



**Tomasz K. Czarkowski<sup>1</sup>, Robert Stabiński<sup>2</sup>**

<sup>1</sup>Warmińsko-Mazurski Ośrodek Doradztwa Rolniczego w Olsztynie

<sup>2</sup>Gospodarstwo Rybackie Polskiego Związku Wędkarskiego w Suwałkach

## **Charakterystyka, preferencje i opinie konsumentów ryb bezpośrednio korzystających z oferty gospodarstw rybackich**

### **Wstęp**

Pomimo iż ostatnio odnotowywany jest nieznaczny, ogólny wzrost spożycia ryb w Polsce, które według Pieńkowskiej i Hryszko (2014) wzrosło do 12,6 kg/mieszkańca/rok, to wydaje się, iż ryby w naszym kraju jadane są głównie okazjonalnie (Hryszko 2009, Kreft i Zabrocki 2010, Tkaczewska i in. 2014). Wyżej wymienieni autorzy okazjonalność tę łączą głównie z okresami świąt religijnych i postów. Czarkowski i in. (2014) wykazali, że ta okazjonalność może mieć zupełnie inny charakter, szczególnie jeśli chodzi o rejony pojezierne. Badania prowadzone w gospodarstwach agroturystycznych oraz innych obiektach turystyki wiejskiej województwa warmińsko-mazurskiego wykazały, że np. wypoczynek na terenach wiejskich obfitujących w jeziora i gospodarstwa rybackie może być doskonałą okazją do zjedzenia ryby. Ten nieco odmienny charakter nabywania oraz konsumpcji ryb w północno-wschodniej Polsce, szczególnie w okresie wakacyjno-urlopowym, wymaga oddzielnej analizy. Dlatego też autorzy niniejszej pracy postanowili zbadać charakterystykę oraz preferencje konsumentów dokonujących zakupów ryb świeżych oraz konsumpcji gotowych potraw, bezpośrednio w gospodarstwach rybackich północno-wschodniej Polski. Badania prowadzone w gospodarstwach rybackich dodatkowo wpisują się w coraz popularniejszy ostatnio nurt związany z tzw. sprzedażą bezpośrednią, która może przynosić szereg wymiernych korzyści, zarówno dla konsumentów, jak też dla producenta (Sałata 2011). Według Hryszko (2013) już pod koniec 2012 roku w Polsce funkcjonowały 482 gospodarstwa rybackie sprzedające swoje produkty w sposób bezpośredni na lokalnym rynku. Wydaje się również, że lokalne ryby jeziorowe mogą być częściej kupowane bezpośrednio w gospodarstwie, niż

te pochodzące z akwakultury. Kreft i Zabrocki (2010) stwierdzili, że tylko 8% badanych przez nich osób kupuje karpia – rybę typową dla akwakultury, bezpośrednio u producenta. Natomiast według właścicieli gospodarstw agroturystycznych, turyści wypoczywający na Warmii i Mazurach pod względem kulinarnym preferują gatunki raczej charakterystyczne dla ichtiofauny jeziorowej, takie jak (w kolejności): okoń, szczupak, sandacz, węgorz, lin i sielawa (Czarkowski i in. 2014). Polska północno-wschodnia, a w szczególności Mazury i Suwalszczyzna, może być regionem różniącym się od pozostałej części kraju, nie tylko w kontekście rybactwa śródlądowego i turystyki wiejskiej, ale również pod względem sprzedaży i konsumpcji ryb bezpośrednio w gospodarstwach rybackich.

### **Materiał i metody**

Badania prowadzono w pięciu gospodarstwach/zakładach rybackich, zlokalizowanych w północno-wschodniej Polsce na terenie dwóch województw: warmińsko-mazurskiego i podlaskiego, w pięciu różnych powiatach: szczywieńskim – Kompania Mazurska Pasym Sp. z o.o., piskim – Zakład Rybacki PZW Ruciane-Nida, węgorzewskim – Zakład Rybacki PZW Węgorzewo, oleckim – Zakład Rybacki PZW Olecko i suwalskim – Zakład Rybacki PZW Suwałki. Cztery z nich należą do największego użytkownika rybackiego w kraju, którym jest Gospodarstwo Rybackie Polskiego Związku Wędkarskiego w Suwałkach, gospodarujące łącznie na 21372,2 ha jezior. Zakład Rybacki Ruciane-Nida działa na 18 jeziorach, dysponuje również obiektem stawowym, wylęgarnią ryb oraz podchowalnią węgorza. Zakład Rybacki Węgorzewo gospodaruje na 32 jeziorach, dysponuje obiektem stawowym i wylęgarnią. Zakład Rybacki Olecko prowadzi działalność na 55 jeziorach,

a Zakład Rybacki Suwałki gospodaruje na 24 jeziorach, dysponując obiektem pstrągowym i wylęgarnią. Kompania Mazurska Pasym Sp. z o.o. gospodaruje na 27 jeziorach o łącznej powierzchni 2745,5 ha, posiadając również stawy typu karpiego (obiekt Rańsk i obiekt Leleszki), przetwórnictwo ryb, własne sklepy oraz smażalnie ryb, nie posiada własnej wylęgarni. Wszystkie gospodarstwa na użytkownikach przez siebie jeziorach prowadzą tzw. gospodarkę rybacko-wędkarską, co oznacza, że część ich przychodów pochodzi również ze sprzedaży zezwoleń na amatorski połów ryb.

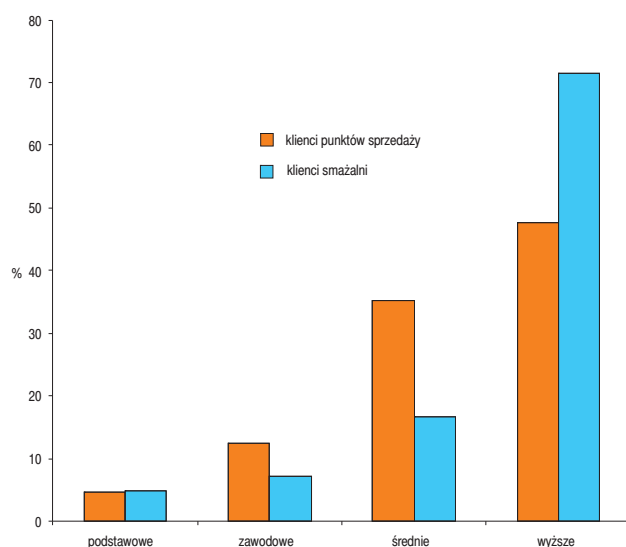
Badania prowadzono w okresie wakacyjno-urlopowym, na przełomie lipca i sierpnia 2014 roku. Zastosowano metodę ankietowania, w której narzędziem badawczym był kwestionariusz ankietowy. Kwestionariusz ankietowy zawierał tylko pytania typu zamkniętego, do każdego pytania dołączona była zamknięta lista możliwych odpowiedzi (tzw. kafeteria). Ankietowani na większość pytań mogli zaznaczyć tylko jedną odpowiedź, jedynie w trzech przypadkach mogli wybrać więcej niż jedną odpowiedź z kafeterii (gatunki preferowanych i kupowanych ryb oraz rodzaj potrawy). Pytania zawarte w ankiecie dotyczyły przede wszystkim charakterystyki konsumentów, ich preferencji oraz opinii, ze szczególnym uwzględnieniem lokalnych ryb jeziorowych łowionych przez rybaków. W czterech gospodarstwach badania prowadzono na terenie punktów sprzedaży świeżych ryb, a w jednym na terenie smażalni. Z punktów sprzedaży uzyskano 88 wypełnionych ankiet, wszystkie wypełnione poprawnie. Natomiast z lokalu gastronomicznego uzyskano 43 wypełnione ankiety, z czego jedna zawierająca rażące nieprawidłowości została odrzucona. Łącznie do badań wykorzystano 130 poprawnie wypełnionych ankiet.

## Wyniki i dyskusja

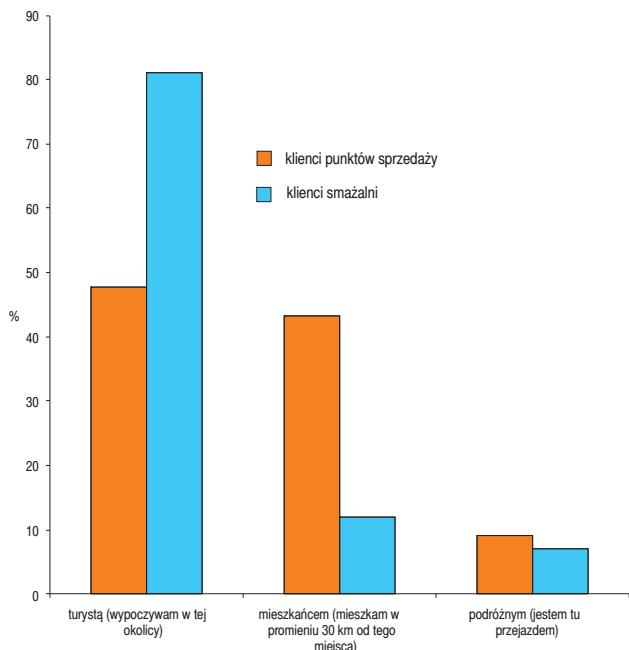
W punktach sprzedaży świeżych ryb zlokalizowanych w gospodarstwach rybackich zdecydowaną większość kupujących stanowili mężczyźni (68,2%), natomiast wśród klientów smażalni przeważały kobiety (59,5%). Wydaje się, że zjawisko to może mieć swoje wytłumaczenie w pewnej niechęci współczesnych pań do przygotowywania świeżych lub żywych ryb do spożycia, a czasem nawet do ich dotykania i transportowania do domu. Poza tym świeżą rybę należy wstępnie obrobić (oskrobać, wypatroszyć, odgłowić), a żywą również uśmiercić, co dla niektórych kobiet może być problematyczne. Raport analityczny wykonany na zlecenie Stowarzyszenia Rozwoju Rynku Rybnego (SRRR 2011) wskazuje, że kobiety chętniej sięgają po filety i ryby patroszone, a zjawisko to tłumaczy niechęcią kobiet do „brudnej” i pracochłonnej wstępnej obróbki ryb świeżych. Jeśli chodzi o strukturę wiekową obu badanych grup, to zarówno w pierwszej, jak i drugiej grupie większość stanowiły osoby dojrzałe, między 40 a 60 rokiem życia (odpo-

wiednio 42,0% i 50,0%). Najmniej licznie reprezentowane były osoby poniżej 18 roku życia, odpowiednio 2,3% wśród klientów punktów sprzedaży świeżych ryb i 2,4% wśród klientów smażalni. Bortnowska i in. (2011) wykazali, że młodzież w wieku szkolnym raczej nie lubi ryb i nie spożywa ich zbyt często, a przyczyna tego zjawiska leży głównie w specyficznym zapachu oraz w zawartości ości w mięsie ryb. Dominującą grupę wśród obu badanych populacji stanowiły osoby z wyższym wykształceniem, szczególnie wyraźnie widać to na przykładzie konsumentów korzystających ze smażalni, gdzie takie osoby stanowiły aż 71,4% ogółu (rys. 1). W punktach sprzedaży świeżych ryb w gospodarstwach wykształcenie wyższe zadeklarowało 47,7% badanych. Najmniej liczną grupę ankietowanych w obu populacjach stanowili klienci posiadający jedynie wykształcenie podstawowe – odpowiednio 4,6 i 4,8% (rys. 1). Możliwe, że takie wyniki z jednej strony mają związek z lepszą sytuacją finansową osób z wyższym wykształceniem, z drugiej może to świadczyć o wyższej świadomości konsumenckiej. W badaniach SRRR (2011) zauważono wyraźną korelację pomiędzy rosnącym poziomem wykształcenia a skłonnością do kupowania ryb świeżych.

W obu badanych populacjach najliczniejszą grupę klientów reprezentowali turyści wypoczywający w okolicy, stanowiąc 47,7% osób kupujących świeże ryby w gospodarstwie oraz aż 81,0% osób spożywających ryby w smażalni przy gospodarstwie (rys. 2). Ten stan rzeczy nie powinien dziwić, gdyż według Czarkowskiego i in. (2012, 2014) to właśnie ryby stanowią znaczącą atrakcję turystyczną obszarów wiejskich województwa warmińsko-mazurskiego, nie tylko w kontekście wędkarstwa, ale przede wszystkim jako podstawowy element tzw. naturalnej, tradycyjnej, lokalnej żywności. Co ciekawe, bezpośrednio w gospodarstwach zaopatrują się w świeżą rybę również okoliczni mieszkańcy, stanowiąc niewiele mniej, bo aż 43,2% kupujących, widać



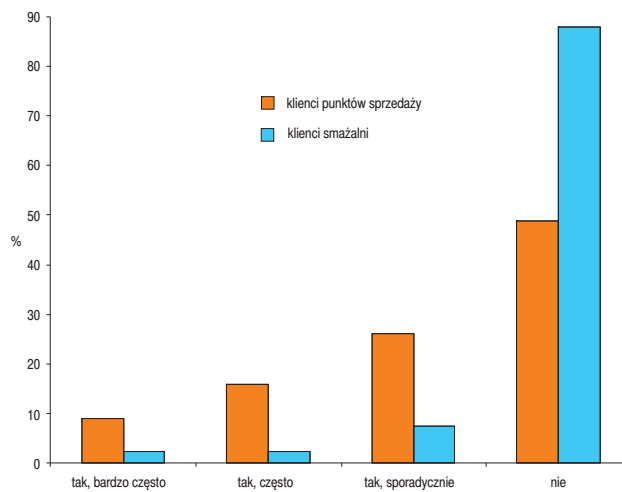
Rys. 1. Struktura poziomu wykształcenia ankietowanych.



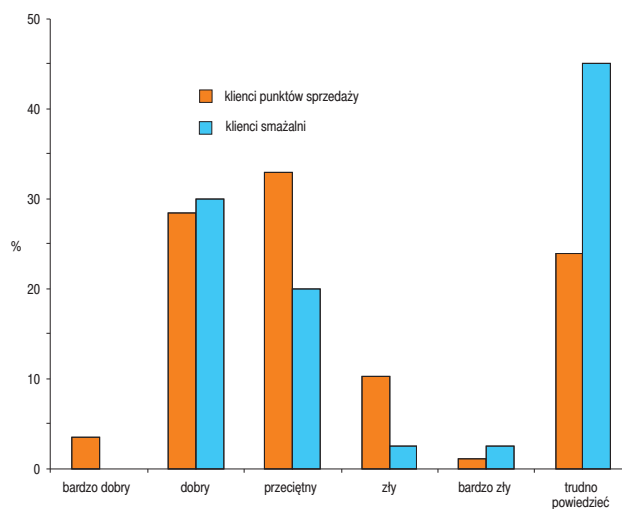
Rys. 2. Odpowiedzi ankietowanych na pytanie: „Jest Pan/i w tej okolicy?”.

natomiast, że turyści zdecydowanie wolą przygotować rybę sami, niż korzystać z usług smaźalni (rys. 2). Większość osób kupujących ryby bezpośrednio w gospodarstwach rybackich zamieszkuje tereny wiejskie (35,2%), natomiast większość (59,5%) klientów smaźalni stanowią mieszkańcy dużych miast (pow. 200 tys. mieszkańców). W badaniach SRRR (2011) również ponad 30% kupujących ryby świeże stanowili mieszkańcy wsi. Wśród robiących zakupy bezpośrednio w gospodarstwie rybackim przeważali mieszkańcy województwa warmińsko-mazurskiego oraz mazowieckiego (odpowiednio 35,2 i 25,0%), natomiast wśród klientów smaźalni dominowały osoby pochodzące z województwa mazowieckiego i małopolskiego (odpowiednio 38,1 i 19%). W obu grupach badawczych nie odnotowano osób pochodzących z województw: pomorskiego, lubuskiego i wielkopolskiego. Niewielka grupa osób mieszkała za granicą (odpowiednio 2,3 i 2,4%).

Respondentów spytano również o to czy wędkują, czyli czy amatorsko pozyskują ryby za pomocą wędki. Na pytanie: „Czy Pan/i wędkuje?” zdecydowana większość (87,8%) klientów smaźalni odpowiedziała przecząco (rys. 3). Natomiast okazało się, że wśród klientów punktów sprzedaży świeżych ryb w gospodarstwach rybackich ponad połowa (51,1%) ankietowanych wędkuje, jednakże wiele osób robi to sporadycznie (26,1%) (rys. 3). Pomimo tego, że wędkarstwo ma duże znaczenie jako forma spędzania wolnego czasu nad wodą (Wołos 2006, Czarkowski i in. 2012, 2014), to wydaje się, że równie ważna jest jego użyteczna funkcja związana po prostu z konsumpcją ryb, co zresztą wcale nie musi kłócić się z definicją połowów rekreacyjnych (Arlinghaus i Cooke 2009). Ten znaczny udział



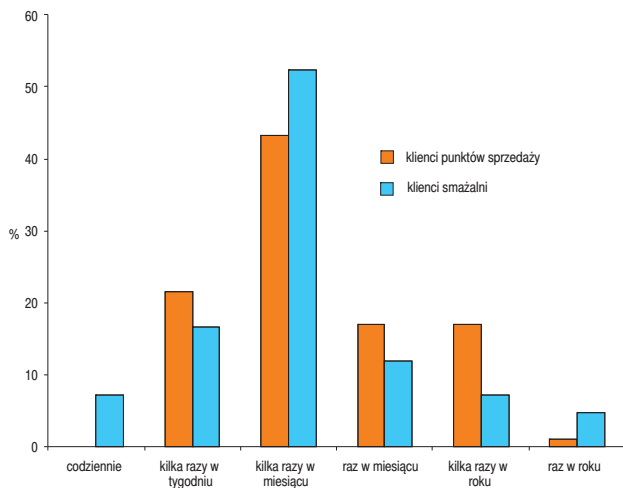
Rys. 3. Odpowiedzi ankietowanych na pytanie: „Czy Pan/i wędkuje?”.



Rys. 4. Odpowiedzi ankietowanych na pytanie: „Jak Pan/i ocenia stan zasobów ryb okolicznych jezior?”.

zw. „niedzielnych” wędkarzy może więc świadczyć o tym, iż niełatwo im jest złowić dziką rybę w dużym, nieznanym jeziorze, gdyż sukces wędkarski zależy nie tylko od stanu środowiska i obfitości ichtiofauny, ale też w dużej mierze od doświadczenia i specjalizacji wędkarza (McConnell i in. 1995, Arlinghaus i Mehner 2003, Heermann i in. 2013). Można także wnioskować, że dość spory udział osób wędkujących wśród kupujących ryby świeże w gospodarstwach rybackich świadczy o tym, iż konflikt pomiędzy rybołówstwem komercyjnym a rekreacyjnym nie jest tak wielki, jak się dotychczas przypuszczało (Czarkowski i Kupren 2013).

Pośrednio związane z wyżej wymienionymi czynnikami było następane pytanie skierowane do ankietowanych, mianowicie: „Jak Pan/i ocenia stan zasobów ryb okolicznych jezior?”. Klienci punktów sprzedaży ryb świeżych wskazywali głównie na stan przeciętny (33,0%) i dobry (28,4%) (rys. 4). Większość klientów smaźalni miała problem z odpowiedzią na tak zadane pytanie i aż 45,0% z nich



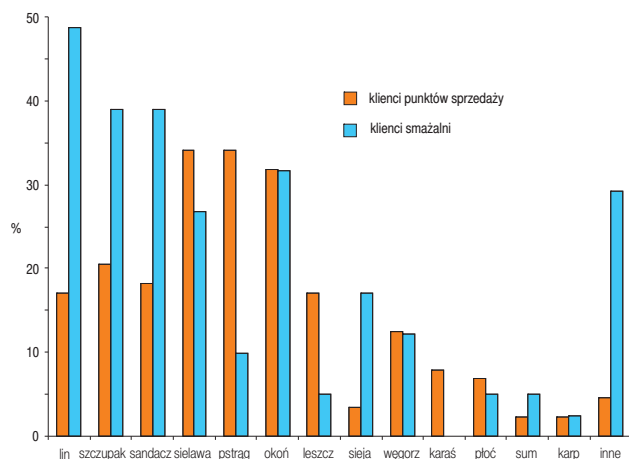
Rys. 5. Odpowiedzi ankietowanych na pytanie: „Jak często spożywa Pan/i ryby?”.

wybrało wariant „trudno powiedzieć”, jednakże 30,0% ankietowanych w tej grupie wskazało stan dobry (rys. 4). Ta, zdawałoby się dość zaskakująco pozytywna ocena zasobów ichtiofauny, nie jest już tak zaskakująca w świetle badań Czarkowskiego i in. (2014), którzy zwrócili uwagę na fakt, że np. właściciele gospodarstw agroturystycznych oraz doradcy wiejscy nie oceniają stanu zasobów ichtiofauny zbyt negatywnie. Dodatkowo respondentom zadano również pytanie dotyczące oceny stanu czystości lokalnych akwenów. Przy pytaniu: „Jak Pan/i ocenia stan czystości okolicznych jezior?” większość klientów punktów sprzedaży ryb świeżych w gospodarstwach rybackich (36,4%) oraz klientów smażalni (60,0%) wskazała stan dobry, na przeciętny stan wskazało 31,8% w pierwszej grupie i 20,0% w grupie drugiej, na zły stan jedynie odpowiednio 11,4% i 2,5%. Także i w tym przypadku ocena była podobna do tej, której dokonali ankietowani w badaniach Czarkowskiego i in. (2014), gdzie większość badanych oceniła stan czystości wód jako dobry. Niestety, jak wskazywali wyżej wymienieni, ta subiektywna ocena ankietowanych różni się znacznie od stanu faktycznego (WIOŚ 2013, Chróst 2012).

Następna grupa pytań dotyczyła częstotliwości spożywania ryb oraz preferencji kulinarnych respondentów, ze szczególnym uwzględnieniem ryb jeziorowych. Deklarowana częstotliwość spożywania ryb przez obie badane grupy była dość podobna, gdyż zarówno w grupie klientów punktów sprzedaży ryb świeżych, jak również smażalni, najwięcej osób zadeklarowało, iż spożywa ryby kilka razy w miesiącu – odpowiednio 43,2 i 52,4% (rys. 5). Najmniej udzielonych odpowiedzi w obu grupach dotyczyło skrajnych częstotliwości spożycia ryb, choć 7,1% klientów smażalni zadeklarowało ich codzienne spożywanie (rys. 5). W badaniach Tkaczewskiej i in. (2014), ankietowani pytani o częstotliwość spożywania ryb, odpowiadali podobnie, najczęściej: „jem ryby mniej więcej raz na tydzień”, a następnie: „kilka razy w miesiącu”. Natomiast studenci

badani przez Skibniewską i in. (2009) najczęściej wskazywali, że spożywają ryby „czasami” oraz „rzadko”, a ponad połowa młodzieży szkolnej badanej przez Bortnowską i in. (2011) pytana o częstotliwość spożywania wybranych potraw i/lub przekąsek rybnych, odpowiadała: „prawie wcale” lub „nigdy”. Na pytanie: „Ogólnie jakie ryby Pan/i preferuje?”, odpowiedzi były różne, w zależności od grupy respondentów. Wśród osób dokonujących bezpośredniego zakupu ryb świeżych w gospodarstwie, zdecydowana większość opowiedziała się za słodkowodnymi rybami jeziorowymi (72,1%), natomiast wśród klientów smażalni większość (65,9%) odpowiedziała, iż ogólnie preferuje ryby morskie. W obu badanych grupach najmniej preferowane były ryby słodkowodne pochodzące z akwakultury.

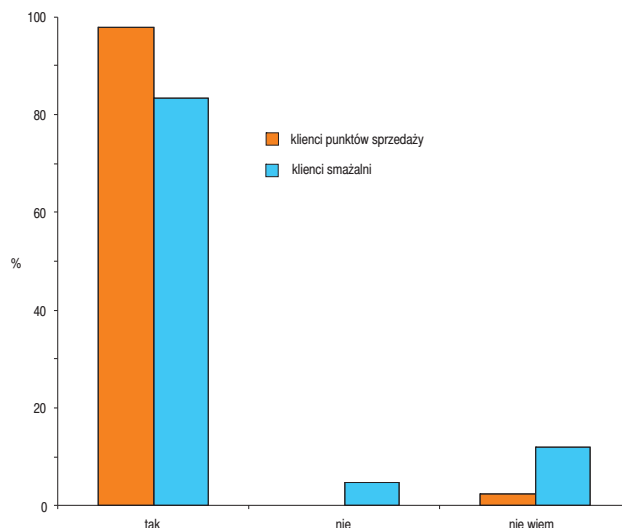
Klientom punktów sprzedaży ryb świeżych w gospodarstwach dodatkowo zadano pytanie „Jakie ryby słodkowodne pod względem kulinarnym Pan/i preferuje?”. Okazało się, że preferowane są gatunki ryb z rodziny okoniowatych: sandacz i okoń (odpowiednio 62,5% i 55,7% odpowiedzi), sielawa (47,7%) oraz szczupak (35,2%). Dość wysoko uplasował się również pstrąg tęczowy (32,9%) i lin (30,7%). Mniejszą popularność wśród ankietowanych miały węgorz (28,4%) oraz leszcz (22,7%), natomiast na końcu stawki pod względem preferencji konsumentów uplasowały się następujące gatunki (w kolejności): sieja i karp (po 13,6%), płoć i sum (po 11,4%), karaś (4,6%) oraz inne (1,1%). Okoniowate, szczupak, lin i sielawa, według właścicieli gospodarstw agroturystycznych, cieszą się największą popularnością wśród turystów odwiedzających obszary wiejskie Warmii i Mazur, natomiast pstrąga tęczowego, jako rybę atrakcyjną dla agroturystów (zaraz po szczupaku) wskazywali pracownicy doradztwa rolniczego (Czarkowski i in. 2014). Klientów smażalni zapytano o preferencje dotyczące sposobu przyrządzania ryb, zadając im pytanie: „Pod jaką postacią spożywa Pan/i ryby najchętniej?”. Aż 78,6% respondentów odpowiedziało, że najchętniej spożywają rybę smażoną, 54,8% wskazało ryby wędzone tradycyjnie, a 42,9% opowiedziało się za rybą pieczoną. Okazało się, że ankietowani najmniej chętnie spożywają ryby pod postacią zupy (21,4%), solone i wędzone w inny sposób niż tradycyjny (po 16,7%), marynowane (14,3%) i suszone (2,4%). Wydaje się, że ryba smażona jest wśród Polaków najpopularniejszą formą podania, świadczą o tym również wcześniejsze badania Skibniewskiej i in. (2009), Kreft i Zabrockiego (2010) oraz Bortnowskiej i in. (2011). Obie grupy respondentów odpowiadały też na bardziej bezpośrednio postawione pytanie: „Jakie ryby Pan/i dziś nabył/skonsumował (nabędzie/skonsumuje)?”. Wśród klientów punktów sprzedaży ryb świeżych dominowały trzy gatunki, mianowicie: sielawa, pstrąg tęczowy i okoń, pierwsze dwa uzyskały po 34,1% odpowiedzi, a okoń 31,8%, następne w kolejności były: szczupak (20,5%), sandacz (18,2%) oraz lin i leszcz (po 17,0%) (rys. 6). Nieco inaczej



Rys. 6. Odpowiedzi ankietowanych na pytanie „Jakie ryby Pana/i dziś nabył/skonsumował (nabędzie/skonsumuje)?”.

odpowiadali klienci smażalni, którzy w pierwszej kolejności zamawiali lina (48,8%), szczupaka i sandacza (po 39,0%) oraz okonia (31,7%), a także inne ryby (29,3%), w tym również morskie (rys. 6). Pewna, choć niewielka rozbieżność między preferencjami kulinarnymi a faktycznym nabyciem/spożyciem danego gatunku może wynikać np. z różnic podaży w okresie letnim, wynikającej z tzw. łowności danych gatunków. Drugim czynnikiem ograniczającym realizację preferencji kulinarnych w rzeczywistości może być również cena.

Ostatnia grupa pytań szczegółowo związana była z konsumpcją lokalnych ryb dziko żyjących, głównie jeziorowych, w kontekście atrakcyjności dla turystów, czy dostępności. Respondentom zadano pytanie: „Czy według Pana/i ryby łowione przez rybaków w lokalnych wodach stanowią produkt spożywczy atrakcyjny i poszukiwany przez turystów?”. Zdecydowana większość obu grup ankietowanych odpowiedziała twierdząco, w grupie klientów punktów sprzedaży świeżych ryb twierdząco odpowiedziało aż 97,7%, natomiast wśród klientów smażalni 83,3% ankietowanych (rys. 7). Podobnych odpowiedzi udzielali również respondenci wcześniejszych badań Czarkowskiego i in. (2014). Na pytanie dotyczące przynależności dziko żyjących, lokalnych ryb łowionych przez lokalnych rybaków do tzw. zdrowej, naturalnej żywności, zdecydowana większość ankietowanych obu grup również odpowiedziała twierdząco. W pierwszej grupie respondentów odpowiedzi „tak” udzieliło dokładnie 100% ankietowanych, w drugiej grupie takiej odpowiedzi udzieliło 90,5% respondentów. Według właścicieli gospodarstw agroturystycznych/obiektów turystyki wiejskiej oraz pracowników doradztwa rolniczego, to właśnie ryby powinny stanowić podstawę tzw. naturalnej, tradycyjnej, lokalnej żywności atrakcyjnej dla turystów (Czarkowski i in. 2014). Podobnie, we wcześniejszych badaniach Korzeniowskiej-Ginter (2009) ryby cieszyły się najwyższą preferencją responden-



Rys. 7. Odpowiedzi ankietowanych na pytanie: „Czy według Pana/i ryby łowione przez rybaków w lokalnych wodach stanowią produkt spożywczy atrakcyjny i poszukiwany przez turystów?”.

tów (spośród różnych produktów żywnościowych), w zakresie znajomości i częstotliwości spożywania żywności tradycyjnej i regionalnej. Jeśli zaś chodzi o pytanie dotyczące zwiększenia dostępności lokalnych ryb łowionych w naturalnych ekosystemach dla potencjalnych konsumentów, to zdecydowana większość obu badanych grup respondentów (odpowiednio 89,8% i 88,1%) chciałaby, aby ta dostępność była wyższa. Klientów smażalni spytano, czy zdecydowałiby się zapłacić nieco wyższą cenę za rybę pochodzącą z lokalnej wody, złowioną przez lokalnych rybaków, mając gwarancję i pewność (np. potwierdzoną certyfikatem), że nie jest to ryba z importu. Zdecydowana większość ankietowanych (83,3%) odpowiedziała twierdząco. Może być to pewnym sygnałem dla rybaków oraz organizacji rybackich, jeśli chodzi o kwestie identyfikowalności, znakowania i certyfikacji ryb śródlądowych i/lub całych gospodarstw rybackich (Zarząd PTRyb 2013).

## Wnioski

- Połowy rybackie na jeziorach północno-wschodniej Polski dostarczają dobrego, świeżego produktu, który jest chętnie nabywany zarówno przez turystów, jak również przez okolicznych mieszkańców.
- Sprzedaż oraz konsumpcja ryb bezpośrednio w gospodarstwie rybackim stanowi atrakcyjną ofertę dla konsumentów, szczególnie dla osób dojrzałych z wyższym wykształceniem.
- Wielu konsumentów przyznało się do uprawiania wędkarstwa, co może świadczyć o tym, iż konflikt pomiędzy rybołówstwem komercyjnym a rekreacyjnym nie jest tak duży, jak się dotychczas przypuszczało.

- Według respondentów ryby łowione przez rybaków należą do tzw. zdrowej, naturalnej żywności, stanowiąc produkt spożywczy atrakcyjny i poszukiwany przez turystów, lecz ich dostępność dla konsumenta powinna być wyższa.

## Literatura

- Arlinghaus R., Mehner T. 2003 – Socio-economic characterisation of specialised common carp (*Cyprinus carpio* L.) anglers in Germany, and implications for inland fisheries management and eutrophication control – *Fish. Res.* 61: 19-33.
- Arlinghaus R., Cooke S.J. 2009 – Recreational Fisheries: Socioeconomic Importance, Conservation Issues and Management Challenges – W: *Recreational Hunting, Conservation and Rural Livelihoods: Science and Practice* (Red.) B. Dickson, J. Hutton, W.M. Adams. Blackwell Publishing Ltd., Oxford: 39-58.
- Bortnowska G., Grotowska L., Goluch-Koniuszy Z. 2011 – Spożycie potraw i/lub przekąsek rybnych przez młodzież szkolną z Pojezierza Międzychodzko-Sierakowskiego – *Roczniki Państwowego Zakładu Higieny* 62(3): 325-333.
- Chróst R.J. 2012 – Mazurskie Morze. Ocena aktualnego stanu jakości ekologicznej wód oraz analiza zagrożeń eutrofizacyjnych systemu Jeziora Śniardwy – *Wyd. Lokalna Grupa Działania „Mazurskie Morze”, Orzysz*: 1-25.
- Czarkowski T.K., Kupren K. 2013 – Wędkarstwo kontra rybactwo – niepotrzebny konflikt – *Przeg. Ryb.* 129: 17-23.
- Czarkowski T.K., Kupren K., Kogut B., Śnieg M. 2012 – Turystyka wędkarsko-rybacka jako znaczący element turystyki wiejskiej i agroturystyki – W: *Zrównoważone korzystanie z zasobów rybackich na tle ich stanu w 2011 roku* (Red.) Mickiewicz M. Wyd. IRS, Olsztyn: 171-179.
- Czarkowski T. K., Kupren K., Kwasiborska D., Jaczewski J. 2014 – Woda i ryby jako znaczące elementy turystyki wiejskiej w województwie warmińsko-mazurskim – *Komun. Ryb.* 4: 1-8.
- Heermann L., Emmrich M., Heynen M., Dorow M., König U., Borcherding J., Arlinghaus R. 2013 – Explaining recreational angling catch rates of Eurasian perch, *Perca fluviatilis*: the role of natural and fishing-related environmental factors – *Fish. Manage. Ecol.* 20: 187-200.
- Hryszko K. 2009 – Sektor rybny w Polsce tendencje rozwojowe – *Przemysł Spożywczy* 9: 14-17.
- Hryszko K. 2013 – Co się zdarzyło na polskim rynku rybnym w 2012 roku? – *Przeg. Ryb.* 127: 9-11.
- Korzeniowska-Ginter R. 2009 – Polska żywność tradycyjna i regionalna w świadomości młodych konsumentów – *Inż. Ap. Chem.* 48(2): 70-71.
- Kreft A., Zabrocki R. 2010 – Postawy i zachowania konsumentów Trójmiasta na rynku karpia – *Zeszyty Naukowe Akademii Morskiej w Gdyni* 65: 51-60.
- McConnell K.E., Strand I.E., Blake-Hedges L. 1995 – Random utility models of recreational fishing: catching fish using a Poisson process – *Marine Resource Economics* 10: 247-261.
- Pieńkowska R., Hryszko K. 2014 – Popyt na ryby i owoce morza. Spożycie ryb i owoców morza – *Rynek Ryb* 21: 28-32.
- Sałata B. 2011 – Sprzedaż bezpośrednia z gospodarstw rolnych – *Wyd. CDR, Radom*, s. 1-39.
- Skibniewska K., Radzyńska M., Jaworska M., Babicz-Zielińska E. 2009 – Badania zwyczajów żywieniowych studentów polskich i belgijskich – *Żywność. Nauka. Technologia. Jakość* 4(65): 250-258.
- SRRR 2011 – Raport Analityczny: Preferencje konsumentów w zakresie nabywania ryb i produktów rybnych – Wydawnictwo MPR Sp. z o.o. Wydział Analiz Rynkowych, raport wykonany na zlecenie Stowarzyszenia Rozwoju Rynku Rybnego: 1-25.
- Tkaczewska J., Migdał W., Kulawik P. 2014 – Preferencje konsumentów w zakresie spożycia ryb – *Komun. Ryb.* 1: 10-14.
- WIOŚ 2013 – Raport o stanie środowiska województwa warmińsko-mazurskiego w 2012 roku – *BMŚ, Olsztyn*: 1-130.
- Wotos A. 2006 – Znaczenie wędkarstwa w gospodarstwach agroturystycznych. W: *Rybactwo Wędkarstwo Ekorozwój* (Red.) A. Wotos. Wyd. IRS, Olsztyn: 83-94.
- Zarząd PTRyb 2013 – Nasi Rybacy – cudze chwalimy swego nie wspieramy – *Przeg. Ryb.* 129: 14-16.

Przyjęto po recenzji 21.01.2015 r.

## DESCRIPTION, PREFERENCES, AND OPINIONS OF CONSUMERS WHO BUY FISH DIRECTLY FROM FISHERIES ENTERPRISES

Tomasz Kajetan Czarkowski, Robert Stabiński

ABSTRACT. Consumers who make purchases at sales outlets or fish fry restaurants belonging to fisheries enterprises located in the northeast of Poland were described. The preferences of consumers regarding local lake fishes were also studied. Customers at fresh fish sales outlets most frequently purchased vendace, rainbow trout, perch, and pike, while fish fry restaurant customers bought tench, pike, pikeperch, and perch most commonly. Respondents evaluated the range of locally available fish species as either average or good. A decided majority of respondents agreed that fish caught by fishers in local waters is an attractive natural food product that is in demand by tourists.

Key words: consumers, fish consumption, natural and traditional food