

## DZICZYŻNA W OCENIE POLSKICH KONSUMENTÓW

Wioleta Knizewska, Martyna Batorska, Justyna Więcek, Anna Rekiel,  
Marcin Sońta

Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie, Katedra Szczegółowej Hodowli Zwierząt,  
ul. Ciszewskiego 8, 02-786 Warszawa

*Celem badań było poznanie wiedzy konsumentów na temat dziczyżny oraz stopnia zainteresowania mięsem pozyskiwanym od różnych gatunków zwierząt łownych. Badania metodą ankietową według autorskiego kwestionariusza wywiadu przeprowadzono w okresie maj-wrzesień 2015 r. Pozyskano opinie 100 osób. Wyniki opracowano według kryterium: płci, wieku, wykształcenia i miejsca zamieszkania respondentów. Zależności między zmiennymi określono testem Chi-kwadrat. Stwierdzono, że dziczyżnę spożywało 92% respondentów, przy czym 45% jadło ją jeden raz, a tylko 6% jadło ją regularnie. Wiedza na temat walorów odżywczych dziczyżny jest niska. Prawie jedna czwarta ankietowanych nie zna jej walorów. Ankietowani (44%) również nie znają ceny dziczyżny, prawdopodobnie dlatego, że źródłem pochodzenia mięsa, które spożywali, byli zaprzyjaźnieni myśliwi. Najczęściej spożywanym mięsem było mięso z dzika europejskiego. Chęć zakupu i spożycia dziczyżny, przy jego większej dostępności w sklepach, wykazali ludzie młodzi, z wyższym wykształceniem, mieszkający w dużych miastach. Respondenci wykazali zainteresowanie zakupem dziczyżny, ale po znacznie niższych cenach niż obecne ceny rynkowe.*

*Słowa kluczowe: dziczyżna, zainteresowanie zakupem, konsumenci*

Spożycie dziczyżny w Polsce jest niskie i wynosi około 0,08 kg/osobę w ciągu roku (Górecka i Szymańko, 2010; Simińska i in., 2011; Kwiecińska i in., 2015). Tak niewielkie spożycie spowodowane jest m.in. brakiem ciągłości dostaw ze względu na okresy ochronne gatunków łownych oraz wymogami sanitarno-weterynaryjnymi (Popczyk, 2012; Sadowski i in., 2014). Dzczyżna może być atrakcyjna dla konsumentów, ponieważ w porównaniu do mięsa pozyskiwanego od zwierząt gospodarskich zawiera mniej cholesterolu i tłuszczu, a więcej białka (Korzeniowski i in., 1991; Werpachowski i Zalewski, 2012; Kasprzyk, 2015; Piaskowska, 2015; Zin i Mroczek, 2016a, b). We frakcji lipidowej dziczyżny określono korzystniejszy, z punktu widzenia konsumentów, stosunek kwasów wielonienasyconych  $n-6$  do  $n-3$  (Valencak i Ruf,

2007; Strazdina i in., 2013). Jednak kluczowe w kwestii rozwoju rynku dziczyzny są nie tylko walory prozdrowotne i kulinarne mięsa, ale przede wszystkim zainteresowanie konsumentów zakupem dziczyzny (Nogalska i Rejman, 2014).

Celem przeprowadzonych badań ankietowych było poznanie wiedzy konsumentów na temat dziczyzny oraz stopnia zainteresowania mięsem pozyskiwanym od różnych gatunków zwierząt łownych.

### **Material i metody**

Badania przeprowadzono za pomocą autorskiego kwestionariusza pytań, który został rozpropagowany dwiema metodami: drogą elektroniczną lub w bezpośrednim kontakcie z respondentami. Pozyskano opinie 100 osób. Badania ankietowe przeprowadzono od maja do końca września 2015 roku. Ankieta zawierała pytania otwarte i zamknięte z możliwością jedno- lub wielokrotnego wyboru. Pytania dotyczyły m.in. wiedzy ankietowanych na temat walorów odżywczych dziczyzny, częstotliwości jej spożywania oraz maksymalnej ceny, jaką są w stanie zapłacić za 1 kg szlachetnego wyrębu pozyskanego od poszczególnych gatunków zwierząt łownych. Zależności między zmiennymi określono testem Chi-kwadrat. Hipotezy testowano na poziomie istotności 0,05.

### **Wyniki**

W badaniach wzięło udział 42 mężczyzn i 58 kobiet, w wieku 19–35 lat (50% respondentów), 36–60 lat (38%), powyżej 60 lat (12%) (tab. 1). Ponad połowa badanych (56%) pochodziła z dużych miast (powyżej 100 tys. mieszkańców), 19% badanych mieszkało na wsi, a pozostałe osoby reprezentowały miasto do 100 tys. mieszkańców. Wśród ankietowanych 62% skończyło studia, 30% miało wykształcenie średnie, najmniej respondentów (8% badanych) posiadało podstawowe lub zawodowe wykształcenie. Nie stwierdzono istotnych statystycznie zależności między charakterystyką respondentów (płeć, wiek, wykształcenie, miejsce zamieszkania) a udzielanymi odpowiedziami w ankiecie.

Z przeprowadzonych badań ankietowych wynika, że 92% respondentów spożywało dziczyznę, przy czym 45% jadło dziczyznę jeden lub maksymalnie kilka razy w życiu (41%), a jedynie 6% jadło ją regularnie. Ankietowani deklarowali, że spożywali dziczyznę ze względu na jej wyjątkowy smak i walory odżywcze (40%) lub urozmaicenie swojej diety (28%), natomiast 31% badanych konsumowało dziczyznę bez wyraźnej motywacji. Najczęstszym źródłem pochodzenia dziczyzny byli zaprzyjaźnieni myśliwi (71,7%), 16% badanych jadło dziczyznę w restauracji, natomiast z zakupów w hipermarketach i specjalistycznych sklepach z dziczyzną skorzystało po 3% ankietowanych.

Tabela 1. Charakterystyka respondentów wyrażona w %  
Table 1. Characteristics of respondents, %

Respondenci Respondents	Liczba ogółem Total number	Wiek (lata) Age (years)		Wykształcenie Education		Miejsce zamieszkania Place of residence	
		%	Wiek Age	%	Poziom Level	%	Miejsce Place
Kobiety Women	58	50,0	<35	8,6	podstawowe + zawodowe primary + vocational education	13,8	wieś countryside
		36,2	36–60	29,3	średnie secondary	31,0	miasto do 100 tys. mieszkańców town up to 100,000 inhabitants
		13,8	>60	62,1	wyższe higher	55,2	miasto ponad 100 tys. mieszkańców town above 100,000 inhabitants
Mężczyźni Men	42	50,0	<35	7,1	podstawowe + zawodowe primary + vocational education	26,2	wieś countryside
		40,5	36–60	31,0	średnie secondary	16,7	miasto do 100 tys. mieszkańców town up to 100,000 inhabitants
		9,5	>60	61,9	wyższe higher	57,1	miasto ponad 100 tys. mieszkańców town above 100,000 inhabitants
Ogółem Total	100	50,0	<35	8,0	podstawowe + zawodowe primary + vocational education	19,0	wieś countryside
		38,0	36–60	30,0	średnie secondary	25,0	miasto do 100 tys. mieszkańców town up to 100,000 inhabitants
		12,0	>60	62,0	wyższe higher	56,0	miasto ponad 100 tys. mieszkańców town above 100,000 inhabitants

Ankieta wykazała, że aż 44% badanych nie ma wiedzy na temat cen dziczyny (w tym 26,5% kobiet i 17,4% mężczyzn), a 27,6% respondentów wskazało, że w zależności od gatunku zwierzęcia i części tuszy cena za 1 kg dziczyny wynosi nawet 120 zł. Pozostali ankietowani wskazywali na niższą cenę, odpowiednio do 90 zł (24,3%) oraz do 30 zł (4,1%). Deklarowano przy tym, że cena 30–60 zł za 1 kg polędwicy lub mięśnia piersiowego (bażant, kuropatwa) pochodzących od zwierząt łownych byłaby akceptowalna przez połowę respondentów, 3% badanych było gotowych zapłacić nawet 90–120 zł. Spośród ankietowanych 10,4% nie było zainte-

resowanych kupnem tego rodzaju mięsa. Gdyby dziczyzna była bardziej dostępna na rynku i w cenie wskazanej przez badanych, to 38,8% ankietowanych spożywałoby ten rodzaj mięsa raz w miesiącu i częściej, 46,9% jadłoby ją raz na kilka miesięcy. Najczęściej spożywanym przez respondentów rodzajem dziczyzny było mięso pochodzące z dzika europejskiego (25% odpowiedzi), w dalszej kolejności największą popularnością cieszyła się dziczyzna pozyskiwana z zająca szaraka (20,9%), sarny europejskiej (18,7%), bązanta (11,6%), jelenia szlachetnego (9%) oraz kuropatwy (7,8%). Pojawiły się także pojedyncze odpowiedzi wskazujące na konsumpcję mięsa z daniela, muflona czy łosia.

Tabela 2. Preferencje przy wyborze mięsa pochodzącego od różnych gatunków zwierząt łownych przez osoby spożywające dziczyznę (%)

Table 2. Preferences of game meat consumers when choosing meat from different species of game animals (%)

Wyszczególnienie Item	Gatunki zwierzyny Game animal species					P
	jeleń red deer	dzik wild boar	sarna roe deer	zając hare	ptaki łowne* game birds*	
Płeć/Sex:						
kobieta female	71,4	68,0	50,0	52,9	58,8	0,760
mężczyzna male	28,6	32,0	50,0	47,1	41,2	
Wiek/Age:						
<35 lat <35 years	42,8	52,0	50,0	29,4	47,1	0,751
36–60 lat 36–60 years	28,6	28,0	41,6	58,8	35,3	
>60 lat >60 years	28,6	20,0	8,4	5,9	17,6	
Wykształcenie/Education:						
podstawowe + zawodowe primary + vocational education	28,6	0	0	17,7	5,9	0,287
średnie secondary	14,3	32,0	25,0	29,4	23,5	
wyższe higher	57,1	68,0	75,0	52,9	70,6	
Miejsce zamieszkania/Place of residence:						
wieś countryside	42,9	20,0	25,0	23,5	0	0,229
miasto do 100 tys. mieszkańców town up to 100,000 inhabitants	14,2	32,0	25,0	11,8	29,4	
miasto powyżej 100 tys. mieszkańców town above 100,000 inhabitants	42,9	48,0	50,0	64,7	70,6	

\*bązant, kuropatwa.

\*pheasant, partridge.

Chęć zakupu i spożycia mięsa z dzika, sarny, ptaków łownych oraz z jelenia przy jego większej dostępności w sklepach wykazywali młodzi ludzie (do 35. roku życia), z wyższym wykształceniem, mieszkający w dużych miastach (tab. 2). Taki sam od-

setek (po 42,9%) mieszkańców wsi i miast powyżej 100 tys. mieszkańców deklaro-  
wał chęć konsumpcji mięsa z jelenia, natomiast spośród osób mieszkających na wsi  
nikt nie wskazał na mięso z ptaków łownych. W przypadku mięsa z zająca, ponad  
58% osób w wieku 36-60 lat wyraziło chęć spożycia tego rodzaju mięsa. Ankieta-  
wani w wieku powyżej 60 lat zainteresowani byli konsumpcją głównie mięsa z jelenia  
(28,6%) i z dzika (20%), najmniej osób z tej grupy wiekowej wskazywało na mięso  
z sarny i zająca.

Respondenci z wykształceniem podstawowym i zawodowym nie wyróżnili w an-  
kiecie mięsa z dzika i sarny, 28,6% z nich wskazało na mięso z jelenia, prawie 18% na  
mięso z zająca i tylko niewielka grupa (ok. 6%) zadeklarowała chęć zakupu i spożycia  
mięsa bażantów i kuropatw. Zdaniem 70% ankietowanych dziczyzna w Polsce powin-  
na być powszechniej dostępna na rynku.

### Omówienie wyników

Powodów, dla których konsument decyduje się na spożycie dziczyzny, jest kilka.  
W badaniach Kilara i in. (2015), jako czynnik wyboru dziczyzny 65% ankietowanych  
wskazało na walory odżywcze, prawie 40% na walory smakowe, tradycje rodzin-  
ne (31%) i urozmaicenie diety (27%). Z wyników ankiety przeprowadzonej przez  
Świątkowską (2014) dotyczącej zakupu i konsumpcji mięsa zwierząt gospodarskich  
(wieprzowina, drób, wołowina) wynika, że przeciętny konsument nie posiada zbyt  
rozległej wiedzy na temat zdrowotności i wartości odżywczej mięsa. Około 27% re-  
spondentów deklaroowało, że spożywa mięso bez specjalnej okazji, a jedna czwarta  
ankietowanych nie potrafiła wymienić korzyści wynikających ze spożywania mięsa,  
jego walorów smakowych czy ryzyka związanego z jego spożyciem. W badaniach  
własnych, ponad połowa (58%) ankietowanych podała, że ich zdaniem dziczyznę ce-  
chuje wysoka zawartość białka i obniżony poziom cholesterolu, natomiast aż 26%  
respondentów nie znało walorów odżywczych dziczyzny.

Zdaniem Werpachowskiego i Zalewskiego (2012) oraz Kilara i in. (2015) niskie  
spożycie dziczyzny przez Polaków wynika z wysokiej ceny tego rodzaju mięsa i ogra-  
niczonej dostępności w sklepach, a także z wysokiej podaży na rynku mięsa zwierząt  
gospodarskich. Potwierdzają to także Grzesińska i in. (2014) wykazując, że na cenę  
wyrobu z dziczyzny składają się takie czynniki jak cena skupu surowca, koszty jego  
przetworzenia, marże, w tym wysoka marża detaliczna wynikająca z faktu, że dzi-  
czyzna uważana jest za towar ekskluzywny. W wielu przypadkach na niskie spoży-  
cie dziczyzny wpływa obawa konsumentów przed chorobami przenoszonymi przez  
zwierzęta łowne (Kwiecińska i in., 2015, 2016).

Wyniki badań własnych wskazują, że więcej kobiet niż mężczyzn deklaroowało  
chęć zakupu i konsumpcji mięsa z jelenia, dzika, ptaków łownych i zająca, nato-  
miast takie samo upodobanie mieli ankietowani obu płci w stosunku do mięsa z sarny.  
W badaniach Kilara i in. (2015) konsumentami mięsa z dzika byli mężczyźni w wieku  
powyżej 55 lat, mieszkający na wsi, z wyższym wykształceniem. Zarówno w bada-  
niach własnych jak i Kilara i in. (2015) spożycie mięsa z jelenia deklarowały osoby  
starsze, najczęściej kobiety, z wyższym wykształceniem.

Większość ankietowanych osób stwierdziła, że dziczyzna w Polsce powinna być bardziej dostępna. Taka deklaracja daje nadzieję na wzrost zainteresowania zakupem tego rodzaju mięsa i rozwój rynku dziczyzny w Polsce. Zdaniem Skorupskiego i Wierzbickiej (2014) zwiększenie spożycia dziczyzny musi wiązać się ze zmianą zwyczajów konsumenckich, a także z wykreowaniem mody na zdrowy styl życia. Aby to osiągnąć, potrzebne są badania dotyczące jakości i wartości odżywczej mięsa pozyskanego od zwierzyny łownej oraz reklama tego rodzaju mięsa w mediach.

Na podstawie przeprowadzonych badań stwierdzono, że spośród ankietowanych 92% osób spożywało przynajmniej raz w życiu dziczyznę. Najczęściej spożywanym mięsem pozyskiwanym z gatunków zwierząt łownych było mięso z dzika europejskiego. Decyzja o konsumpcji dziczyzny wynika przede wszystkim z jej walorów odżywczych. Respondenci wykazali zainteresowanie zakupem dziczyzny, ale po znacznie niższych cenach niż obecne ceny rynkowe.

### Piśmiennictwo

- Górecka J., Szymańko T. (2010). Walory żywieniowe dziczyzny. *Mag. Przem. Mięs.*, 1–2: 20–21.
- Grzebińska W., Tomaszewska M., Biłska B., Przybylski W. (2014). Lokalne przetworzenie zwierząt łownych jako element konkurencyjności na rynku produktów żywnościowych. *Stow. Ekonom. Roln. Agr., Roczn. Nauk.*, XVI, 2: 73–78.
- Kasprzyk A. (2015). Porównanie parametrów chemicznych i fizycznych mięśnia *longissimus dorsi* dzików i tuczników. *Ann. UMCS sec. EE.*, XXXIII: 1–9.
- Kilar J., Ruda M., Kilar M. (2015). Konsumenckie zainteresowanie dziczyzną. W: *Trendy w żywieniu człowieka*, M. Karwowska, W. Gustaw (red.), Wyd. Nauk. PTTŻ, Kraków, ss. 101–110.
- Korzeniowski W., Bojarska U., Cierach M. (1991). Wartość odżywcza mięsa dzików. *Med. Weter.*, 47, 6: 279–281.
- Kwiecińska K., Kosicka-Gębska M., Gębski J. (2015). Poziom bezpieczeństwa jako czynnik warunkujący konsumpcję dziczyzny. *Probl. Hig. Epidemiol.*, 96 (3): 594–597.
- Kwiecińska K., Kosicka-Gębska M., Gębski J. (2016). Ocena preferencji konsumentów związanych z wyborem dziczyzny. *Handel Wew.*, 1 (306): 53–64.
- Nogalska H.M., Rejman K. (2014). Wiedza konsumentów o dziczyźnie i zachowania nabywcze na rynku tego mięsa. *Marketing i Rynek*, 6: 488–499.
- Popczyk B. (2012). Problemy handlu dziczyzną. W: *Problemy współczesnego łowiectwa w Polsce*, Gwiazdowicz D.J. (red.), Wyd. Oficyna Wydawnicza G&P, ss. 137–150.
- Piaskowska N. (2015). Dzikie zwierzęta jako zdrowa żywność. *Gosp. Mięs.*, 9: 36–37.
- Sadowski J., Sojka F., Kośka K. (2014). Wybrane problemy wprowadzania do obrotu oraz zagospodarowania dziczyzny. *SiM CEPL*, 16, 38/1: 162–170.
- Simińska E., Bernacka H., Sadowski T. (2011). Sytuacja na światowym i krajowym rynku dziczyzny. *Anim. Sci.*, 50: 89–96.
- Skorupski M., Wierzbicka A. (2014). Dzikie zwierzęta jako źródło zdrowej żywności – problemy i perspektywy. *SiM CEPL*, 16, 38/1: 171–174.
- Strazdina V., Jemeljanovs A., Šterna V., Ikauniece D. (2013). Nutrition value of deer, wild boar and beaver meat hunted in Latvia. *Proc. 2nd International Conference on Nutrition and Food Sciences IPCBEE 53*, pp. 71–76. DOI: 10.7763/PCBEE, 2013, V53: 14.
- Świątkowska M. (2014). Polskie mięso – wartościowe i bezpieczne dla konsumentów. *Biul. Inf. ARR*, 2: 2–13.
- Valencak T.G., Ruf T. (2007). *n-3* polyunsaturated fatty acids impair lifespan but have no role for metabolism. *Aging Cell.*, 6: 15–25.
- Werpachowski M., Zalewski D. (2012). Dzikie zwierzęta – mięso niedoceniane przez polskich konsumentów. *Prz. Hod.*, 3–4: 29–31.

- Zin M., Mroczek J.R. (2016a). Dziczyzna – jako źródło zdrowej żywności (część I). *Gosp. Mięś.*, 3: 54–56.
- Zin M., Mroczek J.R. (2016b). Dziczyzna – jako źródło zdrowej żywności (część II). *Gosp. Mięś.*, 4: 50–53.

Zatwierdzono do druku 7 XII 2016

WIOLETA KNIŻEWSKA, MARTYNA BATORSKA, JUSTYNA WIĘCEK, ANNA REKIEL,  
MARCIN SOŃTA

### **Game meat as perceived by Polish consumers**

#### SUMMARY

The aim of the study was to identify the degree of interest in meat from different species of game animals as well as consumer knowledge of game meat. The author's questionnaire survey was conducted from May to September 2015. Answers were obtained from 100 people. The results were analyzed according to the respondent's sex, age, education, and place of residence. The relationships between variables were analyzed with chi-square test. 92% of the respondents were found to consume game, of which 45% consumed it once and only 6% consumed it on a regular basis. The knowledge about nutritive value of game is small. Almost one-fourth of those surveyed had no knowledge of its nutritive properties. The survey showed that as much as 44% of the respondents did not know the prices of game meat, probably because the game meat they consumed originated from hunter friends. The most frequently consumed type of game meat consumed by the respondents came from the European wild boar. The willingness to purchase and consume wild boar, roe deer, game bird and red deer meat if it is more widely available in shops was indicated by young people, university graduates living in large cities. The respondents were interested in buying game meat but at much lower prices than current market prices.

Key words: game meat, interest in purchasing, consumers