

Spożycie produktów żywnościowych w wielkomiejskich gospodarstwach domowych w Polsce w okresie kryzysu finansowo-ekonomicznego

Nadesłany: 11.10.12 | Zaakceptowany do druku: 14.01.13

Tomasz Zalega*

Kryzys gospodarczy na świecie wywołał dość wyraźne reperkusje w gospodarkach wszystkich krajów. Niewątpliwie wymiarami społecznymi kryzysu światowego są: wzrost bezrobocia, spadek dochodów gospodarstw domowych, zmiana struktury spożycia, zmiany stylów zachowań aż po odczuwanie poważnych stanów lęku i depresji, które wynikają z obawy przed utratą pracy i trudnościami w znalezieniu nowej, pogorszeniem sytuacji materialnej, utratą oszczędności czy niemożnością spłacania kredytów. Ponieważ kryzys światowy wpłynął również na polską rzeczywistość społeczno-gospodarczą, w artykule skoncentrowano się na omówieniu spożycia produktów żywnościowych w polskich gospodarstwach domowych. Po omówieniu metodologii i założeń badania oraz próby badawczej, w artykule, w dalszej jego części, pojęto się próby przeanalizowania wydatków na żywność i spożycia wybranych artykułów żywnościowych oraz omówienia kluczowych czynników wpływających na zakup produktów żywnościowych w polskich gospodarstwach domowych w okresie kryzysu finansowo-ekonomicznego. Podsumowanie rozważań i ważniejsze wnioski kończą niniejszy artykuł.

Słowa kluczowe: kryzys gospodarczy, wielkomiejskie gospodarstwa domowe, struktura konsumpcji, artykuły żywnościowe, zachowania konsumpcyjne.

The consumption of foodstuffs of large-city households in Poland during financial and economic crisis

Submitted: 11.10.12 | Accepted: 14.01.13

The global economic crisis has clearly affected the economies of all countries. Regarding the social sphere, its impacts include growing unemployment, decreasing household incomes, changes in the consumption structure and lifestyles, serious states of anxiety and depression induced in people by likely dismissals and problems with finding new jobs, sinking financial situation, fear of losing the savings one has accumulated or of becoming insolvent. Because the crisis changed the socio-economic reality in Poland too, the article concentrates on the consumption of foodstuffs in Polish households. Following the presentation of the research methodology, assumptions and the sample of households, food expenditures and the consumption of selected foodstuffs in Polish households faced with the financial and economic crisis are analyzed and the key factors determining this type of purchases are discussed. The article ends with a recapitulation of the discussion and major conclusions.

Keywords: economic crisis, large-city households, consumption structure, foodstuffs, consumption behaviour.

JEL: D12

* Tomasz Zalega – dr hab., prof. UW, Katedra Gospodarki Narodowej, Wydział Zarządzania, Uniwersytet Warszawski.

1. Wstępn

Współczesny kryzys finansowo-ekonomiczny który jest postrzegany jako efekt neoliberalnego kapitalizmu, ma znacznie szerszy zakres i konsekwencje, niż można było oczekiwać w pierwszej jego fazie. Negatywny szok popytowy charakterystyczny dla kryzysu rzutuje bezpośrednio na spadek globalnego popytu na produkty oraz zmniejszenie wolumenu produkcji w gospodarce. Jednakże spadek wielkości produkcji nie pozostaje bez wpływu na rynek pracy, na którym zachodzą procesy przystosowawcze. Z kolei kryzys finansowo-ekonomiczny i sytuacja na rynku pracy rzutują na sferę konsumpcji i zachowania nabywcze gospodarstw domowych, czyli wpływają na ich postępowanie na rynku w zakresie podejmowania decyzji konsumpcyjnych, mających na celu zaspokojenia odczuwanych potrzeb.

W celu określenia zależności zachodzącej między kryzysem a konsumpcją i zachowaniami nabywczymi przeprowadzono badania bezpośrednie dotyczące sytuacji materialnej i struktury konsumpcji oraz zachowań konsumpcyjnych polskich gospodarstw domowych. W artykule, z uwagi na ograniczone ramy opracowania i jego temat, skoncentrowano się wyłącznie na przeanalizowaniu wydatków na żywność i spożycia wybranych artykułów żywnościowych oraz omówieniu kluczowych czynników wpływających na zakup produktów żywnościowych w polskich gospodarstwach domowych w okresie kryzysu finansowo-ekonomicznego. Podsumowanie rozważań i ważniejsze wnioski kończą niniejszy artykuł.

2. Konceptualizacja badań

W celu określenia zależności zachodzącej między kryzysem finansowo-ekonomicznym a konsumpcją przeprowadzono badania bezpośrednie dotyczące sytuacji materialnej i struktury konsumpcji oraz zachowań nabywczycich polskich gospodarstw domowych zamieszkujących wyłącznie ośrodki wielkemiejskie. Sama organizacja badań bezpośrednich konsumpcji była związana z precyzyjnym określeniem zarówno podmiotu, jak i miejsca przeprowadzenia badań. Podjęcie właściwych decyzji w tym zakresie jest niezwykle istotne, gdyż z dużym prawdopodobieństwem gwarantuje, że wynik przeprowadzonego badania będzie mógł stanowić podstawę do sformułowania niezafałszowanych i rzetelnych wniosków dotyczących zarówno sytuacji materialnej, jak i struktury konsumpcji oraz zmian w wydatkach konsumpcyjnych gospodarstw domowych. W związku z tym proces badania konsumpcji i zachowań konsumpcyjnych w wielkemiejskich gospodarstwach domowych w Polsce w okresie kryzysu podzielono na dwa zasadnicze obszary. I tak, w pierwszym obszarze skoncentrowano się głównie na rozpoznaniu sytuacji materialnej, poziomu i struktury konsumpcji oraz zachowań nabywczycich konsumentów. Z kolei w obszarze drugim skupiono się przede wszystkim na ocenie zachowań konsumenckich wielkemiejskich gospodarstw domowych w okresie kryzysu finansowo-ekonomicznego.

Jeśli zaś chodzi o ustalenie obszaru przeprowadzenia badania, na którym ankieterzy zbierali informacje z badań bezpośrednich, to ze względów finansowych podjęto decyzję o przeprowadzeniu ogólnopolskich badań konsumentów zamieszkujących wyłącznie największe miasta.

W celu zebrania pełnych i aktualnych informacji na temat sytuacji materialnej, struktury konsumpcji oraz zachowań nabywczych wielkomiejskich gospodarstw domowych w badaniu bezpośrednim zastosowano najczęściej stosowaną w badaniach rynkowych metodę wywiadu kwestionariuszowego. Metoda ta okazała się pomocna zarówno w opisie występujących zjawisk, jak i sprawdzeniu występowania określonych relacji między nimi a świadomością badanych. Dzięki jej zastosowaniu uzyskano wiele cennych informacji na temat różnych aspektów zachowań konsumentów na rynku, a zwłaszcza na temat motywów ich postępowania, opinii i postaw. Udało się w ten sposób m.in. wyjaśnić charakter działań podejmowanych przez ankietowanych w celu poprawy warunków materialnych, a także wyjaśnić determinanty, które doprowadziły do zmian w strukturze wydatków konsumpcyjnych – zwłaszcza zmian w spożyciu żywności.

Przyjętymi w badaniu cechami, oprócz demograficzno-społecznych, takich jak: płeć, wiek, wykształcenie czy liczba osób w gospodarstwie domowym, było również miejsce zamieszkania. Materiał empiryczny zawarty w pracy pochodzi z badań bezpośrednich przeprowadzonych w formie kwestionariusza ankietowego na próbie 1896 gospodarstw domowych w okresie od czerwca do września 2011 r. w dziesięciu największych miastach Polski. Zgodnie z przyjętymi założeniami badawczymi w próbie znalazły się osoby powyżej 18. roku życia, które posiadały samodzielność finansową i podejmowały decyzje nabywcze na rynku produktów żywnościowych i nieżywnościowych. Należy zaznaczyć, że respondenci byli traktowani jako przedstawiciele gospodarstw domowych, występując w ich imieniu. Pomiaru, oprócz autora badań, dokonała przeszkolona w tym celu grupa studentów z Wydziału Zarządzania Uniwersytetu Warszawskiego i Akademii Leona Koźmińskiego w Warszawie. Badania zostały w całości sfinansowane przez Wydział Zarządzania Uniwersytetu Warszawskiego.

Podstawowym celem zaprojektowanych i przeprowadzonych badań empirycznych było uchwycenie struktury konsumpcji oraz specyfiki zachowań nabywczych gospodarstw domowych w okresie kryzysu, a także analiza i ocena zmiany w sferze zaspokajania potrzeb konsumpcyjnych, z uwzględnieniem źródeł gromadzenia środków pieniężnych na finansowanie konsumpcji.

Do celów badawczych sformułowano 15 hipotez o charakterze ogólnym, które zostały zweryfikowane w następstwie przeprowadzonych badań. Biorąc pod uwagę temat niniejszego artykułu, w odniesieniu do spożycia artykułów żywnościowych w polskich gospodarstwach domowych w okresie kryzysu sformułowano trzy hipotezy badawcze:

1. W warunkach kryzysu finansowo-ekonomicznego w odniesieniu do produktów żywnościowych zmianie ulegają jedynie strategie przystosowaw-

cze, natomiast konsumpcja tych produktw pozostaje na niezmiennym poziomie.

2. Najistotniejszym czynnikiem wpływającym na decyzję zakupu produktw żywnoŒciowych w gospodarstwach domowych w okresie kryzysu jest cena, a nieco mniejsze znaczenie mają takie determinanty, jak: promocja, jakoŒć oraz warunki uŒytkowe produktu.
3. Kryzys finansowo-ekonomiczny w niewielkim stopniu ogranicza konsumpcję żywnoŒci ekologicznej wśród konsumentów, którzy nabywali ją przed pojawieniem się oznak spowolnienia gospodarczego.

Przed przystąpieniem do badañ zasadniczych przeprowadzono badania próbne na zbiorowoŒci 25 gospodarstw domowych. Ten pilotaŒowy wywiad kwestionariuszowy miał na celu sprawdzenie doboru i komunikatywnoŒci pytañ zamieszczonych w kwestionariuszu ankietowym oraz prawidłoŒci układu ankiety. W efekcie tych badañ dokonano poprawek w układzie kwestionariusza, rezygnując z niektórych pytañ i wprowadzając w ich miejsce nowe, a takŒe modyfikując niektóre z nich. Należy równieŒ wspomnieć i o tym, Œe przy konstrukcji kwestionariusza wywiadu wykorzystano wypróbowane techniki stosowane powszechnie w badaniach rynkowych i marketingowych.

Z uwagi na niewyczerpujący charakter badañ niezbędnym było dobranie próby. W tym celu w pracy wykorzystano częŒto stosowaną w badaniach socjologicznych metodę doboru celowo-kwotowego (tj. płeć, wiek, poziom wykształcenia), w której zakłada się, Œe próba jest reprezentatywna dla całej populacji tylko wtedy, gdy struktura próby z punktu widzenia kluczowych cech jest identyczna ze strukturą badanej zbiorowoŒci. Struktura próby została tak dobrana, aby była identyczna ze strukturą badanej zbiorowoŒci w wybranych oŒrodkach wielkomejskich. W ten sposób eliminuje się tzw. błąd pokrycia, który powstaje wówczas, gdy z winy przeprowadzającego ankietę niektóre grupy badanej populacji nie mogły dostać się do próby z uwagi na źle dobrane przez ankietera miejsce przeprowadzenia badania. Mając to na uwadze, wszyscy ankietery przeprowadzali badania, odwiedzając duŒe dzielnice mieszkaniowe oddalone od Œcisłego centrum miasta, zgodnie z mapką z wyznaczonym dla siebie obszarem badañ.

Uzupełnieniem cech i właŒciwoŒci charakteryzujących badaną próbę były tzw. badania eksplanacyjne, które zostały potraktowane przez autora badania jako dodatkowe uzupełnienie informacji uzyskanych w wyniku wywiadu kwestionariuszowego. W tym celu na przełomie sierpnia i wrzeŒnia 2011 r. przeprowadzono spersonalizowane wywiady pogłębione z 45 osobami wybranymi w sposób celowy, biorąc pod uwagę kluczowe cechy demograficzno-społeczne, takie jak: płeć, wiek, wykształcenie, miejsce zamieszkania i typ gospodarstwa domowego. Wspomniane wywiady autor badañ przeprowadził osobiŒcie z osobami zamieszkałymi w Warszawie, Krakowie, Łodzi i Białymstoku. DługoŒć wywiadów wynosiła około 45–50 minut. W dalszej kolejnoŒci,

przeprowadzone wywiady pogłębione transkrybowano i poddano analizie, zgodnie z metodyką prowadzenia badań jakościowych.

Zebrany w trakcie badań bezpośrednich materiał zawierał wiele informacji o dużej liczbie jednostek. Materiał ten następnie uporządkowano, tzn. poddano grupowaniu i zliczeniu oraz wstępnej ocenie pod względem kompletności informacji. Przeprowadzona weryfikacja i ocena zebranego materiału badawczego pozwoliła na wyeliminowanie błędów wypełnienia, niedokładności zapisów, błędów logicznych i systematycznych. Z wyjściowej liczby kwestionariuszy wywiadów wynoszącej 1900 respondentów zakwalifikowano 1896 kwestionariuszy, co stanowi 99,8% całości próby. W dalszym postępowaniu poddane one zostały procesowi kodowania, natomiast utworzony na bazie zbioru danych przetworzono pakietem statystycznym. Zastosowanie pakietu analizy statystycznej programu SPSS 14.0 PL wraz z pakietem AMOS oraz Matlab 7.14 umożliwiło dokonanie w stosunkowo krótkim czasie analizy informacji uzyskanych w wyniku przeprowadzenia badań metodą wywiadu standaryzowanego. Następnie, po zgrupowaniu, zliczeniu i wstępnym opisie zebranych danych, dokonano ich analizy jakościowej i ilościowej.

3. Dobór próby badawczej i jej charakterystyka

Badania konsumpcji są procesem niezwykle złożonym. Wynika to ze złożoności konsumpcji i zachowań nabywczych konsumentów w dziedzinie podejmowania decyzji konsumpcyjnych. W tego typu badaniach ważnym krokiem służącym do wyjaśnienia badanego zjawiska jest przyjęcie określonych wskaźników. Ma to istotne znaczenie, ponieważ wskaźnik służy do określenia pewnej cechy przedmiotu lub zjawiska pozostającej w takich związkach z inną cechą, że wystąpienie jej sygnalizuje obecność tej drugiej. Wskaźnikiem jest zmienna mierzalna, czyli dostępna empirycznie (Sztumski, 1999, s. 51). W przypadku badania konsumpcji wskaźnikami wyjaśniającymi złożoność zjawiska konsumpcji są wskaźniki demograficzne (płeć, wiek, miejsce zamieszkania, wielkość gospodarstwa domowego) oraz wskaźniki społeczno-ekonomiczne (wykształcenie, dochód).

W badaniu uczestniczyło 54,8% kobiet i 45,2% mężczyzn. Rozkład badanych według płci i wieku zgodny był z rozkładem populacji generalnej, dlatego też w próbie wystąpiła niewielka przewaga kobiet nad mężczyznami, zaś najliczniejszą grupę wiekową stanowiły osoby z przedziału wiekowego 26–44 lata. Ważną zmienną przy badaniu konsumpcji jest miejsce zamieszkania. W próbie respondentów, zgodnie z przyjętymi założeniami badawczymi, znalazły się osoby zamieszkujące największe miasta Polski: Warszawę, Kraków, Łódź, Poznań, Wrocław, Szczecin, Gdańsk, Katowice, Lublin i Białystok¹. Każde miasto reprezentowało 188–190 osób, stanowiąc około 10% badanej populacji.

W badaniu zadano respondentom pytanie o poziom wykształcenia. W kwestionariuszu wywiadu przedstawiono cztery kategorie wykształcenia: podsta-

wowe, zasadnicze zawodowe, średnie i wyższe. Najsilniej reprezentowane były osoby z wykształceniem średnim. Co drugi ankietowany legitymował się tym poziomem wykształcenia. Co piąty ankietowany posiadał wykształcenie wyższe. W badanej próbie najmniejszą grupę stanowiły osoby z wykształceniem podstawowym (13,6%) oraz zasadniczym zawodowym (15,3%).

Warto także zwrócić uwagę na to, że ponad 4/5 respondentów było aktywnych zawodowo. Nie pracowało natomiast szesnastu na stu badanych. Proporcja aktywnych i biernych zawodowo w badanej populacji jest zbliżona do tej, która odnosi się do krajowego rynku pracy. Blisko 2/5 badanych stanowiły osoby będące reprezentantami dwuosobowych gospodarstw domowych, natomiast co trzeci ankietowany reprezentował gospodarstwo trzyosobowe. Z kolei co piąty respondent pochodził z czteroosobowego gospodarstwa domowego, a jedynie jeden na 49 ankietowanych był przedstawicielem jednoosobowych gospodarstw domowych. Wśród badanych 40,6% nie miało na utrzymaniu dzieci, natomiast 32,1% miało jedno dziecko, 22,5% ankietowanych zaś – dwoje dzieci. Załedwie co dwudziesty respondent reprezentował gospodarstwa domowe wielodzietne.

Prawie połowa respondentów określiła swoją sytuację ekonomiczną jako dobrą, zaś co trzeci ankietowany jako złą. Prawie co dziesiąty respondent określił swój status ekonomiczny jako bardzo dobry, natomiast co dwudziesty ankietowany ocenił swoją obecną sytuację materialną jako bardzo złą. Największą grupę wśród respondentów stanowiły osoby, których miesięczne dochody mieściły się w przedziale 2001,00–3000,00 zł. Prawie dla co trzeciego ankietowanego miesięczny dochód w gospodarstwie nie przekraczał 2000,00 zł. Dla co dziesiątego ankietowanego miesięczny dochód mieścił się w przedziale od 3001,00 do 4000,00 zł. Najmniejszą grupę wśród respondentów stanowiły gospodarstwa, w których dochód wyniósł powyżej 5000,00 zł miesięcznie.

4. Wydatki na żywność

Kształtowanie się udziału wydatków na żywność w wydatkach ogółem traktuje się powszechnie jako podstawowy wskaźnik poziomu dobrobytu społecznego, określający m.in. poziom życia przeciętnego gospodarstwa domowego. W praktyce udział wydatków na żywność i napoje bezalkoholowe jest relatywnie wyższy (niższy) w gospodarstwach domowych o niższym (wyższym) dochodzie. Zaprezentowana relacja jest zgodna z I prawem E. Engla, które głosi, że wraz ze wzrostem przychodów (dochodów) zmniejsza się udział wydatków na żywność w wydatkach ogółem. Oznacza to, że wydatki na żywność rosną w tempie wolniejszym od przyrostu dochodu, a zatem względna zmiana popytu na żywność jest mniejsza od względnej zmiany dochodu. W takim przypadku współczynnik dochodowej elastyczności popytu E_{yd} , który jest relacją procentowej zmiany popytu do procentowej zmiany dochodu, przyjmuje wartość: $0 < E_{yd} < 1$.

W latach 20. XX w. prawa E. Engla zostały zweryfikowane przez wielu statystyków, m.in. H. Schulza i H.G Johnsona, którzy bazując na materiale empirycznym, wyprowadzili równania prezentujące zależność wydatków na żywność od łącznej sumy wydatków. Wykazali, że w miarę wzrostu ogólnej sumy wydatków zwiększają się w wolniejszym tempie wydatki na cele żywnościowe, co oznacza, że zależność ta jest w przybliżeniu liniowa (Zalega, 2012a, s. 100).

Z przeprowadzonych badań wynika, że udział wydatków na żywność kształtował się na poziomie 25,2%. Najwyższym udziałem wydatków na ten cel charakteryzowały się gospodarstwa domowe zamieszkałe w Lublinie (26,3%) i Białymstoku (26,2%). Z kolei najniższym udziałem wydatków na żywność i napoje bezalkoholowe cechowały się gospodarstwa domowe zamieszkałe w Poznaniu (24,4%), Wrocławiu (24,7%) i Gdańsku (24,9%). Dokładniejszy udział wydatków na ten cel w miesięcznym budżecie ankietowanych gospodarstw domowych prezentuje tabela 1.

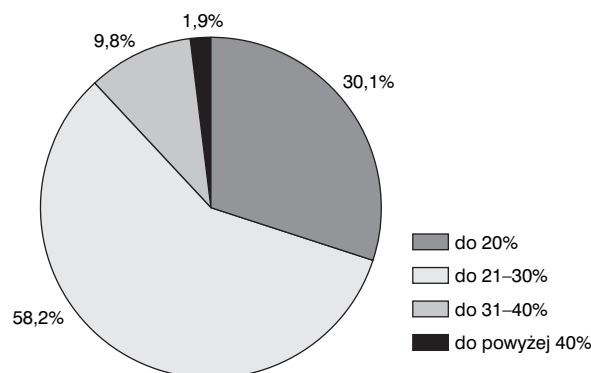
Cechy ankietowanych	Udział w %			
	do 20	21–30	31–40	powyżej 40
Ogółem	30,1	58,2	9,8	1,9
Dochód na 1 osobę:				
do 1000,00 zł	11,3	64,7	18,7	5,3
1001,00–2000,00 zł	19,4	62,1	15,8	2,7
2001,00–3000,00 zł	27,3	58,4	12,4	1,9
3001,00–4000,00 zł	34,8	53,8	9,9	1,5
4001,00–5000,00 zł	41,6	56,4	2,0	–
Powyżej 5000,00 zł	45,2	54,8	–	–
Miejsce zamieszkania:				
Warszawa	31,9	60,5	6,0	1,6
Kraków	30,6	59,0	8,5	1,9
Łódź	29,3	57,7	11,1	1,9
Poznań	34,9	59,6	3,8	1,7
Wrocław	34,3	60,1	4,2	1,4
Szczecin	28,6	58,0	11,8	1,6
Gdańsk	28,8	61,2	8,1	1,9
Katowice	29,4	58,4	10,2	2,0
Lublin	25,9	52,2	19,5	2,4
Białystok	27,3	55,3	14,8	2,6

Tab. 1. Udział wydatków na żywność w miesięcznym budżecie w badanych gospodarstwach domowych (w %). Źródło: badania własne.

Z przeprowadzonych badań wynika, że występuje istotna statystycznie zależność między zmianą wydatków na żywność a postrzeganiem konsekwencji wynikających z kryzysu gospodarczego w odniesieniu do własnego gospodarstwa domowego (współczynnik V-Cramera = 0,317; $p \leq 0,01$). Ponad połowa respondentów, która w odniesieniu do swojego gospodarstwa nie odczuwała negatywnych konsekwencji kryzysu, nie dokonała żadnych zmian

wydatkw na żywnoŒć i napoje bezalkoholowe. Z przeprowadzonych badañ wynika, że występuje istotna statystycznie zależnoŒć miêdzy zmianą wydatkw na żywnoŒć a postrzeganiem konsekwencji wynikaj¹cych z kryzysu gospodarczego w odniesieniu do w³asnego gospodarstwa domowego (współczynnik V-Cramera = 0,317; $p \leq 0,01$). Ponad po³owa spoŒród respondentów, którzy w odniesieniu do swojego gospodarstwa nie odczuwali negatywnych skutkw kryzysu, nie dokona³a równie¿ zmian wydatkw na żywnoŒć. Z kolei odwrotna tendencja mia³a miejsce w odniesieniu do tej grupy ankietowanych, których rodziny odczu³y konsekwencje kryzysu. Ponadto, bior¹c pod uwagê zależnoŒć miêdzy zmian¹ zwyczajów w zakresie zakupu żywnoŒci b¹d¹c¹ konsekwencj¹ kryzysu a wysokoŒci¹ miesiêcznego dochodu *per capita*, mo¿na dostrzec istotn¹ statystycznie zależnoŒć (współczynnik V-Cramera = 0,241; $p \leq 0,01$). Wraz ze wzrostem zamo¿noŒci ankietowanych gospodarstw domowych zwiêksza siê grupa tych, którzy w okresie kryzysu nie zmienili swoich zachowañ adaptacyjnych w zakresie zakupu żywnoŒci. Z kolei wraz ze spadkiem miesiêcznego dochodu na 1 osobê w gospodarstwie wyraŒnie wzrasta³ odsetek respondentów, którzy deklarowali poczynione zmiany w ich rodzinach w zakresie zakupu produktw żywnoŒciowych.

W kontekŒcie uzyskanych wyników warto równie¿ podać, że co trzeci respondent wydawa³ na żywnoŒć i napoje bezalkoholowe miesiêcznie do 20% swoich dochodów, prawie 2/3 ankietowanych udzia³ ten okreŒli³o na poziomie 21–30%. Do 40% swoich miesiêcznych dochodów wydawa³ na pokrycie potrzeb żywnoŒciowych co dziesi¹ty badany, zaŒ powy¿ej 40% zaledwie co piêćdziesi¹ty respondent (rys. 1).



Rys. 1. Procentowy udzia³ wydatkw na żywnoŒć i napoje bezalkoholowe w ankietowanych gospodarstwach domowych w okresie kryzysu. Źródło: badania w³asne.

Zróznicowanie udziału wydatków na żywność badanych rodzin uzależnione jest w dużej mierze od miesięcznych dochodów przypadających na jedną osobę w gospodarstwie (współczynnik korelacji Spearmana $r = -0,295$; $p = 0,01$). Najniższym udziałem wydatków na ten cel cechowały się gospodarstwa, w których miesięczny dochód na 1 osobę przekraczał 5000,00 zł. Są to gospodarstwa w miarę zamożne, dlatego też można postawić śmiałą hipotezę, że w ich przypadku prawidłowość sformułowana w I prawie Engla znalazła swoje empiryczne potwierdzenie. W przypadku niskozamożnych gospodarstw domowych, których miesięczny dochód *per capita* nie przekroczył 1000,00 zł, fakt zmniejszenia udziału wydatków na żywność nie jest jednak klasycznym potwierdzeniem działania I prawa Engla, a jedynie konsekwencją wzrostu udziału wydatków „sztywnych” w wydatkach ogółem.

W ankietowanych rodzinach udział wydatków na żywność był największy w grupie dochodowej do 1000,00 zł na 1 osobę (5,3%) i od 1001,00 zł do 2000,0 zł (2,7%). Z kolei w grupie dochodowej 4001,00–5000,00 zł i powyżej 5000,00 zł na 1 osobę w żadnym z ankietowanych gospodarstw domowych udział wydatków na żywność nie kształtował się powyżej 40%. Należy również zaznaczyć, że żaden ankietowany, którego miesięczne dochody *per capita* przekroczyły 5000,00 zł, nie przeznaczał na żywność więcej niż 30% swojego miesięcznego dochodu.

Miejsce zamieszkania z nieco mniejszą siłą różnicowało badaną próbę, niemniej jednak była to zależność statystycznie istotna (współczynnik V-Cramera = 0,257; $p \leq 0,01$). Biorąc pod uwagę miejsce zamieszkania, udział wydatków na żywność był największy w gospodarstwach domowych mieszkających w Białymstoku (2,6%), Lublinie (2,4%) i Katowicach (2,0%), a najmniejszy w rodzinach mieszkających w Poznaniu (1,4%) i Wrocławiu (1,6%). Ponadto w Lublinie (19,5%) znajdowała się największa liczba gospodarstw domowych, w których udział wydatków na żywność w ich budżetach kształtował się w przedziale od 31% do 40%.

Sytuację niektórych gospodarstw domowych, w których udział wydatków na żywność w ich miesięcznych budżetach kształtował się powyżej 40%, można określić jako sytuację przedengłowską. W tym przypadku nie ujawniła się prawidłowość wynikająca z I prawa Engla, gdyż wraz ze wzrostem dochodów nie zmalał (zaś w przypadku 16 badanych gospodarstw domowych wzrósł) udział wydatków na żywność. Taka sytuacja odnosi się przede wszystkim do rodzin bardzo ubogich, żyjących na poziomie minimum biologicznego lub co najwyżej minimum socjalnego. Z kolei w przypadku najzamożniejszych gospodarstw domowych, których miesięczny dochód na 1 osobę przekraczał 5000,00 zł, w odniesieniu do 26 ankietowanych rodzin mamy do czynienia z sytuacją poengłowską z uwagi na to, że przyrosty miesięcznych dochodów nie wpłynęły na poziom i strukturę wydatków na żywność.

5. Spożycie wybranych produktów żywnościowych

Zachowania konsumentów na rynku produktów żywnościowych determinowane są głównie czynnikami o charakterze ekonomicznym, tzn. dochodami konsumentów, ewentualnymi oszczędnościami i cenami nabywanych produktów. Dochody konsumentów oraz ceny nabywanych produktów zaliczane są przez ekonomistów do najważniejszych determinant kształtujących popyt. W praktyce badawczej osoby o niższych dochodach nabywają więcej dóbr niższego rzędu, a co za tym idzie – mniej przetworzonych. Należy także pamiętać o tym, że udział wydatków na pokrycie potrzeb żywnościowych jest ujemnie skorelowany z zamożnością konsumentów – im wyższa (niższa) wartość wskaźnika, tym wydatki na inne potrzeby są mniejsze (większe), a tym samym większa (mniejsza) jest ich deprywacja. Natomiast oddziaływanie cen na konsumpcję produktów żywnościowych polega zazwyczaj na tym, że konsumenci ograniczają lub zwiększają ich wielkość, co z kolei ma swoje odzwierciedlenie w popycie na substytucyjne produkty żywnościowe (np. wzrost ceny masła powoduje, że część konsumentów zwiększa swój popyt na margarynę).

Ważną rolę odgrywają również determinanty pozaekonomiczne, do których zaliczyć należy (Zalega, 2011, s. 119) czynniki:

- demograficzne (struktura ludności według wieku i płci, wielkość gospodarstwa domowego, fazy cyklu życia rodziny),
- społeczne (miejsce zamieszkania, poziom wykształcenia, przynależność do grupy społeczno-ekonomicznej),
- kulturowe (tradycje, upodobania i zwyczaje konsumentów),
- psychologiczne (moda, reklama, promocje, marka),
- o charakterze informacyjno-edukacyjnym (informacje rynkowe o produktach, edukacja konsumentów).

Waga tych czynników jest ściśle skorelowana z charakterem produktów zaspokajających potrzeby żywnościowe konsumentów.

Warunkiem *sine qua non* prawidłowego funkcjonowania organizmu człowieka jest spożywanie żywności, dlatego też żywność należy do tej grupy produktów, która musi być obecna w konsumpcji człowieka, zaspokaja bowiem potrzeby wiscerogenne. Należy jednak zaznaczyć, że żywność nie posiada substytutów, a w hierarchii potrzeb – bez względu na sytuację dochodową gospodarstwa domowego – zawsze będzie miała priorytetowe znaczenie, choć nie musi to oznaczać dominacji w strukturze spożycia. W przypadku pogarszania się sytuacji dochodowej gospodarstwa domowe w pierwszej kolejności chronią potrzeby podstawowe (niższego rzędu), w tym żywnościowe (efekt zapadki).

Potrzeby żywnościowe, zgodnie z kluczowymi teoriami i koncepcjami hierarchizacji potrzeb ludzkich, zaproponowanymi m.in. przez Masłowa, Alderfera, McClellanda czy Max-Neefa, należą do podstawowych potrzeb fizjologicznych człowieka i uważane są za najważniejsze potrzeby każdej

jednostki, których spełnienie warunkuje rozwój dalszych potrzeb (Zalega, 2012b, s. 208).

Żywność konsumowana w gospodarstwach domowych pochodzi z trzech podstawowych źródeł. Po pierwsze może ona pochodzić z własnego gospodarstwa lub działki, co w literaturze tematycznej określane jest mianem samozaopatrzenia lub spożyciem naturalnym. Owa autokonsumpcja jest jednym z kluczowych czynników wpływających na zachowania żywnościowe w gospodarstwach domowych, zwłaszcza rolników i pracowników użytkujących gospodarstwo rolne, natomiast w innych grupach gospodarstw ma niewielkie znaczenie (Gutkowska, Ozimek i Laskowski, 2001, s. 116). Kolejnym ważnym źródłem zaspokajania potrzeb żywnościowych ludności są zakupy rynkowe, zwane także spożyciem rynkowym lub towarowym, które finansowane są z dochodów osobistych ludności i dotyczą jedynie tych zakupów żywności, które dokonywane są przez konsumentów na rynku zorganizowanym. Trzecim możliwym sposobem pozyskiwania żywności jest spożycie społeczne, zwane również spożyciem zbiorowym, które jest finansowane przez państwo. Środki na ten cel pochodzą z budżetu centralnego lub zasobów finansowych władz lokalnych. Zwykle pomoc ta jest bezpłatna lub odpłatna częściowo.

Wraz z rozwojem gospodarczym kraju istotną cechą przemian w źródłach pozyskiwania żywności staje się przechodzenie od samozaopatrzenia w żywność do częstszych zakupów na rynku. Zmiany, jakie można zaobserwować w tym zakresie, obejmują cechy zarówno ilościowe, jak i jakościowe, wynikające głównie z modernizacji zakładów produkujących żywność, które systematycznie udoskonalają swoje produkty oraz poszerzają ich asortyment. W literaturze przedmiotu proces odchodzenia od spożycia naturalnego określany jest denaturalizacją spożycia. Wzbogacanie rynku w coraz bardziej zróżnicowane produkty żywnościowe przyczynia się do permanentnego zmniejszenia samozaopatrzenia na rzecz zakupów rynkowych (Kowrygo, Sawicka i Świstak, 1998; Zalega, 2008).

Konsument, będąc suwerennym uczestnikiem rynku, sam kształtuje poziom i strukturę wydatków na dobra i usługi żywnościowe, które są efektem realizacji odczuwanych potrzeb, aspiracji i możliwości finansowych. Przemiany wydatków na żywność znajdują z kolei odbicie w ilościowym spożyciu produktów żywnościowych przez gospodarstwa domowe.

W okresie kryzysu finansowo-ekonomicznego, obok przemian jakie zaobserwowano w wydatkach na cele konsumpcyjne, wystąpiły również zmiany w poziomie spożycia niektórych produktów żywnościowych, które należą do elementarnych potrzeb gospodarstw domowych (tab. 2).

Poziom spożycia większości artykułów żywnościowych zależy w dużym stopniu od dochodów gospodarstwa domowego. Wraz ze wzrostem poziomu zamożności gospodarstw domowych rośnie poziom spożycia niektórych artykułów żywnościowych. W badanych gospodarstwach domowych osiągniętych miesięczne dochody *per capita* powyżej 3000,00 zł, w porównaniu z rodzinami o najniższych dochodach (do 1000,00 zł na 1 osobę), spożywano

Artykuły żywnoŝciowe	Ogółem	Miejsce zamieszkania									
		Warszawa	Kraków	Łódź	Poznań	Wrocław	Szczecin	Gdańsk	Katowice	Lublin	Białystok
Pieczywo (w kg)	6,08	6,67	7,11	7,08	6,76	6,54	6,71	6,01	7,04	7,41	6,76
Mąka (w kg)	0,86	0,81	1,18	0,89	0,73	0,85	0,83	0,64	0,58	1,20	0,91
Kasze i płatki (w kg)	0,22	0,21	0,29	0,24	0,19	0,21	0,22	0,17	0,19	0,23	0,24
Makaron (w kg)	0,35	0,37	0,34	0,36	0,33	0,42	0,37	0,26	0,32	0,38	0,31
Ryż (w kg)	0,20	0,19	0,27	0,19	0,27	0,21	0,20	0,14	0,22	0,18	0,17
Warzywa (w kg)	9,91	9,74	10,21	10,38	8,99	9,45	11,02	9,52	9,06	10,61	10,11
w tym ziemniaki	4,76	4,32	5,14	5,13	4,34	4,18	5,34	4,79	4,42	4,86	5,06
Owoce (w kg)	3,45	3,87	3,49	3,50	3,17	3,53	3,64	3,38	3,29	3,21	3,39
Mięso (w kg)	5,52	5,37	5,23	5,82	5,49	5,52	5,81	5,24	5,48	5,44	5,90
Ryby (w kg)	0,49	0,47	0,43	0,45	0,38	0,43	0,47	0,41	0,51	0,38	0,61
Masło (w kg)	0,26	0,24	0,29	0,24	0,34	0,26	0,21	0,30	0,35	0,15	0,26
Margaryna i inne tuszcze roślinne (w kg)	0,92	0,78	0,87	0,89	0,92	1,03	1,02	0,86	0,94	0,90	1,02
Oliwa z oliwek i oleje roślinne (w l)	0,41	0,54	0,52	0,48	0,40	0,39	0,42	0,37	0,31	0,36	0,35
Mleko (w l)	0,36	3,39	4,14	3,22	3,78	3,47	3,46	3,87	2,91	3,80	3,83
Jogurty i napoje mleczne (w l)	0,54	0,63	0,50	0,48	0,51	0,62	0,63	0,63	0,47	0,39	0,52
Sery twarogowe (w kg)	0,56	0,67	0,59	0,64	0,49	0,60	0,59	0,50	0,49	0,57	0,47
Sery dojrzewające i topione (w kg)	0,40	0,41	0,41	0,35	0,39	0,45	0,41	0,49	0,45	0,28	0,39
Jajka (w szt.)	12,89	12,01	13,99	13,90	11,54	11,98	13,40	11,71	12,96	14,00	13,48
Herbata (w kg)	0,07	0,09	0,07	0,08	0,06	0,07	0,05	0,07	0,08	0,07	0,07
Kawa (w kg)	0,21	0,16	0,18	0,18	0,20	0,20	0,19	0,20	0,21	0,18	0,22
Cukier (w kg)	1,28	1,22	1,67	1,48	1,23	1,31	1,13	0,96	1,16	1,47	1,21
Wody mineralne i źródlane (w l)	3,82	4,69	3,70	3,01	3,15	4,88	3,80	3,60	4,31	3,34	3,76
Soki owocowe i warzywne (w l)	1,04	1,26	1,13	0,79	1,12	1,07	1,08	1,01	1,21	0,69	1,00

Tabela 2. Przeciętne miesięczne spożycie produktw żywnoŝciowych na 1 osobę w ankietowanych gospodarstwach domowych w okresie kryzysu.
Źródło: badania własne.

czterokrotnie więcej soków owocowych i warzywnych, jogurtów i napojów mlecznych, ponad trzykrotnie więcej ryb oraz warzyw i ponad dwukrotnie więcej owoców oraz oliwy z oliwek. Natomiast w gospodarstwach domowych o najniższych dochodach spożywano więcej pieczywa, mąki, ziemniaków i cukru. Ponadto, bez względu na poziom zamożności gospodarstw domowych, respondenci twierdzili, że sukcesywnie rezygnują ze spożycia tłuszczów zwierzęcych, w tym masła, na rzecz tłuszczów roślinnych. Takie postępowanie ankietowanych jest najprawdopodobniej przejawem zmian we wzorcach żywienia, polegających na coraz częstszym odchodzeniu od spożywania tłuszczów zwierzęcych na korzyść tych, które nie zawierają groźnego dla organizmu człowieka cholesterolu.

Spożycie żywności jest silnie skorelowane z miejscem zamieszkania. Utrzymują się różnice w modelu spożycia artykułów żywnościowych pomiędzy poszczególnymi miastami. Pieczywa i produktów zbożowych na osobę najczęściej spożywali mieszkańcy Lublina (7,41 kg), a najmniej Gdańska (6,01 kg). Najwięcej mięsa i przetworów mięsnych na osobę spożywano w Białymstoku (5,90 kg), a najmniej w Krakowie (5,23 kg). Z kolei najczęściej mleka na osobę spożywano w Krakowie (4,14 l), zaś najmniej w Katowicach (2,91 l). Najwyższe spożycie na osobę owoców odnotowano w Warszawie (3,87 kg), a najniższe w Poznaniu (3,17 kg), natomiast warzyw najczęściej spożywano w Szczecinie (11,02 kg), a najmniej w Poznaniu (8,99 kg).

W kontekście przeprowadzonych badań można wnioskować, że w okresie kryzysu gospodarczego przeciętne miesięczne spożycie wybranych produktów żywnościowych nie jest wyrazem zadowalającego poziomu życia badanych gospodarstw domowych, lecz raczej konsekwencją konieczności przeznaczania większych sum na inne cele, głównie utrzymanie mieszkania. Dotyczy to zwłaszcza gospodarstw miejskich, uzależnionych w tych opłatach od polityki państwa. Należy w tym miejscu zaznaczyć, że przeprowadzona analiza przeciętnego miesięcznego spożycia produktów żywnościowych na 1 osobę nie pozwala na wyciągnięcie jednoznacznych wniosków co do wzorca ich spożycia w poszczególnych miastach.

Jak pokazują badania, wśród wielu czynników wpływających na wybór produktów żywnościowych istotną rolę odgrywają uwarunkowania ekonomiczne (cena). Na cenę jako determinant decydujący o zakupie określonego produktu żywnościowego wskazało prawie 3/4 badanych. Z kolei 3/5 respondentów twierdziło, że istotnym uwarunkowaniem związanym bezpośrednio z atrybutami produktów żywnościowych jest świeżość oraz cechy sensoryczne: wygląd, wartości odżywcze, cechy zwiększające funkcjonalność i ułatwiające przygotowanie posiłków. Zdaniem co trzeciego ankietowanego istotnym czynnikiem przesądzającym o zakupie produktów żywnościowych są determinanty indywidualne, tj. przyzwyczajenie czy postrzeganie marki producenta.

Z przeprowadzonych badań wynika, że na kształtowanie się zachowań konsumentów w zakresie ilości spożywania produktów żywnościowych istotny wpływ mają wiek i płeć konsumentów. Zapotrzebowanie ilościowe i war-

toŒciowe wydatkw na produkty żywnoŒciowe byo najwiêksze w gospodarstwach domowych z grupy wiekowej 26–44 lata, najmniejsze zaŒ w rodzinach w ktwrych ankietowany miao 65 lat i wiêcej. Ponadto konsumpcja żywnoŒci jest wyraŒnie skorelowana z liczebnoŒcià gospodarstwa domowego. Im mniejsza rodzina, tym mniejszy takze popyt na produkty zaspokajajàce podstawowe potrzeby żywnoŒciowe. MoŒna zatem powiedziec, ze liczebnoŒc gospodarstwa domowego wywiera bezpoŒredni wpoyw na skalê spżycia produktw żywnoŒciowych.

JeŒli zaŒ chodzi o pœc, to zgodnie z tradycyjnym podziaem ról peœnio-nych w rodzinie w procesie zakupu, kobiety w wiêkszym stopniu sà nabywcami dóbr żywnoŒciowych. Prawie 3/5 respondentw deklarowao, ze w ich gospodarstwie domowym kobiety sà odpowiedzialne za zakup produktw żywnoŒciowych. NaleŒy w tym miejscu zaznaczyc, ze zwiêkszajàca siê permanentnie aktywnoŒc zawodowa kobiet bête niewàtpliwie rzutowała na istotne z punktu widzenia konsumpcji żywnoŒci przeksztaœcenia modelu organizacji pracy w gospodarstwie domowym. Zmiany w aktywnoŒci zawodowej kobiet juŒ w tej chwili wpoywajà (i niewàtpliwie bête wpoywaæ) na zmiany podziau obowiàzków domowych poprzez coraz wiêksze angaŒowanie mœczyzn w zakresie realizacji procesu zakupowego produktw żywnoŒciowych. Ponadto wiêksza aktywnoŒc zawodowa kobiet ma swoje przeoŒenie na zmiany jakoŒciowe struktury spżycia żywnoŒci, przejawiajàce siê chociaŒby zwiêszonym popytem na produkty żywnoŒciowe przyspieszajàce proces przygotowania poŒilku (np. zupki chiœskie, „Goràcy kubek”, „Słodka chwila” itp.).

Rodzina równieŒ ksztaltuje potrzeby, gusty i aspiracje ujawniajàce siê w postaci popytu na produkty żywnoŒciowe. W kontekŒcie przeprowadzonych badañ moŒna stwierdziæ, ze przeszao 3/5 ankietowanych byo zdania, ze decyzje o zakupie żywnoŒci podejmowane sà w ich gospodarstwach domowych przez kobiety. Jedynie co piàty respondent twierdził, ze decyzje o zakupie żywnoŒci majà charakter decyzji wspolnej.

W badaniu podjeto równieŒ próbê okreœlenia wpoywu kryzysu na konsumpcjê żywnoŒci ekologicznej. W ksztaltowaniu zachowañ konsumpcyjnych gospodarstw domowych na rynku produktw żywnoŒci ekologicznej (organicznej) istotnà rolê odgrywa informacja. JeŒli konsument posiada szczegolowà wiedzê na temat cech, walorów lub teŒ zalet ekoprodktu i na tej podstawie wyrobi sobie o nim pozytywnà opiniê, wówczas łatwiej bête go przekonaæ, aby dokonao zakupu takiego produktu. Inaczej reaguje konsument, ktwry ma znacznie mniejszà iloŒc informacji pozytywnych. Jak dowodzà przeprowadzone badania, ŒwiadomoŒc ekologiczna oraz wiedza na temat zdrowego sposobu odŒywniania siê w istotny sposób rzutuje na konsumpcjê żywnoŒci ekologicznej.

Udział żywnoŒci ekologicznej w ogólnych obrotach produktami spoŒywcymi w polskich gospodarstwach domowych jest wciàŒ niewielki, chociaŒ cechuje siê duŒà dynamikà wzrostu. Stosunkowo mały odsetek kupujàcych

żywność ekologiczną wynika, zdaniem S. Żakowskiej-Biemas (2003, s. 19), z tego, że konsumenci nie mają wystarczającej wiedzy na temat znakowania żywności ekologicznej, a jednocześnie znakowanie ekożywności przez przedsiębiorstwa, pomimo istniejących regulacji prawnych z tego zakresu, jest nadal nierzetelne. Ponadto niski udział żywności ekologicznej w ogólnych obrotach produktami spożywczymi jest konsekwencją stosunkowo wysokich cen ekożywności w porównaniu z produktami konwencjonalnymi.

W kontekście przeprowadzonych badań można wnioskować, że najliczniejszą grupę ankietowanych nabywającą żywność ekologiczną stanowią osoby młode, z grup wiekowych 18–25 lat i 26–44 lata. Jednocześnie odnotowano istotną statystycznie zależność między nabywaniem ekożywności a poziomem wykształcenia (współczynnik V-Cramera = 0,396; $p \leq 0,01$). Im wyższy poziom wykształcenia respondentów, tym większy odsetek deklarujących nabywanie żywności ekologicznej.

Istotna statystycznie zależność występowała także między nabywaniem żywności organicznej a poziomem miesięcznych dochodów *per capita* (współczynnik V-Cramera = 0,253; $p \leq 0,01$). Najwyższy odsetek osób deklarujących nabywanie produktów rolnictwa ekologicznego odnotowano w najbogatszych rodzinach, w których miesięczny dochód na 1 osobę przekraczał 5000,00 zł. Co drugi ankietowany z tej grupy dochodowej sygnalizował nabywanie żywności ekologicznej. Ponadto, z przeprowadzonych badań wynika, że zaledwie 1/8 ankietowanych kupowała żywność ekologiczną regularnie, zaś co piąty twierdził, że zakupy takiej żywności mają charakter nieregularny. Co ciekawe, wśród respondentów nabywających żywność ekologiczną w sposób regularny dominowały osoby legitymujące się wyższym wykształceniem, z przedziału dochodowego 3001,00–4000,00 zł, zaś wśród osób, które dokonywały zakupów ekożywności w sposób nieregularny, dominowały osoby o najwyższych dochodach. Warto również zwrócić uwagę na fakt, że podstawowym motywem zakupu produktów rolnictwa ekologicznego jest troska o zdrowie respondentów i ich rodzin, względy *stricte* ekologiczne mają zaś marginalne znaczenie. Wśród nabywców żywności ekologicznej zaledwie co czwarty z badanych motywował tego typu zakupy względami wynikającymi z troski o środowisko naturalne.

Istotne znaczenie w odniesieniu do konsumpcji żywności ekologicznej mają także oczekiwania konsumentów co do asortymentu. Najczęściej ankietowani odczuwali braki w zakresie takich produktów, jak: mięso i jego przetwory (31,5%), odżywki dla dzieci (24,7%), warzywa i owoce (19,6%) oraz przetwory mleczne (11,7%). Odczuwane braki w asortymencie żywności organicznej powinny stanowić wskazówkę dla krajowych producentów rolnych przy tworzeniu oferty produktów ekologicznych.

Respondentom zadano pytanie, w jaki sposób kryzys gospodarczy wpłynął na zakup żywności ekologicznej. Z badań wynika, że co druga ankietowana osoba, która przed pojawieniem się kryzysu kupowała żywność ekologiczną, ograniczyła jej zakupy. Ograniczenie ilości kupowanej żywności organicznej

podyktowane było gównie pogorszeniem siê sytuacji materialnej rodziny. Z kolei 2/5 respondentów było zdania, że w ich gospodarstwach domowych kryzys finansowo-ekonomiczny nie spowodował żadnych zmian w tym zakresie. Jedynie co dziesiąty badany twierdził, że całkowicie zrezygnował z zakupu żywnoŒci ekologicznej.

6. Czynniki wpływające na zakup artykułów żywnoŒciowych

W okresie kryzysu finansowo-ekonomicznego zachowanie gospodarstw domowych w zakresie spożywania żywnoŒci uległo niewielkiej metamorfozie. Gospodarstwa domowe w dalszym ciągu duŒą wagę przy nabywaniu produktów żywnoŒciowych przywiązują do ŒwiežoŒci, jakoŒci czy pochodzenia produktu, natomiast coraz mniej sã wrażliwi na promocję, reklamę, komplementarnoŒć oferty oraz miejsce zakupu (tab. 3). W Œwietle przeprowadzonych badań te wyniki nie sã zaskakujące.

Wyszczególnienie	Ma bardzo duŒe znaczenie	Ma duŒe znaczenie	Nie ma żadnego znaczenia
Cena	80,4	16,5	3,1
JakoŒć	61,2	31,4	7,4
Warunki uŒytkowe	42,7	57,3	–
Marka	25,1	54,2	20,7
Moda	16,4	43,7	39,9
Promocje	48,6	33,0	18,4
Miejsce zakupu	11,6	52,2	36,2
Opakowanie produktu	25,4	55,1	19,5
Przyzwyczajenie	10,7	39,9	49,4
Chęć wyróżnienia siê	3,6	9,8	86,6
Reklama	25,2	57,5	17,3
Inne (<i>jakie? proszê wymienić...</i>)	–	–	–

Tab. 3. Determinanty zakupu artykułów żywnoŒciowych w ankietowanych gospodarstwach domowych w okresie kryzysu (w %). Źródło: badania własne.

Z przeprowadzonych badań wynika, że cena produktu jest najwaŒniejszym czynnikiem decydującym o zakupie produktów żywnoŒciowych. Wskazały na nią ponad 4/5 ankietowanych. Sytuacja ta nie dziwi, zwaŒywszy trudną sytuację finansową gospodarstw w okresie kryzysu oraz asygnowanie na cele żywnoŒciowe znacznej częŒci rozporządzalnych dochodów. Na podstawie zgromadzonego materiału empirycznego zaobserwowano, że kobiety nieco częŒciej wymieniały cenę jako czynnik odgrywający największe znaczenie

przy zakupie produktów żywnościowych niż mężczyźni (odpowiednio: 84,1% i 80,3%). Odnotowano też, iż na opinie badanych wpływał miał ich wiek. Najrzadziej deklarowali zgodność z tym stwierdzeniem najmłodszy respondenci w wieku 18–25 lat (59,6%), najczęściej zaś z grupy wiekowej 65 lat i więcej (89,9%). Poziom wykształcenia to kolejna zmienna różnicująca opinie badanej populacji na temat wpływu ceny na decyzje zakupu produktów żywnościowych. Najczęściej osoby posiadające wykształcenie podstawowe (94,1%) i zasadnicze zawodowe (91,2%) deklarowały, że przy zakupie najistotniejsze znaczenie ma dla nich cena produktu. Aktywność zawodowa ankietowanego także różnicowała wypowiedzi respondentów. Najczęściej deklarowali zgodność z tym stwierdzeniem respondenci wywodzący się z 3-osobowych lub 2-osobowych gospodarstw domowych (81,6%), najrzadziej z 1-osobowych (95,1%).

Przeszło 3/5 respondentów wskazało jakość produktu, jako czynnik odgrywający kluczową rolę przy zakupie produktów żywnościowych (zwłaszcza ekożywności). Przywiązywanie wagi do jakości produktu wzrasta w miarę wzrostu dochodów. Zamożniejsi konsumenci, z natury bardziej wymagający, aspirujący i poszukujący są zainteresowani nabywaniem lepszych substytutów danego produktu bądź produktów bardziej luksusowych, nawet w okresie kryzysu. Potwierdzają to z resztą przeprowadzone badania bezpośrednie. Największe zainteresowanie dobrami lepszej jakości wystąpiło w gospodarstwach najzamożniejszych, dysponujących miesięcznym rozporządzalnym dochodem powyżej 5000,00 zł na 1 osobę i odwrotnie – im niższe dochody, tym mniejszego znaczenia nabiera jakość produktu. Należy w tym miejscu zaznaczyć, że jakość jest zespołem zalet i wad określonego produktu żywnościowego widzianych oczami konsumenta i jako typowa cecha niemierzalna ma wymiar czysto subiektywny, odnoszący się do konkretnej osoby. Wiek również w tym przypadku okazał się zmienną różnicującą opinie respondentów w tym zakresie. Najczęściej opinię na temat jakości jako czynnika mającego najistotniejsze znaczenie przy zakupie produktów żywnościowych wyrażali ankietowani z grupy wiekowej 26–44 lata (71,8%), najrzadziej zaś z grupy wiekowej 65 lat i więcej (29,3%). Poziom wykształcenia to także zmienna różnicująca opinie ankietowanych na temat istoty jakości nabywanych produktów żywnościowych. Najczęściej opinię tę deklarowali respondenci legitymujący się wykształceniem wyższym (72,4%), najrzadziej z wykształceniem podstawowym (26,9%).

Dla prawie połowy ankietowanych istotne znaczenie przy zakupie produktów żywnościowych mają również promocje, zaś dla ponad 2/5 badanych – wartości użytkowe. Najczęściej te czynniki jako kluczowy determinant zakupu produktów żywnościowych wskazywały osoby z grupy wiekowej 45–64 lata (46,7%), posiadające wykształcenie średnie (46,9%) i dysponujące miesięcznymi dochodami *per capita* do 2000,00 zł (49,1%).

Co czwarty ankietowany wskazał markę, reklamę i opakowanie produktu jako czynniki odgrywające istotną rolę przy dokonywaniu zakupów.

Rozkład odpowiedzi był zróżnicowany, uzależniony w dużej mierze od zamożności gospodarstwa domowego (32,4% w gospodarstwach najzamożniejszych, 11,2% w gospodarstwach domowych o najniższej zamożności, do 1000,00 zł na 1 osobę), poziomu wykształcenia (34,6% wskazań wśród osób legitymujących się wykształceniem wyższym, najmniej wśród respondentów z wykształceniem podstawowym – 9,1%), wieku (najczęściej wagę do marki jako czynnika mającego najistotniejsze znaczenie przy zakupie żywności przywiązywali respondenci w grupie wiekowej 26–44 lata, najrzadziej z grupy wiekowej 65 lat i więcej). Znacznie mniej ankietowanych wskazało na: modę (16,4%), miejsce zakupu (11,6%), przyzwyczajenia (10,7%) oraz chęć wyróżnienia się (3,6%).

7. Podsumowanie

Współczesny kryzys finansowo-ekonomiczny, który postrzegany jest jako efekt neoliberalnego kapitalizmu, ma znacznie szerszy zakres i konsekwencje, niż można było oczekiwać w pierwszej jego fazie. Negatywny szok popytowy charakterystyczny dla kryzysu rzutuje bezpośrednio na spadek globalnego popytu na produkty oraz zmniejszenie wolumenu produkcji w gospodarce. Jednakże spadek wielkości produkcji nie pozostaje bez wpływu na rynek pracy, na którym zachodzą procesy przystosowawcze. Z kolei związek kryzysu finansowo-ekonomicznego i sytuacji na rynku pracy rzutuje na sferę konsumpcji i zachowania nabywcze gospodarstw domowych, czyli wpływa na ich postępowanie na rynku w zakresie podejmowania decyzji konsumpcyjnych mających na celu zaspokojenie odczuwanych potrzeb.

W sytuacji występowania trudności finansowych ograniczeniu podlegają wydatki na dobra i usługi zaspokajające potrzeby o różnym stopniu pilności. Z przeprowadzonych badań wynika, że ograniczenia w wydatkach konsumpcyjnych dotyczyły w dużym stopniu artykułów żywnościowych. Zmniejszenie wydatków na żywność wykazało 42,5% badanych rodzin i jedynie co trzeci ankietowany nie dokonał żadnych zmian w tym zakresie. W okresie kryzysu co trzeci badany przeznaczał na żywność 20% swoich miesięcznych dochodów, prawie 3/5 respondentów na ten cel wydatkowało do 30% miesięcznych dochodów, zaś co 10 ankietowany twierdził, że na artykuły żywnościowe przeznacza do 40% miesięcznych rozporządzalnych dochodów.

Ograniczenie wydatków konsumpcyjnych będące konsekwencją kryzysu finansowo-ekonomicznego badane gospodarstwa domowe osiągały głównie poprzez zmniejszenie ilości kupowanych artykułów żywnościowych, zmianę struktury zakupów i konsumpcji, szersze korzystanie z własnych upraw, jak również z pomocy rodziny i pomocy świadczonej przez organizacje pomocy społecznej różnego rodzaju. Najistotniejszym czynnikiem branym pod uwagę przez konsumentów przy zakupie artykułów żywnościowych jest cena produktu, zaś marginalne znaczenie mają takie determinanty, jak: moda, miejsce zakupu, przyzwyczajenie oraz chęć wyróżnienia się.

Zaprezentowane wyniki badań pozwalają stwierdzić, że kryzys finansowo-ekonomiczny nie wywołał drastycznych zmian w poziomie i strukturze konsumpcji wielkomiejskich gospodarstw domowych. Potwierdzają to działania asekuracyjne, jakie zostały podjęte przez ankietowane gospodarstwa domowe. Siła zmian w zachowaniach konsumentów wykazała ścisłą korelację z sytuacją ekonomiczną gospodarstw. Niewątpliwie słabsza w porównaniu z innymi krajami Unii Europejskiej reakcja polskiego społeczeństwa na konsekwencje wynikające z kryzysu finansowo-ekonomicznego wynika z niższego stopnia zadłużenia polskich konsumentów, niż ma to miejsce w gospodarkach rozwiniętych, oraz stosunkowo dużego zaufania do systemu bankowego. Należy również pamiętać o tym, że w Polsce mamy do czynienia ze spowolnieniem gospodarczym, a nie recesją, co również wpływa na poziom wydatków konsumpcyjnych i zachowania nabywcze gospodarstw domowych.

Przypisy

¹ Na terenie poszczególnych miast badania ankietowe zostały przeprowadzone na osiedlach:

- Warszawa: Boernerowo, Grochów-Południe, Imielin, Jelonki, Kabaty, Nadwiśle, Nowodwory, Pelcowizna, Piaski, Pyry, Radość, Sadyba, Salomea, Szczęśliwice, Tarchomin, Utrata, Wrzeciono, Zacisze i Zawody.
- Kraków: Azory, Bieżanów, Borek Fałęcki, Bronowice Nowe, Kapelanka, Kurdwanów, Osiedle Słoneczne, Płaszów, Prokocim i Wola Justowska.
- Łódź: Chojny-Zatorze, Dąbrowa, Koziny, Łągiwniki, Nowosolana, Olechów-Janów, Radogoszcz, Stary Widzew, Stoki, Teofilów i Złotno.
- Poznań: Dębiec, Głuszyna, Jeżyce, Kiekrz, Ławica, Ogrody, Osiedle Jana III Sobieskiego, Osiedle Kwiatowe, Piątkowo, Rataje i Świerczewo.
- Wrocław: Gaj, Grabiszyn, Klecina, Kowale, Leśnica, Nowy Dwór, Oporów, Pilczyce, Ratyń, Tarnogaj i Zakrzów.
- Szczecin: Bukowo, Bukowo-Kijewo, Dąbie, Rumieńce, Podjuchy, Pomorzany i Skolwin.
- Gdańsk: Aniołki, Brzeźno, Nowy Port, Osowa, Przymorze Wielkie, Siedlce, Stogi, Strzyża, Zaspas-Młyniec i Żabianka.
- Katowice: Giszowiec, Kostuchna, Ligota-Panewniki, Osiedle Tysiąclecia, Osiedle Witosy, Szopienice-Burowiec i Zarzecze.
- Lublin: Kośminek, Osiedle Jagiellońskie, Osiedle Łąkowa, Osiedle Młodej Polski, Osiedle Niepodległości, Osiedle Pogodna, Osiedle Ruta, Osiedle Słowackiego, Osiedle Szymanowskiego, Osiedle Widok, Węglin i Zembrzyce Kościelne.
- Białystok: Banieczki, Bema, Dojlidy, Jaroszkówka, Skorupy, Wygoda, Zawady i Zielone Wzgórze.

Bibliografia

- Gutkowska, K., Ozimek, I. i Laskowski, W. (2001). *Uwarunkowania konsumpcji w polskich gospodarstwach domowych*. Warszawa: Wydawnictwo SGGW.
- Kowrygo, B., Sawicka, B. i Świsłak, E. (1998) Samozaopatrzenie gospodarstw domowych w żywność w okresie transformacji ustrojowej w Polsce. *Wies i Rolnictwo*, (1).
- Sztumski, J. (1999). *Socjologia pracy*. Katowice: GWSH.
- Zalega, T. (2008). *Konsumpcja w gospodarstwach domowych o niepewnych dochodach*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Warszawskiego.

- Zalega T. (2011). *Mikroekonomia współczesna*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe Wydziału Zarządzania Uniwersytetu Warszawskiego.
- Zalega, T. (2012a). *Konsumpcja. Determinanty, teorie i modele*. Warszawa: Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne.
- Zalega, T. (2012b) (w druku). *Konsumpcja w wielkomiejskich gospodarstwach domowych w Polsce okresie kryzysu finansowo-ekonomicznego*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe Wydziału Zarządzania Uniwersytetu Warszawskiego.