

ZACHOWANIA KONSUMENTÓW NA RYNKU PRZETWORÓW OWOCOWYCH

Iwona Kowalczuk, Emilia Olbrys***

*Katedra Organizacji i Ekonomiki Konsumpcji
Szkoły Głównej Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie
Kierownik katedry: dr hab. Marzena Jeżewska-Zychowicz

**Harvest Foods Poland
Kierownik: Steve Sperelakis

Słowa kluczowe: przetwory owocowe, zachowania konsumentów, rynek żywności
Key words: processed fruits, consumer behavior, food market

S y n o p s i s. Z uwagi na malejącą konsumpcję świeżych owoców oraz konsekwencje żywieniowo-zdrowotne tego faktu, zwiększenie spożycia przetworów owocowych nabiera istotnego znaczenia. W artykule przedstawiono wyniki badania ankietowego dotyczącego zachowań konsumentów na rynku przetworów owocowych. Badanie przeprowadzono w 2013 roku na próbie 250 respondentów, koncentrując się na takich aspektach zachowań konsumentów, jak: częstotliwość i powody spożywania przetworów owocowych, sposoby zaopatrywania się w te produkty, determinanty decyzji nabywczych respondentów, sposoby wykorzystania kulinarne przetworów owocowych. Badanie dowiodło zróżnicowania zachowań konsumentów na rynku przetworów owocowych we wszystkich analizowanych aspektach. Stwierdzone różnice sugerują dywersyfikację strategii marketingowych na rynku przetworów owocowych, począwszy od wyboru segmentu docelowego, po treść i sposoby komunikacji.

WSTĘP

Asortyment dostępnych na polskim rynku przetworów owocowych systematycznie rośnie, co jest reakcją producentów na zmiany w stylu życia konsumentów (wzrost aktywności zawodowej kobiet, zmiany w strukturze zagospodarowania czasu wolnego, dążenie do uproszczenia realizacji prac domowych i ograniczenia czasu na nie poświęcanego). Efektem tego jest wzrost zainteresowania żywnością przetworzoną (wygodną), czyli żywnością o wysokim stopniu dyspozycyjności [Babicz-Zielińska i in. 2010, s. 141]. Natomiast zdaniem Jana Gawęckiego [2002, s. 5], są to produkty pozwalające konsumentom oszczędzić czas. Monika Hoffman i Franciszek Świdorski [2010, s. 336] podkreślali, że są to produkty gotowe do spożycia lub wymagające niewielkiej obróbki kulinarnej, a Andrzej Janicki [2003, s. 14] zwrócił uwagę na ich wysoki stopień przetworzenia i trwałość.

Według danych GUS w latach 2000-2012 spożycie owoców świeżych i mrożonych zmalało o 18% (z 4,02 kg do 3,30 kg na osobę miesięcznie) [Budżety gospodarstw... 2001-2013]. W porównaniu z zaleceniami żywieniowymi spożywamy zbyt mało tych produktów

[Markowski i in. 2012], co może nieść za sobą niekorzystne skutki zdrowotne [Hung i in. 2004, Harding i in. 2008].

Jeżeli chodzi o spożycie przetworów owocowych i orzechów, to w analizowanym okresie wzrosło ono wprawdzie o prawie 90% (z 0,08 kg do 0,15 kg na osobę miesięcznie), jednak jego udział w ogólnym spożyciu owoców i ich przetworów jest wciąż niewielki i nie przekracza 5% [*Budżety gospodarstw...* 2001-2013].

Biorąc pod uwagę uwzględniane w badaniach GUS uwarunkowania konsumpcji żywności, stwierdzić można, że spożycie owoców i ich przetworów (w przeliczeniu na jedną osobę) maleje wraz ze wzrostem liczebności gospodarstwa domowego, rośnie wraz ze wzrostem wykształcenia, jest największe w dużych miastach, najmniejsze zaś wśród ludności wiejskiej (wyjątek stanowią jabłka, których największą konsumpcję notuje się na wsi) [*Budżety gospodarstw...* 2001-2013].

W literaturze wyróżnia się trzy obszary jakości żywności: zdrowotność, atrakcyjność sensoryczna i dyspozycyjność [Baryłko-Pikielna, Matuszewska 2014, s. 9]. Jeśli chodzi o zdrowotność, przetwory owocowe są wprawdzie mniej zalecane w diecie od owoców świeżych ze względu na straty składników pokarmowych podczas procesu przetwarzania, w większości przypadków dużą zawartość cukru, a także zawartość konserwantów i potencjalną alergenność. Podkreślić przy tym należy, że wartość odżywcza przetworów owocowych zależy od zastosowanej metody przetwórstwa, a najbardziej zbliżone pod względem składu do owoców surowych są mrożonki. Jednakże z uwagi na inne atuty przetworów owocowych, takie jak wygoda użycia, całoroczna dostępność, a nierzadko także bardziej akceptowany przez konsumentów smak, mogą one stanowić cenny element codziennego żywienia.

Potrzeby konsumentów to podstawowy czynnik, jaki powinni uwzględnić przetwórcy, decydując o rozwoju produktu, poziomie cen i sposobach dystrybucji oferty rynkowej [Earle i in. 2007, s. 34]. Celem przeprowadzonych badań było określenie specyfiki zachowań konsumentów w stosunku do wybranych grup przetworów owocowych (owoce mrożone, konserwy owocowe, soki owocowe, susze oraz dżemy). Zakresem badań objęto: częstotliwość konsumpcji przetworów owocowych, zależności pomiędzy częstotliwością spożycia różnych grup przetworów, powody spożycia tych produktów, miejsca zaopatrzenia się respondentów w przetwory owocowe oraz sposoby ich kulinarnego wykorzystania.

MATERIAŁY I METODYKA BADAŃ

Założony cel badań zrealizowano, wykorzystując dane wtórne (dane GUS, źródła literaturowe) oraz pierwotne (wyniki badania ankietowego). Badanie ankietowe przeprowadzono w roku 2013 na próbie 250 respondentów z województwa mazowieckiego. Dobór próby miał charakter celowy – w badaniu uczestniczyły osoby odpowiedzialne za realizację funkcji żywieniowej w gospodarstwie domowym (dokonujące zakupów i przygotowujące posiłki). Były to głównie kobiety (93,2%), które według Beaty Mikuty [2000], w większym stopniu angażują się w realizację prac związanych z żywieniem. Charakterystykę respondentów przedstawiono w tabeli 1. Ponieważ rozkład populacji ze względu na płeć, sytuację zawodową oraz wykształcenie był nierównomierny, przy analizie wpływu zmiennych metryczkowych na zachowania respondentów uwzględniono takie cechy badanej populacji, jak: wiek, miejsce zamieszkania i dochód.

Tabela 1. Charakterystyka badanej populacji

Płeć	%	Dochód	%
Kobieta	93,5	< 600 zł/m-c	11,5
Mężczyzna	6,5	601-900 zł/m-c	19,0
Wykształcenie		901-1200 zł/m-c	20,5
Podstawowe, gimnazjalne, zawodowe	8,5	1201-1700 zł/m-c	24,0
Średnie	41,0	1701-2500 zł/m-c	17,5
Wyższe	50,5	powyżej 2500 zł/m-c	7,5
Wiek		Sytuacja zawodowa	
< 25 lat	20,5	uczeń/student	14,0
26-35 lat	19,0	pracujący na własny rachunek	9,0
36-45 lat	28,5	pracujący na stanowisku robotniczym	20,5
46-55 lat	24,5	pracujący na stanowisku nierobotniczym	39,0
Powyżej 55 lat	7,5	pracujący w gospodarstwie rolnym	3,5
Miejsce zamieszkania		utrzymujący się z niezarobkowych źródeł	1,0
Wieś	36,5	emeryta/rencista	4,0
Miasto do 100 tys.	32,5	pracujący dorywczo	6,5
Miasto powyżej 100 tys.	31,0	bezrobotny	4,5

Źródło: obliczenia własne na podstawie przeprowadzonych badań.

W badaniu wykorzystano kwestionariusz ankiety, który zawierał **pytania zamknięte**, dotyczące takich aspektów zachowań konsumentów, jak: częstotliwość spożycia przetworów owocowych (do jej oceny zastosowano skalę od 5 – codziennie lub prawie codziennie do 0 – wcale), powody konsumpcji tych produktów, sposoby zaopatrywania się w przetwory, determinanty decyzji nabywczych respondentów oraz sposoby wykorzystania przetworów owocowych w gospodarstwach domowych badanych osób.

Analiza statystyczna zgromadzonego materiału empirycznego obejmowała obliczenia wskaźników struktury oraz miar położenia (**średnie arytmetyczne**). **Istotność różnic** określano przy użyciu testu χ^2 , a do oceny siły związku między zmiennymi wykorzystano współczynnik korelacji rang Spearmana. Do przeprowadzenia obliczeń wykorzystano program SPSS 2010.

CZĘSTOTLIWOŚĆ SPOŻYCIA PRZETWORÓW OWOCOWYCH

Analiza częstotliwości konsumpcji przetworów owocowych wykazała, że najczęściej spożywaną grupą produktów były soki owocowe (**średnia 4,05, w skali od 0 do 5**). Stosunkowo często respondenci konsumowali także dżemy (3,58), a rzadziej niż raz w miesiącu sięgali po owoce suszone (średnia 1,88), konserwy owocowe (1,71) oraz mrożonki (1,41) (tab. 2.). Jeśli chodzi o demograficzno-ekonomiczne uwarunkowania częstotliwości spożycia przetworów owocowych, to dżemy były częściej spożywane przez starszych respondentów ($r_s = 0,162$; $p < 0,05$), a soki przez konsumentów z młodszych grup wiekowych

Tabela 2. Częstotliwość spożycia przetworów owocowych przez respondentów [%]

Rodzaj produktu	Codziennie lub prawie codziennie	Średnio raz w tygodniu	2-3 razy w miesiącu	Średnio raz w miesiącu	Kilka razy w roku lub mniej	Wcale	Średnia*
Owoce mrożone	0,5	5,0	12,5	11,5	57,5	13,0	1,41
Konserwy owocowe	0,0	7,5	11,5	28,0	50,0	2,5	1,71
Susze owocowe	6,5	10,5	12,0	14,5	48,0	8,5	1,88
Dżemy	23,5	43,0	13,0	10,5	8,5	1,5	3,58
Soki owocowe	46,5	30,5	8,0	12,0	2,5	0,5	4,05

* skala od 0 – wcale do 5 – codziennie lub prawie codziennie

Źródło: jak w tab. 1.

($r_S = -0,187$; $p < 0,05$). Częstotliwość spożycia soków rosła także wraz z wielkością miejsca zamieszkania ($r_S = 0,126$; $p < 0,05$).

Dla określenia, czy istnieje zależność pomiędzy częstotliwością konsumpcji poszczególnych grup przetworów owocowych, opracowano macierz korelacji. Na tej podstawie stwierdzono, że **częste spożywanie dżemów idzie w parze z powszechniejszą konsumpcją konserw** ($r_S = 0,348$; $p < 0,001$) oraz mrożonek owocowych ($r_S = 0,331$; $p < 0,001$). Częstotliwość konsumpcji konserw owocowych jest dodatkowo pozytywnie skorelowana z powszechnością konsumpcji mrożonek ($r_S = 0,331$, $p < 0,001$) oraz owoców suszonych ($r_S = 0,311$; $p < 0,001$). Słabsze zależności odnotowano pomiędzy częstotliwością spożycia soków oraz dżemów ($r_S = 0,295$; $p < 0,001$), a także soków i owoców suszonych ($r_S = 0,286$; $p < 0,001$) (tab. 3.).

Tabela 3. Macierz korelacji częstotliwości spożycia przetworów owocowych

Rodzaj produktu	Owoce mrożone	Konserwy owocowe	Susze owocowe	Dżemy
Soki owocowe	0,089*b**		0,286*a**	0,295*a**
Dżemy	0,331*a**	0,348*a**		
Susze owocowe	0,134*b**	0,367*a**		
Konserwy owocowe	0,331*a**			

* r_S – współczynnik korelacji Spearmana, ** p – poziom istotności różnic ($a - p < 0,001$; $b - p < 0,05$)

Źródło: jak w tabeli 1.

POWODY KONSUMPCJI PRZETWORÓW OWOCOWYCH

Analiza powodów konsumpcji przetworów owocowych wykazała, że do spożycia owoców mrożonych najsilniej motywował respondentów ograniczony dostęp do świeżych produktów (49%). Nieco mniejsze znaczenie miały preferencje smakowe (38,5%), długi termin przydatności do spożycia (36,5%) oraz wygoda przyrządzania posiłku (35,5%). Podobne powody decydowały o wykorzystaniu konserw owocowych, choć w tym przypadku ich hierarchia była odmienna – respondenci najczęściej wskazywali wygodę użycia (59%),

trwałość (43%) oraz brak dostępności świeżych owoców (40%), mniejsze znaczenie miały upodobania smakowe (36%) oraz możliwość wykorzystania kulinarnego (25%). Susze owocowe wykorzystywane były głównie ze względu na ich smak (55,5%) oraz wartość odżywczą (43,5%), a w mniejszym stopniu o ich spożyciu decydowały takie powody, jak trwałość (36,5%) i ograniczona dostępność świeżych owoców (35,5%). Głównymi powodami spożycia soków były preferencje smakowe (57,5%) i wartość odżywcza (51,0%). Duże znaczenie miało także przyzwyczajenie (43,5%), natomiast w mniejszym stopniu do ich konsumpcji motywowała respondentów bogata oferta rynkowa (35,5%). Również dżemy spożywane były przez badanych głównie z uwagi na ich smak (61,5%). Istotnymi powodami spożycia tych produktów były także wygoda przygotowania posiłku (45%), przyzwyczajenie (39%), trwałość (37%) oraz bogata oferta rynkowa (35%) (tab. 4.).

Z przedstawionych danych wynika, że podstawową motywacją do konsumpcji przetworów owocowych był atrakcyjny smak, którego znaczenie przy wyborze żywności jest powszechnie podkreślane w literaturze [Barylko-Pikielna, Kostyra 2004, Czernyszkiewicz 2011, Kowalczyk 2011, Niewczas 2013]. Istotną motywacją do spożycia przetworzonych owoców stanowiła także wygoda wykorzystania, na którą składają się łatwość użycia oraz możliwość długiego przechowywania. Rosnącą skłonnością konsumentów do korzystania z żywności wygodnej potwierdziły także inne badania [Babicz-Zielińska i in. 2010, s. 144]. Respondenci doceniają także wartość odżywczą przetworów owocowych i poprzez ich spożycie substytuują konsumpcję świeżych owoców w okresie ich ograniczonej podaży.

Tabela 4. Powody spożywania przetworów owocowych* [%]

Powody spożywania	Owoce mrożone	Konserwy owocowe	Susze owocowe	Dżemy	Soki owocowe
Atrakcyjny smak	38,5	36,0	55,5	61,5	57,5
Bogata oferta rynkowa	19,5	17,5	15,5	35,0	35,5
Wygoda użycia	35,0	59,0	29,0	45,0	28,0
Trwałość/ Długi okres przydatności do spożycia	36,5	43,0	36,5	37,0	23,0
Wartość odżywcza	22,5	10,0	43,5	18,5	51,0
Szeroki zakres zastosowania kulinarnego	14,5	25,0	13,5	14,5	7,5
Brak dostępności świeżych owoców	49,0	40,0	35,5	29,0	25,5
Zalecenie lekarza	5,0	2,5	18,0	2,0	15,5
Przyzwyczajenie, tradycja	12,5	13,0	28,0	39,0	43,5
Sugestie rodziny, znajomych	12,0	14,0	8,0	12,0	14,5

* możliwość wskazania do 6 powodów

Źródło: jak w tab. 1.

SPOSOBY ZAOPATRZENIA SIĘ W PRZETWORY OWOCOWE

Główną drogą pozyskania przetworów owocowych przez respondentów były zakupy rynkowe, przy czym konserwy i mrożonki nabywane były przez ponad 70% respondentów w sklepach wielkopowierzchniowych (supermarketach, hipermarketach, dyskontach), natomiast mniejszy odsetek badanych (około 40%) wskazał te placówki jako miejsca zakupu pozostałych przetworów owocowych, co potwierdza, odnotowane także w innych badaniach, duże znaczenie nowoczesnych kanałów dystrybucji w handlu żywnością [Frendler-Bicelicka 2013, Kosicka-Gębska i in. 2011, Kowalczyk 2011]. Także sklepy osiedlowe były często wskazywane przez respondentów jako miejsce zaopatrzenia w przetwory. W celu zakupu konserw owocowych z ich usług korzystało 38% badanych, 25% badanych osób nabywało w nich mrożone owoce oraz dżemy, co piąty badany soki owocowe, a prawie 15% ankietowanych susze. Targowiska i sklepy ze zdrową żywnością wskazane zostały przez największy odsetek respondentów jako miejsca zaopatrzenia w susze owocowe (odpowiednio 24 i 11%). W przypadku pozostałych przetworów te miejsca zakupu wskazało mniej niż 6% badanych.

Powszechnym sposobem zaopatrzenia w przetwory owocowe było także samodzielne ich wykonywanie, przy czym dotyczyło to głównie soków (61,5%) oraz dżemów (61,0%), a w mniejszym stopniu owoców mrożonych (51,0%) oraz suszy (48,0%) i w niewielkim konserw owocowych (15,5%). Darowizny jako sposób zaopatrzenia w przetwory owocowe wskazywane były głównie w przypadku dżemów (35%) oraz soków (29%) (tab. 5.).

Tabela 5. Sposoby zaopatrzenia w przetwory owocowe* [%]

Rodzaj produktu	Samozao- opatrzenie	Darowizny od rodziny/ znajomych	Targowiska, jarmarki	Super- hipermarkety, dyskonty	Sklepy osied- lowe	Sklepy ze zdrową żywnością
Owoce mrożone	51,0	14,0	5,5	53,0	25,0	5,5
Konserwy owocowe	15,5	15,5	5,5	74,5	38,5	5,0
Susze owocowe	48,0	14,5	24,0	37,0	14,5	11,5
Dżemy	61,0	35,0	5,5	43,5	24,0	4,5
Soki owocowe	61,5	29,5	5,0	43,0	19,5	5,0

* możliwość wskazania do 3 sposobów

Źródło: jak w tab. 1.

Biorąc pod uwagę demograficzne i ekonomiczne uwarunkowania sposobów zaopatrzenia w przetwory owocowe, odnotowano, że wraz ze wzrostem wielkości miejsca zamieszkania malała powszechność samodzielnego przygotowywania przez respondentów wszystkich grup przetworów, a najsilniejsze zależności stwierdzono w przypadku suszy ($rS = -0,413$; $p < 0,001$) i owoców mrożonych ($rS = -0,337$; $p < 0,001$). Miejsce zamieszkania warunkowało także korzystanie z darowizn – wraz z jego wielkością rósł odsetek badanych pozyskujących w ten sposób dżemy ($rS = 0,238$; $p < 0,05$), owoce mrożone ($rS = 0,235$; $p < 0,05$) oraz soki ($rS = 0,233$; $p < 0,05$).

Również wiek warunkował sposób zaopatrzenia w przetwory owocowe. Wraz z wiekiem rosła skłonność respondentów do samodzielnego przygotowania dżemów ($rS = 0,186$; $p < 0,05$), suszy ($rS = 0,166$; $p < 0,05$) oraz konserw owocowych ($rS = 0,150$; $p < 0,05$), natomiast malała powszechność korzystania z darowizn, w tym głównie dżemów ($rS = -0,252$; $p < 0,001$) oraz soków ($rS = -0,243$; $p < 0,001$).

Wraz ze wzrostem dochodu malała skłonność badanych do samodzielnego przygotowania przetworów w przypadku dżemów, soków oraz suszy (rS odpowiednio: $-0,247$; $-0,207$; $p < 0,001$ i $-0,161$; $p < 0,05$). Respondenci o wyższych dochodach częściej także korzystali z nowoczesnych kanałów dystrybucji w celu zakupu mrożonych owoców i dżemów (rS odpowiednio: $0,142$ i $0,158$; $p < 0,05$). Ostatnie w wymienionych przetworów częściej także nabywali oni w sklepach ze zdrową żywnością ($rS = 0,141$; $p < 0,05$).

DETERMINANTY ZAKUPU PRZETWORÓW OWOCOWYCH

Jeżeli chodzi o czynniki warunkujące decyzje nabywcze respondentów, to w przypadku wszystkich analizowanych grup przetworów czynnikiem najsilniej je determinującym była cena. W zależności od rodzaju przetworów wskazało ją od 73,5% (w przypadku mrożonych warzyw) do 66,5% (w przypadku soków) badanych. Istotny wpływ ceny potwierdzają także inne badania dotyczące zachowań konsumentów na rynku żywności [Gutkowska, Ozimek 2005, Kowalczyk 2008, Czernyszkiewicz 2011]. Respondenci przywiązywali również dużą uwagę do terminu przydatności do spożycia, najistotniejszego przy zakupie konserw owocowych (61%), dżemów (59,5%) i soków (56,5%), mniej ważnego w przypadku mrożonek (50,5%) oraz suszy (46,5%).

Wysokie odsetki wskazań odnotowano także w przypadku marki produktu. Jej znaczenie było największe podczas zakupu soków (51,5%) oraz dżemów (51%), mniejsze przy wyborze konserw (46,5%) oraz mrożonek (45%), a najmniejsze podczas zakupu suszy (26,5%). Znaczący wpływ marki na decyzje nabywcze na rynku żywności stwierdziły także Joanna Szwacka [2006] oraz Renata Matysik-Pejas [2011]. Mniej istotny od marki był kraj pochodzenia, wskazany w zależności od przetworu przez 26-29% ankietowanych, co znajduje potwierdzenie w badaniach Marty Sajdakowskiej [2003].

Skład surowcowy produktu miał największe znaczenie podczas zakupu dżemów (37,5%) i soków (35,5%), mniejsze w przypadku konserw (33,5%) i mrożonek (30%), a w najmniejszym stopniu warunkował zakup suszy (22%). Na obecność konserwantów, w zależności od rodzaju przetworu, zwracało uwagę od 36,5 do 18,5% badanych – najwięcej w przypadku soków, dżemów oraz konserw owocowych. Zawartość cukru była ważną dla respondentów przesłanką wyboru soków (46,5%) oraz dżemów (40,5%) i umiarkowanie istotnym czynnikiem warunkującym zakup konserw owocowych (21,5%).

Czynniki związane z opakowaniem w mniejszym stopniu determinowały decyzje nabywcze respondentów. Pojemność opakowania była szczególnie ważna podczas wyboru dżemów oraz soków (około 25% wskazań), mniej istotna przy zakupie mrożonek i konserw (około 20% wskazań), a w najmniejszym stopniu warunkowała decyzje nabywcze respondentów w odniesieniu do suszy (16,5%). Relatywnie niewielkie znaczenie dla ankietowanych miały funkcjonalność i wygląd opakowania. Pierwszy z wymienionych czynników był najbardziej istotny przy wyborze konserw owocowych oraz soków (odpowiednio 19% i 16% wskazań), drugi zaś podczas zakupu dżemów oraz konserw (odpowiednio 12,5% i 10,5% wskazań).

Na ostatnim miejscu w hierarchii uwarunkowań zakupu przetworów owocowych była promocja, wskazana przez mniej niż 5% badanych (tab. 6.).

Tabela 6. Determinanty decyzji nabywczych respondentów w odniesieniu do przetworów owocowych* [%]

Determinanta	Owoce mrożone	Konserwy owocowe	Susze owocowe	Dżemy	Soki owocowe
Cena	67,5	67,5	69,0	69,0	66,5
Marka, producent	45,0	46,5	26,5	51,0	51,5
Kraj pochodzenia	29,5	26,0	29,5	29,5	28,5
Wygląd opakowania	8,5	10,5	4,5	12,5	8,0
Funkcjonalność opakowania	8,0	19,0	10,5	12,5	16,0
Pojemność opakowania	21,5	20,0	16,5	25,0	24,5
Termin przydatności do spożycia	50,5	61,0	46,5	59,5	56,5
Promocja	2,5	1,5	4,5	3,5	1,5
Zawartość cukru	10,0	21,5	8,0	40,5	46,5
Obecność konserwantów	21,5	30,0	18,5	32,5	36,5
Skład surowcowy	30,0	33,5	22,0	37,5	35,5

* możliwość wskazania do 6 czynników

Źródło: jak w tab. 1.

WYKORZYSTANIE KULINARNE PRZETWORÓW OWOCOWYCH

Analiza sposobów zastosowania kulinarnego przetworów owocowych wykazała, że są one przede wszystkim składnikiem deserów i ciast. W tym celu respondenci najczęściej wykorzystywali konserwy owocowe (odpowiednio 81,5% i 68%), mrożonki (76% i 57%), dżemy (53,0% i 75,5%), a rzadziej susze (59% i 40%). Jako deser lub jego element stosowane były również soki owocowe (65,5%). Do przekąsek wykorzystywane były głównie susze owocowe (45%) oraz (choć rzadziej) konserwy owocowe (27,5%). Podczas przygotowywania kanapek respondenci korzystali głównie z dżemów (74%). Do surówek i sałatek dodawane były przede wszystkim owoce konserwowane (39%), do drugich dań soki owocowe (11%), a do przygotowania zup sporadycznie stosowane były owoce suszone (6,5%) oraz mrożone (4,5%) (tab. 7.).

Tabela 7. Sposoby wykorzystania kulinarnego przetworów warzywnych* [%]

Rodzaj produktu	Zupy	Drugie dania	Surówki, sałatki	Przekąski	Desery	Ciasta	Kanapki
Owoce mrożone	4,0	2,5	13,5	15,0	76,0	57,0	0,5
Konserwy owocowe	0,5	4,0	39,0	27,5	81,5	68,0	1,0
Susze owocowe	6,5	1,5	10,0	45,0	59,0	40,0	5,0
Dżemy	–	3,0	–	19,0	53,0	75,5	74,0
Soki owocowe	2,5	11,0	0,5	20,5	65,5	6,5	2,0

* możliwość wskazania do 6 sposobów

Źródło: jak w tab. 1.

Spośród czynników demograficzno-ekonomicznych zakres wykorzystania kulinarnego przetworów owocowych najsilniej był warunkowany przez wiek – starsi konsumenci częściej stosowali je do ciast (owoce mrożone: $rS = 0,239$; konserwy owocowe: $rS = 0,198$; susze owocowe: $rS = 0,200$; dzemy: $rS = 0,178$; $p < 0,001$), natomiast młodszy do przekąsek (owoce mrożone: $rS = -0,134$; konserwy owocowe: $rS = -0,245$; susze owocowe: $rS = -0,213$; dzemy: $rS = 0,165$; $p < 0,001$).

PODSUMOWANIE I WNIOSKI

Z uwagi na malejącą konsumpcję owoców wskazane jest motywowanie konsumentów do większej konsumpcji przetworów. W tym celu konieczne jest rozpoznanie ich zachowań w zakresie ich wyboru oraz konsumpcji. Z przeprowadzonych analiz wynika, że:

- spośród uwzględnionych w badaniu przetworów owocowych najczęściej spożywane były soki i dzemy, a powszechność ich konsumpcji warunkował głównie wiek kupujących,
- do spożycia przetworów najsilniej motywowały respondentów: smak, wygoda użycia, wartość odżywcza oraz ograniczona podaż owoców świeżych, przy czym w przypadku wszystkich analizowanych grup przetworów hierarchia wymienionych czynników była zróżnicowana,
- podstawowym sposobem zaopatrzenia w przetwory były zakupy rynkowe, na uwagę zasługuje jednak to, że soki i dzemy stosunkowo powszechnie były pozyskiwane jako darowizny i samozaopatrzenie; zachowania respondentów w tym zakresie warunkowało miejsce zamieszkania i wiek, a w mniejszym stopniu dochód,
- nabywając przetwory, respondenci zwracali uwagę głównie na cenę, termin przydatności do spożycia oraz markę, mniej istotny był skład surowcowy, obecność konserwantów i zawartość cukru, a w najmniejszym stopniu decyzje respondentów były warunkowane przez czynniki związane z opakowaniem (pojemność, funkcjonalność, wygląd) oraz promocjami; także w tym przypadku hierarchia czynników dla poszczególnych przetworów była zróżnicowana,
- w zależności od rodzaju przetwory owocowe wykorzystywane były do różnych celów kulinarnych: do przygotowywania deserów służyły głównie konserwy owocowe, owoce mrożone oraz soki, do ciast dodawane były dzemy oraz konserwy owocowe, do sporządzania kanapek używane były głównie dzemy, a do przekąsek stosowane były susze owocowe.

Badanie dowiodło zróżnicowania zachowań konsumentów na rynku przetworów owocowych we wszystkich analizowanych aspektach. Stwierdzone różnice sugerują konieczność dalszej eksploracji badawczej omawianego zagadnienia i dywersyfikację strategii marketingowych na rynku przetworów owocowych, począwszy od wyboru segmentu docelowego, po treść i sposoby komunikacji.

Podkreślić należy, że substytucja spożycia owoców świeżych przetworami owocowymi będzie korzystna ze względów zdrowotnych pod warunkiem przestrzegania zaleceń żywieniowych podczas opracowywania ich receptur i technologii produkcji.

LITERATURA

- Babicz-Zielińska Ewa, Jeżewska-Zychowicz Marzena, Laskowski Wacław, 2010: *Postawy i zachowania konsumentów w stosunku do żywności wygodnej*, „Żywność. Nauka. Technologia. Jakość”, t. 71, z. 4, s. 141-153.
- Baryłko-Pikielna Nina, Kostyra Eliza 2004: *Rola wrażeń smakowo – zapachowych w percepcji i akceptacji żywności*, „Przemysł spożywczy”, t. 58, z. 12, s. 3-10, 31.
- Baryłko-Pikielna Nina, Matuszewska Irena, 2014: *Sensoryczne badania żywności*, Wydawnictwo Naukowe PTTŻ, Kraków.
- Budżety gospodarstw domowych w latach 2000-2012*, Zakład Wydawnictw Statystycznych, Warszawa 2001-2013.
- Czernyszkievicz Eugenia, 2011: *Jakość owoców w ocenie konsumentkiej*, „Żywność. Nauka. Technologia. Jakość”, t. 78, z. 5, s. 173-187.
- Earle Mary, Earle Richard, Anderson Allan, 2007: *Opracowanie produktów spożywczych. Podejście marketingowe*. Wydawnictwa Naukowo-Techniczne, Warszawa, s. 34.
- Frendler-Bielicka Julia 2013: *Jak i gdzie kupujemy żywność*, http://www.cbos.pl/spiskom.pol/2013/k_094_13.pdf, s. 3, dostęp: 17.04.2014.
- Gawęcki Jan, 2002: *Żywność nowej generacji a racjonalne żywienie*, „Żywność. Nauka. Technologia. Jakość”, t. 33, z. 4, s. 5-14.
- Gutkowska Krystyna, Ozimek Irena, 2005: *Wybrane aspekty zachowań konsumentów na rynku żywności – kryteria różnicowania*, Wydawnictwo SGGW, Warszawa 2005, s. 113-114.
- Harding Anne-Helen, Wareham Nicholas, Bingham Sheila, Khaw KayTee, Luben Robert, Welch Ailsa, Forouhi Nita, 2008: *Plasma vitamin C level, fruit and vegetable consumption, and the risk of new-onset type 2 diabetes mellitus: the European prospective investigation of cancer -Norfolk prospective study*, “Archives of Internal Medicine”, t. 168, z. 14, s. 1493-1499.
- Hoffman Monika, Świdzki Franciszek, 2010: *Charakterystyka, podział oraz ocena towaroznawcza przetworów owocowych i warzywnych*, [w] *Towaroznawstwo żywności przetworzonej z elementami technologii*, Wydawnictwo. SGGW, Warszawa, s. 336-375.
- Hung Hsin-Chia, Josphipura Kaumudi, Jiang Rui, Hu Frank., Hunter David, Smith-Warner Stephanie, Colditz Graham, Rosner Bernard, Spiegelman Donna, Willett Walter, 2004: *Fruit and vegetable intake and risk of major chronic disease*, “Journal of the National Cancer Institute”, T. 96, z. 21, s. 1577-1584.
- Janicki Andrzej 2003: *Żywność wygodna*, [w] *Żywność wygodna i funkcjonalna*, Franciszek Świdzki (red.), Wydawnictwa Naukowo-Techniczne, Warszawa, s. 13-26.
- Kosicka-Gębska Małgorzata, Tull-Krzyszczuk Agnieszka, Gębski Jerzy, 2011: *Handel detaliczny żywnością w Polsce*, Wydawnictwo SGGW, Warszawa, s. 128-132.
- Kowalczyk Iwona, 2008: *Cena jako determinanta zachowań nabywczych konsumentów na rynku żywności*, „Handel Wewnętrzny”, t. 313, z. 2, s. 34-41.
- Kowalczyk Iwona, 2011: *Innowacyjna żywność w opinii konsumentów i producentów*, Wydawnictwo SGGW, Warszawa, s. 121-124.
- Markowski Jarosław, Płocharski Witold, Pytasz Urszula, Rutkowski Krzysztof 2012: *Owoce, warzywa, soki – ich kaloryczność, wartość odżywcza na tle zapotrzebowania na energię i składniki odżywcze*, cz.1, „Przemysł Fermentacyjny i Owocowo-Warzywny”, t. 56, z. 9, s. 24-27.
- Matysik-Pejas Renata, 2008: *Rola marki w decyzjach nabywczych konsumentów produktów żywnościowych*, „Roczniki Naukowe SERiA”, t. 10, z. 4, s. 260-265.
- Mikuta Beata 2000: *Studia nad wartością pracy domowej w mieście i na wsi ze szczególnym uwzględnieniem realizacji funkcji żywieniowej*, Praca doktorska, SGGW, Warszawa, s. 78-94.
- Niewczas Magdalena 2013: *Kryteria wyboru żywności*, „Żywność. Nauka. Technologia. Jakość”, t. 91, z. 6, s. 204-219.
- Sajdakowska Marta, 2003: *Etnocentryzm konsumentki – czynnik wpływający na decyzje nabywcze konsumentów na rynku żywności*, „Acta Scientiarum Polonorum – Technologia Alimentaria”, t. 2, z. 1, s. 177-184.
- Szwacka Joanna, 2006: *Uwarunkowania zachowań konsumentkich na rynku żywnościowym w stadium globalizacji*, „Roczniki Naukowe SERiA”, t. VIII, z. 3, s. 140-145.

Iwona Kowalczuk, Emilia Olbryś

CONSUMER BEHAVIOUR IN THE PROCESSED FRUIT MARKET

Summary

The article presents the results of a survey concerning consumer behaviour in the market of processed fruits. The study was conducted in 2013, on a sample of 250 respondents, focusing on such aspects of consumer behavior as: frequency and reasons for consumption of processed fruits, ways to stock up on these products, factors determining the purchasing decisions of the respondents, ways of culinary use of processed fruits. The study showed differences in consumer behaviour in the market of processed fruit for all analyzed aspects. These differences suggest the need for further exploration and study.

Adres do korespondencji:
Dr hab. Iwona Kowalczuk
Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie
Katedra Organizacji i Ekonomiki Konsumpcji
02-776 Warszawa, ul. Nowoursynowska 159C
e-mail: iwona_kowalczuk@sggw.pl