

**Emilia Osmólska** \*  <https://orcid.org/0000-0001-9001-6011>

e-mail: [emilia.osmolska@up.lublin.pl](mailto:emilia.osmolska@up.lublin.pl)

**Monika Stoma** \*\*  <https://orcid.org/0000-0003-0404-699X>

e-mail: [monika.stoma@up.lublin.pl](mailto:monika.stoma@up.lublin.pl)

**Agnieszka Dudziak** \*\*\*  <https://orcid.org/0000-0002-4884-5403>

e-mail: [agnieszka.dudziak@up.lublin.pl](mailto:agnieszka.dudziak@up.lublin.pl)

## Jakość wybranych produktów spożywczych w ocenie nabywców

[https://doi.org/10.25312/2391-5129.34/2022\\_02eomsad](https://doi.org/10.25312/2391-5129.34/2022_02eomsad)

O jakości produktów spożywczych decyduje szereg istotnych czynników. Głównymi parametrami są między innymi: bezpieczeństwo, wartość odżywcza, skład produktu (jakość półsurowców) oraz smakowitość (pożądany smak i aromat). Produkt odznaczający się wysoką jakością to taki, który nie zawiera konserwantów, wzmacniaczy smaku ani drobnoustrojów, które mogłyby negatywnie wpłynąć na zdrowie nabywcy. Innym parametrem warunkującym jakość i bezpieczeństwo produktu jest jego trwałość, która ma ścisły związek z opakowaniem. Z kolei opakowanie to czynnik oddziałujący także na zmysł wzroku. Wszystkie parametry wykazują zatem silną zależność względem siebie.

W artykule dokonano analizy jakości żywności oraz czynników wywierających wpływ na wybór produktów oferowanych na polskim rynku spożywczym. W części badawczej opisano cel,

---

\* Mgr inż. Emilia Osmólska, Uniwersytet Przyrodniczy w Lublinie, Katedra Energetyki i Środków Transportu, Zakład Logistyki i Zarządzania Przedsiębiorstwem.

\*\* Dr hab. Monika Stoma, prof. Uniwersytetu Przyrodniczego w Lublinie, Uniwersytet Przyrodniczy w Lublinie, Katedra Energetyki i Środków Transportu, Zakład Logistyki i Zarządzania Przedsiębiorstwem

\*\*\* Dr inż. Agnieszka Dudziak, Uniwersytet Przyrodniczy w Lublinie, Katedra Energetyki i Środków Transportu, Zakład Logistyki i Zarządzania Przedsiębiorstwem.

metodę oraz zakres badań. Ponadto opracowano wyniki i podano je interpretacji.

**Słowa kluczowe:** jakość, produkty spożywcze, konsument, oczekiwania i zadowolenie konsumenta, cechy jakościowe żywności

## Wstęp

Przy obecnym rozwoju technologicznym oraz w zasadzie nieograniczonym dostępie do informacji nabywcy stają się coraz bardziej świadomi, dlatego jakość oferowanych produktów jest dla nich znacząca. Przedsiębiorstwa trudniące się branżą spożywczą wiedzą, że są oceniane nie tylko pod względem ekonomicznym, ale również jakościowym.

Droga od zdefiniowania potrzeb konsumenta po dostarczenie na rynek gotowego produktu jest skomplikowana i długa. Początek tego procesu rozpoczyna się w momencie określenia, czego konsument oczekuje. Warto przeprowadzić analizy, które wykazałyby, z jakiego produktu nabywca chciałby skorzystać, ile taki produkt miałby kosztować, z czego miałby się składać oraz jakie korzyści dostarczać. Trudności wynikają przede wszystkim z zapewnienia odpowiedniej jakości oraz poziomu bezpieczeństwa produktu (Górska-Warsewicz i in., 2013).

Badania naukowe, które wykonywane są każdego dnia, dają możliwość uzyskania odpowiedzi na pytania pojawiające się w momencie projektowania produktu. Dzięki odpowiednim narzędziom producenci, a właściwie dział badań marketingowych jest w stanie zrozumieć konsumenta (czym się kieruje przy wyborze produktów, co kształtuje ten wybór oraz jakie emocje towarzyszą mu w trakcie zakupu i po nim). Informacje na temat zachowań nabywców umożliwiają dostosowywanie oferty podczas implementowania systemów zapewniania jakości żywności (Barska, 2013).

Celem tej pracy jest analiza jakości wybranych produktów spożywczych w ocenie nabywców. Problem badawczy jest na tyle aktualny, że podjęto się jego analizy. Ogólnie przyjmuje się, że jakość dostępnego asortymentu spożywczego w Polsce jest na wysokim poziomie.

W artykule przedstawiono badanie, które zostało przeprowadzone na grupie 60 respondentów w listopadzie 2019 roku. W pracy zastosowano metodę sondażu diagnostycznego. Narzędziem do analizy był autorski kwestionariusz ankietowy. Pytania zawarte w kwestionariuszu miały charakter zamknięty oraz były anonimowe i dobrowolne. Uzyskane odpowiedzi uporządkowano według płci, wieku, miejsca zamieszkania oraz aktywności zawodowej.

Na część właściwą badania składało się 6 parametrów związanych z jakością. Najważniejsze to przede wszystkim: etapy kształtowania jakości, cechy wpływające na jakość żywności oraz jakość produktów spożywczych oferowanych na rynku w Polsce. Rozpoznanie potrzeb konsumentów pozwoliło na uzyskanie informacji

związanej z oczekiwaniami jakościowymi wobec gotowych produktów. W dalszym etapie można zaproponować zmiany, które wpłyną na udoskonalanie sposobów przechowywania, przetwarzania surowców w procesie technologicznym, atrakcyjności sensorycznej czy poprawy bezpieczeństwa gotowych artykułów spożywczych.

## Istota jakości

Na samym początku warto zdefiniować pojęcie jakości. Ze względu na subiektywność i złożony charakter tego terminu jego pełne określenie jest problematyczne. Komplikacje wynikają głównie z następujących składowych:

- analiza jakości ściśle związana z posiadaną wiedzą oraz empirią,
- zmiany zachodzące w wyniku postępu technologicznego oraz rozwoju ludzkości,
- świadomość pracowników i zwierzchników na temat systemów oraz koncepcji jakościowych,
- wymagania stawiane przez konsumenta w stosunku do wyrobów,
- interdyscyplinarność i wielowymiarowość pojęcia (Bugdol, 2008).

Współczesna definicja jakości określana jest za pomocą norm ISO. Z wyjaśnień tego pojęcia korzystają współcześni teoretycy i praktycy. Na przełomie kilkunastu lat definicja ulegała transformacji, co przedstawiono w tabeli 1.

**Tabela 1. Definicja jakości według normy ISO**

Definicja według ISO 8402 z 1986 roku	Zespół właściwości i charakterystyk liczbowych wyrobów, które wpływają na ich zdolność zaspokajania potrzeb.
Definicja według ISO 8402 z 1994 roku	Ogół cech i właściwości produktów decydujących o ich zdolności do zaspokajania stwierdzonych i przewidywanych potrzeb.
Definicja według ISO 8402 z 1996 roku	Ogół właściwości obiektu wiążących się z jego zdolnością do zaspokajania stwierdzonych i oczekiwanych potrzeb.
Definicja według ISO 9000 z 2000 roku	Stopień, w jakim zbiór inherentnych właściwości spełnia wymagania.

Źródło: Kosiorek, 2013.

Definicje dotyczące jakości pojawiają się w dyrektywie 85/374/EEC z dnia 25 lipca 1985 roku o odpowiedzialności producentów za szkody wywołane wadami produktów (Dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 25 lipca 1985 roku w sprawie zbliżenia przepisów ustawowych, wykonawczych i administracyjnych Państw Członkowskich dotyczących odpowiedzialności za produkty wadliwe). Określa ona jakość jako prawdopodobieństwo spełnienia oczekiwań klienta. Stwierdza także, iż wadą jest to, czego klient ma prawo nie oczekiwać. Polscy autorzy również

podjęli się określenia definicji jakości na podstawie wyżej wymienionego sformułowania: „jakość należy traktować jako zakres spełniania wymogów użytkowników przez produkt, przy czym wymogi te zależą od jego możliwości ekonomicznych (szczególnie dochodów i zasobów)” (Wawak, 1989).

## **Jakość żywności**

Żywność, która nadaje się do spożycia przez człowieka, powinna mieć jak najwyższą jakość zdrowotną, a co za tym idzie całkowite bezpieczeństwo, w konsekwencji nie wywołując uszczerbku na zdrowiu (Chmielewska i in., 2018).

Fundamentalnym celem przedsiębiorstwa, które zajmuje się produkcją żywności, powinno być przetwórstwo surowców pozyskiwanych ze sprawdzonych źródeł, odznaczających się wysoką jakością.

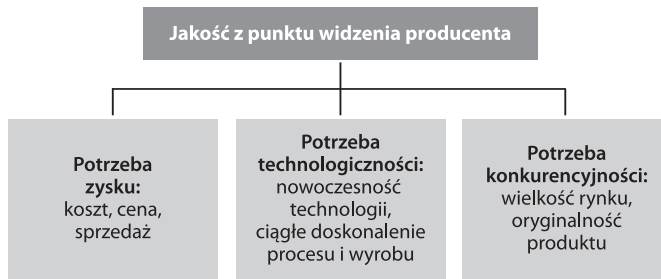
Przystosowanie żywności do konsumpcji jest procesem skomplikowanym, który wymaga zapewnienia najlepszej jakości zdrowotnej, co w praktyce oznacza, że jest ona wolna od szkodliwych związków oraz w pełni bezpieczna dla konsumenta. Obecnie obserwuje się korzystne zjawisko polegające na tym, że konsumenci sprawdzają, co znajduje się w kupowanym produkcie. Ilość surowców jest niezwykle istotna dla dzisiejszego nabywcy. Przywiązuje on dużą wagę do produktów z krótkim i „czystym” składem. „Czysty” skład oznacza, że produkt nie zawiera sztucznych dodatków w postaci konserwantów czy substancji poprawiających smak i zapach (Adamczyk, 2019).

Warto zwrócić uwagę na to, jakie właściwości wpływają na jakość charakteryzującą żywność. Są to między innymi: zdrowotność, czyli bezpieczeństwo, które wynika z braku chorobotwórczych drobnoustrojów oraz substancji szkodliwych dla zdrowia; wartość energetyczna i odżywcza; atrakcyjność sensoryczna, w tym smak, zapach, wygląd, struktura, konsystencja; cechy handlowe, takie jak trwałość, łatwość przygotowania, wygląd i kształt opakowania (Niewczas, 2013).

## **Znaczenie pojęcia *jakość* dla producenta oraz konsumenta**

Każdy etap produkcji żywności wiąże się ze współpracą pomiędzy konsumentem i producentem. Jakość dla producentów ma inne znaczenie niż dla konsumenta. Najważniejszym celem przedsiębiorstwa jest generowanie zysku. Ten warunek sprawia, że firma może się utrzymać i funkcjonować na rynku.

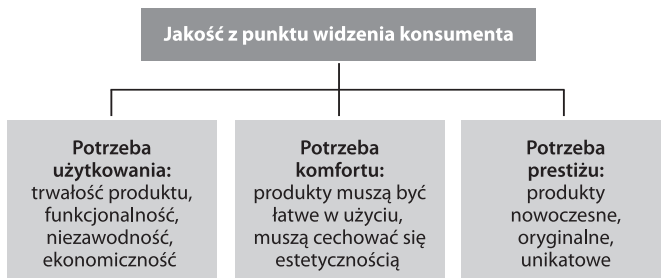
Z rysunku 1 wynika, iż producent oczekuje, że wyprodukowany przez niego towar oraz jego wysoka jakość przełożą się na zysk ze sprzedaży. Z punktu widzenia konsumenta wygląda to nieco inaczej.



Rysunek 1. Jakość z punktu widzenia producenta

Źródło: opracowanie własne na podstawie Hamrol, 2007.

Podjęcie konsumenta przedstawia rysunek 2. Nabywca oczekuje nie tylko spełnienia potrzeb funkcjonalnych, ale także zagwarantowania poczucia komfortu, estetyki oraz prestiżu poprzez posiadanie unikatowych dóbr, które są trudne do nabycia.



Rysunek 2. Jakość z punktu widzenia konsumenta

Źródło: opracowanie własne na podstawie Hamrol, 2007.

Potencjalny nabywca będzie usatysfakcjonowany w momencie, gdy produkt zostanie dostosowany do jego gustu i preferencji. Ważne, aby producent dbał o zaspokajanie charakterystycznych potrzeb konsumenta poprzez budowanie zaufania i więzi, podejmowanie ryzyka, oferowanie klientowi najniższego możliwego kosztu zakupu produktu oraz cierpliwe kształtowanie długotrwałej relacji opierającej się na zaufaniu i lojalności wobec klienta (Gajewska, Kajstura, Lebioda, 2013; Midor, 2017).

Podsumowując, branie pod uwagę opinii konsumenta w procesie projektowania produktu jest niezwykle ważne. Firmy, które słuchają nabywców i znają ich potrzeby, znacznie lepiej radzą sobie na rynku. Potrzeby oraz pragnienia konsumentów są mierzone i analizowane za pomocą narzędzi marketingowych, dzięki czemu eksperci z zakresu marketingu są w stanie oszacować, jaki produkt zaspokoi oczekiwania użytkowników (Grębowiec, 2015).

## Metodyka badania

Problematyka badania odnosiła się głównie do jakości wybranych produktów spożywczych w ocenie nabywców.

Narzędziem badawczym była autorska ankieta, która charakteryzowała się tym, że kwestionariusz bezpośrednio trafiał w ręce respondenta. Metodę tę zastosowano ze względu na możliwość przebadania dużej liczby osób w bardzo krótkim czasie. Były to badania reprezentacyjne, gdzie zbiorowość próbna stanowiła statystyczną reprezentację całej zbiorowości. Badanie zostało przeprowadzone w listopadzie 2019 roku na grupie 60 respondentów: 30 kobiet oraz 30 mężczyzn.

Uczestnicy badania zostali pogrupowani ze względu na występujące 4 grupy wiekowe: poniżej 20 lat, od 20 do 40 lat, od 41 do 60 lat oraz powyżej 60 lat. Ankietowani to głównie osoby niepracujące zawodowo – 36%, następnie osoby studiujące/uczące się – 32%, dalej osoby pracujące zawodowo – 27% oraz na końcu z 5-procentowym wynikiem osoby bezrobotne. Natomiast kryterium dotyczące miejsca zamieszkania przedstawia się następująco: wieś – 15%, miasto do 20 tys. mieszkańców – 30%, miasto od 20 tys. do 200 tys. mieszkańców – 50% oraz miasto powyżej 200 tys. mieszkańców – 5%.

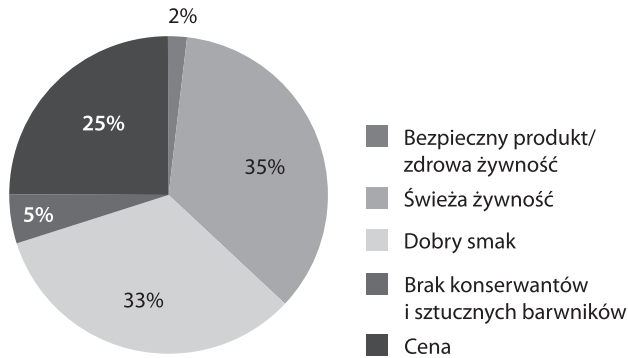
Ankieta zawierała zestaw pytań zamkniętych, które obejmowały charakterystykę jakości żywności, etapy kształtowania jakości żywności, cechy jakościowe żywności, ocenę jakości owoców i warzyw, wędlin oraz produktów mleczarskich. Wyniki zostały skondensowane w formie wykresów kołowych wraz z opisami.

Warto podkreślić fakt, iż przeprowadzona analiza wskazuje (w większości) perspektywę osób młodych dorosłych oraz dorosłych wieku średniego, które mogą być bardziej świadome jakości produktów oferowanych na rynku.

## Analiza wyników

Przeprowadzone badania, odnoszące się do jakości wybranych produktów spożywczych w ocenie nabywców, pozwoliły na rzetelne stwierdzenie istotności parametrów jakościowych.

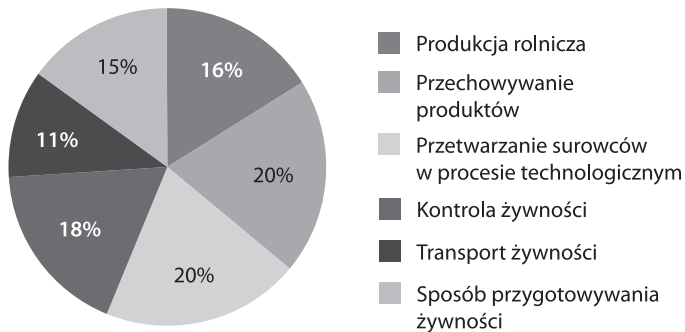
Na rysunku 1 zaprezentowano wyniki dotyczące pojęcia *jakość żywności*. Aż 35% respondentów stwierdziło, że jakość żywności to produkt bezpieczny oraz zdrowy. Niewiele mniej, bo 33% ankietowanych wskazało, iż jest to żywność świeża. Następnie 25% badanych uważało, że jakość wiąże się z brakiem konserwantów i sztucznych barwników w spożywanej żywności. Niewielka liczba osób (5%) wskazała dobry smak, natomiast najmniej uzyskała odpowiedź „cena produktu” – jedynie 2%.



Rysunek 3. Czym jest jakość żywności

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonej analizy.

Następnie zapytano respondentów o wpływ poszczególnych etapów produkcji żywności na kształtowanie jej jakości (rys. 4). Ankietowani mogli udzielić kilku odpowiedzi, jednak nie więcej niż 3 spośród 6 zaproponowanych. Po 3 odpowiedzi wskazało 36 osób, 2 odpowiedzi zaznaczyło 15 osób, natomiast 9 osób wybrało tylko po 1 odpowiedzi. Prezentowane wyniki wskazują, że dla badanych jakość jest istotna od samego początku. Dla konsumentów bardzo ważne punkty to przetwarzanie surowców w procesie technologicznym (20%) oraz przechowywanie produktów (20%). Tylko o 2 punkty procentowe mniej uzyskał etap kontroli jakości. Tuż za nią znalazła się produkcja rolnicza z wynikiem 16%. Następnie respondenci wybrali sposób przygotowywania żywności (15%), a na samym końcu znalazł się transport żywności (11%).



Rysunek 4. Etapy kształtowania jakości żywności

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonej analizy.

Rysunek 5 przedstawia wyniki dotyczące cech wywierających największy wpływ na jakość żywności. Badani mogli udzielić kilku odpowiedzi, jednak nie więcej niż 3 spośród 6 zaproponowanych odpowiedzi. Wśród 60 respondentów 51 udzieliło odpowiedzi z 3 wskazaniem, 6 osób zaznaczyło 2 odpowiedzi, natomiast tylko 3 osoby

wybrały po 1 odpowiedzi. Jak wykazała analiza, najistotniejszą cechą wpływającą na jakość żywności jest brak substancji szkodliwych dla organizmu w pożywieniu (19%). Tylko o 2 punkty procentowe mniej badanych uznało, że wysoka wartość odżywcza w znacznym stopniu wpływa na jakość żywności.

Ważną cechą okazały się też walory zdrowotne produktu przeznaczonego do spożycia (14%). Nieco mniej, bo 13% ankietowanych stwierdziło, że żywność powinna być wolna od konserwantów oraz sztucznych barwników. Spośród badanych 11% uznało, że produkty oferowane na rynku powinny posiadać znaki i certyfikaty jakości. Równą liczbę odpowiedzi zebrały kolejne dwie cechy żywności: brak zanieczyszczeń mikrobiologicznych (7%) oraz termin ważności produktu (7%). Cechy dotyczące bezpieczeństwa produktu oraz zaspokojenia potrzeb konsumenta uzyskały po 5%. Wygląd zewnętrzny opakowanego produktu jako istotny czynnik jakościowy wybrało 2% badanych.



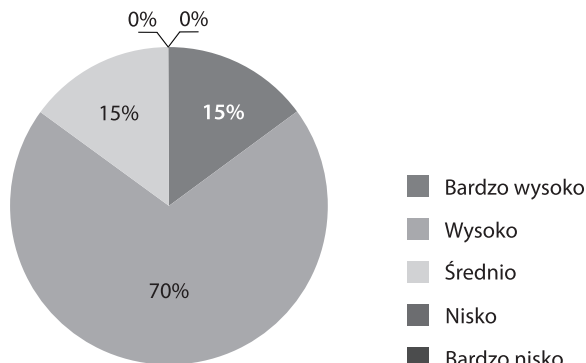
Rysunek 5. Cechy jakościowe żywności

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonej analizy.

Kleszcz i Knop (2020) przeprowadzili badanie dotyczące ważności charakterystyk jakościowych produktów żywnościowych i ich wymiarów w opinii młodzieży studenckiej. Analizę przeprowadzono na 20 osobach, z czego 95% uznało, że świeżość produktu jest kluczowym parametrem jakościowym. Dla różnych grup konsumentów cechy jakościowe żywności są odmienne. Niemniej jednak takie wskaźniki, jak brak substancji szkodliwych czy świeżość, są jednymi z najważniejszych w kontekście jakości.

Grupa badanych została poproszona o opinię na temat produktów spożywczych oferowanych na polskim rynku. Pierwsze z nich to owoce i warzywa (rys. 6). Z rysunku wynika, iż ankietowani bardzo wysoko (70%) ocenili jakość oferowanych owoców i warzyw. Po tyle samo – po 15% – przypadło odpowiedziom wysoko i średnio, natomiast nikt nie ocenił tej grupy produktów nisko i bardzo nisko.

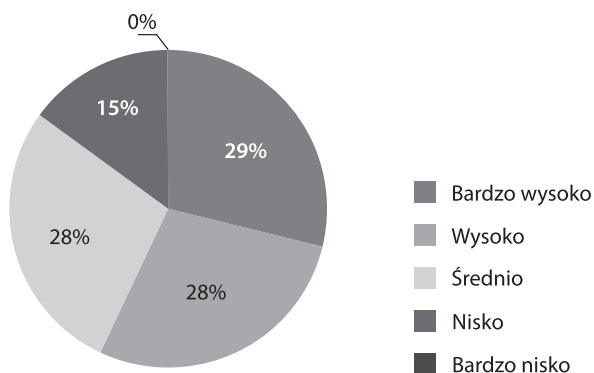




Rysunek 6. Ocena jakości warzyw i owoców

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonej analizy.

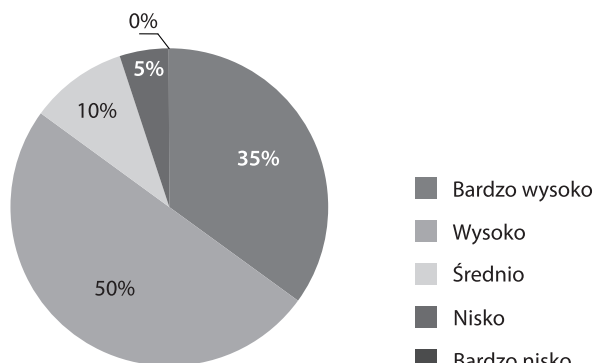
Następnie ankietowanych poproszono o ocenę jakości wędlin na polskim rynku (rys. 7). Według 29% respondentów jakość wędlin jest bardzo wysoka. Wysoko oceniło ją 28% badanych. Tyle samo osób uznało, że jakość wędlin jest średnia. Mimo wszystko sporo osób wskazało (15%), iż jakość tych produktów spożywczych jest niska, natomiast nikt nie zaznaczył odpowiedzi „bardzo niska”.



Rysunek 7. Ocena jakości wędlin

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonej analizy.

Ostatnim etapem ankiety była ocena jakości produktów mleczarskich na polskim rynku (rys. 8). Połowa ankietowanych (50%) oceniła produkty mleczne wysoko, natomiast 35% określiło ich jakość jako bardzo wysoką. Produkty mleczarskie średnio ocenia 10% ankietowanych, a tylko 5% uważa je za wyroby niskiej jakości.



Rysunek 8. Ocena jakości produktów mleczarskich

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonej analizy.

Dla przykładu badania prowadzone przez Brodziak i współpracowników (2019) dotyczące jakości organoleptycznej ekologicznego i konwencjonalnego mleka spożywczego w opinii konsumentów dowodzą, iż nabiał dostępny na polskim rynku posiada wysokie walory organoleptyczne. Podstawą takiego stwierdzenia był fakt, że żadna ze 120 ankietowanych osób nie zaznaczyła skrajnej odpowiedzi, tj. 1 lub 5. Niezależnie od ocenianej właściwości przyznane oceny średnie wahały się od 3,0 punktów (próbna 6 za zapach) do 4,5 punktu (próbna 4 za barwę).

## Podsumowanie i wnioski

Wymagania, jakie stawia konsument, są podstawowym kryterium definiującym jakość. Oczekiwania nabywców z roku na rok stają się coraz wyższe. Co więcej, producenci muszą monitorować rynek na bieżąco, aby być w stanie zaspokoić potrzeby konsumentów. Jakość w kontekście żywności jest szczególnie problematyczna ze względu na trudności, jakie mogą pojawiać się na każdym etapie łańcucha żywnościowego.

Po przeprowadzeniu badań na temat jakości wybranych produktów spożywczych w ocenie nabywców można wysnuć następujące wnioski:

1. Respondenci uznali, że najważniejsze cechy decydujące o jakości produktów spożywczych to bezpieczeństwo i zdrowotność produktu.
2. Dla ankietowanych bardzo istotny jest proces przetwarzania surowców w procesie technologicznym oraz sposób przechowywania produktów.
3. Ogólny stosunek konsumentów do żywności oferowanej w Polsce całościowo można uznać za korzystny.
4. Wybierając żywność, ankietowani szczególnie zwracali uwagę na atrakcyjność sensoryczną.

Sformułowane wnioski wskazują na to, że konsumenci oceniali jakość produktów głównie poprzez własne odczucia. Dlatego też badania dotyczące poziomu zadowolenia konsumenta są istotnym punktem odniesienia do doskonalenia jakości produktów spożywczych.

## Bibliografia

- Adamczyk S. (2019), *Jakość a bezpieczeństwo żywności*, „Nauki Ekonomiczne”, nr 29(3).
- Barska A. (2013), *Kryteria wyboru produktów żywnościowych przez młodych konsumentów z Polski, Czech i Słowacji*, „Zagadnienia Ekonomiki Rolnej”, nr 4.
- Brodziak A., Jańczuk A., Wajs J., Stanek P., Król J. (2019), *Jakość organoleptyczna ekologicznego i konwencjonalnego mleka spożywczego w opinii konsumentów*, „Annales Universitatis Mariae Curie-Skłodowska. Sectio EE: Zootechnica”, nr 37(1).
- Bugdol M. (2008), *Zarządzanie jakością w urzędach administracji publicznej: teoria i praktyka*, Difin, Warszawa.
- Chmielewska M., Tys J., Petkowicz J., Petkowicz B. (2018), *Żywność: po pierwsze nie szkodzić (artykuł przeglądowy)*, „Acta Agrophysica”, nr 25(1).
- Dyrektywa 85/374/EEC – Dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 25 lipca 1985 roku w sprawie zbliżenia przepisów ustawowych, wykonawczych i administracyjnych Państw Członkowskich dotyczących odpowiedzialności za produkty wadliwe (85/374/EWG).
- Gajewska P., Kajstura M., Lebioda G. (2013), *Jakość jako determinanta w procesie zakupu*, „Zeszyty Naukowe Wyższej Szkoły Humanitas. Zarządzanie”, nr 2.
- Górska-Warsewicz H., Świątkowska M., Krajewski K. (2013), *Marketing żywności*, Oficyna a Wolters Kluwer Business, Warszawa.
- Grębowiec M. (2015), *Rola jakości w podejmowaniu decyzji nabywczych przez konsumentów na przykładzie rynku mięsa i wędlin*, „Journal of Agribusiness and Rural Development”, nr 35.
- Hamrol A. (2007), *Zarządzanie jakością z przykładami*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- Kleszcz M., Knop K. (2020), *Ważność charakterystyk jakościowych produktów żywnościowych i ich wymiarów w opinii młodzieży studenckiej – wyniki badań ankietowych*, „Archiwum Wiedzy Inżynierskiej”, nr 5(1).
- Kłobukowski F., Śmiechowska M., Skotnicka M. (2016), *Kształtowanie jakości żywności a środowisko naturalne*, Wydawnictwo Wyższej Szkoły Zarządzania w Gdańsku, Gdańsk.

- Kosiorek D. (2013), *Jakość w teorii i praktyce zarządzania organizacjami*, „Zarządzanie i Finanse”, nr 11(1).
- Midor K. (2017), *Sposoby doskonalenia satysfakcji klienta w przedsiębiorstwie produkcyjnym*, „Systemy Wspomagania w Inżynierii Produkcji”, nr 6.
- Niewczas M. (2013), *Kryteria wyboru żywności*, „Żywność. Nauka. Technologia. Jakość”, nr 20(6).
- Płaza G. (2017), *Zarządzanie bezpieczeństwem produkcji żywności w kierunku poprawy jakości produktu*, „Systemy Wspomagania w Inżynierii Produkcji”, nr 6.
- Wawak T. (1989), *Makroekonomiczne problemy jakości produktów przemysłowych w Polsce*, Uniwersytet Jagielloński, Kraków.

### Summary

#### Quality of selected food products as assessed by buyers

The quality of food products depends on a number of factors that have a significant impact. The main parameters are: nutritional value, product composition (quality of raw materials) and palatability (desired taste and aroma of the product). A high-quality product is one that does not contain preservatives, flavour enhancers or microorganisms that could adversely affect the health of the purchaser. Another parameter determining the quality and safety of the product is durability. This factor is strongly linked to the packaging, which also affects the sense of sight. What is very important, all factors show a strong dependence on each other.

The article presents an analysis related to the quality of food and factors influencing the choice of products offered on the Polish consumer market. In the research part, the aim, method and scope of the study were described and the results of the study were developed and interpreted.

**Keywords:** quality, food products, consumer, consumer expectations and satisfaction, food quality characteristics