

## Kryteria wyboru mięsa w ocenie studentów

Martyna Batorska, Monika Michalczuk, Krzysztof Damaziak,  
Anna Siennicka, Anna Łojek

*Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie, Wydział Nauk o Zwierzętach,  
ul. Ciszewskiego 8, 02-786 Warszawa*

### Wstęp

Mięso i jego przetwory są ważnym elementem w diecie Polaków. Wydatki w gospodarstwie domowym przeznaczone na zakup tego rodzaju żywności zajmują znaczącą pozycję i stanowią ok. 30% całości wydatków na żywność (Połom i Baryłko-Pikielna, 2004). Podstawowym czynnikiem rozwoju produkcji brojlerów kurzych jest rosnący popyt na mięso drobiowe (Augustyńska-Prejsnar i Sokołowicz, 2014). Wynika on przede wszystkim z wartości odżywczej, dietetycznej i jakości sensorycznej mięsa brojlerów kurzych, a także z korzystnej ceny w porównaniu do innych gatunków mięsa. Statystyczny Polak konsumował w 2003 r. około 19 kg mięsa drobiowego, a dziesięć lat później już 27,3 kg (Augustyńska-Prejsnar i in., 2014).

Spożycie wieprzowiny od lat kształtuje się na poziomie około 40 kg/osobę/rok (Kosicka-Gębska i Gębski, 2014), a w kolejnych latach prognozowany jest jego niewielki wzrost. Wojnar i Kasprzyk (2014) przewidują natomiast, że spożycie mięsa wieprzowego wzrośnie do 42,8 kg na osobę w 2016 r. Bardziej optymistyczne prognozy dotyczą mięsa drobiowego, którego spożycie będzie zwiększało się rocznie średnio o 0,93 kg/osobę. Z badań Kosickiej-Gębskiej i Gębskiego (2014) wynika, że 27,2% Polaków spożywa mięso codziennie, a 43,9% kilka razy w tygodniu, przy czym udział wieprzowiny i mięsa drobiowego w diecie Polaków jest porównywalny.

Zachowania żywieniowe konsumentów dotyczą podejmowania decyzji nabywczych, tj. wyboru i jakości produktu oraz miejsca jego zakupu (Grębowiec, 2015). Konsumenty stawiają też coraz wyższe wymagania odnośnie jakości

kupowanych i spożywanych produktów. Podstawowym kryterium wyboru mięsa nie jest wyłącznie cena; ważna jest barwa, zawartość tłuszczu, a także cechy prozdrowotne (np. obniżony poziom cholesterolu).

Celem przeprowadzonego badania była ocena kryteriów branych pod uwagę przez studentów przy zakupie mięsa i jego przetworów, pochodzących od różnych gatunków zwierząt rzeźnych oraz wiedza młodych ludzi w odniesieniu do jakości mięsa.

### Materiał i metody

W ankiecie wzięły udział 33 osoby – studenci studiów niestacjonarnych na kierunku zootechnika w wieku około 25 lat, w tym 13 mężczyzn (40%) i 20 kobiet (60%). Respondenci odpowiadali na pytania zawarte w 4 różnych ankietach, dotyczących mięsa drobiowego, tj. z kurcząt brojlerów (13 pytań), indyczego (11 pytań) i z gęsi (14 pytań) oraz mięsa wieprzowego (11 pytań). Pytania obejmowały takie zagadnienia, jak: częstotliwość zakupu i spożywania mięsa, miejsce jego zakupu, czynnikibrane pod uwagę przy podejmowaniu decyzji nabywczych (np. cena, świeżość, barwa, wielkość opakowania, kraj pochodzenia), wartość odżywcza mięsa i jego przetworów. Część pytań wymagała wyboru więcej niż jednej odpowiedzi, co zostało uwzględnione przy omówieniu wyników.

### Wyniki i ich omówienie

#### *Mięso kurcząt brojlerów*

Dla ponad połowy ankietowanych stu-

dentów podstawowym miejscem zakupu mięsa kurcząt były supermarkety. Średnio co trzecia osoba wskazała sklep osiedlowy jako miejsce zakupu; około 20% ankietowanych pozyskiwało kurczęta rzeźne z chowu przydomowego. Ponad dziesięć lat temu zakupu żywności dokonywano głównie w sklepach osiedlowych, a mięsa w sklepach jednobranżowych (Gutkowska i Ozimek, 2005). Pięć lat później Nowak i Trziszka (2010) wskazali jako miejsce zakupu mięsa drobiowego przede wszystkim sklepy mięsne oraz niewielkie osiedlowe sklepy spożywcze. Tuszki kurcząt brojlerów z chowu intensywnego wybierało około 60% studentów. Dwadzieścia procent uczestników ankiety wskazało jako system chowu zakupionych kurcząt produkcję wybiegową, a pozostali ankietowani wybrali kurczęta z produkcji ekologicznej.

Współczesny konsument żywności poszukuje produktów, umożliwiających szybkie, łatwe i tanie przygotowanie posiłku. Ponad 40% badanych studentów zootechniki zadeklarowało, że spożywali mięso kurcząt trzy razy w tygodniu, kolejne 40% pytanych stwierdziło, że jedli je 4 razy w tygodniu. Wyniki przeprowadzonej ankiety wykazały, że spożycie mięsa kurcząt brojlerów w porównaniu do mięsa innych gatunków zwierząt jest znacznie większe i wynosi od 51 do 75%. Tyle samo osób było świadomych wartości odżywczej mięsa drobiowego. Studenci pozyskują informacje, dotyczące sposobów przyrządzania mięsa drobiowego, najczęściej od znajomych – 63%, a w drugiej kolejności z internetu – 58%. Niewielki procent ankietowanych (11%) wykorzystywał do tego celu prasę i pro-

gramy TV oraz książki kulinarne.

Z badań Augustyńskiej-Prejsnar i in. (2014) wynika, że kryteriami, brany pod uwagę przy zakupie przez studentów mięsa kurcząt brojlerów były: cena, łatwość przyrządzania, termin przydatności do spożycia, a dopiero w dalszej kolejności wartość odżywcza i walory sensoryczne, w tym barwa mięsa. Kosicka-Gębska i Gębski (2014) podają natomiast, że konsumenci przy zakupie mięsa drobiowego kierują się: jego wyglądem ogólnym, barwą, krajem pochodzenia oraz przeznaczeniem kulinarnym. Potwierdziły to także wcześniejsze obserwacje Zdanowskiej-Sąsiadek i in. (2013), z których wynika, że konsument ocenia mięso kurcząt rzeźnych przede wszystkim na podstawie doznań wzrokowych, przy czym na podstawie barwy następuje ocena świeżości mięsa. Przy spożywaniu mięsa brojlerów kurzych z częstotliwością 2–3 razy w tygodniu ankietowani w badaniach Augustyńskiej-Prejsnar i in. (2014) kupowali filet z piersi bez skóry (67%), ćwiartki tylne (17%) i podudzia (3,9%). Osoby, deklarujące konsumpcję tego gatunku mięsa 2 razy w miesiącu, nabywały natomiast najczęściej skrzydełka (43%), podudzia (42%), ćwiartki tylne (32%) i mięso mielone (31%) oraz pierś z kurczaka (2,3%).

W badaniach własnych (zaznaczając maksymalnie 3 odpowiedzi) najczęściej kupowanym przez studentów elementem tuszki był filet z piersi (89%), następnie podudzie (47%) i udo (47%), a najrzadziej ćwiartka (5%) i polędwiczki (po 5%). Żadna osoba nie zadeklarowała chęci zakupu: łapek, serc i szyi (fot. 1).



Fot. 1. Łapki, serca i szyje kurze (internet)  
Fig. 1. Chicken shanks, hearts and necks (Internet)

Preferowana ilość zakupionego mięsa to 0,5–1 kg (58%); zakup powyżej 2 kg nie był dokonywany przez konsumentów. Ankietowani studenci podczas zakupu mięsa kurcząt brojlerów brali pod uwagę (zaznaczając 4 z 20 czynników) głównie: świeżość (84%), następnie datę przydatności produktu do spożycia (58%), cenę (52%), czystość i zapach (po 47%), kolor (42%), masę i ilość w opakowaniu (21%), wyciek soku komórkowego (11%), wygodę przetwarzania (11%) oraz kraj pochodzenia (11%). Żaden badany nie zwrócił jednak uwagi na walory zdrowotne, wykorzystanie produktu czy promocję w mediach, jak również wiedzę czerpaną z etykiety, dotyczącą producenta surowca. Najczęściej wybierano markę produktu, producenta, sprawdzony smak produktu i modę (5%). Z badań Augustyńskiej-Prejsnar i in. (2014) wynika, że konsumenci w wieku 19–34 lat aż w 26% kierują się przy zakupie mięsa opinią koleżanek i kolegów, a w 21% opinią sprzedających.

### **Mięso indycze**

Z wyników ankiet wynika, że większość biorących w niej udział spożywała mięso indycze sporadycznie (55%), a 16% nie jadła tego mięsa, przy czym wyjaśnili, że go nie lubią lub jest zbyt drogie. Salejda i in. (2013) podają, że aż 37% respondentów kupowało mięso indycze, chociaż dominującym gatunkiem mięsa było mięso z kurcząt brojlerów (87,5%) i wieprzowina (83,3%). W badaniach własnych stwierdzono, że podobnie jak w przypadku pozostałych rodzajów mięsa, indycze było kupowane przez 44% respondentów w małych sklepach firmowych lub osiedlowych, 33% dokonywało zakupu w hipermarketach, a tylko nieliczni na bazarze lub u osoby prywatnej/w gospodarstwie. Najważniejszymi kryteriami przy zakupie tego mięsa były barwa, wielkość kawałka i jego cena. Najczęściej kupowane były mięśnie piersiowe (filet), mięśnie nóg i skrzydła. Mięso indycze jest uważane za mięso zdrowe; tak odpowiedziało 87% pytanych, a 93% uważało je za wartościowe. W powszechnej opinii jest to mięso chude; tak wypowiedziało się 93% ankietowanych, dodając, że nie zawiera ono dużo cholesterolu – to opinia 83% respondentów. Tyle samo osób było zdania, że mięso indycze nie zawiera antybiotyków. Jako wady mięsa indyczego ankietowani podali, że było zbyt suche i twarde

lub zbyt mokre i miękkie, miało nieprzyjemny zapach oraz obniżyła się jego jakość po obróbce termicznej. Większość ankietowanych oceniała, że kupują mięso dobrej jakości.

Wędlin z indyka nie jadło 28% ankietowanych, a 41% deklarowało, że spożywało je sporadycznie. 10% badanych osób jadło wędliny kilka razy w tygodniu lub kilka razy w miesiącu (10% respondentów). Studenci dokonywali zakupów w małych sklepach firmowych lub osiedlowych (46%) i w hipermarketach (33%), a pojedyncze osoby zaopatrywały się w wędliny na bazarze lub w sklepie z żywnością ekologiczną. Dominowały wędliny sprzedawane na wagę (60%) i pakowane z długim terminem ważności (23%), trzynaście osób podało, że kupowało parówki indycze, kolejne 9 wskazało na wędliny ekologiczne lub tradycyjne.

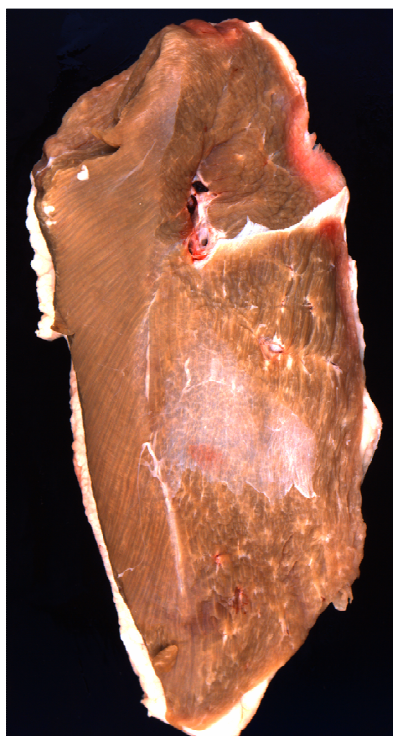
### **Mięso z gęsi**

Ankietowani przyznali, że mięso pochodzące z gęsi jedli sporadycznie (50%); prawie połowa z nich (47%) nie spożywała tego mięsa, a jako powód podali, że nie smakuje im ono i nie lubią go jeść (46%); tyle samo osób podało, że nie miało okazji go jeść. Na krajowym rynku mięso z gęsi jest słabo promowane, nie ma też tradycji jego konsumpcji.

Osoby, które jedzą gęsinę deklarowały, że mięso pochodziło bezpośrednio z gospodarstwa (53%) lub zostało zakupione w małych sklepach firmowych/osiedlowych (31%), tylko 16% kupowało je w hipermarkecie. Przy zakupie gęsiny studenci deklarowali, że zwracają uwagę na barwę mięsa, wielkość porcji, zapach i cenę, natomiast opakowanie i źródło pochodzenia nie ma dla nich znaczenia. Najczęściej kupowanym asortymentem były skrzydła, mięśnie nóg i mięśnie piersiowe.

Aż 88% respondentów uważało, że mięso z gęsi jest zdrowe i wartościowe (90%) w ich diecie, przy czym ponad połowa (55%) była zdania, że gęsiną nie jest mięsem tłustym, natomiast 39% osób było odmiennego zdania. W opinii 87% badanych gęsiną nie zawierała pozostałości antybiotyków.

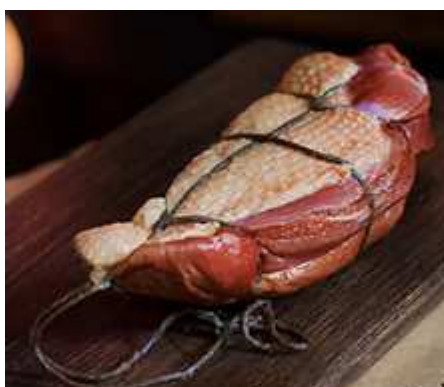
Ankietowani stwierdzili, że spotkali się z wadami gęsiny (fot. 2), natomiast 35% z nich zapewniło, że zawsze kupowali mięso dobrej jakości.



Fot. 2. Mięsień piersiowy gęsi ze skórą i tłuszczem, widoczne zmiany barwy mięśnia  
*Fig. 2. Breast muscle of goose with skin and fat; visible changes in muscle colour*  
(fot. K. Damaziak, 2015)

Wędliny z gęsi nie są popularne (półgęsek, kielbasy); 68% respondentów nie spożywało takich wędlin, 25% ankietowanych jadło je sporadycznie, a 7% deklarowało, że jadło je kilka razy w miesiącu. Źródłem zaopatrzenia w nie były gospodarstwa lub osoby prywatne (33%) oraz małe sklepy firmowe i osiedlowe (42%).

Najczęściej kupowano wędliny sprzedawane na wagę; tak deklarowało 55% ankietowanych, a dalsze 22% kupowało je pakowane z długim terminem ważności. Studenci nie posiadają wiedzy na temat takich produktów wytwarzanych z gęsi, jak „półgęsek” (fot. 3) czy znany w świecie „foie gras” (fot. 4).



Fot. 3. Półgęsek (internet)  
*Fig. 3. Boneless goose breast (Internet)*



Fot. 4. Foie gras (internet)  
*Fig. 4. Foie gras (Internet)*

W Polsce od 1999 r. obowiązuje zakaz tuczu gęsi na sfluszczone wątroby (Książkiewicz, 2006), ale produkty, takie jak „foie gras” czy półgęsek są dostępne w kraju. Do braku wiedzy o „półgęsku” przyznało się 91% ankietowanych, tyle samo go nigdy nie jadło. Ponad 70% ankietowanych studentów nie posiadało informacji o „foie gras”, 22% spośród nich wiedziało co to jest i z czego jest wytwarzane, lecz tylko 9% jadło ten produkt.

### **Mięso wieprzowe**

Wieprzowina jest mięsem konsumowanym tradycyjnie w Polsce, niezmiennie cieszy się uznaniem także wśród młodych konsumentów, czego potwierdzeniem są wyniki przeprowadzonej ankiety. Prawie połowa ankietowanych studentów (46%) spożywała wieprzowinę kilka razy w tygodniu, raz w tygodniu lub sporadycznie (12%). Podobnie, w badaniach Salejdy i in. (2013) większość respondentów spożywała mięso wieprzowe w posiłkach 2–3 razy w tygodniu, natomiast tylko 6% zadeklarowało, że jada je kilka razy lub raz w miesiącu (1%). Ankietowani najczęściej (46%) zaopatrywali się w ten rodzaj mięsa w małych sklepach firmowych lub osiedlowych, około 33% dokonywało zakupu w hipermarketach. Tylko jedna osoba zadeklarowała, że kupuje wieprzowinę na bazarze, a 6 osób (18,2%) pozyskiwało mięso z uboju we własnym gospodarstwie. Nieco odmienne wyniki uzyskali Salejda i in. (2013), gdyż z deklaracji konsumentów (kobiety i mężczyźni, wiek od 20 do ponad 60 lat, wykształcenie średnie, duże miasta, województwo dolnośląskie) wynikało, że dla 43% miejscem zakupu mięsa są duże sieci handlowe, a w sklepie osiedlowym zakupu dokonuje co trzeci z respondentów. Taki wybór miejsca zakupu mięsa może być spowodowany kierowaniem się opinią sprzedającego, co nie jest możliwe w supermarketach, nastawionych na samoobsługę. Z badań Grębowca (2015) wynika, że mniejsza popularność supermarketów jako miejsca zakupu wynika z obawy, że mięsa i wędliny w nich kupowane mają wadliwą jakość lub są nieświeże.

Z przeprowadzonej wśród studentów ankiety wynika, że ich preferencje przy zakupie wieprzowiny były następujące: barwa mięsa, wielkość porcji/kawałka i cena. Najmniej ważna była dla nich rasa świń, opakowanie i źródło po-

chodzenia mięsa. Z mięsa kulinarnego najczęściej kupowali schab, szynkę i karkówkę. Najrzadziej kupowane były gołonka i łopatka, nie kupowali biodrówki. Respondenci uznali, że wieprzowina jest zdrowym mięsem; takiej odpowiedzi udzieliło 93% ankietowanych, tylko 7% uważało, że to mięso raczej nie jest zdrowe. Jednocześnie wszyscy odpowiedzieli twierdząco, że jest to mięso wartościowe w naszej diecie. Mniej niż połowa (44%) uważała wieprzowinę za mięso tłuste, 56% ankietowanych było jednak odmiennego zdania.

Panuje powszechnie pogląd, że wieprzowina jest źródłem cholesterolu, znajdują się w niej pozostałości antybiotyków. Wyniki ankiety przeprowadzonej wśród studentów wykazały, że jest to mylny pogląd. Ponad połowa z nich (62,5%) uważała, że wieprzowina nie zawiera lub raczej nie zawiera dużo cholesterolu, a tylko 25% osób było zdania, że spożywając to mięso dostarczamy organizmowi duże ilości cholesterolu. W opinii ponad 84% ankietowanych wieprzowina nie zawiera lub raczej nie zawiera antybiotyków, tylko dwóch respondentów było odmiennego zdania. Zdaniem kupujących, mięso wieprzowe najczęściej było obarczone następującymi wadami (pytanie wielokrotnego wyboru): nieprzyjemny zapach (36% respondentów), nieświeże (30% odpowiedzi), zbyt jasny/ zbyt ciemny kolor (24% respondentów), zbyt suche i twarde (21% ankietowanych). Jedenaście osób (33,3%) zadeklarowało, że zawsze kupowali mięso dobrej jakości.

Jedna czwarta studentów codziennie spożywała wędliny wieprzowe, około 45% konsumowało je kilka razy w tygodniu. Tylko 9% ankietowanych zadeklarowało, że nie jada wędlin wieprzowych. Najczęściej zakupu wędlin studenci dokonywali w małych sklepach firmowych lub osiedlowych (58%) oraz w hipermarketach (27%), natomiast nie kupowali ich na bazarach ani w sklepach z żywnością ekologiczną. Dwie osoby wytwarzały wędliny samodzielnie na własne potrzeby. Kupowane wędliny często były również sprzedawane na wagę, zarówno krojone, jak i w kawałku; tak zadeklarowało 73% studentów. Kupowali także kiełbasy, parówki wieprzowe i wędliny tradycyjne (12%).

### **Podsumowanie i wnioski**

Wyniki ankiety, przeprowadzonej wśród

studentów studiów niestacjonarnych na kierunku zootechnika wskazują, że mięso z kurcząt brojlerów oraz wieprzowina i wędliny wieprzowe były najczęściej przez nich kupowane i spożywane, mięso indycze i wędliny z niego wytwarzane także często były składnikiem ich diety. Ankieta wykazała, że respondenci najrzadziej jedli mięso z gęsi, a słynne półgęski czy *foie gras* nie były im znane.

Wykazano, że większość osób, biorących udział w ankiecie, dokonywała zakupu

mięsa i jego produktów w małych sklepach firmowych lub osiedlowych, które mają swoją markę (rozpoznawalny znak firmowy), zawsze świeży towar o dobrej jakości, można w nich kupować mięso i wędliny zarówno krojone, jak i paczkowane.

Respondenci nie podzielali opinii, że mięso zawiera pozostałości antybiotyków czy jest źródłem cholesterolu; postrzegali mięso i wędliny jako bezpieczny dla zdrowia składnik ich diety.

### Literatura

- Augustyńska-Prejsnar A., Sokołowicz Z. (2014). Czynniki kształtujące jakość sensoryczną mięsa kurcząt brojlerów. *Wiad. Zoot.*, LII, 2: 108–116.
- Augustyńska-Prejsnar A., Ormian M., Gajdek G. (2014). Wybory rynkowe mięsa kurcząt brojlerów w opinii studentów. *J. Agribus. Rural Dev.*, 3, 33: 5–13.
- Grębowiec M. (2015). Rola jakości w podejmowaniu decyzji nabywczych przez konsumentów na przykładzie rynku mięsa i wędlin. *J. Agribus. Rural Dev.*, 1, 35: 39–47.
- Gutkowska K., Ozimek I. (2005). Zwyczaje zakupowe żywności wśród wielkomiejskich konsumentów i kryteria ich różnicowania. *Rocz. Nauk. SERiA*, VII, 3: 68.
- Kosicka-Gębska M., Gębski J. (2014). Wpływ wyróżników jakości na zachowania konsumentów mięsa. *Stowarzyszenie Ekonomistów Rolnictwa i Agrobiznesu, Rocz. Nauk.*, 16, 1: 98–104.
- Książkiewicz J. (2006). Historia tuczu przymusowego drobiu wodnego na stłuszczone wątroby – aspekty badawcze i technologiczne. *Wiad. Zoot.*, XLIV, 3: 82–87.
- Nowak M., Trziszka T. (2010). Zachowania konsumentów na rynku mięsa drobiowego. *Żywność. Nauka. Technologia. Jakość*, 1, 68: 114–120.
- Połom A., Baryłko-Pikielna N. (2004). Analiza czynników decydujących o preferencjach polskich konsumentów mięsa wieprzowego. *Żywność. Nauka. Technologia. Jakość*, 3, 40: 7–23.
- Salejda A.M., Korzeniowska M., Krasnowska G. (2013). Zachowania konsumentów na rynku mięsa. *Nauki Inż. Technol.*, 4, 11: 94–110.
- Wojnar J., Kasprzyk B. (2014). Tendencje i prognozy w spożyciu mięsa w Polsce w latach 1989–2016. *Stowarzyszenie Ekonomistów Rolnictwa i Agrobiznesu, Rocz. Nauk.*, 16, 4: 335–340.
- Zdanowska-Sąsiadek Ż., Michalczyk M., Marcinkowska-Lesiak M., Damaziak K. (2013). Czynniki kształtujące cechy sensoryczne mięsa drobiowego. *Bromatologia. Chemia. Toksykologia*, XLVI, 3: 344–352.

### MEAT SELECTION CRITERIA AS EVALUATED BY STUDENTS

#### Summary

The aim of the survey conducted among students was to assess the criteria to be taken into account when buying meat and meat products derived from different species of slaughter animals and the awareness of young people regarding meat quality and chosen product lines. The survey involved 33 young students of animal breeding (about 25 years old), including 13 men (40%) and 20 women (60%). Respondents answered questions about poultry (broiler chicken, turkey and goose) meat as well as pork. The results obtained indicate that broiler meat, pork and sliced pork are most often consumed by students, whereas turkey meat and cold cuts produced from it are also often part of their diet. They rarely eat goose meat, and the famous “półgęsek” (boneless goose breast) or *foie gras* are not known. Most of the students purchase meat and meat products from small, brand-name butcher’s shops, which always sell fresh products as well as sliced and packaged meat and cold cuts. The students did not share the opinion that the meat contains residues of antibiotics or is a source of cholesterol, instead they see meat and meat products as a safe and healthy component of their diet.

**Key words:** the questionnaire, preferences of consumers, poultry meat, pork, the quality of the meat, criteria of choice