Magdalena Dykiel[1,2], Marta Pisarek[1,2], Magdalena Liszka[1], Sylwia Kobs[1]

[1]Uniwersytet Rzeszowski
[2]Państwowa Wyższa Szkoła Zawodowa im. Stanisława Pigonia w Krośnie

ZNAJOMOŚĆ ŻYWNOŚCI ALTERNATYWNEJ WŚRÓD MŁODZIEŻY STUDIUJĄCEJ W RZESZOWIE I KROŚNIE

Streszczenie
W pracy przedstawiono wyniki badań, których celem było określenie znajomości żywności alternatywnej wśród młodzieży studiującej w dwóch ośrodkach akademickich rzeszowskim i krośnieńskim. Badania wykonano metodą bezpośredniego wywiadu, dzięki któremu sprawdzono stopień znajomości i rozpoznawalności żywności ekologicznej, tradycyjnej, funkcjonalnej i wygodnej. Dodatkowo ukazano zwyczaje konsumenckie (m. in. częstotliwość, miejsca i powody zakupu). Wszyscy studenci najlepiej znali pojęcia żywność ekologiczna i tradycyjna. Najczęściej kupowaną żywnością alternatywną wśród studentów mieszkających w akademikach była żywność wygodna. Natomiast studenci pozostający w domu rodzinnym chętniej kupowali żywność tradycyjną.

Słowa kluczowe: żywność ekologiczna, żywność regionalna i tradycyjna, żywność funkcjonalna, żywność wygodna

Wstęp

W ostatnich latach struktura spożycia żywności w Polsce uległa zasadniczym przemianom ilościowym oraz jakościowym i zapewne w przyszłości będzie podlegała dalszym zmianom. Przeobrażenia te mają wpływ na gospodarkę kraju, a jednocześnie nie są obojętne dla zdrowia społeczeństwa. Sektor gospodarki żywnościowej ulega ewolucji nie tylko pod wpływem decyzji konsumentów na rynku, ale sam je inspiruje, promując na różne sposoby określone produkty czy też oddziałuje na sposób żywienia [Sojkin i Olejniczak 2012]. Trzeba jednak uwzględniać to, że żywność jest dobrem szczególnym, które warunkuje zdrowie i dobrostan człowieka [Laskowski 2008]. Odpowiednie żywienie powinno zapewnić dobre samopoczucie i jednocześnie zmniejszyć ryzyko występowania chorób cywilizacyjnych [Żelezik 2009].

Wymogi konsumenta są podstawowym kryterium kształtującym jakość produktów żywnościowych w gospodarce wolnorynkowej. Dzisiejszy konsument oczekuje żywności wysokiej jakości, tj. bezpiecznej, o dużych walorach sensorycznych, o prozdrowotnych właściwościach i wygodnej w użyciu. Znajomość postaw konsumentów stanowi cenne źródło informacji niezbędnych dla producentów w trakcie opracowywania strategii marketingowych związanych z projektowaniem oraz wprowadzaniem na rynek nowych produktów [Babicz-Zielińska 2010].

W niniejszej publikacji zwrócono uwagę na żywność alternatywną do której zaliczona się:

- żywność ekologiczną - produkty spożywcze, o obniżonym poziomie zanieczyszczeń chemicznych, otrzymywane z surowców pozyskiwanych w gospodarstwach rolnych, stosujących alternatywne metody produkcji czyli ekologiczne, inaczej biodynamiczne czy zintegrowane [Gertig 2010],
- żywność tradycyjną – produkt charakteryzuje się specyficzną cechą lub cechami, które odróżniają ją od innych podobnych produktów w ramach tej samej kategorii w zakresie „tradycyjnych składników", z których została wytworzona, „tradycyjnego składu" oraz „tradycyjnej metody produkcji i/lub sposobu przetwarzania" [Sajdakowska i Żakowska-Biemans 2009],
- żywność funkcjonalną – produkty spożywcze i napoje wykazujące udokumentowany korzystny wpływ na zdrowie ponad ten, który wynika z obecności w nich składników odżywczych uznawanych za niezbędne [Śliwińska i Lesiów 2013],
- żywność wygodną – produkty gotowe do bezpośredniego spożycia lub wymagające niewielkiej obróbki kulinarnej, porcjowane i pakowane w sposób szczególnie dogodny dla konsumenta. Mogą to być zarówno wyroby o dużym stopniu przetworzenia, jak i mało przetworzone artykuły do szybkiego spożycia [Gawęcki 2002].

Celem niniejszej pracy było określenie znajomości żywności alternatywnej wśród młodzieży studiującej. Realizując ten cel postanowiono ocenić wpływ czynników decydujących o zakupie danej żywności lub ich braku, miejsce zaopatrywania się i częstotliwość zakupu oraz rodzaju kupowanej żywności alternatywnej.

Materiał i metody badań

Badania wykonano metodą bezpośredniego wywiadu. Kwestionariusz ankiety składał się z pytań dotyczących żywności ekologicznej, regionalnej i tradycyjnej, funkcjonalnej i wygodnej. Pytano w nim o znajomość ww. grup żywności oraz zwyczaje konsumenckie (m.in. częstotliwość, miejsca i powody zakupu).

Badania zostały przeprowadzone dwukrotnie; w styczniu 2011 roku wśród młodzieży studiującej w Rzeszowie oraz w marcu 2014 roku wśród studentów studiujących w Krośnie. Badaniami objęto:

- 50 - osobowyche grupy studentów wydziałów rzeszowskich: Biologiczno -Rolniczego (Uniwersytet Rzeszowski, oznaczonego w tabelach jako I), Wychowania Fizycznego (Uniwersytet Rzeszowski, oznaczonego jako II), Lotnictwa i Budowy Maszyn (Politechnika Rzeszowska, oznaczonego jako III).
- 30 - osobowe grupy studentów Państwowej Wyższej Szkoły Zawodowej w Krośnie, kierunków: Mechaniki i Budowy Maszyn (oznaczonego w tabelach jako IV), Inżynierii Środowisk (oznaczonego w tabelach jako V), Rolnictwo (oznaczonego w tabelach jako VI).

Wybór studentów w danej grupie był losowy. Studenci wydziałów rzeszowskich reprezentowali głównie średni poziom zamożności (72% dysponowało 1000-2500 zł miesięcznie), w 66% pochodzili z małych lub średnich

miast, u 84% badanych liczba osób w rodzinie nie przekraczała 4, a wiek badanych wahał się w granicach 19-25 lat. Natomiast respondenci studiujący w Krośnie reprezentowali średni i niski poziom zamożności (47% dysponowało 1000-2500 zł miesięcznie, 32% do 1000 zł). Miejscem zamieszkania większej części respondentów studiujących w Krośnie (78 %) były tereny wiejskie. Średnia wieku badanych studentów wynosiła 21 lat, zaś średnia liczba osób w rodzinie to 5 osób.

Wyniki badań

W tabela 1 podano wyniki dotyczące znajomości wśród studentów różnorodnych form żywności alternatywnej. Żywność ekologiczna i tradycyjna była identyfikowana przez większość zapytanych studentów. Natomiast nazwę żywność funkcjonalna słyszało średnio 70% rzeszowskiej młodzieży akademickiej (od 86% studentów wydziału biologiczno-rolniczego do 44% wydziału lotnictwa). Respondenci z Krosna pojęcie to identyfikowali od 46 do 75% w zależności od studiowanego kierunku. Znajomość pojęcia żywność wygodna była zróżnicowana w zależności od roku badań. W roku 2011 liczba osób, która nie słyszała o takiej formie żywności wahała się w przedziale 24-84%, a 3 lata później średnio tylko co 4 osoba nie słyszała nic o żywności wygodnej.

Tabela 1. Znajomości żywności alternatywnej przez młodzież studiującą w Rzeszowie i Krośnie (% pozytywnych odpowiedzi)

Grupa badawcza	Żywność ekologiczna	Żywność tradycyjna	Żywność funkcjonalna	Żywność wygodna
Rok 2011				
I	100	100	86	76
II	100	90	80	56
III	92	72	44	16
Rok 2014				
IV	100	10	67	80
V	100	71	46	71
VI	100	100	75	75

W tabeli 2. przedstawiono źródła informacji, z których studenci czerpali wiedzę na temat rodzajów żywności alternatywnej.

Tabela 2. Źródła informacji o żywności alternatywnej (% odpowiedzi)

Wyszczególnienie	Żywność ekologiczna			Żywność tradycyjna			Żywność funkcjonalna			Żywność wygodna		
	Rok 2011											
	I	II	III	I	II	III	I	II	III	I	II	III
Radio	6	12	0	4	2	4	0	6	0	2	0	4
TV	24	10	18	20	16	6	92	84	80	100	90	96
Prasa codzienna	52	42	24	38	26	12	10	12	6	60	58	64

Prasa „kolorowa”	4	0	0	2	2	0	72	56	62	76	88	70
Internet	96	58	10	88	50	12	60	66	10	48	44	50
Rodzice/znajomi	46	22	8	38	56	14	20	34	24	68	54	62
Targi żywności	74	14	2	80	20	4	2	6	0	4	6	0
Uczelnia	100	36	0	100	30	0	44	50	0	34	4	0
Inne	18	0	0	0	8	0	2	14	6	6	0	2
Nie pamiętam	10	8	8	0	4	0	16	10	2	12	10	14
	Rok 2014											
	IV	V	VI	IV	V	VI	IV	V	VI	IV	V	VI
Radio	13	58	20	0	6	5	0	0	0	33	65	33
TV	40	88	80	47	82	45	40	55	7	50	82	53
Prasa codzienna	0	8	15	7	12	10	0	27	7	8	35	27
Prasa „kolorowa”	0	33	35	7	12	25	0	9	20	0	18	7
Internet	60	88	50	53	53	35	60	100	13	58	71	40
Rodzice/znajomi	33	17	15	53	24	5	10	9	7	25	29	7
Targi żywności	0	17	30	20	6	20	0	0	0	0	0	0
Uczelnia	53	29	80	33	0	55	10	9	67	17	24	33
Inne	0	0	0	0	6	0	10	0	0	0	0	0
Nie pamiętam	13	0	0	7	6	0	10	0	0	17	0	0

Studenci uczący się w rzeszowskim ośrodku akademickim na wydziale biologiczno-rolniczego najczęściej z pojęciem „żywność ekologiczna” spotkali się na uczelni (np. na wykładach), na targach żywności oraz w zasobach Internetu, najrzadziej słyszeli w audycjach radiowych i czytali w doniesieniach prasy kolorowej. Również dla studentów wychowania fizycznego ważnym źródłem informacji okazał się Internet oraz rodzima uczelnia. Pojęcie „żywność tradycyjna” była najczęściej spotkana przez studentów wydziału biologiczno-rolniczego na targach żywności, na uczelni i Internecie zaś dla studentów wychowania fizycznego najlepszym źródłem informacji byli znajomi i rodzina. Natomiast z nazwami „żywność funkcjonalna” i „żywność wygodna” wszyscy rzeszowscy studenci najczęściej zetknęli się w Internecie, prasie kolorowej oraz telewizji.

Studenci z krośnieńskiego ośrodka akademickiego najczęściej mają kontakt z różnorodnymi formami pojęcia żywności alternatywnej poprzez zasoby Internetu i programy w telewizji. Wiele osób pozyskuje informację również na uczelni, na której studiuje, jak też we własnych domach rodzinnych. Inne źródła informacji związane z żywnością alternatywną nie efektywnie docierają do tej grupy studentów.

Studenci z Rzeszowa i Krosna mieli odmienne preferencje co do zakupu żywności ekologicznej, tradycyjnej i funkcjonalnej. Natomiast żywność wygodną kupowali oni na podobnym poziomie niezależnie od miejsca studiowania i kierunku. Rzeszowska młodzież bardzo chętnie kupowała żywność wygodną (100% odpowiedzi) oraz funkcjonalną (78-88%), natomiast studenci z Krosna w pierwszej kolejności kupować żywność tradycyjną (54-80%), a następnie ekologiczną i wygodną (tab. 3).

Tabela 3. Procentowy udział respondentów kupujących żywności alternatywną

Grupa badawcza	Żywność ekologiczna	Żywność tradycyjna	Żywność funkcjonalna	Żywność wygodna
Rok 2011				
I	44	26	78	100
II	18	20	88	100
III	16	14	76	100
Rok 2014				
IV	53	80	33	67
V	79	54	33	67
VI	70	80	45	75

W tabeli 4. przedstawiono miejsca, w których najczęściej kupowana była żywność alternatywna. Studenci z Rzeszowa żywność ekologiczną najczęściej kupowali na kiermaszach i targach, sklepach specjalistycznych oraz hipermarketach i supermarketach, tak jak i żywność tradycyjną. Najrzadziej pozyskiwali ją w sklepach osiedlowych i sklepach internetowych. Natomiast żywność wygodna i funkcjonalna była najczęściej kupowana w supermarketach, hipermarketach i sklepach osiedlowych. Dla studentów z krośnieńskiego ośrodka akademickiego również głównym źródłem pozyskiwania żywności alternatywnej były hiper- i supermarkety oraz sklepy osiedlowe. Żywność ekologiczna i tradycyjna często kupowana była prosto od producentów.

Tabela 4. Miejsca zakupu żywności alternatywnej (% odpowiedzi)

Wyszczególnienie	Żywność ekologiczna			Żywność tradycyjna			Żywność funkcjonalna			Żywność wygodna		
	Rok 2011											
	I	II	III	I	II	III	I	II	III	I	II	III
Hipermarket/ supermarket	18	55	25	16	30	28	90	88	87	100	100	86
Sklep osiedlowy	5	11	12	8	10	0	85	84	78	42	56	60
Sklep specjalistyczny	14	0	25	0	20	14	13	9	16	4	0	2
Kiermasze/ targi	82	77	88	77	80	71	0	0	0	0	0	0
Sklep internetowy	9	11	0	16	10	14	0	7	11	0	4	4
Serwis aukcyjny	0	0	0	8	0	14	13	0	16	0	2	6
U producenta	14	33	25	8	30	43	0	0	0	0	0	0
	Rok 2014											
	IV	V	VI	IV	V	VI	IV	V	VI	IV	V	VI
Hipermarket/ supermarket	38	89	71	33	69	50	40	38	44	70	75	87
Sklep osiedlowy	25	26	7	17	38	6	0	0	44	30	44	40
Sklep specjalistyczny	0	5	21	25	8	25	40	50	22	20	6	7
Kiermasze/ targi	13	32	21	33	15	25	0	0	0	0	0	0
Sklep internetowy	0	5	0	8	0	0	0	25	0	10	13	7
Serwis aukcyjny	0	5	0	8	0	0	0	0	0	10	0	0
U producenta	50	5	14	58	15	13	0	0	0	10	0	0

Jak wynika z danych zamieszczonych w tabeli 5 studenci z Rzeszowa i Krosna żywność ekologiczną i tradycyjną kupują tylko okazjonalnie. Natomiast żywność funkcjonalną i wygodną młodzież ucząca się w rzeszowskim ośrodku kupuje codziennie lub kilka razy w tygodniu. Studenci z Krosna tylko żywność wygodną kupują dość często i szczególnie dotyczy to młodzieży uczącej się na kierunku Rolnictwo.

Tabela. 5. Częstotliwość kupowania żywności alternatywnej (% odpowiedzi)

Wyszczególnienie	**Żywność ekologiczna**			**Żywność tradycyjna**			**Żywność funkcjonalna**			**Żywność wygodna**		
	Rok 2011											
	I	II	III	I	II	III	I	II	III	I	II	III
Codziennie	0	0	0	0	0	0	20	16	21	26	32	40
Kilka razy w tygodniu	0	12	0	8	10	0	44	55	18	62	56	50
Kilka razy w miesiącu	10	0	0	15	10	15	36	28	48	12	10	6
Sporadycznie	90	88	100	77	80	85	0	0	13	0	2	4
	Rok 2014											
	IV	V	VI	IV	V	VI	IV	V	VI	IV	V	VI
Codziennie	13	0	0	0	15	0	0	0	11	10	13	7
Kilka razy w tygodniu	25	5	0	33	31	19	0	0	0	10	38	40
Kilka razy w miesiącu	38	58	7	25	23	25	0	13	22	20	19	33
Sporadycznie	38	53	100	42	38	56	80	75	56	50	19	20

Studenci z Rzeszowa i Krosna jako podstawowy motywem kupowania żywności ekologicznej podawali brak w niej chemicznych konserwantów, a także lepsze walory smakowe i odżywcze. Znaczny odsetek krośnieńskich studentów deklaruje zakup żywności ekologicznej w celu zadbania o własne zdrowie, co może być odpowiedzią na panującą obecnie modą na zdrowe odżywianie. Najmniej studentów kupuje tą żywność pod wpływem reklamy, czy z powodu bycia „eko" (tab. 6). Również dla studentów obu uczelni ważnym powodem kupowania żywności tradycyjnej jest brak w niej chemicznych konserwantów i lepsze walory smakowe oraz odżywcze, a także dbanie o własne zdrowie. Niewiele studentów kupuje żywność tradycyjną z ciekawości (tylko 10% młodzieży z wydziału wychowania fizycznego, 25% młodzieży z kierunku MBM oraz 8% Inżynierii Środowiska) lub pod wpływem reklamy (o 8% studentów z wydziału biologiczno-rolniczego i Inżynierii Środowiska oraz 14% z wydziału lotnictwa) (tab. 6).

Głównym powodem kupowania żywności funkcjonalnej przez rzeszowskich studentów była poprawa nastroju i zwiększenie wydajności psychofizycznej organizmu, a następnie lepsze walory smakowe oraz odżywcze. Studenci krośnieńscy kupują żywność funkcjonalną z trzech powodów: ze względu na dietę, poprawę nastroju i zwiększenia wydajności psychofizycznej organizmu, lepsze walory smakowe. Podobne wyniki uzyskali Górecka i in. [2009] na grupie osób dorosłych. Prawie wszyscy ankietowani studenci deklarują braku wpływu reklamy na decyzje przy zakupie tego typu żywności (tab. 6), co prawdopodobnie rozbiega się z wiarygodnością wypowiedzi. Dąbrowska i Babicz-Zielińska [2011] powołując się na licznych autorów wskazują, że właśnie treści przekazywane w reklamach często kształtują postawę zachowań konsumenckich na rynku żywności nowej generacji.

Wszyscy rzeszowscy studenci kupowali żywność wygodną z powodu szybkości i łatwości w przygotowaniu, a niewielu z nich zaopatrywało się w tego typu żywność z ciekawości. Dodatkowo studenci decyzje o zakupie tej żywność tłumaczyli brakiem czasu na przygotowanie posiłku. Wśród studentów studiujących w Krośnie żywność wygodna kupowana była ze względu na szybkość i łatwość w przygotowaniu. Pojawiła się też dość znaczna grupa studentów dla której bodźcem do zakupu żywności wygodnej była ciekawość (tab. 6). Częste spożywanie żywności wygodnej nie jest zaskoczeniem dla Dąbrowskiej, Babicz-Zielińskiej [2011], które jako wyznacznik coraz większego na nią popytu wskazują zmianę stylu życia i duże jego tempo.

Tabela 6. Powody kupowania żywności alternatywnej (% odpowiedzi)

Wyszczególnienie	Rok 2011			Rok 2014		
	I	II	III	IV	V	VI
Żywność ekologiczna						
Lepsze walory smakowe i odżywcze	77	66	75	50	42	57
Jest bez chemicznych konserwantów	100	88	50	63	100	86
Dbanie o własne zdrowie	24	33	25	63	63	50
Z powodu mody na bycie „eko”	16	11	12	0	0	0
Dbanie o środowisko naturalne	20	22	12	25	5	29
Pod wpływem reklamy	9	11	0	0	0	0
Inne	5	0	0	0	0	0
Żywność tradycyjna						
Lepsze walory smakowe i odżywcze	70	80	85	67	77	75
Jest bez chemicznych konserwantów	92	70	85	50	38	50
Dbanie o własne zdrowie	15	30	42	42	38	31
Z powodu mody na bycie „slow”	40	10	28	0	0	0
Pod wpływem reklamy	8	0	14	0	8	0
Z ciekawości	0	10	0	25	8	0
Żywność funkcjonalna						
Poprawia nastrój i zwiększa wydajność psychofizyczną organizmu	46	81	47	20	38	22
Ze względu na dietę (alergia, cukrzyca)	5	2	8	20	50	22
Lepsze walory smakowe i odżywcze	28	22	30	20	25	33
Z powodu mody na bycie „slow”	3	0	13	0	0	0
Pod wpływem reklamy	25	11	15	0	0	0
Z ciekawości	18	11	18	0	25	11
Żywność wygodna						
Jest szybka w przygotowaniu	100	100	100	50	81	73
Jest łatwa w przygotowaniu	100	100	100	50	75	73
Brak czasu na przygotowanie posiłku	78	62	72	10	38	20
Brak umiejętności kulinarnych	16	24	30	0	19	20
Atrakcyjność cenowa produktu	18	10	12	10	0	0
Z ciekawości	6	8	10	20	50	20
Inne	4	2	0	20	0	7

Źródło: badania własne

Wśród badanych studentów z Rzeszowa najczęściej kupowaną żywnością ekologiczną były owoce i warzywa oraz mleko. Podobnie na rynku żywności ekologicznej zachowywali się krośnieńscy studenci. Ponadto wśród tej grupy młodzieży wzrosło zainteresowanie innymi produktami, takimi jak: pieczywo i produkty zbożowe, miód, herbata oraz soki (tab. 7).

Tabela 7. Rodzaje kupowanej żywności (% odpowiedzi)

Wyszczególnienie	Rok 2011			Rok 2014		
	I	II	III	IV	V	VI
Żywność ekologiczna						
Owoce i warzywa (świeże, suszone, mrożone)	40	33	56	63	100	93
Przetwory owocowo-warzywne	14	11	16	13	21	21
Pieczywo	4	11	0	75	26	14
Produkty zbożowe	4	0	8	50	16	7
Mięso i produkty mięsne	9	0	0	13	26	21
Mleko i nabiał	32	22	22	75	53	14
Produkty dla dzieci	4	0	0	13	5	21
Miód i produkty pszczelarskie	9	11	0	38	32	14
Herbata, kawa	10	0	12	25	37	7
Soki, napoje alkoholowe i bezalkoholowe	0	11	16	25	26	7
Żywność tradycyjna						
Produkty mleczne	15	10	14	92	77	19
Produkty mięsne	38	50	57	67	62	50
Produkty rybołówstwa	0	8	0	42	15	0
Warzywa i owoce (w tym przetworzone)	15	20	14	58	54	50
Wyroby piekarnicze i cukiernicze	29	30	28	50	46	31
Oleje i tłuszcze	8	0	28	8	15	0
Miody	0	10	0	42	15	50
Gotowe dania i potrawy	0	0	3	8	23	0
Napoje alkoholowe i bezalkoholowe	3	0	0	42	15	6
Żywność funkcjonalna						
Wzbogacona	10	5	13	60	75	33
Niskoenergetyczna	51	36	40	0	25	22
Wysokobłonnikowa	5	0	5	0	50	22
Probiotyczna	23	20	18	0	13	11
O obniżonej zawartości sodu lub cholesterolu	3	9	0	20	38	0
Energetyzująca	66	70	58	40	50	0
Żywność wygodna						
Gotowe dania mrożonki lub mrożone półprodukty	46	40	38	50	75	53
Dania gotowe w słoikach	6	10	8	0	31	27
Dania gotowe w puszkach	10	8	14	10	19	33
Produkty instant	50	56	66	0	31	33

Dania gotowe na plastikowych tackach	8	12	6	40	31	7
Produkty pakowane w modyfikowanej atmosferze	2	4	0	0	6	0
Produkty spożywcze w kartonach	4	0	8	40	31	20
Inne	2	6	0	0	0	0

Wśród produktów żywności tradycyjnej, niezależnie od grupy badawczej, najczęściej kupowane są produkty mięsne, a także wyroby piekarnicze i cukiernicze. Ponadto przez studentów z Krosna chętnie kupowane były produkty mleczne, warzywa, miody, napoje.

Analizując rodzaje kupowanej żywności funkcjonalnej należy stwierdzić, że rzeszowska młodzież akademicka najczęściej kupowała produkty energetyzujące oraz niskoenergetyczne, zaś najrzadziej żywność wysokobłonnikowa i o obniżonej zawartości sodu lub cholesterolu. W Krośnie najchętniej kupowane były produkty wzbogacone i energetyzujące, a najmniej żywność probiotyczna.

Wśród szerokiej gamy przykładów „żywności wygodnej" kupowanej przez studentów, najczęściej w deklaracjach, pojawiały się mrożonki oraz dania gotowe w różnych opakowaniach. Ponadto krośnieńscy studenci częściej niż żaki z Rzeszowa wskazywali na produkty pakowane w modyfikowanej atmosferze i w kartonach (tab. 7).

Różne czynniki miały wpływ na decyzje zakupowe studentów. Wśród powodów, dla których studenci nie kupują żywności ekologicznej i tradycyjnej była przede wszystkim zbyt wysoka cena, a także brak zainteresowania tego typu żywnością i niewiedza, gdzie ją kupić i jak odróżnić. Motywem nie kupowania żywności funkcjonalnej był strach przed nowością i brak wiary w jej właściwości. Natomiast znaczącym powodem nie kupowania żywności wygodnej wśród ankietowanych studentów jest przekonanie o niskich walorach smakowych i odżywczych tej żywności (tab. 8).

Tabela 8. Powody, dla których żywność alternatywna nie jest kupowana (% odpowiedzi)

Wyszczególnienie	**Rok 2011**			**Rok 2014**		
	I	**II**	**III**	**IV**	**V**	**VI**
Żywność ekologiczna						
Brak zainteresowania żywnością ekologiczną	21	56	69	0	20	17
Brak wiedzy o punktach sprzedaży takiej żywności	32	17	24	0	0	0
Zbyt wysoka cena	43	39	50	100	80	0
Niewiedza, jak odróżnić żywność ekologiczną od pozostałej	12	46	72	0	60	33
Niewiara, że produkty są naprawdę ekologiczne	7	10	12	14	20	17
Inne	3	0	5	0	20	0
	Żywność tradycyjna					
Brak zainteresowania żywnością tradycyjną	13	50	44	0	18	25
Brak wiedzy o punkach sprzedaży takiej żywności	19	48	63	0	36	50
Zbyt wysoka cena	27	32	38	100	0	0

Niewiedza, jak odróżnić żywność tradycyjną od pozostałej	5	62	70	0	82	25
Zły smak	0	3	0	0	0	0
Inne	2	0	0	0	0	0
	Żywność funkcjonalna					
Brak zainteresowania żywnością funkcjonalną	27	50	41	20	50	36
Brak wiary w jej właściwości	45	66	58	20	13	18
Strach przed tego typu żywnością	36	83	41	0	13	9
Brak wiedzy o punktach sprzedaży	18	0	33	10	44	36
Zbyt wysoka cena	9	0	0	30	6	0
	Żywność wygodna					
Niskie walory smakowe i odżywcze	75	65	62	60	63	60
Nie wiem, gdzie można ją kupić	0	5	10	20	50	20
Nie potrafię odróżnić jej od innych produktów	0	0	0	20	38	0
Jest za droga	5	10	12	20	0	20

Babicz-Zielińska, Zabrocki [2007] na podstawie analizy wyników wielu badań polskich i zagranicznych autorów podkreślają, że najbardziej optymalny skład oraz wysoka wartość odżywcza żywności nie spowoduje pozytywnych skutków, jeśli nie zostanie przez konsumenta zaakceptowana. Okazuje się, że dla młodszego konsumenta wartość prozdrowotna żywności ma mniejsze znaczenie niż walory sensoryczne dlatego też należy wziąć pod uwagę ten aspekt zarówno w działaniach marketingowych przy wprowadzaniu nowych produktów na rynek, jak i szeroko pojętej edukacji żywieniowej. Również Sojkin, Olejniczak [2012] dostrzegają w zachowaniach młodych konsumentów tradycjonalizm i konserwatyzm co powoduje, że strategie innowacji na rynku produktów żywnościowych muszą być starannie przemyślane i zaplanowane.

Wnioski

1. Najlepiej znanym wśród studentów pojęciem żywności alternatywnej jest żywność ekologiczna i tradycyjna.
2. Internet, uczelnia, telewizja oraz znajomi i rodzina to najczęstsze źródło informacji, w którym badani spotkali się z pojęciem „żywność alternatywna".
3. Najczęściej kupowanym rodzajem żywności alternatywnej wśród studentów studiujących na uczelniach rzeszowskich jest żywność wygodna, zaś studiujących w Krośnie żywność tradycyjna. Determinantami sięgania po te produkty są przede wszystkim brak czasu na przygotowywanie tradycyjnych posiłków oraz niewątpliwe ich zalety w postaci łatwości i szybkości przygotowywania (studenci rzeszowskich ośrodków zamieszkują w większości akademiki natomiast większość studiujących w Krośnie mieszka w domu rodzinnym).
4. Młodzież studiująca w Rzeszowie spożywa zbyt dużo produktów przetworzonych, ale dba o własne zdrowie spożywając produkty funkcjonalne.
5. Żywność alternatywna jest kupowana głównie w supermarketach i hipermarketach oraz w sklepach osiedlowych.

6. Głównym powodem kupowania żywności ekologicznej i tradycyjnej jest brak chemicznych konserwantów, lepsze walory smakowe i odżywcze, a także dbanie o własne zdrowie, natomiast do głównych czynników wpływających na powód zakupu żywności funkcjonalnej jest poprawa nastroju i zwiększenie wydajności psychofizycznej organizmu oraz dieta, zaś do powodów przemawiających za żywnością wygodną jest szybkości i łatwości w przygotowaniu.
7. Rodzaje najczęściej kupowanej żywności: ekologicznej - owoce i warzywa, mleko oraz pieczywo i produkty zbożowe; tradycyjnej - produkty mięsne, mlecznych, piekarnicze, cukiernicze oraz warzywa i miody; funkcjonalnej - produkty energetyzujące oraz niskoenergetyczne, a także żywność probiotyczna; wygodnej - mrożonki oraz dania gotowe w różnych opakowaniach.

Piśmiennictwo

1. Babicz-Zielińska E. 2010: Postawy konsumentów wobec nowej żywności. Zesz. Nauk. Akademii Morskiej w Gdyni, 65: 16-22.
2. Babicz-Zielińska E., Zabrocki R. 2007: Postawy konsumentów wobec prozdrowotnej wartości żywności. Żywność. Nauka. Technologia. Jakość, 6 (55): 81-89.
3. Dąbrowska A., Babicz-Zielińska E. 2011: Zachowania konsumentów w stosunku do żywności nowej generacji. Hygeia Public Heath, 46(1): 39-46.
4. Gawęcki J., 2002: Żywność nowej generacji a racjonalne żywienie. Żywność, 33(4): 5-15.
5. Gertig H. 2010: O bezpieczeństwie żywności ekologicznej. Bromat. Chem. Toksykol., XLIII, 3: 406-414.
6. Górecka D., Czarnocińska J., Idzikowski M., Kawalec J., 2009: Postawy osób dorosłych wobec żywności funkcjonalnej w zależności od wieku i płci. Żywność. Nauka. Technologia. Jakość, 4 (65): 320-326.
7. Laskowski W. 2008: Zmiany poziomu spożycia żywności w Polsce. Zesz. Nauk. SGGW - Ekonomika i Organizacja Gospodarki Żywnościowej, 67: 5-14.
8. Sajdakowska M., Żakowska-Biemans S. 2009: Postrzeganie żywności tradycyjnej przez polskich konsumentów na podstawie badań jakościowych. Żywność. Nauka. Technologia. Jakość, 3 (64): 95-104.
9. Sojkin B., Olejniczak T., 2012: Innowacyjność produktowa przedsiębiorstw narybku artykułów żywnościowych. Konsumpcja i Rozwój: 1: 130-140.
10. Śliwińska A., Lesiów T. 2013. Lody jako żywność funkcjonalna – badania konsumenckie. Nauki Inżynierskie i Technologie/Engineering Sciences and Technologies, 1(8): 65-78.
11. Żelezik M. 2009: Dlaczego rolnictwo ekologiczne? Rocz. Świętokrzyski, Ser. B – Nauki Przyr., 30: 155-166.