

p-ISSN 2300-4088

e-ISSN 2391-5951

NR 4 (2017)

PROGRESS IN ECONOMIC SCIENCES

**CZASOPISMO NAUKOWE INSTYTUTU EKONOMICZNEGO
PAŃSTWOWEJ WYŻSZEJ SZKOŁY ZAWODOWEJ
IM. STANISŁAWA STASZICA W PILE**

p-ISSN 2300-4088
e-ISSN 2391-5951

Progress in Economic Sciences

**Czasopismo Naukowe Instytutu Ekonomicznego
Państwowej Wyższej Szkoły Zawodowej im. Stanisława Staszica
w Pile**

Nr 4 (2017)

RADA NAUKOWA

Ismail Aktar, Yalova University, Turcja

Lidia Antoshkina, Berdiansk University of Management and Business, Ukraina

Peter Čajka, Matej Bel University, Słowacja

Marek Chrzanowski, Szkoła Główna Handlowa w Warszawie Polska

Andrzej Czyżewski, Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu, Polska

Dan Danuletiu, "1 Decembrie 1918" University in Alba Iulia, Rumunia

Jolanta Drożdż, Lietuvos agrarinės ekonomikos institutas, Litwa

Wojciech Drożdż, Uniwersytet Szczeciński, Polska

Mariola Dźwigoł-Barosz, Politechnika Śląska, Polska

Camelia M. Gheorghe, Romanian-American University Bucharest, Rumunia

Alexandru Ionescu, Romanian-American University Bucharest, Rumunia

Sergij Ivanov, Prydniprowska Państwowa Akademia Budownictwa i Architektury, Ukraina

Ana Jurcic, John Naisbitt University Belgrade, Serbia

Branislav Kováčik, Matej Bel University, Słowacja

Grażyna Krzyminiewska, Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu Polska

Oleksandr Melnychenko, Uniwersytet Bankowy w Kijowie, Ukraina

Donat Jerzy Mierzejewski, Państwowa Wyższa Szkoła Zawodowa im. Stanisława Staszica w Pile, Polska

Dragan Mihajlovic, John Naisbitt University Belgrade, Serbia

Algirdas Miškinis, Vilnius University, Litwa

Radosław Miśkiewicz, Luma Investment S.A., Łaziska Górne, Polska

Ranka Mitrovic, John Naisbitt University Belgrade, Serbia

Elvira Nica, The Academy of Economic Studies Bucharest, Rumunia

Peter Ondria, Danubius University, Słowacja

Kazimierz Pająk, Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu, Polska

Ionela Gavriła Paven, "1 Decembrie 1918" University in Alba Iulia, Rumunia

Marian Podstawka, Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie, Polska

Maria Popa, "1 Decembrie 1918" University in Alba Iulia, Rumunia

Gheoghe H. Popescu, Dimitrie Cantemir University Bucharest, Rumunia

Tadeusz Stryjakiewicz, Uniwersytet Adama Mickiewicza w Poznaniu, Polska

Andrzej Wiatrak, Uniwersytet Warszawski, Polska

KOMITET REDAKCYJNY

Redaktor naczelny

Jan Polcyn, Państwowa Wyższa Szkoła Zawodowa im. Stanisława Staszica w Pile, Polska

Sekretarz redakcji

Michał Bania, Państwowa Wyższa Szkoła Zawodowa im. Stanisława Staszica w Pile, Polska

Redaktorzy

Paweł Błaszczyk, Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu, Polska

Agnieszka Brelik, Zachodniopomorski Uniwersytet Technologiczny w Szczecinie, Polska

Bazyli Czyżewski, Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu, Polska

Krzysztof Firlej, Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie, Polska

Anna Hnatyszyn-Dzikowska, Uniwersytet Mikołaja Kopernika w Toruniu, Polska

Grzegorz Kinelski, Stowarzyszenie na rzecz Gospodarki Energetycznej Polski, IAEE, Polska

Joanna Kryza, Państwowa Wyższa Szkoła Zawodowa im. Stanisława Staszica w Pile, Polska

Emilia Lewicka-Kalka, Dolnośląska Szkoła Wyższa, Polska
Sebastian Stępień, Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu, Polska
Anna Turczak, Zachodniopomorska Szkoła Biznesu w Szczecinie, Polska
Zofia Wyszowska, Uniwersytet Technologiczno-Przyrodniczy im. J.J. Śniadeckich
w Bydgoszczy, Polska

Redaktorzy tematyczni

Wawrzyniec Czubak, Uniwersytet Przyrodniczy w Poznaniu, Polska
Iulian Dobra, "1 Decembrie 1918" University in Alba Iulia, Rumunia
Silvia Maican, "1 Decembrie 1918" University in Alba Iulia, Rumunia
Andreea Muntean, "1 Decembrie 1918" University in Alba Iulia, Rumunia
Eugeniusz Wszołkowski, Państwowa Wyższa Szkoła Zawodowa im. Stanisława Staszica w Pile

Redaktor statystyczny

Grzegorz Przekota, Państwowa Wyższa Szkoła Zawodowa im. Stanisława Staszica w Pile

Redaktorzy językowi

Lyn James Atterbury, Państwowa Wyższa Szkoła Zawodowa im. Stanisława Staszica w Pile,
Polska
Ludmiła Jeżewska, Państwowa Wyższa Szkoła Zawodowa im. Stanisława Staszica w Pile,
Polska
Marek Kulec, Państwowa Wyższa Szkoła Zawodowa im. Stanisława Staszica w Pile, Polska

ZESPÓŁ RECENZENTÓW

Madalina Balau, Universitatea Danubius Galati, Rumunia
Piotr Bórawski, Uniwersytet Warmińsko-Mazurski w Olsztynie
Elena Druica, University of Bucharest, Rumunia
Anna Dziadkiewicz, Uniwersytet Gdański
Barbara Fura, Uniwersytet Rzeszowski
Agnieszka Głodowska, Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie
Justyna Góral, Instytut Ekonomiki Rolnictwa i Gospodarki Żywnościowej – PIB w Warszawie
Brygida Klemens, Politechnika Opolska
Andrzej Klimczuk, Szkoła Główna Handlowa w Warszawie
Patrycja Kowalczyk-Rólczyńska, Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu
Olive McCarthy, University College Cork, Irlandia
Anna Maria Moisello, University of Pavia, Włochy
Michał Moszyński, Uniwersytet Mikołaja Kopernika w Toruniu
Aklilu Nigussie, Ethiopian Institutes of Agricultural Research, Etiopia
Jarosław Olejniczak, Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu
Grzegorz Paluszak, Uniwersytet Warszawski
Arkadiusz Piwowar, Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu
Beata Przyborowska, Uniwersytet Mikołaja Kopernika w Toruniu
Diana Rokita-Poskart, Politechnika Opolska
Oksana Ruzha, Daugavpils University, Litwa
Joanna Smoluk-Sikorska, Uniwersytet Przyrodniczy w Poznaniu
Marzena Szewczuk-Stępień, Politechnika Opolska
Mirosława Szewczyk, Politechnika Opolska
Piotr Szukalski, Uniwersytet Łódzki
Joanna Wiśniewska-Paluszak, Uniwersytet Przyrodniczy w Poznaniu

Wersja elektroniczna czasopisma jest wersją pierwotną.



© Copyright by Państwowa Wyższa Szkoła Zawodowa
im. Stanisława Staszica w Piła

Piła 2017

p-ISSN 2300-4088

e-ISSN 2391-5951

Projekt realizowany
z Narodowym Bankiem Polskim
w ramach programu edukacji ekonomicznej



Poglądy autorów publikacji nie mogą być utożsamiane ze stanowiskiem
Narodowego Banku Polskiego.

Publikacja współfinansowana przez



Adres Redakcji: Instytut Ekonomiczny
Państwowa Wyższa Szkoła Zawodowa
im. Stanisława Staszica w Piła
ul. Podchorążych 10
64-920 Piła
tel. (067) 352 26 11
<http://pes.pwsz.pila.pl>
pne@pwsz.pila.pl

Czasopismo jest indeksowane w następujących bazach:
BazEcon, BazHum, CEJSH, DOAJ, Index Copernicus, ERIH Plus

Przygotowanie i druk:
KUNKE POLIGRAFIA, Inowrocław

Spis treści

ARTYKUŁY

Andrzej CZYŻEWSKI, Joanna STROŃSKA-ZIEMANN , Determinanty zmian w rolnictwie i na obszarach wiejskich w podregionie piłskim w świetle analizy czynnikowej.....	11
Marcin BORUTA , Gerontechnologia jako narzędzie w procesie zaspokajania potrzeb mieszkaniowych seniorów.....	25
Ryszard DZIEKAN, Magdalena KONIECZNY , Wykształcenie konsumentów żywności ekologicznej z województwa podkarpackiego a czynniki wpływające na jej zakup	37
Łukasz KRYSZAK, Jakub STANISZEWSKI , Czy mieszkając na wsi warto się kształcić? Kapitał ludzki jako determinanta dochodów na wsi i w mieście	51
Piotr KUŁYK, Łukasz AUGUSTOWSKI , Rozwój regionalny w kierunku trwale równoważonej gospodarki niskoemisyjnej	69
Milda Maria BURZAŁA , Synchronizacja aktywności gospodarczej Polski i Niemiec. Kilka uwag na temat przyczynowości.....	85
Joanna NUCIŃSKA , Uwarunkowania pomiaru efektywności finansowania edukacji – zarys problemu	103
Silvia Ștefania MAICAN, Ionela GAVRILĂ-PAVEN, Carmen Adina PAȘTIU , Skuteczna komunikacja i lepsze wyniki edukacyjne dla studentów specjalizacji ekonomicznych.....	119
Agnieszka POCZTA-WAJDA, Agnieszka SAPA , Paradygmat rozwoju zrównoważonego – ujęcie krytyczne	131
Grzegorz PRZEKOTA , Cenowe konsekwencje zróżnicowania rozwoju regionalnego w Polsce	143
Rafał KLÓSKA , Rozwój zrównoważony regionów w Polsce w ujęciu statystycznym	159
Zuzanna RATAJ, Katarzyna SUSZYŃSKA , Znaczenie społecznego budownictwa mieszkaniowego w zrównoważonym rozwoju	177
Dragan Ž. DJURDJEVIC, Miroslav D. STEVANOVIC , Problem wartości w postrzeganiu zrównoważonego rozwoju w międzynarodowym prawie publicznym	193

Dragica STOJANOVIC, Bojan DJORDJEVIC , Rozwój rynku węglowego i wydajności energetycznej w Republice Serbskiej	213
Biljana ILIĆ, Aleksandar MANIĆ, Dragan MIHAJLOVIĆ , Zarządzanie odnawialnymi źródłami energii i wybieranie projektów zrównoważonego rozwoju we wschodniej Serbii – metody MCDM	223
Marijana JOKSIMOVIC, Biljana GRUJIC, Dusan JOKSIMOVIC , Bezpośrednie inwestycje zagraniczne i ich wpływ na kraje rozwijające się ekonomicznie w trakcie przemian	239
Gabrijela POPOVIĆ, Dragiša STANUJKIĆ, Vesna PAŠIĆ TOMIĆ , Wybór projektu ośrodka przy użyciu programowania kompromisowego.....	247
Dragan KOSTIC, Aleksandar SIMONOVIC, Vladan STOJANOVIC , Zrównoważony rozwój regionu: przypadek Centrum Logistycznego w Pirot ...	257
Marija KERKEZ, Vladimir GAJOVIĆ, Goran PUZIĆ , Model oceny ryzyka powodzi przy użyciu rozmytego analitycznego procesu hierarchicznego	271
Katarzyna SMĘDZIK-AMBROŻY , Polityka rolna UE a zrównoważony rozwój rolnictwa w regionie wielkopolskim	283
Monika ŚPIEWAK-SZYJKA , Senior na rynku pracy	295
Sebastian STĘPIEŃ, Dawid DOBROWOLSKI , Straty i marnotrawstwo w łańcuchu dostaw żywności – propedeutyka problemu	305
Anna SZCZEPAŃSKA-PRZEKOTA , Identyfikacja wahań koniunkturalnych na rynku kontraktów terminowych na produkty rolne	317
Anna TURCZAK , Zatrudnienie w działalności badawczo-rozwojowej w wybranych krajach Unii Europejskiej i świata	333
Grzegorz KINELSKI, Kazimierz PAJĄK , Rynek konkurencyjny i źródła jego przewagi w subsektorze elektroenergetycznym	347
Agnieszka WLAZŁY , Wpływ zasobów środowiskowych na rozwój gospodarczy obszarów wiejskich na przykładzie Gminy Stare Miasto.....	361
Marta GUTH, Michał BORYCHOWSKI , Zrównoważony rozwój obszarów wiejskich w Polsce w polityce Unii Europejskiej w perspektywach finansowych na lata 2007–2013 i 2014–2020	387
Ranka MITROVIC, Ana JURCIC, Marijana JOKSIMOVIC , Wpływ bezpośrednich inwestycji zagranicznych na rozwój ekonomiczny Serbii i Polski	405
Radosław MIŚKIEWICZ , Wiedza w procesie pozyskiwania przedsiębiorstw	415
Andreea CIPRIANA MUNTEAN, Iulian BOGDAN DOBRA , Związek między satysfakcją turystów i lojalnością wobec kierunku podróży.....	433
Kodeks etyczny czasopisma „Progress in Economic Sciences”	455

Table of contents

ARTICLES

Andrzej CZYŻEWSKI, Joanna STROŃSKA-ZIEMANN , Determinants of changes in agriculture and rural areas in the Piła sub-region in the light of factor analysis	11
Marcin BORUTA , Gerontechnology in providing for the housing needs of the elderly	25
Ryszard DZIEKAN, Magdalena KONIECZNY , The education level of organic food consumers from the Podkarpackie province versus factors impacting its purchase	37
Łukasz KRYSZAK, Jakub STANISZEWSKI , Does education pay off for those living in the countryside? Human capital as a determinant of rural and urban workers' incomes	51
Piotr KUŁYK, Łukasz AUGUSTOWSKI , Regional development towards sustainable low-carbon economy	69
Milda Maria BURZAŁA , Synchronization of business activities between Poland and Germany. A few comments on causality	85
Joanna NUCIŃSKA , Conditions for measuring the efficiency of education funding: an outline of the problem	103
Silvia Ștefania MAICAN, Ionela GAVRILĂ-PAVEN, Carmen Adina PAȘTIU , Effective Communication and Improved Educational Results for Students in Economic Specializations	119
Agnieszka POCZTA-WAJDA, Agnieszka SAPA , The paradigm of sustainable development: a critical approach	131
Grzegorz PRZEKOTA , The consequences of price differentiation for regional development in Poland	143
Rafał KLÓSKA , Sustainable development of individual regions in Poland in terms of statistics	159
Zuzanna RATAJ, Katarzyna SUSZYŃSKA , The importance of social housing in sustainable development	177
Dragan Ž. DJURDJEVIC, Miroslav D. STEVANOVIC , Value problem in perception of sustainable development in international public law	193

Dragica STOJANOVIC, Bojan DJORDJEVIC, Carbon Market Development and Energy Efficiency in the Republic of Serbia	213
Biljana ILIĆ, Aleksandar MANIĆ, Dragan MIHAJLOVIĆ, Managing renewable energy resources choosing the sustainable development projects in Eastern Serbia – MCDM methods	223
Marijana JOKSIMOVIC, Biljana GRUJIC, Dusan JOKSIMOVIC, Foreign direct investment and their impact on economic development countries in transition	239
Gabrijela POPOVIĆ, Dragiša STANUJKIĆ, Vesna PAŠIĆ TOMIĆ, Resort Project Selection by Using Compromise Programming	247
Dragan KOSTIC, Aleksandar SIMONOVIC, Vladan STOJANOVIC, Sustainable development of the region: the case of Logistic Centre Pirot	257
Marija KERKEZ, Vladimir GAJOVIĆ, Goran PUZIĆ, Flood risk assessment model using the fuzzy analytic hierarchy process	271
Katarzyna SMĘDZIK-AMBROŻY, The European Union’s (EU) agricultural policy and the sustainable development of agriculture in the Wielkopolska region	283
Monika ŚPIEWAK-SZYJKA, The elderly on the labour market	295
Sebastian STĘPIEŃ, Dawid DOBROWOLSKI, Loss and waste in the food supply chain: an introduction to the problem	305
Anna SZCZEPAŃSKA-PRZEKOTA, Fluctuations in the futures market for agricultural products	317
Anna TURCZAK, Employment in the research and development sector in selected countries of the European Union and the world	333
Grzegorz KINELSKI, Kazimierz PAJAŁ, Competitive market and sources of its advantages in the electric energy subsector	347
Agnieszka WLAZŁY, The impact of environmental resources on the economic development of rural areas using the example of the Stare Miasto municipality	361
Marta GUTH, Michał BORYCHOWSKI, Sustainable development of rural areas in Poland in the European Union policy and the financial perspectives for 2007–2013 and 2014–2020	387
Ranka MITROVIC, Ana JURCIC, Marijana JOKSIMOVIC, Impact of FDI on the Economic Development of Serbia and Poland	405
Radosław MIŚKIEWICZ, Knowledge in the process of enterprise acquisition	415
Andreea CIPRIANA MUNTEAN, Iulian BOGDAN DOBRA, Considerations regarding relationship between tourists satisfaction and destination loyalty ..	433
‘Progress in Economic Sciences’ – Code of Ethics	461

Ryszard DZIEKAN*
Magdalena KONIECZNY**

Wykształcenie konsumentów żywności ekologicznej z województwa podkarpackiego a czynniki wpływające na jej zakup

Wprowadzenie

Przedstawiciele różnych dziedzin nauki oraz praktyki działalności gospodarczej w różnych aspektach i kontekstach posługują się pojęciem region. Z punktu widzenia nauk ekonomicznych regionem jest obszar o określonej specjalizacji gospodarczej, będącej wynikiem sposobu wykorzystania endo- i egzogenicznych zasobów ekonomicznych, a także przepływu kapitału, siły roboczej, technologii i informacji [Szewczuk, Kogut-Jaworska, Zioło, 2011, s. 15]. Pod pojęciem rozwoju regionalnego Strzelecki [2008, s. 79] określa procesy wszystkich zmian zachodzących w regionie prowadzące do zamiany czynników i zasobów regionalnych w dobra i usługi. W debatach publicznych od lat 80. ubiegłego wieku pojawiło się pojęcie rozwoju zrównoważonego, którego ideą jest zachowanie środowiska i zasobów naturalnych dla kolejnych pokoleń. Polega on na modelu takiego gospodarowania i takiej konsumpcji, które wywierają mniejszą presję na środowisko nie przekraczając jego pojemności [Zegar, 2012, s. 132]. Doskonale w taki model gospodarowania wpisuje się rolnictwo ekologiczne wpływające korzystnie na środowisko, człowieka i społeczeństwo [Turczak, 2013, s. 115–133].

Procesy przebiegające w określonej przestrzeni społeczno-ekonomicznej determinowane są z różnym nasileniem przez szereg czynników wpływających na ten obszar. To w skali regionalnej zachodzą realne procesy związane z wytwarzaniem dóbr i zaspokajaniem potrzeb [Rogowska, 2010, s. 353–361]. Janulewicz i Bujanowicz-Haraś [2016, s. 115–119] wykorzystując metody taksonomiczne zaklasyfikowali podregiony położone w województwie podkarpackim do I grupy (o najwyższym poziomie rozwoju zrównoważonego) i do III. Grupą czynników wpływających na lokalny rozwój są także czynniki ekologiczne: zachowanie i utrwalanie równowagi ekologicznej oraz racjo-

* Państwowa Wyższa Szkoła Zawodowa im. Jana Grodka w Sanoku

** Państwowa Wyższa Szkoła Zawodowa im. Jana Grodka w Sanoku

nalne gospodarowanie zasobami środowiska. Szczególnie w województwie podkarpackim, ze znaczną powierzchnią obszarów o wysokich walorach przyrodniczych prawnie chronionych (44,9% powierzchni województwa), wysoką lesistością (38,1%) [Urząd Statystyczny w Rzeszowie, 2016], niemałą powierzchnią rolniczych użytków ekologicznych (16657 ha) oraz wysoką liczbą gospodarstw ekologicznych (1305 producentów) [www.ijhar-s.hov.pl] i agroturystycznych (557 obiektów) [www.podr.pl] czynniki te mogą odegrać znaczącą rolę w rozwoju regionu. Jak wskazują Guzal-Dec i Zwolińska-Ligaj [2016, s. 59–64] oraz Jasiński, Michalska i Śpiewak [2013, s. 152] dla przyspieszenia wdrożenia koncepcji zrównoważonego rozwoju na obszarach przyrodniczo cennych wskazana jest także większa aktywność administracji samorządowej w prowadzeniu edukacji ekologicznej nie tylko młodzieży, ale także innych grupy społecznych. Na konieczność edukacji przez te jednostki w zakresie działań marketingowych w tym obszarze oraz w takim zakresie merytorycznym, aby podnieść świadomość roli, znaczenia i możliwości, jakie stwarza odpowiednio dobrana i prowadzona polityka zarządzania marketingowego wskazały także Siedlecka [2014, s. 229–240] oraz Witek [2014, s. 281–290].

Rozwój ekologicznej produkcji rolnej najbardziej dynamicznie przebiega w krajach europejskich. Wynika to przede wszystkim z rosnącego popytu na produkty ekologiczne oraz wsparcia finansowego tego rodzaju rolnictwa [Komorowska, 2016, s. 124–130]. Największe powierzchnie użytków ekologicznych występowały w krajach gdzie rynek żywności ekologicznej jest najbardziej rozwinięty tj. krajach Europy Zachodniej. W regionie Europy Środkowej i Wschodniej rynek ten znajduje się nadal w początkowej fazie rozwoju [Turczak, 2014, s. 59–72].

Jednym z popularniejszych trendów wśród konsumentów jest konsumpcja żywności wyprodukowanej metodami ekologicznymi. Dynamiczny rozwój handlu na świecie produktami wytwarzanymi tymi metodami spowodował, że w ostatnim dziesięcioleciu obroty handlowe potroiły się. Najwięcej na świecie żywności ekologicznej konsumowali Amerykanie (w 2011 roku na kwotę 21 mld euro), a następnie Niemcy (na równowartość 6,5 mld euro) [Szymona, 2013, s. 5]. W roku 2014 na tym największym rynku w Europie sprzedaż detaliczna osiągnęła poziom 7,9 mld euro. Na rynku francuskim poziom jej wynosił 4,8 mld euro, a w Wielkiej Brytanii 2,3 mld euro. Mieszkańcy Szwajcarii wydawali najwięcej na produkty ekologiczne – 221 euro w przeliczeniu na osobę, Luxemburga – 164 euro i Danii – 162 euro [FIBL, IFOAM, 2016, s. 214–216]. Szacowana wartość tego rynku w Polsce wynosiła około 800 mln zł. Stanowiło to blisko 1% sprzedaży produktów ekologicznych w Europie [Matysik-Pejas, Cieślík, 2016, s. 164]. Natomiast w przeliczeniu na osobę wydatki na żywność ekologiczną wynosiły około 5 euro.

Należy zaznaczyć, że rozwój rynku produktów ekologicznych zależy będzie od zachowań i wyborów konsumentów, którzy postrzegają żywność ekolo-

giczną jako zdrowszą, bezpieczniejszą i smaczniejszą. W celu stymulowania konsumpcji ekologicznej żywności konieczne są działania po stronie podaży i popytu służące różnicowaniu kanałów dystrybucji, poprawie dostępności do żywności ekologicznej oraz informacji o tego typu produktach [Żakowska-Biemans, 2015, s. 31]. Zmiana zachowań konsumentów jest uwarunkowana wieloma czynnikami. Grzybowska-Brzezińska [2011, s. 251] zaliczyła do nich: zmianę stylu życia, zwiększone zagrożenie ze strony chorób, cywilizacji, trendy społeczne czy zmiany w zakresie dochodów. Dostęp do wiarygodnej informacji oraz wzrost wykształcenia powodują skupianie coraz większej uwagi na jakości spożywanych produktów. Wraz z rozwojem poziomu wykształcenia polskich konsumentów, jak również wzrostem osiąganych dochodów, wzrasta zapotrzebowanie na produkty żywnościowe o wysokiej jakości.

Celem pracy była próba określenia czynników wyboru żywności ekologicznej w opinii jej konsumentów w zależności od ich poziomu wykształcenia.

Materiał i metody badań

Badania przeprowadzone zostały w II kwartale 2015 roku, na terenie województwa podkarpackiego wśród 308 konsumentów żywności ekologicznej w sklepach, które w swojej ofercie asortymentowej posiadały produkty ekologiczne. Narzędziem badawczym był autorski kwestionariusz ankiety. Kwestionariusz składał się z pytań jednokrotnego i wielokrotnego wyboru dotyczących danych socjodemograficznych oraz czynników wpływających na wybór i zakup żywności ekologicznej. W badaniach brali udział respondenci posiadający subiektywne wyobrażenie na temat tej kategorii żywności. Dokonano doboru warstwowego respondentów z podziałem uwzględniającym poziom wykształcenia. Do określenia zróżnicowania preferencji konsumentów dotyczących zakupu żywności ekologicznej zastosowano tabele przekrojowe. Wpływ poziomu wykształcenia respondentów na rodzaj udzielanych odpowiedzi badano z wykorzystaniem testu Chi-kwadrat na poziomie istotności $\alpha=0,05$. Z uwagi na to, iż dane zawierały w niektórych przypadkach zbyt małe liczebności koniecznym było zastosowanie poprawki Yatesa [Preacher, 2011]. W pracy wykorzystano metodę opisową i porównawczą.

Wśród respondentów uczestniczących w badaniu 62% stanowiły kobiety, mężczyźni zaś 38%. Najmłodsi badani respondenci w przedziale wiekowym 16–25 lat stanowili 5,8%; najstarsi 56 i więcej lat 9,6%; natomiast w wieku 46–55 lat 17,9% badanej próby. Najliczniejszą grupą byli respondenci w wieku 26–35 lat (30,8%) oraz 36–45 lat (35,9%). Ponad połowa 59% badanej populacji mieszkała w mieście (do 25 tys. mieszkańców 10,3%; 25–50 tys. 25,6%; powyżej 50 tys. 23,1%), natomiast 41% badanych było mieszkańcami wsi. Wyższym wykształceniem legitymowało się 67,3% badanych, co czwarty wykształceniem średnim/ponadgimnazjalnym, a co dziesiąty respondent

posiadał wykształcenie zasadnicze zawodowe. Większość ankietowanych stanowiły osoby pracujące (89,7%), a źródłem utrzymania dla 80,8% badanych była praca zawodowa w państwowym zakładzie/instytucji. Niewielki odsetek reprezentowały osoby, które prowadziły własną działalność gospodarczą (5,8%), gospodarstwo rolne (3,8%), były na emeryturze (3,8%), rencie (2,6%) posiadały niezarobkowe źródło utrzymania (1,9%) lub pozostawały na utrzymaniu innych osób (1,3%).

Wyniki badań

W opinii badanych respondentów, niezależnie od poziomu wykształcenia, żywność ekologiczna była postrzegana przede wszystkim jako żywność wytworzona bez użycia środków chemicznych. Odsetek wskazań w grupie z wykształceniem zawodowym wynosił aż 92% (tabela 1). W grupach z wykształceniem średnim i wyższym odsetek wskazań był niższy i wynosił odpowiednio 70% oraz 75%. Istotnym aspektem produkcji ekologicznej jest jej prowadzenie w warunkach nieskażonego środowiska. Z taką opinią zgadzało się nieco ponad 50% ankietowanych niezależnie od posiadanego wykształcenia. Blisko połowa osób charakteryzujących się wykształceniem zawodowym uważała, że żywność ekologiczna to żywność bogata w substancje odżywcze. Natomiast w takim odsetku w pozostałych grupach konsumenci żywności ekologicznej postrzegali ją jako żywność produkowaną z surowców nie zawierających genetycznie modyfikowanych organizmów. Co czwarty respondent z wykształceniem zawodowym postrzegał żywność ekologiczną jako produkowaną w warunkach ścisłej kontroli i niezawierającą w swoim składzie surowców wytworzonych z GMO. Co trzeci ankietowany z wykształceniem średnim i wyższym uważał, że żywność ekologiczna zawiera

Tabela 1. Znaczenie żywności ekologicznej a wykształcenie respondentów (wiele odpowiedzi)

Czym jest dla Pani/Pana żywność ekologiczna?	Wykształcenie					
	zawodowe		średnie		wyższe	
	N	%	N	%	N	%
żywność wyprodukowana w czystym środowisku	14	54	40	54	122	59
żywność wytworzona bez środków chemicznych	24	92	52	70	156	75
żywność bez GMO	6	23	36	49	104	50
żywność bogata w substancje odżywcze	12	46	22	30	62	30
żywność podlegająca ścisłej kontroli	6	23	24	32	76	37

Źródło: opracowanie własne.

znaczne ilości substancji odżywczych i nie zawiera surowców uzyskanych z GMO. Na wysoką świadomość walorów ekologicznych i zdrowotnych żywności ekologicznej w swoich badaniach wskazali także Wojciechowska-Solis i Soroka [2016, s. 355].

Głównym czynnikiem wpływającym na podjęcie decyzji o zakupie produktów ekologicznych przez konsumentów posiadających wykształcenie wyższe i średnie było bezpieczeństwo zdrowotne takiej żywności (wykres 1). Na takie motywy zakupu wskazują także Olech i Kuboń [2015, s. 164–169]. W sposób istotny wyższą deklarację dotyczącą względów zdrowotnych i walorów sensorycznych w badaniach Wojciechowskiej-Solis i Soroki [2016, s. 355] prezentowali respondenci z wykształceniem wyższym niż średnim czy zawodowym. Respondenci w pytaniu zawierającym różne warianty odpowiedzi wskazywali gradacje powodów od najbardziej (5,0) do najmniej istotnych (1,0). Wyżej wymienionemu czynnikowi przypisano przeciętną wartość wynoszącą 5. Respondenci z wyższym wykształceniem pozostałym czynnikom w większości przypisywali wartość 4, a najniższą (3) tylko ostatniemu powodowi tj. trosce o dobrostan zwierząt. Respondenci z grupy o wykształceniu średnim przesłankom związanym z lepszymi walorami smakowymi żywności ekologicznej, z chęcią dbania o ochronę środowiska oraz wspierania lokalnej produkcji żywności przypisywali wartość 4, pozostałym zaś wartość 3. Analizując dane zestawione w grupie z wykształceniem zawodowym pod kątem powodów nabywania żywności ekologicznej należy stwierdzić, że najniższe wartości

Wykres 1. Powody nabywania żywności ekologicznej a wykształcenie respondentów [5 – bardzo ważne, 1 – najmniej ważne]



Źródło: opracowanie własne.

przypisywano przesłankom dotyczącym ochrony środowiska, lepszemu jej przechowywaniu, poszukiwaniu nowych produktów i dbałości o dobrostan zwierząt (wartość 3). Ważnymi powodami, którymi te osoby kierowały się podczas zakupu żywności ekologicznej były powody dotyczące bezpieczeństwa zdrowotnego, walorów smakowych i diety oraz chęć wspierania lokalnej produkcji. Były one postrzegane w równym stopniu, a przypisywana wartość wynosiła 4.

W opinii połowy badanych respondentów, niezależnie od wykształcenia w żywność ekologiczną zaopatrywano się od 2 do 6 lat. Na najdłuższy okres zaopatrywania się w taką żywność wskazali w odsetku wynoszącym 24% ankietowani z wykształceniem wyższym, 35% z wykształceniem średnim i 23% zawodowym (tabela 2). Największy odsetek konsumentów, którzy rozpoczęli zakup produktów ekologicznych w okresie roku znajdował się w grupie respondentów z wykształceniem zawodowym (24%). Natomiast w grupie z wykształceniem średnim 14% oraz z wyższym 18%. Nie znaleziono statystycznej zależności między poziomem wykształcenia respondentów ($\chi^2_{\text{obliczone}} = 3,147, p = 0,534$) a rodzajem udzielanych odpowiedzi dotyczących okresu zakupu produktów ekologicznych.

Nieco ponad 40% respondentów posiadających wykształcenie wyższe lub zawodowe zaopatrywało się w żywność ekologiczną co najmniej raz w tygodniu. Natomiast na taką częstotliwość zakupu wskazywał co trzeci konsument z wykształceniem średnim. Sytuacja odwrotna przedstawiała się w przypadku zakupów raz na dwa tygodnie. Na taką częstotliwość zakupów wskazywało 46% konsumentów posiadających wykształcenie średnie i 23 do 24% pozostałych konsumentów. Najrzadziej, raz w miesiącu kupowali produkty ekologiczne konsumenci z wykształceniem wyższym i zawodowym, odpowiednio 32% i 31%. Odsetek konsumentów z wykształceniem średnim kupującym żywność ekologiczną raz w miesiącu wynosił 24%. W tym przypadku wykazano wpływ wykształcenia konsumentów żywności ekologicznej ($\chi^2_{\text{obliczone}} = 11,748, p < 0,019$) na częstotliwość jej zakupu.

Największy odsetek respondentów posiadających wykształcenie wyższe (48%) i zawodowe (46%) przeznaczał miesięcznie na zakup żywności ekologicznej kwotę do 100 zł. Nieco ponad połowę respondentów ze średnim wykształceniem przeznaczało w takim samym okresie kwotę od 101 do 200 zł, a tylko 11% kwotę powyżej 200 zł. Co trzeci ankietowany z wykształceniem wyższym i średnim przeznaczał na produkty ekologiczne od 101 do 200 zł. Miesięcznie najwyższe kwoty na zakup żywności ekologicznej przeznaczeni w największym odsetku ankietowani z wykształceniem zawodowym (23%), następnie posiadający wykształcenie wyższe (18%), a najmniej posiadający średnie wykształcenie (11%). Nie wykazano statystycznie istotnego wpływu wykształcenia konsumentów żywności ekologicznej ($\chi^2_{\text{obliczone}} = 7,054, p < 0,133$) na poziom kwot przeznaczanych na zakup produktów ekologicznych.

Tabela 2. Wpływ wykształcenia konsumentów żywności ekologicznej na decyzje o jej zakupie (wartości statystyki χ^2)

Wyszczególnienie	Wykształcenie		
	wartość statystyki χ^2	p-value	df
Okres zakupu żywności ekologicznej	3,147	0,534	4
Częstotliwość zakupu żywności ekologicznej	11,748	0,019	4
Kwota przeznaczana w miesiącu na zakup żywności ekologicznej	7,054	0,133	4
Najczęściej kupowana żywność ekologiczna	0,096	0,953	2
Ocena zróżnicowania asortymentu żywności ekologicznej	6,400	0,040	2
Pochodzenie najczęściej kupowanej żywności ekologicznej	4,733	0,094	2
Czynniki najlepiej potwierdzające autentyczność żywności ekologicznej	7,282	0,296	6
Rozpoznawalność znaku rolnictwa ekologicznego	0,680	0,712	2
Najczęstsze powody rezygnacji z zakupu żywności ekologicznej	15,700*	0,003	4

* $\alpha = 0,01$

Źródło: opracowanie własne.

Spośród najczęściej kupowanego asortymentu żywności ekologicznej respondenci wskazywali na zakup ekologicznych produktów pochodzenia roślinnego. Podobną zależność w swoich badaniach przedstawiła Piotrowska [2014, s. 396]. W grupie ankietowanych posiadających wyższe wykształcenie odsetek ten wynosił 70%, w grupie z wykształceniem średnim 73%, a z zawodowym 69%. Takie wyniki badań mogą być związane z faktem występowania na europejskim rynku ekologicznym znaczącej ilości ekologicznych owoców i warzyw. Jak podaje Wasilik [2014, s. 157–168] w Europie stwierdza się największy udział organicznych owoców i warzyw wśród produktów eko i stanowi on od 1/5 do 1/3 wszystkich takich produktów. W tym przypadku także nie stwierdzono zależności pomiędzy wykształceniem respondentów ($\chi^2_{\text{obliczone}} = 0,096$, $p < 0,953$) a najczęstszym rodzajem kupowanej żywności ekologicznej.

Jak wynika z kolejnego pytania respondenci posiadający wykształcenie wyższe w 57% wskazywali, że dostępny asortyment żywności ekologicznej był wystarczający i nie ma konieczności poszerzania go o inne produkty ekologiczne. W przypadku respondentów ze średnim wykształceniem występowała odwrotna sytuacja, 54% ankietowanych wskazywało na potrzebę jego poszerzenia. Największy odsetek odpowiedzi wskazujący na konieczność

rozszerzenia oferty artykułów ekologicznych występował w grupie respondentów z wykształceniem zawodowym i wynosił 69%. Wykazano wpływ wykształcenia konsumentów ekologicznych ($\chi^2_{\text{obliczone}} = 6,400$, $p < 0,040$) na ocenę zróżnicowania asortymentu żywności ekologicznej.

W znaczącej większości (ponad 80%) ankietowani konsumenci niezależnie od poziomu wykształcenia wskazywali, że zaopatrują się w żywność ekologiczną pochodzenia krajowego, najlepiej lokalnego. Świadczyło to o dużym przywiązaniu konsumentów do rodzimego miejsca pochodzenia produktów ekologicznych. W tym przypadku daje się zaobserwować etnocentryzm konsumentki, czyli wybór i zakup produktów wytwarzanych na lokalnych rynkach. Obliczona statystyka nie wykazała wpływu wykształcenia konsumentów żywności ekologicznej na rodzaj udzielanych odpowiedzi ($\chi^2_{\text{obliczone}} = 4,733$, $p = 0,094$).

Badania wskazują, że dla konsumentów najważniejszym czynnikiem potwierdzającym autentyczność żywności ekologicznej było oznakowanie umieszczone na etykiecie produktu. Wojciechowska-Solis i Soroka [2016, s. 356] wykazali, że najważniejszym czynnikiem dla respondentów z wyższym i średnim wykształceniem przy weryfikacji produktów ekologicznych była obecność na opakowaniu nazwy jednostki certyfikującej. Na ten sposób identyfikacji w badaniach własnych wskazało po 46% ankietowanych posiadających wykształcenie wyższe i wykształcenie średnie i aż 69% z wykształceniem zawodowym. Zdecydowanie większy odsetek najbardziej wykształconych konsumentów (30% z wykształceniem wyższym, 24% z wykształceniem średnim) opowiadał się za wyborem żywności ekologicznej na podstawie składu produktu umieszczonego na etykiecie. Respondenci z wykształceniem zawodowym w 8% wskazywali na ten sposób identyfikacji żywności ekologicznej. Informacja dotycząca jej pochodzenia uzyskana od sprzedawcy oraz miejsce zakupu w opinii respondentów nie odgrywała tak znaczącej roli, odsetek wskazań wahał się od 8 do 16%. Także w tym przypadku obliczona statystyka nie wykazała wpływu wykształcenia konsumentów żywności ekologicznej na rodzaj udzielanych odpowiedzi ($\chi^2_{\text{obliczone}} = 7,282$, $p = 0,296$).

W państwach członkowskich Unii Europejskiej stosowane są systemy kontroli i certyfikacji żywności ekologicznej. Wszystkie produkty ekologiczne dostarczane na rynek powinny być odpowiednio znakowane [Rozporządzenie Rady, 2007]. Znakowanie opakowań wskazuje jednoznacznie na to, że dany produkt powstał z wykorzystaniem ekologicznych metod produkcji. Na podstawie badań Chudzian i Chatys [2014, s. 87] można wnioskować o dużej roli znaków ekologicznych w budowaniu wizerunku jakości dla produktów ekologicznych. Respondenci uczestniczący w badaniu własnym charakteryzowali się połowiczną rozpoznawalnością znaku rolnictwa ekologicznego. Najwięcej ankietowanych konsumentów z wykształceniem wyższym (57%) potwierdziło znajomość znaku, następnie z wykształceniem średnim (54%), a najmniej z wykształceniem zawodowym (46%). Nie wykazano wpływu wykształcenia

konsumentów ekologicznych ($\chi^2_{\text{obliczone}} = 0,680, p < 0,712$) na rozpoznawalność znaku rolnictwa ekologicznego.

Jak wykazują Żakowska-Biemans i inni [2012, s. 295–306], Szelağ-Sikora, Rorat [2015, s. 80] dla polskich konsumentów żywność ekologiczna była zbyt droga. Zdaniem Nowogródzkiej [2012, s. 54–65] najważniejszym czynnikiem ograniczającym zakup żywności ekologicznej przez konsumentów była jej wyższa o 20–30% cena w porównaniu z żywnością konwencjonalną. Fakt ten potwierdzają również badania własne. Czynnikiem, który wpływał w najistotniejszy sposób na rezygnację z zakupu żywności ekologicznej była jej wysoka cena. Z takim zdaniem zgadzało się 71% respondentów posiadających wykształcenie wyższe, 54% respondentów z wykształceniem średnim i 50% z wykształceniem zawodowym. Na brak w miejscu zakupu odpowiedniego asortymentu wskazało odpowiednio 19%, 22% oraz 15% ankietowanych. Natomiast trudność w odróżnieniu żywności ekologicznej od konwencjonalnej była powodem rezygnacji z zakupu żywności ekologicznej dla 10% konsumentów z wykształceniem wyższym, 24% ze średnim i 35% zawodowym. Z badań Żakowskiej-Biemans [2011, s. 220] wynika, że konsumenci z wyższym wykształceniem w mniejszym stopniu postrzegali jako bariery zakupu żywności ekologicznej czynniki związane z dostępnością, ale jednocześnie częściej wskazywali na brak zaufania do jej pochodzenia. W badaniach własnych wykazano istotny wpływ (poziom istotności $\alpha = 0,01$) wykształcenia konsumentów żywności ekologicznej ($\chi^2_{\text{obliczone}} = 15,700, p < 0,003$) na rodzaj udzielanych odpowiedzi.

Podsumowanie

Na postrzeganie żywności ekologicznej przez konsumentów wpływa przede wszystkim zmiana stylu życia polskiego społeczeństwa. Respondenci w większości, niezależnie od posiadanego wykształcenia, przekonani byli, że jest ona wytwarzana bez użycia środków chemicznych oraz prowadzona w nieskażonym środowisku. Wyższą deklarację dotyczącą względów bezpieczeństwa zdrowotnego oraz takiej cechy żywności ekologicznej jak lepsze przechowywanie oraz otwartość na poszukiwanie nowych produktów prezentowali respondenci z wykształceniem wyższym niż ze średnim czy zawodowym. Konsumenci w każdej badanej grupie w przeważającej liczbie zaopatrywali się w produkty ekologiczne w większości pochodzenia roślinnego w okresie od 2 do 6 lat. Natomiast posiadający wykształcenie średnie charakteryzowali się najdłuższym stażem zakupu żywności ekologicznej. Największy odsetek badanych w grupie z wykształceniem zawodowym zaopatrywał się w taką żywność co najmniej raz w tygodniu i przeznaczał na nią kwotę ponad 201 zł miesięcznie. W grupie tej także przeważał pogląd, iż koniecznym jest poszerzenie dotychczasowego asortymentu żywności ekologicznej o nowe produkty. Osoby z wykształceniem wyższym i średnim podczas decyzji o za-

kupie żywności organicznej najczęściej kierowały się odpowiednim jej oznaczeniem oraz składem podanym na etykiecie, natomiast z wykształceniem zawodowym zwracały uwagę głównie na jej oznakowanie, chociaż w mniejszym stopniu rozpoznawały znak rolnictwa ekologicznego. Czynnikiem, który mogłyby się przyczynić do większego wzrostu zakupu żywności ekologicznej to czynnik finansowy. W dalszym ciągu zbyt wysoka cena jest podstawową barierą ograniczającą zakup żywności ekologicznej. Na taki powód rezygnacji z zakupu wskazywało 71% respondentów z wykształceniem wyższym oraz ponad 50% z wykształceniem średnim i zawodowym. Na zakup żywności ekologicznej decydują się konsumenci świadomi jej walorów. Jednak, aby nastąpił znaczny wzrost konsumpcji produktów ekologicznych koniecznym są dalsze działania edukujące społeczeństwo i propagujące korzystny jej wpływ na zdrowie człowieka.

Bibliografia

- CHUDZIAN J., CHATYS M. (2014), *Znajomość znaków ekologicznych wśród młodych konsumentów*, Stowarzyszenie Ekonomistów Rolnictwa i Agrobiznesu, Roczniki Naukowe, t. XVI, z. 6.
- FiBL, IFOAM (2016), *The World of Organic Agriculture. Statistic and Emerging Trends 2016*, Bonn, Frick: Research Institute of Organic Agriculture FIBL, IFOAM – Organics International.
- GRZYBOWSKA-BRZEZIŃSKA M. (2011), *Świadomość ekologiczna konsumentów a ich zachowanie na rynku żywności*, Studies & Proceedings of Polish Association for Knowledge Management, Nr 51.
- GUZAL-DEC D., ZWOLIŃSKA-LIGAJ M. (2016), *Rola informacji ekologicznej w zrównoważonym rozwoju obszarów przyrodniczo cennych województwa lubelskiego*, Stowarzyszenie Ekonomistów Rolnictwa i Agrobiznesu, Roczniki Naukowe, t. XVIII, z. 1.
- INSPEKCJA JAKOŚCI HANDLOWEJ ARTYKUŁÓW ROLNO-SPOŻYWCZYCH, (2017), www.ijhar-s.gov.pl/index.php/raporty-i-analazy.html (dostęp: 24.02.2017).
- JANULEWICZ P., BUJANOWICZ-HARAŚ B. (2016), *Ocena rozwoju zrównoważonego polskich podregionów*, Stowarzyszenie Ekonomistów Rolnictwa i Agrobiznesu, Roczniki Naukowe, t. XVIII, z. 3.
- JASIŃSKI J., MICHALSKA S., ŚPIEWAK R. (2013), *Rolnictwo ekologiczne czynnikiem rozwoju lokalnego – analiza wybranych przypadków*, Instytut Rozwoju Wsi i Rolnictwa Polskiej Akademii Nauk, Warszawa.
- KOMOROWSKA D. (2016), *Rozwój rolnictwa ekologicznego w Europie*, Stowarzyszenie Ekonomistów Rolnictwa i Agrobiznesu, Roczniki Naukowe, t. XVIII, z. 1.
- MATYSIK-PEJAS R., CIEŚLIK J. (2016), *Konsumencka ocena rynku żywności ekologicznej na przykładzie Krakowa*, Stowarzyszenie Ekonomistów Rolnictwa i Agrobiznesu, Roczniki Naukowe, t. XVIII, z. 5.
- NOWOGRÓDZKA T. (2012), *Stan i perspektywy rozwoju rolnictwa ekologicznego w Polsce*, Zeszyty Naukowe Szkoły Głównej Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie, Problemy Rolnictwa Światowego, 12 (2).

- OLECH E., KUBOŃ M. (2015), *Motywy wyboru produktów ekologicznych przez konsumentów segmentu demograficznego z terenu Małopolski*, Stowarzyszenie Ekonomistów Rolnictwa i Agrobiznesu, Roczniki Naukowe, t. XVII, z. 1.
- PIOTROWSKA A. (2014), *Wybrane aspekty zachowań konsumentów na rynku żywności ekologicznej*, Stowarzyszenie Ekonomistów Rolnictwa i Agrobiznesu, Roczniki Naukowe, t. XVI, z. 6.
- PODKARPACKI OŚRODEK DORADZTWA ROLNICZEGO (2017), www.podrb.pl/agroturystyka/2061.html (dostęp: 24.02.2017).
- PREACHER K. J. (2001), Calculation for the chi-square test: An interactive calculation tool for chi-square tests of goodness of fit and independence [Computer software]. Available from <http://quantpsy.org> (dostęp: 18.01.2017).
- ROGOWSKA M. (2010), *Endogeniczne determinanty rozwoju lokalnego*, [w:] *Znaczenie samorządu terytorialnego dla rozwoju regionalnego w Polsce, Niemczech i na Ukrainie*, red. nauk. FLEJTERSKI S., SZEWCZUK A., KOGUT-JAWORSKA M., Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, nr 620, Ekonomiczne problemy usług, nr 61, Szczecin.
- Rozporządzenie Rady (WE) nr 834/2007 z dnia 28 czerwca 2007: w sprawie produkcji ekologicznej i znakowania produktów ekologicznych i uchylające rozporządzenie (EWG) nr 2092/91, Dz. U. L 189.
- SIEDLECKA A. (2014), *Wybrane zagadnienia marketingu żywności ekologicznej w gospodarstwach rolnych województwa lubelskiego*, Journal of Agribusiness and Rural Development, 3(33), Poznań.
- STRZELECKI Z. (2008), *Gospodarka regionalna i lokalna*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- SZELĄG-SIKORA A., RORAT J. (2015), *Rola marketingu w zwiększaniu rozpoznawalności produktów ekologicznych*, Stowarzyszenie Ekonomistów Rolnictwa i Agrobiznesu, Roczniki Naukowe, t. XVII, z. 6.
- SZEWCZUK A., KOGUT-JAWORSKA M., ZIOŁO M. (2011), *Rozwój lokalny i regionalny. Teoria i praktyka*, Wydawnictwo C. H. Beck, Warszawa.
- SZYMONA J. (2013), *Szanse i zagrożenia polskiego rolnictwa ekologicznego w perspektywie lat 2014–2020. Biuro Analiz i Dokumentacji. Zespół Analiz i Opracowań Tematycznych*, https://senat.gov.pl/gfx/senat/pl/senatekspertyzy/2340/plik/oe-210_inter.pdf (dostęp: 20.07.2015).
- TURCZAK A. (2013), *Pozytywny wpływ rolnictwa ekologicznego na środowisko, człowieka i społeczeństwo*, [w:] *Wybrane aspekty społecznej odpowiedzialności biznesu*, red. E. Mazur-Wierzbička, Wydział Nauk Ekonomicznych i Zarządzania Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin.
- TURCZAK A. (2014), *Perspektywy rozwoju rolnictwa ekologicznego w Polsce*, Zeszyty Naukowe ZPSB Firma i Rynek nr 1 (46).
- URZĄD STATYSTYCZNY W RZESZOWIE, (2016), *Rocznik statystyczny województwa podkarpackiego*, Rzeszów.
- WASILIK K. (2014), *Rolnictwo ekologiczne i rynek eko-produktów w Polsce na tle innych krajów europejskich*, Handel Wewnętrzny 3(350).
- WITEK L. (2014), *Zachowania konsumentów na rynku produktów ekologicznych w Polsce i innych krajach Unii Europejskiej*, Handel Wewnętrzny, 1(354).
- WOJCIECHOWSKA-SOLIS J., SOROKA A. (2016), *Kryteria zakupu żywności ekologicznej przez polskich konsumentów w odniesieniu do konsumpcji światowej*, Zeszyty Nauko-

we Szkoły Głównej Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie, *Problemy Rolnictwa Światowego*, t. 16 (XXXI), z. 2.

- ZEGAR J. (2012), *Współczesne wyzwania rolnictwa*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- ŻAKOWSKA-BIEMANS S. (2011), *Barriere zakupu żywności ekologicznej w kontekście rozwoju rynku żywności ekologicznej*, *Journal of Research and Applications in Agricultural Engineering*, Vol. 56(4).
- ŻAKOWSKA-BIEMANS S. (2015), *Zachowania polskich konsumentów na rynku żywności ekologicznej*, [w:] 25 lat Agencji Rynku Rolnego, *Biuletyn Informacyjny* nr 4/2015.
- ŻAKOWSKA-BIEMANS S., ORZESZKO-RYWKA A., JANKOWSKI P., LIPIŃSKA E., (2012), *Czynniki warunkujące popyt na żywność ekologiczną w kontekście przeobrażeń rynku żywności ekologicznej w Polsce i innych krajach Europy*, [w:] *Wyniki badań z zakresu rolnictwa ekologicznego w 2011 roku*, Ministerstwo Rolnictwa i Rozwoju Wsi, Warszawa-Falenty.

Wykształcenie konsumentów żywności ekologicznej z województwa podkarpackiego a czynniki wpływające na jej zakup

Streszczenie

Celem pracy była próba określenia czynników wyboru żywności ekologicznej w opinii konsumentów z województwa podkarpackiego w zależności od ich poziomu wykształcenia. Badania przeprowadzone zostały za pomocą kwestionariusza ankiety w II kwartale 2015 roku, na terenie województwa podkarpackiego wśród 308 konsumentów żywności ekologicznej. Stwierdzono, że konsumenci z wykształceniem wyższym w większym stopniu postrzegali żywność ekologiczną w kategorii żywności gwarantującej bezpieczeństwo zdrowotne oraz są bardziej otwarci na poszukiwanie nowych produktów. Natomiast respondenci posiadający wykształcenie średnie charakteryzowali się najdłuższym stażem zakupu żywności ekologicznej. Największy odsetek badanych z wykształceniem zawodowym spośród pozostałych respondentów zaopatrywał się w taką żywność co najmniej raz w tygodniu i przeznaczal na nią kwotę ponad 201 zł miesięcznie. W grupie tej także przeważał pogląd, iż koniecznym jest poszerzenie dotychczasowego asortymentu żywności ekologicznej o nowe produkty. Najczęstszą barierą ograniczającą zakup żywności ekologicznej była nadal zbyt wysoka jej cena.

Słowa kluczowe: żywność ekologiczna, produkty ekologiczne, konsument, decyzje nabywcze

The education level of organic food consumers from the Podkarpackie province versus factors impacting its purchase

Abstract

The study attempts to define factors impacting the choice of organic food by consumers from the Podkarpackie province, depending on their level of education. To this end,

a survey was conducted in the Podkarpackie province in the second quarter of 2015. It involved 308 organic food consumers. It was found that consumers with university education more often paid attention to food safety and were more open to new products. However, consumers with secondary education had been purchasing organic food for the longest period of time. The highest percentage of respondents with vocational education bought this kind of food at least once week, spending more than PLN 201 a month on it. The opinion that it was necessary to introduce new products to the existing range of organic food prevailed in this group of respondents. High price was the most common barrier to the purchase of organic food.

Key words: organic food, organic products, consumers, purchasing decisions

JEL: Q10, Q13, Q18

Wpłynęło do redakcji: 28.02.2017 r.

Skierowano do recenzji: 06.03.2017 r.

Zaakceptowano do druku: 19.05.2017 r.