenie dwóch miast różniących się liczbą mieszkańców (Wrocław, powyżej 500 tys., i Legnica, powyżej 100 tys.) oraz osoby zamieszkujące pobliskie miejscowości wiejskie. Jako narzędzie badawcze wykorzystano bezpośredni kwestionariusz ankietowy, w którym 15 pytań (zamkniętych, w niektórych przypadkach z możliwością udzielenia własnej odpowiedzi) dotyczyło istoty prowadzonych badań, a 7 pytań dotyczyło danych osobowych respondentów.

Przeprowadzono 200 wywiadów. Dobór próby miał charakter celowy – w badaniu uczestniczyły osoby spełniające kryterium wieku i miejsca zamieszkania. Po analizie odpowiedzi na pierwsze i drugie pytanie, w którym respondenci deklarowali, czy spożywają mięso i jaki jest powód odpowiedzi przeczącej, do dalszej analizy zakwalifikowano 192 kwestionariusze.

W celu ustalenia związku między płcią, wiekiem i miejscem zamieszkania respondentów a zmiennymi charakteryzującymi zwyczaje konsumpcyjne wobec poszczególnych rodzajów mięsa zastosowano test χ^2, z użyciem programu Microsoft Excel, przyjmując poziom istotności $\alpha = 0{,}05$. Wartości krytyczne zostały odczytane z tabeli rozkładu chi-kwadrat przy poziomie istotności $\alpha = 0{,}05$ i przy $(r\text{-}1)(k\text{-}1)$ stopniach swobody.

Wśród ankietowanych (tab. 1) większą część stanowiły kobiety (65,5%). Najliczniej reprezentowane były grupy wiekowe 31-45 oraz 46-60 lat (odpowiednio: 31,7 i 26,6%). Większość respondentów miała wykształcenie średnie (43,9%), tylko 7 osób zadeklarowało wykształcenie na poziomie podstawowym. Niespełna trzy czwarte ankietowanych (72,4%) stanowili mieszkańcy dużych ośrodków miejskich. Niemal co trzecie gospodarstwo domowe osiągało dochód miesięczny w wysokości od 1001 do 1500 zł na jednego członka rodziny, przy czym 36,7% gospodarstw liczyło jedną lub dwie osoby.

Tabela 1. Struktura społeczno-ekonomiczna respondentów

Specyfikacja		Udział (%)
Płeć	kobieta	65,5
	mężczyzna	34,5
Wiek	20-30 lat	26,1
	31-45 lat	31,6
	46-60 lat	26,6
	> 60 lat	15,6
Wykształcenie	średnie	43,9
	zawodowe	17,7
	podstawowe	3,5
	wyższe	34,8
Liczba osób w gospodarstwie domowym	1-2	36,7
	3	33,2
	4	24,1
	5 i powyżej	6,0
Dochody miesięczne gospodarstwa domowego	do 600 zł	13,6
	601-1000 zł	29,1
	1001-1500 zł	32,7
	> 1500 zł	24,6
Miejsce zamieszkania	małe miasto	9,5
	duże miasto	72,4
	wieś	18,1

Źródło: opracowanie własne.

3. Wyniki i dyskusja

W pierwszym pytaniu przeprowadzonej ankiety respondenci musieli zadeklarować, czy w ogóle spożywają mięso, odpowiedź negatywna wykluczała pytaną osobę z dalszej części ankiety. Tylko 8 respondentów zadeklarowało, że nie uwzględnia mięsa w swojej diecie. Przy czym główną przyczyną rezygnacji z konsumpcji mięsa jest stosowana dieta, np. wegetarianizm (62,5% odpowiedzi). Trzy osoby stwierdziły, że mięso im nie smakuje, natomiast wyznania religijne i cena nie miały znaczenia dla żadnej z ankietowanych osób.

W tabeli 2 zebrano wyniki dotyczące wyboru poszczególnych gatunków mięsa. Konsumenci w swoich decyzjach zakupowych najczęściej sięgali po mięso z kurcząt (87,5%) oraz wieprzowe (83,3%). Przy czym chętniej wybierali te gatunki mięsa mieszkańcy dużych miast i wsi niż małego miasta. Dużym zainteresowaniem cieszy-

ło się również mięso indycze, na które wskazano w 37% odpowiedzi ankietowanych. Spożycie baraniny, jagnięciny oraz ryb kształtowało się na podobnym poziomie, tj. 3,1%. Niespełna 6% ankietowanych zadeklarowało, że kupuje dziczyznę, a tylko 1 respondent kupuje koninę. Wybór poszczególnych rodzajów mięs był różny w badanych grupach wiekowych ankietowanych. Osoby do 60. roku życia w swoich decyzjach zakupowych najczęściej wybierali mięso drobiowe, natomiast starsi respondenci częściej spożywają wieprzowinę i nieznacznie rzadziej mięso kurcząt. Najwyższe spożycie wołowiny zadeklarowali ankietowani do 30. roku życia, najniższe osoby najstarsze.

Tabela 2. Wybór poszczególnych gatunków mięsa w zależności od wieku ankietowanych [% odpowiedzi]

Gatunek mięsa	Grupy wiekowe respondentów				
	20-30 lat	31-45 lat	46-60 lat	> 60 lat	ogółem
– wieprzowe	22,4	24,5	23,9	12,5	83,3
– wołowe	15,2	11,6	13,7	8,4	48,9
– kurcząt	23,7	26,9	25,8	11,1	87,5
– indycze	10,0	13,2	8,7	5,0	37,0
– kacze	4,2	4,2	2,6	4,2	15,1
– baranina, jagnięcina	0,00	2,6	0,0	0,5	3,1
– dziczyzna	1,6	1,6	2,6	0,0	5,7
– konina	0,0	0,5	0,0	0,0	0,5
– ryby	0,5	1,0	1,0	0,5	3,1

Źródło: opracowanie własne.

W odniesieniu do powyższego pytania ankiety przeprowadzono również analizę danych testem χ^2 (tab. 3) celem określenia wpływu czynników demograficznych, takich jak: miejsce zamieszkania, wiek i płeć respondentów, przyjmując poziom istotności $\alpha = 0{,}05$. W związku z tym, że wartości testu χ^2 były mniejsze od $\chi^2\alpha$, można stwierdzić, że nie istnieje zależność pomiędzy odpowiedziami udzielonymi na pytanie znajdujące się w ankiecie a miejscem zamieszkania oraz wiekiem respondentów (przy $\alpha = 0{,}05$). Zatem wybór poszczególnych rodzajów mięsa odbywa się niezależnie od tych kryteriów. Natomiast wyniki testu wskazują, że istnieje zależność pomiędzy odpowiedziami na pytanie a płcią respondentów.

Jeszcze w latach 90. polski konsument był zdecydowanym zwolennikiem mięsa wieprzowego, co potwierdzają wyniki badań Adamczyk [2002], dotyczące wybranych aspektów zachowań konsumpcyjnych i wzorców spożycia żywności w polskich gospodarstwach domowych w latach 90. W pracy wykazano, że prawie połowa spożywanego mięsa miała postać przetworów, ale już wtedy można było zauważyć tendencję spadkową na rzecz mięsa drobiowego. Również badania innych autorów na temat postaw i preferencji konsumentów na rynku produktów mięsnych potwier-

Tabela 3. Wyniki testu χ^2 – zależność wyboru gatunku mięsa względem wieku, płci i miejsca zamieszkania respondentów

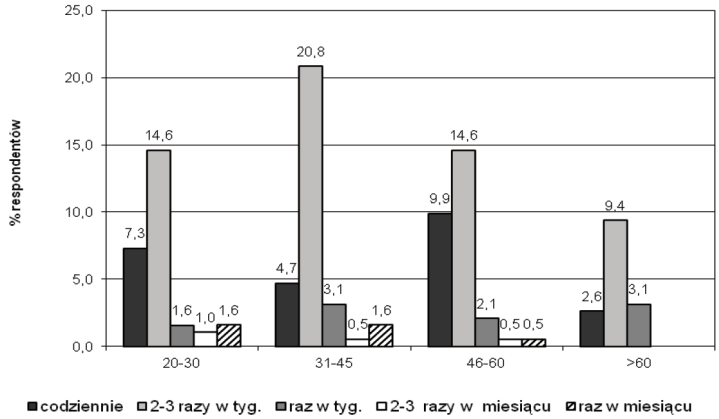
Test χ^2	Wartość testu χ^2	Wartość krytyczna	Wynik
1. względem wieku	17,5	21,0	$\chi^2 < \chi^2\alpha$
2. względem płci	11,8	11,1	$\chi^2 > \chi^2\alpha$
3. względem miejsca zamieszkania	12,8	15,5	$\chi^2 < \chi^2\alpha$

Źródło: opracowanie własne.

dzają tę prawidłowość [Bukała i Świda 2000]. Najczęściej spożywanym mięsem, według tego opracowania, była wieprzowina – 53,1% respondentów kupowało ten gatunek mięsa, często natomiast niewiele mniej (43,9%) deklarowało zakup mięsa drobiowego. Mięso wołowe cieszyło się średnim zainteresowaniem wśród konsumentów. Zaobserwowano również wzrost spożycia ryb oraz dziczyzny, co dowodzi, że konsumenci zaczęli zwracać większą uwagę na wartość odżywczą spożywanego mięsa oraz poszukują nowych smaków. Według danych Głównego Urzędu Statystycznego [2012], spożycie mięsa i jego podrobów w przeciągu ostatniej dekady znacząco wzrosło, tj. z poziomu około 66 kg/osobę w 2000 r. do 73,4 kg/osobę w roku 2011. Przy czym odnotowano 3-krotny spadek spożycia wołowiny (z 7,1 kg/os. do 2,1 kg/os.) na rzecz wzrostu spożycia mięsa drobiowego (z 14,7 kg/os. do 25 kg/os.). Kształtujące się relacje cen i preferencje żywieniowe konsumentów mają odzwierciedlenie w strukturze spożycia mięsa. Poziom konsumpcji wieprzowiny nie ulega tak drastycznym zmianom jak innych gatunków mięs. Wzrost cen mięsa, brak tradycji chowu bydła mięsnego i kulinarnych związanych z przygotowywaniem mięsa wołowego oraz brak zainteresowania ze strony konsumentów, wynikający głównie z niskiej jakości oferowanej wołowiny, skutkuje ciągłym zmniejszeniem poziomu spożycia tego gatunku mięsa. Natomiast mięso drobiowe jest ciągle doceniane ze względu na łatwość przygotowania i wartość odżywczą [Stańko i Lewandowski 2007; Gębski i in. 2010; Rycombel 2011].

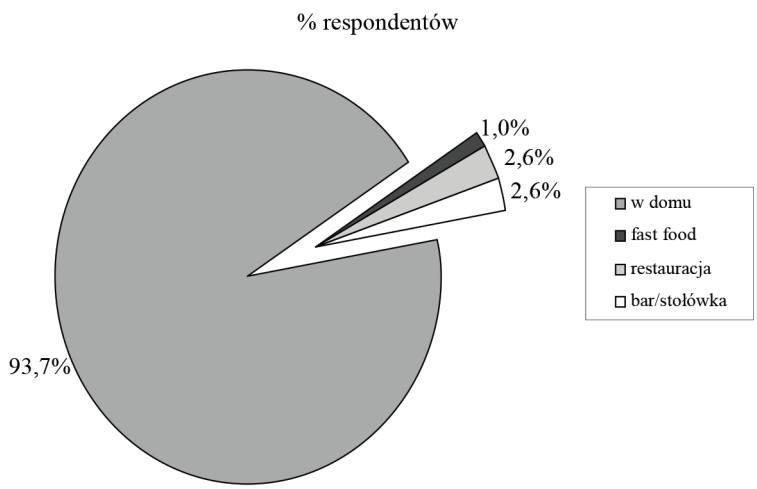
Wyniki przeprowadzonej ankiety (rys. 1) wskazują, że częstotliwość spożywania mięsa była nieznacznie zróżnicowana wśród poszczególnych grup wiekowych respondentów. Większość ankietowanych uwzględnia mięso w swoich posiłkach 2-3 razy w tygodniu, co potwierdzają też badania Nowaka i Trziszki [2010]. Zgodnie z raportem CBOS [Wądołowska 2010] podobnie postępują blisko dwie trzecie respondentów, a 29% spożywa mięso codziennie. Tylko 6% ankietowanych zadeklarowało spożycie mięsa kilka razy w miesiącu, a 1% raz w miesiącu lub rzadziej. W badaniach własnych rzadsze spożycie zadeklarowało mniej niż 3,2% respondentów w każdej grupie wiekowej, przy czym tylko w jadłospisie nielicznych ankietowanych do 60. roku życia mięso pojawia się raz w miesiącu.

Rysunek 2 przedstawia wyniki odpowiedzi na pytanie dotyczące miejsca spożywania mięsa. Zdecydowana większość respondentów preferuje posiłki mięsne



Rys. 1. Częstotliwość spożywania mięsa

Źródło: opracowanie własne.

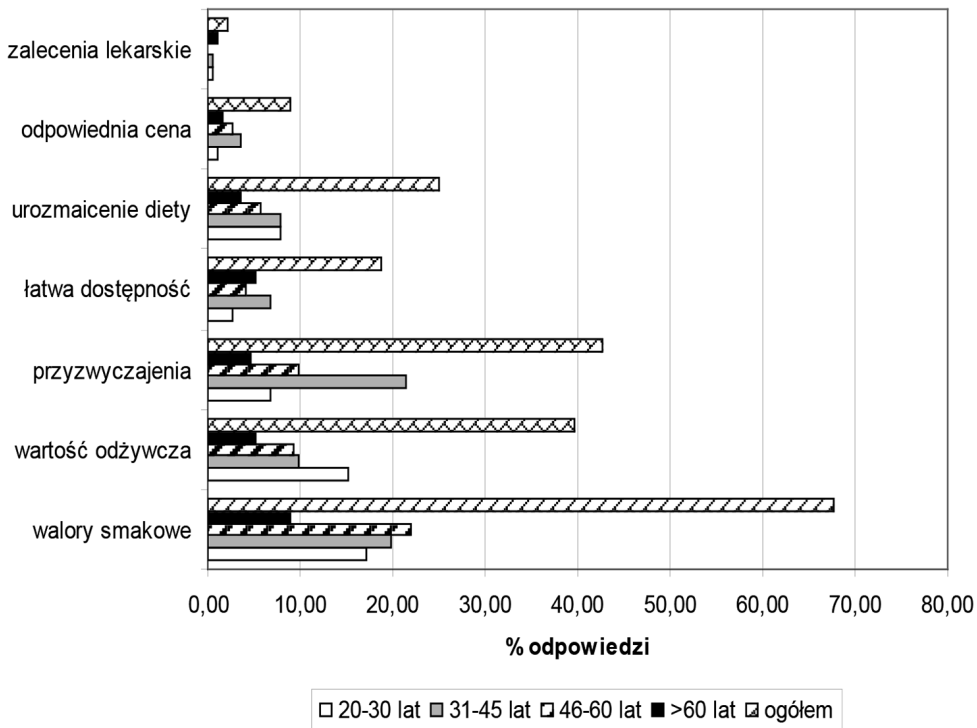


Rys. 2. Miejsce konsumpcji

Źródło: opracowanie własne.

przygotowywane w domu (93,7%). Tylko 2,6% ankietowanych decyduje się na dania mięsne oferowane przez bary, stołówki czy restauracje. Konsumpcję mięsa w lokalach typu *fast food* zadeklarował 1,0% respondentów. Uzyskane dane znajdują odzwierciedlenie w ogólnej tendencji spożywania posiłków przez polskie społeczeństwo przedstawione w raporcie CBOS dotyczącym zachowań i nawyków żywieniowych Polaków [Wądołowska 2010]. Z uzyskanych deklaracji wynika, że tylko 8%

ankietowanych przyznaje się, że codziennie jada swój główny ciepły posiłek poza domem, a co jedenasty (9%) stołuje się w mieście kilka razy w tygodniu. Tylko 2% ankietowanych deklaruje, że często spożywa posiłki w barach i restauracjach szybkiej obsługi typu McDonald's czy KFC.



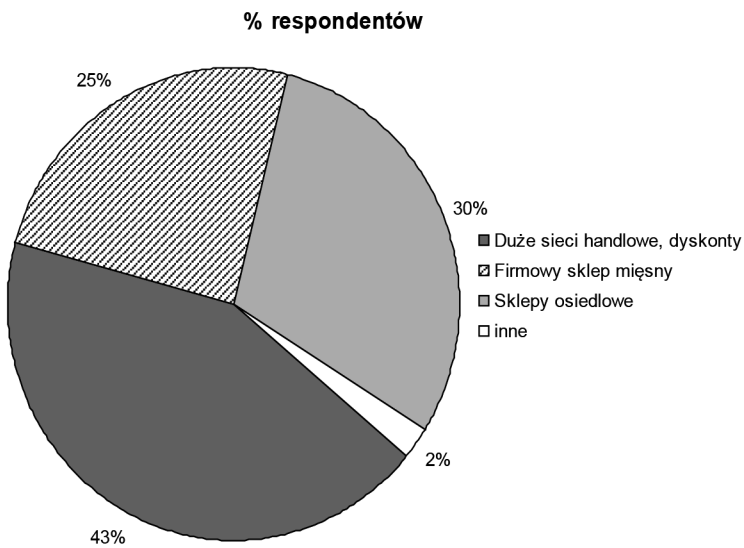
Rys. 3. Czynniki decydujące o spożyciu mięsa w zależności od wieku ankietowanych

Źródło: opracowanie własne.

Według badań własnych (rys. 3) stwierdzono, że konsumenci spożywają mięso głównie ze względu na: walory smakowe (67,7%), przyzwyczajenia (42,7%) oraz wartość odżywczą (39,6%). Co czwarty ankietowany spożywa mięso, by urozmaicić stosowaną dietę. Natomiast łatwa dostępność mięsa na rynku, cena i zalecenia lekarskie mają znaczenie dla mniej niż 20% respondentów (odpowiednio: 18,7, 8,8 i 2,1%). Znaczenie wymienionych czynników było zmienne w poszczególnych grupach wiekowych. Przyzwyczajenia były najbardziej istotne wśród ankietowanych z grupy wiekowej 31-45 lat (21,4%), a walory smakowe dla respondentów między 46. a 60. rokiem życia (21,9%), przy czym ta grupa wiekowa nie uwzględniała w ogóle zaleceń lekarskich. Najmłodsi ankietowani zadeklarowali spożycie mięsa głównie ze względu na jego walory smakowe (15,1%) i wartość odżywczą (17,2%).

Zdaniem Makały [2004] do czynników decydujących o konsumpcji mięsa należą: walory odżywcze i smakowe oraz rutyna i łatwość przyrządzania posiłków. Z badań Nowaka i Trziszki [2010] wynika, że zdrowotność, cechy sensoryczne i dyspozycyjność mięsa drobiowego są najczęściej uwzględnianymi atrybutami podczas zakupu. Według Gębskiego i wsp. [2010] popyt na mięso warunkuje relacja cen mięsa różnych gatunków zwierząt oraz ich stosunek do cen pozostałych produktów spożywczych oferowanych na rynku. Cena jest jednym z najważniejszych kryteriów uwzględnianych w decyzjach zakupowych i dotyczy to również produktów mięsnych [Bukała i Świda 2000; Gutkowska i Ozimek 2005; Karczewska 2010].

Ankietowani najczęściej jako miejsce zakupu mięsa wskazywali duże sieci handlowe i dyskonty (43,2%) (rys. 4). W sklepach osiedlowych zaopatruje się 30% respondentów, nieznacznie mniej kupuje mięso w firmowych sklepach mięsnych (24,7%). Według badań Nowaka i Trziszki [2010] zakupy mięsa dokonywane są przeważnie w sklepach osiedlowych. W badaniach własnych inne formy dystrybucji mięsa nie cieszyły się zainteresowaniem, podobnie jak w badaniach Kowalczuk [2007], gdzie tylko niewielki odsetek respondentów w wieku średnim i starszych korzystał z automatów do żywności, zamówień telefonicznych czy Internetu.

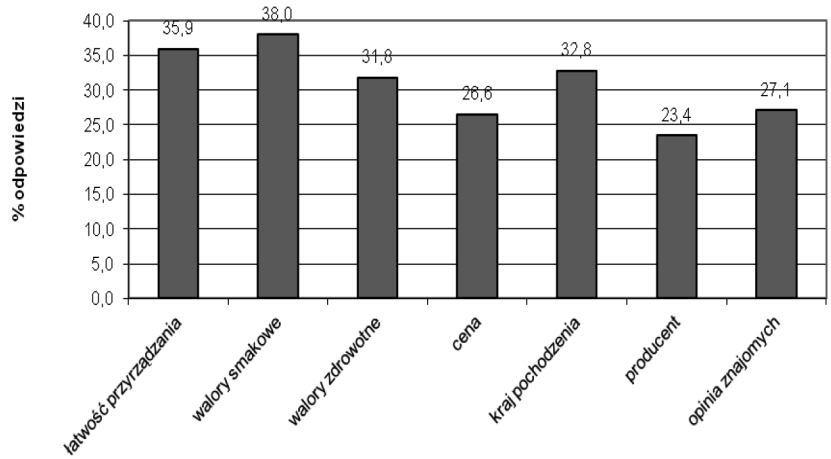


Rys. 4. Miejsce zakupu mięsa

Źródło: opracowanie własne.

Analizując rozkład odpowiedzi udzielonych na pytanie dotyczące wyróżników jakości mięsa, którymi kierują się respondenci podczas jego zakupu (rys. 5), za najważniejsze można uznać: walory smakowe (38,0% odpowiedzi) oraz łatwość przy-

gotowania (35,9%). Równie ważne okazały się kraj pochodzenia (32,8%) i walory zdrowotne (31,8%). Za mniej istotne respondenci uznali opinię znajomych, producenta oraz cenę (odpowiednio: 27,0, 23,4, 26,6% odpowiedzi). W badaniach Nowaka i Trziszki [2010] kryteria zakupu mięsa drobiowego stanowiły smak, wartość odżywcza oraz krótki okres przygotowania. Natomiast w badaniach Kowalczuk [2007], przeprowadzonych na 100-osobowej grupie respondentów z województwa mazowieckiego w wieku 50 lat i powyżej, wykazano, że świeżość, cena, smak, kraj pochodzenia oraz wartość odżywcza są najważniejszymi determinantami wyboru mięsa świeżego.

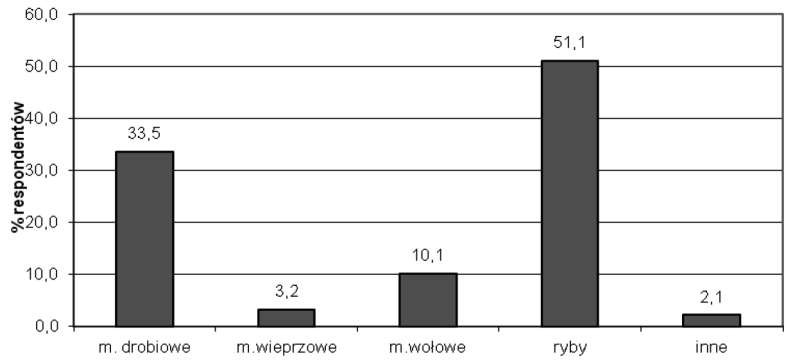


Rys. 5. Wyróżniki jakości uwzględniane przy zakupie mięsa

Źródło: opracowanie własne.

Ponad połowa ankietowanych (51,36%) jako „najzdrowsze" wskazała mięso ryb, 33,51% mięso drobiowe, a tylko 3,19% mięso wieprzowe (rys. 6). Przy czym analiza udzielonych odpowiedzi zamieszczonych w tab. 2. dowodzi, że ryby, uznawane przez respondentów za „najzdrowsze", rzadko uwzględniane są w diecie ankietowanych, natomiast wieprzowina, zaraz po mięsie kurcząt, jest najczęściej spożywanym gatunkiem mięsa. Wśród zwolenników ryb znaczna większość konsumentów ceni ryby za zawartość cennych nienasyconych kwasów tłuszczowych, głównie omega-3 (18,5%). Niewiele mniej osób postrzega ryby jako źródło witamin i składników mineralnych, w tym jodu (11,5%). Wśród respondentów zauważono także zainteresowanie zawartością białka (3,5%). Natomiast mięso drobiowe cenione jest ze względu na niską zawartość tłuszczu i kaloryczność (12%); podobnie jak w przypadku mięsa ryb część respondentów zwróciła także uwagę na zawartość pełnowartościowego białka (2,5%). Dla respondentów nie mniej ważnym aspektem okazała się łatwa przyswajalność mięsa drobiowego oraz szybki sposób jego przygotowania

(3,5%). Tylko 2,1% respondentów uważa inne rodzaje mięsa za „najzdrowsze", zaznaczając jagnięcinę oraz mięso królicze – ze względu na niską zawartość tłuszczu oraz dużą zawartość chudego mięsa, a także mięso zająca, twierdząc, iż jest dobrym rozwiązaniem dla alergików.

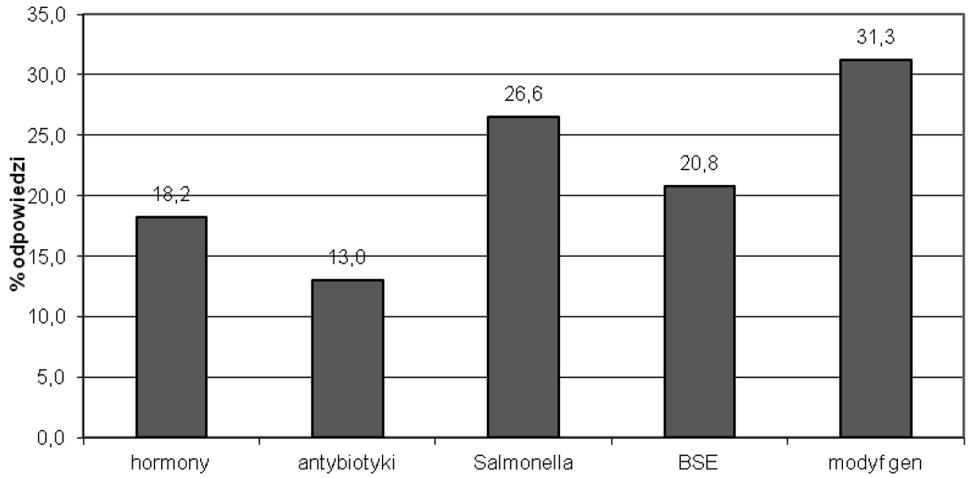


Rys. 6. „Najzdrowsze" gatunki mięs według respondentów

Źródło: opracowanie własne.

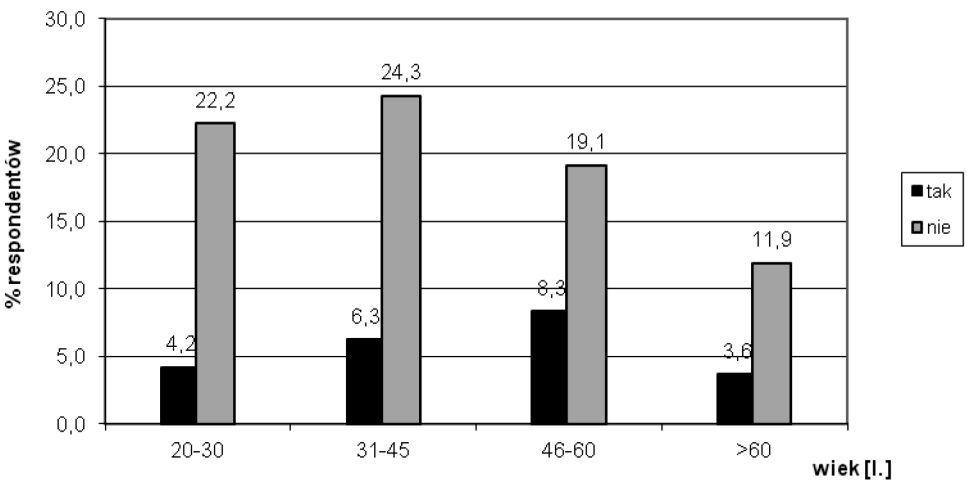
Dla konsumentów ważnym aspektem staje się bezpieczeństwo produktu oraz związane z nim zagrożenia. Obawy co do spożycia mięsa i jego przetworów nasiliły się po epidemii ptasiej grypy oraz choroby szalonych krów [Połom, Baryłko-Pikielna 2004]. Dlatego też poproszono respondentów o wskazanie największych zagrożeń związanych ze spożyciem mięsa (rys. 7). Z zebranych odpowiedzi wynika, iż konsumenci najbardziej obawiają się modyfikacji genetycznych (31,2% odpowiedzi), jak również zakażeń pochodzenia bakteryjnego, np. salmonellą (26,6%). Znaczna część konsumentów nadal dostrzega w spożyciu mięsa niebezpieczeństwo zakażenia prionami BSE (20,8% odpowiedzi). Natomiast najmniej zastrzeżeń budzi obecność antybiotyków (13,0% odpowiedzi). W badaniach przedstawionych przez Ozimek i in. [2004] respondenci najbardziej obawiali się ryzyka związanego ze spożyciem żywności, w której są obecne substancje dodatkowe. Pozostałości chemicznych środków ochrony roślin stanowiły zagrożenie dla 40% ankietowanych, natomiast obecność drobnoustrojów chorobotwórczych w żywności została wskazana na 3. miejscu. Ryzyko związane z obecnością prionów BSE miało znaczenie dla 27,9% pytanych. Jednakże według opinii Żakowskiej-Biemans [2009] polscy konsumenci nie mają wystarczającej wiedzy na temat zagrożeń mogących obniżyć bezpieczeństwo żywności, nie znają obowiązujących przepisów prawa i w konsekwencji nadmiernie eksponują ryzyko. Rezultaty badania przeprowadzonego przez autorkę wśród 1049 respondentów powyżej 15. roku życia wskazują, że najbardziej negatywny wpływ na bezpieczeństwo żywności respondenci przypisali napromieniowaniu żywności (50% ankietowanych) i stosowaniu mączek kostnych w żywieniu zwierząt gospo-

darskich, które może być utożsamiane przez konsumentów z ryzykiem wystąpienia BSE (38% ankietowanych). Wśród analizowanych czynników negatywnie oceniono też stosowanie genetycznie zmodyfikowanych składników, pestycydów, antybiotyków czy też substancji dodatkowych.



Rys. 7. Zagrożenia występujące w mięsie w opinii respondentów

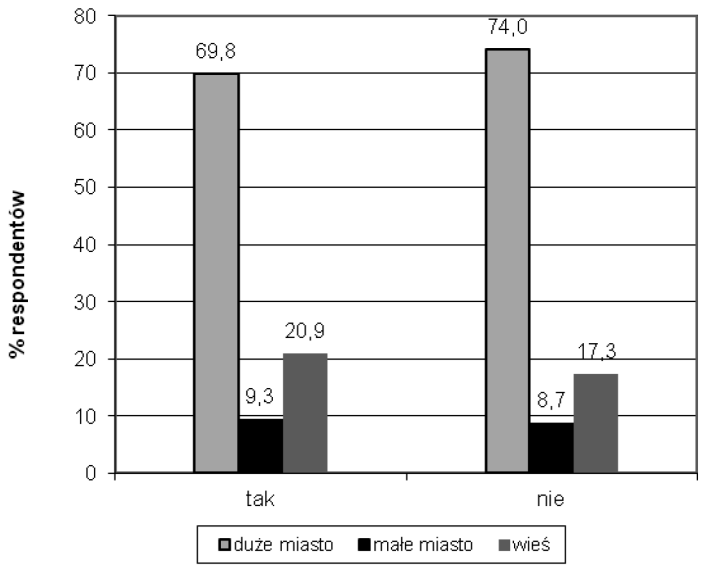
Źródło: opracowanie własne.



Rys. 8. Rozkład odpowiedzi na pytanie, czy respondenci wprowadzili w ostatnim czasie zmiany w spożyciu mięsa (w poszczególnych grupach wiekowych)

Źródło: opracowanie własne.

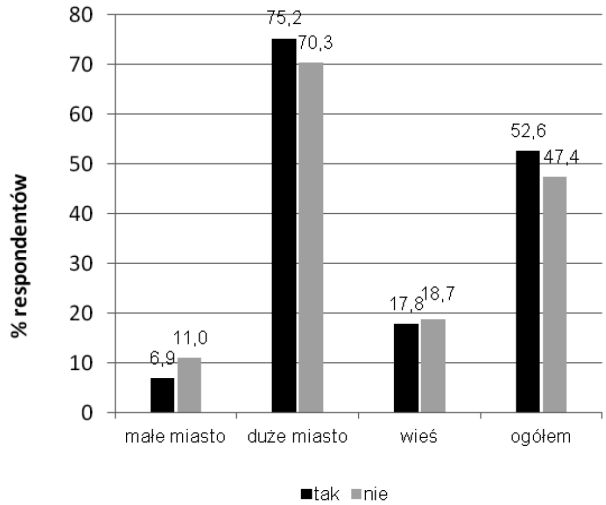
Zdecydowana większość ankietowanych (77,6%) nie wprowadziła do swojej diety w ostatnim czasie żadnych zmian dotyczących konsumpcji mięsa (rys. 8, 9). Najliczniej zmiany w swojej diecie zadeklarowali respondenci po 46. roku życia (8,33%), a także mieszkańcy dużego miasta. Wprowadzone zmiany dotyczyły głównie sposobu sporządzania posiłków, tj. rezygnacji ze smażonego mięsa w głębokim tłuszczu na rzecz gotowanego na parze, duszonego czy pieczonego. A także wzrostu spożycia mięsa ryb czy mięsa drobiowego zamiast wieprzowego. Najbardziej zachowawcze w spożyciu mięsa były osoby w wieku 20-45 lat (46,56% respondentów).



Rys. 9. Rozkład odpowiedzi na pytanie, czy respondenci wprowadzili w ostatnim czasie zmiany w spożyciu mięsa (w zależności od miejsca zamieszkania)

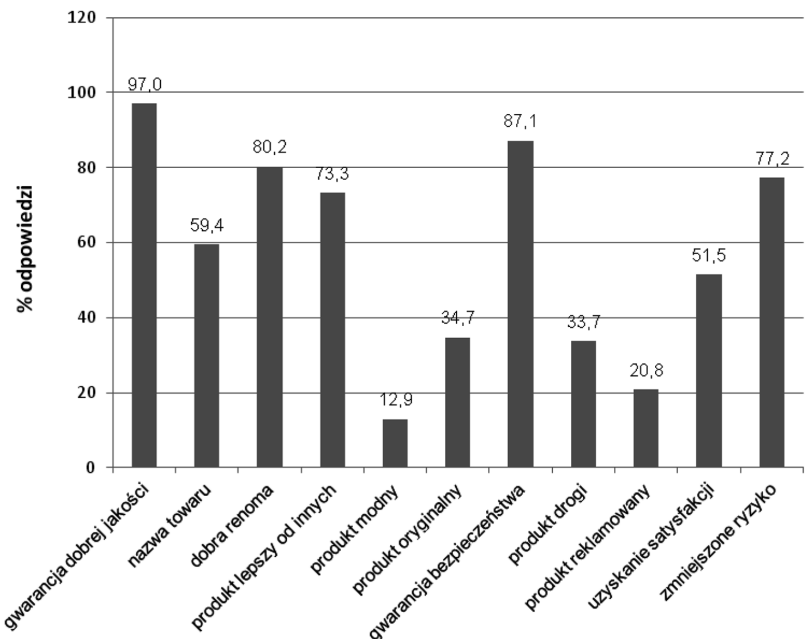
Źródło: opracowanie własne.

Na decyzje podejmowane podczas zakupu żywności istotny wpływ, poza ceną, mają także znajomość marki, oddziaływanie reklamy, sugestia znajomych czy wygląd opakowania [Steinka 2010]. W ramach przeprowadzonego badania ankietowego uzyskano dane, z których wynika, że 52,6% ankietowanych przywiązuje wagę do marki czy producenta, a dla 47,4% respondentów nie jest to istotne (rys. 10). Osoby, które odpowiedziały twierdząco na to pytanie, zostały poproszone o zaznaczenie wyróżników będących odzwierciedleniem znaczenia marki podczas zakupu mięsa. Z zestawienia zbiorczego odpowiedzi (rys. 11) wynika, iż marka producenta jest odzwierciedleniem gwarancji dobrej jakości, zapewnia również bezpieczeństwo gotowego produktu, kojarzy się także z renomą producenta na rynku (odpowiednio:



Rys. 10. Rozkład odpowiedzi na pytanie, czy respondenci kierują się marką/producentem przy wyborze mięsa

Źródło: opracowanie własne.

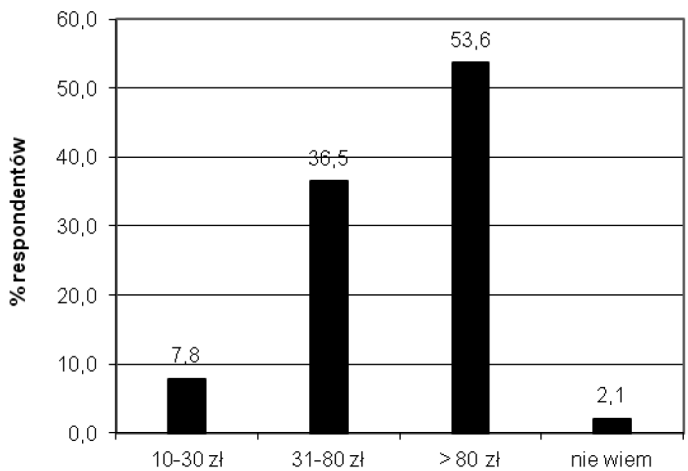


Rys. 11. Rozkład odpowiedzi na pytanie, z czym respondenci utożsamiają markę wyrobów mięsnych

Źródło: opracowanie własne.

97,0, 87,1 i 80,2% odpowiedzi). Dla niewielu ankietowanych marka jest synonimem produktu reklamowanego (20,8% odpowiedzi) czy modnego (12,9%).

W końcowym etapie ankiety zapytano respondentów o miesięczny wydatek na mięso (rys. 12). Wśród osób, które spożywają mięso, znaczna część wydaje miesięcznie średnio powyżej 80 zł (53,6%), a tylko 7,8% od 10 do 30 złotych. Spośród ankietowanych tylko 4 osoby zadeklarowały, że nie wiedzą, ile przeznaczają na zakup mięsa. Według analizy przedstawionej przez Świetlik [2010], przeciętne nominalne wydatki na zakup mięsa i jego przetworów w 2009 r. wynosiły 66,2 zł na 1 osobę w gospodarstwie domowym i były one wyższe niż w roku poprzednim. Natomiast według danych zamieszczonych w Roczniku Statystycznym RP [GUS 2012] w 2010 r. były o około 1 zł niższe, a w 2011 wynosiły 67,38 zł. Różnica w wynikach uzyskanych z przeprowadzonej ankiety a danymi literaturowymi może wynikać z relacji cen do dochodu mieszkańców województwa dolnośląskiego.



Rys. 12. Średnie miesięczne wydatki na zakup mięsa

Źródło: opracowanie własne.

Ostatnie pytanie ankiety dotyczyło wyrażenia chęci zapłacenia więcej za 1 kg mięsa, jeśli się wie, że pochodzi ono z hodowli ekologicznej. Respondenci w większości odpowiedzieli twierdząco (67,71%), wyrażając chęć do większego wydatku na takie mięso. Polscy konsumenci wysoko cenią walory zdrowotne i bezpieczeństwo żywności ekologicznej [Żakowska-Biemas 2011a]. Jednakże obserwuje się niskie zainteresowanie mięsem produkcji ekologicznej, co może wynikać z jego niskiej podaży, wysokiej ceny czy też niezadowalającej jakości [Dolatowski 2010]. Według raportu Żakowskiej-Biemas [2011b], tylko 5,7% respondentów regularnie kupuje ekologiczne mięso, a badani konsumenci dostrzegają brak mięsa i jego prze-

tworów w ofercie żywności ekologicznej. Nabywcą produktów ekologicznych jest przeważnie kobieta, w wieku do 35 lat z wyższym wykształceniem, zamieszkująca w mieście, której rodzina składa się z 3-4 osób o przeciętnym dochodzie na osobę od 1001 do 1500 zł [Matysik-Pejas i Żmuda 2011]. Według Koreleskiej [2009], konsumenci żywności ekologicznej są świadomi jej wyższych cen. Wyniki ankiety przeprowadzonej przez Salejdę i Krasnowską wskazują, że 36% konsumentów przetworów mięsnych produkcji ekologicznej jest w stanie zapłacić do 5 zł więcej za 1 kg i niewiele mniej osób (33%) może przeznaczyć do 10 zł więcej, co potwierdzają wyniki uzyskane w badaniach własnych dotyczących zakupu mięsa świeżego.

4. Podsumowanie

Na podstawie analizy danych uzyskanych w przeprowadzonych badaniach można wskazać na wiele prawidłowości w zachowaniach polskich konsumentów na rynku mięsa kulinarnego. Konsumenci coraz częściej rezygnują z konsumpcji mięsa wieprzowego na korzyść mięsa drobiowego, przy czym inne gatunki mięsa, jak dziczyzna, jagnięcina czy ryby, stanowią znikomą część w ogólnej konsumpcji, mimo iż większość ankietowanych jest świadoma ich wysokiej wartości odżywczej. Co jest zgodne z danymi bilansowymi podawanymi przez Główny Urząd Statystyczny.

W badaniach własnych dowiedziono, iż wybór poszczególnych gatunków mięsa jest zależny od płci konsumentów, natomiast wiek i miejsce zamieszkania nie mają wpływu na ich decyzje zakupowe. Obserwuje się również zmiany w sposobie przygotowywania posiłków, tj. zmniejszenie spożycia mięsa smażonego w głębokim tłuszczu na rzecz mięsa gotowanego, duszonego czy pieczonego.

Konsumenci doceniają walory smakowe oraz łatwość przygotowywania posiłków z mięsa, a marka/producent jest wyznacznikiem odpowiedniej jakości i gwarantuje wysokie bezpieczeństwo nabywanych produktów.

Literatura

Adamczyk G., *Wybrane aspekty zachowań konsumpcyjnych i wzorców spożycia żywności w polskich gospodarstwach domowych w latach dziewięćdziesiątych*, Roczniki Akademii Rolniczej w Poznaniu, 2002, CCCXLIII, s. 31-41.

Bukała J., Świda J., *Postawy i preferencje konsumentów na rynku produktów mięsnych i mleczarskich*, Konsument żywności i jego zachowania rynkowe, Ogólnopolska Konferencja Naukowa, SGGW, Warszawa 2000, s. 274-278.

Daczkowska-Kozon E., *Zwierzęta rzeźne – źródło i nośnik Campylobacter*, Mag. Przem. Mięs., 2005, 8-9, s. 100-102.

Dolatowski Z.J., *Prowadzenie badań w przetwórstwie produktów roślinnych, zwierzęcych metodami ekologicznymi. Streszczenia wyników badań z zakresu rolnictwa ekologicznego realizowanych w 2009 roku*, Warszawa 2010, s. 175-186.

Gawęcki J., Mossor-Pietraszewska T. (red.), *Kompendium wiedzy o żywności, żywieniu i zdrowiu*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2004.

Gębski J., Kosicka-Gębska M., Przeździecka N., *Tendencje zmian w spożyciu mięsa wołowego w Polsce w latach 2000-2009*, Zeszyty Naukowe SGGW w Warszawie – Problemy Rolnictwa Światowego, 2010, 10(25), s. 49-59.

Główny Urząd Statystyczny, *Rocznik Statystyczny Rzeczypospolitej Polskiej*, LXXII, 2012, Warszawa.

Gutkowska K., Ozimek I., *Wybrane aspekty zachowania konsumentów na rynku żywności – kryteria zróżnicowania*, Wydawnictwo SGGW, Warszawa 2005, s. 21-25.

Jimenez-Colomero F., Carballo S., Cofrades S., *Healthier meat and meat products: their role as functional foods*, "Meat Science" 2001, 59, 5-13.

Kapusta F., *Przemysł mięsny w Polsce-wybrane problemy*, „Nauki Inżynierskie i Technologie" 2009, 57, s. 21-33.

Karczewska M., *Determinanty zachowań konsumenckich na rynku*, Materiały Krakowskiej Konferencji Młodych Uczonych, Kraków 23-25.09.2010, s. 475-485.

Kowalczuk I., *Zachowania nabywcze na rynku żywności osób w średnim i starszym wieku*, Acta Scientiarum Polonorum Oeconomia, 2007, 6(2), s. 61-70.

Koreleska E., *Cena produktów rolnictwa ekologicznego w opinii rolników i przetwórców ekologicznych oraz konsumentów*, „Journal of Research and Applicationss in Agricultural Engineering" 2009, 54(3), s. 141-145.

Makała H., *Konsumenci na rynku żywności*, Przem. Spoż., 2004, 7, s. 14-16.

Matysik-Pejas R., Żmuda J., *Wybrane uwarunkowania percepcji żywności ekologicznej przez konsumentów*, Roczniki Naukowe Stowarzyszenia Ekonomistów Rolnictwa i Agrobiznesu, 2011, 13, 4, s. 124-128.

Nowak M., Trziszka T., *Zachowania konsumentów na rynku mięsa drobiowego*, „Żywność. Nauka. Technologia. Jakość„ 2010, 1(68), s. 114-120.

Ozimek I., Gutkowska K., Żakowska-Biemans S., *Postrzeganie przez konsumentów zagrożeń związanych z żywnością*, „Żywność. Nauka. Technologia. Jakość" 2004, 4(41)S, s. 100-111.

Połom A., Baryłko-Pikielna N., *Analiza czynników decydujących o preferencjach polskich konsumentów mięsa wieprzowego*, „Żywność. Nauka. Technologia. Jakość" 2004, 3(40), s. 7-23.

Rycombel D., *Perspektywy wzrostu spożycia i eksportu wołowiny w Polsce*, „Przemysł Mięsny" 2011, 65(11), s. 8-11.

Salejda A.M., Krasnowska G., *Przetwory mięsne produkcji ekologicznej – ocena wybranych wyróżników jakości*, praca przygotowana do druku.

Stańko S., Lewandowski R., *Tendencje zmian na rynku wołowiny i cielęciny w Polsce w latach 1990--2006*, Acta Scientiarum Polonorum Oeconomia, 2007, 6(2), s. 71-80.

Steinka I., *Bezpieczeństwo żywności pakowanej hermetycznie*, Zeszyty Naukowe Akademii Morskiej w Gdyni, 2010, 65, s. 61-72.

Świetlik K., *Ceny detaliczne i spożycie mięsa*, Analizy rynkowe. Rynek Mięsa Stan i Perspektywy, Dz. Wyd. IERiGŻ-PIB, 2010, 38, s. 34-37.

Wądołowska K., *Komunikat badań, Zachowania i nawyki żywieniowe Polaków*, CBOS, Warszawa, listopad 2010, dostępny: www.cbos.pl/SPISKOM.POL/2010/K_150_10.PDF.

Żakowska-Biemans S., *Bezpieczeństwo żywności w opinii polskich konsumentów*, Bromat. Chem. Toksykol. XLII, 2009, 3, s. 1000-1005.

Żakowska-Biemans S., *Polish consumer food choices and beliefs about organic food*, "British Food Journal", 2011a, 1, 13, s. 122-137.

Żakowska-Biemans S., *Raport z badań: Czynniki warunkujące popyt na żywność ekologiczną w kontekście przeobrażeń rynku żywności ekologicznej w Polsce i innych krajach Europy*, 2011b, dostępny: http://koek.sggw.pl/Rraport_MINROL.pdf.

CONSUMER BEHAVIOUR ON THE MEAT MARKET

Summary: The objective of this study is to present consumer behavior to meat, venison and poultry offered on the market. In the survey there were used direct interviews using questionnaire containing closed and open questions about meat selection criteria, meat quality attributes and purchasing and consumption habits. The research has indicated that consumers include the meat to their diet most often 2-3 times a week, due to taste, habits and nutritional value. For many consumers brand/manufacturer of meat is the major determinant of its high quality an safety. From the analysis of the obtained data, it can be concluded that the poultry meat was selected by vast majority of consumers in purchasing decisions, and the age and place of residence did not affect the selection of different meat.

Keywords: meat, consumer, selection criteria.