

Streszczenie rozprawy doktorskiej mgr Natalii Buczyńskiej-Pizoń  
**Wartości i postawy a decyzje zakupu żywności ekologicznej**

Zachowanie nabywców wobec żywności ekologicznej jest składową ekologicznych zachowań konsumenckich, które ze względu na swoje cele, motywy i przedmiot stanowią odrębną kategorię zachowań, ponieważ uwzględniają wpływ produktu na środowisko.

Żywność ekologiczna jest bezpieczna dla środowiska, między innymi dzięki temu, że jest produkowana przy użyciu metod przyjaznych dla środowiska, które nie wykorzystują nowoczesnych środków syntetycznych, takich jak pestycydy i nawozy chemiczne. Żywność ekologiczna nie jest ani modyfikowana genetycznie, ani przetwarzana przy użyciu promieniowania, rozpuszczalników przemysłowych ani chemicznych dodatków do żywności. Na wybór żywności ekologicznej istotny wpływ ma postrzeganie wpływu żywności ekologicznej na zdrowie. Konsumenci, którzy postrzegają żywność ekologiczną jako zdrowszą, częściej kupują żywność ekologiczną i częściej są w stanie zapłacić za tą żywność wyższą cenę (Hurtado-Barroso i in., 2019; Kowalska i in., 2021; Mie i in., 2017; Shafie & Rennie, 2012).

Głównym problemem badawczym poruszonym w pracy doktorskiej są czynniki, które wyjaśniają zachowania zakupowe odnoszące się do produktów ekologicznych. Podstawę teoretyczną wyznaczyła krytyczna analiza danych wtórnych (Desk Research) z zakresu teorii zachowań nabywców i teorii marketingu, efektem było nakreślenie luki badawczej, co wskazywało na pilną potrzebę podjęcia tego tematu. Analiza dotychczasowych badań wskazuje na luki w stanie wiedzy w tym zakresie oraz wiele niespójności wprowadzonych do tej pory w badaniach zachowań nabywców w odniesieniu do zachowań konsumentów wobec zakupu żywności ekologicznej.

Postawy w dysertacji doktorskiej opisano przy pomocy teorii planowanego zachowania (TPB), która została opracowana przez Iceka Ajzena (Ajzen, 1991a) i jest najczęściej stosowanym modelem psychologicznym w przewidywaniu zachowań jednostek poprzez przewidywanie intencji behawioralnych napędzanych postawami, subiektywnymi normami i postrzeganą kontrolą behawioralną.

Rozprawa składa się ze wstępu, siedmiu rozdziałów, w tym czterech teoretycznych i trzech empirycznych, wniosków, bibliografii, spisu tabel, rysunków, wykresów i załączników. Pierwszy rozdział dotyczy konsumenta i jego zachowania na rynku.

Pierwszy rozdział dotyczy konsumenta i jego zachowania na rynku. Poruszono tu zagadnienia związane z konsumpcją, uwarunkowaniami zachowań konsumenckich,

czynnikami kształtującymi zachowania konsumentów, rodzajami i modelami zachowań konsumentów. Ponadto poruszono kwestie związane z procesem i rodzajami decyzji podejmowanych przez konsumentów, stylami podejmowania decyzji oraz zachowaniami konsumentów po zakupie. Drugi rozdział rozprawy omawia Teorię Planowanego Zachowania Iceka Ajzena (TPB). Omówiono istotę, założenia, rozszerzenie i krytykę Teorii Planowanego Zachowania, ale także aspekty dotyczące zachowania jednostki w świetle teorii TPB oraz wykorzystania TPB w badaniach nad żywnością ekologiczną. Trzeci rozdział teoretyczny dotyczy systemu wartości według Shaloma Schwartza. Zdefiniowano i opisano w tym rozdziale wartości, w tym wartości osobiste, ale także ich postrzeganie. Omówiono także Kwestionariusz Portretowy Schwartza (PVQ), kołową strukturę wartości, ale też opisano, jak wartości są prezentowane w kontekście żywności ekologicznej przez innych autorów. Ostatni rozdział teoretyczny dotyczy żywności ekologicznej, opisując zarówno jej istotę, jak i zakres koncepcji, ale odniesiono się również do świadomości ekologicznej w kontekście żywności ekologicznej. W czwartym rozdziale opisano także rynek żywności ekologicznej w Polsce i na świecie (w tym etykiety żywności ekologicznej i wymogi formalne funkcjonujące w Polsce). W ostatnim podrozdziale czwartego rozdziału zostały opisane bariery i motywy zakupu żywności ekologicznej w świetle badań autorów polskich i zagranicznych.

Piąty rozdział to rozdział metodologiczny, w którym opisano metodykę i założenia badania. Rozdział ten zawiera pytania i hipotezy badawcze, stosowane metody, techniki i narzędzia badawcze. Przedstawiono tu również model, zastosowane zmienne, ich pomiar oraz wiarygodność skal pomiarowych. Rozdział szósty to analiza i opis badań ilościowych przeprowadzonych na podstawie kwestionariusza ankiety, który znajduje się w załączniku. W kwestionariuszu zawarto klauzulę informacyjną, pytania filtrujące, Kwestionariusz Portretowy Schwartza (PVQ) w polskiej adaptacji prof. Jana Ciecuchy, style podejmowania decyzji zakupowych, Teorię Zachowań Planowanych (TPB). W sumie zebrano 1000 odpowiedzi, z czego 912 można było poddać analizie. Ostatni rozdział (siódmy) przedstawia analizę badań jakościowych, a dokładniej zogniskowanych wywiadów grupowych (FGI). Przedstawiono tutaj charakterystykę badania i próby badawczej, analizę badań jakościowych oraz wnioski.

Na końcu rozprawy doktorskiej znajduje się dyskusja i wnioski płynące z rozważań zawartych w pracy. Wskazano także trudności napotkane podczas realizacji badań i ograniczenia badawcze. Na końcu dysertacji znajduje się bibliografia, lista rysunków, tabele i wykresy, ale także załączniki w postaci kwestionariusza do badań ilościowych, kwestionariusza rekrutacyjnego do badań jakościowych i scenariusza badań jakościowych.

Prowadzone badania były głównie skoncentrowane na istocie decyzji zakupowych wobec żywności ekologicznej, zachowań ekologicznych nabywców i stylów podejmowania decyzji przez konsumentów, czynnikach determinujących te zachowania, systematyzacji teoretycznych podejść do postaw badawczych, ich związkach z zachowaniami oraz ocenie badań empirycznych prowadzonych dotychczas na rynku żywności ekologicznej. Dyskusja oparta na bazie poprzednich i własnych badań umożliwiła zidentyfikowanie istotnych aspektów zachowań nabywców na rynku żywności ekologicznej. Opisane wyżej czynności skutkują zdefiniowaniem problemu badawczego i opracowaniem hipotez badawczych.

Dane jakościowe poddano analizie treści, wyodrębniając istotne dla celów badania fragmenty wypowiedzi badanych. Dodatkowo stosowano analizy w postaci chmur i drzew słów oraz analizę sentymentu i głównych emocji w oparciu o algorytmy Vader i SentiArt (analiza poprzez Orange Data Mining).

Dodatkowo opracowano i zweryfikowano model zachowań nabywców wobec żywności ekologicznej, który został oparty na teorii planowanego zachowania (TPB), wartościach Schwartza i Stylach podejmowania decyzji zakupowych. Badania pokazują, jakie rekomendacje można wysnuć w odniesieniu do działań marketingowych w obrębie żywności ekologicznej i jakie kroki należy podjąć, aby zmniejszyć rozbieżności między postawami i zachowaniami konsumentów.

Wyniki badań opisane w tej pracy doktorskiej umożliwiają w pewnym zakresie wypełnienie istniejącej luki badawczej zarówno w warstwie teoretycznej, ale także empirycznej i metodologicznej. Dodatkowo wyniki badań własnych mogą przyczynić się do rozwoju teorii tj. zachowań konsumenckich i teorii marketingu. Uzyskane wyniki badań mogą stanowić także rekomendacje dla przedsiębiorstw, które w swojej działalności wykorzystują narzędzia marketingu mix, a zwłaszcza komunikacji atrybutów żywności ekologicznej. Wyniki badań wskazują także kierunek przyszłych badań, są podstawą do prognozowania zachowań nabywców i wprowadzania innowacyjnych modeli biznesowych.

Stale narastające procesy globalizacyjne i industrializacja gospodarek ma swoje plusy, ale także minusy, a jednym z negatywnych aspektów związanych z umiędzynarodowieniem handlu jest degradacja środowiska i jej negatywny wpływ na współczesną cywilizację. Problem ten wynika z nadmiernej eksploatacji zasobów naturalnych, stosowania nieodpowiednich technologii produkcji i rosnącej konsumpcji. Konsumentami to użytkownicy środowiska, a jakość środowiska i jego stan jest w rękach ludzi i zależy od nich oraz ich zachowania.

Summary of the doctoral dissertation of Natalia Buczyńska-Pizoń,

## **Consumer values and attitudes in organic food purchasing decisions**

Buyers' behaviour towards organic food is a component of organic consumer behaviour which, by virtue of its objectives, motives, and object, constitutes a distinct category of behaviour because it considers the environmental impact of the product.

Organic food is safe for the environment, among other things, because it is produced using environmentally friendly methods that do not use modern synthetic agents such as pesticides and chemical fertilizers. Organic food is neither genetically modified nor processed using radiation, industrial solvents, or chemical food additives. The choice of organic food is significantly influenced by the perception of the impact of organic food on health. Consumers who perceive organic food as healthier are more likely to buy organic food and are more likely to be able to pay a higher price for it (Hurtado-Barroso et al., 2019; Kowalska et al., 2021; Mie et al., 2017; Shafie & Rennie, 2012).

The main research problem raised in the doctoral thesis are factors that explain purchasing behavior related to organic products. The theoretical basis was set by a critical analysis of secondary data (Desk Research) in the field of buyer behavior theory and marketing theory, the result was to outline a research gap, which indicated an urgent need to take up this topic. The analysis of previous research indicates gaps in the state of knowledge in this area and many inconsistencies introduced so far in the research on the behavior of buyers in relation to consumer behavior towards the purchase of organic food.

The attitudes in the doctoral dissertation were described using the theory of planned behavior (TPB), which was developed by Iek Ajzen (Ajzen, 1991a) and is the most widely used psychological model in predicting the behavior of individuals by predicting behavioral intentions driven by attitudes, subjective norms, and perceived behavioral control.

The dissertation consists of an introduction, seven chapters, including four theoretical and three empirical, conclusions, bibliography, a list of tables, figures, charts, and appendices. The first chapter deals with the consumer and his behaviour on the market.

The first chapter deals with the consumer and his behaviour on the market. Issues related to consumption, determinants of consumer behavior, factors shaping consumer behavior, types and models of consumer behavior are discussed here. In addition, issues related to the process and types of decisions made by consumers, decision-making styles and consumer behavior after purchase were addressed. The second chapter of the dissertation

discusses Icek Ajzen's Theory of Planned Behavior (TPB). The essence, assumptions, extension, and criticism of the Theory of Planned Behavior are discussed, but also aspects related to the behavior of the individual in the light of the theory of TPB and the use of TPB in research on organic food. The third theoretical chapter deals with Shalom Schwartz's value system. Values are defined and described in this chapter, including personal values, but also their perception. It also discusses the Schwartz Portrait Questionnaire (PVQ), a circular value structure, but also describes how values are presented in the context of organic food by other authors. The last theoretical chapter deals with organic food, describing both its essence and the scope of the concept, but also refers to ecological awareness in the context of organic food. The fourth chapter also describes the organic food market in Poland and in the world (including organic food labels and formal requirements functioning in Poland). The last subsection of the fourth chapter describes the barriers and motives for purchasing organic food in the light of research by Polish and foreign authors.

The fifth chapter is a methodological chapter that describes the methodology and assumptions of the study. This chapter contains research questions and hypotheses, applied methods, techniques, and research tools. The model, the variables used, their measurement and the reliability of the measurement scales are also presented here. Chapter six is an analysis and description of the quantitative research carried out based on the questionnaire in the Annex. The questionnaire includes an information clause, filtering questions, the Schwartz Portrait Questionnaire (PVQ) in the Polish adaptation of Prof. Jan Cieciuch, purchasing decision making styles, Theory of Planned Behavior (TPB). A total of 1000 responses were collected, of which 912 could be analyzed. The last chapter (seventh) presents an analysis of qualitative research, and more specifically focus group interviews (FGI). The characteristics of the study and the research sample, the analysis of qualitative research and conclusions are presented here.

At the end of the doctoral dissertation there is a discussion and conclusions from the considerations contained in the work. Difficulties encountered during the implementation of research and research limitations were also indicated. At the end of the dissertation there is a bibliography, a list of figures, tables, and graphs, but also attachments in the form of a questionnaire for quantitative research, a recruitment questionnaire for qualitative research and a qualitative research scenario.

The conducted research was mainly focused on the essence of purchasing decisions towards organic food, ecological behavior of buyers and decision-making styles by consumers, factors determining these behaviors, systematization of theoretical approaches to research attitudes, their relationship with behaviors and evaluation of empirical research

conducted so far on the organic food market. The discussion based on previous and own research made it possible to identify important aspects of buyers' behavior on the organic food market. The activities described above result in the definition of the research problem and the development of research hypotheses.

Qualitative data were analyzed by extracting fragments of the respondents' statements relevant for the purposes of the study. In addition, analyses in the form of clouds and word trees as well as sentiment and main emotions analysis based on Vader and SentiArt algorithms (analysis through Orange Data Mining) were used.

In addition, a model of buyers' behaviour towards organic food was developed and verified, which was based on the theory of planned behavior (TPB), Schwartz values and Purchasing Styles of Decision-making. The research shows what recommendations can be made in relation to marketing activities within organic food and what steps should be taken to reduce discrepancies between consumer attitudes and behaviors.

The research results described in this doctoral thesis make it possible to fill the existing research gap to some extent both in the theoretical, but also empirical and methodological layers. In addition, the results of own research may contribute to the development of theories, consumer behavior and marketing theory. The obtained research results may also be recommendations for companies that use mix marketing tools in their activities, especially communication of organic food attributes. The results of the research also indicate the direction of future research, are the basis for forecasting buyer behavior and introducing innovative business models.

The constantly increasing globalization and industrialization of economies has its advantages, but also disadvantages, and one of the negative aspects associated with the internationalization of trade is environmental degradation and its negative impact on modern civilization. This problem is due to the overexploitation of natural resources, the use of inadequate production technologies and increasing consumption. Consumers are users of the environment, and the quality of the environment and its condition is in the hands of people and depends on them and their behaviour.