

Katarzyna Kwiecińska, Małgorzata Kosicka-Gębska, Jerzy Gębski  
Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie

## Ocena preferencji konsumentów związanych z wyborem dziczyzny

### Streszczenie

Podstawowym celem rozważań jest poznanie preferencji konsumentów wobec dziczyzny z uwzględnieniem oceny częstotliwości i ilości jej spożywania oraz istotnych czynników warunkujących proces podejmowania decyzji o jej spożywaniu lub niespożywaniu. Uzyskane wyniki mogą stanowić cenne źródło informacji dla Konsorcjum Dzikizna Polska, utworzonego z inicjatywy Polskiego Związku Łowieckiego (PZŁ), którego podstawowym celem jest promowanie wiedzy o walorach dziczyzny i możliwości przygotowania z niej potraw.

Do realizacji podjętego celu badawczego posłużyło ogólnopolskie badanie ilościowe zrealizowane w 2012 roku, które było kierowane do 1000 dorosłych mieszkańców Polski, deklarujących że są konsumentami mięsa. Z tej próby badawczej zaledwie 256 badanych to konsumenci, którzy w ostatnich dwóch latach przynajmniej raz spożywali dziczyznę. W ramach analizy statystycznej danych zastosowano analizę częstości, statystykę opisową oraz tabele krzyżowe. Do stwierdzenia różnic istotnych statystycznie między zmiennymi wykorzystano test chi-kwadrat Pearsona.

W artykule przyjęto hipotezę, że polscy konsumenci nie spożywają dziczyzny przede wszystkim z powodu obaw związanych z możliwością zarażenia się chorobami odzwierzęcymi, takimi jak włośnica.

Analiza zgromadzonych danych potwierdziła, że przede wszystkim konsumenci spożywają ją ze względu na jej smak i kruchość. Badani obawiają się chorób przenoszonych przez dziczyznę, ale jednocześnie prawie połowa respondentów ocenia, że spożywa jej obecnie za mało i wyraża gotowość do spożywania większej ilości potraw i wyrobów z dziczyzny w przyszłości.

**Słowa kluczowe:** dziczyzna, konsument, spożycie, czynniki wyboru.

**Kody JEL:** O11

### Wstęp

Mięso pochodzące ze zwierząt łownych bardzo rzadko jest przedmiotem zainteresowania ekonomiki konsumpcji. Sporadyczne spożywanie tego rodzaju mięs w Polsce powoduje częste pomijanie kwestii konsumpcji dziczyzny w badaniach konsumenckich. Mięsem najczęściej wybieranym przez polskich konsumentów jest wieprzowina oraz drób (Świetlik 2012, s. 12-18). Pozostałe rodzaje mięs, tj.: dziczyzna, konina, baranina, nie budzą dużego zainteresowania Polaków. Przeciętny polski konsument w ciągu roku spożywa ok. 0,08 kg dziczyzny (Górecka, Szmańko 2010, s. 20-21). Dla porównania, w tym samym czasie spoży-

wa 36 kg wieprzowiny oraz 26,5 kg drobiu (Świetlik 2014a, 47-48; Świetlik 2014b, s. 16-17). W krajach europejskich ilość spożywanej dziczyzny w przeliczeniu na jednego mieszkańca również nie przekracza 1kg rocznie. Badania dowodzą, że najczęściej mięsa zwierzyny łownej konsumują myśliwi oraz członkowie ich rodzin, nieco mniej osoby bezpośrednio związane z myśliwymi ich rodzinami, natomiast najmniej konsumenci szukający tego typu produktów we własnym zakresie (Chardonnet i in.. 2002, s. 15-51).

Na polskim rynku dostępne jest mięso zwierzyny grubej, w tym mięso dzika, jelenia, sarny oraz daniela. W odniesieniu do zwierzyny drobnej, w sprzedaży występuje mięso zajęcy, dzikich królików oraz ptactwa, w tym także wiele gatunków kaczek, gęsi oraz bażantów. Efektem prowadzenia racjonalnej gospodarki łowieckiej jest zwiększenie pozyskania zwierzyny w odpowiedzi na wzrost liczebności populacji. Statystyki Polskiego Związku Łowieckiego pokazują, że w ostatnich latach produkcja dziczyzny w Polsce wzrasta. Prognozuje się, że dostępność produktów może w przyszłości przełożyć się na większe zainteresowanie ze strony konsumentów (<http://www.stat.gov.pl>; <http://www.pzlow.pl>).

Dziczyzna stanowiła niegdyś podstawę diety człowieka. W dobie żywności wysoko przetworzonej stanowi swoisty powrót do korzeni ale także alternatywę dla mięsa pochodzącego z chowu intensywnego (Czerwińska 2011, s. 10-12). Konsumenci przypisują dziczyźnie również cechy żywności ekologicznej (Hoffman, Wiklund 2006, 197-208). Mięso zwierząt łownych charakteryzuje się wysoką wartością odżywczą: niską zawartością tłuszczów oraz węglowodanów, przy wysokiej zawartości pełnowartościowych białek, mikro- i makroelementów oraz witamin (Daszkiewicz i in. 2013, 77-89; Sonkoly i in. 2013). Stanowi więc produkt atrakcyjny z punktu widzenia jakości żywienia.

Decyzja o zakupie mięsa jest determinowana wieloma czynnikami. Najbardziej istotne aspekty wskazywane przez konsumentów to: zawartość tłuszczu w mięsie, miejsce zakupu oraz cechy sensoryczne mięsa (Grunert i in. 2004, s. 259-272). Najczęściej wskazywanymi czynnikami, które powstrzymują konsumentów przed zakupem mięsa zwierząt łownych są: wysoka cena, mała dostępność oraz obawy o bezpieczeństwo produktu. W odniesieniu do dziczyzny konsumenci często wybierają produkty z lokalnego rynku, przypisując im większe bezpieczeństwo i wyższą jakość (*Feasibility Study...* 2010). Badacze zwracają również uwagę na kwestie etyczne pozyskania zwierzyny. W świadomości wielu konsumentów łowiectwo, niesłusznie zawężane do wykonywania polowania, utożsamiane jest z bezdusznym zabijaniem zwierząt, nie zaś ze sposobem utrzymania równowagi biologicznej w środowisku (Skubała 2012, s. 151-170). Alternatywę może stanowić fermowa hodowla zwierzyny, choć badania dowodzą, że mięso zwierząt dziko żyjących i hodowanych różni się pod względem zawartości substancji odżywczych (Daszkiewicz i in. 2013).

Celem opracowania jest poznanie preferencji konsumentów wobec dziczyzny z uwzględnieniem oceny częstotliwości i ilości jej spożywania oraz istotnych czynników warunkujących proces podejmowania decyzji o jej spożywaniu lub niespożywaniu. W artykule przyjęto hipotezę, że polscy konsumenci nie spożywają dziczyzny przede wszystkim z powodu obaw związanych z możliwością zarażenia się chorobami odzwierzęcymi, takimi jak włośnica.

## Material i metody

Do realizacji podjętego celu badawczego wykorzystano dane pochodzące z ogólnopolskiego badania ilościowego zrealizowanego w 2012 roku, które było kierowane do 1000 dorosłych mieszkańców Polski, deklarujących że są konsumentami mięsa. Z tej próby badawczej zaledwie 256 badanych to konsumenci, którzy w ostatnich dwóch latach przynajmniej raz spożywali potrawę lub wyrób z dziczyzny.

**Tabela 1**  
**Charakterystyka badanej populacji (w %)**

Wyszczególnienie	Ogółem N = 256	Płeć	
		kobiety N = 135	mężczyźni N = 121
<b>Wykształcenie</b>			
podstawowe	5,3	5,9	4,6
zasadnicze zawodowe	17,4	17,7	21,6
średnie	41,0	44,6	37,0
wyższe	36,3	35,9	36,8
<b>Wiek</b>			
do 20 lat	24,9	23,9	26,0
21-30 lat	18,4	19,4	17,3
31-40 lat	19,6	20,1	19,0
41-50 lat	17,5	17,1	18,0
51-60 lat	13,2	12,3	14,2
powyżej 61 lat	6,4	7,2	5,5
<b>Miejsce zamieszkania</b>			
miasto	83,7	83,9	83,5
wieś	16,3	16,1	16,5
<b>Subiektywna ocena posiadanego dochodu</b>			
niewystarczający	2,0	1,7	2,3
tylko na zaspokojenie podstawowych potrzeb	20,5	20,1	20,9
stać nas na niektóre wydatki, ale nie wszystkie wydatki	30,9	29,0	33,0
stać nas na wszystko	29,9	29,2	30,7
stać nas na wszystko i oszczędzamy	16,7	19,9	13,1
<b>Subiektywna ocena sposobu żywienia</b>			
bardzo zła	7,7	7,7	7,6
zła	17,4	15,9	19,0
przeciętna	35,9	40,8	30,4
dobra	26,8	25,6	28,1
bardzo dobra	12,2	9,9	14,8

Źródło: badanie własne.

W badaniu wykorzystano autorski kwestionariusz ankiety zawierający pytania dotyczące zachowań konsumentów związanych z dziczyzną. Kwestionariusz posłużył do oceny

deklarowanej przez badanych ilości i częstotliwości spożywania dziczyzny. Dwa pytania, w których wykorzystano 5-stopniową skalę ocen, w której ocena 1 – to czynnik całkowicie nieważny, a ocena 5 – to czynnik najważniejszy, pozwoliły na wyodrębnienie istotnych uwarunkowań, wpływających na podejmowanie decyzji o spożywaniu oraz stanowiących istotne bariery zniechęcające konsumentów do spożywania mięsa tego rodzaju. Charakterystykę badanej populacji przedstawiono w tabeli 1.

Wśród respondentów przeważały osoby mieszkające w miastach. Zwracając uwagę na płeć, stwierdzono, że prawie 53% badanej populacji stanowiły kobiety. Około 41,0% to badani z wykształceniem średnim, a 36,3% – badani z wyższym poziomem wykształcenia. Ponad 2/5 osób to respondenci w wieku do 30 lat. Co trzeciego respondenta stać na niektóre, a nie na wszystkie wydatki. Prawie 1/2 badanych deklaruje, że stać ich na wszystko, w tym niecała 1/5 to dodatkowo badani, którzy są w stanie zaoszczędzić. Poszczególne respondenci, oceniając sposób własnego żywienia przeważnie stwierdzali, że kształtuje się on na przeciętnym lub dobrym poziomie.

W ramach analizy statystycznej danych zastosowano analizę częstości, statystykę opisową oraz tabele krzyżowe. Do stwierdzenia różnic istotnych statystycznie między zmiennymi wykorzystano test chi-kwadrat Pearsona, a do analizy siły oddziaływania między zmiennymi obliczono współczynnik V-Cramera. Analizę statystyczną przeprowadzono w programie SPSS 21.

## Wyniki i dyskusja

Przeprowadzone badanie ilościowe dowiodło, że konsumenci deklarujący, że są konsumentami dziczyzny, spożywają ją jednak z dość małą częstotliwością, co obrazuje tabela 2. Ponad 2/5 respondentów spożywa dziczyznę kilka razy w roku, a co 3. badany spożywa ją kilka razy w miesiącu. Analiza statystyczna zgromadzonego materiału badawczego pozwala na stwierdzenie, że statystycznie istotnymi czynnikami różnicującymi opinie badanych o częstotliwości spożywania dziczyzny są m.in. płeć, poziom wykształcenia i miejsce zamieszkania. Kobiety relatywnie częściej niż mężczyźni wskazują na mniejszą częstotliwość spożywania dziczyzny, czego także dowodzą badania Burger (2000, s. 140-149). Wraz ze wzrostem poziomu wykształcenia, wzrasta procentowy udział odpowiedzi wskazujących na wyższą częstotliwość spożywania dziczyzny. Osobami częściej deklarującymi większą częstotliwość spożywania dziczyzny na poziomie „kilka razy w miesiącu” są badani z wyższym (32,8%) i średnim (28,5%) poziomem wykształcenia. Ponadto zwrócono uwagę na występowanie zależności dowodzącej, że mieszkańcy miast to konsumenci, którzy deklarują częściej niż mieszkańcy wsi, spożywanie dziczyzny „kilka razy w roku” (43,8%) i „rzadziej niż kilka razy w roku” (16,5%).

Chociaż respondenci deklarują stosunkowo małą częstotliwość spożywania dziczyzny, to jak przedstawiają dane zgromadzone w tabeli 3, prawie co drugi respondent wyraził opinię, że je za mało dziczyzny. Taka opinia była wyrażana istotnie statystycznie częściej przez badanych z wyższym (63,4% odpowiedzi) i podstawowym (62,0% odpowiedzi) poziomem wykształcenia oraz przez osoby oceniające na wyższym poziomie zadowolenie z posiadane-  
nego dochodu.

Tabela 2

**Wpływ istotnych statystycznie uwarunkowań na deklaracje respondentów dotyczące częstotliwości spożywania dziczyzny (w %)**

Wyszczególnienie	Częstotliwość spożywania dziczyzny					Wsp. V-Cramera	p-value
	kilka razy w tygodniu N=11	raz w tygodniu N=25	kilka razy w miesiącu N=73	kilka razy w roku N=106	rzadziej N=41		
<b>Ogółem</b>	4,4	9,7	28,4	41,5	16,0		
<b>Płeć</b>							
kobieta	3,0	9,3	27,3	43,8	16,5	0,184	p<0,05
mężczyzna	5,9	10,1	29,6	38,9	15,4		
<b>Wykształcenie</b>							
podstawowe	2,0	12,0	10,0	54,0	22,0	0,158	p<0,05
zasadnicze zawodowe	3,4	10,3	24,7	47,7	13,8		
średnie	4,9	9,8	28,5	42,2	14,6		
wyższe	4,7	9,1	32,8	35,5	17,9		
<b>Miejsce zamieszkania</b>							
miasto	3,0	9,3	27,3	43,8	16,5	0,136	p<0,05
wieś	5,9	10,1	29,6	38,9	15,4		

Źródło: jak w tabeli 1.

Tabela 3

**Wpływ istotnych statystycznie uwarunkowań na ocenę respondentów dotyczącą ilości spożywania dziczyzny (w %)**

Wyszczególnienie	Ocena ilości spożywanej dziczyzny			Wsp. V-Cramera	p-value
	jem za mało N=122	jem odpowiednią ilość N=72	jem za dużo N=62		
<b>Ogółem</b>	47,8	28,0	24,2		
<b>Wykształcenie</b>					
podstawowe	62,0	20,0	18,0	0,305	p<0,05
zasadnicze zawodowe	38,5	28,2	33,3		
średnie	35,6	30,7	33,7		
wyższe	63,4	25,9	10,2		
<b>Subiektywna ocena posiadanego dochodu</b>					
niewystarczający	55,0	20,0	25,0	0,135	p<0,05
tylko na zaspokojenie podstawowych potrzeb	42,9	26,8	30,2		
stać nas na niektóre wydatki, ale nie wszystkie wydatki	50,2	28,5	21,4		
stać nas na wszystko	42,8	29,4	27,8		
stać nas na wszystko i oszczędzamy	57,5	26,9	15,6		

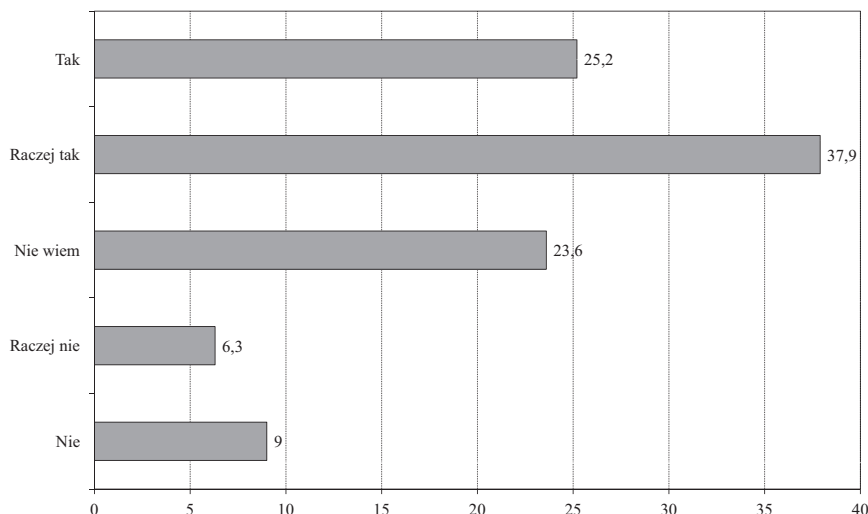
Źródło: jak w tabeli 1.

Uwzględniając odpowiedzi respondentów związane z oceną ich skłonności do spożywania większej ilości dziczyzny w najbliższych 5 latach wykazano, że ponad 3/5 badanych to osoby pozytywnie nastawione do takiej zmiany, co przedstawiono na wykresie 1.

Osobami częściej wskazującymi na możliwość wzrostu poziomu spożywania dziczyzny w przyszłości są mieszkańcy miast (83,7%), kobiety (52,7%), osoby ze średnim i wyższym poziomem wykształcenia (odpowiednio: 41,0% i 36,3%), a także respondenci oceniający na wyższym poziomie posiadaną wiedzę żywieniową (około 60% respondentów oceniających własną wiedzę żywieniową na poziomie „4 i 5”).

### Wykres 1

#### Deklaracje respondentów wobec możliwości spożywania dziczyzny w większej ilości w najbliższych 5 latach



Źródło: badanie własne.

W badaniu empirycznym dowiedziono, że na preferencje konsumentów związane z wyborem dziczyzny istotnie wpływają wybrane uwarunkowania. Determinują one z jednej strony proces podejmowania pozytywnej decyzji o jej spożywaniu (por. tabela 4), a z drugiej strony stanowią ważne bariery zniechęcające badanych do spożywania mięsa pochodzącego z dzikich zwierząt (por. tabela 5). Stwierdzono, że konsumenci spożywają dziczyznę przede wszystkim ze względu na jej smak, co potwierdza wartość oceny średniej na poziomie 3,44, przy najwyższym procentowym udziale ocen najwyższych z przedziału „4 i 5” (46,1%) i najniższym procentowym udziale ocen na poziomie „1 i 2” (20,4%). Na smak, jako na istotny czynnik wyboru dziczyzny do spożywania, wskazywali badani z wyższym poziomem wykształcenia ( $V_{Cramera}=0,110$ ;  $p<0,05$ ), konsumenci młodszy, a szczególnie z prze-

działu wiekowego 20-40 lat ( $VCramera=0,105$ ;  $p<0,05$ ) oraz respondenci oceniający na wyższym poziomie zadowolenie z posiadanego dochodu ( $VCramera=0,100$ ;  $p<0,05$ ).

Na smak, jako na istotny czynnik decydujący o wyborze mięsa przez konsumentów, zwraca uwagę wiele badań. Rozwinięcie pożądanego sensorycznie smaku mięsa zachodzi podczas obróbki cieplnej (Nielsen, Thamsborg 2005, s. 41-50; Czarniecka-Skubina 2006, s. 11-12; Kołczak 2007, s. 26-28). Do prekursorów smakowo-zapachowych należą związki zarówno rozpuszczalne w wodzie, jak i w tłuszczu, takie jak: peptydy, aminokwasy, nukleotydy, cukry redukujące, węglowodory alifatyczne, kwasy tłuszczowe oraz produkty ich utleniania (Kołczak 2007). Powstawanie prekursorów smaku zależy od wielu czynników związanych z produkcją mięsa, do których zaliczyć można m.in.: gatunek, rodzaj opasu, rasę oraz postępowanie poubojowe, czyli proces tzw. dojrzewania mięsa (Gorraiz i in. 2002, s. 916-922; Kautsidis i in. 2008, s. 124-130). Ogrzewanie mięsa powoduje reakcję enzymatyczną w wyniku, której powstaje aromat mięsny (Kautsidis i in. 2008).

Innymi istotnymi czynnikami determinującymi spożywanie dziczyzny przez badanych konsumentów były m.in.: kruchość (ocena średnia 3,35), łatwość przygotowania potrawy z mięsa (ocena średnia 3,33), a także soczystość (ocena średnia 3,11). W innych badaniach, potwierdzono także znaczenie dla konsumentów dwóch czynników, czyli kruchości i soczystości dziczyzny, jako determinant szczególnie istotnych przy ocenie wyróżników sensorycznej oceny jakości mięsa pochodzącego z dzikich zwierząt (Hutchison i in. 2010, s. 311-316; Rincker i in. 2006, s. 65-78).

**Tabela 4**

**Ocena wpływu wybranych uwarunkowań na podejmowanie decyzji o spożywaniu dziczyzny**

Wyszczególnienie N=256	Ocena średnia	Odchylenie standardowe	Ocena wpływu czynników na spożywanie dzczyzny (w %)	
			Procentowy udział ocen najniższych „1 i 2”	Procentowy udział ocen najwyższych „4 i 5”
Smak	3,44	1,255	20,4	46,1
Łatwość przygotowania	3,32	1,301	24,1	45,5
Kruchość	3,35	1,418	26,0	44,9
Soczystość	3,11	1,282	29,3	37,1
Zawartość tłuszczu	2,37	1,150	53,7	14,4
Zawartość składników mineralnych	2,70	1,475	47,3	32,5
Przyzwyczajenie	2,96	1,142	27,4	26,5
Zalecenia lekarza/dietetyka	2,37	1,150	53,7	14,4
Nawyki wyniesione z domu	2,70	1,475	47,3	32,5

Źródło: jak w tabeli 1.

Wśród czynników w największym stopniu przyczyniających się do rezygnacji konsumentów ze spożywania dziczyzny, a więc będących potencjalnymi barierami jej wyboru, co



zostało przedstawione w tabeli 5, są przede wszystkim takie determinanty, jak: odczuwany przez badanych strach przed możliwością zarażenia się chorobą odzwierzęcą jak włośnica (ocena średnia 3,82), a także obawa o własne zdrowie po spożyciu dziczyzny (ocena średnia 3,74). Uzyskane wyniki potwierdziły postawioną w artykule hipotezę, że polscy konsumenci nie spożywają dziczyzny przede wszystkim z powodu obaw związanych z możliwością zarażenia się chorobami odzwierzęcymi. Statystyki Europejskiego Urzędu ds. Bezpieczeństwa Żywności wskazują, że liczba potwierdzonych przypadków włośnicy jest niewielka. W 2012 roku w Europie odnotowano ok. 300 przypadków tej choroby, głównie w krajach wschodnich (Litwa, Białoruś) oraz w Bułgarii. W tym samym okresie zarejestrowano ponad 90 tys. przypadków zarażenia salmonellozą w skali europejskiej. Obawy konsumentów wydają się więc słuszne i mogą wywierać pozytywny wpływ, skłaniając konsumentów do weryfikacji mięsa przed jego zakupem.

Tabela 5

### Wybrane uwarunkowania przyczyniające się do niespożywania dziczyzny przez konsumentów

Wyszczególnienie N=256	Ocena średnia	Odchylenie standardowe	Ocena wpływu czynników na spożywanie dzczyzny (w %)	
			Procentowy udział ocen najniższych „1 i 2”	Procentowy udział ocen najwyższych „4 i 5”
Wysoka cena	2,68	1,386	63,0	28,1
Nieumiejętność przygotowania	3,69	1,354	27,6	62,8
Mały asortyment	3,02	1,361	44,8	36,0
Obawa o zdrowie	3,74	1,407	26,4	60,3
Mała dostępność	3,30	1,417	38,5	44,1
Strach przed zarażeniem (włośnicą)	3,82	1,320	23,1	61,4
Brak tradycji spożywania	3,43	1,490	35,5	50,4
Nieakceptowanie smaku	2,41	1,334	61,1	19,3
Dobrą potrawę można zjeść tylko w restauracji	2,93	1,369	46,5	32,6

Źródło: jak w tabeli 1.

Na podstawie przeprowadzonych analiz statystycznych stwierdzono, że respondentami w najwyższym stopniu obawiającymi się możliwości zarażenia się chorobami odzwierzęcymi były kobiety ( $VCramera=0,109$ ;  $p<0,05$ ), osoby z niższym, a szczególnie z podstawowym poziomem wykształcenia ( $VCramera=0,105$ ;  $p<0,05$ ), a także badani oceniający na wyższym poziomie zadowolenie z posiadanego dochodu ( $VCramera=0,100$ ;  $p<0,05$ ).

Innymi istotnymi czynnikami powodującymi niechęć respondentów do spożywania dziczyzny były: nieumiejętność przygotowania potrawy z dziczyzny (ocena średnia 3,69) oraz brak w polskim społeczeństwie tradycji spożywania tego rodzaju mięsa (ocena średnia 3,43). Wśród barier mających najmniejszy wpływ na niechęć respondentów do spożywania



dziczyzny zaliczyć można takie uwarunkowania, jak: nieakceptowanie smaku (ocena średnia 2,41), wysoką cenę (ocena średnia 2,68), a także przekonanie, że „dobrą potrawę z dziczyzny można zjeść tylko w restauracji” (ocena średnia 2,93). Podobne wyniki uzyskano podczas badania focusowego prowadzonego wśród konsumentów brytyjskich (*Feasibility Study...* 2010). Najczęściej wskazywanym czynnikiem zniechęcającym do zakupu dziczyzny był brak wiedzy na temat dziczyzny oraz możliwości jej wykorzystania, ale także niezajomość wartości odżywczej mięsa oraz wyrobów z dziczyzny i ich wysoka cena. W odniesieniu do cen mięsa, Brytyjczycy często decydują się na zakup dziczyzny pochodzącej z rynku lokalnego. Ceny dziczyzny na rynku lokalnym są niższe niż w sieciach handlowych, z uwagi na krótszy łańcuch dystrybucji (Popczyk 2012, s. 137-150).

## Podsumowanie

Analiza zgromadzonego materiału empirycznego pozwoliła na stwierdzenie, że mimo małej deklarowanej przez respondentów częstotliwości spożywania dziczyzny, mięso tego rodzaju wzbudza zainteresowanie wśród badanych. Prawie 1/2 respondentów uznała, że spożywa za mało dziczyzny, a 63,1% osób deklaruje gotowość do zwiększenia poziomu jej spożywania w najbliższych 5 latach. Uwzględniając preferencje badanych konsumentów wobec dziczyzny, wyodrębniono czynniki, które w istotnym stopniu wpływają na to, że konsumenci spożywają dziczyznę lub rezygnują z jej konsumpcji. Stwierdzono, że takie cechy, jak: smak, kruchość, soczystość, czy łatwość przygotowania potrawy, to istotne determinanty warunkujące wybór dziczyzny do spożycia. Główną barierą, a zarazem czynnikiem powodującym brak chęci spożywania mięsa pochodzącego z dzikich zwierząt jest obawa o własne zdrowie, a szczególnie związana z możliwością zarażenia się chorobą odzwierzęcą, do których zalicza się włośnicę.

***Badanie zrealizowane w ramach projektu badawczego Narodowego Centrum Nauki N N112 393840.***

## Bibliografia

- Burger J. (2000), *Gender differences in meal patterns: role of self-caught fish and wild game in meat and fish dishes*, "Environmental Research Section", No. A83.
- Chardonnet Ph. i in. (2002), *The value of wildlife*, "Rev. Sci. Tech. Off. Int. Epiz.", No. 21.
- Czarniecka-Skubina E. (2006), *Najlepsze na steki i befsztyki*, „Przegląd Gastronomiczny”, nr 11.
- Czerwińska D. (2011), *Wykorzystanie dziczyzny w przetwórstwie mięsa*, „Gospodarka Mięсна”, nr 1.
- Daszkiewicz T. i in. (2013), *Porównanie jakości mięsa jeleni szlachetnych (Cervus elaphus L.) pozyskanych na terenie Polski i Węgier*, „Żywność Nauka Technologia Jakość”, nr 20(4).
- Feasibility Study of Processing and Marketing Wild Venison in Rockingham Forest* (2010), The Deer Initiative.

- Górecka J., Szymańko T. (2010), *Walory żywieniowe dziczyzny*, „Magazyn Przemysł Mięsny”, nr 1-2.
- Gorraiz C., Beriain M.J., Chasco J., Insausti K. (2002), *Effect of ageing time on volatile compounds, odor and flavour of cooked beef from Pireneica and Friesian bulls and heifers*, “Journal Food Science”, No. 67.
- Grunert K., Bredahl L., Brunsø K. (2004), *Consumer perception of meat quality and implications for product development in the meat sector – a review*, “Meat Science”, No. 66.
- Hoffman L.C., Wiklund E. (2006), *Game and venison for the modern consumer*, “Meat Science”, No. 74.
- Hutchison C.L., Mulley R.C., Wiklund E., Flesch J.S. (2010), *Consumer evaluation of venison sensory quality : effects of sex, body condition score and carcass suspension method*, “Meat Science”, No. 86.
- Kołczak T. (2007), *Smakowitość mięsa*, „Gospodarka Mięsna”, nr 12.
- Koutsidis G., Elmore J.S., Oruna-Concha M.J., Campo M.M., Wood J.D., Mottram D.S. (2008), *Water-soluble precursors of beef flavour: I. Effect of diet and breed*, “Meat Science”, No. 79.
- Nielsen B.K., Thamsborg S.M. (2005), *Welfare, health and product quality in organic beef production: a Danish perspective*, “Livestock Production Science”, No. 94.
- Popczyk B. (2012), *Problemy handlu dziczyzną*, (w:) Gwiazdowicz D.J. (red.), *Problemy współczesnego łowiectwa w Polsce*, Polskie Towarzystwo Leśne, Oficyna Wydawnicza G&P, Poznań.
- Rincker P.J., Bechtel P.J., Finstad G., Van Buuren R.G.C., Killefer J., McKeith F.K. (2006), *Similarities and differences in composition and selected sensory attributes of reindeer, caribou and beef*, “Journal of Muscle Foods”, No. 1.
- Skubała P. (2012), *Moralny wymiar polowania*, (w:) Gwiazdowicz D.J. (red.), *Problemy współczesnego łowiectwa w Polsce*, Polskie Towarzystwo Leśne, Oficyna Wydawnicza G&P Poznań.
- Sonkoly K i in. (2013), *Big game meat production in Hungary: A special product of a niche market*, 2nd International Symposium on Hunting “Modern aspects of sustainable management of game populations”, Serbia.
- Świetlik K. (2014a), *Ceny detaliczne i spożycie mięsa*, „Rynek Mięsa. Stan i perspektywy”, nr 46.
- Świetlik K. (2014b), *Popyt*, „Rynek Drobiu i Jaj. Stan i perspektywy”, nr 46.
- Świetlik K. (2012), *Dotychczasowy i przewidywany popyt na podstawowe produkty żywnościowe: Mięso i przetwory*, „Popyt na Żywność. Stan i Perspektywy”, nr 13.
- The European Union Summary Report on Trends and Sources of Zoonoses, Zoonotic Agents and Food-borne Outbreaks in 2012* (2014), “EFSA Journal”, No.12(2).
- <http://www.pzlow.pl>, [dostęp: 20.11.2014].
- <http://www.stat.gov.pl> [dostęp: 20.11.2014].

## Evaluation of Consumers' Preferences Related to the Choice of Game Meat

### Summary

The basic aim of considerations is to learn consumers' preferences towards game meat taking into account the evaluation of frequency and amount of consumption thereof as well as the important factors determining the process of making

decision on consumption or non-consumption thereof. The obtained results may be a valuable source of information for the *Konsorcjum Dziczyzna Polska* (Consortium Game Meat Poland) established on the initiative of the *Polski Związek Łowiecki* (PZŁ) [Polish Hunting Association] whose basic aim is to promote the knowledge of values of game meat and the possibilities to prepare meals therefrom.

To achieve the undertaken research objective, the authors used the quantitative nation-wide research conducted in 2012 addressed to 1000 adult inhabitants of Poland declaring they were meat consumers. Of that research sample, only 256 respondents are the consumers who in the last two years at least once had consumed game meat. Within the framework of the statistical analysis of data, there was applied the frequency analysis, the descriptive statistics and contingency tables. For the purpose of ascertainment of the statistically significant differences between variables, there was used the Pearson's chi-squared test.

In their article, the authors hypothesised that Polish consumers did not consume game meat primarily for fears connected with the possibility to get animal disease infection such as trichinosis.

The analysis of the collected data confirmed that, first of all, consumers consume for its flavour and tenderness. The respondents are afraid of foodborne diseases in case of game meat, though, at the same time, almost one half of the body of respondents assess that they currently consume it too little and express their readiness to eat more dishes and products made of game meaty in the future.

**Key words:** game meat, consumer, consumption, choice factors.

**JEL codes:** O11

## Оценка предпочтений потребителей, связанных с выбором дичи

### Резюме

Основная цель рассуждений – узнать предпочтения потребителей в отношении дичи с учётом оценки частотности и количества её потребления, а также существенные факторы, обуславливающие процесс принятия решений о её потреблении или неупотреблении в пищу. Полученные результаты могут представлять собой ценный источник информации для консорциума «Польская дичь», созданного по инициативе Польского охотничьего союза (сокр. на польском языке PZŁ), основной целью которого является распространение знаний о достоинствах дичи и о возможности приготовления из неё блюд.

Осуществлению принятой исследовательской цели послужило общепольское количественное обследование, проведённое в 2012 г., которое направлялось 1000 взрослых жителей Польши, заявляющих, что они потребляют мясо. Из этой исследовательской выборки лишь 256 обследованных были потребителями, которые в течение двух последних лет по крайней мере один раз потребляли дичь. В рамках статистического анализа данных применили анализ частотности, описательную статистику и перекрёстные таблицы. Для выявления статистически существенных отличий между переменными использовали критерий хи-квадрат Пирсона.

В статье приняты гипотезу, что польские потребители не потребляют дичь прежде всего из-за опасений, связанных с возможностью заразиться болезнями животного происхождения, такими как, например, трихинеллёз.

Анализ накопленных данных подтвердил, что потребители прежде всего потребляют дичь по причине её вкуса и хрупкости. Обследуемые опасаются болезней, переносимых дичью, но заодно почти половина из числа респондентов оценивает, что потребляет её в настоящее время слишком мало, и выражает готовность потреблять большее количество блюд и изделий из дичи в будущем.

**Ключевые слова:** дичь, потребитель, потребление, факторы выбора.

**Коды JEL:** O11

Artykuł nadesłany do redakcji w marcu 2015 roku

© All rights reserved

Afiliacje:

mgr Katarzyna Kwiecińska

dr hab. Małgorzata Kosicka-Gębska

dr Jerzy Gębski

Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie

Wydział Nauk o Żywieniu Człowieka i Konsumpcji

Katedra Organizacji i Ekonomiki Konsumpcji

ul. Nowoursynowska 159c

02-776 Warszawa

tel.: 22 593 71 36

e-mail: katarzyna\_kwiecinska@sggw.pl

e-mail: malgorzata\_kosicka\_grebska@sggw.pl

e-mail: jerzy\_grebski@sggw.pl