

RENATA KORZENIOWSKA-GINTER

Katedra Technologii i Organizacji Żywności, Wydział Przedsiębiorczości i Towaroznawstwa, Akademia Morska, Gdynia

Polska żywność tradycyjna i regionalna w świadomości młodych konsumentów

Cel i metodyka badań

Produkty wytwarzane według tradycyjnych receptur w powiązaniu ze specyficznymi cechami miejsca ich pochodzenia cieszą się coraz większą popularnością wśród konsumentów krajów Unii Europejskiej. Wytwarzanie ich i ochrona jest priorytetem zachowania dziedzictwa kulturowego krajów i regionów [1–7].

Stąd też celem pracy, było zbadanie postaw i zdiagnozowanie czynników determinujących zachowania młodych polskich konsumentów na rynku żywności tradycyjnej.

Zakres pracy obejmował ogólną charakterystykę grupy badawczej, określenie znajomości sposobu definiowania terminów *żywność tradycyjna* i *regionalna*, wyznaczenie preferencji konsumentów w zakresie asortymentu, częstotliwości spożywania oraz motywów zakupu żywności regionalnej i tradycyjnej. Badano preferencje w zakresie 16 wybranych produktów tradycyjnych i 13 potraw regionalnych zarejestrowanych lub wpisanych na polską listę produktów tradycyjnych pretendujących do rejestracji na szczeblu unijnym jako: *Gwarantowana Tradycyjna Specjalność* (kielbasa jałowcowa, kabanosy, kielbasa myśliwska) *Chroniona Nazwa Pochodzenia* oraz *Chronione Oznaczenie Geograficzne* [4, 8].

Badano 9 czynników wyboru żywności tradycyjnej wg 3-punktowej skali hedonicznej. Deklarując istotność czynników decydujących o wyborze żywności tradycyjnej respondenci określali jeden z trzech stopni: biorę w dużym stopniu pod uwagę, biorę pod uwagę w małym stopniu, nie biorę pod uwagę. Stopniom tym przypisano noty 3, 2, 1 pkt. Wyniki przedstawione jako średnie ważkości wyboru stanowiły podstawę do tworzenia szeregu preferencyjnego według malejącej preferencji.

Preferencje znajomości i częstotliwości spożywania żywności regionalnej określono według skali 5 pkt. Do każdej z odpowiedzi przyporządkowano rangi liczbowe: 1 – nie znam i nie konsumuję, 2 – znam ale nie konsumuję, 3 – znam i bardzo rzadko konsumuję, 4 – znam i spożywam rzadko, 5 – znam i spożywam często. Wskaźnikiem znajomości i preferencji wybranych produktów, została określona średnia ważkość wyboru.

Badania przeprowadzono metodą ankietową z wykorzystaniem kwestionariusza na populacji 300 studentów *Akademii Morskiej w Gdyni i Uniwersytetu Gdańskiego* w kwietniu 2008 roku.

Omówienie wyników

Spośród badanych studentów 69% stanowiły kobiety. Zdecydowana większość 75% respondentów deklarowała swoją przynależność do regionu pomorskiego, 6 do warmińsko-mazurskiego, 4 do zachodniopomorskiego, 3 do Podlasia. 76%

ankietowanych wskazało na prawidłową definicję produktu regionalnego.

Najwięcej ankietowanych (30%) spotyka się z tradycyjną i regionalną żywnością przy okazji zwiedzania innych regionów. W dalszej kolejności wskazano na sklepy z regionalnymi produktami (24%); stragany, stoiska (19%); oraz targi spożywcze (12%). Podobne wyniki osiągnięto w badaniu populacji konsumentów żywności tradycyjnej w Warszawie w 2008 roku [8].

Najistotniejszymi czynnikami wyboru żywności tradycyjnej w ogólnej ocenie były: smak, ciekawość poznania produktu, tradycja oraz zawartość składników odżywczych. Stwierdzono różnicowanie w uszeregowaniu czynników wyboru żywności tradycyjnej pomiędzy kobietami i mężczyznami. W ocenie kobiet do najistotniejszych należały: smak, ciekawość, zawartość składników odżywczych, oraz sposób przygotowania. Natomiast w ocenie mężczyzn: smak, ciekawość poznania produktu, tradycja i opakowanie. Najmniej istotnymi czynnikami dla mężczyzn okazał się sposób w jaki produkt jest przyrządzany, oraz zawartość składników odżywczych, a dla kobiet opakowanie i producent (Tabl. 1).

Tablica 1
Ważkość czynników wyboru żywności tradycyjnej według deklaracji respondentów

Czynniki wyboru	Ogółem N = 300		Mężczyźni N = 92		Kobiety N = 208	
	X	R	X	R	X	R
smak	2,91	1	2,93	1	2,91	1
tradycja	2,46	3	2,58	3	2,42	5
przyzwyczajenie	2,26	5	1,96	7	2,40	6
sposób przyrządzania	2,19	6	1,62	9	2,45	4
cena	2,11	7	2,06	5	2,14	7
opakowanie	1,90	8	2,54	4	1,62	9
producent	1,88	9	1,96	6	1,85	8
zawartość składników odżywczych	2,30	4	1,91	8	2,48	3
ciekawość poznania produktu	2,71	2	2,77	2	2,69	2

N – liczebność; x – średnia ważkości wyboru;

R – ranga w szeregu ważkości

Źródło: badania własne

Zdecydowana większość (68%) respondentów uważa, iż produkty tradycyjne i regionalne są atrakcyjniejsze od innych produktów spożywczych, ponieważ charakteryzuje je wysoka jakość wynikająca z tradycyjnej – niemasowej i nieuprzedmiotowionej produkcji.

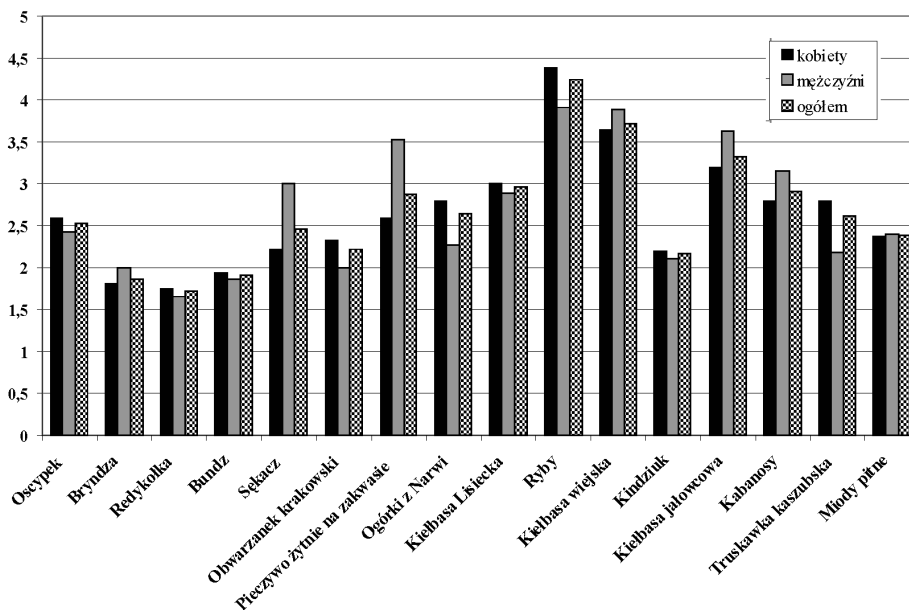
Średni wskaźnik znajomości wybranych 16 produktów regionalnych miał wartość 2,66. Najwyższą preferencją (>3)

w ocenie ogółu ankietowanych cechowały się ryby i przetwory rybne, kielbasa wiejska i kielbasa jałowcowa. Kobiety wykazywały wyższe preferencje w stosunku do: obwarzanka krakowskiego, ogórków z Narwi, ryb i przetworów rybnych i truskawki kaszubskiej. Mężczyźni zaś w stosunku do: sękacza, pieczywa żytniego na zakwasie, kielbasy jałowcowej i kabanosów. Najniższe wartości wskaźnika znajomości i preferencji produktów tradycyjnych (≤ 2) uzyskały: bundz, redykołka i bryndza (Rys. 1).

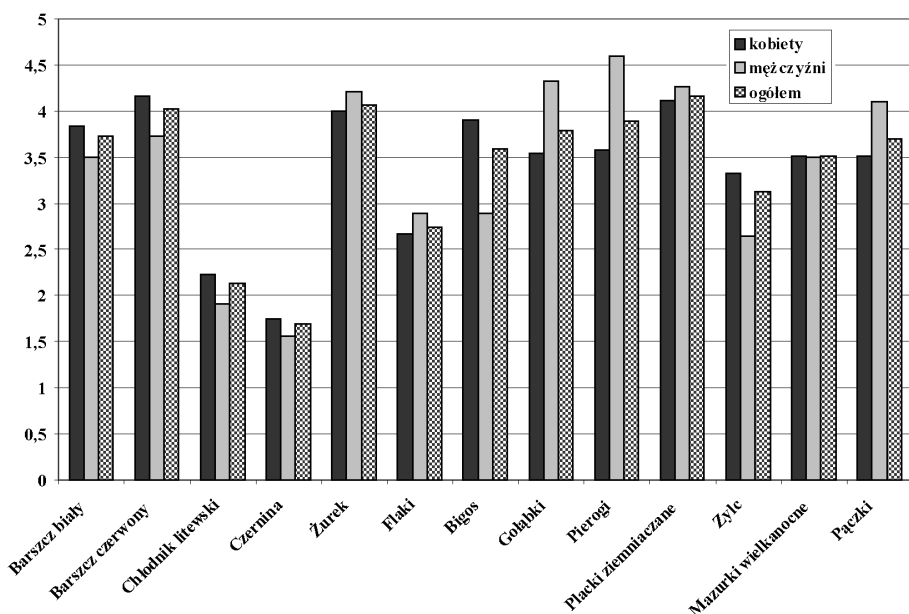
Najwyższymi wskaźnikami znajomości i preferencji potraw ($>3,5$) w ocenie ogólnej charakteryzowały się placki ziemniaczane, żurek, barszcz czerwony, pierogi, gołąbki i barszcz biały. Stwierdzono istotnie wyższe preferencje kobiet w stosunku do zup, bigosu i zylcu (galaretki z nówek) i istotnie wyższe preferencje mężczyzn w stosunku do pierogów, gołąbków i pączków (Rys. 2.).

Podsumowanie

Produkty tradycyjne są znane studentom uczelni trójmiejskich jednakże są przez nich rzadko konsumowane. Studenci w większym stopniu preferują produkty regionu Pomorza: ryby i truskawkę kaszubską niż produkty z owczego mleka typowe dla Podhala i Małopolski. Znacznie wyższą znajomością niż produkty tradycyjne cieszą się potrawy regionalne: placki ziemniaczane, żurek, barszcz czerwony, pierogi i gołąbki. Wybór produktów determinują głównie: smak, ciekawość poznania i tradycja. Stwierdzono różnicowanie preferencji kobiet i mężczyzn.



Rys. 1. Preferencje respondentów w zakresie znajomości i częstotliwości spożywania produktów tradycyjnych. Źródło: badania własne



Rys. 2. Preferencje respondentów w zakresie znajomości i częstotliwości spożywania potraw regionalnych. Źródło: badania własne

LITERATURA

1. I. M. Batyk: Produkt regionalny jako czynnik rozwoju Warmii i Mazur. Praca doktorska. Akademia Morska w Gdyni 2008.
2. Z.J. Dolatowski, D. Kolożyn-Krajewska: Tradycyjne i regionalne technologie oraz produkty w żywieniu człowieka, Kraków, WN „Akapit” 2008.
3. P. Goyan Kittler, K.P. Sucher: Food and Culture, Wadsworth/ Thomson Learning USA 2001.
4. Lista Produktów Tradycyjnych, 2005–2007. Wyd. Min. Roln. i Rozwoju Wsi Wyd.I. Warszawa 2007.
5. Rozporządzenie Komisji nr 1898\2006 z dnia 14 grudnia 2006 roku, określające szczegółowe zasady stosowania rozporządzenia Rady nr 510\2006 w sprawie ochrony oznaczeń geograficznych i nazw pochodzenia produktów rolnych i środków spożywczych. Dz. U. UE L 369 z 23.12. 2006.
6. Rozporządzenie Rady nr 509\2006 z dnia 20 marca w sprawie środków rolnych i środków spożywczych będących gwarantowanymi tradycyjnymi specjalnościami. Dz. U. UE L 93 z 31. 03. 2006.
7. Rozporządzenie Rady nr 510\2006 z dnia 20 marca 2006 r. w sprawie ochrony oznaczeń geograficznych i nazw pochodzenia produktów rolnych i środków spożywczych. Dz. U. UE L 93 z 31. 03. 2006.
8. M. Wszolek „Produkty tradycyjne a wartości odżywcze”, Tajemnice smaku produktów regionalnych i tradycyjnych, Kraków 2006.
9. S. Żakowska-Biemans, K. Kuc: Żywność tradycyjna i regionalna w opinii i zachowaniach polskich konsumentów, Tradycyjne i regionalne produkty w żywieniu człowieka, Lublin, Alf – Graf, 2008.