



**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](mailto: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.*

*No endorsement of AgEcon Search or its fundraising activities by the author(s) of the following work or their employer(s) is intended or implied.*

## **ŚWIADOMOŚĆ ŻYWIENIOWA A ZACHOWANIA ŻYWIENIOWE KONSUMENTÓW**

Elżbieta Goryńska-Goldmann, Przemysław Ratajczak  
Uniwersytet Przyrodniczy w Poznaniu

**Abstrakt.** W pracy przedstawiono pojęcia świadomości żywieniowej i zachowań żywieniowych konsumentów oraz elementy istotne dla prawidłowej oceny i kształtowania tych czynników. Wyprecyzowane elementy mogą stanowić podstawę do budowy testu wiedzy, którego zastosowanie poszerzy zasób informacji o znajomości zasad prawidłowego żywienia w Polsce i o ich wykorzystaniu w praktyce żywieniowej Polaków.

**Słowa kluczowe:** żywność, żywienie, świadomość żywieniowa, zachowania żywieniowe

### **WPROWADZENIE**

Zachodzące współcześnie na świecie zmiany, praktycznie we wszystkich sferach życia ludzi, wynikające między innymi z globalizacji w takich dziedzinach, jak gospodarka, wymiana informacji i kontakty społeczne, znajdują swoje odbicie w wyraźnych zmianach: zachowań, hierarchii wartości, trybu pracy itp., skutkujących zmianami w sposobie życia ludzi [Regmi 2001, Senauer 2001, Blisard i in. 2002, Cromartie 2002]. Jednym z przejawów odmiennego sposobu życia są zmiany w tak ważnej dziedzinie, jak odżywianie się, a więc zmiany w zachowaniach i zwyczajach konsumentów żywności [Goryńska-Goldmann 2010]. Są one wywołane m.in. przez coraz większą świadomość żywieniową, a ich skutkiem rynkowym jest wzrost zapotrzebowania na żywność postrzeganą jako sprzyjającą zdrowiu oraz zmniejszanie zainteresowania żywnością, która – według konsumentów – nie ma korzystnego wpływu na ich zdrowie bądź nawet ma wpływ niekorzystny.

Sposób żywienia determinuje rozwój i ogólny stan zdrowia organizmu. Złe odżywianie może prowadzić do powstania i rozwoju wielu zaburzeń i chorób [Górnicka

i Gronowska-Senger 2005]. Badania epidemiologiczne stanu zdrowia Polaków wskazują na powszechne występowanie chorób dieto-zależnych, a badania sposobu odżywiania się dowodzą, że w znacznym stopniu odbiega on od zaleceń. Wynika to z jednej strony z sytuacji ekonomicznej konsumentów, a z drugiej – z niezbyt dobrej znajomości zasad prawidłowego żywienia. Ocenienia się, że wyżywienie znacznej części polskiego społeczeństwa w ostatnich dwudziestu latach XX wieku uległo pogorszeniu [Gulbicka i Kwasek 2000 a, b, Kowrygo 2000]. Przeciętna racja pokarmowa zawierała mniej składników odżywczych od wartości zalecanych, a wiele rodzin zostało pozbawionych ekonomicznego dostępu do żywności. Sytuacja ta rodziła pytanie nie tyle o świadomość polskich konsumentów na temat zasad zdrowego żywienia, ile o chęci i możliwości skorzystania z tych zasad. Należy jednak oczekiwać, że postępujący wzrost gospodarczy pozwoli na tyle poprawić sytuację ekonomiczną przeciętnego Polaka, że dla szerokiej rzeszy społeczeństwa istotna stanie się nie tylko możliwość zaspokojenia potrzeb żywieniowych, lecz także sposób odżywiania się. Do tego jednak jest niezbędne podniesienie świadomości żywieniowej rodaków. Trzeba więc rozpoznać jej obecny stan oraz określić sposoby popularyzacji zasad prawidłowego żywienia.

## CEL ARTYKUŁU

Celem niniejszego artykułu jest dokonanie specyfikacji cech charakteryzujących sposób żywienia, których poznanie pozwoli ocenić poziom świadomości żywieniowej konsumentów, za pomocą tzw. testu wiedzy oraz prawidłowość ich zachowań żywieniowych.

## ŚWIADOMOŚĆ ŻYWIENIOWA – SPOSÓB DEFINIOWANIA, OCENA

Zarówno świadomość żywieniowa konsumentów, jak i zachowania żywieniowe były przedmiotem wielu badań. Ze względu na fakt, iż świadomość żywieniowa nie jest jedynym czynnikiem kształtującym zachowania żywieniowe, szczegółowej analizie należałoby poddać odchylenia pomiędzy znajomością zasad prawidłowego żywienia oraz faktycznie realizowanymi zachowaniami żywieniowymi. Do tego jest jednak niezbędne opracowanie sposobów identyfikacji zarówno świadomości żywieniowej, jak i zachowań żywieniowych. Nie można jednak wskazać jednoznacznych definicji, zarówno świadomości żywieniowej, jak i zachowań żywieniowych.

W niniejszym artykule przyjęto, iż świadomość żywieniowa jest rozumiana jako wiedza na temat zasad prawidłowego żywienia, przechowywania produktów żywnościowych oraz przygotowywania posiłków.

Problem świadomości żywieniowej konsumentów był przedmiotem rozważań wielu autorów. Był on formułowany zarówno w sposób ogólny, jak i szczegółowy. W dotychczasowych pracach, prowadzonych w Polsce, a poświęconych świadomości żywieniowej, badano jednak jedynie samoocenę formułowaną na ten temat przez konsumentów, bądź oceniano fakt występowania pojedynczych elementów, składających się na świadomość żywieniową. Badano, na przykład, deklaracje konsumentów odnośnie liczby posiłków i regularności ich spożywania bądź częstości konsumpcji wybranych grup

produktów spożywczych [Goryńska-Goldman 2005, 2006, Kołłajtis-Dołowy i in. 2005]. Wskazywano na powiązania relatywnie wysokiej świadomości żywieniowej ze stylem życia i stanem zdrowia. Inni autorzy dokonywali oceny poziomu spożycia wybranych składników odżywczych. Badano też wpływ nieprawidłowego żywienia na rozwój psychofizyczny dzieci. Prowadzono prace mające na celu określenie czynników powodujących wzrost zainteresowania żywnością niskoenergetyczną, wchodzącą w skład środków spożywczych specjalnego przeznaczenia żywieniowego. W opracowaniach poświęconych świadomości żywieniowej badano również wpływ niektórych cech osobowościowych na wybrane zachowania żywieniowe. Oceniano np.: związki między cechami osobowościowymi kobiet a ich zachowaniami żywieniowymi i poglądami na temat sposobów żywienia [Pilska 2005].

Rzadko przedmiotem badań był poziom wiedzy konsumentów na temat żywności, zdrowego i niezdrowego odżywiania się oraz jego konsekwencji, a także stopień wykorzystania tej wiedzy w kształtowaniu nawyków żywieniowych. Brak kompleksowych badań dotyczących świadomości żywieniowej wynika zapewne z wielości czynników, wpływających na jej kształtowanie. W literaturze przedmiotu nie znaleziono doniesień o badaniach, które pozwoliłyby na określenie poziomu świadomości żywieniowej konsumentów poprzez wykonanie testu wiedzy.

Według autorów niniejszego artykułu, poziom świadomości żywieniowej konsumentów może zostać określony na podstawie znajomości następujących elementów:

- zawartości podstawowych składników pokarmowych (np.: białka, tłuszczów, węglowodanów, energii, witamin, pierwiastków śladowych itp.) w produktach żywnościowych,
- wartości prozdrowotnej (np.: stosowania produktów funkcjonalnych, suplementów diety itp.),
- zasad stosowania diet specjalnych, odpowiadających stanowi zdrowia,
- znajomości produktów zaliczanych do żywności dietetycznej, niskoprzetworzonej, ekologicznej,
- zasad podziału dziennej dawki pokarmowej na posiłki,
- zasad przechowywania produktów żywnościowych w gospodarstwie domowym,
- zasad przygotowywania posiłków.

Ocena znajomości tych elementów powinna być przedmiotem testu wiedzy dotyczącego świadomości żywieniowej.

Wielość cech składających się na świadomość żywieniową ludzi sprawia, że działania zmierzające do jej określenia oraz ewentualnej zmiany napotykają bardzo często na duże trudności. Większość badań krajowych wskazuje na fakt, że społeczeństwo polskie jest na ogół dobrze poinformowane o wpływie odżywiania na stan zdrowia. Szczególną uwagę konsumenci poświęcają ewentualnym, rzeczywistym bądź domniemanym, zagrożeniom dla zdrowia, jakie są związane z konsumpcją żywności. Posiadana wiedza często jednak nie stanowi motywacji do dokonania korzystnych zmian w sposobie odżywiania, czyli nie wpływa na zmianę zachowań żywieniowych. Fakt ten stwierdzano zarówno w krajowych, jak i zagranicznych pracach badawczych [Nti i in. 2002, McCullough i in. 2004, McLean-Meynsse i Larks 2006, Zapeda i Deal 2008].

## ZACHOWANIA ŻYWIENIOWE – SPOSÓB DEFINIOWANIA, OCENA I KSZTAŁTOWANIE

Zachowania żywieniowe konsumentów należą do kategorii zachowań konsumpcyjnych. Gawęcki i Mossor-Pietraszewska [Kompedium wiedzy... 2004] podkreślają, iż zachowania żywieniowe stanowią postawy i sposoby postępowania ludzi, które bezpośrednio wiążą się z zaspokojeniem potrzeb pokarmowych. Śledząc wyniki badań nad zachowaniami żywieniowymi, można zauważyć, iż autorzy poszukiwali również czynników warunkujących te zachowania [Żelazna i in. 2002, Jeżewska-Zychowicz 2004, Racjonalność konsumpcji... 2004, Szwaćka-Salmonowicz 2003].

W niniejszym artykule przyjęto podejście zaproponowane przez Gutkowską i Oziemek [2005], iż zachowania żywieniowe obejmują wybór spożywanych artykułów żywnościowych i potraw, organizację ich kupowania, sposób przechowywania, planowania i przygotowywania żywności do spożycia, kompozycję posiłków, miejsce i czas ich spożywania oraz osoby, z którymi są one tradycyjnie spożywane, a także szeroko rozumianą jakość żywności.

Zdaniem autorów tego artykułu, zachowanie żywieniowe konsumentów można określać na podstawie znajomości takich elementów, jak:

- kontrolowanie bądź niekontrolowanie zawartości składników w produktach żywnościowych,
- sprawdzanie terminów przydatności do spożycia,
- zwracanie uwagi na sposób opakowania produktów,
- kształtowanie warunków przechowywania produktów,
- wielkość zapasów gromadzonych w gospodarstwie domowym,
- znajomość zagrożeń wynikających z niewłaściwego przechowywania,
- stopień wykorzystania gromadzonych zapasów, sposoby postępowania z produktami przeterminowanymi,
- uwzględnianie bądź nieuwzględnianie w codziennej diecie produktów o korzystnym wpływie na zdrowie,
- częstotliwość i pory spożywania posiłków,
- układ diety dobowej wraz z podziałem dziennych dawek pokarmowych na posiłki,
- stosowanie, w razie potrzeby, diet leczniczych,
- różnorodność przygotowywanych posiłków,
- skłonność do korzystania z „żywności wygodnej”,
- stosowanie się do wymagań dotyczących obróbki różnych produktów żywnościowych przed ich spożyciem,
- stosowane techniki kulinarne,
- wyposażenie gospodarstwa domowego w sprzęt kuchenny.

W literaturze przedmiotu nie odnaleziono pozycji omawiających wyniki badań przeprowadzonych z wykorzystaniem wymienionych grup czynników, dotyczących świadomości i zachowań żywieniowych.

Prowadzone na szeroką skalę, w wielu ośrodkach naukowych, badania nad zmianami zachodzącymi w sposobie żywienia polskiego społeczeństwa po urynkowieniu gospodarki wskazują na korzystne tendencje z punktu widzenia zasad prawidłowego żywienia. Wśród pozytywnych zmian w nawykach żywieniowych należy wyróżnić wzrost

spożycia warzyw, owoców, drobiu i tłuszczu roślinnych. Korzystne było też zmniejszenie konsumpcji mięsa czerwonego. Ponadto obserwuje się wzrost zainteresowania coraz szerszych grup ludności prawidłowym żywieniem, prowadzącym do utrzymania bądź poprawy zdrowia. Szerokie kręgi społeczeństwa akceptują zalecane wzorce żywienia, co jest możliwe dzięki wzrostowi świadomości konsumentów o wpływie żywienia na zdrowie.

Jednak pomimo dostępności wiedzy o regułach odżywiania i komponowania posiłków, w praktyce odżywianie się jest często niezgodne z zaleceniami żywieniowymi. Wiele badań potwierdza powszechność występujących nieprawidłowości w żywieniu. Niekiedy są to błędy powodujące ryzyko utraty zdrowia. Problem ten w Polsce opisują między innymi: Ziemiański [1998], Kowrygo [2000] i Gronowska-Senger [2005]. Nieprawidłowości mają charakter jakościowy i ilościowy. Do najczęstszych nieprawidłowości o charakterze jakościowym zalicza się: nieprawidłową częstotliwość żywienia i złą jakość posiłków, nieregularność spożywania posiłków oraz monotonię żywieniową. Niewłaściwe proporcje w podstawowych źródłach energii, mały udział ciemnego pieczywa w codziennej diecie to niektóre nieprawidłowości o charakterze ilościowym w żywieniu Polaków.

Obserwuje się duże zróżnicowanie zachowań konsumenckich w obrębie grup społecznych i pomiędzy nimi, co jest przesłanką do prowadzenia badań nad zachowaniami konsumentów w powiązaniu z ich świadomością żywieniową. Wyniki tego typu badań mogą wnieść do nauk o żywności oraz do marketingu cenny wykład zarówno o charakterze poznawczym, jak i praktycznym.

Fakt, że pomimo świadomości ryzyka utraty zdrowia nie dochodzi do zmiany i racjonalizacji niewłaściwych postaw żywieniowych wielu konsumentów, ma zapewne związek z czynnikami kulturowymi, ukształtowanymi wśród nich.

Upodobania i przyzwyczajenia konsumentów trudno jest zmieniać, zwłaszcza gdy chodzi o żywność i odżywianie się. Konsumpcja żywności jest bowiem traktowana nie tylko jako konieczność życiowa, lecz także jako źródło przyjemności i zadowolenia, a preferencje smakowe wobec określonych produktów i potraw często są wśród konsumentów tak silne, że nawet informacje o negatywnym wpływie tych produktów na stan zdrowia mogą być ignorowane i odrzucane. Smak wielu produktów żywnościowych, określanych jako sprzyjające zdrowiu bądź nieszkodzące mu, często nie odpowiada niektórym konsumentom. Nie kojarzą bowiem niekiedy przestrzegania zasad prawidłowego żywienia z pozytywnym wpływem na zdrowie, a lekceważenia tych zasad z zagrożeniami dla zdrowia.

Niewątpliwie, znacznym utrudnieniem w kształtowaniu się prawidłowych, ze względu na zdrowie, zachowań żywieniowych jest również działalność reklamowa producentów żywności. Przekazy zawarte w reklamach skupiają się na ogół na innych cechach produktów, niż ich wpływ na zdrowie. W reklamach jest przede wszystkim podkreślane znaczenie smaku, barwy, aromatu, co ma pobudzić wyobraźnię konsumentów i skutecznie kreować przychylną postawę wobec promowanych produktów [Morley i in. 2008, Świątkowska i Berger 2001]. Takie sterowanie zachowaniami konsumentów przez producentów i handlowców może umacniać niekorzystne nawyki żywieniowe i poprzez podkreślanie przyjemności, jaka wypływa z trwania w nich, utrudniać zmianę tych zachowań. Dodatkową przeszkodą w zmianie nawyków żywieniowych jest ich zróżnicowanie w obrębie gospodarstwa domowego. Pozytywną zmianę nawyków jednego z członków gospodarstwa domowego uniemożliwia często zachowawcza postawa

pozostałych. Niekiedy przeszkodą jest też przekonanie, że zdrowe odżywianie wymaga dużych nakładów finansowych.

Dbałość o zdrowie, której elementem jest właściwy sposób odżywiania się, jest nie tylko indywidualną sprawą każdego człowieka. Jest to sprawa publiczna. Wywiera bowiem silny wpływ zarówno na życie społeczne, jak i gospodarcze kraju. Stan zdrowia jest uwarunkowany, oczywiście, wieloma czynnikami. Jednak nawyki i zwyczaje dotyczące sposobu odżywiania się są szczególnie istotne, ze względu na znaczenie żywności dla fizycznego bytu każdego organizmu. Zwyczaje te formują się już w okresie dzieciństwa i młodości. Ulegają jednak modyfikacjom w ciągu całego życia. Jednym z ważnych czynników mających na nie wpływ jest odpowiednia edukacja. Znajomość problematyki edukacji zdrowotnej, w tym żywieniowej, jest niezbędna w procesie kształtowania postaw dzieci, młodzieży i dorosłych, a w konsekwencji propagowaniu określonego stylu życia [Chlebna-Sokół i in. 2007, Kołłajtis-Dołowy i in. 2005]. Konieczne jest kształtowanie świadomości znaczenia produktów spożywanych przez konsumentów dla ich zdrowia. Badania świadomości żywieniowej oraz zachowań żywieniowych konsumentów przyczyniają się do wzrostu skuteczności działań edukacyjnych w tym zakresie.

Informacje na temat żywienia i produktów żywnościowych dostępnych na rynku docierają do konsumentów z wielu źródeł. Wyróżnić tu można źródła informacji: osobiste (własne doświadczenia), personalne (opinie rodziny, znajomych, liderów opinii, takich jak np. specjaliści od żywienia, bromatolodzy), publiczne (informacje płynące z mediów, organizacji konsumenckich i in.) oraz marketingowe (działalność informacyjna firm) [Gajewski 1994]. Zasoby informacji mogą mieć bezpośredni wpływ na poziom ryzyka dokonywanych wyborów konsumenckich. Niepokojący, i zwiększający to ryzyko, jest fakt, że do źródeł wiedzy o żywności i żywieniu konsumenci coraz częściej zaliczają promocję, której celem nie jest przecież propagowanie właściwego odżywiania, lecz maksymalizacja sprzedaży wytwarzanych produktów żywnościowych.

## PODSUMOWANIE

Tylko świadomy konsument, wyposażony w odpowiednią wiedzę, może stać się równoprawnym partnerem dla producentów i dostawców produktów żywnościowych, wymagającym klientem, zdolnym do podejmowania racjonalnych i przemyślanych decyzji.

Ważna jest więc ocena poziomu i kształtowanie świadomości żywieniowej różnych grup polskich konsumentów, której odbiciem będzie pozytywna zmiana ich zachowań żywieniowych. Dotyczy to zwłaszcza konsumentów o niskich dochodach oraz osób młodych. Pierwsi bowiem muszą przestrzegać racjonalności swoich wydatków na żywność, a drudzy często nie dysponują jeszcze w pełni ukształtowaną świadomością żywieniową.

Identyfikacja stanu wiedzy żywieniowej i zachowań żywieniowych konsumentów oraz określenie poziomu i zróżnicowania ich świadomości żywieniowej powinny stać się podstawą do przygotowania wskazówek odnośnie treści przekazów popularyzujących zdrowe żywienie wśród konsumentów różnych grup. Usystematyzowanie tych treści pozwoli na zwiększenie efektywności nakładów (sił, środków, czasu), ponoszo-

nych na propagowanie zasad zdrowego żywienia, poprzez jego bardziej celowe ukierunkowanie. Należy spodziewać się, że kampanie popularyzacyjne będą bardziej skuteczne, co może przynieść pozytywne rezultaty w wymiarze społecznym i ekonomicznym.

## LITERATURA

- Blisard N., Biing-hwan L., Cromartie J., Ballenger N., 2002. America's changing appetite: Food consumption and spending to 2020. Economics Research Service USDA, Food Review 25, 1, 2-9.
- Chlebna-Sokół D., Zbęk E., Sobczak M., 2007. Health behaviour of Polish children, youth and selected groups of hound adults – literature review. *Zdrowie Publiczne* 117 (1), 63-67.
- Cromartie J., 2002. Population Growth and demographic change 1980-2020. Economics Research Service USDA, Food Review 25 1, 10-13.
- Gajewski S., 1994. Zachowanie się konsumenta a współczesny marketing. Wyd. Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź.
- Kompendium wiedzy o żywności, żywieniu i zdrowiu. 2004. Red. J. Gawęcki, T. Mossor-Pietraszewska. Wyd. Nauk. PWN, Warszawa.
- Goryńska-Goldmann E., 2005. Food habits related to time and the frequency of consumption of food products and drinks in Poland. *EJPAU, Economics* 8, 4. <http://www.ejpau.media.pl/volume8/issue4/art-79.html>.
- Goryńska-Goldmann E., 2006. Wpływ czynników demograficznych i ekonomicznych na częstotliwość spożywania produktów zbożowych przez Polaków. *Rocz. Nauk. SERiA* 8, 3, 42-46.
- Goryńska-Goldmann E., 2010. Wybrane aspekty komunikacji marketingowej na rynku pieczywa w obliczu zmian w zachowaniach i zwyczajach konsumentów. W: *Komunikacja rynkowa. Skuteczne narzędzia i obszary zastosowania*. Red. B. Pilarczyk, Z. Waśkowski. *Zesz. Nauk. UE Pozn.* 136, 285-296.
- Górnicka M., Gronowskiej-Senger A., 2005. Zmiany w spożyciu podstawowych grup produktów spożywczych w latach 1980-2000 w polskich gospodarstwach domowych. W: *Konsument żywności i jego zachowania w warunkach polskiego członkostwa w Unii Europejskiej*. Wyd. SGGW, Warszawa, 201-207.
- Gronowska-Senger A., 2005. Zachowania żywieniowe Polaków w świetle zaleceń FAO/WHO z 2003 roku. W: *Materiały konferencyjne „Konsument żywności i jego zachowania w warunkach polskiego członkostwa w Unii Europejskiej”*. Wyd. SGGW, Warszawa.
- Gulbicka B., Kwasek M., 2000 a. Wpływ dochodów na spożycie żywności w gospodarstwach domowych. *IERiGŻ*, Warszawa.
- Gulbicka B., Kwasek M., 2000 b. Zróżnicowanie spożycia żywności w Polsce w świetle wyników badań budżetów gospodarstw domowych. *IERiGŻ*, Warszawa.
- Gutkowska K., Ozimek I., 2005. Wybrane aspekty zachowań konsumentów na rynku żywności. Wyd. SGGW, Warszawa.
- Jeżewska-Zychowicz M., 2004. Zachowania żywieniowe i ich uwarunkowania. Wyd. SGGW, Warszawa.
- Kołąjtis-Dołowy A., Kasińska M., Pietruszka B., 2005. Niektóre zachowania żywieniowe wybranej grupy młodzieży i ich uwarunkowania. W: *Konsument żywności i jego zachowania w warunkach polskiego członkostwa w Unii Europejskiej*. Wyd. SGGW, Warszawa, 71-81.
- Kowrygo B., 2000. Studium wpływu gospodarki rynkowej na sferę żywności i żywienia w Polsce. *Rozprawy naukowe i monografie*. Wyd. SGGW, Warszawa.
- McCullough F. S.W., Yoo S., Ainsworth P., 2004. Food choice, nutrition education and parental influence on British and Korean primary school children. *Int. J. Cons. Stud.* 28, 3, 235-244.

- McLean-Meynsse P.E., Larks N.A., 2006. Measuring Consumers' Awareness of the Major Health Problems Caused by Excessive Sodium Consumption. *J. Food Distr. Res.* 37(1), 108-112.
- Morley B., Chapman K., Mehta K., Swinburn B., Wakefield M., 2008. Parental awareness and attitudes about food advertising to children on Australian television. *Austr. New Zeal. J. Publ. Health* 32, 4, 341-347.
- Nti Ch.A., Larweh P.M., Gyemfua-Yeboah Y., 2002. Food consumption patterns, dietary quality and health status of expectant mothers: case studies in suburban and rural communities in Ghana. *Int. J. Cons. Stud.* 26, 1, 7-14.
- Pilska M., 2005. Wpływ niektórych cech osobowości na wybrane zachowania żywieniowe kobiet i ich poglądy na temat żywienia. W: *Konsument żywności i jego zachowania w warunkach polskiego członkostwa w Unii Europejskiej*. Wyd. SGGW, Warszawa, 331-336.
- Racjonalność konsumpcji i zachowań konsumentów. 2004. Red. E. Kieźel. PWE, Warszawa.
- Regmi A., 2001. Changing structure of global food consumption and trade: an introduction. *Economics Research Service, USDA Agricultural and Trade Report WRS-01-1*.
- Senauer B., 2001. The food consumer in the XXI century. *New Research Perspectives*. Department of Applied Economics, University of Minnesota.
- Szwacka-Salmonowicz J., 2003. Zmiany zachowań nabywców jako determinanta kształtowania strategii segmentacyjnych przedsiębiorstw przemysłu spożywczego w Polsce. Wyd. SGGW, Warszawa.
- Świątkowska M., Berger S., 2001. Reklama żywności jako narzędzie kształtowania postaw konsumentów i rynku produktów spożywczych. Wyd. SGGW, Warszawa.
- Zepeda L., Deal D., 2008. Think before you eat: photographic food diaries as intervention tools to change dietary decision making and attitudes. *Int. J. Cons. Stud.* 32, 6, 692-698.
- Ziemlański Ś., 1998. Zalecenie żywieniowe dla ludności w Polsce. *IŻŻ*, Warszawa.
- Żelazna K., Kowalczyk I., Mikuta B., 2002. *Ekonomika konsumpcji – elementy teorii*. Wyd. SGGW, Warszawa.

## NUTRITIONAL AWARENESS AND NUTRITIONAL BEHAVIOURS OF CONSUMERS

**Summary.** The ongoing changes in the world today, practically in all spheres of human life, are reflected in distinct changes of behaviours, hierarchy of values, the way of working, etc., resulting in changes in the way people live. One of the manifestations of different life style is change on such an important field as nutrition, and thus changes in consumer behaviours and eating habits, caused, among others by increasing awareness of nutrition. The paper presents the concept of nutritional awareness and dietary behaviour of consumers and the elements essential for proper evaluation and formulation of these factors. The specified items can be the basis for building knowledge test, which will expand the application range of information about knowledge of the principles of proper nutrition in Poland and their use in nutritional practice of Poles.

**Key words:** food, nutrition, nutritional awareness, eating habits

*Zaakceptowano do druku – Accepted for print: 20.10.2010*

*Do cytowania – For citation: Goryńska-Goldmann E., Ratajczak P., 2010. Świadomość żywieniowa a zachowania żywieniowe konsumentów. J. Agribus. Rural Dev. 4(18), 41-48.*