

Małgorzata Kosicka-Gębska, Jerzy Gębski

Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie

WPLYW WYRÓŻNIKÓW JAKOŚCI NA ZACHOWANIA KONSUMENTÓW MIĘSA

THE INFLUENCE OF QUALITY FEATURES ON CONSUMERS' BEHAVIOR MEAT

Słowa kluczowe: jakość, wyróżniki jakości, konsument, mięso

Key words: quality, quality features, consumer, meat

Abstrakt. Celem badań było wyodrębnienie i uszeregowanie najważniejszych cech wpływających na konsumencką ocenę jakości dla poszczególnych rodzajów mięs oraz ryb, a także określenie wpływu tych wyróżników na proces podejmowania decyzji o nabywaniu mięsa i ryb. Materiał badawczy pochodził z ogólnopolskiego badania ilościowego przeprowadzonego w 2012 roku na próbie 1500 respondentów, dorosłych mieszkańców Polski, w 16 województwach, proporcjonalnie do liczby ich mieszkańców. Polski konsument, pomimo zmieniających się na przestrzeni lat wzorców konsumpcji i zwyczajów żywieniowych, nadal jest zwolennikiem mięsa wieprzowego, które stanowi około 60% konsumpcji mięsa ogółem. Zmniejszeniu uległo spożycie wołowiny. Natomiast w latach 1990-2013 zwiększyło się spożycie mięsa drobiowego o prawie 20 kg/osobę/rok. Jedną z determinant wpływających na kształtowanie się zachowań konsumentów względem mięsa jest jego jakość, a szczególnie sposób jej postrzegania, charakteryzowania i oceniania przez konsumentów. Jak dowiodły wyniki ilościowego badania empirycznego, polscy konsumenci najrzadziej deklarowali spożywanie dzicyzny, ryb oraz mięsa wołowego. Ponadto stwierdzono, że inna jest siła oddziaływania poszczególnych cech konsumenckiej oceny jakości na podejmowanie ostatecznej decyzji o zakupie mięsa i ryb. Dla większości konsumentów najważniejszym wyróżnikiem był wygląd ogólny. Dla osób kupujących wieprzowinę istotną cechą była zawartość tłuszczu. Badani nabywający wołowinę zwracali uwagę na jej cenę, a kupujący ryby oceniali ich zapach.

Wstęp

Prowadzone od wielu lat badania dowodzą, że mięso jest źródłem licznych substancji odżywczych, których pozyskanie możliwe jest również z innych produktów żywnościowych, ale trudne do zbilansowania w pożądanym dla organizmu proporcjach w diecie bezmięsnej [Cichocka 2013]. Dlatego powinno ono stanowić istotny składnik diety człowieka. W Polsce w latach 1990-2013 nastąpił wzrost spożycia mięsa ogółem z 68,8 kg/osobę/rok do 71,5 kg/osobę/rok. Zwiększeniu konsumpcji mięsa ogółem towarzyszyły istotne zmiany struktury spożycia. Kształtujące się relacje cen i preferencje żywieniowe konsumentów stymulowały popyt zwłaszcza na mięso drobiowe – z 7,6 kg/osobę/rok w 1990 roku do 27,5 kg/osobę/rok w 2013 roku. Wyraźnym spadkiem charakteryzowała się konsumpcja mięsa czerwonego na rzecz wzrostu spożycia mięsa białego [Zielińska, Szczebiot-Knoblauch 2005]. O ile spożycie wieprzowiny w Polsce od lat utrzymuje się na podobnym poziomie ok. 40 kg/osobę/rok, to poziom spożycia wołowiny ulega ciągłemu zmniejszaniu – z 16,4 kg/osobę/rok w 1990 roku do 1,8 kg/rok w 2013 roku [Rynek Mięsa... 2013].

Współcześni konsumenci są coraz bardziej świadomi i wyedukowani, co sprawia, że stawiają producentom żywności coraz wyższe wymagania i jak przytacza Łeba [2008], chcą oni mieć pewność, że zakupiony produkt nie zaszkodzi ich zdrowiu.

Jednym z podstawowych wymagań co do żywności, jest jej jakość. Żywność dostępna na rynku powinna charakteryzować się odpowiednią jakością, która może być postrzegana przez konsumentów jako zbiór wielu cech. Przede wszystkim jakość wiąże się gwarancją bezpieczeństwa, a więc jakością zdrowotną, tzn. zgodnością z przepisami prawa, standardami, specyfikacją i poziomem jakości akceptowalnym przez klienta [Jasiulewicz-Kaczmarek, Wieczorek 2008]. W

literaturze wyróżnia się trzy obszary jakości żywności: atrakcyjność sensoryczna, zdrowotność i dyspozycyjność [Baryłko-Pikielna, Matuszewska 2009, Szczucki 1970]. W ostatnich latach coraz częściej postuluje się o rozszerzenie struktury cech jakościowych produktów żywnościowych o obszary jakości symbolicznej, zapewniającej nabywcy możliwość wyróżnienia się z otoczenia i jakości „żywieniowej”, związanej z jakością żywienia [Cichocka, Pieczonka 2005]. Z badań wynika, że w różnych krajach konsumenci utożsamiają z jakością różne cechy [Shewfelt i in. 2006, McCarthy i in. 2003]. W przypadku mięsa na konsumencką ocenę jego jakości składa się wiele cech subiektywnych [Nowak, Trziszka 2010, Grunert i in. 2004], z których najważniejszymi wyróżnikami są kruchość [Cierach i in. 2009], barwa, smakowitość oraz wartość odżywcza [Tatum 2008, Jeremiah, Phillips 2000]. Według Jurczaka [2005], na jakość mięsa istotny wpływ mają cztery podstawowe cechy, do których zalicza się: wyróżniki sensoryczne (np. barwa, smak) i strukturę mięsa (np. soczystość, kruchość), wskaźniki higieniczno-toksykologiczne (np. pH tuszy), parametry fizyczno-żywniowe (np. zawartość białka, tłuszczu i węglowodanów) oraz cechy technologiczne (np. zawartość tkanki łącznej). Według badań Krupy i Majki [2000] dla konsumentów pochodzących z południowo-wschodniego makroregionu Polski, najważniejszymi wyróżnikami jakości mięsa były: świeżość, smak i zapach produktu.

Celem badania empirycznego było wyodrębnienie i uszeregowanie najważniejszych cech wpływających na konsumencką ocenę jakości dla poszczególnych rodzajów mięs oraz ryb, a także określenie wpływu tych wyróżników na proces podejmowania decyzji o nabywaniu mięsa i ryb.

Materiał i metodyka badań

Materiał badawczy pochodził z ogólnopolskiego badania ilościowego przeprowadzonego w 2012 roku na próbie 1500 respondentów, dorosłych mieszkańców Polski. Zostało ono przeprowadzone w 16 województwach, proporcjonalnie do liczby ich mieszkańców. W każdym województwie liczebność próby została ustalona zgodnie z faktycznymi proporcjami występującymi w tym województwie (na podstawie danych statystycznych – Bank Danych Lokalnych) dla kryteriów, takich jak: płeć, wiek, wykształcenie i miejsce zamieszkania.

Narzędziem badawczym służącym do pozyskania danych od konsumentów mięsa i ryb był autorski kwestionariusz wywiadu składający się z pytań o charakterze otwartym i zamkniętym. W badaniu ponad połowa ogółu stanowiły kobiety. Prawie 2/5 to osoby z wykształceniem średnim, 26,0% to badani mający wykształcenie zasadnicze zawodowe, a po 20% to osoby legitymujące się wykształceniem podstawowym i wyższym. Uwzględniając kategorię wieku stwierdzono, że najliczniej były reprezentowane osoby z przedziałów 31-40 lat (28,0%) i 51-60 lat (23,9%). Najmniej licznymi grupami wiekowymi byli respondenci w wieku do 30 lat (12,9%) oraz powyżej 61. roku życia (15,0%). Respondenci pochodzący ze wsi stanowili 35,8%. Około 2/5 badanych deklarujących pochodzenie z aglomeracji reprezentowało miasta poniżej 500 tys. mieszkańców. Prawie 40% badanych zarówno subiektywną ocenę wiedzy żywieniowej, jak również subiektywną ocenę sposobu żywienia określało jako przeciętną. Natomiast stan własnego zdrowia niezależnie od płci, respondenci oceniali jako dobry (tab. 1).

Do oceny rozkładu zmiennych zgromadzonego materiału empirycznego zastosowano analizę częstości. W celu poznania oceny częstotliwości spożycia mięsa ogółem, poszczególnych jego rodzajów i ryb wykorzystano 5-stopniową skalę, gdzie ocena 1 oznaczała spożywanie codziennie, 2 – spożywanie kilka razy do roku, 3 – spożywanie raz w tygodniu, 4 – spożywanie kilka razy w miesiącu, 5 – spożywanie kilka razy w roku. Do oceny jakości poszczególnych rodzajów mięs i ryb dostępnych na polskim rynku posłużono się 5-stopniową skalę ocen, gdzie najniższa ocena na poziomie 1 to bardzo zła jakość, a 5 – to bardzo dobra jakość. Natomiast w celu wyodrębnienia najistotniejszych cech wpływających na kształtowanie konsumenckiej oceny jakości mięsa i ryb oraz uszeregowania ich siły oddziaływania na proces podejmowania decyzji o zakupie lub niekupowaniu badanych produktów zastosowano analizę czynnikową. Wszystkie analizy przeprowadzono z wykorzystaniem programu SPSS for Windows PL 21.

Tabela 1. Charakterystyka badanej populacji
 Table 1. Characteristics of consumers features

Wyszczególnienie/Specification	Ogółem/Total n = 1500	Płeć/Sex	
		kobiety/ women n = 785	mężczyźni/ men n = 715
		%	
Wykształcenie/Level of education:			
- podstawowe/primary	16,9	16,6	17,2
- zasadnicze zawodowe/vocational	26,0	20,8	31,7
- średnie/average	37,3	41,9	32,3
- wyższe/higher	19,8	20,8	18,7
Wiek [lata]/Age [years]:			
- do 30	12,9	15,4	10,2
- 31-40	28,2	28,5	27,8
- 41-50	19,0	21,4	18,3
- 51-60	23,9	20,5	27,7
- powyżej/over 61	15,0	14,1	15,9
Miejsce zamieszkania/Place of living:			
- miasto powyżej 500 tys. mieszkańców/city over 500 thousands residents	19,3	18,7	19,9
- miasto poniżej 500 tys. mieszkańców/city under 500 thousands residents	44,9	46,6	43,1
- wieś/village	35,8	34,6	37,1
Ocena sposobu żywienia/Evaluation of nutrition:			
- bardzo zła/very bad	2,5	1,4	3,8
- zła/bad	7,8	8,0	7,6
- przeciętna/average	42,8	42,4	43,2
- dobra/good	37,3	39,6	34,8
- bardzo dobra/very good	9,5	8,5	10,6
Ocena stanu zdrowia/Evaluation of health:			
- bardzo zły/very bad	1,2	1,3	1,1
- zły/bad	6,9	5,6	8,4
- przeciętny/average	30,3	29,0	31,7
- dobry/good	44,0	47,6	40,0
- bardzo dobry/very good	17,5	16,4	18,7

Źródło: badanie własne

Source: own study

Wyniki badań

Analiza statystyczna zgromadzonego materiału empirycznego dowiodła, że mięso jest istotnym składnikiem codziennej diety Polaków. Dane przedstawione w tabeli 2 wskazują, że żaden z 1500 respondentów nie udzielił odpowiedzi, że nie spożywa mięsa. Ponad 2/5 badanych deklaruowało spożywanie mięsa ogółem z częstotliwością kilka razy w tygodniu, a blisko 30% osób wskazało na codzienne spożywanie mięsa. Zwracając uwagę na częstotliwość spożywania poszczególnych rodzajów mięs oraz ryb stwierdzono, że konsumenci z największą częstotliwością spożywali mięso drobiowe oraz wieprzowe, a tą tendencję potwierdzają również statystyki ogólnokrajowe [Rynek mięsa... 2013] oraz inne badania empiryczne [Kosicka-Gębska 2013, Kosicka-Gębska i in. 2010, Nowak, Trziszka 2010]. Najrzadziej spożywana była dziczyzna, a także ryby i wołowina. Ponad 40% badanych w ogóle nie spożywało dziczyzny, a 15,7% ryb.

Współczesny konsument coraz częściej zwraca uwagę na jakość spożywanych produktów i podaje ją ciągłej ocenie. Aprobata konsumentów zyskują produkty charakteryzujące się odpowiednią jakością i bezpieczeństwem zdrowotnym. W ostatnich latach zaufanie to ulegało osłabieniu m.in.

Tabela 2. Opinia konsumentów o częstotliwości spożywania mięsa oraz ryb (n = 1500)
 Table 2. Consumers' opinion about the frequency of consumption of meat and fish (n = 1500)

Częstotliwość/ Frequency	Mięso/Meat				Dziczyzna/ Game	Ryby/ Fish
	ogółem/ total	wieprzowe/ pork	drobiowe/ poultry	wołowe/ beef		
	%					
Dziennie/Every day	27,2	5,3	7,3	1,5	-	1,2
Kilka razy w tygodniu/Several times a week	43,9	32,9	39,9	9,7	-	6,8
Raz w tygodniu/Once a week	13,9	27,3	29,7	18,6	4,8	14,4
Kilka razy w miesiącu/Several times a month	12,5	22,1	17,3	26,1	15,8	28,6
Kilka razy w roku/Several time a year	2,0	8,3	5,3	41,1	37,1	33,3
Nie spożywam/Not consume	-	4,1	0,5	2,9	42,3	15,7

Źródło: badanie własne

Source: own study

ze względu na problemy związane z chorobą BSE, ptasią grypą, skażeniem pasz i surowców np.: antybiotykami, mikotoksynami, melaminą, pestycydami czy też pałeczką Salmonella.

Respondenci biorący udział w badaniu empirycznym zostali poproszeni o dokonanie oceny jakości mięsa ogółem, poszczególnych jego rodzajów oraz ryb, co zostało przedstawione w tabeli 3. Stwierdzono, że prawie 2/5 badanych oceniło jakość mięsa ogółem jako dobrą. Zaledwie 6% badanych oceniło ją negatywnie na poziomie ocen 1 i 2. Zwracając uwagę na ocenę jakości poszczególnych rodzajów mięs stwierdzono, że najwięcej ocen pozytywnych na poziomie 4 i 5 przypisano dziczyźnie (82,1%). W następnej kolejności według respondentów dobrą jakością charakteryzowały się: wołowina (53,7% – oceny 4 i 5), drób (49,2% – 4 i 5) i wieprzowina (45,4% – 4 i 5). Na najniższym poziomie konsumenci ocenili jakość ryb dostępnych w ofercie rynkowej (70,5% ocen 1 i 2).

Dla przeciętnego konsumenta jakość produktów może kojarzyć się z różnymi jej wyróżnikami/cechami. W badaniu ilościowym poproszono respondentów o uszeregowanie najważniejszych czynników, które ich zdaniem odgrywają istotną rolę w kształtowaniu konsumenckiej oceny jakości poszczególnych rodzajów mięs oraz ryb (tab. 4).

Uzyskane wyniki pozwoliły na stwierdzenie, że najistotniejszą składową jakości dla wszystkich rodzajów mięs, a także dla ryb był wygląd ogólny. Ponadto, oceniając jakość mięsa wieprzowego

Tabela 3. Ocena jakości mięsa i ryb dostępnych na polskim rynku według deklaracji respondentów (n = 1500)
 Table 3. Evaluation of the quality of meat and fish available on the Polish market by declarations of the respondents (n = 1500)

Ocena jakości/Quality evaluation	Mięso/Meat				Dziczyzna/ Game	Ryby/ Fish
	ogółem/ total	wieprzowe/ pork	drobiowe/ poultry	wołowe/ beef		
Bardzo zła/very bad	1,3	2,0	2,6	1,4	1,3	41,6
Zła/Bad	4,6	8,7	9,4	4,4	2,8	28,9
Ani zła/ani dobra/Not bad/not good	50,2	43,9	38,9	40,5	13,8	4,9
Dobra/Good	38,9	34,5	39,1	38,2	30,3	16,2
Bardzo dobra/Very good	5,0	10,9	10,1	15,5	51,8	8,4

Źródło: badanie własne

Source: own study

Tabela 4. Wpływ wybranych cech na konsumencką ocenę jakości mięsa (n = 1500)
 Table 4. Influence of selected features on consumer evaluation of the quality of meat (n = 1500)

Wyróżniki jakości/ <i>Quality features</i>	Mięso/ <i>Meat</i>			Dziczyzna/ <i>Game</i>	Ryby/ <i>Fish</i>
	wieprzowe/ <i>pork</i>	drobiowe/ <i>poultry</i>	wołowe/ <i>beef</i>		
	%				
Barwa/ <i>Colour</i>	4,9	29,6	16,8	6,8	8,5
Smak/ <i>Taste</i>	8,7	24,4	13,9	18,3	2,3
Zapach/ <i>Odor</i>	1,2	3,2	11,1	21,2	18,4
Wygląd ogólny/ <i>General appearance</i>	43,6	32,7	21,5	24,7	25,1
Zawartość tłuszczu/ <i>Fat</i>	25,0	4,4	6,7	10,8	5,2
Cena/ <i>Price</i>	5,1	2,1	11,0	11,2	15,9
Kraj pochodzenia/ <i>Country of origin</i>	3,8	1,6	11,3	3,2	2,3
Miejsce zakupu/ <i>Place of purchase</i>	7,7	2,9	7,6	3,8	22,3

Źródło: badanie własne

Source: own study

konsumenci zwracali uwagę na zawartość tłuszczu. Przy ocenie jakości drobiu oraz wołowiny cechami ważnymi dla respondentów były barwa oraz smak. W przypadku dziczyzny – jej zapach i smak. Najważniejszymi dla konsumentów wyróżnikami wpływającymi na ocenę jakości ryb były miejsce zakupu, zapach oraz cena.

Według respondentów uczestniczących w badaniu, inna była siła oddziaływania poszczególnych wyróżników konsumenckiej oceny jakości mięsa i ryb na proces podejmowania decyzji o ich kupowaniu lub nie. Analiza zgromadzonych danych pozwoliła na stwierdzenie, że w sklepie, w momencie podejmowania decyzji dotyczącej zakupu, konsumenci przede wszystkim zwracali uwagę na wygląd ogólny kupowanych produktów (tab. 5). Podczas zakupu wieprzowiny istotną ocenianą przez konsumentów cechą była zawartość tłuszczu. Dla kupujących wołowinę najistotniejszym wyróżnikiem była jej cena. W przypadku drobiu oceniano jego barwę. Osoby kupujące ryby częściej oceniali ich zapach.

Tabela 5. Wpływ wyróżników jakości mięsa na podejmowanie decyzji o zakupie mięsa i ryb ((n = 1500)
 Table 5. The influence meat quality traits for making the decision to purchase meat and fish (n = 1500)

Wyróżniki jakości/ <i>Quality features</i>	Mięso/ <i>Meat</i>			Dziczyzna/ <i>Game</i>	Ryby/ <i>Fish</i>
	wieprzowe/ <i>pork</i>	drobiowe/ <i>poultry</i>	wołowe/ <i>beef</i>		
	%				
Wygląd ogólny/ <i>General appearance</i>	63,1	62,2	54,8	47,6	67,1
Cena/ <i>Price</i>	28,0	14,1	77,5	45,8	42,3
Barwa/ <i>Colour</i>	38,2	50,1	40,5	42,3	38,3
Producent/ <i>Manufacturer</i>	17,9	20,4	21,6	5,5	18,6
Kraj pochodzenia/ <i>Country of origin</i>	23,9	24,7	22,9	10,3	11,4
Opinia sprzedawcy/ <i>Opinion seller</i>	22,4	24,7	26,4	9,6	8,7
Zawartość tłuszczu/ <i>Fat</i>	50,5	15,5	16,9	8,1	9,2
Znak jakości/ <i>Mark of quality</i>	20,9	13,7	12,2	7,6	10,1
Przeznaczenie kulinarne/ <i>Culinary destination</i>	21,1	24,1	18,5	13,1	4,3
Wpływ na zdrowie/ <i>Effect on the health</i>	10,0	37,7	15,2	42,1	32,2
Zapach/ <i>Odor</i>	8,1	12,9	10,4	33,4	54,5

Źródło: badanie własne

Source: own study

Podsumowanie i wnioski

Dla polskich konsumentów mięso jest istotnym składnikiem diety, o czym świadczy częstotliwość poziomu jego spożywania, a zwłaszcza dwóch jego rodzajów – drobiu i wieprzowiny. Jedną z istotnych determinant warunkujących częstotliwość konsumpcji mięsa, jak również ryb jest ich jakość. Podczas zakupów konsumenci są w stanie ocenić tylko niektóre cechy jakościowe produktów, związane przede wszystkim z atrakcyjnością sensoryczną lub z dyspozycyjnością. Natomiast pod względem zdrowotności i bezpieczeństwa, jak również pochodzenia surowców mogą opierać się jedynie na zaufaniu do producenta lub sprzedawcy.

Badanie empiryczne dowiodło, że respondentom jakość różnych rodzajów mięs oraz ryb kojarzyła się z różnymi jej cechami. Stwierdzono, że podczas podejmowania decyzji o kupowaniu mięsa i ryb przede wszystkim decyduje ocena wzrokowa wyrażająca się w ocenie wyglądu ogólnego. W przypadku zakupu mięsa drobiowego badani deklarowali, że zwracają także uwagę na jego barwę, a na przykład dla kupujących wieprzowinę istotną cechą była ocena zawartości tłuszczu w mięsie.

Literatura

- Baryłko-Pikielna N., Matuszewska I. 2009: *Sensoryczne badania żywności. Podstawy – metody – zastosowania*, Wydawnictwo Naukowe PTTŻ, Kraków.
- Cichocka A. 2013: *Miejsce mięsa w diecie*, <http://www.poradnikmedyczny.pl>, dostęp 2.11.2013.
- Cichocka I., Pieczonka W. 2005: *Struktura jakości produktów żywnościowych współczesnego konsumenta*, Problemy Jakości, sierpień, 13-18.
- Cierach M., Niedźwiedz J., Borzyszkowski M. 2009: *Zmiany poubojowe w wołowej tkance mięsniowej a jakość mięsa*, Inżynieria i Aparatura Chemiczna, 48, 2, 27-28.
- Grunert K.G., Bredahl L., Brunso K. 2004: *Consumer perception of meat quality and implications for product development in the meat sector – a review*, Meat Science, 66, 259-272.
- Jasiulewicz-Kaczmarek M., Wieczorek R. 2008: *Eksploracja systemu zarządzania bezpieczeństwem żywności warunkiem satysfakcji klienta*, [w]: T. Sikora (red.), *Koncepcje zarządzania jakością. Doświadczenia i perspektywy*, Wydawnictwo Naukowe PTTŻ, Kraków, 617.
- Jeremiah L.E., Phillips D.M. 2000: *Evaluation of a probe for predicting beef tenderness*, Meat Science, 55, 493-502.
- Jurczak M. 2005: *Towaroznawstwo produktów zwierzęcych – ocena jakości mięsa*, Wydawnictwo SGGW, Warszawa, 20-36.
- Łeba S. 2008: *Jakość konsumencka jako wyzwanie dla producentów żywności*, [w]: T. Sikora (red.), *Koncepcje zarządzania jakością. Doświadczenia i perspektywy*, Wydawnictwo Naukowe PTTŻ, Kraków, 631.
- McCarthy M., de Boer M., O'Reilly S., Cotter L. 2003: *Factors influencing intention to purchase beef in the Irish market*, Meat Science, 65, 1071-1083.
- Kosicka-Gębska M. 2013: *Zachowania polskich konsumentów na rynku wołowiny*, Wydawnictwo SGGW, Warszawa.
- Kosicka-Gębska M., Przeździecka N., Gębski J. 2010: *Tendencje zmian w spożyciu mięsa wołowego w Polsce w latach 2000-2009*, Problemy Rolnictwa Światowego, Wydawnictwo SGGW, 49-59.
- Krupa J., Majka A. 2000: *Badanie preferencji konsumenckich mięsa i jego przetworów w południowo-wschodnim makroregionie Polski*, Nauka. Technologia, Jakość, 2, 91-99.
- Nowak M., Trziszka T. 2010: *Zachowania konsumentów na rynku mięsa drobiowego*, Żywność. Nauka. Technologia, Jakość, 1(68), 114-120.
- Rynek mięsa. Stan i perspektywy*. 2013: IERiGŻ-PIB, czerwiec, Warszawa.
- Shewfelt R.L., Purvis A.C., McGlasson W.B., Kanlayanarat S. 2006: *Defining and meeting consumer requirements*, Proc. of the IVth Int. Conf. on Managing Quality in Chains, 1, 2, 712, 31-37.
- Szczucki C.M. 1970: *Zakresy znaczeniowe podstawowych pojęć z kontroli jakości produktów mięsnych*, Gospodarka Mięsna, 1, 2-5.
- Tatum J.D. 2008: *Producing flavorful beef*. Department of Animal Sciences, Colorado State University, 1-18.
- Zielińska J., Szczebiot-Knoblach L. 2005: *Spożycie mięsa w Polsce przed i po akcesji z UE*, Roczn. Nauk. SERiA, t. IX, z. 4, 240-244.

Summary

The aim of the study was to identify and prioritize the most important characteristics affecting consumer assessment of the quality for different types of meats and fish, as well as the impact of these traits on the process making a decision to purchase meat and fish. The research material came from nationwide quantitative survey conducted in 2012 on a sample of 1,500 respondents Polish adult population in 16 provinces, proportion to the number of their inhabitants. Polish consumer, despite changing over the years, consumption patterns and habits nutrition, it is still a supporter of pork, which is about 60% of total meat consumption. Was reduced beef consumption. In the years 1990-2013 increased consumption of poultry meat with nearly 20 kg/person/year. One of the determinants influencing the consumer behavior with respect to meat is its quality, especially way of perceiving, characterization and evaluation by consumers. As shown the results of a quantitative empirical study, Polish consumers rarest declared consuming venison, fish and beef. Moreover, the other is the power of the individual characteristics consumer assessment of the quality to take a final decision on buying meat and fish. For most consumers, the most important distinguishing feature was general appearance. For people buying pork important feature was the content fat. Respondents purchasing beef pointed to its price and the buyer assessed fish smell them.

Adres do korespondencji
dr inż. Małgorzata Kosicka-Gębska, dr inż. Jerzy Gębski
Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie
Wydział Nauk o Żywieniu Człowieka i Konsumpcji
Katedra Organizacji i Ekonomiki Konsumpcji
ul. Nowoursynowska 159C, Warszawa, tel. (22) 593 71 46
e-mail: malgorzata_kosicka_grebska@sggw.pl