



### **Katarzyna Kwiecińska**

Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego  
w Warszawie  
Wydział Nauk o Żywieniu Człowieka i Konsumpcji  
Katedra Organizacji i Ekonomiki Konsumpcji  
katarzyna\_kwiecinska@sggw.pl

### **Małgorzata Kosicka-Gębska**

Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego  
w Warszawie  
Wydział Nauk o Żywieniu Człowieka i Konsumpcji  
Katedra Organizacji i Ekonomiki Konsumpcji  
malgorzata\_kosicka\_gebska@sggw.pl

### **Jerzy Gębski**

Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego  
w Warszawie  
Wydział Nauk o Żywieniu Człowieka i Konsumpcji  
Katedra Organizacji i Ekonomiki Konsumpcji  
jerzy\_gebski@sggw.pl

## **WPLYW TRADYCJI RODZINNYCH NA ZACHOWANIA KONSUMENTÓW WOBEC DZICZYZNY**

**Streszczenie:** Tradycje rodzinne odgrywają istotną rolę w kształtowaniu zachowań konsumentów. Celem opracowania jest określenie wpływu zwyczajów wyniesionych z domu rodzinnego na zachowania żywieniowe osób spożywających dziczyznę. W pracy przedstawiono wyniki badania jakościowego zrealizowanego metodą IDI wśród producentów dziczyzny oraz badania ilościowego realizowanego metodą CATI z osobami spożywającymi dziczyznę<sup>1</sup>. Dowiedziono, że tradycja konsumpcji dziczyzny jest przekazywana między pokoleniami, a przekazy nieformalne istotnie wpływają na wybór rodzaju mięsa.

**Słowa kluczowe:** dziczyzna, tradycje rodzinne, konsument, konsumpcja.

**JEL Classification:** D12, Q13.

---

<sup>1</sup> Badania wykonano w ramach projektów badawczych realizowanych ze środków grantu dla uczestników studiów doktoranckich Wydziału Nauk o Żywieniu Człowieka i Konsumpcji Szkoły Głównej Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie na przełomie 2014/2015 r. i w 2016 r.

## Wprowadzenie

Tradycja nie jest pojęciem jednoznacznie definiowanym. Badacze uznają ją za dynamiczną strukturę, obejmującą wytwory materialne i niematerialne przeszłych generacji, łączącą współczesne pokolenie z kulturą przodków, pozwalającą zachować poczucie przynależności do grupy społecznej [Dobrowolski, 1966; Dąbrowska, 2003]. Tradycje rodzinne można zatem określić jako zbiór wartości, postaw i zachowań specyficznych dla danej grupy połączonej więzami rodzinnymi, przekazywanych w sposób nieformalny młodszemu pokoleniu, co podkreśla tożsamość jednostki [Kowalska, 2008]. Badania dowodzą, że tradycje rodzinne odgrywają kluczową rolę w kształtowaniu zachowań żywieniowych konsumentów [Korwin-Szymanowska i Tuszyńska, 2015]. Zachowania żywieniowe stanowią „działania i sposoby postępowania, które bezpośrednio wiążą się z zaspokajaniem potrzeb żywieniowych” [Gertig i Gawęcki, 2007, s. 122]. Zalicza się do nich działania bezpośrednio wpływające na stan zdrowia człowieka: wybór żywności, sposoby nabywania, przechowywania oraz przygotowania żywności do spożycia z uwzględnieniem częstości i ilości spożywanych produktów [Marć, 2009]. M. Kozłowska-Wojciechowska [2004] zauważa, że wybory żywieniowe konsumentów mają charakter złożony. Zależą nie tylko od wpływu tradycji rodzinnych, ale także od uwarunkowań kulturowych, indywidualnych preferencji oraz poziomu wiedzy i wykształcenia konsumentów. Wiedza konsumentów na temat żywności może pochodzić z wielu źródeł, w zależności od dostępności i zakresu pożądaných informacji [Hawkins i Mothersbaugh, 2010]. Nieformalne drogi zdobywania wiedzy: przekazy ustne, czerpanie z doświadczeń członków rodziny i osób z kręgu znajomych, zyskują coraz większe znaczenie w procesie podejmowania decyzji o nabywaniu i spożywaniu żywności [Scheibe, 2012].

Najsilniejszy wpływ rodziny i najbliższego otoczenia na zachowania konsumenta obserwuje się w odniesieniu do żywności tradycyjnej [Sajdakowska i Żakowska-Biemans, 2009]. Wyróżnikami tego typu produktów są: udokumentowane pochodzenie, jakość nawiązująca do dziedzictwa kulturowego regionu, a także sposób wytwarzania, bazujący na tradycyjnych recepturach przekazywanych z pokolenia na pokolenie. Produkty regionalne i tradycyjne w całej Unii Europejskiej traktowane są jako dobro wyjątkowe i dziedzictwo kulturowe Europy [Gulbicka, 2014].

Przykładem żywności, po którą konsumenci sięgają pod wpływem tradycji i zwyczajów rodzinnych są produkty pochodzące z lasu: owoce leśne, grzyby, dziczyzna, co znajduje potwierdzenie w badaniach [Schulp, Thuiller i Verburg,

2014]. Produkty te są specyficzne z uwagi na odmienne pochodzenie i sposób pozyskiwania. Pod względem prawnym, z uwagi na brak certyfikacji, nie wpisują się w kategorię żywności ekologicznej ani tradycyjnej. Są jednak uznawane za żywność naturalną, szczególnie w perspektywie zalewania rynku spożywczego przez żywność GMO czy produkty wysoko przetworzone. Coraz częściej podkreśla się również znaczenie tych produktów w zrównoważonym rozwoju obszarów wiejskich. Możliwość ich pozyskania przyczynia się do poprawy dobrobytu i poziomu życia społeczności lokalnych [Wojciechowska-Mazurek i in., 2011; Nowacka, Woźnicka i Staniszewski, 2014].

Dane statystyczne przekazywane rokrocznie przez Polski Związek Łowiczków wskazują, że obecnie w Polsce zarejestrowanych jest ponad 120 tys. myśliwych [www 1]. Brak jest informacji, jaka część tej grupy bierze aktywny udział w polowaniach. Dzikizna jest spożywana w ilości 0,08 kg/osobę/rok [Górecka i Szymański, 2010]. Jak dowodzą badania, osoby związane z myśliwymi spożywają więcej dzikizny niż osoby niemające powiązań z tą grupą [Chardonnet i in., 2002]. Głównym czynnikiem ograniczającym popyt na dzikiznę w Polsce jest jej niska dostępność oraz wysoka cena. Do barier popytu na dzikiznę zaliczyć również można: nieumiejętność przygotowania potrawy, nieakceptowanie smaku, strach przed zarażeniem się chorobami odzwierzęcymi czy brak tradycji spożywania dzikizny w społeczeństwie [Kwiecińska, Kosicka-Gębska i Gębski, 2016].

Celem niniejszego opracowania jest określenie wpływu tradycji i zwyczajów wyniesionych z domu rodzinnego na zachowania żywieniowe osób spożywających dzikiznę.

## 1. Metodyka

W artykule przywołano wyniki dwóch badań empirycznych. Pierwsze badanie ogólnopolskie zrealizowano na przełomie 2014 i 2015 r. Miało ono charakter badania jakościowego, prowadzono je w grupie 63 pełnoletnich osób funkcjonujących w sektorze podażyowym na rynku dzikizny. Zastosowano dobór celowy próby. Kryterium wyboru stanowiła rola, jaką respondent pełnił w organizacji lub przedsiębiorstwie. Na potrzeby badania respondentów przyporzędowano do trzech grup. Do pierwszej grupy zakwalifikowano osoby zajmujące się pozyskaniem mięsa, a więc myśliwych oraz hodowców dzikich zwierząt. Grupę roboczo nazwano „producentami”. Grupa druga to osoby związane z przetwórstwem dzikizny (roboczo: „przetwórcy”), trzecią grupę stanowiły

osoby zajmujące się dystrybucją dziczyzny (roboczo: „handlowcy”). W grupie badawczej dominowały osoby funkcjonujące na rynku dziczyzny ponad 10 lat. Tak długi okres działalności pozwolił na obserwację długofalowych zmian zachodzących zarówno po stronie podaży, jak i popytu na dziczyznę. Strukturę próby badawczej przedstawiono w tab. 1.

**Tabela 1.** Charakterystyka grupy badawczej badania jakościowego

| Wyszczególnienie | Liczebność grupy |     | Osoby spożywające mięso |     | Osoby spożywające dziczyznę |     | Średni okres działalności na rynku (lata) |
|------------------|------------------|-----|-------------------------|-----|-----------------------------|-----|---|
|                  | N                | %   | N                       | %   | N                           | %   |   |
| Producenci       | 21               | 33  | 21                      | 100 | 16                          | 76  | 28  |
| Przetwórcy       | 12               | 19  | 12                      | 100 | 7                           | 58  | 21  |
| Handlowcy        | 30               | 48  | 30                      | 100 | 30                          | 100 | 20  |
| Ogółem           | 63               | 100 | 63                      | 100 | 53                          | 84  | 23  |

Źródło: badanie własne.

Metodą wykorzystaną w badaniu był pogłębiony wywiad indywidualny, oparty na autorskim scenariuszu wywiadu. Wyniki badania w formie transkrypcji z nagrań wywiadów poddano analizie. Na jej podstawie wskazano główne czynniki decydujące o wyborze dziczyzny jako produktu spożywczego, motywy wyboru sektora dziczyzny jako miejsca pracy czy też zainteresowania się łowiectwem jako sposobu pozyskania mięsa. Odpowiedzi respondentów skategoryzowano, łącząc słowa wspólne w zbiory. Dla grup wskazań określono „współczynnik wskazań” stanowiący iloraz liczby odpowiedzi danej kategorii oraz liczby respondentów z uwzględnieniem rodzaju grupy roboczej, do której zakwalifikowano respondenta.

Drugie badanie to ogólnopolskie badanie ilościowe, przeprowadzone w 2016 r. wśród 450 konsumentów dziczyzny. Zrealizowano je z wykorzystaniem metody CATI – wywiadów telefonicznych wspomaganych komputerowo. Liczebność próby w województwach odzwierciedlała sytuację demograficzną ludności zgodnie z danymi GUS. Z powodu braków danych źródłowych dotyczących charakterystyki konsumentów dziczyzny, za kryterium doboru przyjęto wiek respondentów powyżej 25. roku życia oraz deklarację dotyczącą spożywania dań lub wyrobów z dziczyzny. Dolna granica wieku została określona na podstawie danych GUS jako wiek, w którym konsumenci zakładają odrębne gospodarstwo domowe, a więc sami podejmują decyzje zakupowe. Około 33% respondentów deklarujących konsumpcję dziczyzny miało bezpośrednią lub pośrednią styczność z grupą osób zajmujących się pozyskaniem, przetwórstwem lub handlem dziczyzną. Jedynie co dziesiąta osoba z tej grupy zajmowała się dziczyzną osobiście. Charakterystykę grupy badawczej przedstawiono w tab. 2.

**Tabela 2.** Charakterystyka respondentów badania ilościowego

| Kryterium   | N   | %  |
|---|-----|----|
| Wiek  |     |    |
| 25-34 lata  | 167 | 37 |
| 35-44 lata  | 122 | 27 |
| 45-54 lata  | 111 | 25 |
| Powyżej 55 lat  | 50  | 11 |
| Miejsce zamieszkania  |     |    |
| Miasto  | 246 | 55 |
| Wieś  | 204 | 45 |
| Wykształcenie   |     |    |
| Podstawowe  | 11  | 2  |
| Średnie/zawodowe  | 348 | 77 |
| Wyższe  | 91  | 20 |
| Status materialny   |     |    |
| Pieniądzy brakuje nawet na podstawowe potrzeby                                  | 3   | 1  |
| Pieniądzy wystarczy na podstawowe potrzeby, ale nie stać nas na większe wydatki | 19  | 4  |
| Stać nas na wszystko, ale większe zakupy musimy planować                        | 175 | 39 |
| Stać nas na wszystko i część środków możemy oszczędzić                          | 76  | 17 |
| Trudno powiedzieć   | 177 | 39 |

Źródło: badanie własne.

## 2. Zachowania żywieniowe konsumentów dziczyzny

Wyniki badania jakościowego dowodzą, że tradycje rodzinne są jednym z najistotniejszych czynników wpływających na zachowania żywieniowe w odniesieniu do dziczyzny. Przekazy nieformalne determinują także sposób postrzegania łowiectwa, myślistwa i samych myśliwych. Czterech na dziesięciu badanych wskazało tradycję rodzinną i zwyczaje obserwowane w domu jako punkt wyjściowy do zainteresowania się dziczyzną. Zdaniem respondentów, osoby konsumujące dziczyznę zwyczaj ten wyniosły właśnie z domu rodzinnego, co podkreślają stwierdzenia: „w domu się jadło”, „ojciec polował, zawsze była dziczyzna”, „jedzenie dziczyzny to u nas rodzinna tradycja”. Zwracając uwagę na częstotliwość spożywania dziczyzny, przedstawiciele grupy producentów i przetwórców deklaruowali, że spożywają ją „co najmniej raz w tygodniu”. Część respondentów podkreślała również, że dziczyzna jest jedynym mięsem obecnym w diecie. Wybór uzasadniali łatwą dostępnością mięsa, ale przede wszystkim nawykami, czy też tradycją spożywania dziczyzny wyniesioną z domu rodzinnego.

Na podstawie wyników badania ilościowego prowadzonego wśród konsumentów dziczyzny, stwierdzono, że osoby spożywające dziczyznę, jedynie w niewielkim stopniu zauważają związek między tradycjami wyniesionymi z domu rodzinnego a spożywaniem tego rodzaju mięsa. Zależność istotną staty-

stycznie wskazano wyłącznie w odniesieniu do wieku respondentów. Wpływ tradycji rodzinnych na aktualne zachowania konsumentów odczuwają istotnie statystycznie częściej osoby w wieku 55 lat i więcej. Silniejszy wpływ tradycji zaobserwowano także w populacji osób mieszkających na wsi oraz osób mających wykształcenie podstawowe. Podobną prawidłowość obserwuje się w odniesieniu do konsumpcji dziczyzny w okresach świątecznych. Osoby o niższym poziomie wykształcenia oraz mieszkańcy wsi postrzegają dziczyznę jako produkt nietypowy, spożywany przy wyjątkowych okazjach. Szczegółowe wyniki przedstawiono w tab. 3.

**Tabela 3.** Wpływ tradycji rodzinnych na zachowania konsumentów wobec dziczyzny

| Wyszczególnienie  | W moim domu potrawy z dziczyzny przygotowuje się wyłącznie na specjalne okazje i święta |               |         |                     | Tradycję spożywania dziczyzny wyniosłem/am z domu rodzinnego |               |         |                     |
|---|---|---------------|---------|---------------------|--|---------------|---------|---------------------|
|   | N   | % danej grupy | p-value | Wsp. tau b Kendalla | N  | % danej grupy | p-value | Wsp. tau b Kendalla |
| <b>Wiek</b>   |   |               |         |                     |  |               |         |                     |
| 25-34 lata  | 33  | 20            | 0,027   | -0,02               | 16   | 10            | 0,049   | -0,05               |
| 35-44 lata  | 21  | 17            |         |                     | 12   | 10            |         |                     |
| 45-54 lata  | 15  | 14            |         |                     | 15   | 14            |         |                     |
| Powyżej 55 lat  | 13  | 26            |         |                     | 8  | 16            |         |                     |
| <b>Miejsce zamieszkania</b>   |   |               |         |                     |  |               |         |                     |
| Miasto  | 41  | 17            | 0,112   | 0,11                | 19   | 8             | 0,080   | 0,07                |
| Wieś  | 41  | 20            |         |                     | 32   | 16            |         |                     |
| <b>Wykształcenie</b>  |   |               |         |                     |  |               |         |                     |
| Podstawowe  | 3   | 27            | 0,044   | 0,04                | 2  | 18            | 0,125   | -0,12               |
| Średnie/zawodowe  | 70  | 20            |         |                     | 43   | 12            |         |                     |
| Wyższe  | 9   | 10            |         |                     | 6  | 7             |         |                     |
| <b>Związek z pozyskaniem, przetwórstwem lub dystrybucją dziczyzny</b> |   |               |         |                     |  |               |         |                     |
| Tak (osobiście lub pośrednio)   | 25  | 17            | 0,015   | -0,02               | 22   | 8             | 0,091   | 0,08                |
| Brak związku  | 57  | 19            |         |                     | 29   | 9             |         |                     |
| Łącznie   | 82  | 18            |         |                     | 51   | 11            |         |                     |

Nota: istotne dla  $p < 0,050$ .

Źródło: badanie własne.

Ciekawą grupę stanowiły osoby w wieku od 25 do 34 lat, które traktują dziczyznę jako produkt spożywany od święta, jednak tylko w niewielkim stopniu odczuwają wpływ tradycji rodzinnych na zachowania wobec dziczyzny. Osoby młode są bardziej podatne na wpływ mody i zmieniających się trendów. Jak zauważają M. Sajdakowska i S. Żakowska-Biemans [2009], zainteresowanie konsumentów kuchnią tradycyjną jest obecnie uznawane za przejaw nowego trendu w konsumpcji żywności. Spożywanie dziczyzny związane jest z prestiżem i podkreśleniem pozycji społecznej, a nie z tradycją przekazywaną przez starsze pokolenia.

### 3. Wpływ tradycji na zainteresowanie tematyką łowiecką

Wpływ tradycji rodzinnych obserwuje się nie tylko w zakresie zachowań związanych z nabywaniem i spożywaniem dziczyzny, ale również w odniesieniu do działalności myśliwskiej osób deklarujących spożywanie dziczyzny. Łowiectwo w Polsce zazwyczaj ma charakter tradycyjny [Rancew-Sikora, 2009]. Wbrew powszechnym opiniom, obejmuje nie tylko pozyskiwanie dzikich zwierząt, ale także inne elementy gospodarki łowieckiej, jak dokarmianie zwierzyny czy dbanie o stan ich siedlisk [Ustawa Prawo łowieckie]. Wyniki badania jakościowego dowiodły, że osoby posiadające uprawnienia łowieckie zostały wprowadzone do środowiska myśliwych przez członków rodziny, głównie mężczyzn: ojca lub dziadka. Dzięki tym osobom uzyskały niezbędną wiedzę dotyczącą specyfiki i organizacji polowań, poruszania się w środowisku naturalnym. Podkreślenia wymaga to, że wiedza myśliwych w znacznej mierze opiera się na doświadczeniach i wiedzy praktycznej przekazywanej z pokolenia na pokolenie, stanowiącej uzupełnienie wiedzy zdobywanej przez adeptów na kursach.

Jako czynniki decydujące o zainteresowaniu się myślistwem wskazywane są, obok przekazów rodzinnych i tradycji, także własne hobby i zainteresowania. Specyficzna grupa producentów nierozzerwalnie wiąże pozyskiwanie dziczyzny z jej konsumpcją, co nie jest oczywiste w przypadku dwóch pozostałych grup. W przypadku respondentów zajmujących się przetwórstwem i handlem dziczyzną tradycje rodzinne odgrywają nieco mniejszą rolę, a o związaniu się z branżą w większej mierze decydowały: obrany kierunek kształcenia, wymagania stawiane przez pracodawcę, prywatne zainteresowania, pasja czy też okoliczności określone np. jako korzystne warunki geograficzno-ekonomiczne do prowadzenia tego rodzaju działalności (tab. 4).

**Tabela 4.** Czynniki decydujące o wyborze branży dziczyzny

| Determinanta         | Współczynnik wskazań |            |           |        |
|----------------------|----------------------|------------|-----------|--------|
|                      | Producenci           | Przetwórcy | Handlowcy | Ogółem |
| Tradycje rodzinne    | 0,52                 | 0,33       | 0,30      | 0,38   |
| Kierunek kształcenia | 0,24                 | 0,25       | 0,27      | 0,25   |
| Pasja/hobby          | 0,62                 | 0,17       | 0,30      | 0,38   |
| Wymóg pracodawcy     | 0,00                 | 0,33       | 0,27      | 0,19   |
| Okoliczności         | 0,05                 | 0,42       | 0,10      | 0,14   |
| Przypadek            | 0,00                 | 0,17       | 0,07      | 0,06   |

Źródło: badanie własne.

Należy zwrócić uwagę na to, że osoby zajmujące się pozyskiwaniem dziczyzny, a więc myśliwi i hodowcy zwierząt łownych, zajęły się określoną działalnością dobrowolnie. W żadnym przypadku decyzja nie była wymuszona przez

zwierzchnika. Świadomy wybór podkreśla również wartość współczynnika wskazań w odniesieniu do przypadkowości wyboru dziedziny, co zaobserwowano w grupie osób pracujących przy przetwórstwie dziczyzny.

## Podsumowanie

Wyniki badań empirycznych potwierdziły, że tradycje rodzinne przekazywane między pokoleniami mają wpływ na zachowania żywieniowe konsumentów w kontekście podejmowania decyzji o spożywaniu dziczyzny, przy czym istotność czynnika była odmienna w różnych grupach wiekowych. Doświadczenia nabyte w domu rodzinnym determinowały zachowania wobec myślistwa, jako sposobu pozyskiwania mięsa dzikich zwierząt. Wpływały także na wybór sektora działalności, zarówno w odniesieniu do pracy zarobkowej, jak i aktywności w wolnym czasie.

Niepodważalny jest związek między dostępnością dziczyzny a relacjami z myśliwymi. Zarówno badanie jakościowe, jak i ilościowe dowiodło, że łatwiejszy dostęp do mięsa dzikich zwierząt mają osoby zajmujące się myślistwem, przetwórstwem, handlem dziczyzną, a także członkowie ich rodzin oraz osoby z bliskiego kręgu znajomych.

Z perspektywy przeprowadzonych badań wydaje się konieczne dalsze zgłębianie zagadnienia niskiej popularności dziczyzny w diecie Polaków. Uzasadnione wydaje się prowadzenie badań w grupie osób spoza kręgu związanego z łowiectwem. Dane pochodzące z takiego badania mogą dać rzeczową odpowiedź na pytanie, jak zwiększyć zainteresowanie konsumentów dziczyzną.

## Literatura

- Chardonnet P., Clers B.D., Fischer J., Gerhold R., Jori F., Lamarque, F. (2002), *The Value of Wildlife*, "Revue Scientifique et Technique-Office International des Epizooties", No. 21(1), s. 15-52.
- Dąbrowska A. (2003), *Tradycja rodzinna jako dziedzictwo kultury narodowej* [w:] J. Nikitorowicz, J. Halicki, J. Muszyńska (red.), *Międzygeneracyjna transmisja dziedzictwa kulturowego. Społeczno-kulturowe wymiary przekazu*, Trans Humana, Białystok, s. 97-103.
- Dobrowolski K. (1966), *Studia nad życiem społecznym i kulturą*, Ossolineum, Wrocław.
- Gertig H., Gawęcki J. (2007), *Żywność człowieka. Słownik terminologiczny*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.



- Górecka J., Szmańko T. (2010), *Walory żywieniowe dziczyzny*, „Magazyn Przemysłu Mięsnego”, nr 1-2, s. 20-21.
- Gulbicka B. (2014), *Żywność tradycyjna i regionalna w Polsce*, Instytut Ekonomiki Rolnictwa i Gospodarki Żywnościowej – Państwowy Instytut Badawczy, Warszawa.
- Hawkins D.I., Mothersbaugh D.L. (2010), *Consumer Behavior. Building Marketing Strategy*, McGraw-Hill Irwin, Boston.
- Korwin-Szymanowska A., Tuszyńska L. (2015), *Zachowania żywieniowe jako nieodłączny element edukacji zdrowotnej – raport z badań* [w:] A. Wolska-Adamczyk (red.), *Znaczenie racjonalnego żywienia w edukacji zdrowotnej*, WSliZ, Warszawa, s. 23-38.
- Kowalska M. (2008), *Rola tradycji w wielopokoleniowych rodzinach wiejskich w Małopolsce*, „Journal of Agribusiness and Rural Development”, nr 2(8), s. 57-67.
- Kozłowska-Wojciechowska M. (2004), *Żyjemy w zdrowiu, czyli nowa piramida żywienia*, Prószyński i S-ka, Warszawa.
- Kwiecińska K., Kosicka-Gębska M., Gębski J. (2016), *Wyzwania dla rozwoju rynku dziczyzny w Polsce*, „Problemy Rolnictwa Światowego”, nr 16(31), s. 251-260.
- Marć M. (2009), *Zwyczaje żywieniowe kobiet ciężarnych* [w:] P. Januszewicz, P. Socha, A. Mazur (red.), *Żywność w zdrowiu publicznym*, Wydawnictwo Uniwersytetu Rzeszowskiego, Rzeszów, s. 37-50.
- Nowacka W.Ł., Woźnicka M., Staniszewski P. (2014), *Znaczenie pożytków leśnych dla funkcjonowania rodziny – case study*, „Studia i Materiały CEPL w Rogowie”, nr 16, s. 54-60.
- Rancew-Sikora D. (2009), *Sens polowania. Współczesne znaczenia tradycyjnych praktyk na przykładzie dyskursu łowieckiego*, Wydawnictwo Naukowe Scholar, Warszawa.
- Sajdakowska M., Żakowska-Biemans S. (2009), *Postrzeżenie żywności tradycyjnej przez polskich konsumentów na podstawie badań jakościowych*, „Żywność Nauka Technologia Jakość”, nr 16(3), s. 95-104.
- Scheibe A. (2012), *Czynniki warunkujące wpływ informacji nieformalnych rozpowszechnianych za pośrednictwem Internetu na decyzje zakupowe*, „Journal of Management and Finance”, nr 4/2, s. 229-239.
- Schulp C.J., Thuiller W., Verburg P.H. (2014), *Wild Food in Europe: A Synthesis of Knowledge and Data of Terrestrial Wild Food as an Ecosystem Service*, „Ecological Economics”, No. 105, s. 292-305.
- Ustawa z dnia 13 października 1995 r. Prawo łowieckie. Dz.U. 1995, nr 147, poz. 713 z późn. zm.
- Wojciechowska-Mazurek M., Mania M., Starska K., Rebeniak M., Karłowski K. (2011), *Pierwiastki szkodliwe dla zdrowia w grzybach jadalnych w Polsce*, „Bromatologia i Chemia Toksykologiczna”, nr 44(2), s. 143-149.
- [www 1] [https://stat.gov.pl/download/gfx/portalinformacyjny/pl/defaultaktualnosci/5510/1/12/1/leśnictwo\\_2016.pdf](https://stat.gov.pl/download/gfx/portalinformacyjny/pl/defaultaktualnosci/5510/1/12/1/leśnictwo_2016.pdf) (dostęp: 20.02.2017).

**EFFECT OF FAMILY TRADITION ON CONSUMERS BEHAVIOURS  
TOWARDS GAME MEAT**

**Summary:** Family traditions play an important role in shaping consumer behavior. The aim of the study is to determine the influence of habits raised from the family home on the nutritional behavior of game meat consumers. In the paper the results from qualitative study carried out using IDI method among game producers and quantitative study conducted with consumers declaring eating venison, using the CATI method were presented. It has been proven that the tradition of game consumption is passed between generations and informal messages have a great influence on the choice of meat.

**Keywords:** game meat, family traditions, consumer, consumption.