



Gabriela Hanus

Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach
Wydział Zarządzania
Katedra Badań Konsumpcji
gabriela.hanus@edu.uekat.pl

PROZDROWOTNE ZACHOWANIA KONSUMENTÓW NA ŚWIATOWYM RYNKU ŻYWIENIOWYM

Streszczenie: Współcześnie naukowcy podkreślają związek pomiędzy spożywaną żywnością a stanem zdrowia jednostek. Rośnie także świadomość żywieniowa konsumentów, a ich wybory żywieniowe są skoncentrowane na zdrowiu. Niniejszy artykuł o charakterze przeglądowym miał na celu omówienie prozdrowotnych zachowań konsumentów i czynników je kształtujących na podstawie wtórnych źródeł informacji. W toku analiz ustalono, że konsumenci wybierają różne sposoby postępowania w celu osiągnięcia dobrego stanu zdrowia. Jedni decydują się na wybrany model żywieniowy, inni nabywają żywność organiczną lub funkcjonalną, wierząc, że zawarte w nich składniki odżywcze mogą być odpowiednią alternatywą dla leków farmaceutycznych. Zauważono także istotne różnice w nastawieniu i zachowaniu w stosunku do żywności prozdrowotnej pomiędzy przedstawicielami różnych pokoleń.

Słowa kluczowe: zachowania konsumentów, rynek żywieniowy, żywność organiczna, żywność funkcjonalna, diety.

JEL Classification: I12.

Wprowadzenie

Ze względu na rosnące zjawisko poważnych problemów zdrowotnych spowodowanych nadmierną konsumpcją wysoko przetworzonej i genetycznie modyfikowanej żywności, wyprodukowanej przez nowoczesne koncerny żywniowe [Voinea, 2011] dla wielu konsumentów zdrowie stało się kluczowym czynnikiem determinującym ich wybory żywieniowe [Larue i in., 2004, s. 155; Goetzke i Spiller, 2014]. Zdrowie i choroby zaczęły być postrzegane przez konsumentów raczej jako konsekwencje zachowania indywidualnych jednostek, niż

jako rezultat środowiska zewnętrznego czy obciążenia genetycznego. W efekcie rządy państw zaczęły kłaść nacisk na działania prewencyjne, otwierając wiele możliwości rozwoju dla rynku żywności ukierunkowanej na poprawę zdrowia.

Konsumenci podejmują różne kroki w celu poprawy stanu zdrowia, stosując diety, nabywając ekologiczne produkty czy żywność funkcjonalną. J.A. Milner [2002] zauważa, że w Ameryce Północnej konsumenci wierzą, że modyfikacja ich diety i stosowanie suplementów są dwoma najważniejszymi warunkami pozwalającymi na zmniejszenie kosztów leczenia oraz ogólne polepszenie stanu zdrowia.

Niniejszy artykuł o charakterze przeglądowym ma na celu omówienie prozdrowotnych zachowań konsumentów i czynników je kształtujących na podstawie wtórnych źródeł informacji. W ramach problemu badawczego scharakteryzowano globalne trendy w żywieniu konsumentów, żywność organiczną oraz funkcjonalną, a także zaprezentowano analizę wyników badań prowadzonych w wybranych gospodarkach. W opracowaniu wykorzystano metodę przeglądu literatury, a w szczególności dokonano przeglądu najnowszych doniesień publikowanych w recenzowanych czasopismach naukowych. Zakres podmiotowy obejmuje konsumentów, natomiast zakres przedmiotowy ich zachowania na rynku żywieniowym. Zakres czasowy dotyczy lat 2001- 2015. Zakres przestrzenny obejmuje wybrane gospodarki.

1. Przegląd literatury

Podejmując się tematyki prozdrowotnych zachowań konsumpcyjnych konsumentów, należy zwrócić uwagę na definicję konsumpcji oraz zachowań żywieniowych konsumentów.

Konsumpcja to proces, w rezultacie którego są zużywane przedmioty konsumpcji, takie jak dobra żywnościowe, artykuły nieżywnościowe i usługi. Jej głównym celem jest zaspokojenie potrzeb człowieka [Piekut, 2009], jednak należy zaznaczyć, że współcześnie stała się ona także istotnym przejawem poziomu życia, kryterium strukturyzacji społeczeństwa jak również sposobem komunikowania tożsamości konsumentów. G. Sobczyk [2014] zauważa, że konsumpcja umożliwiająca zaspokojenie potrzeb i oczekiwań człowieka może stać się czynnikiem inicjującym działanie i kreatywność.

W związku z tym, że spożywanie żywności jest warunkiem koniecznym do prawidłowego funkcjonowania organizmu ludzkiego, potrzeby żywieniowe są uważane za najważniejsze, a ich spełnienie warunkuje rozwój dalszych potrzeb [Zalega, 2011].

Do jednych z najważniejszych form zachowań konsumpcyjnych zalicza się zachowania żywieniowe konsumentów. Oznaczają one sposoby postępowania, a także postawy jednostek, które są bezpośrednio związane z zaspokojeniem potrzeb pokarmowych [Goryńska-Goldmann, Ratajczak, 2010]. K. Gutkowska i I. Ozimek [2005] podają, że zachowania żywieniowe są związane z wyborem artykułów żywnościowych i potraw, organizacją ich nabywania, sposobami przechowywania, planowania i przygotowywania do spożycia, a także z kompozycją posiłków, miejscem i czasem ich spożywania, jak również osobami towarzyszącymi.

1.1. Globalne trendy w żywieniu konsumentów

W ostatnich latach można zaobserwować istotne modyfikacje w zachowaniach żywieniowych konsumentów. Zmiany te są spowodowane głównie przez przemiany demograficzne, a przede wszystkim przez starzenie się społeczeństw w najbardziej rozwiniętych krajach, wyższą średnią długość życia oraz dążenie do poprawy jakości życia [Doyon i Labrecque, 2008]. Bardzo ważnymi czynnikami są także promocja zdrowia i wellness oraz zapobieganie czy minimalizowanie występowania chorób cywilizacyjnych.

Współcześnie zdrowe odżywianie stało się także elementem wizerunku konsumentów, zwłaszcza osób zamożnych i lepiej wykształconych, a stosowanie wybranej diety w odżywianiu jest wyznacznikiem indywidualnej lub zbiorowej tożsamości [Patrzałek, 2015]

A. Thompson i P. Moughan [2008] zidentyfikowali trzy główne globalne trendy w żywieniu: zindywidualizowane żywienie, kontrola wagi ciała i żywoność, która wpływa na zdrowie psychiczne.

Na rynku pojawia się coraz więcej ofert przeznaczonych do indywidualnego odbiorcy, mających sprostać jego wymaganiom i żywieniowym preferencjom. Personalizacja produktów jest tworzona przede wszystkim na podstawie takich informacji jak kontekst społeczny, historia rodziny czy osobiste dążenia jednostki [Thompson i Moughan, 2008]. Jednakże naukowcy wyspecjalizowani w nutrigenomice¹ (ang. *nutrigenomics*), pogłębiają ten temat poprzez analizę zależności między dietą a profilem genetycznym jednostki i opracowywaniu dla niej odpowiednich zaleceń żywieniowych [Pieszka i Pietras, 2010].

¹ Nauka zajmująca się wpływem bioaktywnych składników diety na ekspresję genów oraz uwarunkowaniami genetycznie różnicami w reakcjach organizmu na składniki pokarmowe obecne w codziennej diecie.

M. Wąsowski, M. Walicka i E. Marcinowska-Suchowierska [2013] zwracają uwagę, że narastający problem otyłości przyczynił się do powstania globalnego trendu związanego z kontrolą masy ciała przez jednostki. Zaznaczają także, że ponad 60% Amerykanów stale jest na diecie odchudzającej, przy czym 64,5% populacji ma nadwagę, a 30,5% jest otyła. Problem ten nie dotyczy jedynie Stanów Zjednoczonych, ale zaczął obejmować cały świat. Światowa Organizacja Zdrowia (ang. WHO – World Health Organization) podaje, że na świecie żyje około 1,6 miliarda ludzi z nadwagą, a osoby otyłe to ponad 522 mln. Otyłość stała się problemem nie tylko medycznym, przyczyniającym się bezpośrednio do 10%-13% przedwczesnych zgonów w regionie europejskim, ale także ekonomicznym, gdyż koszty związane z otyłością stanowią około 5% nakładów na ochronę zdrowia w Wielkiej Brytanii, a w całej Europie wahają się od 2% do 7% [Wąsowski, Walicka i Marcinowska-Suchowierska, 2013]. Według badań przeprowadzonych przez J.M. Dixon, S.J. Hinde i C.L. Banwell [2006], przyczyną narastającego problemu otyłości można doszukiwać się przede wszystkim w szeroko dostępnej ofercie żywności wygodnej, charakteryzującej się wysoką zawartością ukrytych tłuszczów, cukrów i soli. Narastająca ilość poważnych problemów zdrowotnych związanych z otyłością przyczyniła się do powstania produktów, które mają rzekomo pomagać w utracie wagi i jej długoterminowej kontroli. Wielkość sprzedaży produktów odchudzających sięgała 55 miliardów dolarów w 2007 r. [Wąsowski, Walicka i Marcinowska-Suchowierska, 2013].

Trzecim ważnym globalnym trendem żywieniowym jest zainteresowanie konsumentów żywnością wpływającą na zdrowie psychiczne (ang. *mood food*). Mimo że koncepcja dotycząca szczególnego wpływu diety na stan psychiczny nie jest nowa, to przez wiele lat istniały jedynie ograniczone dowody tego związku. W ostatnich latach opublikowano wiele badań potwierdzających te zależności. S. Maddock i B. Hill [2016] zauważyli, że spożywana żywność ma znaczący wpływ na strukturę i funkcjonowanie mózgu, a co za tym idzie, przyczynia się także do ochrony i leczenia specyficznych zaburzeń zdrowia psychicznego jednostek. A. Saeed i in. [2015] wskazali na związek między dietą ubogą w tłuszcze, a zwiększeniem gniewu i niezadowolenia. Natomiast A.J. Richardson [2003] podkreśliła wpływ spożycia kwasów tłuszczowych omega-3 na pozytywny nastrój konsumentów, a także zauważyła, że ryby bogate w kwasy omega-3 mają korzystny wpływ na ogólne zdrowie i przyczyniają się do obniżenia ryzyka depresji, utraty pamięci czy stanów lękowych. Z kolei A. Sanchez-Villegas i M.A. Martinez-Gonzalez [2013] zwrócili uwagę na ścisły związek między spożywaniem wysoko przetworzonego jedzenia typu fast food a wysokim ryzykiem depresji [Sanchez-Villegas i Martinez-Gonzalez, 2013, s. 2].

Świadomość wpływu żywności na stan fizyczny i psychiczny skłania wielu konsumentów do zmian w nawykach żywieniowych. Według badań przeprowadzonych przez Food Marketing Institute w 2004 r., 65% wielu z nich próbuje wpływać na stan zdrowia poprzez stosowanie różnych diet [Doyon i Labrecque, 2008]. Coraz większą popularnością cieszą się różnego rodzaju diety, takie jak weganizm [zob. Green, Costello i Dare, 2010], wegetarianizm [zob. Pyrżyńska, 2013; Zalega, Szostak-Węgierek, 2013], fleksiterianizm [zob. Raphaely i Marinova, 2013], freeganizm [zob. Thomas, 2010] czy slow food [zob. Paul, 2014], a także sięganie po żywność organiczną i funkcjonalną.

1.2. Żywność organiczna

W literaturze przedmiotu można znaleźć wiele definicji żywności organicznej. A. Denisowski [2012, s. 6] określa ją jako „[...] system gospodarowania o zrównoważonej produkcji roślinnej i zwierzęcej w obrębie gospodarstwa, oparty na środkach pochodzenia biologicznego i mineralnego, które nie zostały przetworzone technologicznie. Podstawową zasadą jest odrzucenie w procesie produkcji środków chemii rolnej, weterynaryjnej i spożywczej”. Podobną definicję zaproponowała L. Voinea [2011], opisując żywność organiczną jako produkty wyłącznie naturalne, których hodowla jest w pełni zgodna z naturalnymi procesami biologicznymi, certyfikowane przez niezależny instytut jako produkty otrzymane według ogólnie przyjętych standardów hodowli organicznej. Natomiast S. Smith i A. Paladino [2010] definiują żywność organiczną jako żywność, która została wyprodukowana, przechowywana i przetwarzana bez dodatków syntetycznych nawozów i środków chemicznych. W kontekście tym należy dodać, że gospodarstwo ekologiczne powinno znajdować się z dala od obszarów zagrożonych skażeniem przez różnego rodzaju zanieczyszczenia, emitowane przez zakłady przemysłowe, drogi czy składowiska odpadów. Cechą charakterystyczną rolnictwa ekologicznego jest zrównoważona produkcja, która nie prowadzi do degradacji środowiska naturalnego. Konsumenty doceniają wysokie wartości odżywcze, smak i jakość produktów pochodzących z ekologicznych hodowli, a w szczególności brak hormonów wzrostu czy sztucznych nawozów [Ciepielewska, 2015].

L. Voinea [2011] zauważa, że żywność ekologiczna zawiera wysoką zawartość witamin, minerałów, kwasów tłuszczowych i przeciwutleniaczy. Dodatkowo można stwierdzić, że wprowadzenie produktów organicznych do codziennej diety przynosi ogromne korzyści dla organizmu, przyczyniając się przede wszystkim do wzmocnienia układu odpornościowego człowieka. Co więcej, konsu-

menci spożywający ekożywność nie są tak narażeni na alergię pokarmową, jak w przypadku konsumpcji żywności konwencjonalnej, a brak azotanów pomaga zredukować ryzyko nowotworów.

Przykładami żywności organicznej są ekologiczne jaja z drobiu niekarmionego genetycznie modyfikowaną paszą, charakteryzujące się grubszą skorupą i wyższą zawartością witamin lub ekologiczne mleko pochodzące od zwierząt hodowanych w gospodarstwach ekologicznych, gdzie naturalna trawa stanowi 84% pożywienia krów, mające stężenie sprzężonego kwasu linolowego o 60% wyższe niż w konwencjonalnym mleku, a którego właściwości są pomocne w zapobieganiu chorobom nowotworowym. Warto wspomnieć także o ekologicznych olejach, które tłoczone na zimno, są dwa razy bogatsze w witaminy A, D i E niż jakikolwiek inny rodzaj oleju rafinowanego, w tym oliwa z oliwek [Voinea, 2011].

Rynek produktów ekologicznych, według raportu opublikowanego przez FiBL and IFOAM pt. *The world of organic agriculture* w 2013 r. osiągnął wartość 72 miliardów dolarów, a średnia światowa konsumpcja produktów ekologicznych wynosiła 10,05 dolarów amerykańskich [Research Institute of Organic Agriculture FiBL and IFOAM, 2015, s. 13].

1.3. Żywność funkcjonalna

National Institute of Nutrition określa żywność funkcjonalną jako jedzenie lub jego komponenty mające korzystny wpływ na zdrowie poprzez redukcję ryzyka wystąpienia określonych chorób lub innych problemów zdrowotnych [Doyon i Lanrecque, 2008]. Natomiast M. Doyon i J. Labrecque [2008] oraz M. Korthals [2002] bardziej kompleksowo definiują tego rodzaju żywność, twierdząc, że żywność może zostać uznana za funkcjonalną, jeśli potrafi wpływać korzystnie na jedną lub więcej funkcji docelowych w organizmie, wywołując w ten sposób poprawę zdrowia, samopoczucia lub redukując ryzyko wystąpienia pewnego rodzaju chorób, zwłaszcza tzw. chorób cywilizacyjnych. Dodatkowo podkreślają, że charakterystyczną cechą żywności funkcjonalnej jest fakt, że nie przyjmuje ona formy tabletki lub kapsułki. To żywność pochodzenia naturalnego, wyglądająca jak konwencjonalna, wzbogacona lub zmodyfikowana o odpowiednie wartości odżywcze w ilościach, które mogą być dostarczone z normalną, dobrze zbilansowaną dietą. Według A. Thompson i P. Moughan [2008], żywność funkcjonalna to żywność zawierająca składniki odżywcze i inne komponenty, które mogą mieć bezpośredni pozytywny wpływ na procesy fizjologiczne, a zatem na zdrowie człowieka. Kolejną definicję zaproponowała w 1998 r. Komisja Europejska – Functional Food Science in Europe, określając,

że „[...] żywność może być uznawana jako funkcjonalna, jeśli naukowo udowodniono jej korzyści zdrowotne ponad właściwości żywności konwencjonalnej oraz gdy posiada ona składniki działające w zakresie poprawy jednej lub więcej funkcji człowieka, wpływając korzystnie na stan zdrowia i samopoczucia lub na obniżenie ryzyka choroby” [Pieszka i Pietras, 2010, s. 83-84]. Natomiast R. Brecic, M. Gorton i D. Barjolle [2012] określają żywność funkcjonalną jako zmodyfikowaną żywność lub składniki żywności, które oprócz składników odżywczych dostarczanych w tradycyjnej żywności, zapewniają dodatkowe korzyści zdrowotne.

Żywność funkcjonalną można podzielić ze względu na sposób oddziaływania fizjologicznego w organizmie: na żywność redukującą ryzyko chorób krążenia, chorób nowotworowych lub osteoporozy, żywność wpływającą na właściwe funkcjonowanie przewodu pokarmowego oraz żywność dla jednostek obciążonych stresem. Inny podział jest dokonywany na podstawie jej przeznaczenia, np. kobiet w ciąży, sportowców, niemowląt, młodzieży w okresie dojrzewania czy dla osób w starszym wieku. Dodatkowo żywność może być podzielona na naturalną, czyli bogatą w jakiś składnik odżywczy, żywność wzbogaconą, czyli uzupełnioną o prozdrowotne składniki, oraz żywność pozbawioną czynników antyżywnościowych [Pieszka i Pietras, 2010]. Coraz częściej żywnością funkcjonalną są nazywane produkty zawierające wielonienasycone kwasy tłuszczowe z rodziny n-3, błonnik, szczepy bakterii kwasu mlekowego czy polifenole [Koziołkiewicz, 2009, s. 11].

Rozwój żywności funkcjonalnej jawi się jako długoterminowa tendencja z coraz ważniejszym znaczeniem na rynku [Doyon i Lanrecque, 2008]. Mimo jego rozkwitu w ostatnich latach, korzeni można doszukiwać się już 400 lat p.n.e., kiedy to odnotowano słowa Hipokratesa: Pozwól, by żywność była lekarstwem, a lekarstwo żywnością (ang. *Let food be your medicine and medicine be your food*) [Voinea, 2011, s. 131]. Nowoczesna koncepcja żywności funkcjonalnej powstała w latach 80. XX w. w Japonii, gdzie naukowcy odkryli znaczenie błonnika pokarmowego w diecie człowieka. Fibe Mini, japoński napój wyprodukowany w 1988 r., uzupełniony w błonnik pokarmowy, jest uważany za pierwszy produkt z kategorii żywności funkcjonalnej [Voinea, 2011, s. 131]. Fakt ten w połączeniu z azjatycką filozofią łączącą spożywaną żywność przez indywidualnych konsumentów z ich ogólnym stanem zdrowia, wywołał impuls popularyzujący żywność funkcjonalną. W związku z tym, że Japonia jest światowym liderem w technologii, trendach i społecznej akceptacji, żywność ta została szybko rozprzestrzeniona na cały świat [Thompson i Moughan, 2008]. J.A. Weststrate, G. van Poppel i P.M. Verschuren [2002] wskazują, że rynek dla żywności funkcjonalnej powiększa się o 7%-10 % rocznie, a jego wartość szacuje się obecnie na 60 mld dolarów rocznie [Thompson i Moughan, 2008].

2. Prozdrowotne zachowania konsumentów oraz czynniki motywujące – wybrane wyniki badań

A. Thompson i P. Moughan [2008] zaznaczają, że konsumenci najczęściej dokonują wyborów żywieniowych na zasadzie lubienia czegoś. Wielu z nich chciałoby odżywiać się prawidłowo bez zmian w swoich dotychczasowych przyzwyczajeniach i wyborach życiowych. Większość konsumentów deklaruje, że bardzo trudno jest im przestrzegać wybranych diet w dłuższym wymiarze czasu, chyba że są zdiagnozowani w grupie wysokiego ryzyka choroby. Z drugiej strony należy zauważyć, że konsumenci są coraz bardziej świadomi faktu, że niektóre rodzaje żywności lub jej składniki mają wpływ na rozwój określonych chorób. M. Belous [2013, s. 149] wykazuje, że 93% Amerykanów ma świadomość, że wapń jest odpowiedzialny za zdrowe kości, 83% wierzy, że błonnik pokarmowy może zredukować ryzyko raka, 78% łączy konsumpcję kwasów tłuszczowych omega 3 ze zmniejszeniem ryzyka chorób serca, a 50% rozumie, że probiotyki mogą mieć istotny wpływ na prawidłowe funkcjonowanie układu pokarmowego. Dodatkowo zdrowi ludzie, którzy konsekwentnie przestrzegają diety, dbają o zdrowie i kondycję fizyczną, szukają sposobów na jeszcze lepszą wydajność oraz kondycję zdrowotną, często sięgając po żywność funkcjonalną, organiczną czy decydując się na nowe eksperymenty żywieniowe. Według ostatnich badań przeprowadzonych przez Datamonitor w 2006 r., ponad dwa razy więcej Europejczyków regularnie spożywa funkcjonale jedzenie w celu wspierania zdrowia układu pokarmowego, od tych, u których zdiagnozowano chorobę [Thompson i Moughan, 2008].

Badania R. Brecic, M. Gorton i D. Barjolle [2012] wskazują, że głównymi czynnikami wpływającymi na wielkość konsumpcji żywności funkcjonalnej przez Chorwatów są zdrowie, wygoda i znajomość tego rodzaju żywności. Najczęstszymi nabywcami żywności funkcjonalnej są przede wszystkim kobiety, osoby dobrze wykształcone, przywiązujące największą wagę do zdrowia i wygody w wyborach żywieniowych oraz konsumenci, którzy są nastawieni na „szybkie poprawki” (ang. *quick fixes*) w ich zdrowiu czy ogólnej kondycji fizycznej. Nie zauważono związku pomiędzy stanem zdrowia a konsumpcją żywności funkcjonalnej, natomiast związek ten jest widoczny w odniesieniu do wskaźnika masy ciała. Badania wykazały także, że w Chorwacji ludzie starsi nie wykazują zainteresowania żywnością funkcjonalną, co kontrastuje z rezultatami badań A. Thompson i P. Moughan [2008]. Sytuacja, według autorów badań, może wynikać z ich przyzwyczajenia do wybranego rodzaju diety i nieufności względem innowacji żywieniowych².

² Badanie w formie ankiety zostało zrealizowane w Chorwacji w czterech liceach i czterech uniwersytetach (w Zagrzebiu, Splicie, Rijeci i Zadarze) w 2012 r. na 1035 osobach w wieku 14-18 lat oraz 19-30 lat.

Z badania przeprowadzonego w Polsce w 2014 r. wynika, że większość respondentów (72%) nabywa żywność ekologiczną, a jedynie 28% tego nie robi. Najczęściej wskazywanymi czynnikami motywującymi konsumentów do zakupów żywności organicznej są aspekty zdrowotne, chęć eksperymentowania, dbałość o środowisko naturalne, a także jej walory smakowe i jakościowe. Na podstawie badania autorki zidentyfikowały także bariery ograniczające regularne nabywanie tego rodzaju żywności, którymi są zbyt wysoka cena oraz niewielki wybór w sklepach³ [Escher, Petrykowska, 2014].

Podobne badanie zostało przeprowadzone w Danii. Jego wyniki wskazują, że młodzi konsumenci przy wyborze żywności ekologicznej kierują się jakością produktów, wyznawanymi wartościami, a także preferencjami członków gospodarstwa domowego. Główną barierą, która ogranicza ich dostęp do tego rodzaju żywności jest jej zbyt wysoka cena⁴ [Aschemann-Witzel i Aagaard, 2014].

Badania przeprowadzone przez Muhammada, Fathelrahmanba i Ullaha Tasbiha Ullaha [2015] wykazały, że wiek konsumenta ma istotny wpływ na nabywanie produktów pochodzenia organicznego. Wraz ze wzrostem wieku, rośnie skłonność konsumentów do wydawania większej sumy pieniędzy na żywność ekologiczną. Generalnie ludzie młodzi wykazują mniejszą dbałość o stan swojego zdrowia, dopiero choroby przychodzące z wiekiem powodują, że rośnie ich świadomość w tym zakresie.

Warte zauważenia fakty dotyczące zachowania fińskich konsumentów na rynku żywności ekologicznej można odnaleźć w raporcie Trade and Investment Promotion Section Embassy of The Republic of Poland in Helsinki [2013, s. 29], według którego Finowie okazują swoistą nostalgię wobec żywności wyprodukowanej i dostępnej lokalnie. Uczestnicy badania⁵ deklarowali, że najbardziej autentyczne jedzenie jest ich zdaniem wyprodukowane w obrębie 80 km, w ramach rodzimej gospodarki, pozbawione jakichkolwiek środków chemicznych. Na taką żywność są skłonni przeznaczyć więcej pieniędzy, w szczególności, kiedy mogą dokonać zakupu bezpośrednio u farmera. Dzięki temu umacniają i wspierają gospodarkę terenów wiejskich.

B.J. Goetzke i A. Spiller [2012] wykazali, że konsumenci nabywający żywność funkcjonalną mają podobne nastawienie do zdrowia i dobrego samopoczucia

³ Badanie w formie ankiety audytoryjnej zostało zrealizowane w Polsce przez dr I. Escher i dr J. Petrykowską z Uniwersytetu Mikołaja Kopernika w Toruniu, w okresie luty-marzec 2014 r. na 617 osobach w wieku 18 lat do 26 lat, głównie studentach.

⁴ Badanie w formie indywidualnego wywiadu pogłębionego przeprowadzono w duńskim Aarhus w marcu 2012 r. na próbie badawczej dobranej celowo, liczącej 10 osób w wieku od 20 do 35 lat.

⁵ Badanie zostało przeprowadzone w 2011 r., w formie wywiadu pogłębionego wśród 22 respondentów w wieku od 24 lat do 56 lat.

cia co nabywcy produktów organicznych. Obie grupy przywiązują dużą wagę do tych aspektów w codziennym życiu, jednakże istnieją różnice w sposobie wpływania na poprawę samopoczucia i zdrowia. Nabywcy żywności funkcjonalnej próbują polepszyć zdrowie stosując pasywne strategie i prowadząc generalnie bierny styl życia. Cenią sobie przede wszystkim wygodę, pomijając aktywność fizyczną i większe zmiany w zwyczajach żywieniowych. Natomiast entuzjaści żywności ekologicznej charakteryzują się większą aktywnością w tym zakresie. Starają się połączyć relaks, sport i zdrowe odżywianie, by prowadzić w całości zorientowany na zdrowie styl życia⁶.

Warto zwrócić uwagę, iż istnieją znaczące różnice w nastawieniu i zachowaniu w stosunku do żywności prozdrowotnej pomiędzy przedstawicielami różnych pokoleń. Można zauważyć, że starsi konsumenci generalnie wykazują większe zainteresowanie zdrowiem, żywnością organiczną i funkcjonalną ze szczególnym uwzględnieniem jej zdrowotnych właściwości [Olsen, 2003].

Konsumenci z pokolenia zwanego „*Baby Boomers*”, którzy są dobrze wykształceni, dobrze poinformowani, mają relatywnie wysoki dochód wykazują chęć pozostania w dobrej kondycji fizycznej, dlatego deklarują, że są zdolni zapłacić więcej za odpowiednią żywność, przyczyniającą się do zmniejszenia ryzyka zachorowania. Mimo że generalnie są sceptycznie nastawieni do żywności funkcjonalnej, są skłonni spróbować tych produktów, by sprawdzić, czy odpowiadają one im potrzebom. Z okresu młodości znają oni bardzo dobrze ulepszone napoje typu Red Bull czy mleko z wysoką zawartością wapnia, dlatego są bardziej otwarci na tego typu żywność [Thompson i Moughan, 2008].

Dzielska i in. [2008] zauważają istotne niedobory w wiedzy młodego pokolenia z zakresu zdrowego stylu życia, w tym racjonalnego odżywiania. W środowisku dzieci i młodzieży można zaobserwować wzrost konsumpcji niekorzystnych dla zdrowia produktów spożywczych, takich jak słodkie czy słodkie napoje gazowane. Sytuacja może wynikać z łatwiejszej dostępności tych dóbr, a także kreowania ich popularności przez modę i reklamę. Jednocześnie, w szczególności w środowisku młodzieży z zamożniejszych rodzin, obserwuje się zachowania związane z kultem ciała i szczupłej sylwetki. Zachowania te z jednej strony mogą przyczyniać się do zwiększenia racjonalności odżywiania i aktywności fizycznej, z drugiej jednak, mogą być głównym powodem nieuzasadnionego odchudzania prowadzącego do poważnych chorób.

⁶ Badanie w formie ankiety internetowej zostało przeprowadzone w 2009 r. na 500 niemieckich konsumentach w wieku od 15 do 82 lat, z czego 70% stanowiły kobiety, a 30% mężczyźni.

Podsumowanie

W ostatnich latach można zaobserwować rosnącą aktywność prozdrowotną konsumentów, rozpatrywaną przez pryzmat zmian w żywieniu, form zagospodarowania czasu wolnego czy organizacji stosunków międzyludzkich w czasie i po pracy.

G. Nowicki i B. Ślusarska [2011] podkreślają, że zdrowie jest bogactwem i zasobem, którym człowiek dysponuje w codziennym życiu wywierającym wpływ na rozwój indywidualny, gospodarczy i społeczny. Dodatkowo zaznaczają, że zdrowie może być ujmowane także jako proces, potencjał i właściwość człowieka, umożliwiająca mu dostosowawcze funkcjonowanie w danym kontekście środowiskowym. Jest ono także postrzegane jako kategoria rozwojowo-funkcjonalna, stanowiąca zespół warunkujący wszechstronny rozwój jednostki, a także umożliwiający podejmowanie wyzwań. Zdrowie ma więc kluczowe znaczenie w samorealizacji człowieka, czerpaniu satysfakcji z życia czy wyborze stylu życia.

D. Ponczek i I. Olszowy [2012, s. 262] zwracają uwagę, że żywienie, czyli odpowiedni dobór potraw, sposobu przygotowania do spożycia, częstotliwość i liczba posiłków mają bardzo istotny wpływ na wzrost i rozwój jednostki. Niewłaściwe wybory żywieniowe stanowią bezpośrednią przyczynę lub czynnik wielu chorób. Szacuje się, że około 30-50 jednostek chorobowych lub odchyłeń od zdrowia wynika z niezadowolającej jakości żywności i sposobu odżywiania.

Przeprowadzona analiza na podstawie badań wtórnych wykazała, że coraz więcej konsumentów jest świadomych, że aktywność fizyczna, zbilansowana dieta, odporność na stres mają istotny wpływ na długość i jakość życia człowieka [Wansik, 2010]. Zauważają oni związek między dietą a stanem zdrowia, natomiast przekazywane z pokolenia na pokolenia powiedzenie: „jesteś tym, co jesz”, jest bardziej aktualne niż kiedykolwiek w przeszłości [Voinea, 2011]. W związku z tym wybory żywieniowe konsumentów koncentrują wokół szeroko pojętego zdrowia. W idealnej sytuacji ludzie stosowaliby zbilansowaną dietę skomponowaną z dużej ilości świeżego, pełnowartościowego jedzenia, które zapewni im wszystkie niezbędne składniki odżywcze do utrzymania odpowiedniego stanu zdrowia. Niestety, czynniki takie jak tempo życia, stres, brak czasu, brak dostępności odpowiedniej żywności, powodują, że szukają oni satysfakcjonujących, wygodnych alternatyw, coraz częściej sięgając po żywność funkcjonalną [Thompson i Moughan, 2008].

Niniejsza praca dotyczyła jednego z kierunków rozwoju współczesnej konsumpcji artykułów żywnościowych i rynku usług gastronomicznych. Znajomość preferencji nabywców żywności umożliwi przedsiębiorcom z branży gastronomicznej i spożywczej zrozumieć ich potrzeby, a w efekcie przygotować odpowiednią ofertę rynkową. Stąd niezwykle aktualny staje się temat innowacji produktowych na rynku żywieniowym, który może stać się przedmiotem dalszych badań.

Literatura

- Aschemann-Witzel J., Niebuhr Aagaard E.M. (2014), *Elaborating on the Attitude-Behaviour Gap Regarding Organic Products: Young Danish Consumers and in-Store Food Choice*, "International Journal of Consumer Studies", Vol. 38, Iss. 5, s. 550-559.
- Belous M. (2013), *Functional Foods – a New Opportunity for Food Industry*, "Scientific Works. Series C. Veterinary Medicine", Vol. LIX(3).
- Brecic R., Gorton M., Barjolle D. (2012), *Understanding Variations in the Consumption of Functional Foods Evidence from Croatia*, "British Food Journal", Vol. 116, No. 4, s. 662-675.
- Ciepielewska M. (2015), *Rolnictwo ekologiczne i GMO szansą dla rozwoju polskiej gospodarki? Korzyści i zagrożenia*, „Gospodarka w Teorii i Praktyce”, vol. 37, nr 4, s. 5-20.
- Denisowski A. (2012), *Rolnictwo ekologiczne*, Zachodniopomorski Ośrodek Doradztwa Rolniczego, Barzkowice.
- Dixon J.M., Hinde S.J., Banwell C.L. (2006), *Obesity, Convenience and "Phood"*, "British Food Journal", Vol. 108, No. 8, s. 634-645.
- Doyon M., Labrecque J. (2008), *Functional Foods: A Conceptual Definition*, "British Food Journal", Vol. 110, Iss. 11, s. 1134-1149.
- Dzielska A., Kołolo H., Mazur J. (2008), *Zachowania zdrowotne młodzieży związane z odżywianiem w kontekście czynników społeczno-ekonomicznych – kierunek zmian w latach 2002-2006*, „Problemy Higieny i Epidemiologii”, t. 89(2), s. 222-229.
- Escher I., Petrykowska J. (2014), *Zachowania młodych polskich konsumentów na rynku żywności ekologicznej*, „Zeszyty Naukowe US. Problemy Zarządzania, Finansów i Marketingu”, nr 36, s. 23-37.
- Goetzke B.I., Spiller A. (2014), *Health-Improving Lifestyles of Organic and Functional Food Consumers*, "British Food Journal", Vol. 116, No. 3, s. 510-526.
- Green L., Costello L., Dare J. (2010), *Veganism, Health Expectancy, and the Communication of Sustainability*, "Australian Journal of Communication", Vol. 37(3), s. 51-72.
- Goryńska-Goldmann E., Ratajczak P. (2010), *Świadomość żywieniowa a zachowania żywieniowe konsumentów*, "Journal of Agribusiness and Rural Development", Vol. 4(18), s. 41-48.
- Gutkowska K., Ozimek I. (2005), *Wybrane aspekty zachowań konsumentów na rynku żywności*, SGGW, Warszawa.
- Korthals M. (2002), *The Struggle over Functional Foods: Justice and the Social Meaning of Functional Foods*, "Journal of Agricultural and Environmental Ethics", Vol. 15(3), ABI/INFORM Collection, s. 315-324.
- Koziółkiewicz M. (2009), *Koncepcje nutrigenomiki*, „Biotechnologia”, nr 4(87), s. 9-34.
- Larue B., West G., Gendron C., Lambert R. (2004), *Consumer Response to Functional Foods Produced by Conventional, Organic, or Genetic Manipulation*, "Agribusiness", Vol. 20, s. 155-166.

- Maddock S., Hill B. (2016), *Bagels and Doughnuts... Round Food for Every Mood Food Advertising Discourses*, "British Food Journal", Vol. 118, Iss. 2, s. 327-342.
- Milner J.A. (2002), *Functional Foods and Health: A US Perspective*, "British Journal of Nutrition", Vol. 88, s. 151-158.
- Muhammad S., Fathelrahman E., Ullah Tasbih Ullah R. (2015), *Factors Affecting Consumers' Willingness to Pay for Certified Organic Food Products in United Arab Emirates*, "Journal of Food Distribution Research Food Distribution Research Society", Vol. 46, Iss. 1, s. 37-40.
- Nowicki G., Ślusarska B. (2011), *Determinanty społeczno-demograficzne wartościowania zdrowia wśród pracujących osób dorosłych*, „Hygeia Public Health”, t. 46(2), s. 280-285.
- Olsen S.O. (2003), *Understanding the Relationship between Age and Seafood Consumption: The Mediating Role of Attitude, Health Involvement and Convenience*, "Food Quality and Preference", Vol. 14, No. 3, s. 199-209.
- Patrzalek W. (2015), *Zmiany nawyków żywieniowych w zachowaniach dekonsumpcyjnych*, „Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego. Problemy Zarządzania, Finansów i Marketingu”, nr 38(865), s. 47-56.
- Paul B.D. (2014), *From Slow Food to Slow Tourism*, "Annals of the University of Oradea, Economic Science Series" December, Vol. 23, Iss. 2, s. 137-144.
- Piekut M. (2009), *Zróżnicowanie konsumpcji w biednych i bogatych gospodarstwach domowych w Polsce*, „Zeszyty Naukowe SGGW: Ekonomia i Organizacja Gospodarki Żywnościowej”, nr 73, s. 106-123.
- Pieszka M., Pietras M. (2010), *Nowe kierunki w badaniach żywieniowych – nutrogenomika*, „Roczniki Naukowe Zootechniki”, T. 37, z. 2, s. 83-103.
- Ponczek D., Olszowy I. (2012), *Styl życia młodzieży i jego wpływ na zdrowie*, „Problemy Higieny i Epidemiologii”, t. 93(2), s. 260-268.
- Pyrzyńska E. (2013), *Dieta wegetariańska w świetle zasad prawidłowego odżywiania – postawy i zachowania wegetarian w Polsce*, „Zeszyty Naukowe UEK”, nr 90, s. 27-36.
- Raphaely T., Mainova D. (2014), *Flexitarianism: Decarbonising through Flexible Vegetarianism*, "Renewable Energy", Vol. 67, s. 90-96.
- Research Institute of Organic Agriculture FiBL and IFOAM (2015), *The World of Organic Agriculture, Specifics & Emerging Trends*, Frick-Bonn.
- Richardson A.J. (2003), *The Importance of Omega-3 Fatty Acids for Behaviour, Cognition and Mood*, "Scandinavian Journal of Nutrition", Vol. 47(2), s. 92-98.
- Saeed A., Humayun A., Raana T. (2015), *Depression the Hidden Iceberg: Role of Nutrition & Dietary*, "IOSR Journal of Nursing and Health Science", Vol. 4, Iss. 5, Ver. I, s. 26-29.
- Sanchez-Villegas A., Martínez-González M.A. (2013), *Diet, a New Target to Prevent Depression?* "BMC Medicine", Vol. 11(3), s. 1-4.
- Smith S., Paladino A. (2010), *Eating Clean and Green? Investigating Consumer Motivations towards the Purchase of Organic Food*, "Australasian Marketing Journal", Vol. 18, s. 93-104.

- Sobczyk G. (2014), *Współczesna konsumpcja – nowe trendy na polskim rynku*, „Zeszyty Naukowe WSEI. Seria: EKONOMIA”, nr 9(2), s. 87-104.
- Thomas S. (2010), *Do Feegans Commit Theft?* “Legal Studies” March, Vol. 30, No. 1, s. 98-125.
- Thompson A., Moughan P. (2008), *Innovation in the Food Industry: Functional Foods*, “Innovation: Management, Policy & Practice”, No. 10, s. 61-73.
- Trade and Investment Promotion Section Embassy of The Republic of Poland in Helsinki (2013), *Rynek żywności w Finlandii*, Helsinki 2013.
- Voinea L. (2011), *Impact of Food Supply Diversification Trends on the Consumers' Quality of Life*, “Management & Marketing. Challenges for the Knowledge Society”, Vol. 6, Special Issue, s. 127-138.
- Wansik B. (2010), *From Mindless Eating to Mindlessly Eating Better*, “Physiology & Behavior”, Vol. 100, s. 461-462.
- Wąsowski M., Walicka M., Marcinowska-Suchowierska E. (2013), *Otyłość – definicja, epidemiologia, patogeneza*, „Postępy Nauk Medycznych”, t. XXVI, nr 4, s. 301-306.
- Weststrate J.A., Poppel G. van, Verschuren P.M. (2002), *Functional Foods, Trends and Future*, “British Journal of Nutrition”, Vol. 88, Iss. S2, s. 233-235.
- Zalega J., Szostak-Węgierek D. (2013), *Żywnienie w profilaktyce nowotworów. Część III. Diety o właściwościach przeciwnowotworowych*, „Problemy Higieny i Epidemiologii”, t. 94(1), s. 59-70.
- Zalega T. (2011), *Spożycie żywności w gospodarstwach domowych z osobami bezrobotnymi w województwie mazowieckim*, „Zeszyty Naukowe SGGW. Ekonomia i Organizacja Gospodarki Żywnościowej”, nr 93, s. 119-135.

THE PRO-HEALTHY BEHAVIORS OF CONSUMER ON GLOBAL FOOD MARKET

Summary: Nowadays, scientists put emphasize on link between kind of food which human consumes and his health condition. We observe the increasing of consumers' nutritional awareness. Therefore their food choices are focused on health. The aim of this article is to identify the pro-healthy behaviors of consumers and their determinants based on secondary sources of information published over the period of 2001-2015. Across the studies covered by this paper it was found that consumers choose a different ways to achieve good health. Some of them decide to be on diet, other just purchase organic or functional food, believing that they contain nutrients, which may be an appropriate alternative to pharmaceutical drugs. Significant differences in attitudes and behaviors towards healthy foods between representatives of different generations were also noted.

Keywords: consumer behavior, food market, diet, organic food, functional food.