



AgEcon SEARCH
RESEARCH IN AGRICULTURAL & APPLIED ECONOMICS

The World's Largest Open Access Agricultural & Applied Economics Digital Library

This document is discoverable and free to researchers across the globe due to the work of AgEcon Search.

Help ensure our sustainability.

Give to AgEcon Search

AgEcon Search

<http://ageconsearch.umn.edu>

aesearch@umn.edu

*Papers downloaded from **AgEcon Search** may be used for non-commercial purposes and personal study only. No other use, including posting to another Internet site, is permitted without permission from the copyright owner (not AgEcon Search), or as allowed under the provisions of Fair Use, U.S. Copyright Act, Title 17 U.S.C.*

**Robert Rosa, Agnieszka Ginter, Jolanta Franczuk, Anna Zaniewicz-Bajkowska,
Edyta Kosterna-Kelle, Krystyna Chromińska, Aneta Rutkowska**

Uniwersytet Przyrodniczo-Humanistyczny w Siedlcach

ŹRÓDŁA POZYSKIWANIA INFORMACJI O WARTOŚCI ODŻYWCZEJ WARZYW PRZEZ MIESZKAŃCÓW WSI

SOURCES OF INFORMATION ABOUT THE NUTRITIONAL VALUE OF VEGETABLES BY RURAL PEOPLE

Słowa kluczowe: źródła wiedzy, ocena istotności, respondenci, wartość odżywcza, warzywa

Key words: sources of knowledge, importance's assessment, respondents, nutritive value, vegetables

JEL codes: D10, D12, Q12, R29

Abstrakt. Celem podjętych badań była identyfikacja źródeł wiedzy na temat wartości odżywczej warzyw wśród mieszkańców wsi na przykładzie dwóch województw – mazowieckiego i lubelskiego. Ukazano ocenę istotności poszczególnych form pozyskiwanych informacji. Podstawowym narzędziem badawczym był kwestionariusz ankiety przeprowadzonej w 2015 roku na grupie 200 osób. Po analizie wyników badań stwierdzono, że respondenci wskazali na 6 źródeł, z których czerpią informację nt. wartości odżywczej warzyw. Za najważniejsze ankietowani uznali rodzinę i znajomych. Na drugim miejscu *ex aequo* znalazły się internet oraz czasopisma. Najmniejsze znaczenie miała opinia sprzedającego warzywa. Kobiety za najważniejsze źródło uznały czasopisma, a mężczyźni rodzinę i znajomych. Dla najmłodszych respondentów najważniejszym źródłem informacji był internet. Wraz ze wzrostem wieku respondentów rosło znaczenie opinii rodziny i znajomych. Na internet jako najważniejsze źródło wiedzy wskazały także osoby z wykształceniem podstawowym. Wraz ze wzrostem poziomu wykształcenia respondentów wzrastało znaczenie fachowych czasopism i książek.

Wstęp

Rozwój globalnego społeczeństwa sprawił, że wiedza została wyróżniona jako dobro ekonomiczne [Olszak 2007]. W klasycznym podziale wiedzy wyróżnia się cztery podstawowe jej rodzaje: wiedza typu „wiem – co, wiem – dlaczego, wiem – jak oraz wiem – kto”. Dochodzenie do wiedzy i podjęcie decyzji jest procesem wieloetapowym. Każdego dnia dociera do nas coraz więcej informacji, których nadmiar jest niepożądany, ale na ogół nie jest bezpośrednio szkodliwy [Chelstowska 2006, Stefanowicz 2013]. Dlatego coraz większego znaczenia nabiera ustalanie wiarygodnych źródeł informacji i jej selekcji.

Konsumpcja (spożycie) jest procesem zaspokajania potrzeb [Kołodziejek, Zielińska 1989]. Można spotkać się z poglądem, że spożycie dotyczy głównie artykułów żywnościowych, natomiast pojęcie konsumpcji można odnosić do potrzeb zaspokajanych także za pomocą dóbr i usług nieżywnościowych [Adamowski 1997]. Spożycie indywidualne jest realizowane przez poszczególne jednostki lub gospodarstwa domowe na podstawie decyzji konsumentów [Urban 2015]. Potrzeby ludzi są zaspokajane przez różnorodne dobra i usługi, które muszą mieć odpowiednią wartość użytkową. O wartości użytkowej artykułów żywnościowych decyduje m.in. ich wartość kaloryczna, zawartość składników pokarmowych, walory smakowe i estetyczne [Hoser, Wronowski 1978]. Bardzo ważnymi składnikami codziennego żywienia są warzywa. Warzywa, obok owoców i aktywności fizycznej, znajdują się u podstawy nowej piramidy żywienia. Wiedza o wartości odżywczej produktów żywnościowych jest niezbędna w kontekście zdrowego stylu życia.

Celem badań była identyfikacja źródeł wiedzy dotyczącej wartości odżywczej warzyw w grupie mieszkańców obszarów wiejskich województw lubelskiego oraz mazowieckiego.

Material i metodyka badań

Podstawowym narzędziem badawczym był kwestionariusz ankiety opracowany w Katedrze Warzywnictwa Uniwersytetu Przyrodniczo-Humanistycznego w Siedlcach. Badania ankietowe przeprowadzono w 2015 roku w grupie 200 osób – po 100 ankiet w województwie mazowieckim i lubelskim. Dobór próby był losowy. Analizę zagadnienia przeprowadzono według płci, wieku oraz wykształcenia mieszkańców wsi. Do interpretacji wyników wykorzystano podstawową metodę tabelaryczno-opisową, oraz graficzną.

Wyniki badań

Wśród grupy badawczej kobiety stanowiły 64,0%. W województwie mazowieckim udział obu płci był równy, natomiast w województwie lubelskim udział kobiet wynosił 78% (tab. 1). Największą grupę respondentek stanowiły panie pomiędzy 41. a 50. rokiem życia (31,3%). Wśród mężczyzn dominowała grupa do 30. roku życia (40,3%). Najwięcej badanych miało wykształcenie zawodowe (35,5%) oraz średnie (35%). W gronie kobiet przeważał średni poziom edukacji (36,8%), a wśród mężczyzn – zawodowy (37,5%). Największa grupa respondentów pracowała w rolnictwie (31,5%). Drugą grupę pod względem sytuacji zawodowej stanowili emeryci (18,0%). Robotników pracujących na etat było 16,5 %, a pracujących umysłowo 15,0%. Studenci stanowili 14,5%. Najmniej było osób bezrobotnych (4,5%). Zarówno w grupie kobiet, jak i mężczyzn najwięcej osób związanych było z rolnictwem, odpowiednio 32,0 i 30,5%.

Tabela 1. Charakterystyka grupy badawczej
Table 1. Characteristics of the study population

Wyszczególnienie/Specification		Liczba respondentów według płci/ Number of respondent according to sex		Ogółem/ Total n = 200
		kobiety/ woman n = 128	mężczyźni/ man n = 72	
Województwo/ Voivodship	mazowieckie/masovian	50	50	100
	lubelskie/lublin	78	22	100
Wiek [lata]/ Age [years]	< 30	28	29	57
	31-40	36	11	47
	41-50	40	23	63
	51-60	14	4	18
	> 70	10	5	15
Wykształcenie/ Education	podstawowe/elementary	10	13	23
	zawodowe/vocational	44	27	71
	średnie/secondary	47	23	70
	wyższe/higher	27	9	36
Sytuacja zawodowa/ Professional situation	pracujący w rolnictwie/employed in agriculture	41	22	63
	robotnik/labourer	21	12	33
	pracujący umysłowo/worked mentally	23	7	30
	emeryt (rencista)/pensioner	24	12	36
	bezrobotny/unemployed	8	1	9
	student/student	11	18	29

Źródło: badania własne

Source: own study

Mieszkańcy wsi wskazali na 6 rodzajów źródeł informacji, z których czerpią wiedzę na temat wartości odżywczej warzyw (tab. 2). Były to: czasopisma, książki, radio i telewizja (RTV), opinia sprzedawcy warzyw, internet, wiedza rodziny i znajomych. Każdemu źródłu informacji respondenci przypisali rangę ważności, tj. nieistotne, istotne oraz bardzo istotne (najważniejsze). Ocena ważności źródeł informacji była zróżnicowana w zależności od jego rodzaju. Czasopisma były bardzo istotne dla największej grupy badanych (36,5%). Za istotne źródło informacji uważało je 31,4%, a za nieistotne 32,1% ankietowanych. Według 64,2% badanych pozycje książkowe były istotnym lub bardzo istotnym źródłem informacji. Dla 35,8% osób nie miały one znaczenia. Opinia sprzedawców dla największej grupy badanych (42,7%) była istotna, 38,4% osób uważało ją za nieistotną, a tylko 18,9% za bardzo istotną. Informacje z radia i telewizji były dla respondentów w równym stopniu bardzo istotne, istotne lub nieistotne. Internet za bardzo istotne źródło wiedzy na temat wartości odżywczej warzyw uważało 40,8% ankietowanych. Niewiele mniejsza grupa osób (37,1%) uważała to medium za źródło nieistotne. Dla 22,6% internet odgrywał istotną rolę. Zdanie rodziny i znajomych było bardzo istotnym źródłem informacji dla 49,7% oraz istotnym dla kolejnych 27,9% badanych.

Tabela 2. Ocena istotności źródeł wiedzy według mieszkańców wsi
 Table 2. Assessment of the importance of knowledge sources according to rural people

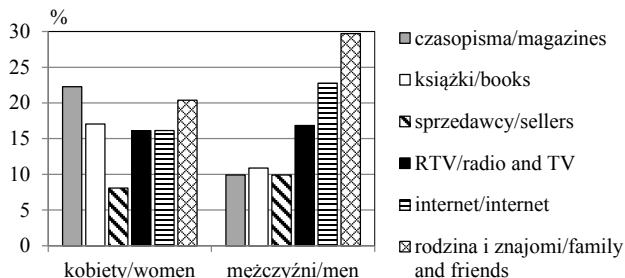
Wyszczególnienie/ Specification	Źródła wiedzy/Sources of knowledge					
	czasopisma/ magazines	książki/ books	sprzedawcy/ sellers	RTV/ radio and TV	internet/ internet	rodzina i znajomi/ family and friends
Nieistotne/Unimportant	32,1	35,8	38,4	31,4	37,1	22,4
Istotne/Important	31,4	32,4	42,7	35,9	22,1	27,9
Bardzo istotne/ Very important	36,5	31,8	18,9	32,7	40,8	49,7

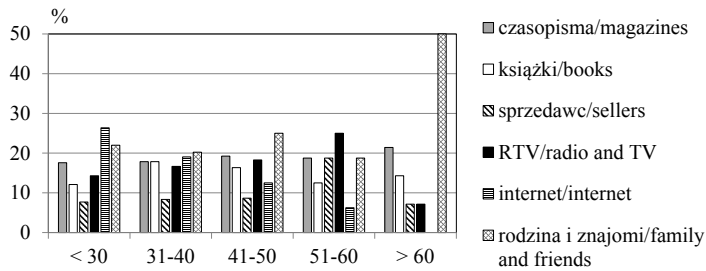
Źródło: badania własne
 Source: own study

Dla kobiet najważniejszym źródłem wiedzy o wartości odżywczej warzyw były czasopisma (22,3% wskazań) oraz rodzina i znajomi (20,4%). Najmniejsze znaczenie miała opinia sprzedawcy. Według mężczyzn najważniejszym źródłem wiedzy o warzywach były rodzina i znajomi (29,7%) oraz internet (22,8%). Najmniejsze znaczenie dla tej grupy respondentów miały czasopisma, książki i opinia sprzedawcy (rys. 1).

Respondenci poniżej 30. roku życia za najważniejsze źródło informacji nt. wartości odżywczej warzyw uważali internet (26,4% wskazań w tej grupie wiekowej). Wraz ze wzrostem wieku respondentów znaczenie internetu spadało (do 6,3% dla grupy 51-60 lat i 0% dla grupy powyżej 60. roku życia). W grupie wiekowej do 30 lat bardzo istotnym źródłem informacji (22%) była także rodzina i znajomi. Osoby w wieku 31-40 lat prawie w równym stopniu za najistotniejsze źródło informacji uważali rodzinę i znajomych (20%), internet (19%), czasopisma i książki (po 18%)

Rysunek 1. Najważniejsze źródła wiedzy o wartości odżywczej warzyw według płci respondentów
 Figure 1. The most important sources of knowledge about the nutritional value of vegetables by the sex of respondents
 Źródło: badania własne
 Source: own study



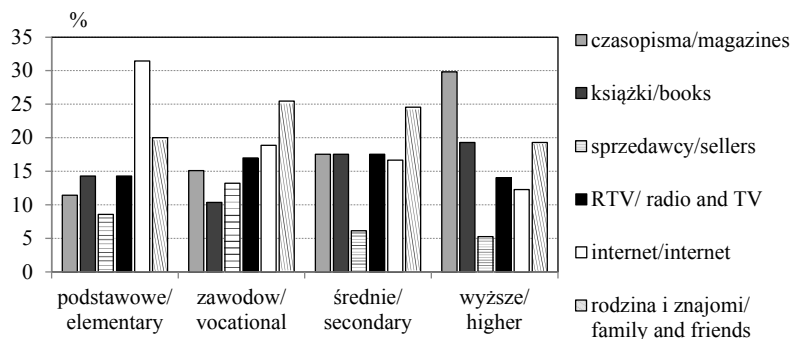


Rysunek 2. Najważniejsze źródła wiedzy o wartości odżywczej warzyw według wieku respondentów
 Figure 2. The most important sources of knowledge about the nutritional value of vegetables by the age of respondents

Źródło: badania własne
 Source: own study

oraz radio i telewizję (16,7%). Respondenci w przedziale wiekowym 41-50 lat jako najistotniejsze źródło informacji wskazali rodzinę i znajomych (25%), w dalszej kolejności czasopisma (19,2%) oraz radio i telewizję (18,3%). 25% mieszkańców wsi w wieku 51-60 lat za najistotniejsze źródło wiedzy o wartości odżywczej warzyw uważało radio i telewizję. Kolejne miejsca w równym stopniu zajmowały czasopisma, sprzedawcy warzyw oraz rodzina i znajomi (po 18,8% wskazań). Połowa ankieterowanych seniorów (> 60 lat) za najistotniejsze źródło wiedzy uważało rodzinę i znajomych, w dalszej kolejności czasopisma (21,4%) i książki (14,3%). Z wyjątkiem respondentów w wieku od 51 do 60 lat, pozostali jako najmniej istotne źródło informacji wskazali sprzedawcę warzyw.

Analizę zagadnienia według poziomu wykształcenia respondentów przedstawiono na rysunku 3. Wykazała ona, że osoby z wykształceniem podstawowym w największym stopniu czerpały informację z internetu (31,4% wskazań w tej grupie), w najmniejszym od sprzedawcy (8,6%) oraz z czasopism (11,3%). Stwierdzono zależność, że wraz ze wzrostem poziomu wykształcenia mieszkańców wsi spadało znaczenie internetu, a wzrastało znaczenie czasopism i książek jako źródeł wiedzy o wartości odżywczej warzyw (rys. 3). Osoby z wykształceniem zawodowym i średnim najczęściej opierały się na opinii sprzedawców warzyw (odpowiednio 25,5 i 24,6%). W drugiej kolejności ankieterowani z wykształceniem zawodowym korzystali z informacji w



Rysunek 3. Najważniejsze źródła wiedzy o wartości odżywczej warzyw według poziomu wykształcenia respondentów

Figure 3. The most important sources of knowledge about the nutritional value of vegetables by the respondents education

Źródło: badania własne
 Source: own study

internecie (19%), a osoby z wykształceniem średnim sięgały po czasopisma i książki (po 17,5%) oraz czerpały informację z RTV (również 17,5%). Respondenci mający wykształcenie wyższe za najważniejsze źródło informacji o warzywach uważali czasopisma (30%), a następnie książki oraz rodzinę i znajomych (po 19,5%). Osoby z wykształceniem podstawowym, średnim i wyższym najrzadziej opierały się na opinii sprzedawcy, a osoby z wykształceniem zawodowym w najmniejszym stopniu poszukiwały informacji w książkach.

Podsumowanie i wnioski

Zgromadzone dane ankietowe dotyczące źródeł informacji odnoszących się do obszaru wiedzy na temat wartości odżywczej warzyw umożliwiły analizę poszczególnych ich rodzajów oraz ocenę ich ważności dla mieszkańców wsi według płci, wieku oraz wykształcenia. Respondenci sięgali do 6 różnych źródeł informacji. Najistotniejszym źródłem dla badanej grupy osób była rodzina i znajomi. W grupie źródeł bez znaczenia na pierwszym miejscu znajdowała się opinia sprzedawców. Kobiety najczęściej sięgały po czasopisma, mężczyźni najczęściej czerпали informację od rodziny i znajomych. Najmłodsi respondenci najbardziej doceniali internet. Wraz z wiekiem respondentów znaczenie tego medium spadało (do zera u osób najstarszych). Osoby powyżej 60. roku życia w 50% wskazały na rodzinę i znajomych. Osoby z wykształceniem podstawowym za najważniejsze źródło uważały internet, a z wykształceniem zawodowym i średnim rodzinę i znajomych. Wraz ze wzrostem poziomu wykształcenia respondentów wzrastało znaczenie czasopism i książek, a malało znaczenie internetu oraz rodziny i znajomych.

Literatura/Bibliography

- Adamowski Zbigniew. 1997. *Podstawy ekonomiki i organizacji gospodarstw rolnych* (Basics of economics and organization of farms). Warszawa: PWRiL.
- Chelstowska Zofia. 2006. Filozofia jakości według Platona i W.E. Deminga w trosce o jakość pracy szkoły (v). *Mazowiecki Kwartalnik Edukacyjny Meritum 2* (2): 15-16.
- Hoser Małgorzata, Sylwester Wronowski. 1978. *Gastronomia i hotelarstwo* (Gastronomy and hospitality). Warszawa: WSiP.
- Kołodziejek Bogdan, Zofia Zielińska. 1989. *Potrzeby i spożycie* (Needs and consumption). Warszawa: PWE.
- Olszak Celina M. 2007. Wyzwania ery wiedzy. [W] *Strategie i modele gospodarki elektronicznej* (Challenges of the knowledge age. [In] *Strategies and models of electronic economy*), ed. C.M. Olszak, E. Ziemia, 17-40. Warszawa: PWN.
- Stefanowicz Bogdan. 2013. *Informacja, wiedza, mądrość* (Information, knowledge, wisdom). Warszawa: GUS, Biblioteka Wiadomości Statystycznych.
- Urban Stanisław. 2015. *Ekonomika handlu żywnością i produktami rolnymi* (Economics of trade in food and agricultural products). Wrocław: Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu.

Summary

The purpose of the research was identification sources of knowledge about the nutritional value of vegetables among the rural population on the example of two voivodships, Mazowieckie and Lubelskie. The paper presents the assessment of the relevance of individual types of information sought by respondents. The basic research tool was questionnaire survey conducted in the group of 200 people, 100 out of each voivodship. The study was conducted in 2015. Analysis of the obtained results showed that six different sources of information on the nutritional value of vegetables were indicated. In the group the most important sources in the first place was the family and friends. The Internet and specialist journals included in the second place ex aequo. The opinion of the seller of vegetables was of the least importance.

Adres do korespondencji
dr hab. Robert Rosa (orcid.org/0000-0001-6344-538X)
Uniwersytet Przyrodniczo-Humanistyczny w Siedlcach, Katedra Warzywnictwa
ul. Bolesława Prusa 14, 08-110 Siedlce
tel. (25) 643 13 41
e-mail: robert.rosa@uph.edu.pl