

ELŻBIETA SIKORA

## SPÓŻYCIE ŻYWNOŚCI TYPU „FAST FOOD” PRZEZ KRAKOWSKICH STUDENTÓW I LICEALISTÓW

### Streszczenie

Jesienią 1994 roku przeprowadzono wśród grupy krakowskich studentów i licealistów ankietę dotyczącą spożywania żywności typu „fast food”. Aż 96.7 % zapytanych zadeklarowało korzystanie z tego typu żywności, przy czym 57.6 % stwierdziło, że czyni to sporadycznie.

Czynnikiem decydującym o zakupie produktów „fast food” była dla 46.4 % badanych ich łatwa dostępność, a dla 35.4 % – atrakcyjność. Wyniki ankiety potwierdziły obserwacje innych autorów, że omawiane wyroby spożywane są przez większość nabywców (77.8 % ankietowanych) jako przekąski między głównymi posiłkami.

Obserwowana duża popularność żywności przeznaczonej do szybkiego spożycia może w związku z jej stosunkowo wysoką wartością energetyczną przyczyniać się do występowania nadwagi i otyłości wśród potencjalnych konsumentów.

### Wprowadzenie

Zmiana stylu życia ludności krajów rozwiniętych związana m.in. z potrzebą czasoszczędnego zaspokajania potrzeb żywieniowych spowodowała ogólny dynamiczny rozwój technologii związanej z produkcją tzw. żywności wygodnej i szybkiej, a w ślad za tym, rozwój gastronomii. Wejście na polski rynek znanych firm zachodnich oferujących żywność przeznaczoną do szybkiego spożycia, tzw. „fast food” spotkało się z dużym zainteresowaniem wielu konsumentów, przyczyniając się także do rozwoju naszych rodzimych producentów [3].

Obecnie obserwuje się, że produkty sprzedawane w restauracjach renomowanych firm, jak również w małych ulicznych punktach sprzedaży cieszą się dużą popularnością, szczególnie wśród przedstawicieli młodszego pokolenia. Nie jest to zjawiskiem pozytywnym, gdyż żywieniowcy mają wiele zastrzeżeń co do wartości odżywczej tego typu produktów, których jedną z zasadniczych wad jest wysoka kaloryczność. Uważa się, że masowe czy wręcz nałogowe objadanie się produktami typu snack, hamburger-

rami, hot dogami jest jedną z głównych przyczyn występowania otyłości wśród społeczeństwa amerykańskiego [1, 3].

### Wyniki badań i ich omówienie

W celu oceny miary popularności i preferencji spożycia żywności typu fast food przeprowadzono wśród grupy krakowskich studentów i uczniów szkoły średniej krótką ankietę opracowaną w Katedrze Żywnienia Człowieka AR w Krakowie. Na pytania ankiety odpowiedziało 40 studentek i 31 studentów AR (wiek 19-27 lat) oraz 54 uczennice i 26 uczniów jednego z krakowskich liceów (wiek 16-18 lat). Zdaniem autorki byli to przedstawiciele najbardziej potencjalnej grupy nabywców tego typu żywności. Badania przeprowadzono jesienią 1994 roku.

Wyniki przeprowadzonej ankiety potwierdziły powyższą tezę, gdyż aż 96.7 % respondentów deklarowało korzystanie z oferty barów szybkiej obsługi i żywności przeznaczonej do szybkiego spożycia. Jednocześnie 57.6 % badanych stwierdziło, że spożywa omawiane produkty sporadycznie, 23.2 % – kilka razy w miesiącu, 14.6 % – kilkakrotnie w ciągu tygodnia, a tylko 1.3 % (dwie spośród pytanek) – codziennie (tab. 1).

Tabela 1

Procent ankietowanych korzystających z „szybkiej żywności”

Respondenci	Nie spożywam	Codziennie	Kilka razy w tygodniu	Kilka razy w miesiącu	Sporadycznie
Studentki	7.5	5.0	7.5	17.5	62.5
Studenci	6.4	–	6.4	29.0	58.1
Uczennice	–	–	20.4	27.6	51.8
Uczniowie	–	–	23.1	15.4	61.5
Ogółem	3.3	1.3	14.6	23.2	57.6

Badania prowadzone w latach 1988/1989 przez Schlegel-Zawadzka [4] wykazały, że produkty takie jak frytki, hot dogi, zapiekanki spożywało w ciągu tygodnia tylko 0-12 % młodzieży studenckiej. Należy tu zaznaczyć, że w tych latach nie działały jeszcze na polskim rynku takie firmy jak McDonald's czy Pizza Hut, a asortyment żywności szybkiej oferowany przez producentów krajowych był uboższy niż obecnie.

Dla 35.4 % ankietowanych czynnikiem skłaniającym do sięgnięcia po tego typu żywność była jej atrakcyjność (tab. 2). 25.1 % badanych stwierdziło, że często o zakupie omawianych wyrobów decyduje ich cena, która według znacznej większości tak uważających jest stosunkowo wysoka, natomiast według 5.9 % ankietowanych – ni-

ska. O wpływie ceny na zakup produktów wypowiedzieli się częściej mężczyźni niż kobiety i także większy procent badanych mężczyzn uważał, że ta cena jest zbyt wysoka. Może to świadczyć o tym, że przy zakupie żywności mężczyźni częściej kierują się względami ekonomicznymi niż kobiety. Prawie połowa ankietowanych (46.4 %) podkreśliła, że o częstotliwości korzystania z żywności przeznaczonej do szybkiego spożycia decyduje jej łatwość, przede wszystkim czasoszczędna dostępność, co w przypadku specyficznego rozkładu zajęć studentów, a niekiedy także licealistów ma swoje znaczenie. Nieznaczny procent badanych wśród innych czynników wpływających na częstotliwość korzystania z omawianych produktów wymienił ich niską wartość odżywczą i zbyt dużą kaloryczność.

Tabela 2

Czynniki decydujące wg ankietowanych o spożywaniu produktów typu fast food [% ankietowanych]

Respondenci	Atrakcyjność	Cena			Łatwa dostępność	Inne
		ogólnie	wysoka	niska		
Studentki	27.0	17.5	7.5	7.5	64.8	2.5
Studenci	44.8	48.3	29.0	6.4	37.9	–
Uczennice	35.3	16.6	11.1	3.7	45.0	–
Uczniowie	34.6	26.9	11.5	7.7	38.0	11.5
Ogółem	35.4	25.1	13.9	5.9	46.4	2.6

Tabela 3

Procent ankietowanych spożywających produkty typu fast food w określonych porach dnia

Respondenci	II śniadanie	Obiad	Kolacja	Między posiłkami
Studentki	2.5	24.3	8.1	83.7
Studenci	2.5	3.4	13.7	86.2
Uczennice	3.7	22.2	11.1	72.2
Uczniowie	–	26.9	19.2	69.2
Ogółem	2.1	19.2	13.0	77.8

Średnio 77.8 % respondentów przyznało, że spożywa wyroby typu fast food między posiłkami (tab. 3). Z badań prowadzonych przez Wądołowską i Cichonia [6] również wynika, że 3/4 badanej populacji studentów ma zwyczaj dojadania między posiłkami, niekoniecznie korzystając z żywności typu fast food. Tylko niewielki procent badanych (2.1 %) spożywało omawiane produkty w ramach II śniadania. Ma to praw-

dopodobnie związek z tym, że jak wynika z badań innych autorów w ogóle niewielki procent młodzieży ma zwyczaj spożywać II śniadanie (2, 4, 5).

Okolo 22-27 % studentek, uczniów i uczennic przyznało, że od czasu do czasu spożywa omawiane wyroby jako posiłek obiadowy. Fakt taki zadeklarowało tylko 3.4 % studentów. Prawdopodobnie jest to związane z tym, że w okresie, w którym przeprowadzano ankietę tj. jesienią 1994 roku, koszt np. hamburgera (1.6 zł) był równy cenie obiadu w stołówce studenckiej, a wątpliwe jest aby jeden hamburger mógł pod względem objętościowym i energetycznym zastąpić posiłek obiadowy dla mężczyzny z tej grupy wiekowej. Studenci i uczniowie w większym niż kobiety procencie korzystali natomiast z produktów przeznaczonych do szybkiego spożycia w ramach kolacji.

Charakter, w jakim spożywane były przez badane osoby wyroby typu fast food decydował prawdopodobnie o ich preferencji (tab. 4). I tak, jako najczęściej spożywane produkty średnio 47.8 % badanych wymieniło frytki, 34.6 % – hamburgery (mężczyźni 2-krotnie częściej niż kobiety), 23,1% – zapiekanki, 14,4% – hot dogi, przy czym niektóre osoby wymieniały więcej niż jeden produkt. Frytki i zapiekanki były bardziej preferowane przez licealistów niż przez studentów. Studenci natomiast częściej wymieniali hot dogi i pizzę. Z badań Wądołowskiej i Cichonia [6] wynika, że pizzę preferowało aż 80 % badanych osób. Ta rozbieżność wyników jest prawdopodobnie spowodowana tym, że w przeprowadzonej ankiecie pizza nie była wyszczególniona i mogła być jedynie wymieniona przez respondentów w podpunkcie „inne”. Stąd pytane osoby mogły akurat nie pamiętać o tym produkcie i nie wspomnieć o nim.

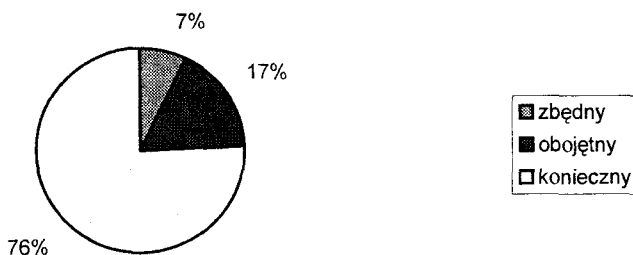
Tabela 4

Preferencje ankietowanych w wyborze produktów typu fast food [% ankietowanych]

Respondenci	Frytki	Hamburger	Hot-dog	Zapiekanka	Inne
Studentki	29.7	24.3	24.3	16.2	5.4
Studenci	41.3	51.7	24.1	10.3	6.9
Uczennice	62.9	24.1	9.3	31.5	1.8
Uczniowie	57.6	38.4	3.8	34.6	–
Ogółem	47.8	34.6	14.4	23.1	3.5

Wyroby oferowane jako „szybka żywność” zawierają z reguły niewielki dodatek świeżych warzyw, co bardzo rzuca na ich wartość odżywczą. Ponadto restauracje McDonald’sa w Polsce nie oferują sałatek warzywnych, jak to ma miejsce na Zachodzie. Dlatego w przeprowadzonej ankiecie umieszczono pytanie dotyczące zdania

badanych na temat obecności w omawianych produktach dodatku warzywnego. Prawie 3/4 respondentów uznało za konieczne wzbogacenie tego typu wyrobów w świeże warzywa (rys. 1), przy czym wśród kobiet odsetek tak uważających był większy niż wśród mężczyzn, którzy częściej uważali ten dodatek za obojętny (23-27 %) lub wręcz zbędny (8-15 %). Może to wskazywać, że w społeczeństwie naszym kobiety przywiązują większą wagę do jakości żywienia niż mężczyźni.



Rys. 1. Poglądy ankietowanych na dodatek świeżych warzyw do omawianych produktów.

## Podsumowanie

Reasumując należy stwierdzić, że oferowana na naszym rynku żywność przeznaczona do szybkiego spożycia znajduje wielu zwolenników wśród młodszego pokolenia, spożycie jej jest jednak umiarkowane. Dużym atutem tego typu wyrobów jest ich atrakcyjność i łatwa dostępność, zaś czynnikiem ograniczającym ich spożycie jest dla wielu stosunkowo wysoka cena.

Jest zjawiskiem niekorzystnym, że produkty tego typu są spożywane najczęściej w ramach pojedania między posiłkami, co wobec ich stosunkowo wysokiej wartości energetycznej może przy częstym spożywaniu prowadzić do nadwagi i otyłości.

Bardzo ważnym jest zatem uświadamianie tego faktu konsumentom, natomiast producenci tej żywności powinni dążyć do obniżenia wartości energetycznej swoich wyrobów.

## LITERATURA

- [1] Brzozowska M.: Żywność wygodna – wybrane problemy wartości odżywczej. Materiały Konf. Nauk. PTTŻ nt. „Żywność wygodna” Kraków 1993 r.
- [2] Narojek L.: Społeczno-kulturowe uwarunkowania żywienia. Żyw. Człow. Metab. 1992, XIX, 1, 26-32.
- [3] Sala J.: Potrzeby i możliwości rozwoju zakładów gastronomicznych szybkiego żywienia /Fast Food/. Materiały Konf. Nauk. PTTŻ nt: „Żywność wygodna”. Kraków 1993 r.
- [4] Schlegel-Zawadzka M.: Charakterystyka żywienia studentów żywnością gotową do spożycia w roku 1988/89. Materiały Konf. Nauk. PTTŻ nt: „Żywność wygodna”. Kraków 1993 r.

- [5] Szewczyński J., Ostrowska A., Krechniak A., Litewka B.: Assesment of diets of Medical Academy students. Part I. Results of qualitative assesment of diets. *Żyw. Człow. Metab.* 1990, XVII, 1, 38 - 46.
- [6] Wądołowska L., Cichoń R.: Dojadanie i akceptacja żywności przeznaczonej do szybkiego spożycia. Materiały Konf. Nauk. PTTŻ nt: „Żywność wygodna”. Kraków 1993 r.

### INQUIRY INVESTIGATIONS OF FAST FOOD CONSUMPTION BY CRACOWIAN STUDENTS AND HIGH-SCHOOL PUPILS

#### S u m m a r y

In autumn of 1994 cracowian students and high-school pupils were polled about consumption of fast food. About ninety seven percent declared to be a consumer of food of this type, 57.6 % constated they make it accidently. Factors determining purchase of these foods were accesibility (46.5 %) and attractiveness (35.4 % of inquired). Results of poll confirmed the observations made by other authors that fast food was consumed by the majority (77.8 % of inquired) as a snack between main meals.

Observed great popularity of fast food contributes to over-weight and stoutness of potential consumers due to its energy value. ❖