

Dr Iwona OLENIUCH  
Katedra Przedsiębiorczości, Zarządzania i Ekoinnowacyjności  
Wydział Zarządzania, Politechnika Rzeszowska

## WIZERUNEK TRADYCYJNEJ ŻYWNOŚCI REGIONALNEJ W OCZACH MIESZKAŃCÓW PODKARPACIA – OCENA W ŚWIETLE BADAŃ WŁASNYCH®

The image of the traditional and region food products in the eyes  
of the Podkarpackie Province citizens – the assessment based  
on the author's own research®

**Słowa kluczowe:** żywność tradycyjna, żywność regionalna, wizerunek żywności, województwo podkarpackie, postawy konsumentów.

*Ostatnia dekada przyniosła w Polsce wzrost zainteresowania kategoriami żywności tradycyjnej i regionalnej. Jest ono widoczne zarówno po stronie popytu, jak i podaży. W konsekwencji władze i organizacje pozarządowe poszukują dróg wsparcia i rozwoju tego sektora. Bariery ograniczającą efektywność ich działań jest m.in. brak badań statystycznych odnoszących się do tej kategorii towarowej.*

*Tradycyjna żywność regionalna charakteryzuje się pozytywnym wizerunkiem w oczach mieszkańców województwa podkarpackiego. Jest postrzegana podobnie do żywności ekologicznej.*

**Key words:** traditional food, regional food, food image, the Podkarpackie Province, consumer attitudes.

*The last decade has brought in Poland an increased interest in traditional and regional foods. It is noticeable both in the demand and the supply. As a result, government and non-governmental organizations are looking for methods of support and development of this sector. One of the barriers to the effectiveness of their activities is the lack of surveys relating to this category of goods. Traditional food products with the regional character have a positive image in the eyes of citizens of the Podkarpackie Province. This type of food is considered as similar to the organic one.*

### WPROWADZENIE

Zainteresowanie w Polsce na większą skalę żywnością tradycyjną i regionalną należy łączyć z dostosowywaniem prawa krajowego do unijnego. Jak dowodzą autorzy zajmujący się tym tematem, kolejne lata przynosiły systematyczny wzrost zainteresowania w.w. żywnością, co powinno pociągnąć – ich zdaniem – planowe działania dla rozwoju tego sektora produkcji (Byszewska [2, 3]; Jasiński, Rzytki [8]). Jednocześnie jednak, zarówno w kraju, jak i we Wspólnocie, wciąż brakuje danych statystycznych, które dałyby podstawę dla rzetelnej oceny skali zainteresowania nabywców tymi kategoriami (*Evaluation...*, [5]).

Na potrzeby artykułu produkty tradycyjne o regionalnym charakterze zostały zdefiniowane jako część wspólna żywności tradycyjnej i regionalnej, określanej tak jak czyni to rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) nr 1151/2012 [16], w kontekście oznaczeń ochronnych dla tych kategorii. Przyjmuje się więc, że produkt tradycyjny o regionalnym charakterze musi posiadać:

- specyfikę, odróżniającą go w sposób widoczny od innych wyrobów żywnościowych,
- tradycyjny charakter,
- regionalny charakter.

**Celem artykułu jest prezentacja wyników badań pozwalających ocenić stosunek mieszkańców województwa Podkarpackiego do żywności tradycyjnej o regionalnym charakterze. Wyniki analiz mogą posłużyć władzom samorządowym do planowania działań rozwojowych dotyczących tego sektora żywności, a w kontekście kraju, stać się materiałem do analiz porównawczych.**

### MATERIAŁ I METODY

Dla oceny wizerunku rozpatrywanej żywności posłużono się skalą dyferencjału semantycznego Osgooda, którą skonstruowano w oparciu o 18 skal dwubiegunowych, mierzących konotacyjne znaczenia wybranych cech żywności.

Badanie stanowiło część projektu zrealizowanego w okresie czerwiec-wrzesień 2010 r. Ankietom poddano 655 mieszkańców Podkarpacia w wieku 18-79 lat, stosując metodę wywiadu bezpośredniego. W doborze próby posłużono się metodą kwotową. Za zmienne kontrolne przyjęto: płeć, wiek i miejsce zamieszkania.

Określenia włączone do dyferencjału semantycznego przyjęto uwzględniając wyniki analiz poświęconych żywności przez innych autorów (Jeżewska-Zychowicz [9]; Żakowska-Biemas, Kuc [18]; Guerrero i wsp. [7]; Karcz, Kędzior [10]; Pieniak i wsp. [12]; Borowska [1]; Chen [4]). Skalę przetestowano pod względem jednowymiarowości i homogeniczności,

co skutkowało eliminacją 5 cech. Współczynnik alfa-Cronbacha dla oczyszczonego narzędzia wyniósł 0,71, co pozwoliło przyjąć do badań właściwych skalę opartą na 13 cechach opisujących żywność.

## WYNIKI BADAŃ

### Wizerunek żywności tradycyjnej o regionalnym charakterze

W tabeli 1 zaprezentowano częstości i udział procentowy odpowiedzi respondentów w zakresie cech produktów tradycyjnych o regionalnym charakterze. Dla każdej własności wyznaczono wartości: średniej arytmetycznej, odchylenia standardowego i dominanty.

Wysokie wartości średniej i dominanty świadczą o postrzeganiu tradycyjnej żywności regionalnej przez większość ankietowanych mieszkańców Podkarpacia jako: naturalna, wysokiej jakości, smaczna, apetycznie wyglądająca, przyjazna środowisku i zdrowa. Jednocześnie niskie wartości miar dowodzą wiązania jej z: wysokimi cenami i trudną dostępnością. Zróżnicowanie ocen, wyrażone odchyleniem standardowym, okazało się być najwyższe dla cech: modna-niemodna oraz trudno-łatwo dostępna. Największa zgodność opinii wystąpiła dla jakości i naturalności.

Pozytywne oceny w 9 na 13 skal składowych dyferencjału oraz wartość średniej arytmetycznej ocen sumowanych 13 cech, wyznaczona dla wszystkich ankietowanych ( $\bar{x} = 59,53$  przy  $SD = 8,96$ ), pozwala przyjąć, że mieszkańcy Podkarpacia mają pozytywne postawy wobec polskiej tradycyjnej żywności regionalnej.

**Tabela 1. Cztery typy żywności – ocena na skali dyferencjału semantycznego**

**Table 1. Four types of food products – assessment of the semantic differential scale**

cecha	kategoria żywności											
	tradycyjna			konwencjonalna			ekologiczna			fast-food		
	$\bar{x}$	SD	Do	$\bar{x}$	SD	Do	$\bar{x}$	SD	Do	$\bar{x}$	SD	Do
droga – tania	2,51	1,34	2	4,90	1,54	4	1,97	1,21	1	5,07	1,80	7
niesmaczna – smaczna	5,42	1,56	6	4,19	1,48	4	4,96	1,64	6	3,93	1,97	4
nieapetyczna – apetyczna	5,36	1,48	6	4,46	1,53	4	4,83	1,55	4	4,50	1,90	6
niskiej – wysokiej jakości	5,45	1,29	6	3,21	1,53	4	5,61	1,35	7	2,24	1,50	1
szkodliwa – zdrowa	5,13	1,55	6	3,72	1,41	4	5,51	1,68	7	2,05	1,51	1
tuczająca – dietetyczna	3,67	1,47	4	3,21	1,37	4	4,74	1,43	4	1,85	1,48	1
sztuczna – naturalna	5,74	1,29	7	2,91	1,44	3	5,84	1,47	7	1,95	1,35	1
trudna – łatwa w konsumpcji	4,51	1,53	4	5,41	1,45	7	4,43	1,61	4	6,05	1,38	7
anty – prośrodowiskowa	5,26	1,41	6	3,40	1,54	4	5,70	1,53	7	2,48	1,48	1
ciężko – lekkostrawna	3,78	1,58	4	3,18	1,33	4	4,83	1,47	4	2,00	1,42	1
niemodna – modna	4,73	1,63	4	4,54	1,52	4	5,13	1,79	7	5,45	1,76	7
trudno – łatwo dostępna	3,20	1,61	2	6,09	1,45	7	3,23	1,59	3	6,33	1,25	7
niehigieniczna – higieniczna	4,77	1,45	4	4,40	1,57	4	5,20	1,46	6	3,67	1,85	4

$\bar{x}$  - średnia arytmetyczna, SD – odchylenie standardowe, Do – dominanta

**Źródło:** Opracowanie własne

**Source:** Own elaboration

Wartość średniej arytmetycznej, wyrażająca postawę neutralną wyniosła dla niniejszej skali 52. Postawę negatywną oznaczały wartości z zakresu 13-51, zaś pozytywną z przedziału 53-91.

### Produkty tradycyjne o regionalnym charakterze na tle innych typów żywności

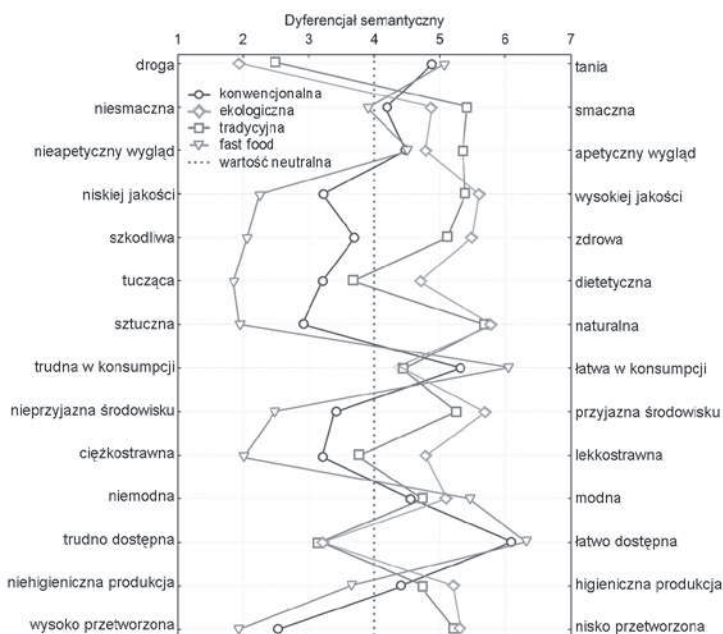
Wizerunek żywności tradycyjnej o regionalnym charakterze odniesiono do żywności: konwencjonalnej, ekologicznej i *fast-food*. Wartości miar położenia w odniesieniu do produktów konwencjonalnych zaprezentowano w tabeli 1.

Najwyższe wartości średniej i dominanty cechowały dostępność, co potwierdza charakter tego typu żywności (zwana masową) oraz łatwość jej konsumpcji. Niska wartość miar dowodzi postrzegania żywności konwencjonalnej przez większość respondentów jako „sztuczna” (nienaturalna, przetworzona). Dominanta dla pozostałych cech wyniosła 4, co oddaje neutralny charakter ocen większości ankietowanych. Największe zróżnicowanie opinii wystąpiło dla cech: produkowana w higienicznych-niehigienicznych warunkach, największa spójność natomiast dla właściwości: ciężkostrawna-lekkostrawna oraz tuczająca-dietetyczna.

Analogicznie przeanalizowano postrzeganie żywności ekologicznej (tab. 1). Z uwagi na wysoką wartość średniej arytmetycznej i dominanty należy przyjąć, że przez większość przebadanych żywność ekologiczna jest postrzegana jako: naturalna, przyjazna środowisku, wysokiej jakości, zdrowa, modna, wytwarzana w higienicznych warunkach oraz smaczna. Równocześnie niskie wartości miar świadczą o przyznaniu jej przez ankietowanych cech: droga i trudno dostępna. Największe zróżnicowanie ocen wystąpiło dla właściwości: modna-niemodna, największa zgodność zaś dla poziomu cen.

Ostatnim z ocenianych typów była żywność określana jako *fast food* (tab. 1). W przypadku produktów *fast-food* badani wykazali się najbardziej skrajnymi ocenami. Większość ankietowanych postrzega tę kategorię jako: tuczająca, sztuczna, ciężkostrawna, szkodliwa, niskiej jakości i nieprzyjazna środowisku (niskie wartości miar), a jednocześnie jako: łatwo dostępna, łatwa w konsumpcji, modna, tania i apetycznie wyglądająca.

Jedynie dwie charakterystyki (smak i higieniczność warunków produkcji) uzyskały neutralną wartość dominanty i średnią zbliżoną do tej wartości. Największe zróżnicowanie ocen wystąpiło dla: smaku, apetyczności wyglądu i ceny. Najbardziej zbliżone oceny respondenci przyznawali cechom: dostępność, łatwość konsumpcji i „naturalność”.



**Rys. 1. Profile polaryzacji dla 4 typów żywności.**  
**Fig. 1. Polarization profiles for four types of food products.**

**Źródło:** Opracowanie własne  
**Source:** Own elaboration

Porównania czterech typów żywności dokonano wyznaczając profile polaryzacji pojęć, z wykorzystaniem wartości średniej arytmetycznej (Rys. 1.).

Jak wynika z rysunku, w większości kategorii tradycyjna żywność regionalna była oceniana podobnie jak ekologiczna, zaś konwencjonalna w sposób zbliżony do *fast food*. Dotyczy to w głównej mierze:

- ceny (wysoka – przypisywana żywności ekologicznej i tradycyjnej; niska – żywności konwencjonalnej i *fast food*);
- jakości (wysoka – żywność ekologiczna i tradycyjna, niska – *fast food* i konwencjonalna);
- pozytywnego wpływu na zdrowie (tradycyjna i ekologiczna);
- „sztuczności” (konwencjonalna i *fast food*) i naturalności (ekologiczna i tradycyjna);
- przyjazności środowisku (ekologiczna i tradycyjna);

**Tabela 2. Średnia arytmetyczna i odchylenie standardowe dla postaw wobec 4 typów żywności**  
**Table 2. The arithmetic mean and standard deviation values for four types of food products**

typ żywności	$\bar{x}$	SD
żywność ekologiczna	61,97	9,20
żywność tradycyjna	59,53	8,96
żywność konwencjonalna	53,62	7,87
żywność <i>fast food</i>	47,56	8,27

$\bar{x}$  – średnia arytmetyczna, SD – odchylenie standardowe

**Źródło:** Opracowanie własne  
**Source:** Own elaboration

– dostępności (łatwo dostępna – konwencjonalna i *fast food*; trudno dostępna – ekologiczna i tradycyjna).

Najmniejsze różnice w ocenie wszystkich rodzajów żywności wystąpiły dla: smaku, wyglądu, łatwości-trudności konsumpcji, mody oraz higieniczności warunków wytwarzania.

Jednocześnie tradycyjna żywność regionalna wyróżniła się w stosunku do pozostałych typów takimi własnościami jak: smak (najsmaczniejsza), wygląd (najbardziej apetyczny), dostępność (trudno dostępna – na równi z ekologiczną). Za najbardziej naturalną uznano żywność ekologiczną, zaś zaraz za nią tradycyjną, przy czym różnica wartości średniej arytmetycznej dla obydwu typów wyniosła zaledwie 0,1.

Zestawienie wartości miar położenia prowadzi do wniosku, że najbardziej pozytywnym wizerunkiem w oczach mieszkańców Podkarpacia cieszą się żywność ekologiczna i tradycyjna o regionalnym charakterze. Postawy tej grupy wobec żywności konwencjonalnej są bliskie neutralnym, a względem produktów *fast food* – przeciętnie negatywne (tab. 2.).

## DYSKUSJA

Wyniki badań są zgodne z obserwacjami (Żakowskiej-Biemas i Kuc [18]), dotyczącymi postrzegania żywności tradycyjnej i regionalnej przez mieszkańców Warszawy i okolic. Ankietowani z tego regionu, podobnie jak mieszkańcy Podkarpacia, łączyli rozpatrywane produkty z wyjątkowym smakiem (35% badanych) i pozytywnym wpływem na zdrowie (50% respondentów). Dodatkowo 8% spośród nich określiło żywność tradycyjną i regionalną jako wolną od konserwantów, co można uznać za odpowiednik „naturalnej”.

Na wysoką jakość zwrócili natomiast uwagę badani przez Borowską [1]. W analizie przeciętnego konsumenta żywności tradycyjnej / regionalnej, autorka stwierdziła łączenie żywności tego rodzaju przez Polaków przede wszystkim ze smakiem (18,6%), wysoką jakością (12,2%) i brakiem chemicznych dodatków (10,4%). Znaczenie smaku dla nabycia żywności tradycyjnej i regionalnej podkreślają w badaniach własnych Grębowiec [6] (20% uczestników); Rybowska i Chelstowska (41%) oraz Pomianowski [13] (47%).

Na wartości sensoryczne uwagę zwrócili Guerrero i wsp. [7], w badaniach poświęconych postrzeganiu produktów tradycyjnych w sześciu krajach Europy, w których korzystano ze zbioru wolnych skojarzeń. Stwierdzono w nich m.in., że Polacy kojarzą termin „żywność tradycyjna” przede wszystkim z określeniami: smaczna (17 z 121 badanych) i rodzima (16). Spośród innych skojarzeń uwzględnionych w niniejszym badaniu pojawiły się także „naturalna” (5 respondentów). Żaden z Polaków nie podał jednak określenia związanego z jakością, podczas gdy nasuwało się ono Francuzom, Hiszpanom i Norwegom. O łączeniu wartości sensorycznych i jakościowych z żywnością tradycyjną wnioskuje Lengard Almi i wsp. [11]. Z ich badań, poświęconych postrzeganiu żywności tradycyjnej przez Europejczyków wynika, że Polacy przypisują żywności tradycyjnej głównie następujące cechy: dobry i wyjątkowy smak (specyficzny, unikatowy),

wsparcie dla rozwoju lokalnej gospodarki i wysoka jakość. W dalszej kolejności Polacy podkreślali: przyjazność środowisku, bezpieczeństwo, wysokie wartości odżywcze, zdrowotność i apetyczny wygląd.

Ogólne konkluzje z badań o pozytywnym wizerunku tradycyjnej żywności o regionalnym charakterze w oczach mieszkańców Podkarpacia są także zbieżne z wynikami uzyskanymi przez Lengard Almi i wsp. [11] odnośnie postaw Polaków i z analizami europejskimi Pieniak i wsp. [12] oraz wnioskami Żakowskiej-Biemas i Kuc [18] z badań krajowych. W analizach porównawczych Lengard Almi i wsp. [11] Polacy okazali się zajmować drugą lokatę pod względem pozytywnego stosunku do żywności tradycyjnej wśród sześciu rozpatrywanych nacji (Hiszpanie, Francuzi, Polacy, Norwegowie, Włosi i Belgowie). Autorzy doszli do wniosku, że postawy Europejczyków wobec żywności tradycyjnej są generalnie bardzo pozytywne. Średnia dla polskich konsumentów wyniosła 6,01 (odchylenie standardowe 1,11) na 7-mio stopniowej skali Likerta, co plasowało ich zaraz za wykazującymi najbardziej pozytywny stosunek Hiszpanami (średnia 6,04, odchylenie standardowe).

## WNIOSKI

Tradycyjne produkty regionalne posiadają pozytywny wizerunek w oczach mieszkańców Podkarpacia. Korzystny stosunek konsumentów do tej kategorii produktów uzasadnia podejmowanie działań wspierających ich rozwój tak w kontekście gospodarki regionalnej, jak i krajowej.

Tradycyjna żywność regionalna jest postrzegana w sposób zbliżony do produktów ekologicznych. Obserwacja ta potwierdza słuszność wspólnego promowania tych kategorii pod szyldem „żywności wysokiej jakości”, tak przez władze samorządowe (*Regionalna...*[14], 2004; *Strategia...* [17], 2006; *Regionalny...*[15], 2007), jak organizacje trzeciego sektora<sup>1</sup>.

## LITERATURA

- [1] **BOROWSKA A. 2007.** Charakterystyka konsumentów produktów tradycyjnych/regionalnych w Polsce. Raport z badań Grant Fundacji „Fundusz Współpracy” (W:) Konferencja „Rynek tradycyjnej żywności o uznanej jakości. Materiały konferencyjne, Ożarów Mazowiecki, 10-11.12.2007, 7-23.
- [2] **BYSZEWSKA I. 2009.** Podkarpacki Produkt Regionalny w Unii Europejskiej (W:) Materiały konferencyjne, Wydawnictwo PODR, Boguchwała, s. 3-18.
- [3] **BYSZEWSKA I. 2011.** Strażnik kulinarnego dziedzictwa i jakości żywności (W:) Dziedzictwo i nowoczesność. Ochrona wiedzy tradycyjnej w Polsce i na świecie – konferencja, Urząd Patentowy RP, Warszawa, 15 kwietnia. [www.uprp.pl/uprp/redir.jsp?place=Gallery-Stats&id=29288](http://www.uprp.pl/uprp/redir.jsp?place=Gallery-Stats&id=29288) (dostęp: 06.05.2012)
- [4] **CHEN M-F. 2008.** *An integrated research framework to understand consumer attitudes and purchase intentions toward genetically modified foods.* British Food Journal, 110, 6, 559-579.
- [5] Evaluation of the CAP policy on protected designations of origin (PDO) and protected geographical indications (PGI). Final report, London Economics, London 2008.
- [6] **GRĘBOWIEC M. 2010.** Rola produktów tradycyjnych i regionalnych w podejmowaniu decyzji nabywczych przez konsumentów na rynku dóbr żywnościowych w Polsce. Zeszyty Naukowe SGGW, 10, XXV, 2, 22-31.
- [7] **GUERRERO L., CLARET A., VERBEKE W., ENDERLI G., ŻAKOWSKA-BIEMAS S., VANHONACKER F., SAJDAKOWSKA M., GRANLI B.S., SCALVEDI L., CONTEL M., HERSLETH M. 2010.** *Perception of traditional food products in six European regions using free word associations.* Food Quality and Preference, 21, 1008-1021.
- [8] **JASIŃSKI J., RZYTKI M. 2007.** Rynek produktów regionalnych i tradycyjnych (W:) Biuletyn Informacyjny ARR 1, 187, 33-44.
- [9] **JEŻEWSKA-ZYCHOWICZ M. 1995.** Czynniki warunkujące zachowania żywieniowe we współczesnych gospodarstwach domowych. Gospodarstwo domowe, 1, 25-28.
- [10] **Karcz K., Kędzior Z. 1999.** Postawy konsumentów wobec produktów krajowych i zagranicznych, Wydawnictwo AE w Katowicach, Katowice.
- [11] **Lengard Almi V., Verbeke W., Vanhonacker F., Næs T., Hersleth M. 2011.** *General image and attribute perception of traditional food.* Food Quality and Preference, 22, 1, 129-138.
- [12] **Pieniak Z., Verbeke W., Vanhonacker F., Guerrero L., Hersleth M. 2009.** *Association between traditional food consumption and motives for food choice in six European countries.* Appetite, 53, 101-108.
- [13] **Pomianowski J. 2009.** Badania konsumenckie żywności regionalnej. Biuletyn Naukowy UWM, 30, 41-47.
- [14] Regionalna Strategia Innowacji Województwa Podkarpackiego na lata 2005-2013, Oficyna Wyd. PRz, Rzeszów 2004.
- [15] Regionalny Program Operacyjny Województwa Podkarpackiego na lata 2007-2013, Wyd. Zarząd Województwa Podkarpackiego, Rzeszów 2007.
- [16] **Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) nr 1151/2012** z dnia 21 listopada 2012 r. w sprawie systemów jakości produktów rolnych i środków spożywczych (Dz.Urz. UE L 343 z 14.12.2012).
- [17] Strategia Rozwoju Województwa Podkarpackiego 2007-2020, Wyd. Zarząd Województwa Podkarpackiego, Rzeszów 2006.
- [18] **Żakowska-Biemas S., Kuc K. 2009.** *Żywność tradycyjna i regionalna w opinii i zachowaniach polskich konsumentów.* Żywność. Nauka. Technologia. Jakość, 3, 64, 105-114.

<sup>1</sup> 16.01.2013 r. Stowarzyszenie na Rzecz Rozwoju i Promocji Podkarpacia „Pro Carpathia” z Rzeszowa powołało klaster „Podkarpackie Smaki”. Wśród jego celów znalazły się m.in. stymulowanie rozwoju i promocja żywności ekologicznej, tradycyjnej, regionalnej i lokalnej z terenu Podkarpacia.