

Irena Ozimek

Katedra Ekonomiki Konsumpcji i Gospodarstwa Domowego SGGW

Czynniki decydujące o wyborze żywności w polskich gospodarstwach domowych w okresie przekształceń rynkowych

Wstęp

Przekształcenia gospodarcze oraz wybór rynkowej drogi rozwoju spowodowały zmiany w funkcjonowaniu polskich gospodarstw domowych. Zwłaszcza rynek producenta żywności szybko przekształcił się w rynek konsumenta. Przejście od systemu gospodarki centralnie planowanej do rynkowej wywarło znaczny wpływ zarówno na podaż, jak i spożycie żywności. Nastąpiły m.in. uwolnienie cen produktów rolnych, zniesienie dotacji, likwidacja reglamentacji artykułów żywnościowych. Najbardziej widocznym przejawem tych zmian był gwałtowny wzrost cen artykułów rolno-spożywczych. Po zniesieniu dotacji do żywności, a także przy spadku dochodów realnych ujawniła się bariera popytu na żywność. Powstała więc nowa sytuacja dla konsumenta, wytworzyły się bowiem nadwyżki niektórych artykułów żywnościowych. Ponadto dotychczasowe przekształcenia rynku żywnościowego doprowadziły do zmiany oferty rynkowej przetwórstwa, polegającej głównie na rozszerzeniu asortymentu oraz poprawie jakości żywności, pojawieniu się na rynku nowych wyrobów, a także na poprawie funkcjonalności, estetyki i atrakcyjności opakowań.

Cel i zakres pracy

Podstawowym celem pracy było określenie uwarunkowań wyboru żywności przez konsumentów w okresie przekształceń rynkowych. Zakres pracy obejmował m.in.: określenie motywacji dokonywanego wyboru podczas zakupu żywności, określenie dostępności informacji o produkcie spożywczym oraz ocenę udziału informacji zawartej na etykiecie w podejmowaniu decyzji o zakupie.

Materiał i metodyka

Podjęty problem badawczy został opracowany na bazie materiału empirycznego zgromadzonego dzięki wykorzystaniu metody badań ankietowych. Badanie przeprowadzono w roku 1994, na 1000-osobowej próbie ogólnopolskiej, obejmującej swoim zasięgiem zarówno środowisko miejskie, jak i wiejskie. W badaniu zastosowano łączone metody doboru próby: metodę doboru jednostek typowych (polegającą na wyborze typowych reprezentantów danej zbiorowości, którymi były osoby dokonujące zakupów spożywczych) oraz metodę doboru kwotowego. Jako cechę wyróżniającą zbiorowość wzięto pod uwagę liczbę mieszkańców zamieszkującą poszczególne rodzaje miejscowości według danych GUS, stąd też respondenci zamieszkujący miasta poniżej 100 tys. mieszkańców stanowili ponad 31,5% badanej populacji, osoby zamieszkujące miasta od 100 tys. do 200 tys. mieszkańców – 7,4%, respondenci z miast powyżej 200 tys. mieszkańców – 22,8% oraz osoby zamieszkujące wieś – 38,3% badanej populacji. Badania przeprowadzono w 15 województwach, reprezentujących poszczególne makroregiony naszego kraju. Wśród 1000 respondentów zdecydowaną większość stanowiły kobiety (84,8%), jako osoby z reguły częściej dokonujące zakupów produktów spożywczych. Wśród grup wiekowych najliczniej reprezentowana była grupa respondentów będących w wieku 31–40 lat (31,3%). W badanej populacji największą grupę stanowiły osoby posiadające wykształcenie średnie (51,0%).

Czynniki kształtujące wybór żywności w świetle badań własnych

Gospodarka rynkowa stworzyła duże możliwości wyboru produktów spożywczych, stąd też preferencje konsumenckie mogą odgrywać znaczącą rolę w doborze towarów. Wśród sensorycznych atrybutów żywności, mających wpływ na preferencje, walory smakowe w opinii 91% respondentów są najważniejszym czynnikiem determinującym wybór żywności, co znalazło swoje potwierdzenie w najwyższej średniej ocenie spośród wszystkich ocenianych czynników (tabela 1).

W opinii 79,4% badanych istotny jest również czynnik zdrowotny – wyrażony średnią oceną 4,21 (tabela 1). Uzyskane wyniki wskazują, iż częściej wyrażają tę opinię kobiety. Również większą rangę temu czynnikowi przypisują osoby posiadające wykształcenie średnie i wyższe. Zaobserwowano również pewne zróżnicowanie w przypadku miejsca zamieszkania respondentów. W środowisku wiejskim względy zdrowotne zostały uznane za czynnik najmniej ważny.

Należy podkreślić, że w obecnej sytuacji gospodarczej kraju czynniki ekonomiczne w bardzo dużym stopniu determinują decyzję wyboru. Przyczynia się do tego również fakt, iż wydatki na żywność stanowią znaczną część łącznych wydatków

Tabela 1.

Ocena uwarunkowań wyboru żywności w gospodarstwie domowym*

Czynniki warunkujące wybór żywności	Wartość średnia (średnia arytmetyczna ważona)	Udział odpowiedzi 4 i 5 z 5-stopniowej skali (%)	Moda	Błąd standardowy	Odchyl. standardowy	Mediana
Walory smakowe	4,49	91,03	5	0,024	0,744	5
Względy zdrowotne	4,21	79,38	5	0,029	0,910	4
Cena	4,14	74,50	5	0,032	0,696	5
Łatwość w przygotowaniu do spożycia	4,01	72,80	5	0,033	1,023	4
Dochód rodziny	3,95	67,57	5	0,035	1,088	4
Łatwość przechowywania	3,93	70,69	5	0,034	1,060	4
Produkt krajowy	3,65	60,79	5	0,040	1,268	4
Miejsce sprzedaży	3,62	60,10	4	0,040	1,242	4
Większa wiedza o prawidłowym odżywianiu	3,55	55,86	4	0,037	1,166	4
Ograniczanie skażeń środowiskowych poprzez spożycie żywności wysokiej jakości	3,54	53,62	5	0,042	1,291	4
Przyzwyczajenie	3,53	57,66	4	0,038	1,198	4
Rodzaj opakowania	3,06	36,21	3	0,039	1,223	3
Szkodliwość opakowania dla środowiska	2,90	36,08	3	0,044	1,374	3
Konieczność stosowania różnych diet zalecanych przez lekarza	2,89	37,95	1	0,048	1,503	3
Reklama	2,18	14,67	1	0,037	1,152	2
Aktualnie lansowane mody żywieniowe	2,01	11,73	1	0,037	1,144	2
Zdobycie (zachowanie) pozycji prestiżowej w danym środowisku	1,67	8,57	1	0,035	1,084	1

*Ocena dokonana za pomocą 5-stopniowej skali Likerta, 1= czynnik najmniej istotny, 5 = czynnik najbardziej istotny

domowych. W wyniku analizy materiału empirycznego stwierdzono, iż ważnym czynnikiem warunkującym zakup produktów żywnościowych jest cena (tab. 2). Wraz ze wzrostem poziomu wykształcenia oraz dochodu przypadającego na 1 osobę w gospodarstwie domowym maleje znaczenie tego czynnika. Cena jest czynnikiem najbardziej istotnym dla respondentów zamieszkujących środowisko wiejskie, najmniej zaś dla osób zamieszkujących miasto powyżej 200 tys. mieszkańców.

Tabela 2.

Zależność między czynnikami warunkującymi wybór żywności a wybranymi cechami demograficzno-ekonomicznymi badanej populacji*

Czynniki warunkujące wybór żywności	Wiek	Wykształcenie	Dochód netto na 1 osobę
	współczynnik korelacji r		
Walory smakowe	–	0,0665	0,0699
Względy zdrowotne	–	0,1019	–
Cena	0,0712	–0,2492	–0,2210
Łatwość w dalszym przygotowywaniu do spożycia	–0,0853	–	–
Dochód rodziny	0,1204	–0,2131	–0,2643
Łatwość przechowywania	–	–	–
Produkt krajowy	0,1596	–	–
Miejsce sprzedaży	–	–0,1196	–
Większa wiedza o prawidłowym odżywianiu się	–	0,1201	0,0762
Ograniczanie skażeń środowiskowych poprzez spożycie żywności wysokiej jakości	–	0,0916	–
Przyzwyczajenie	–	–0,1421	–
Rodzaj opakowania	–0,1144	–0,0768	–
Szkodliwość opakowania dla środowiska	–	–	–
Konieczność stosowania różnych diet zalecanych przez lekarza	0,1488	–0,0680	–
Reklama	–0,1186	–0,1367	–
Aktualnie lansowane mody żywieniowe	–0,0806	–0,0668	–
Zdobycie (zachowanie) pozycji prestiżowej w danym środowisku	0,0709	–0,1161	–0,1016

* $p < 0,05$

Źródło: Badania własne.

Ponadto również ważnym czynnikiem w opinii respondentów jest inny czynnik ekonomiczny, a mianowicie dochody rodziny (tab. 1). Jego znaczenie wzrasta wraz z wiekiem badanej populacji, natomiast maleje wraz ze wzrostem poziomu wykształcenia badanej populacji oraz wzrostem dochodu w gospodarstwie domowym. Wyniki badań wskazują również, iż miejsce zamieszkania ma wpływ na ocenę wpływu tego czynnika, w największym stopniu zwracają na niego uwagę mieszkańcy środowisk wiejskich, w najmniejszym mieszkańcy miast powyżej 200 tys. mieszkańców.

Pomimo tego, że popularny jest obecnie pogląd, że konsumenci w Polsce znajdują się pod silnym wpływem działań marketingowych, w tym szczególnie reklamy, na uwagę zasługuje niska w opinii badanych ocena reklamy, jako czynnika wywierającego wpływ na podejmowanie decyzji o zakupie produktów spożywczych.

Rola informacji w podejmowaniu decyzji o wyborze żywności

Z przeprowadzonej analizy materiału empirycznego wynika, że w opinii respondentów informacja rynkowa o produktach spożywczych nie jest w pełni wystarczająca. Odnotowano zależność, że wraz ze wzrostem poziomu wykształcenia respondentów wzrasta odczucie, iż brakuje informacji o produkcie właśnie na jego opakowaniu (etykiecie). Należy podkreślić, iż równie znaczny procent badanych jest wyrazicielem opinii, że informacji o produkcie brakuje także w miejscu jego sprzedaży.

Według opinii respondentów, najistotniejszą informacją, która powinna znajdować się na opakowaniu produktu spożywczego, jest termin przydatności do spożycia, następnie cena i skład produktu. Wysoka ocena istotności informacji dotyczącej terminu przydatności do spożycia znalazła swoje potwierdzenie również we wpływie tego rodzaju informacji na warunkowanie zakupów żywnościowych (tab. 3). Znaczenie tej informacji w warunkowaniu zakupów produktów żywnościowych wzrasta wraz ze wzrostem dochodu oraz poziomu wykształcenia respondentów.

Respondenci, dokonując zakupu produktów spożywczych w znacznym stopniu zwracają również uwagę na jego wartość odżywczą (tab. 3). Ma ona większe znaczenie dla kobiet oraz dla osób o najwyższych dochodach. Ponadto stwierdzono, że im starsze są badane osoby, tym mniejszą wagę zaczynają przywiązywać do tego czynnika. Również zaobserwowano, iż wraz ze wzrostem poziomu wykształcenia badanej populacji rośnie znaczenie tego czynnika w warunkowaniu zakupów żywnościowych.

Tabela 3.

Udział informacji zawartej na etykiecie w warunkowaniu zakupów żywnościowych*

Rodzaj informacji	Wartość średnia	Udział odpowiedzi 4 i 5 z 5-stopniowej skali (%)	Moda	Błąd standardowy	Odchyl. standardowy	Mediana
Termin przydatności do spożycia	4,73	93,59	5	0,022	0,696	5
Cena	4,14	74,50	5	0,032	1,011	4
Wartość odżywcza	3,81	64,79	5	0,038	1,193	4
Obecność substancji dodatkowych	3,67	61,96	5	0,042	1,328	4
Skład produktu	3,56	56,72	4	0,037	1,175	4
Nazwa i adres producenta	3,26	45,96	3	0,042	1,324	3
Wartość energetyczna	3,13	43,06	3	0,042	1,321	3

*Ocena dokonana za pomocą 5-stopniowej skali Likerta, 1= najmniej istotny rodzaj informacji, 5 = najbardziej istotny rodzaj informacji.

Źródło: Badania własne.

Tabela 4.

Relacje między opinią o istotności informacji zawartej na etykiecie oraz jej stosowaniem podczas zakupów produktów spożywczych*

Rodzaj informacji	Współczynnik korelacji
Wartość energetyczna	0,549
Wartość odżywcza	0,444
Nazwa i adres producenta	0,406
Skład produktu	0,396
Cena	0,393
Termin przydatności do spożycia/data minimalnej trwałości	0,370

* $p < 0,05$

Zródło: Badania własne

Porównanie opinii respondentów dotyczących istotności różnych rodzajów informacji zamieszczonej na opakowaniu oraz stopnia ich wykorzystania podczas podejmowania decyzji o zakupie produktów spożywczych, wyrażone poprzez współczynnik korelacji r (Spearman correlation coefficient), wskazuje na istnienie istotnej zależności w przypadku informacji o wartości energetycznej ($r = 0,549$) (tab. 4). Nieco mniej istotna zależność wyrażona współczynnikiem korelacji r opisuje relacje między opiniami i zastosowaniem pozostałych informacji, tj. m.in. wartości odżywczej, składu produktu.

Wnioski

Na podstawie zgromadzonego materiału empirycznego wysnuto następujące wnioski:

- Wybór żywności w dużej mierze jest determinowany czynnikami ekonomicznymi (ceną i dochodami), co znajduje także swoje potwierdzenie w dużym udziale w budżetach gospodarstw domowych wydatków na żywność. Jednakże należy podkreślić, iż obok czynników ekonomicznych na pierwsze miejsce w hierarchii czynników wysuwają się względy zdrowotne.
- Prawo konsumenta do rzetelnej informacji o oferowanym mu produkcie m.in. poprzez odpowiednie znakowanie żywności, nadal w opinii respondentów nie jest w pełni realizowane. Największe braki w informacji rynkowej o produkcie spożywczym odnotowano w opinii respondentów na opakowaniu produktu.
- Najistotniejszą informacją, która powinna znajdować się na opakowaniu produktu spożywczego, jest w opinii konsumentów termin przydatności do spożycia, następnie cena i skład produktu.
- Niekorzystnym zjawiskiem jest fakt spostrzegania przez respondentów w hierarchii czynników warunkujących wybór żywności wiedzy żywieniowej jako niezbyt istotnego czynnika.

Reasumując należy podkreślić, iż ważne jest, żeby następował wzrost świadomości żywieniowej społeczeństwa realizowany poprzez uruchomienie programu

edukacji żywieniowej. W celu więc m.in. efektywniejszego wykorzystania przez konsumentów informacji zawartych na opakowaniach produktów spożywczych, właściwego wyboru żywności oraz odpowiedniej racjonalizacji żywienia w obrębie gospodarstwa domowego należy kontynuować intensywną edukację społeczeństwa w tym zakresie oraz zapewniać realizację jednego z podstawowych praw przysługujących konsumentowi – prawa do rzetelnej informacji i edukacji. Przy czym należy pamiętać, iż odpowiednio prowadzona polityka konsumencka powinna spełniać wobec konsumentów funkcję edukacyjną w zakresie zdobywania i przetwarzania informacji w taki sposób, żeby konsument mógł dokonać świadomego wyboru nie tylko opierając się na własnych potrzebach i preferencjach, ale także na podstawie aktualnej wiedzy żywieniowej, w celu zmniejszania społecznych kosztów transformacji rynkowej oraz poprawy zdrowotnej społeczności.

Determinants of food choice in Polish households during the market transformation period

Abstract

The basic aim of the research was to define the factors determining consumer food choice during the market transformation process. The research was carried out based on empirical information collected with the use of questionnaire surveys. The research was conducted in 1994 among a one thousand, national sample embracing both the urban and rural environment. Although food choice is in great extent determined by economical factors, according to respondents opinion, health aspects play also a significant role in the hierarchy of factors. It was noted that the consumers right to reliable information on the offered product (for example through proper food labelling) is not fully realized. The biggest shortage in market information about the product turned up to be in the product packaging. A suitable consumer policy should be carried out in order to educate the consumers not only how to knowingly choose food products according with their own needs and preferences, but also in consistence with current nutritional knowledge. The aim of such policy is to lower the social costs of market transformation and improve the health status of the society.