

Wioletta Wróblewska, Joanna Pawlak, Dariusz Paszko  
Uniwersytet Przyrodniczy w Lublinie

## Preferencje studentów i emerytów dotyczące owoców i warzyw nabywanych w formie żywności wygodnej w Lublinie

### Streszczenie

Celem badań była analiza porównawcza preferencji studentów uczelni wyższych oraz emerytów i rencistów w Lublinie, dotyczących produktów owocowych i warzywnych z grupy żywności wygodnej. Badania empiryczne z wykorzystaniem standaryzowanego kwestionariusza ankiety przeprowadzono wśród 200 studentów oraz 200 emerytów i rencistów. Określono m.in. poziom znajomości przez respondentów pojęcia żywności wygodnej, oceniono poglądy i postawy wobec tej formy żywności, powody zakupu i częstotliwość spożywania oraz istotność czynników wpływających na ich zakup. W analizowanych grupach zaobserwowano wiele cech wspólnych dotyczących preferencji nabywczych, ale także specyficzne różnice. Większość studentów i emerytów deklaruje nieznaną terminu „żywność wygodna”. Poziom nieznaności definicji nie koreluje jednak z praktyką nabywczą konsumentów, tj. większość z nich dokonuje zakupu produktów owocowo-warzywnych z grupy żywności wygodnej, bez świadomości terminologicznej tego typu żywności. Obie grupy badanych nabywają produkty wygodne średnio kilka razy w miesiącu, a główne powody zakupu to szybkość przyrządzenia, brak czasu i wygoda w przygotowaniu. Najczęściej zwracano uwagę na świeżość, smak i okres przydatności.

**Słowa kluczowe:** preferencje, owoce, warzywa, żywność wygodna.

**Kody JEL:** M31, Q13

### Wstęp

Ważną sferą funkcjonowania każdej gospodarki jest konsumpcja. W dobie globalizacji, w wielu krajach obserwować można przenikanie się różnych dziedzin życia gospodarczego, w tym trendów konsumpcyjnych. Jednym z nich jest wzrost konsumpcji żywności wygodnej (Adamczyk 2010; Mojka 2012). W Polsce tendencja ta obserwowana jest szczególnie w ostatnich dwóch dekadach. Wzrost popytu na żywność wygodną jest wynikiem m.in. przemian społeczno-kulturowych. Znaczną rolę odgrywają m.in. zmiany modelu organizacji życia, wzrost liczby małych gospodarstw domowych i osób w podeszłym wieku, wzrost możliwości społeczeństw i związany z tym wzrost konsumpcji żywności przetworzonej i zakupu sprzętu, który umożliwia przygotowanie tychże posiłków (Janicki 2006; Adamczyk 2010). W definicjach żywności wygodnej, wymienianych w literaturze przedmiotu, we wszystkich występuje wspólny element, dotyczący skrócenia czasu przygotowania posiłku. Jak podaje Janicki (1993), żywność wygodna wymaga niewielkiego nakładu pracy i krótkiego czasu przygotowania do konsumpcji. Jest to żywność dyspozycyjna, odpowiednio zapa-

kowana, utrwalona, stanowiąca gotowy posiłek lub jeden z jego składników (Janicki 2006). Gawęcki (2002) podaje, że żywność wygodną stanowią produkty gotowe do bezpośredniego spożycia lub wymagające niewielkiej obróbki kulinarnej, porcjowane i pakowane, dogodne dla konsumenta, wyroby o dużym stopniu przetworzenia, a także mało przetworzone artykuły do szybkiego spożycia. Ten rodzaj żywności jest składnikiem posiłków, przede wszystkim obiadowego, lub gotowym posiłkiem w stanie utrwalonym, który dzięki wskazówkom na opakowaniu, pozwala na szybkie przygotowanie do spożycia, z osiągnięciem odpowiedniej jakości (Kołóżyn-Krajewska, Sikora 2004).

Czynnikiem decydującym o sukcesie rynkowym żywności wygodnej jest tzw. *point of sale*, tj. określenie, jak i gdzie znaleźć docelowe grupy konsumentów. Wygodne spożywanie jest charakterystyczne głównie dla ludzi młodych, prowadzących niewielkie gospodarstwa (Babicz-Zielińska 2010), ale również ludzie starsi, samotni, nieposiadający umiejętności kulinarnych sięgają po tego typu produkty (Gutkowska, Ozimek 2005; Szymańska 2012; Verlegh i in. 1999). Jak wykazały badania Malczyk i in. (2013) oraz Myszkowskiej i in. (2011), nieregularny tryb życia młodzieży akademickiej, brak czasu, często występujące problemy finansowe i organizacyjne związane z przygotowaniem posiłków sprawiają, że żywność wygodna jest bardzo często wykorzystywana przez studentów. Harris i Shiptsova (2007) wskazali, że małe gospodarstwa domowe przeznaczają więcej wydatków na żywność wygodną. Przypuszczać można, że m.in. nasilające się w Polsce tendencje demograficzne, w tym wzrost liczby osób starszych, samotnych, prowadzących małe gospodarstwa domowe może determinować wzrost zapotrzebowania na żywność wygodną, co wykazał również w badaniach Byrne (1998). Preferowanie dań gotowych wśród polskich konsumentów oraz częstotliwość ich zakupu zależy od wielu czynników. W badaniach Jeżewskiej-Zychowicz i Babicz-Zielińskiej (2009) większość respondentów wykazywała pozytywne postawy wobec żywności wygodnej. Wyniki badań Krełowskiej-Kułas (2005) wskazują, że ważnymi czynnikami wyboru produktów z grupy żywności wygodnej były łatwość przygotowania, wygoda i oszczędność czasu – w przypadku ludzi młodych oraz według Kozłowskiej i in. (2006) – wygoda w przygotowywaniu, zwłaszcza w przypadku osób samotnych, często spożywających posiłki bez udziału innych osób. Współczesny konsument żywności wygodnej zwraca uwagę przede wszystkim na czynnik czasu, czyli krótki czas przygotowania, ale również dobrą jakość posiłków oraz efektywność odżywiania, w myśl zasady „szybko, ale zdrowo” (Makala 2013). W badaniach Kabacińskiej i Nazarewicz (2005) dotyczących rodzajów preferowanej żywności wygodnej wśród młodych konsumentów wykazano, że najczęściej nabywane były gotowe potrawy skomponowane z warzyw, najrzadziej – potrawy z mięsa. Na rynku żywności szczególną pozycję, ze względu na swoje walory odżywcze stanowią produkty mrożone (Kozirok i in. 2011), których znaczną część tworzą produkty owocowo-warzywne.

Celem przeprowadzonych badań była analiza porównawcza preferencji dotyczących produktów owocowych i warzywnych z grupy żywności wygodnej wśród studentów lubelskich uczelni oraz emerytów i rencistów, z uwzględnieniem znajomości tego typu produktów, oceną poglądów i postaw w stosunku do tej formy żywności, powodów, miejsca zakupu oraz deklarowanej częstotliwości zakupu.

## Źródła danych i metodyka badań

Dane do analiz pochodziły z badań empirycznych przeprowadzonych w Lublinie od września do grudnia 2015 roku, z wykorzystaniem autorskiego kwestionariusza zawierającego 10 pytań typu zamkniętego. Badania przeprowadzono wśród studentów lubelskich uczelni, będących w przedziale wiekowym 20-29 lat oraz emerytów i rencistów w wieku powyżej 60 lat. W artykule, dla uniknięcia powtarzania sformułowań, w przypadku studentów lubelskich uczelni oraz emerytów i rencistów stosuje się odpowiednio określenie „studenci” oraz „emeryci”. W przypadku respondentów studentów, zastosowano metodę celowego doboru próby, uwzględniając fakt, iż osoby te w okresie nauki na uczelniach wyższych zamieszkują poza swoim domem rodzinnym, prowadząc tym samym specyficzne samodzielne gospodarstwo domowe. Badania przeprowadzono metodą PAPI wśród studentów uczących się w systemie dziennym, na trzech uczelniach wyższych, tj. Uniwersytecie Przyrodniczym (Wydział Ogrodnictwa i Architektury Krajobrazu oraz Agrobioinżynierii), Uniwersytecie Marii Curie-Skłodowskiej (Wydział Ekonomiczny oraz Humanistyczny), Politechnice Lubelskiej (Wydział Zarządzania). Natomiast w przypadku respondentów emerytów - utrudniony dostęp do operatu zdeterminował próbkowanie metodą kuli śnieżnej (*snowball sampling*), które rozpoczęto w jednym z lubelskich, osiedlowych Klubów Seniora. Rekrutowanie respondentów-emerytów odbywało się przez innych badanych (emerytów), którzy po uprzednim instruktażu (dotyczącym sposobu przeprowadzania badań ankietowych), badania te wykonywali. Zebrany materiał badawczy, po uprzedniej redukcji, skutkowało utworzeniem bazy danych, składających się z 400 przypadków, tj. po 200 badanych, zarówno studentów, jak i emerytów, których charakterystykę metryczkową przedstawiono w tabeli 1.

W kwestionariuszu ankiety w pierwszej kolejności zawarto pytania sondujące znajomość pojęcia „żywność wygodna”. Po tym wstępnym rozpoznaniu podano respondentom definicję „żywności wygodnej”, tak aby wszyscy respondenci mogli odpowiadać na kolejne pytania, mając na uwadze to samo rozumienie pojęcia. Kolejne pytania w kwestionariuszu dotyczyły m.in. preferencji i postaw konsumentów w stosunku do tego typu żywności, częstotliwości i rodzaju jej spożycia, czynników istotnych przy zakupie tego typu żywności oraz znaczenia informacji na opakowaniu żywności wygodnej. Odpowiedzi do przedstawionych respondentom pytań w kwestionariuszu przyjmowały formę kafeterii, którą była 5-stopniowa skala Likerta. Interpretacja uzyskanych średnich odpowiedzi, w odniesieniu do 5-stopniowej skali, przebiegała w następujący sposób: 1-1,5 – czynnik nieważny, >1,5 -2,5 – czynnik mało ważny, >2,5-3,5 – średnio ważny, >3,5-4,5 – ważny i >4,5-5 – czynnik bardzo ważny. W pytaniu dotyczącym powodów zakupu produktów wygodnych respondenci dokonywali hierarchizacji wskazanych odpowiedzi w ramach podanej skali ocen od 1 do 7. W analizie powyższych zagadnień zastosowano statystyki opisowe, obliczono sumę ocen dla poszczególnych zagadnień oraz ich strukturę, wartość średnią sumy ocen ( $\bar{X}$ ) i odchylenie standardowe (SD). Otrzymanym średnim wartościom liczbowym przyporządkowano rangi, tworząc szeregi determinant wyboru żywności wygodnej w badanych grupach respondentów. Dla oceny stopnia zależności między szeregami determinant wyboru w obu

grupach badanych zastosowano analizę korelacji rang Spearmana. W przypadku występowania obserwacji o równej wartości rangowanej zmiennej, obserwacjom tym przypisano identyczną rangę, równą średniej z ich numerów kolejnych, co powoduje, że przyjmują one wartości niecałkowite. Do interpretacji wyników przyjęto następujące poziomy korelacji: <0,2 – brak związku liniowego; 0,2-0,4 – słaba zależność; 0,4-0,7 – umiarkowana zależność; 0,7-0,9 – dość silna zależność; > 0,9 – bardzo silna zależność. Poziom istotności statystycznej  $\alpha$  przyjęto dla  $p = 0,05$ .

**Tabela 1**  
**Charakterystyka badanej populacji**

Wyszczególnienie	Studenci		Emeryci	
	Ogółem	Struktura w %	Ogółem	Struktura w %
Ogółem	200	100	200	100
Płeć:				
- Kobieta	123	61,5	152	76,0
- Mężczyzna	77	38,5	48	24,0
Wiek:				
- 20-29 lat	200	100	-	-
- >60 lat	-	-	200	100
Wykształcenie:				
- podstawowe i zasadnicze	-	-	32	16,0
- średnie	158	79,0	143	71,5
- wyższe	42	21,0	25	12,5
Status społeczny/zawodowy:				
- bezrobotny	-	-	-	-
- uczeń/ student	200	100	-	-
- pracujący zawodowo	38	19,0	15	7,5
- emeryt/rencista	-	-	200	100
Dochód do dyspozycji na 1 osobę <sup>a</sup> :				
- do 500 PLN	31	15,5	47	23,5
- 501-1000 PLN	92	46,0	94	47,0
- 1001-2000 PLN	54	27,0	41	20,5
- >2000 PLN	23	11,5	18	9,0

<sup>a</sup> Dochód przeznaczony na wydatki na towary i usługi konsumpcyjne łącznie z przyrostem oszczędności i pomniejszony o pozostałe wydatki, tj. dary, niektóre podatki, jak podatek od spadków i darowizn, od nieruchomości, opłaty za wieczne użytkowanie gruntu, zaliczki na podatek dochodowy płacone przez podatnika.  
Źródło: opracowanie własne na podstawie badań.

Zmienne demograficzne i społeczno-ekonomiczne dotyczące respondentów dostarczają informacji o stanie i strukturze zapotrzebowania w poszczególnych grupach, co jest sposobem na dokonywanie segmentacji rynku. W artykule skupiono się na zmiennej, jaką jest status społeczno-zawodowy badanych. Przeprowadzone analizy są częścią szerszych badań prowadzonych z uwzględnieniem innych czynników społeczno-ekonomicznych i demograficznych w większych aglomeracjach w Polsce.

## Wyniki badań

Rynek żywności wygodnej w Polsce, w tym produktów owocowo-warzywnych, nadal znajduje się w fazie rozwoju, o czym może świadczyć poziom deklarowanej nieznamomości pojęcia „żywność wygodna”. Wyniki przeprowadzonych badań wskazują, że większość badanych studentów uczelni lubelskich (53,0%) i emerytów (66,5%) nigdy nie spotkała się z terminem „żywność wygodna”. Pojęcie to zna jedynie 4,5% studentów, ale relatywnie więcej, bo 16,5% emerytów. Wyniki te świadczą jednak bardziej o braku teoretycznej wiedzy dotyczącej samej definicji żywności wygodnej, bowiem po przedstawieniu respondentom kafeterii odpowiedzi, w sumie 94,0% studentów oraz 83,5% emerytów dobrze zgaduje, co właściwie kryje się pod pojęciem żywności wygodnej, podając, że jest to żywność trwała i szybka w przygotowaniu. Jednak znaczny odsetek badanych, tj. 42,5% studentów i 33,0% emerytów za żywność wygodną uważa żywność funkcjonalną, która korzystnie wpływa na funkcje organizmu, ponad sam efekt odżywczy. Aż co piąty student, ale tylko 8,5% emerytów pod pojęciem żywności wygodnej rozumie żywność genetycznie modyfikowaną, choć 62,5% studentów oraz 67,0% emerytów nie utożsamia ze sobą tych dwóch grup produktów żywnościowych. Zbliżony odsetek, tj. około 50,0% odpowiednio studentów i emerytów, żywność wygodną utożsamia z produktami liofilizowanymi, odpowiednio 18,0% i 8,0% z nich z żywnością dietetyczną, specjalnego przeznaczenia.

Badani konsumenci pozytywnie postrzegają analizowaną kategorię żywności, jednak dość istotnie różniły się ich opinie i postawy w stosunku do tego typu produktów. W sumie 66,5% emerytów zgadza się i raczej zgadza się ze stwierdzeniem, że „żywność wygodna jest żywnością pełnowartościową” (średnia ocen 3,83; SD=0,68), a dla 83,0% z nich „żywność wygodna jest bezpieczna dla zdrowia” (średnia ocen 3,74; SD=0,93). Odsetek studentów zgadzających się z powyższymi stwierdzeniami wynosił odpowiednio 24,4% i 36,5%. Średnia ocen dla powyższych opinii w przypadku studentów wyniosła odpowiednio 2,71 (SD=1,04) i 2,95 (SD=1,16). Ponadto, emeryci, częściej niż studenci, zwracają uwagę na pochodzenie produktów owocowych i warzywnych z grupy żywności wygodnej. Blisko 75,0% z nich, a tylko 25% studentów stara się kupować krajowe produkty. Wynika to z faktu, że konsumenci powyżej 60. roku życia, emeryci i renciści generalnie wykazują postawę etnocentryczną preferując produkcję rodzimą, w tym w stosunku do owoców i warzyw (Wróblewska, Kwiatkowska 2014). W związku z tym etnocentryzm konsumencki może przekładać się także na produkty owocowo-warzywne z grupy żywności wygodnej. Zbliżony odsetek badanych, tj. odpowiednio 74,0% studentów i 78,0% emerytów zapoznaje się z informacjami zawartymi na opakowaniu produktów, a odpowiednio 40,5% i 50,0% z nich uważa, że wysoka cena jest wyznacznikiem jakości produktu. Średnia ocen dla powyższych stwierdzeń wyniosła odpowiednio w przypadku studentów 2,71 (SD=1,27) i 2,94 (SD=1,18) oraz odpowiednio w przypadku rencistów 3,34 (SD=1,11) i 3,90 (SD=0,81).

Obie grupy społeczne dokonują zakupu produktów owocowo-warzywnych z grupy żywności wygodnej średnio kilka razy w miesiącu, choć częstotliwość nabycia determinowana jest rodzajem produktu. Podobne wyniki, dotyczące częstotliwości spożycia żywności wygodnej uzyskała Babicz-Zielińska i in. (2010). Jednak w analizowanych grupach

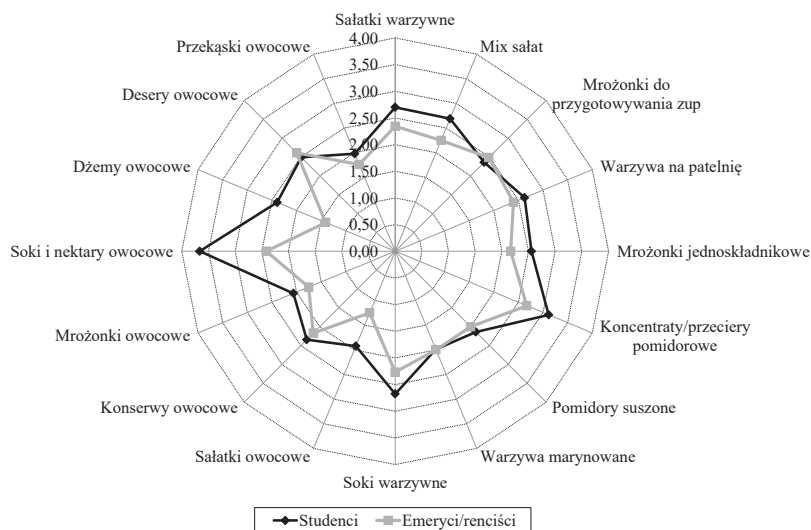
społecznych w Lublinie nieznacznie niższą częstotliwością zakupów charakteryzowali się konsumenci starsi. Współczynnik korelacji rang ( $r_s = 0,74$ ) wskazał na dość silną zależność między rangami częstotliwości zakupu poszczególnych produktów z grupy żywności wygodnej wśród studentów i emerytów. Studenci najczęściej kupują soki i nektary owocowe - średnia ocena 3,67; SD= 0,1 (por. wykres 1). Co piąty produkt te nabywa codziennie lub prawie codziennie, a 40,0% z nich często, tj. kilka razy w tygodniu. Kolejnymi, co do częstotliwości zakupu przez studentów, produktami z grupy żywności wygodnej były koncentraty, sałatki warzywne, mieszanki sałat oraz soki warzywne, warzywa na patelnię i mrożonki jednoskładnikowe. Średnia ocen dla wymienionych produktów wahała się od 2,56 do 3,12, co pozwala stwierdzić, że produkty te spożywane są przez studentów średnio kilka razy w miesiącu. Z kolei desery owocowe, dżemy, mrożonki do przygotowywania zup, konserwy owocowe, pomidory suszone, mrożonki owocowe spożywane są rzadziej niż raz w miesiącu. Najmniejszą popularnością wśród studentów cieszą się warzywa marynowane, przekąski owocowe (typu chipsy) oraz sałatki owocowe. W sumie około 70-80% studentów nie spożywa tych produktów lub robi to rzadko. Spośród podanego wachlarza produktów owocowo-warzywnych z grupy żywności wygodnej, średnie częstotliwości zakupów były wyższe w przypadku produktów warzywnych, jednak największa dotyczyła soków i nektarów owocowych. W hierarchii preferencji emerytów dotyczących rodzaju i częstotliwości spożycia, najważniejsze miejsca zajęły koncentraty/przeciery pomidorowe oraz desery owocowe (kisiel, galaretki) - średnia ocena wyniosła odpowiednio 2,67 i 2,61, co wskazywałoby, że produkty te średnio nabywane są kilka razy w miesiącu. Z taką częstotliwością koncentraty i desery nabywa odpowiednio 41,5% i 25,5% emerytów, choć w przypadku deserów w sumie 25,5% czyni to często i bardzo często. Rzadziej niż raz w miesiącu emeryci nabywają pozostałe produkty owocowo-warzywnych z grupy żywności wygodnej przedstawione na wykresie 1. Najmniej popularne wśród emerytów były przekąski owocowe i dżemy - odpowiednio 49,5% i 67,0% z nich nigdy nie nabywa tych produktów.

W badaniach na temat powodów zakupu żywności wygodnej wśród czynników wyboru wymienia się przede wszystkim łatwość przygotowania, wygodę i oszczędność czasu (Kowalczyk 2004; Krelowska-Kułas 2005; Olejniczak 2010). W przypadku przetworzonych owoców do ich zakupu i spożycia najsilniej motywowały respondentów smak, wygoda użycia, wartość odżywcza oraz ograniczona podaż owoców świeżych, przy czym w przypadku różnych grup przetworów hierarchia czynników była zróżnicowana (Kowalczyk, Olbryś 2014). Konsumenci dokonują zakupów na rynku żywności wygodnej również ze względu na brak czasu lub uzdolnień kulinarnych, jak również kierują się walorami smakowymi produktów. Powyższe spostrzeżenia potwierdzają także badania przeprowadzone wśród studentów i emerytów w Lublinie. W przypadku studentów na szczycie hierarchii powodów zakupu tego typu żywności znajdowały się odpowiednio szybkość przygotowania, brak czasu i wygoda w przygotowaniu posiłków (stopień istotności od 2,73 do 3,06). Jako jeden z trzech najważniejszych powodów zakupu 81,0% studentów wymienia szybkość przygotowania posiłków, a po 68,0% z nich odpowiednio brak czasu i wygodę przygotowania (por. wykres 2). Powody zakupu produktów owocowo-warzywnych z grupy żywności wygodnej wśród emerytów były bardzo podobne do deklarowanych przez studentów, z tym że emeryci na trzeciej pozycji, na równi z wy-

godą w przygotowaniu, wymieniają także brak uzdolnień kulinarnych. Współczynnik korelacji rang wskazywał na dość silną zależność między rangami powodów zakupu tej żywności przez studentów i emerytów i wyniósł 0,77. Dla studentów najmniej ważnymi powodami zakupu żywności wygodnej były brak uzdolnień kulinarnych oraz pojawianie się nowości na rynku. Odpowiednio 23,0% i 37,0% studentów wymieniło je na ostatniej pozycji pod względem ważności. Z kolei emeryci, jako najmniej ważne powody zakupu, wymieniali nowe produkty na rynku i ich wygląd. Dla odpowiednio 24,5% i 42,0% z nich te powody zakupu są praktycznie nieważne. Również Olejniczak (2010) w swoich badaniach podaje, że ostatnią w hierarchii przyczyną zakupu żywności wygodnej są nowe produkty pojawiające się na rynku.

## Wykres 1

### Częstotliwość zakupu wybranych produktów owocowo-warzywnych z grupy żywności wygodnej wśród studentów i emerytów w Lublinie



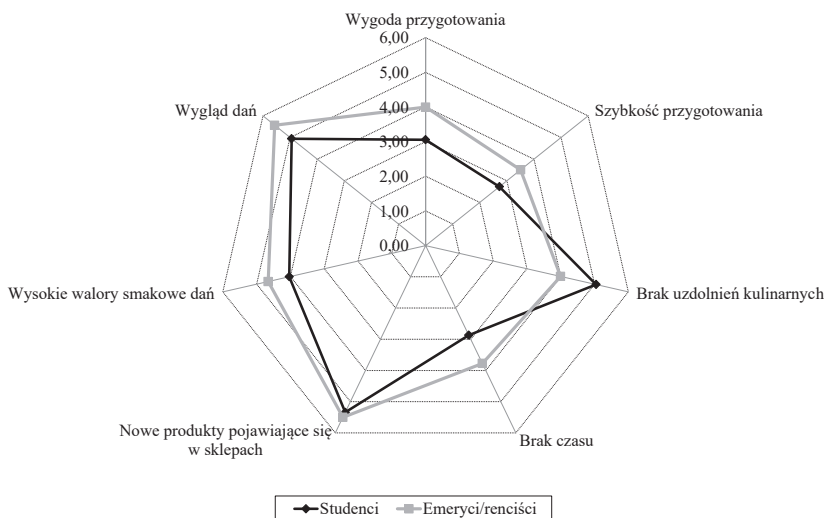
Uwaga: średnia ocena w skali od 1 do 5, gdzie 1 oznacza – nigdy nie kupuje, 2 – rzadko, tj. rzadziej niż raz w miesiącu, 3 – czasami, tj. kilka razy w miesiącu, 4 – często, tj. kilka razy w tygodniu, 5 – bardzo często, tj. codziennie lub prawie codziennie

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań.

Z punktu widzenia konsumentów ważnych jest wiele czynników i cech produktów, które wpływają na podjęcie decyzji o jego zakupie, bądź nie. Przeprowadzone badania wskazują, że przy wyborze produktów owocowo-warzywnych z grupy żywności wygodnej dla studentów bardzo ważne są dwa czynniki – świeżość i smak, natomiast dla emerytów cztery czynniki, tj. smak, świeżość, okres przydatności i barwa (por. tabela 2). W obu analizowanych grupach 80-100% konsumentów uważa te czynniki za ważne i bardzo ważne. Porównując jednak cały analizowany zestaw czynników determinujących zakupy żywności wygodnej,

## Wykres 2

## Ważność powodów zakupu produktów owocowo-warzywnych z grupy żywności wygodnej dla studentów i emerytów w Lublinie



Uwaga: średnia ocena w skali od 1 do 7, gdzie 1 oznacza – najważniejszy powód, 7 – powód najmniej ważny.  
Źródło: jak w wykresie 1.

stwierdzić należy, że ranga czynników w grupie studentów i emerytów charakteryzowała się umiarkowaną współzależnością ( $r_s=0,61$ ). Na uzyskany poziom współzależności analizowanych czynników wpłynęły dość zasadnicze różnice w ocenie istotności tychże czynników w obu grupach respondentów, które dotyczyły przede wszystkim ceny, kraju pochodzenia produktów, zawartości witamin i kompleksowej informacji na opakowaniu. Studenci relatywnie większą uwagę niż emeryci przywiązują do ceny produktu. Średnia ocena istotności tego czynnika wyniosła wśród studentów 4,0, a wśród emerytów 3,16. Stąd o ile dla 81,0% studentów cena jest czynnikiem ważnym i bardzo ważnym, dla emerytów znalazła się na ostatniej pozycji pod względem istotności, choć nadal jest oceniana jako czynnik dość ważny. Natomiast emeryci większą uwagę niż studenci przywiązują do kraju pochodzenia produktu, co wynika ze wspomnianego już znacznego poziomu etnocentryzmu konsumencyjnego wśród osób z tej grupy demograficznej.

Znaczenie czynników wyboru produktów wpływa także na rangę informacji umieszczanych na opakowaniu żywności, która znacznie różniła się w analizowanych grupach respondentów (por. tabela 3). Współczynnik korelacji rang Spearmana wskazywał na słabą zależność między wagą informacji zawartych na opakowaniu żywności z tej grupy, wskazywanymi przez studentów i emerytów ( $r_s=0,36$ ). Dla studentów bardzo ważna jest przede wszystkim informacja o dacie ważności produktu, natomiast dla emerytów bardzo ważne są aż trzy informacje, tj. data ważności, kraj pochodzenia i skład. Na kolejnych miejscach



Tabela 2

**Ważność czynników i cech produktów owocowo-warzywnych z grupy żywności wygodnej dla studentów i emerytów w Lublinie**

Wyszczególnienie	Studenci		Emeryci	
	$\bar{X}$	R	$\bar{X}$	R
Atrakcyjny wygląd	3,68	11	3,91	10
Łatwość przygotowania	3,02	13,5	3,66	13
Kraj pochodzenia	3,02	13,5	4,18	5,5
Zawartość składników odżywczych	3,58	12	4,01	9
Cena	4,00	6	3,16	15
Smak	4,65	2	4,76	1
Barawa	4,04	5	4,51	4
Świeżość	4,70	1	4,68	2
Zawartość witamin	4,15	4	4,08	8
Zawartość substancji mineralnych	3,97	8	3,74	11
Kaloryczność	3,01	15	3,67	12
Zawartość środków konserwujących	3,98	7	4,09	7
Zawartość aromatów	3,82	10	3,58	14
Okres przydatności	4,25	3	4,67	3
Kompletna informacja na opakowaniu	3,92	9	4,18	5,5
Współczynnik korelacji rang Spearmana	0,61			

$\bar{X}$  – średni stopień znaczenia czynników wyboru.

R – ranga.

Uwaga: średnia ocena w skali od 1 do 5, gdzie 1 oznacza – nieważna, 5 – bardzo ważna.

Źródło: jak w tabeli 1.

Tabela 3

**Ważność informacji na opakowaniu produktów owocowo-warzywnych z grupy żywności wygodnej dla studentów i emerytów w Lublinie**

Wyszczególnienie	Studenci		Emeryci	
	$\bar{X}$	R	$\bar{X}$	R
Nazwa produktu	3,72	4	3,92	5,5
Skład	4,37	2	4,59	2,5
Kraj pochodzenia	3,18	7,5	4,59	2,5
Data ważności	4,61	1	4,92	1
Znak jakości	3,61	5	4,25	4
Kaloryczność	3,18	7,5	3,92	5,5
Instrukcja przygotowania	3,30	6	3,34	8
Zawartość środków konserwujących	4,07	3	3,67	7
Współczynnik korelacji rang Spearmana	$r_s=0,36$			

$\bar{X}$  – średni stopień znaczenia czynników wyboru.

R – ranga.

Uwaga: średnia ocena w skali od 1 do 5, gdzie 1 oznacza – nieważna, 5 – bardzo ważna.

Źródło: jak w tabeli 1.

w hierarchii istotności informacji znalazły się zawartość środków konserwujących w przypadku studentów, a w przypadku emerytów znak jakości. Ponadto, badane grupy społeczne różniły się pod względem preferencji dotyczących miejsca zakupu tego typu żywności. Studenci najczęściej dokonują zakupu w supermarketach, rzadziej w sklepach osiedlowych, a najrzadziej na targowisku. Emerycy wybierają natomiast najczęściej sklep osiedlowy, następnie targowisko, a ostatecznie supermarket.

## Podsumowanie

Wiedza na temat preferencji i zachowań poszczególnych grup konsumentów na rynku ma istotne znaczenie dla producentów, gdyż pozwala dostosowywać podaż produktów do potrzeb i oczekiwań nabywców. Badania preferencji dotyczące spożywanej żywności wygodnej, dają możliwość zarówno poznania, jak i porównania z dotychczasowymi badaniami, tendencji konsumpcyjnych w tej grupie produktów oraz dostarczają informacji o potrzebach konsumentów. Wiedza taka jest przydatna szczególnie producentom, gdyż trafne projektowanie nowych produktów umożliwi zaspokajanie potrzeb konsumentów i jest kluczowa dla osiągnięcia przewagi konkurencyjnej na rynku. W analizowanych grupach zaobserwowano wiele cech wspólnych dotyczących preferencji nabywczych, ale także specyficzne różnice. Przeprowadzone badania ujawniły, że większość studentów i emerytów deklaruje nieznaną terminu „żywność wygodna”. Poziom nieznaności definicji nie koreluje jednak z praktyką nabywczą konsumentów, tj. większość z nich dokonuje zakupu produktów owocowo-warzywnych z grupy żywności wygodnej, bez świadomości terminologicznej tego typu żywności. Badani konsumenci pozytywnie postrzegają analizowaną kategorię żywności, jednak oceny emerytów były relatywnie wyższe niż studentów, ale jednocześnie deklarowana częstotliwość zakupów nieco niższa w porównaniu ze studentami. Obie grupy społeczne nabywają średnio kilka razy w miesiącu produkty z tej grupy, choć częstotliwość zakupu zależy od rodzaju produktów. Główne powody zakupu wymieniane przez studentów i emerytów to szybkość przyrządzenia, brak czasu i wygoda w przygotowaniu posiłków. Zarówno studenci, jak i emerycy za najmniej istotne powody zakupu uznały pojawiające się nowości na rynku. Przy wyborze produktów owocowo-warzywnych z grupy żywności wygodnej w obu grupach zwracano uwagę przede wszystkim na świeżość, smak i okres przydatności produktów. Zasadnicze różnice w ocenie istotności czynników dotyczyły przede wszystkim ceny i kraju pochodzenia produktów. Studenci większą uwagę niż emerycy przywiązują do ceny, natomiast emerycy, kierując się postawą etnocentryzmu konsumenckiego, większą uwagę przywiązują do kraju pochodzenia produktu. Dlatego też informacja na etykiecie o kraju pochodzenia, obok daty ważności, składu jest przez nich traktowana jako istotna.

## Bibliografia

Adamczyk G. (2010), *Popularność żywności wygodnej*, „Journal of Agribusiness and Rural Development”, nr 4.

- Babicz-Zielińska E., Jeżewska-Zychowicz, M., Laskowski W. (2010), *Postawy i zachowania konsumentów w stosunku do żywności wygodnej*, „Żywność. Nauka. Technologia. Jakość”, nr 4.
- Babicz-Zielińska E. (2010), *Postawy konsumentów wobec nowej żywności*, „Zeszyty Naukowe Akademii Morskiej w Gdyni”, nr 65.
- Byrne D. (1998), *The state we're in*. “Marketing”, No. 2.
- Gawęcki J. (2002), *Żywność nowej generacji a racjonalne żywienie*, „Żywność. Nauka. Technologia. Jakość”, nr 4.
- Gutkowska K., Ozimek I. (2005), *Wybrane aspekty zachowań konsumentów na rynku żywności – kryteria zróżnicowania*. SGGW, Warszawa.
- Harris J.M., Shiptsova R. (2007), *Consumer Demand for Convenience Foods: Demographics and Expenditures*, “Journal of Food Distribution Research”, No. 38.
- Janicki A. (2006), *Żywność wygodna*, (w:) Świdorski F. (red.), *Żywność wygodna i żywność funkcjonalna*, WNT, Warszawa.
- Jeżewska-Zychowicz M., Babicz-Zielińska E., Laskowski W. (2009), *Konsument na rynku nowej żywności*, SGGW, Warszawa.
- Kabacińska A., Nazarewicz R. (2005), *Czynniki wyboru i częstotliwość spożycia żywności wygodnej*, „Roczniki Naukowe SERiA”, T. 7, z. 8.
- Kołożyn-Krajewska D., Sikora T. (2004), *Towaroznawstwo żywności*, WSiP, Warszawa.
- Kozłowska K., Szczecińska A., Roszkowski W. (2006), *Perception of convenience food by older people living in Warsaw*, “Polish Journal Of Food Nutrition Sciences”, No. 15.
- Krełowska-Kułas M. (2005), *Badanie preferencji konsumenckich żywności wygodnej*, „Zeszyty Naukowe Akademii Ekonomicznej w Krakowie”, nr 678.
- Kowalczyk I. (2004), *Uwarunkowania konsumpcji koncentratów spożywczych*, „Acta Scientiarum Polonorum Technologia Alimentaria”, nr 3.
- Kowalczyk I., Olbrys E. (2014), *Zachowania konsumentów na rynku przetworów owocowych*, „Roczniki Naukowe Ekonomii Rolnictwa i Rozwoju Obszarów Wiejskich”, T. 101, z. 3.
- Koziorok W., Kotłowska M., Babicz-Zielińska E. (2011), *Postawy i zachowania kobiet z Trójmiasta i okolic wobec żywności mrożonej*, „Problemy Higieny i Epidemiologii”, nr 92.
- Makała H. (2013), *Trendy w produkcji żywności wygodnej i przykłady jej zastosowania w turystyce – wybrane aspekty*, „Zeszyty Naukowe Turystyka i Rekreacja”, nr 12.
- Malczyk E., Misiarz M., Złoteńska-Synowiec M., Ratajczyk D. (2013), *Zachowania nabywcze wybranej grupy studentów wobec mrożonej żywności wygodnej*, „Pielęgniarstwo i Zdrowie Publiczne”, nr 3.
- Mojka K. (2012), *Wybrane produkty żywności wygodnej – ocena preferencji i częstotliwości ich spożycia wśród studentów*, „Problemy Higieny i Epidemiologii”, nr 93.
- 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*, „Problemy Higieny i Epidemiologii”, nr 92.
- Olejniczak T. (2010), *Determinanty zachowań konsumentów na polskim rynku żywności wygodnej*, „Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego. Problemy Zarządzania, Finansów i Marketingu”, nr 16.
- Sojkin B., Małecka M., Olejniczak T., Bakalarska M. (2009), *Konsument wobec innowacji produktowych na rynku żywności*, UE, Poznań.

- Szymańska A. (2012), *Jakość tzw. „żywności wygodnej”, na przykładzie wyników kontroli jakości handlowej koncentratów spożywczych*, „Wiedza i Jakość”, nr 3.
- Wróblewska W., Kwiatkowska K. (2014), *Etnocentryzm konsumencki na rynku owoców i warzyw*, „Marketing i Rynek”, nr 6.
- Verlegh P.W.J., Candell M.J.J.M. (1999), *The consumption of convenience foods: reference group and eating situations*, “Food Quality and Preference”, No. 10.

## Students' and Pensioners' Preferences for Fruit and Vegetables Purchased in the Form of Convenience Food in Lublin

### Summary

The aim of the study was a comparative analysis of the preferences of students and pensioners in Lublin regarding fruit and vegetable products from the group of convenience food. The empirical research was carried out using a standardised questionnaire survey among 200 students and 200 pensioners. Among others, there were specified the level of knowledge of the concept of convenience food by respondents, the views and attitudes towards this form of food, the reasons for the purchase and frequency of consumption as well as the significance of the factors affecting their purchase was assessed. In the analysed groups, there were many common features regarding purchasing preferences as well as specific differences. Most students and pensioners declare ignorance of the term ‘convenience food’. However, the level of ignorance of the definition does not correlate with consumer purchasing practice, i.e. the majority of them purchase fruit and vegetable products from the convenience food group, without terminological awareness of this type of food. Both groups of respondents purchase convenience products on average several times a month, and the main reasons for purchasing are the speed of preparation, lack of time, and convenience in preparation. Most attention was paid to freshness, taste, and shelf life.

**Key words:** preferences, fruit, vegetables, convenience food.

**JEL codes:** M31, Q13

## Предпочтения студентов и пенсионеров, касающиеся овощей и фруктов, покупаемых в форме кулинарных полуфабрикатов в Люблине

### Резюме

Цель изучения – провести сопоставительный анализ предпочтений студентов вузов и пенсионеров в Люблине, касающихся овощных и фруктовых продуктов из группы кулинарных полуфабрикатов. Эмпирическое изучение с использованием стандартизированного опросника анкеты провели среди 200 студентов и 200 пенсионеров. В частности, определили уровень знания респондентами понятия «кулинарные полуфабрикаты», оценили мнения и от-

ношение к этой форме пищи, причины покупки и частотность потребления, а также существенность факторов, влияющих на покупку их. В анализированных группах отметили много общих черт, касающихся покупательских предпочтений, но и специфические отличия. Большинство студентов и пенсионеров заявляют о своем незнании с термином «кулинарные полуфабрикаты». Степень незнания определения однако не коррелируется с покупательской практикой потребителей, т.е. большинство из них покупает овощные и фруктовые продукты из группы кулинарных полуфабрикатов, без терминологической сознательности такого вида пищи. Обе группы опрошенных покупают удобные в потреблении продукты в среднем несколько раз в месяц, основные же поводы покупки – быстрота приготовления, нехватка времени и удобство приготовления пищи. Чаще всего обращали внимание на свежесть, вкус и срок годности.

**Ключевые слова:** предпочтения, фрукты, овощи, кулинарные полуфабрикаты.

**Коды JEL:** M31, Q13

Artykuł zaakceptowany do druku w lutym 2018 roku

Afiliacja:

dr inż. Wioletta Wróblewska

dr inż. Joanna Pawlak

dr inż. Dariusz Paszko

Uniwersytet Przyrodniczy w Lublinie

Wydział Agrobioinżynierii

Katedra Zarządzania i Marketingu

ul. Dobrzańskiego 37

20-262, Lublin

e-mail: wioletta.wroblewska@up.lublin.pl

e-mail: joanna.pawlak@up.lublin.pl

e-mail: dariusz.paszko@up.lublin.pl