

Marzena Jeżewska-Zychowicz

ZAINTERESOWANIE ŻYWNOŚCIĄ FUNKCJONALNĄ W GRUPIE MŁODYCH KONSUMENTÓW I JEGO UWARUNKOWANIA NA PRZYKŁADZIE WYBRANYCH PRODUKTÓW ŻYWNOŚCIOWYCH

Katedra Organizacji i Ekonomiki Konsumpcji
Szkoly Głównej Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie
Kierownik: dr hab. *W. Laskowski*

Określono, w jakim stopniu świadomość młodych konsumentów oraz ich postawy względem walorów zdrowotnych żywności warunkują znajomość, aktualne nabywanie oraz nabywanie w przyszłości dwóch produktów reprezentujących żywność funkcjonalną.

Hasła kluczowe: żywność funkcjonalna, poglądy, postawa, zachowanie.
Key words: functional food, beliefs, attitude, behaviour.

Żywność funkcjonalną stanowi żywność zawierająca substancje odżywcze, bądź pozbawiona składników niepożądanych zdrowotnie, co w sposób pożądaný i zamierzony wpływa na jedną lub więcej funkcji organizmu (1). W ostatnich latach w Polsce następuje intensywny wzrost rynku żywności funkcjonalnej, przy czym dotychczas najbardziej dynamiczny wzrost zaobserwowano w grupie napojów bezalkoholowych (soków, napojów izotonicznych i energetyzujących), produktów zbożowych, mlecznych, tłuszczów oraz żywności dla dzieci (2).

Jednym z elementów wpływających na rozwój rynku żywności funkcjonalnej jest świadomość konsumentów oraz ich intencje i zachowania nabywcze (3, 4, 5). Celem podjętych badań było określenie, w jakim stopniu świadomość młodych konsumentów oraz ich postawy względem walorów zdrowotnych żywności warunkują znajomość oraz nabywanie jogurtu probiotycznego i soku owocowego wzbogacanego w wapń.

MATERIAŁ I METODY

Badania przeprowadzono metodą ankietową wśród 275 studentów kierunku Technologia Żywności i Żywnienie Człowieka w 2007 r. Badaną populację stanowiło 42,9% studentów I roku studiów i 57,1% osób studiujących na III roku studiów stacjonarnych; kobiety stanowiły 84,7% badanej populacji. W kwestionariuszu zamieszczone zostały pytania dotyczące znajomości produktów, zamiaru ich kupowania w ciągu następnych 3 miesięcy, oceny walorów zdrowotnych, postaw względem walorów zdrowotnych żywności oraz postaw względem nowej żywności.

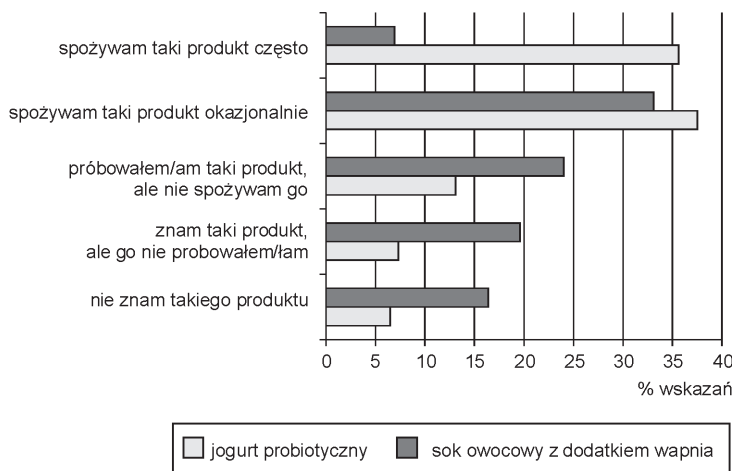
Postawy względem walorów zdrowotnych żywności oraz nowej żywności zostały określone na podstawie sumy ocen wyrażanych na 7-punktowych skalach (1 – całkowicie

nie zgadzam się, 7 – całkowicie zgadzam się) względem zamieszczonych w kwestionariuszu stwierdzeń. Następnie, po obliczeniu wartości średniej ($x_{sr.}$) i odchylenia standardowego (SD) wyznaczono przedziały punktowe wyznaczające różne typy postaw, przy czym kryterium wyznaczania przedziałów punktowych była wartość $x_{sr.} \pm SD$. W przypadku postawy względem walorów zdrowotnych żywności, postawę negatywną reprezentowało 13,5%, pośrednią – 73,7%, a pozytywną – 12,8% badanych. W przypadku postawy względem nowej żywności mierzonej za pomocą Food Neophobia Scale (6), wyróżniono postawę z wysoką neofobią, którą reprezentowało 15,0% badanych, pośrednią – 68,6%, oraz odzwierciedlającą niski poziom neofobii – 16,4% badanych.

Do analizy danych wykorzystano analizę częstości, korelacje dwustronne, test χ^2 oraz jednoczynnikową analizę wariancji w przypadku porównywania wartości średnich.

WYNIKI I ICH OMÓWIENIE

Bardziej znanym i spożywanym przez większy odsetek badanych był jogurt probiotyczny. Tylko 6,5% badanych nie znało jogurtu probiotycznego, podczas gdy sok z dodatkiem wapnia był nieznanym dla 16,4% badanych. Ponad 5 razy więcej badanych informowało o częstym spożywaniu jogurtu (35,6%) niż soku owocowego wzbogacanego w wapń (6,9%) (ryc. 1). Z dotychczasowych badań wynika, że soki i napoje wzbogacane w wapń mają stosunkowo mały udział w podaży wapnia z produktów wzbogaczanych (7); wykazano natomiast duże zainteresowanie jogurtami probiotycznymi (8, 9).



Ryc. 1. Znajomość jogurtu probiotycznego i soku owocowego z dodatkiem wapnia w badanej populacji (%).

Fig. 1. Knowledge of probiotic yogurt and juice with calcium-enriched juice in the studied group (%).

Znajomość obydwu produktów wykazywała istotną statystycznie zależność ze stopniem zaawansowania studiów. Studenci III roku studiów odznaczali się większą znajomością jogurtu probiotycznego ($p < 0,001$), natomiast mniej studentów III roku spożywało sok z dodatkiem wapnia w porównaniu ze studentami I roku ($p = 0,047$) (tab. I). Interpretacja tych wyników jest dość trudna. Można było oczekiwać,

że wzrostowi świadomości żywieniowej będzie towarzyszyć wzrost znajomości i jednocześnie częstsze spożywanie obydwu produktów. Brak danych literaturowych pozwala się jedynie domyślać, że jest to efekt braku akceptacji wzbogacania w określony składnik produktów, które tego składnika nie zawierają lub zawierają go w minimalnych ilościach. Poznanie rzeczywistych przyczyn wymaga badań, przy czym wydaje się, że badania o charakterze jakościowym byłyby bardziej użyteczne w realizacji tego celu niż badania o charakterze ilościowym.

Tabela I. Znajomość jogurtu probiotycznego i soku owocowego z dodatkiem wapnia w badanej populacji z uwzględnieniem roku studiów (%)

Table I. Knowledge of probiotic yogurt and calcium-enriched juice in the studied group according to the year of study (%)

Znajomość produktu	Jogurt probiotyczny		Sok owocowy z dodatkiem wapnia	
	rok I	rok III	rok I	rok III
Nie znam takiego produktu	14,4	0,6	17,9	15,3
Znam taki produkt, ale go nie próbowałem	10,2	5,1	16,1	22,3
Próbowałem taki produkt, ale go nie spożywam	20,3	7,6	17,8	28,7
Spożywam taki produkt okazjonalnie	27,1	45,2	38,1	29,3
Spożywam taki produkt często	28,0	41,4	10,2	4,5

Istotnie statystycznie więcej badanych deklarowało chęć spożywania w ciągu następujących trzech miesięcy jogurtu (wartość średnia $5,68 \pm 1,42$) w porównaniu z sokiem z dodatkiem wapnia ($4,86 \pm 1,54$) – tab. II. Wartość średnia wyrażająca opinie studentów III roku studiów dotyczące chęci nabywania jogurtu probiotycznego ($6,04 \pm 1,11$) była istotnie statystycznie wyższa niż studentów I roku studiów ($5,20 \pm 1,64$). W przypadku soku owocowego z dodatkiem wapnia nie odnotowano istotnej statystycznie różnicy w prezentowanych opiniach.

Tabela II. Opinie badanych dotyczące chęci nabywania oraz walorów zdrowotnych jogurtu probiotycznego i soku owocowego z dodatkiem wapnia (%)

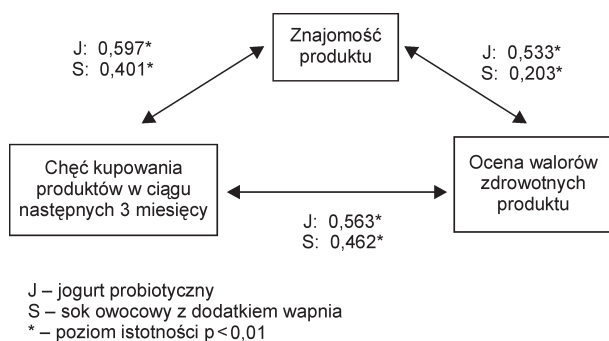
Table II. Willingness to buy probiotic yoghurt and calcium enriched juice and assessment of their medicinal values

Produkty	Oceny na 7-punktowej skali						
	1	2	3	4	5	6	7
Chęć kupowania produktów w ciągu następujących 3 miesięcy *							
Jogurt probiotyczny	2,2	2,5	4,4	5,8	20,4	30,5	34,2
Sok owocowy z dodatkiem wapnia	2,9	6,9	6,9	20,0	25,1	24,0	14,2
Ocena walorów zdrowotnych produktów**							
Jogurt probiotyczny	0,4	0,4	0,4	5,8	10,2	26,2	58,7
Sok owocowy z dodatkiem wapnia	0,0	0,7	1,1	12,7	29,5	42,2	13,8

* 1 – w ogóle nie chciałbym/abym; 7 – bardzo chciałbym/abym.

** 1 – bardzo nie zdrowy; 7 – bardzo zdrowy.

Zdecydowanie bardziej pozytywne oceny walorów zdrowotnych dotyczyły jogurtu probiotycznego niż soku owocowego z dodatkiem wapnia – tab. II. Wartość średnia wyrażająca opinie dotyczące walorów zdrowotnych jogurtu probiotycznego wynosiła $6,31 \pm 0,99$, a soku wzbogacanego w wapń – $5,53 \pm 0,97$. Rok studiów istotnie statystycznie różnicował opinie tylko w odniesieniu do jogurtu probiotycznego: w przypadku studentów III roku wartość średnia wynosiła $6,67 \pm 0,64$, a I roku – $5,82 \pm 1,17$.



Ryc. 2. Zależności dwustronne między badanymi zmiennymi.

Fig. 2. Bilateral correlations between variables.

Opinie dotyczące badanych zmiennych istotnie statystycznie korelowały z postawą względem walorów zdrowotnych żywności, przy czym zależności te dotyczyły tylko jogurtu probiotycznego i odznaczały się słabą siłą $0,239$ $p < 0,01$ w przypadku znajomości jogurtu; $0,235$ $p < 0,01$ w przypadku chęci nabywania i $0,136$ $p < 0,01$ w przypadku oceny walorów zdrowotnych.

Nie stwierdzono istotnych statystycznie dwustronnych korelacji między badanymi zmiennymi i postawą względem nowej żywności w przypadku obydwu produktów.

Zależności między badanymi zmiennymi, tj. znajomością badanych produktów, chęcią ich kupowania oraz oceną walorów zdrowotnych były istotne statystycznie i odznaczały się dużą siłą, z wyjątkiem słabszej korelacji między znajomością i oceną walorów zdrowotnych soku owocowego z dodatkiem wapnia – ryc. 2.

WNIOSKI

Większa znajomość jogurtu probiotycznego, także większa chęć jego nabywania oraz wyżej oceniane walory zdrowotne świadczą o większej akceptacji tego produktu. Bardziej pozytywnym opiniom na temat jogurtu probiotycznego towarzyszyły bardziej pozytywne postawy względem walorów zdrowotnych żywności. Brak istotnej statystycznie zależności między badanymi zmiennymi i postawami względem nowej żywności mierzonymi za pomocą Food Neophobia Scale wynika ze specyfiki tej skali, w większym stopniu uwzględniającej aspekty kulturowe niż walory zdrowotne czy sensoryczne żywności. Wpływ wiedzy żywieniowej uwidocznił się w zróżnicowanych opiniach studentów I i III roku studiów.

Na podstawie przeprowadzonej analizy należy stwierdzić, że działania edukacyjne ukierunkowane na zwiększenie świadomości żywieniowej oraz kształtowanie bardziej pozytywnych postaw względem żywności stwarzają możliwość większego zainteresowania żywnością funkcjonalną, przy czym kampanie promocyjne istotnie uzupełniają efekty edukacyjne.

M. Jeżewska-Zychowicz

INTEREST IN THE FUNCTIONAL FOOD AND ITS DETERMINANTS AMONG YOUNG CONSUMERS ON THE EXAMPLE OF SELECTED FOOD PRODUCTS

Summary

The aim of the study was to assess to what degree awareness of young consumers and their attitudes towards medicinal values of food determine the knowledge, and willingness to use probiotic yoghurt and calcium-enriched juice in the future. Data were obtained from the questionnaire study performed on 275 students.

More extensive knowledge of probiotic yoghurt and greater readiness to use juice product in comparison to the calcium-enriched juice was shown.

Knowledge of food and nutrition determined by the year of the study was reflected in differences in opinions expressed by the students of the first and third year.

PIŚMIENICTWO

1. Świdorski F., Kolanowski W.: Żywność funkcjonalna i dietetyczna. W: Świdorski F. (red.) Żywność wygodna i funkcjonalna. Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2003. – 2. Jeznach., Zegan M., Świącicka A., Henze A., Rogdaki E., Menrad K.: Stan i perspektywy rozwoju rynku żywności funkcjonalnej. Wydawnictwo SGGW, Warszawa 2003. – 3. Urala N., Lähteenmäki L.: Attitudes behind consumers' willingness to use functional foods. *Food Quality and Preferences*, 2004; 15: 793-803. – 4. Bäckström A., Pirttilä-Bäckman A.M., Tuorila H.: Willingness to try new foods as predicted by social representations and attitude and trait scales. *Appetite*, 2004; 75-83. – 5. Cox D.N., Koster A., Russell C.G.: Predicting intentions to consume functional foods and supplements to offset memory loss using an adaptation of protection motivation theory. *Appetite*, 2004; 43: 55-64. – 6. Pilner P., Hobden K.: Development of food neophobia in humans. *Appetite*, 1992; 19: 105-120. – 7. Jeruszka-Bielak M., Kalowska R., Brzozowska A.: Produkty wzbogacane jako źródło wapnia w żywieniu młodych kobiet. *Handel Wewnętrzny, Numer specjalny*, 2006; 362-366. – 8. Kozielska Z.: Rynek jogurtów – raport. *Boss Gospodarka*, 2002; 1: 1-VIII. – 9. Górska-Warszewicz H.: Mleczarskie innowacje produktowi a konsument. *Przemysł Spożywczy*, 1999; 5: 14-15.

Adres: 02-766 Warszawa, ul. Nowoursynowska 159c.