

**Piotr Przybyłowski, Kinga
Urbańska, Natalia Chomaniuk**

**Determinanty wyboru pieczywa w
opinii studentów Trójmiasta**

Marketing i Zarządzanie (d. Problemy Zarządzania, Finansów i Marketingu) nr
3 (44), 167-175

2016

Artykuł został opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej bazhum.muzhp.pl, gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach
dozwolonego użytku.

Piotr Przybyłowski¹, Kinga Urbańska², Natalia Chomaniuk³

Akademia Morska w Gdyni

Wydział Przedsiębiorczości i Towaroznawstwa

¹ e-mail: p.przybylowski@wpit.am.gdynia.pl

² e-mail: kingaurbanska1990@gmail.com

³ e-mail: n.chomaniuk@wpit.am.gdynia.pl

Determinanty wyboru pieczywa w opinii studentów Trójmiasta

Kod JEL: P46, M31, R21

Słowa kluczowe: rynek pieczywa, preferencje konsumenckie, determinanty nabywcze

Streszczenie. Głównym celem badań przedstawionych w artykule było uzyskanie informacji dotyczących, jaki rodzaj pieczywa wybierają młodzi ludzie, jakimi czynnikami nabywczymi kierują się przy jego wyborze, a także jakie jego ilości spożywają. Grupę badawczą stanowiło 300 losowo wybranych studentów z trzech trójmiejskich uczelni. Badania konsumenckie wykazały, że młodzi ludzie najchętniej kupują chleb biały krojony, nie zwracając większej uwagi na jego cenę. Ważnym czynnikiem mającym wpływ na wybór pieczywa są jego walory smakowo-zapachowe. Studenci wykazują świadomą postawę przy wyborze pieczywa, o czym świadczy fakt sprawdzania jego składu na etykiecie przed zakupem.

Wprowadzenie

Produkty zbożowe, w tym pieczywo, stanowią podstawę piramidy żywieniowej. Spożywanie tych produktów odpowiada za dostarczenie organizmowi niezbędnej w codziennej diecie energii przez: węglowodany złożone, błonnik pokarmowy, białka roślinne, witaminy i składniki mineralne (Kępińska, 2015; Piekut, 2008). W ciągu ostatnich lat w Polsce obserwowany jest spadek spożycia pieczywa. Według danych literaturowych w 2015 roku jego spożycie na jedną osobę wyniosło ponad 45,3 kg, było niższe o 4,26 kg niż w 2013 roku i aż o 25,5

kg niższe niż 10 lat temu. Dla porównania w 1981 roku na jednego Polaka przypadało 100 kg konsumowanego pieczywa rocznie (Piekut, 2015; *Szacunki spożycia...*).

Powodów takich spadkowych tendencji w konsumowaniu pieczywa jest wiele. Odpowiedzialny jest za to przede wszystkim zglobalizowany styl życia społeczeństwa. Według danych literaturowych nie tylko moda na zdrowe odżywianie oraz niska świadomość na temat zdrowych gatunków pieczywa ma istotny wpływ na jego malejącą konsumpcję. Na rynku pojawia się coraz większa liczba produktów zastępujących pieczywo, opartych na zbożach, np. makarony, płatki śniadaniowe, tortille. Nadmierne dostarczenie do organizmu energii z tymi produktami oraz nieuwzględnienie odpowiedniego poziomu aktywności fizycznej potrzebnej do spalania dostarczonej energii powoduje, że konsumenci przybierają na wadze. Kolejnym aspektem jest zmiana nawyków żywieniowych – częstsze stołowanie się poza domem oraz niska jakość pieczywa czy też wzrost cen pieczywa o wysokiej jakości (Świetlik, 2012; Kępińska, 2015).

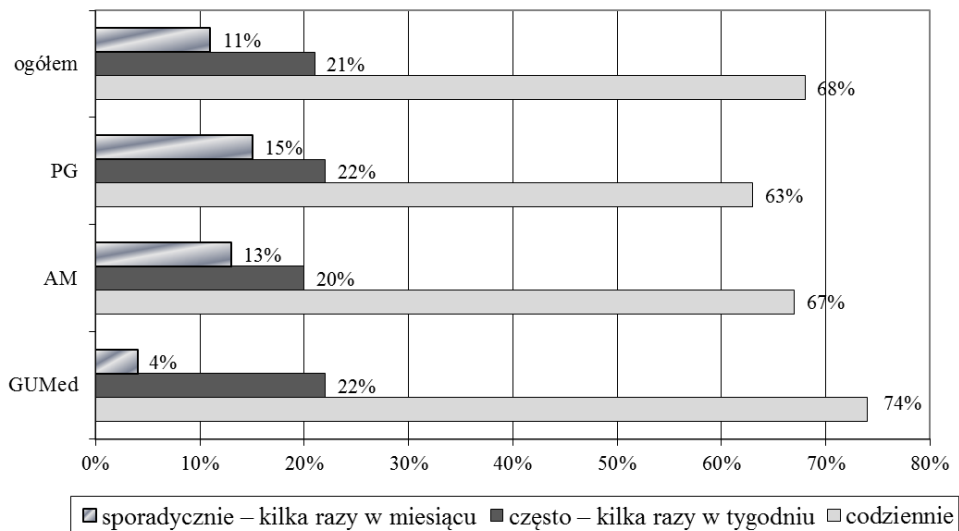
W związku z powyższym głównym celem badań przytoczonych w artykule było uzyskanie informacji dotyczących ilości i rodzaju pieczywa wybieranego przez młodych ludzi. Zidentyfikowano także czynniki nabywcze, jakimi kierują się młodzi ludzie przy jego wyborze oraz określono najczęstsze miejsca jego zakupu.

Metodyka badań

Badania przeprowadzono w pierwszej połowie 2015 roku za pomocą autorskiego sondażu diagnostycznego, wykorzystując kwestionariusz ankiety, składający się z 15 pytań otwartych i zamkniętych. Grupę badaną stanowiło 300 losowo wybranych studentów z trzech trójmiejskich uczelni po 100 osób z każdego ośrodka akademickiego (Akademii Morskiej w Gdyni – kierunki związane z żywieniem człowieka, Gdańskiego Uniwersytetu Medycznego – kierunki związane z żywieniem człowieka, Politechniki Gdańskiej – kierunki techniczne, niezwiązane z żywieniem człowieka) w wieku od 19 do 24 lat.

Wyniki badań

Badani studenci deklarują, że spożywają pieczywo praktycznie codziennie (68%), a do sporadycznego – kilka razy w miesiącu – jego jedzenia przyznaje się tylko 11% osób. Około 21% osób z każdej grupy studentów deklaruje, że często spożywa pieczywo, tj. kilka razy w tygodniu (rys. 1). Największy odsetek osób codziennie spożywających pieczywo (74%) to studenci Gdańskiego Uniwersytetu Medycznego (GUMed). Można przypuszczać, że w wypadku tych osób pieczywo może stanowić podstawowy składnik codziennej diety.



Rysunek 1. Częstotliwość spożywania pieczywa wśród studentów

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań.

Młodzi ludzie najczęściej kupują pieczywo w piekarni (37%) i supermarkecie (35%) – tabela 1. Można zauważyć, że znaczny procent ankietowanych z Gdańskiego Uniwersytetu Medycznego (43%) oraz Akademii Morskiej (40%) kupuje pieczywo w piekarni. Może mieć to związek z bliskim sąsiedztwem piekarni z uczelnią lub miejscem zamieszkania. Możliwe jest także przekonanie studentów, że pieczywo z piekarni jest świeższe. Z kolei 44% respondentów z Politechniki Gdańskiej najczęściej kupuje pieczywo w supermarkecie.

Tabela 1

Miejsce najczęstszego zakupu pieczywa według młodych ludzi w %

Miejsce	GUMed	AM	PG	Ogółem
Piekarnia	43	40	29	37
Sklep osiedlowy	30	27	27	28
Supermarket	27	33	44	35

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań.

Studenci przedkładają smak pieczywa (40%) nad jego cenę (13%). Podobne wyniki uzyskała H. Kowalska, która stwierdziła, że zdecydowana większość osób wybierała pieczywo ze względu na jego smak – 42% osób, aniżeli na cenę – 16% respondentów (Kowalska, Marzec, Mucha, 2012). W dalszej kolejności studenci kierowali się zapachem i wyglądem zewnętrznym (14%) oraz przyzwyczajeniem do produktu (13%). Wyniki badań przedstawiono w tabeli 2. Badania nie znalazły potwierdzenia w danych literaturowych. Według badań przeprowadzonych

w 2013 roku przez D. Mańkowskiego i wsp. ponad 60% Polaków wybierało chleb tańszy, prawdopodobnie ze względu na liczebność rodziny (Mańkowski, Fras, Gołębiowska, Gołębiowski, 2013).

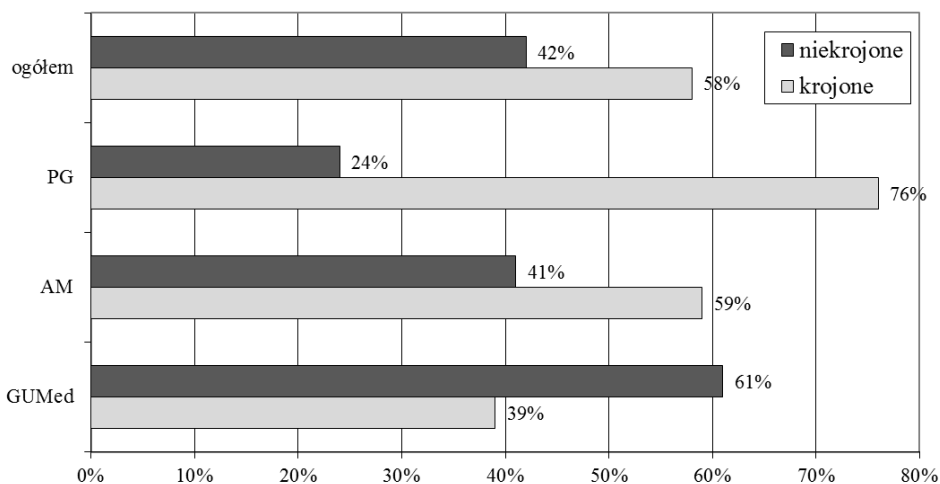
Tabela 2

Czynniki wpływające na zakup pieczywa wśród młodych ludzi w %

Czynniki	GUMed	AM	PG	Ogółem
Producent	9	9	10	9
Zapach i wygląd zewnętrzny	14	11	16	14
Cena	9	15	15	13
Dodatki wzbogacające	13	6	13	11
Przyzwyczajenie do danego rodzaju pieczywa	19	9	12	13
Smak	36	50	34	40

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań.

Zdecydowana większość młodych respondentów wybiera pieczywo krojone (58%). Prawdopodobnie wynika to z łatwości konsumpcji. Można zauważyć, że zdecydowana większość respondentów z Akademii Morskiej (59%) oraz z Politechniki Gdańskiej (76%) bardziej preferuje pieczywo krojone. Z kolei ankietowani z Gdańskiego Uniwersytetu Medycznego w dużej przewadze (61%) wolą pieczywo niekrojone. Może być to wynikiem przekonania, że cały chleb zachowuje dłużej świeżość, ponadto nie ma z góry określonej grubości tzw. kromki, a każdy może ukroić sobie kromkę w zależności od upodobania (rys. 2).



Rysunek 2. Preferencje odnośnie do postaci pieczywa

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań.

W kolejnej części badań respondenci zostali poproszeni o określenie, jaki typ pieczywa spożywają (tab. 3). Studenci przede wszystkim jedzą pieczywo

pszenne jasne (34%) oraz żytnie ciemne (30%). Studenci z Gdańskiego Uniwersytetu Medycznego najczęściej spożywają pieczywo pszenne jasne (40%). Wynikać to może z faktu, że w pobliżu uczelni znajduje się punkt handlowy, w którym sprzedaje się głównie pieczywo pszenne. Respondenci z Akademii Morskiej oraz Politechniki Gdańskiej najczęściej spożywają pieczywo żytnie ciemne (34%). Przyczyną spożycia takiego rodzaju pieczywa może być moda na zdrowe odżywianie i zdrowy tryb życia. Badania przeprowadzone przez Jeżewską-Zychowicz i wsp. (Jeżewska-Zychowicz, Królak, 2015) oraz Kowalską i wsp. (Kowalska i in., 2012) wskazują także, że konsumenci chętniej wybierają pieczywo jasne niżeli ciemne.

Tabela 3

Typ spożywanego pieczywa przez studentów w %

Typ spożywanego pieczywa	GUMed	AM	PG	Ogółem
Pszenne ciemne (np. bułki grahamki)	28	21	13	20
Pszenne jasne (np. bagietki, kajzerki)	40	29	32	34
Pszemno-żytnie (np. chleb baltonowski, bułki paryskie)	8	9	10	9
Żytnie ciemne (np. chleb żytni razowy, pumpernikiel)	21	34	34	30
Żytnie jasne (np. chleb staropolski)	3	7	11	7

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań.

Ankietowani najczęściej jadają bułki (48%). Prawdopodobnie młodzi ludzie wybierają bułki, gdyż charakteryzują się one niewielką objętością i są wygodne w szybkiej konsumpcji. Dzięki temu można ten rodzaj pieczywa z łatwością zabrać np. na wykłady czy inne zajęcia. Ponadto bułki stanowią produkt, który jest powszechnie sprzedawany w uczelnianych bufetach w postaci gotowych kanapek. Najmniej studentów jada rogale, tylko 2% respondentów tak zadeklarowało. Nie widać istotnej różnicy w rodzaju spożywanego pieczywa wśród studentów różnych uczelni. Jedynie w przypadku pieczywa chrupkiego wyraźnie mniej spożywają go studenci Akademii Morskiej (3%). Wyniki przedstawiono w tabeli 4.

Tabela 4

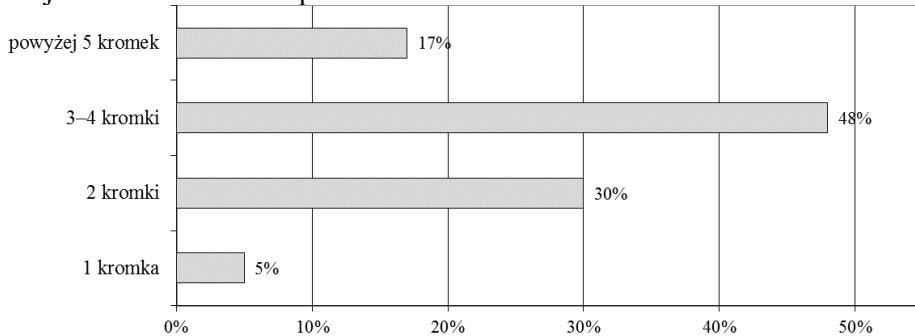
Preferowany rodzaj pieczywa najczęściej konsumowanego przez studentów w %

Rodzaj spożywanego pieczywa	GUMed	AM	PG	Ogółem
Bagietki	6	9	8	8
Bułki	49	45	49	48
Chleb	36	39	37	37
Pieczywo chrupkie	7	3	5	5
Rogale	2	4	1	2

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań.

Następnie respondenci zostali poproszeni o zadeklarowanie, jakie ilości pieczywa spożywają w ciągu dnia na przykładzie chleba (rys. 3). Prawie połowa respondentów zadeklarowała, że spożywa średnio 3–4 kromki pieczywa w ciągu

dnia. Nie zauważano znacznych różnic w ilości spożywanego pieczywa w związku z miejscem studiowania respondentów.



Rysunek 3. Średnie spożycie pieczywa (na przykładzie chleba) przez młodych ludzi w ciągu dnia

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań.

W przypadku oceny jakości pieczywa dostępnego na trójmiejskim rynku (tab. 5) respondenci nie byli w stanie jednoznacznie określić, czy ta jakość jest na poziomie średnim (38%), czy też dobrym (35%). Może to wynikać z powszechnego charakteru smaku pieczywa, a konsumenci uzyskują głównie satysfakcję smakową z jego jedzenia razem z wędlinami, serami i warzywami.

Tabela 5

Ocena jakości pieczywa dostępnego na trójmiejskim rynku w %

Ocena	GUMed	AM	PG	Ogółem
Bardzo dobra	6	17	11	11
Dobra	33	31	39	35
Średnia	35	37	43	38
Zła	19	12	7	13
Bardzo zła	7	3	0	3

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań.

Zdecydowana większość studentów (53%) korzysta z informacji zawartych na opakowaniu pieczywa (tab. 6). Można zauważyć różnice w odpowiedziach studentów uczelni o charakterze technicznym oraz mających przedmioty dotyczące wiedzy o żywności. Ponad połowa respondentów z Gdańskiego Uniwersytetu Medycznego (52%) i Akademii Morskiej (58%) będących na kierunkach związanych z żywieniem człowieka korzysta z informacji zawartych na opakowaniu pieczywa. Natomiast 69% studentów kierunków technicznych z Politechniki Gdańskiej stwierdziło, że nie korzystało z takich informacji. Można domniemywać, że ze względu na charakter studiów studenci AM oraz GUMedu są bar-

dziej świadomi odnośnie do roli informacji zawartych na opakowaniach produktów spożywczych. Na Politechnice Gdańskiej wykładane są przedmioty stricte techniczne i mało mówi się o produktach spożywczych w tym środowisku.

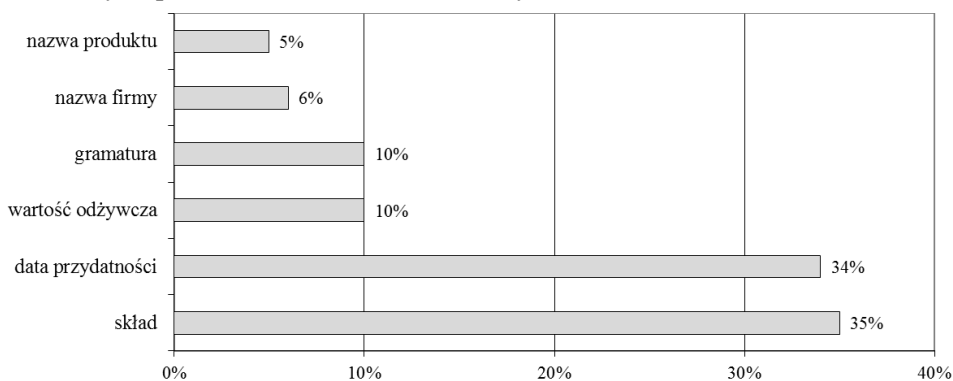
Tabela 6

Deklaracja studentów odnośnie do korzystania z informacji zawartych na opakowaniu pieczywa w %

	GUMed	AM	PG	Ogółem
Tak	52	58	31	47
Nie	48	42	69	53

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań.

35% ankietowanych respondentów uważa, że podanie na etykiecie składu pieczywa ma największy wpływ na jego zakup (rys. 4). Natomiast 34% osób deklaruje, że wybiera pieczywo, zwracając szczególną uwagę na informację dotyczącą daty przydatności. Niewielki odsetek osób kupując pieczywo, zwraca uwagę na: wartość odżywczą (10%), gramaturę (10%), nazwę firmy (6%) czy nazwę produktu (5%). W przypadku tego pytania nie zauważono znacznych różnic między odpowiedziami studentów z różnych ośrodków akademickich.



Rysunek 4. Rodzaj informacji zawarty na opakowaniu mający największy wpływ na zakup pieczywa

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań.

Podsumowanie

Powyższe badania wykazały, że młodzi ludzie – studenci uczelni z Trójmiasta, wykazują różnorodne preferencje odnośnie do spożywania pieczywa. Analiza wyników pozwala na stwierdzenie, że młode pokolenie charakteryzuje się świadomym podejściem do wyboru pieczywa oraz kieruje się bardziej względami jakościowymi aniżeli ekonomicznymi przy jego wyborze. W wyniku przeprowadzonych badań wyciągnięto następujące wnioski:

1. Jednym z podstawowych składników diety młodych ludzi jest pieczywo, które większość z nich spożywa codziennie w ilości średnio 3–4 kromek chleba.
2. Respondenci najczęściej kupują pieczywo pszenne jasne, krojone lub bułki.
3. Najistotniejszym czynnikiem mającym wpływ na wybór pieczywa są walory smakowo-zapachowe, wskazujące na jego jakość.
4. Najczęstszym miejscem zakupu pieczywa wśród młodych ludzi jest piekarnia lub supermarket.
5. Respondenci oceniają jakość pieczywa dostępnego na rynku na poziomie średnim oraz dobrym.
6. Młode pokolenie wykazuje świadomą postawę przy wyborze pieczywa. Może o tym świadczyć fakt, że ponad połowa badanych respondentów brała pod uwagę informacje zawarte na etykiecie pieczywa, a szczególności jego skład.

Bibliografia

- Jeżewska-Zychowicz, M., Królak, M. (2015). Zachowania konsumenckie na rynku pieczywa i ich wybrane uwarunkowania. *Handel Wewnętrzny*, 2 (355), 185–196.
- Kępińska, A. (2015). Moda na pieczywo całoziarne? Czy pieczywo jasne tuczy i jest niezdrowe? *Przegląd Zbożowo-Młynarski*, 2, 9–10.
- Kowalska, H., Marzec, A., Mucha, M. (2012). Ocena sensoryczna wybranych rodzajów pieczywa funkcjonalnego oraz preferencje pieczywa wśród konsumentów. *Zeszyty Problemowe Postępów Nauk Rolniczych*, 571, 67–78.
- Mańkowski, D.R., Fraś, A., Gołębiwska, K., Gołębiwski, D. (2016). *Pieczywo okiem konsumenta*. Pobrano z: www.wpiekarni.pl/artykuly.php?id=60.
- Piekut, M. (2008). Konsumpcja pieczywa w polskich gospodarstwach domowych. *Przegląd Piekarski i Cukierniczy*, 7 (56), 16–18.
- Piekut, M. (2015). Spożycie produktów zbożowych w Polsce – poziom, struktura, determinanty. *Przegląd Zbożowo-Młynarski*, 9 (59), 7–9.
- Szacunki spożycia pieczywa w Polsce mogą być zaniżone*. (2016). Pobrano z: www.portalspozywczy.pl/zboza/wiadomosci/szacunki-spozycia-pieczywa-w-polsce-moga-byc-zanizone,122341.html.
- Świetlik, K. (2012). Zmiany cen pieczywa w latach 1994–2011. *Przegląd Piekarski i Cukierniczy*, 6 (60), 8–10.

Determinants of Bread Choice in the Opinion of Students from the Tri-City

Keywords: the bread market, consumer preferences, purchasing determinants

Summary The main objective of the research presented in the article was to gather information on the variety of baked goods that young consumers choose on the market, as well as identification of factors taken into account in the decision process and the eaten quantity. The study group consisted of 300 randomly select students of the three Tri-City universities. Consumer research has shown that young consumers prefer to purchase white,

pre-cut bread, not paying much attention to its price. An important factor impacting their decision are the values of flavor, indicating its quality. The young generation shows a conscious attitude in the selection of breads. It may be indicated by the fact that its composition is very important to be checked on the label before they buy bread.

Translated by Natalia Chomaniuk

Cytowanie

Przybyłowski, P., Urbańska, K., Chomaniuk, N. (2016). Determinanty wyboru pieczywa w opinii studentów Trójmiasta. *Marketing i Zarządzanie*, 3 (44), 167–175.