

KAROL KRAJEWSKI

WYBRANE CZYNNIKI KSZTAŁTUJĄCE ZMIANY W SPOŻYCIU TŁUSZCZÓW STOŁOWYCH W POLSCE W LATACH 1990–1995

Streszczenie

W pracy omówiono zmiany w spożyciu tłuszczów stołowych w Polsce na tle spożycia innych tłuszczów, w latach 1990–1995 oraz przyczyny tych zmian. Określono wpływ wybranych czynników kształtujących zmiany poziomu i struktury spożycia tych tłuszczów oraz skutki żywieniowe tych zmian. Analizowano zachowanie konsumentów na rynku tłuszczów stołowych oraz obserwowane postawy. Stwierdzono ukształtowanie się nowego, wyrównanego i korzystnego żywieniowo modelu spożycia tłuszczów roślinnych oraz wynikające z tego ograniczenia w dotychczasowych kierunkach zastosowań.

Wprowadzenie

Na początku lat dziewięćdziesiątych, na rynku tłuszczów stołowych (służących głównie do smarowania pieczywa) wystąpiły istotne zmiany i to zarówno w odniesieniu do skali spożycia, jak też preferencji oraz zachowań konsumentów. Jeszcze w 1991 roku spożycie masła i margaryn, dwóch głównych grup produktów segmentu rynku tłuszczów stołowych, było zbliżone do siebie na poziomie 5,6–6 kg/rok/osobę. W późniejszym okresie zmiany w tym segmencie rynku były głębokie i wielokierunkowe.

Masło jest jednym z tych produktów żywnościowych, który w największym stopniu odczuł działanie zasad gospodarki rynkowej w Polsce, a w warunkach gospodarki planowej było produktem poszukiwanym na rynku przez konsumentów. Spożycie masła, jako jeden z ważnych elementów preferowanego modelu żywieniowego, stanowiło wyróżnik jakości odżywiania, zaś produkcja masła, wsparta wysokimi dotacjami budżetowymi, stanowiła rentowny (i nieskomplikowany technologicznie), kierunek produkcji mleczarskiej. Wprowadzenie warunków wolnego rynku, wobec

uksztaltowanych preferencji konsumentów (podobnie jak to miało miejsce w przypadku wędlin i mięsa wysokiej jakości), dawało szansę na rozwój tego kierunku produkcji i nic nie zapowiadało regresu jaki nastąpił począwszy od 1991 roku.

Skala zmian spożycia tłuszczów stołowych jaka nastąpiła w latach 1990–1995 jest znana. Wydaje się jednak, że szczegółowa analiza sytuacji w spożyciu masła odniesiona do spożycia innych tłuszczów (w tym tłuszczów niewidocznych diety) powinna dać odpowiedź na podstawowe pytanie o przyczyny i konsekwencje oraz trwałość zmian w strukturze spożycia tłuszczów stołowych.

Celem pracy była analiza spożycia tłuszczów, w tym tłuszczów stołowych i ich struktury, w różnych aspektach oraz ocena zachowań konsumentów masła, a także określenia przyczyn i kierunków zmian w obszarze gospodarki tłuszczowej w Polsce, co powinno pozwolić przewidzieć nowe zjawiska na rynku tłuszczów oraz zasięg i granice dalszych zmian.

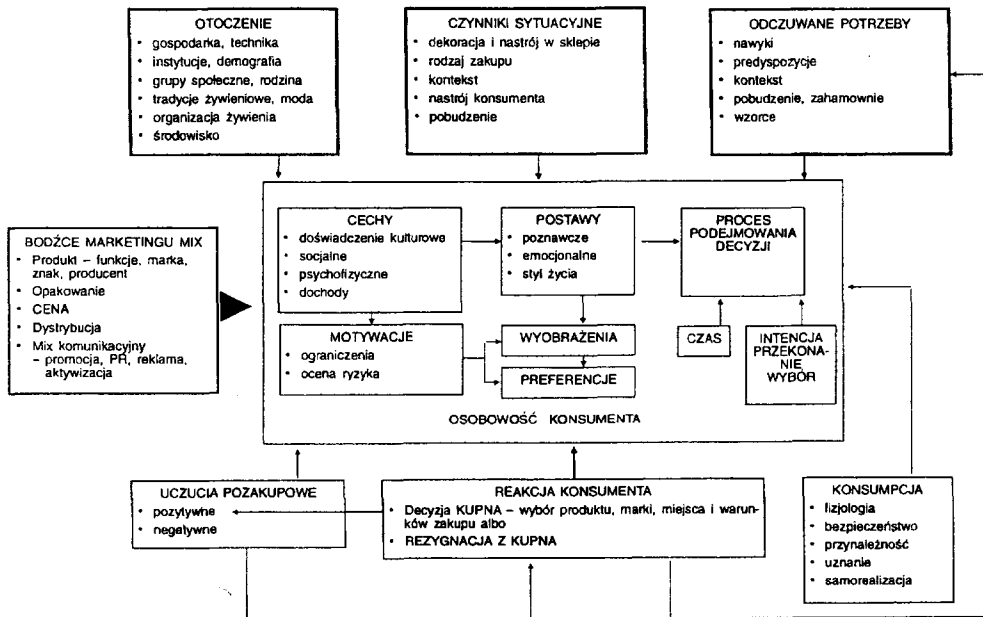
Czynniki kształtujące spożycie tłuszczów stołowych

Spożycie tłuszczów stołowych kształtują liczne czynniki, które działają różnokierunkowo: pobudzająco bądź hamująco, w kierunku wzrostu lub spadku, a także działają z różną siłą i natężeniem. Podstawową cechą jest jednak kompleksowe działanie tych czynników [8]. Analiza pojedynczych, nawet najsilniej oddziałujących czynników, nie pozwala wyjaśnić kompleksowej i złożonej zależności między spożyciem poszczególnych tłuszczów stołowych a licznymi czynnikami.

Spośród wielu znanych podziałów czynników kształtujących spożycie żywności, najbardziej praktyczne znaczenie może mieć podział na dwie grupy objaśniające zmienność sfery spożycia uzależnionej, zdaniem Wiszniewskiego [21], od czynników:

- związanych z jednostką konsumpcyjną (pojedynczą osobą, rodziną, gospodarstwem domowym), a mianowicie: czynników biologicznych, ekonomicznych, społeczno-zawodowych, psychologicznych, tradycji, zwyczajów żywieniowych, kultury i innych,
- spoza sfery jednostki konsumpcyjnej, jak: reklama, informacja handlowa i różne formy edukacji konsumenta.

Postępowanie konsumenta na rynku tłuszczów stołowych jest procesem złożonym. W procesie tym uczestniczy szereg czynników różnej natury i charakteru, co w formie uproszczonego modelu przedstawiono na rys. 1. Na postępowanie konsumenta tłuszczów stołowych, w świetle powyższej analizy, wpływ będzie miało wiele elementów tworzących psychikę i osobowość konsumenta, kształtowaną przez doświadczenie, tradycję, środowisko rynkowe, przekazy z zewnątrz i inne czynniki [12]. Zjawiska te są złożone i podlegały dynamicznym zmianom, różnym zależnie od rodzaju tłuszczu stołowego. Wymaga to uszczegółowienia analizy przyczyn zmian na



Rys. 1. Model zachowania się konsumenta w procesie zakupu tłuszczu stołowego. Źródło: opracowanie własne.

tym rynku, odrębnie dla oceny spożycia masła i margaryn, na tle spożycia tłuszczów ogółem i tłuszczów diety.

Spożycie masła na rynku tłuszczów jadalnych uzależnione jest od szeregu czynników różnej natury oraz intensywności ich oddziaływania, a przede wszystkim [10]:

- ♦ poziomu produkcji i spożycia margaryn jako podstawowego produktu tłuszczowego, będącego substytutem masła, w głównym kierunku zastosowania masła – smarowania pieczywa. W gospodarstwach domowych chłopskich masło konkuruje w tej funkcji ze smalcem, który znajduje też zastosowanie do smażenia w gospodarstwach domowych i drobnym przetwórstwie [24];
- ♦ rodzaju gospodarstwa domowego i wynikające z tego zwyczaje żywieniowe, tradycje i inne czynniki wewnątrz rodziny (dochód, przynależność do grupy społecznej i zawodowej, miejsce zamieszkania);
- ♦ wielkość samozaopatrzenia w produkty tłuszczowe, co wynika z lokalizacji gospodarstw domowych oraz ich statusu zawodo-społecznego i możliwości wytwarzania naturalnych tłuszczów,
- ♦ regionalnego modelu spożycia oraz wpływu czynników czasu i lokalizacji wobec rynków i sfery przetwórstwa;

- ◆ wielkości spożycia i wartości składników żywieniowych diety, jej wartości energetycznej i struktury, w tym tłuszczów zawartych w innych produktach. Duży wpływ będzie tu miała też edukacja konsumenta i wiedza o racjonalnym żywieniu [19].

Dynamiczne zmiany w **spożyciu margaryn** ukształtowane zostały pod wpływem szeregu wzajemnie uzupełniających się czynników, a mianowicie [5, 9]:

- ◆ wprowadzenie nowych rodzajów i asortymentów margaryn, w oparciu o przestryfikowane tłuszcze roślinne i ciekłe oleje. Produkty te cechuje doskonała smarowność, a zwiększony dodatek masła nadaje im cechy sensoryczne (smak i zapach) zbliżone do masła. Produkty te dostarczane są w estetycznych i funkcjonalnych opakowaniach;
- ◆ wsparcie procesu wprowadzania nowych margaryn na rynek intensywnymi kampaniami reklamowymi w mediach – głównie w telewizji, ale też w radiu i prasie (zwłaszcza kobiecej). Wydatki producentów margaryn na reklamy wyniosły (w nowych złotych): w 1993 roku – 4 mln zł, w 1994 roku – 23,7 mln zł, w 1995 roku – 52,7 mln zł a tylko w I kwartale 1996 roku – 21,1 mln zł [1]. Generalnym przesłaniem tych kampanii było i jest hasło ochrony konsumenta przed cholesterolem, który jest w ocenie lekarzy i naukowców przyczyną chorób układu krążenia [13, 18]. Skuteczność tych reklam, wobec braku wcześniejszych doświadczeń polskich konsumentów z akcjami reklamowymi, była wyjątkowo wysoka i dostarczała środków na kolejne reklamy [19];
- ◆ brak jakichkolwiek działań promocyjnych oraz informacyjnych ze strony mleczarstwa oraz badań podważających argumenty przeciwników masła;
- ◆ obniżenie jakości masła, z uwagi na wynikową (na ogół) jego produkcję z surowca niższej jakości, zatrzymanie postępu technologicznego i technicznego, między innymi w wyniku niskiej opłacalności produkcji i niskich cen;
- ◆ zmiana preferencji konsumenckich w odniesieniu do tłuszczów stołowych, w tym utratę przewagi konkurencyjnej masła w głównym segmencie rynku tego tłuszczu – konsumentów aglomeracji miejskich. Wynikało to z wykorzystania zjawiska zachowań prozdrowotnych w tej grupie, przez kreatorów reklam.

Analiza zmian poziomu spożycia tłuszczów stołowych

Analiza zmian i struktury spożycia tłuszczów stołowych przeprowadzona zostanie w zakresie czynników kształtujących rynek, sferę konsumpcji i zachowań oraz postaw konsumentów.

Oddziaływanie pozostałych czynników, zwłaszcza o charakterze ekonomicznym (ceny i ich relacje, elastyczność popytu, dochody konsumentów) oraz sfery promocji wymaga odrębnej oceny i będzie przedmiotem dalszych badań.

Tabela I

Spożycie tłuszczów jadalnych w Polsce w latach 1988–1995 według danych bilansowych w kg/mieszkańca/rok

Lp.	Wyszczególnienie	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1990–1995 średnio- roczny przyrost (+); spadek (-)
1.	Tłuszcze jadalne ogółem								
	w masie handlowej	25,8	23,6	23,3	24,6	24,7	24,1	26,1	+0,42
	Dynamika 1989=100	100	91,5	90,3	95,3	95,7	93,4	101,2	x
2.	Tłuszcze zwierzęce								
2.1	w masie handlowej	8,2	8,2	8,6	9,0	8,4	7,4	8,3	+0,02
2.2	w przeliczeniu na tłuszcz	7,4	7,4	7,7	8,1	7,6	6,7	7,5	
3.	Tłuszcze roślinne								
3.1	w masie handlowej	8,8	7,6	8,4	10,4	11,8	12,8	14,1	+1,08
3.2	w przeliczeniu na tłuszcz	7,8	6,8	7,4	9,2	10,4	11,3	12,5	
3.3	Margaryny								
	w masie handlowej	5,8	5,0	5,6	7,0	7,9	9,2	9,6	+0,77
3.4	Oleje jadalne	2,9	2,6	2,7	3,3	3,7	3,5	4,3	+0,28
4.	Masło								
4.1	w masie handlowej	8,8	7,8	6,3	5,2	4,5	3,9	3,7	-0,68
4.2	w przeliczeniu na tłuszcz	7,0	6,2	5,0	4,1	3,6	3,1	3,0	
Dynamika spożycia – rok poprzedni = 100									
1.	Tłuszcze jadalne w masie handlowej	100	91,5	98,7	105,6	100,4	97,6	108,3	110,6
1.1	Tłuszcze zwierzęce	100	100	104,9	104,7	93,3	88,1	111,9	101,3
1.2	Tłuszcze roślinne	100	86,4	110,5	123,8	113,5	108,5	110,2	185,5
1.3	Masło	100	88,6	80,8	82,5	86,5	86,7	94,9	47,4
1.4	Margaryna	100	86,2	112,0	125,0	112,8	116,5	104,3	192,0
Relacje spożycia (w masie handlowej) masło = 1									
	Masło : margaryna	0,66	0,64	0,89	1,35	1,75	2,36	2,59	x
	Masło : smalec	0,93	1,05	1,36	1,73	1,87	1,90	2,24	x

Źródło: dane GUS i obliczenia własne.

Tabela 2

Zmiany w spożyciu tłuszczów jadalnych w latach 1989–1995 w gospodarstwach domowych różnych typów, średniorocznie w kg/osobę

Wyszczególnienie	Pracowniczce		Prac. na własny rachunek		Emerytów i rencistów		Bezrobotnych		Prac.-chlop.		Chłopskie		Ogółem			
	A	B	A	B	A	B	A	B	A	B	A	B	gosp. domowe		wg bilansów	
													A	B	A	B
Tłuszcze – ogółem	18,30	17,27		16,86	25,37	24,70		16,66	19,67	19,46	22,33	21,67	20,27	19,70	24,23	24,87
Masło	8,37	4,35	brak danych	4,70	9,80	5,60	brak danych	2,53	7,83	4,57	7,80	4,75	8,50	4,82	7,63	4,32
Tłuszcze roślinne	5,90	9,85		10,03	8,90	13,58		10,03	5,27	9,32	5,63	9,17	6,77	10,76	8,27	12,27
Tłuszcze zwierzęce	4,03	3,07		2,13	6,67	5,52		4,10	6,57	5,57	8,90	7,75	5,27	4,40	8,33	8,28
Zmiany w okresie 1993–1995 w relacji do 1990–1992																
	C	D	C	D	C	D	C	D	C	D	C	D	C	D	C	D
Tłuszcze – ogółem	-0,26	94			-0,17	97			-0,05	99	-0,16	97	-0,14	97	+0,16	103
Masło	-1,00	52	brak danych	brak danych	-1,05	57	brak danych	brak danych	-0,81	58	-0,76	61	-0,92	57	-0,83	57
Tłuszcze roślinne	+0,99	167			1,17	152			+1,01	177	+0,88	163	+1,00	159	+1,00	148
Tłuszcze zwierzęce	-0,24	76			-0,29	83			-0,25	85	-0,29	87	-0,22	83	+0,01	99

Źródło: Obliczenia własne na podstawie niepublikowanych danych budżetowych oraz danych bilansowych GUS.

A – średnioroczne w latach 1989–1991

B – średnioroczne w latach 1992–1995

C – średnioroczny wzrost (+) lub spadek (-) spożycia w okresie 1992–1995 w relacji do okresu 1989–1991

D – Spożycie w okresie 1992–1995, gdy spożycie w okresie 1989–1991 = 100

Analizę zmian w spożyciu tłuszczów stołowych według danych bilansów żywnościowych GUS przedstawiono w tabeli 1.

Wykazuje ona, że w roku 1995 spożycie masła było prawie 2,5-krotnie niższe niż w 1989 roku, natomiast spożycie margaryn zwiększyło się prawie dwukrotnie w relacji do 1990 roku. Obserwowano ponadto w tym okresie stabilizację (na wysokim poziomie 8,3 kg/osobę/rok) spożycia tłuszczów zwierzęcych. Oznacza to, że cały przyrost spożycia tłuszczów roślinnych (średniorocznie o ok. 1,1 kg) został osiągnięty kosztem spożycia masła. W efekcie relacja spożycia masła do spożycia margaryn zmieniła się z 1:0,6 w 1990 do 1:2,6 w 1995 roku.

Równie niekorzystna relacja wystąpiła w spożyciu masła i tłuszczów zwierzęcych, która na koniec okresu wyniosła odpowiednio 1:2,2. W tej sytuacji wyraźnie widać, że masło zostało wyparte przez produkty konkurencyjne zarówno w miejskim jak też wiejskim modelu spożycia tłuszczów [16].

Zmiany w spożyciu tłuszczów stołowych w gospodarstwach domowych różnych typów przedstawiono w tabeli 2.

We wszystkich grupach gospodarstw domowych tłuszcze roślinne wyparły z użytkowania masło, którego spożycie zmniejszyło się prawie 2-krotnie. Jednocześnie obserwowane było zmniejszenie spożycia tłuszczów zwierzęcych o 17%.

Analiza zmian spożycia tłuszczów wykazuje istnienie dwóch różnych modeli strukturalnych spożycia tłuszczów w okresie lat 1989–1995. Przełomowy charakter miał rok 1991, do którego to momentu we wszystkich (z wyjątkiem gospodarstw chłopskich) grupach gospodarstw domowych dominowało (ilościowo i strukturalnie) spożycie masła, przy wysokim spożyciu tłuszczów zwierzęcych (w gospodarstwach chłopskich i pracowniczo-chłopskich) lub tłuszczów roślinnych (w gospodarstwach emerytów i rencistów oraz pracowniczych).

Różnice te zmniejszyły się w drugim okresie, a od 1992 roku nastąpiło wyraźne ujednoczenie modelu spożycia tłuszczów niezależnie od charakteru gospodarstwa domowego. We wszystkich typach gospodarstw dominuje spożycie tłuszczów roślinnych na poziomie 9,2 kg (chłopskie i pracowniczo-chłopskie), ok. 10 kg (pracownicze, bezrobotnych i pracujących na własny rachunek) oraz 13,6 kg/osobę/rok (gospodarstwa emerytów i rencistów). Spożycie masła jest zwykle (z wyjątkiem gospodarstw pracowniczych i pracujących na własny rachunek) 2-krotnie niższe od spożycia tłuszczów roślinnych, a także niższe od spożycia tłuszczów zwierzęcych.

Spożycie tłuszczów ogółem w obu okresach nie różni się istotnie, co oznacza, że wymienione zmiany wynikają ze zmian struktury spożycia. Ocena poziomu spożycia tłuszczów według różnych źródeł wykazuje jednak niedoszacowanie spożycia masła w przypadku danych bilansowych oraz przeszacowanie w przypadku spożycia tłuszczów roślinnych (o ok. 15–20%) oraz tłuszczów zwierzęcych (o 60–90%) [7]. W przypadku

tłuszczów roślinnych na zawyżony poziom spożycia wpływ ma też traktowanie (przez metodykę badań budżetów gospodarstw domowych) coraz popularniejszych mixów tłuszczowych jako margaryn. Według danych Krajowego Porozumienia Spółdzielni Mleczarskich (KPSM) produkcję mieszanek tłuszczowych w przemyśle mleczarskim (tłuszczu mlecznego i tłuszczów roślinnych) w 1995 roku szacować można na ok. 16 tys. ton, co daje ich roczne spożycie na poziomie 0,41 kg/osobę/rok [10].

Na ocenę wielkości spożycia tłuszczów zwierzęcych istotny wpływ ma z kolei poziom spożycia naturalnego (samozaopatrzenia) w gospodarstwach domowych. Dotyczy to także masła [7].

Wielkość spożycia naturalnego w gospodarstwach domowych oraz produkcja masła w gospodarstwach rolnych producentów wykazuje istotny wpływ na rynek masła i poziom spożycia masła w gospodarstwach domowych chłopskich i pracowniczo-chłopskich. Produkcja masła w gospodarstwach rolnych w latach 1992–1995 wynosiła średniorocznie ok. 42 tys. ton co stanowiło 31% produkcji masła w spółdzielniach mleczarskich, 23% spożycia masła i 20% zasobów masła w tym okresie. Masło z tej produkcji przeznaczane było na samozaopatrzenie producentów (ok. 1/4 produkcji – 10 tys. ton rocznie) oraz sprzedaż lokalną i wymianę z innymi producentami.

Udział samozaopatrzenia w spożyciu gospodarstw chłopskich, a zwłaszcza pracowniczo-chłopskich jest wysoki i zwiększył się w okresie lat 1989–1995. W okresie do 1992 spożycie masła z samozaopatrzenia stanowiło w obu tych grupach gospodarstw ok. 20% spożycia masła ogółem i zwiększyło się do 30% udziału w okresie lat 1993–1995 [7]. Udział ten systematycznie rośnie zwłaszcza w gospodarstwach dwuzawodowców, do 37% w 1995 roku.

Sytuacja powyższa oznacza, że **na rynku masła, szczególnie lokalnych rynkach wiejskich i miejsko-wiejskich, spółdzielnie mleczarskie przegrywają nie tylko z margaryną, ale także z własnymi producentami mleka (masła).**

Analiza spożycia tłuszczów widocznych (jadalnych) i zawartych w innych produktach żywnościowych (niewidocznych) wykazuje nie tylko malejący udział masła w strukturze spożycia, ale także tłuszczu mlecznego ogółem (tabela 3). Jednocześnie zwiększyło się spożycie tłuszczów roślinnych (z 1/5 do 1/3 spożycia wszystkich tłuszczów), zaś spożycie tłuszczów zwierzęcych (zawartych w produktach mięsnych i jadalnych) utrzymało się na poziomie 42% spożycia tłuszczów w diecie. W analizowanym okresie masło zmniejszyło swój udział z 15% w 1989 do 7% w 1995, a tłuszcz mleczny zawarty w produktach z 20% do 16%. Łącznie w 1995 roku w przeciętnej diecie Polaków spożywane było tylko ok. 10 kg tłuszczu mlecznego (w tym 3 kg w postaci masła) wobec 19 kg tłuszczów zwierzęcych i 15 kg tłuszczów roślinnych [15]. Generalnie coraz więcej spożywamy tłuszczów widocznych, co wyznacza już granicę poziomu ich spożycia w dotychczasowym zastosowaniu – do smarowania

Tabela 3

Spożycie tłuszczów jadalnych (widocznych) oraz tłuszczów niewidocznych w latach 1989–1995

Wyszczególnienie	Lata								Średnioroczne		Dynamika 1995 gdym 1989=100
	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1989- 1991	1992- 1995		
A. Spożycie tłuszczów ogółem, w kg/osobę/rok											
1.1	21,6	19,7	19,6	20,7	20,9	20,4	22,1	20,3	21,0	102,3	
1.2	25,7	24,9	25,3	24,4	23,6	22,3	22,7	25,3	23,3	88,3	
2.1	10,3	9,1	9,9	11,7	13,0	13,7	14,9	9,8	13,3	144,7	
2.2	37,0	35,5	35,0	33,4	31,5	29,0	29,9	35,8	31,0	80,8	
Razem	47,3	44,6	44,9	45,1	44,5	42,7	44,8	45,6	44,3	94,7	
B. Struktura spożycia tłuszczów według źródeł pochodzenia, w %											
1.	21,7	20,4	22,2	26,0	29,2	32,2	33,9	brak danych		brak danych	
1.1	16,1	14,7	16,2	19,9	23,0	25,9	27,2	brak danych		brak danych	
1.2	4,5	4,6	4,7	4,8	4,9	5,1	4,8	brak danych		brak danych	
1.3	1,1	1,1	1,3	1,3	1,3	1,2	1,3	brak danych		brak danych	

2.	Tłuszcze pochodzenia zwierzę.	78,3	79,6	77,8	74,0	70,8	67,8	66,7	brak danych	brak danych	brak danych
2.1	Tłuszcze zwierzęce jadalne	14,3	15,2	15,8	16,5	15,6	14,3	15,3			
2.2	Tłuszcz zawarty w mięsie i przetworach	26,1	27,7	29,3	28,1	27,3	26,4	26,0			
2.3	Masło	15,3	14,4	11,6	9,5	8,4	7,6	6,8			
2.4	Tłuszcz zawarty w mleku i produktach mlecznych	19,8	19,5	18,5	17,3	17,0	17,1	16,2			
2.5	Pozostałe tłuszcze zwierzęce	2,7	2,7	2,6	2,6	2,5	2,4	2,4			
C. Spożycie głównych grup tłuszczów, w kg/osobę/rok											
1.	Tłuszcze roślinne jadalne	7,8	6,8	7,4	9,2	10,4	11,3	12,5	7,3	10,8	138,5
2.	Tłuszcz zwierzęcy zawarty w produktach mięsnych	12,3	12,3	13,0	12,7	12,1	11,3	11,6	12,5	11,9	96,7
3.	Tłuszcze zwierzęce jadalne	7,4	7,4	7,7	8,1	7,6	6,7	7,5	7,5	7,5	101,3
4.	Tłuszcz mleczny zawarty w produktach mleczarskich	9,4	8,7	8,3	7,8	7,6	7,3	7,3	8,8	7,5	79,8
5.	Masło	7,0	6,2	5,0	4,1	3,6	3,1	3,0	6,1	3,4	48,6
6.	Razem tłuszcz mleczny	16,4	15,9	13,3	11,9	11,2	10,4	10,3	15,2	10,9	66,5

Źródło: dane IŻŻ i obliczenia własne.

Tabela 4

Zmiany wartości żywieniowej tłuszczów spożywczych w diecie w Polsce w latach 1989–1995, na tle zalecanych norm żywieniowych

Wyszczególnienie	Jedn	Lata										Wielkość zalecana w normach żywieniowych		
		1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995						
									gdy 1989 = 100					
1.														
1.1	Dzienne spożycie tłuszczów	129,6	122,3	123,1	123,5	121,8	117,0	122,7	95	80–125				
	Udział energii z tłuszczów w energii dziennej racji pokarmowej	33,5	33,0	33,9	33,8	32,6	32,6	33,4	x	30–35				
2.	Spożycie kwasów tłuszczowych wielonienasyconych													
2.1	dzienna ilość	16,0	14,8	15,9	17,5	18,5	18,8	20,2	126	21–23 ¹⁾				
2.2	jako % wartości energetycznej diety	4,2	4,0	4,5	4,8	5,0	5,3	5,5	x	6				
3.	Spożycie kwasów tłuszczowych													
3.1	jednostenasyconych	49,5	47,0	47,7	48,4	47,8	45,9	48,6	98					
3.2	nasyconych	47,7	44,8	43,8	42,2	40,6	38,3	39,5	83	15				
	w tym pochodzących z masła	20,4	19,2	16,0	13,6	12,3	11,2	10,4	x					
4.	Relacje spożycia kwasów tłuszczowych w diecie nasyconych : jednostenasyconych : wielonienasyconych.	1,04 0,33	1,05 0,33	1,09 0,36	1,15 0,41	1,17 0,46	1,20 0,49	1,23 0,51	x	1 1 1				
5.	Spożycie cholesterolu	440	422	408	391	365	340	348	79	300–350				
5.1	dzienna ilość	45	40	33	27	23	20	19	42	x				
5.2	pochozącego z masła w % dziennego spożycia	10,2	9,5	8,1	6,9	6,3	5,9	5,5	x					

Źródło: dane IŻŻ i obliczenia własne, zalecane wielkości norm żywieniowych wg Komitetu Żywienia PAN, IŻŻ i WHO (Ziemlański 1991)

pieczywa. Dalszy wzrost spożycia margaryn wymaga zmian ich cech funkcjonalnych i zastosowań, co będzie trudniejsze niż dotychczas.

Ocena wartości żywieniowej tłuszczów spożywanych w diecie Polaków (tabela 4), przeprowadzona na podstawie danych bilansowych wykazuje, że **osiągnięty został już stan zbliżony do optymalnego modelu spożycia z punktu widzenia aktualnych poglądów nauki o żywieniu człowieka** [2]. Dotyczy to większości uzyskanych wskaźników w 1995 roku, a mianowicie:

- ◆ wielkości dziennego spożycia tłuszczów ogółem,
- ◆ udziału energii pochodzącej z tłuszczów w przeciętnej dziennej racji pokarmowej,
- ◆ spożycia kwasów tłuszczowych wielonienasyconych,
- ◆ wzajemnych relacji spożycia kwasów tłuszczowych,
- ◆ dziennego spożycia cholesterolu.

W tej sytuacji dalsze nawoływanie w reklamach margaryn (oraz towarzyszących temu wystąpieniach naukowych [18]) o obniżanie spożycia masła i cholesterolu, nie ma uzasadnienia merytorycznego z punktu widzenia racjonalnych i żywieniowych aspektów spożycia tłuszczów [14, 22].

Niezależnie od różnic poglądów na temat roli tłuszczu mlecznego w żywieniu [2, 27, 22, 23], dane powyższe wykazują, że kończą się argumenty prozdrowotne w dalszej ekspansji rynkowej (i promocji) margaryn. Analiza powyższa (tab. 4) wykazuje na przykład, że **spożycie cholesterolu pochodzącego z masła stanowi obecnie tylko 5,5% dziennego spożycia cholesterolu, a spożycie kwasów tłuszczowych nasyconych pochodzących z masła tylko 10% spożycia wszystkich kwasów tłuszczowych nasyconych w 1995 roku.**

Postawy konsumentów wobec tłuszczów stołowych

Postawy są przychylnymi lub niechętnymi reakcjami w stosunku do konkretnych produktów, działań lub warunków. Przejawiają się w formie specyficznych lub stereotypowych sposobów reagowania na bodźce (sensoryczne, informacje, cenę itp.) w oparciu o emocjonalno-intelektualne podejście konsumenta do świata zewnętrznego [3]. Wyrazem postaw konsumentów są ich opinie, co jest przedmiotem badań.

Z badań ankietowych [6, 11] wynikają niekiedy odmienne wnioski niż z informacji uzyskanych w badaniach statystycznych GUS. Między innymi spadek spożycia masła w badanych gospodarstwach był niższy (o 10 punktów proc.) niż podaje GUS. Prawie 30% badanych zadeklarowało wyższe spożycie masła [6].

Masło w większości badanych gospodarstw [6, 11] było najczęściej używanym tłuszczem w gospodarstwach domowych (także do smażenia, przyrządzania potraw, pieczenia). Badani konsumenci używali do smarowania pieczywa najczęściej masła oraz mieszanek tłuszczów (mixów tłuszczowych), a zdecydowanie rzadziej margaryn.

Jednocześnie podkreślano dobrą substytucyjność masła margaryną, głównie ze względów zdrowotnych i dobrej smarowności. Stosunkowo rzadko respondenci deklarowali posiadanie ulubionej marki bądź producenta. Prawie połowa badanych deklarowała, że używa tradycyjnych tłuszczów, nie zwracając uwagi na pojawiające się nowości na rynku tłuszczów.

Uzyskany obraz postaw i zachowań konsumentów tłuszczów stołowych odbiega istotnie od danych statystyki masowej (GUS).

Za najważniejsze czynniki przy zakupie tłuszczu stołowego konsumenci uznali: świeżość, smak, wpływ na zdrowie, łatwość w stosowaniu oraz cenę w powiązaniu z jakością [6]. Najmniejszy wpływ na decyzję zakupu, stwierdzono w przypadku reklamy – tylko 12% badanych przyznawało się do wpływu tego czynnika, co jest nieprawdopodobne wobec agresywnej i skutecznej, w ocenie ośrodków badania opinii, kampanii promocyjnych margaryn oraz obserwowanych zmian w statystyce spożycia tłuszczów. Stan ten wynika zapewne z obawy respondentów przed ujawnianiem źródeł własnych decyzji. Daje jednak nadzieję na skuteczność, innych niż reklama telewizyjna form promocji masła.

Jakość masła

Niska jakość masła uznawana jest jako jeden z głównych czynników decydujących o zmniejszeniu spożycia tego tłuszczu. W szczególności jako podstawowe niekorzystne cechy masła wymieniane są: słaba smarowność, niefunkcjonalne opakowanie, niekorzystny wpływ na zdrowie [11]. Konsumenci wymieniają też występowanie nieswoistych posmaków (jełkich, pleśniowych) oraz wycieki wody i tłuszczów roślinnych (w przypadku mixów tłuszczowych) [8]. Z badań PZH [20] wynika, że od 1990 roku stopniowo pogarsza się jakość mikrobiologiczna masła. Liczba próbek masła zakwestionowanych z powodu nieodpowiedniej jakości mikrobiologicznej, w tych badaniach wynosiła: w 1990 roku – 18,4%, w 1992 roku – 20% a w 1994 roku już 25,8% ogółu badanych próbek. Jest to zdecydowanie zbyt wysoki poziom zanieczyszczeń mikrobiologicznych, wskazujący na zaniedbania higieniczne w procesie produkcji, niską jakość surowca (produkcja masła jest produkcją wynikową w wielu zakładach) oraz na niezachowanie warunków chłodniczych w procesach i kanałach dystrybucji.

Podsumowanie

Analiza spożycia tłuszczów stołowych, a szczególnie na tym tle masła, przeprowadzona w różnych przekrojach pozwala na wskazanie dwóch głównych wniosków, przydatnych do budowania strategii rynkowych dla uczestników tego rynku, a mianowicie:

1. Należy uznać, że nastąpiło w dużym stopniu ujednoczenie dotychczas zróżnicowanych modeli spożycia tłuszczów, co wyznacza w dużym stopniu kierunki działań strategicznych oraz metody i zakres promocji na rynku tłuszczów. Na stan ten w dużym stopniu oddziaływała aktywność i agresywność promocji oraz reklam telewizyjnych ze strony producentów margaryn. W grupach gospodarstw domowych zachowujących tradycyjne przywiązanie do spożycia masła, masło z produkcji przemysłowej dodatkowo wypierane jest przez samozaopatrzenie oraz przez inne tłuszcze zwierzęce jadalne. Stan ten ukształtował się w latach 1992–1994, przy czym rok 1992 należy uznać za przełomowy dla zmian struktury spożycia tłuszczów w kierunku nowego racjonalnego żywieniowo modelu spożycia tłuszczów.
2. Zmiany w spożyciu i zastosowaniach masła oraz margaryn wykazują już charakter tendencji gasnących. Następuje dochodzenie do granic rozwoju i dotychczasowych zastosowań w przypadku margaryn. Jednocześnie obserwuje się dochodzenie do optymalnych, z punktu widzenia żywieniowego, wielkości i struktury spożycia tłuszczów w diecie. Podejmowane przez producentów masła działania promocyjne i edukacyjne mają w tej chwili szanse powodzenia przy zastosowaniu odpowiednich i zróżnicowanych argumentów oraz środków przekazu informacji.

LITERATURA

- [1] Amer Nielsen – dane niepublikowane.
- [2] Anonim: WHO and FAO Joint Consultation: Fats and Oils in Human Nutrition. Nutrition Reviews, 53, 7, 1995, 202–205.
- [3] Górska H., Kowrygo B., Rejman K., Świątkowska M.: Ocena preferencji konsumenckich w zakresie żywności i żywienia. Maszynopis ZWLiAR SGGW, Warszawa, październik 1995.
- [4] GUS – niepublikowane dane budżetów gospodarstw domowych.
- [5] Imbs B., Krajewski K.: Tendencje na światowym rynku tłuszczów spożywczych. Zagadnienia Ekonomiki Rolnej, 4–5, 1991, 87–95.
- [6] Kowrygo B., Górska H., Piłka H.: Postępowanie konsumentów na rynku tłuszczów jadalnych w okresie przemian gospodarczych. Maszynopis ZWLiAR SGGW, Warszawa, marzec 1996.
- [7] Kowrygo B., Sawicka B., Świstak E.: Ocena samozaopatrzenia w żywność w Polsce w różnych grupach społeczno-zawodowych w latach 90. Maszynopis ZWLiAR SGGW, Warszawa, październik 1995.
- [8] Krajewski K.: Ocena preferencji i postaw konsumentów na rynku masła w Polsce w okresie transformacji. Maszynopis ZWLiAR SGGW, Warszawa, kwiecień 1996.
- [9] Krajewski K.: Masło – wstępna ocena zachowań konsumentów w Polsce na początku lat 90. Biuletyn Informacyjny KPSM, 6, 1996, 37–42.
- [10] Krajewski K.: Zmiany w spożyciu masła w Polsce na tle spożycia innych tłuszczów w latach 1989–1995. Biuletyn Informacyjny KPSM, 9, 1996, 29–39.
- [11] Krajewski K., Mateńko K.: Zachowania i postawy konsumentów na rynku tłuszczów stołowych w aglomeracji warszawskiej w latach 1993–1995. Maszynopis ZWLiAR SGGW, Warszawa, luty 1996.
- [12] Mela D.J.: Understanding fat preference and consumption; applications of behavioural sciences to a nutritional problem. Proceedings of the Nutrition Society, 54, 1995, 453.

- [13] Nurkowska J.: Czym smarować. *Wiedza i Życie*, 9, 1996, 10–18.
- [14] Praca zbiorowa: Tłuszcz mleczny w żywieniu człowieka. Wydawnictwo ART Olsztyn, Olsztyn, 1996.
- [15] Sekuła W., Niedziałek Z., Figurska K., Morawska M., Boruc T.: Food consumption in Poland converted into energy and nutrients, 1950–1995, *Prace IŻŻ*, Warszawa, 1996.
- [16] Smoleński Z., Seremak-Bulge J., Świetlik K., Szajner P., Orzyłowska-Fedak A.: Rynek mleka, stan i perspektywy, nr 10. Wydawnictwo IERiGŻ, Warszawa, maj 1996.
- [17] Szostak W.B.: W jaki sposób polityka żywnościowo-żywnościowa może przyczynić się do zahamowania epidemii chorób serca w Europie Wschodniej. *Żywnienie Człowieka i Metabolizm*, 18, 2, 1991, 115–119.
- [18] Szostak W.B.: Wojna masła z margaryną. *List Informacyjny*, 17, 1995, 1–3.
- [19] Szponar L., Mojska H.: Żywnościowa edukacja konsumentów. Informacja i reklama jako stymulatory racjonalnych wyborów przy zakupie żywności, w: Praca zbiorowa pod red. S. Tyszkiewicza, SN–T i iTPS NOT Warszawa, 1996, 52–75.
- [20] Windyga B.: Jakość mikrobiologiczna żywności. *Przemysł Spożywczy*, 50, 1996, 6, 7.
- [21] Wiszniewski E.: *Ekonomika konsumpcji*. PWN Warszawa, 1983.
- [22] Ziemiański Ś.: Współczesne poglądy na temat wartości żywieniowej tłuszczów jadalnych ze szczególnym uwzględnieniem masła. *Maszynopis IŻŻ*, Warszawa, czerwiec 1996.
- [23] Ziemiański Ś., Budzyńska-Topolowska J.: *Tłuszcze pożywienia i lipidy ustrojowe*. PWN Warszawa, 1991.
- [24] Żurek S.: Rynek tłuszczów spożywczych. *Poradnik Handlowca*, 7, 1996, 10–12.

CHOSEN FACTORS OF TABLE FATS CONSUMPTION CHANGES DETERMINATION IN POLAND, IN 1990–1995

S u m m a r y

In the paper, changes in the table fats consumption, and reasons of them in Poland in 1990–1995 were discussed. Effect of chosen factors for consumption changes and nutrition consequences were determined. Behaviours of consumers in the table fats market were analysed. It was concluded that new advisable model of fat consumption with vegetable fats domination was determined. ❧