

WYBORY RYNKOWE MIĘSA KURCZĄT BROJLERÓW W OPINII STUDENTÓW

Anna Augustyńska-Prejsnar, Małgorzata Ormian, Grażyna Gajdek
Uniwersytet Rzeszowski

Abstrakt. W artykule przedstawiono czynniki warunkujące potrzebę dokonania zakupu, powody wyborów rynkowych i częstość spożywania mięsa kurcząt brojlerów. W opinii studentów potrzebę dokonania zakupu mięsa z kurcząt brojlerów najczęściej warunkowały odczucie braku produktu, a także aktualna promocja. Niska cena mięsa i łatwość przyrządzenia potraw były głównym powodem wyboru mięsa. Badani studenci wskazali, że najczęściej spożywają filet z piersi kurcząt bez skóry.

Słowa kluczowe: mięso kurcząt brojlerów, studenci, wybory rynkowe

WPROWADZENIE

Rynek mięsa i jego przetworów jest przykładem rynku o postępującej dywersyfikacji, będącej odpowiedzią na preferencje konsumenckie [Górska-Warsewicz 2007]. Znajomość czynników decydujących o zakupie mięsa ma istotne znaczenie w warunkach konkurencji i nadwyżki podaży [Makała 2004]. Mięso drobiowe jest cennym składnikiem diety człowieka [Borowy i Kubiak 2012]. Od początku lat dziewięćdziesiątych XX wieku konsumpcja drobiu zaczęła rosnąć, a od 1994 roku wysunęła się na drugą pozycję, po wieprzowinie, dystansując spożycie mięsa wołowego [Świetlik 2011]. Szczególnie dynamiczny wzrost spożycia mięsa drobiowego odnotowano w okresie poakcesyjnym, gdy gwałtownie podrożała wołowina (w 2003 roku spożycie mięsa drobiowego kształtowało się na poziomie 19,7 kg na mieszkańca i do 2013 roku wzrosło o blisko 8 kg). W 2013 roku bilansowe spożycie mięsa drobiowego wyniosło 27,3 kg w przeliczeniu na mieszkańca, a całkowite spożycie mięsa i podrobów – 68,1 kg,

w tym mięsa 65,1 kg, co oznacza, że mięso drobiowe stanowiło 40,1% bilansowego spożycia mięsa i podrobów oraz 41,9% spożycia mięsa [Świetlik 2014 a, b]. Najpopularniejszym drobiowym surowcem rzeźnym są kurczęta brojlery. Czynniki wpływającymi na wzrost popytu na mięso kurcząt jest niska cena, bogata oferta podaźowa, duże zróżnicowanie asortymentowe, sprzedaż drobiu w elementach, co sprawia, że jest dostępne dla mniej zamożnych (np. korpusy, ćwiartki) i dysponujących wyższym przeciętnym poziomem dochodów (filety z piersi). Relacje cenowe drobiu do mięsa czerwonego i pozostałych produktów białka zwierzęcego oraz walory kulinarne mięsa drobiowego są głównymi czynnikami sprzyjającymi jego konsumpcji [Świetlik 2014 a]. O wyborze mięsa drobiowego decyduje także jego wartość odżywcza i sensoryczna [Nowak i Trziszka 2010]. Ponadto stosowane promocje i reklama sprzedaży oraz wzrost świadomości żywieniowej i dążenie do ograniczenia kaloryczności diety przemawiają za wzrostem popytu na mięso drobiowe [Borowy i Kubiak 2012, Szwacka-Mokrzycka 2013].

WARTOŚĆ ŻYWIENIOWA I SENSORYCZNA MIĘSA KURCZĄT BROJLERÓW

O wartości żywieniowej mięsa decyduje jego skład chemiczny, proporcje między składnikami, a także ich przyswajalność. Mięso kurcząt brojlerów jest źródłem biologicznie wartościowego białka. Zawiera w odpowiednich proporcjach wszystkie aminokwasy egzogenne oraz aminokwasy endogenne, co zapewnia organizmowi właściwą syntezę białek ustrojowych, a tym samym prawidłowy rozwój, wzrost i utrzymanie funkcji życiowych [Lesiów 2003]. Białko mięsa drobiowego charakteryzuje się wysoką strawnością (około 97%) i łatwą przyswajalnością. Mięso kurcząt brojlerów w stosunku do mięs innych gatunków zwierząt rzeźnych posiada mniejszą zawartość tłuszczu oraz korzystniejszą relację kwasów tłuszczowych nienasyconych do nasyconych oraz mniejszą wartość energetyczną. W mięśniach piersiowych zawartość tłuszczu nie przekracza 1,5%, a udowych 4,5% [Borowy i Kubiak 2012]. Mięso kurcząt jest także dobrym źródłem składników mineralnych (potasu, wapnia, fosforu, sodu) i pierwiastków śladowych (selen, sodu). W zależności od użytego rodzaju paszy może być źródłem rozpuszczalnych w tłuszczach witamin A i E [Lesiów 2003]. Sacharydy występują w mięsie drobiu w ilości 1-2%. Mięso kurcząt brojlerów ma właściwości dietetyczne, gdyż posiada delikatną strukturę włókien mięśniowych, a jego tkankę łączną tworzy mało usieciowany kolagen, co sprawia, że jest lepiej trawione po przygotowaniu do spożycia [Smolińska i Kopec 2009].

W ocenie konsumenckiej jakość mięsa drobiowego w punkcie sprzedaży określa barwa mięsa, zawartość widocznego tłuszczu, zapach, świeżość, a w momencie konsumpcji smakowość, kruchość i soczystość. Barwa mięsa to zasadniczy czynnik decydujący o zakupie produktu przez konsumenta. Konsumenty na podstawie barwy mięsa oceniają świeżość, a niejednokrotnie jakość produktu. Najbardziej pożądaną barwą świeżego mięsa jest jasnoczerwona barwa oksymyoglobiny [Zdanowska-Sąsiadek i in. 2013]. Smakowość mięsa wynika z połączenia dwóch wrażeń sensorycznych zapachu i smaku, które są oceniane w mięsie poddanym obróbce cieplnej. Zapach jest łatwiej wyczuwalny niż smak, dlatego jest uważany za cechę ważniejszą i bardziej charaktery-

styczną. O smakowitości mięsa decyduje wiele czynników, m.in.: dojrzałość fizjologiczna ptaków, skład chemiczny mięsa, dojrzałość poubojowa, wartość pH oraz zdolność wiązania wody [Nowak i Trziszka 2012]. Ważnym elementem ocenianym przez konsumentów jest kruchość, która wyraża się poprzez subiektywne odczucie twardości, elastyczności i sprężystości mięsa. Mięso drobiu młodego, w szczególności brojlerów, jest bardziej kruche od mięsa ptaków starszych ze względu na mniejszą grubość włókienek mięśniowych i brak twardości kolagenowej [Smolińska i Kopeć 2009]. Soczystość jest odczuwana jako suchość lub wilgotność produktu. Na wilgotność mięsa główny wpływ ma zawartość tłuszczu. Zawarty w mięśniach tłuszcz ogranicza wysuszenie tkanki mięśniowej podczas obróbki termicznej i sprzyja odczuciu soczystości. Ważnym czynnikiem kształtującym soczystość jest także proces obróbki termicznej [Nowak i Trziszka 2012]. Mięso drobiowe, które zostało pozytywnie ocenione pod względem cech wyglądu satysfakcjonuje konsumenta w pełni dopiero wtedy, gdy oczekiwania smakowe są zgodne z oceną wzrokową [Zdanowska-Sąsiadek i in. 2013].

DETERMINANTY WARUNKUJĄCE WYBORY RYNKOWE ŻYWNOŚCI

Poznanie kryteriów, którymi kierują się konsumenci w procesie podejmowania decyzji pozwala na lepsze dostosowanie oferty handlowej do ich preferencji i oczekiwań. Do czynników warunkujących wybór rynkowy zaliczamy: czynniki ekonomiczne, społeczne, psychologiczne i marketingowe [Szwacka 2007, Kicińska 2009]. Znaczenie poszczególnych czynników jest powiązane z charakterem produktów zaspokajających potrzeby żywnościowe konsumentów. Na rynku podstawowych produktów żywnościowych, główne znaczenie mają czynniki ekonomiczne i społeczne [Szwacka-Salmonowicz 2003, Szwacka-Mokrzycka 2013]. Spośród czynników ekonomicznych podstawową rolę spełnia dochód na członka rodziny oraz cena produktu. Dochód określa poziom zamożności społeczeństwa i poszczególnych gospodarstw domowych, jednocześnie stanowiąc główny wyznacznik zaspokojenia potrzeb żywnościowych w wymiarach ilościowych i jakościowych. Cena decyduje o wartości realnej dochodów i ich sile nabywczej [Szwacka 2007]. Dochody, ceny i podaż tworzą materialne warunki podejmowania określonych decyzji konsumpcyjnych i wyznaczają ramy, w których przejawia się działanie czynników psychosocjospołecznych. W Polsce dochody i ceny określają poziom i strukturę konsumpcji żywności. Wydatki na mięso w przeciętnym polskim gospodarstwie domowym zajmują czołowe miejsce całości wydatków przeznaczanych na żywność [Połom i Barylko-Pikielna 2004]. Według badań budżetów domowych w 2012 roku, w gospodarstwach domowych ogółem przeciętne miesięczne wydatki na mięso, podroby i przetwory mięsne w przeliczeniu na jedną osobę stanowiły 26,6%, a w 2013 roku 26,8% całkowitych wydatków na żywność [Budżety gospodarstw domowych... 2013]. W grupie czynników socjologicznych istotne znaczenie mają zwyczaje żywieniowe. Uwarunkowania psychologiczne wynikają z indywidualnego sposobu odbierania bodźców pokarmowych i reagowania na nie. U poszczególnych konsumentów sposób reagowania na bodźce nie jest jednakowy. Ważną determinantą zmian zachodzących we wzorcach konsumpcji żywności są zarówno działania marketingowe, jak i umiejętna polityka produktowa (kształtowanie zróżnicowanej oferty, opakowanie produktu), polityka cenowa oraz działania promocyjne [Szwacka-Mokrzycka 2013,

Szwacka-Salmonowicz 2003]. Dokonywane zmiany w polskim wzorcu konsumpcji stanowią pewne odwzorowanie ogólnych tendencji światowych zachodzących na rynku żywnościowym [Szwacka 2007]. Jak podaje Grzybowska-Brzezińska [2010], zmiany obserwowane w sferze konsumpcji żywności wynikają z edukacji zdrowotnej społeczeństwa. Widoczny jest coraz bardziej powszechny u konsumentów wzrost wiedzy o żywieniu, zdrowiu i racjonalnej diecie.

Młodzież akademicka stanowi szczególną grupę budzącą zainteresowanie żywieniowców. Życie studenckie charakteryzuje się dużą aktywnością społeczną i znacznymi obowiązkami, które powinny być wspomagane odpowiednio dobraną dietą [Myszkowska-Ryciak i in. 2011]. Ponadto młodzi konsumenci (19-34 lat) są znaczącym segmentem rynkowym w Polsce. Według Głównego Urzędu Statystycznego [Budżety... 2013], udział tej grupy konsumentów wynosił 24,3%. Jak podaje Kicińska [2009], młodzi ludzie wywierają znaczący wpływ na decyzje zakupowe podejmowane w rodzinie, mają znaczącą siłę nabywczą dzięki posiadanym środkom finansowym, a w przyszłości staną się dojrzałymi i racjonalnymi konsumentami. Są to istotne przyczyny do przeprowadzania badań na tym segmencie rynkowym.

Celem pracy było przedstawienie czynników warunkujących potrzebę dokonania zakupu, powody wyborów rynkowych i częstość spożywania mięsa kurcząt brojlerów przez studentów.

MATERIAŁ I METODY BADAŃ

Badania przeprowadzono w pierwszym kwartale 2013 roku, wśród 260 studentów Uczelni Rzeszowskich w wieku 20-25 lat. W badanej populacji respondentów 61,54% stanowiły kobiety i 38,46% mężczyźni. Narzędziem badawczym był autorski kwestionariusz zawierający pytania typu zamkniętego, które dotyczyły czynników warunkujących potrzebę dokonania zakupu, powodów wyborów rynkowych oraz częstości spożycia mięsa kurcząt brojlerów. Analizy zebranego materiału dokonano metodą opisową. Wyniki badań własnych konfrontowano z wynikami badań prowadzonych przez innych autorów.

WYNIKI I ICH OMÓWIENIE

Konsument dokonuje zakupu, gdy uświadomi sobie taką potrzebę, czyli dostrzeże różnice między stanem realnym a pożądanym [Szwacka 2007]. Wyniki przeprowadzonych badań (tab. 1) w grupie studentów wskazują, że odczucie braku produktu było jednym z najważniejszych czynników wpływających na potrzebę dokonania zakupu (79,23% wskazań). Cecha ta miała większe znaczenie dla mężczyzn. Istotnym czynnikiem warunkującym potrzebę dokonania zakupu mięsa kurcząt brojlerów w opinii badanych studentów była także aktualna promocja (71,15% wskazań). Według Kicińskiej [2009], młodzi ludzie szukając informacji o produkcie, który zamierzają kupić, za największy autorytet uważają rodzinę, znajomych, następnie Internet i pozostałe media. W przeprowadzonych badaniach własnych część studentów w potrzebach nabywczych kierowała się opinią koleżanek i kolegów (26,15% wskazań) oraz poleceniem zakupu

Tabela 1. Czynniki warunkujące potrzebę dokonania zakupu mięsa kurcząt brojlerów
 Table 1. Factors influencing purchasing needs for broiler chicken meat

Wyszczególnienie Details	Ogółem Overall (%)	Płeć Sex	
		K	M
Brak produktu Lack of product	79,23	77,50	82,00
Opinia koleżanek i kolegów Colleagues opinion	26,15	24,37	29,00
Sugestia rodziców Parents' suggestion	16,92	18,12	15,00
Opinia sprzedającego Seller's opinion	21,15	23,75	17,00
Moda Trendy	10,77	11,87	9,00
Aktualna promocja Current promotions	71,15	75,62	64,00
Atrakcyjny wygląd Attractive appearance	25,38	28,12	21,00

przez sprzedającego (21,15% wskazań). Na sugestię rodziców wskazało 16,92% ankietowanych. Rodzice kształtują postawy i sposób postępowania młodych konsumentów na rynku, wydają także opinie oraz oceniają informacje pochodzące od innych osób [Szwacka-Salmonowicz 2003]. W grupie młodzieży akademickiej wiedza ta jest konfrontowana z własnymi doświadczeniami, także z opinią koleżanek i kolegów oraz innych grup społecznych. Badani respondenci uznali modę za czynnik o mniejszym znaczeniu nabywczym (tab. 1). Moda jest to powszechnie przyjęty w określonym środowisku i ulegający częstym zmianom sposób zachowania się, który jest nabywany przez obserwację innych ludzi [Kicińska 2009].

Według Góreckiej i in. [2009], jednym z najważniejszych czynników wpływających na wybór żywności w Polsce jest cena. W opinii badanych studentów głównym powodem wyboru mięsa kurcząt brojlerów była niska cena (92,31% wskazań) oraz łatwość przyrządzenia z niego potraw (85,77% wskazań) (tab. 2). Te wybory rynkowe miały większe znaczenie w grupie mężczyzn. Zdaniem Makaly [2004], czynnikiem determinującym zachowania konsumenta jest płeć. Kobiety spożywają mięso i przetwory mięsne głównie z uwagi na wartość odżywczą, przydatność kulinarną, smak i przyzwyczajenie. Dla mężczyzn duże znaczenie miała przystępna cena i przyzwyczajenie. W badaniach Szczęsnej i in. [2005] wśród studentów zamieszkałych w akademiku stwierdzono, że najważniejszym czynnikiem wyboru była cena produktu, a następnie cechy sensoryczne i łatwość przygotowania do spożycia. W grupie badanych studentów termin przydatności do spożycia jako powód wyboru rynkowego wskazało 77,31% respondentów. Znaczna część ankietowanych studentów zwracała uwagę na walory odżywcze i dietetyczne (66,92%) oraz walory sensoryczne (56,15%). W wyborach rynkowych te cechy mięsa kurcząt miały większe znaczenie dla kobiet (tab. 2). Na dostępność produktu wskazało 37,69% respondentów, a dla 26,92% istotne znaczenie miało przyzwyczajenie.

Tabela 2. Powody wyborów rynkowych mięsa kurcząt brojlerów w opinii konsumentów
 Table 2. Reasons for market choices of broiler chicken meat in consumers' opinion

Wyszczególnienie Details	Ogółem Overall (%)	Płeć Sex	
		K	M
Walory odżywcze i dietetyczne Nutritional and dietary qualities	66,92	71,87	59,00
Walory sensoryczne (barwa, kruchość, smak, zapach, soczystość) Sensory qualities (colour, tenderness, flavour, aroma, succulence)	56,15	57,50	54,00
Termin przydatności do spożycia Shelf life	77,31	86,25	63,00
Niska cena Low price	92,31	90,00	96,00
Dostępność produktu Product availability	37,69	38,12	37,00
Przyzwyczajenie Habits	26,92	25,62	29,00
Łatwość przyrządzenia Ease of preparation	85,77	83,75	89,00

Z badań Nowaka i Trziszki [2010] wynika, że głównymi czynnikami decydującymi o spożyciu mięsa drobiowego były względy zdrowotne, cechy sensoryczne i dyspozycyjne.

W obrocie towarowym mięso kurcząt brojlerów występuje w postaci tuszek oraz elementów kulinarnych. Współcześni konsumenci poszukują produktów umożliwiających szybkie i wygodne przygotowanie posiłku, dlatego produkcja tuszek jest wypierana przez produkcję elementów kulinarnych [Nowak i Trziszka 2010]. Częstość spożywania mięsa kurcząt brojlerów w opinii studentów zaprezentowano w tabeli 3. Pomimo wskazania, że cena jest głównym powodem wyboru mięsa kurcząt brojlerów (tab. 1), badani studenci stwierdzili, że najczęściej spożywają filet z piersi kurcząt bez skóry. Relacje cenowe mięsa drobiowego, również cennych elementów do mięsa czerwonego sprzyjają wzrostowi jego konsumpcji [Świetlik 2014 a]. Deklarację dwu- lub trzykrotnego spożycia w tygodniu filetów z piersi bez skóry potwierdziło 66,92%, natomiast jednokrotnego – 27,31% studentów. Ankietowani studenci potwierdzili deklarację dwu- lub trzykrotnego spożycia w tygodniu ćwiartki tylnej – 16,92%, a jednokrotnego – 35,00% respondentów. Częstość spożywania mięsa mielonego „dwa razy w miesiącu” i „raz w miesiącu” wskazało odpowiednio 40,00% i 35,77% respondentów. Część ankietowanych studentów określiła, że nigdy nie spożywała podrobów drobiowych, 61,92% – żołądków i serc, 5,77% wątroby drobiowej.

Tabela 3. Częstość spożywania różnych asortymentów mięsa kurcząt brojlerów w opinii studentów (%)

Table 3. Frequency of different parts of broiler chicken meat consumption in student's opinion (%)

Wyszczególnienie Details	2-3 razy w tygodniu 2-3 times weekly	Raz w tygodniu 1 time weekly	2 razy w miesiącu 2 times monthly	Raz w miesiącu 1 time monthly	2 razy w roku 2 times per year	Nigdy Never
Filet drobiowy bez skóry Skinless chicken breast	66,92	27,31	2,31	3,46	0,00	0,00
Ćwiartka tylna Rear quarter	16,92	35,00	31,92	12,31	3,85	0,00
Podudzie Shank	3,85	10,77	42,31	30,77	11,54	0,76
Skrzydło Wings	3,46	4,61	43,08	31,92	15,38	1,54
Mięso mielone Minced meat	0,00	15,00	30,77	35,77	9,23	9,23
Wątróbka Liver	0,00	0,00	17,69	13,85	62,69	5,77
Żołądki, serca Stomachs and hearts	0,00	0,00	1,92	2,69	33,46	61,92

PODSUMOWANIE

W ostatnich latach obserwuje się wzrost konsumpcji mięsa drobiowego w Polsce. Najpopularniejszym drobiowym surowcem rzeźnym są kurczęta brojlery. Czynnikiem wpływającym na wzrost popytu na mięso kurcząt jest niska cena, bogata oferta podaży, duże zróżnicowanie asortymentowe, sprzedaż drobiu w elementach, korzystne relacje cenowe drobiu do mięsa czerwonego i pozostałych produktów białka zwierzęcego oraz walory kulinarne. O wyborze mięsa drobiowego decyduje także jego wartość odżywcza i sensoryczna. W opinii studentów potrzebę dokonania zakupu mięsa z kurcząt brojlerów najczęściej warunkowały: odczucie braku produktu, a także aktualna promocja. Niska cena mięsa i łatwość przyrządzania potraw były głównym powodem wyboru mięsa kurcząt brojlerów. Te wybory rynkowe miały większe znaczenie w grupie mężczyzn. Znaczna część ankietowanych studentów zwracała uwagę na walory odżywcze i dietetyczne. Cechy te miały większe znaczenie dla kobiet. Badani studenci wskazali, że najczęściej spożywają filet z piersi kurcząt bez skóry.

LITERATURA

Borowy T., Kubiak M., 2012. Walory odżywcze mięsa drobiowego. *Gospod. Mięś.* 3, 24-26.
 Budżety gospodarstw domowych w 2012. 2013. GUS, Warszawa.

- Górecka D., Czarnocińska J., Idzikowski M., Kowalec J., 2009. Postawy osób dorosłych wobec żywności funkcjonalnej w zależności od wieku i płci. *Żywność. Nauka. Technologia. Jakość* 4 (65), 320-326.
- Górska-Warsewicz H., 2007. Żywność wygodna w sektorze mięsnym. *Przem. Spoż.* 4, 36-37.
- Grzybowska-Brzezińska M., 2010. Uwarunkowania zmian zachowań konsumentów na rynku żywności. *Zesz. Nauk. Uniwersytetu Szczecińskiego, Probl. Zarz. Finan. Mark.* 609, 16, 309-320.
- Kicińska J., 2009. Psychologiczno-społeczne determinanty zachowań młodych nabywców na rynku dóbr konsumpcyjnych. *J. Agribus. Rural Dev.* 4 (14), 85-94.
- Lesiów T., 2003. Stan polskich badań na temat wartości odżywczej mięsa drobiowego. *Żywność. Nauka. Technologia. Jakość* 4 (37), Supl., 230-241.
- Makala H., 2004. Konsumenty na rynku żywności. *Przem. Spoż.* 7, 14-23.
- Myszkowska-Ryciak J., Kraśniewska A., Harton A., Gajewska D., 2011. Porównanie wybranych zachowań żywieniowych studentek Akademii Wychowania Fizycznego i Szkoły Głównej Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie. *Probl. Hig. Epidemiol.* 92 (4), 931-934.
- 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
- Smolińska T., Kopec W., 2009. Przetwórstwo mięsa drobiu – podstawy biologiczne i technologiczne. *Wyd. Uniwersytetu Przyrodniczego we Wrocławiu, Wrocław.*
- Świetlik K., 2011. Polscy konsumenci polubili drób. *Pol. Drobiar.* 8, 6-10.
- Świetlik K., 2014 a. Produkcja, ceny i konsumpcja drobiu w 2013 roku. *Cz. 1. Pol. Drobiar.* 7, 37-40.
- Świetlik K., 2014 b. Produkcja, ceny i konsumpcja drobiu w 2013 roku. *Cz. 2. Pol. Drobiar.* 8, 16-18.
- Szczęśna T., Wojtała M., Waszkowiak K., 2005. Wpływ wiedzy żywieniowej, edukacji oraz sytuacji materialnej na preferencje pokarmowe i zachowanie żywieniowe studentów Akademii Rolniczej zamieszkałych w akademiku. *Probl. Hig. Epidemiol.* 86 (1), 30-35.
- Szwacka J., 2007. Kierunki zmian na rynku żywnościowym w Polsce. *Zesz. Nauk. SGGW, Ekon. Org. Gospod. Żywn.* 62, 81-95.
- Szwacka-Mokrzycka J., 2013. Tendencje rozwojowe popytu i podaży żywności w Polsce. *Wyd. SGGW, Warszawa.*
- Szwacka-Salmonowicz J., 2003. Zmiany zachowań nabywców jako determinanta kształtowania strategii segmentacyjnych przedsiębiorstw przemysłu spożywczego w Polsce. *Wyd. SGGW, Warszawa.*
- Zdanowska-Sąsiadek Ż., Michalczuk M., Marcinkowska-Lesiak M., Damaziak K., 2013. Czynniki kształtujące cechy sensoryczne mięsa drobiowego. *Bromt. Chem. Toksykol.* 46, 3, 344-353.

MARKET CHOICES FOR BROILER CHICKEN MEAT IN THE OPINION OF STUDENTS

Summary. Recently there has, been growing a increase in consumption of poultry meat in Poland. The most important material for slaughter poultry are broilers. Among factors that influence rising demand for poultry meat are: low price, availability of raw materials and promotional campaigns of safe nutrition. Its nutritional and sensory value makes it a choice product. University students are a specific group that has aroused the interest of nutritionists. The students' lifestyle is characterised by high active social life and intense responsibilities, which ought to be augmented with a carefully chosen diet. The youth do not only have significant impact on the family purchasing decisions but display a strong

purchasing power due to financial resources at their disposal and would in the future become mature and rational consumers. The article lists factors that determine purchasing needs, reasons for choice of markets and the consumption frequency of broiler meat. The feeling of lack of other products coupled with current sales promotions were, in the opinion of the students surveyed, often responsible for the decision to purchase of broiler chicken meat. Low price and the ease of preparation were also key reasons for the choice of this meat product. Responding students noted that skinless chicken breast fillet was most commonly consumed.

Key words: convenience food, poultry, survey, university students

Zaakceptowano do druku – Accepted for print: 25.09.2014

Do cytowania – For citation: Augustyńska-Prejsnar A., Ormian M., Gajdek G., 2014. Wybory rynkowe mięsa kurcząt brojlerów w opinii studentów. J. Agribus. Rural Dev. 3(33), 5-13.