Ewa Babicz-Zielińska, Marzena Jeżewska-Zychowicz

Perspektywy wykorzystania żywności etnicznej w gastronomii

Problemy Zarządzania, Finansów i Marketingu 22, 331-339

2011

Artykuł został opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej bazhum.muzhp.pl, gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach dozwolonego użytku.

MUZEUM HISTORII POLSKI

ZESZYTY NAUKOWE UNIWERSYTETU SZCZECIŃSKIEGO
NR 694 PROBLEMY ZARZĄDZANIA, FINANSÓW I MARKETINGU NR 22 2011

prof. dr hab. EWA BABICZ-ZIELIŃSKA
Akademia Morska w Gdyni
dr hab. prof. SGGW. MARZENA JEŻEWSKA-ZYCHOWICZ
Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie

PERSPEKTYWY WYKORZYSTANIA ŻYWNOŚCI ETNICZNEJ W GASTRONOMII

Streszczenie

Celem prezentowanych badań była ocena możliwości wykorzystania żywności etnicznej w ofercie gastronomicznej. W wyniku badań stwierdzono, że znajomość tej żywności w badanej populacji (1002 konsumentów) była niewielka, a pozytywne postawy prezentowali młodsi konsumenci; tylko 1/3 badanych deklarowała zamiar spożywania żywności etnicznej w przyszłości. Wydaje się więc celowe podjęcie intensywnych działań promujących tego rodzaju żywność.

Wprowadzenie

Rosnąca konkurencja na rynku usług gastronomicznych i zmieniające się potrzeby konsumentów skłaniają podmioty działające na tym rynku do poszukiwania nowej oferty i nowych klientów. Jedną z takich możliwości jest wprowadzanie żywności charakterystycznej dla różnych kuchni narodowych do oferty zakładów gastronomicznych, co daje efekt urozmaicenia i jednocześnie zwiększa potencjalną grupę odbiorców. Stosunkowo niewielka znajomość żywności etnicznej wśród polskich konsumentów[1] i duże przywiązanie do kuchni polskiej[2] przy jednoczesnej małej skłonności do zmiany dotychczasowego sposobu żywienia stanowić może istotną barierę uniemożliwiającą osiągnięcie sukcesu w działalności gastronomicznej.

[1] M. Jeżewska-Zychowicz, J. Adamus, *Postawy względem żywności etnicznej a zachowania młodych konsumentów*, w: *Nieznana żywność a postawy i zachowania konsumentów*, red. M. Jeżewska-Zychowicz, SCRIPT, Warszawa 2009, s. 107–118.

[2] M. Jeżewska-Zychowicz, *Wybrane zachowania młodych konsumentów na rynku żywności tradycyjnej i ich uwarunkowania*, „Żywność. Nauka. Technologia. Jakość" 2009, nr 3 (64), s. 126–136.

Żywność etniczna jest związana z kulturą, w której powstała i dla członków danej społeczności jest żywnością tradycyjnie spożywaną. Poza tą społecznością staje się żywnością nową, nieznaną dla osób wywodzących się z innych kręgów kulturowych, czasami trudną do zaakceptowania ze względu na swoją otoczkę kulturową[3] i negatywne emocje, np. obawy czy wstręt, które wywołuje[4]. Zarówno żywność charakterystyczna dla kultury danej społeczności, jak i reprezentująca inne kultury, jest poznawana w procesie uczenia się, między innymi poprzez własne doświadczenia z tą żywnością, obserwację i naśladowanie zachowań innych lub jako efekt komunikowania się z innymi jednostkami.

Celem prezentowanych badań była ocena stopnia zainteresowania polskich konsumentów ofertą żywności etnicznej, które wyrażało się w jej znajomości, częstości spożywania oraz poglądach dotyczących wybranych cech tej żywności. Dokonana ocena pozwoliła na określenie możliwości wykorzystania żywności etnicznej w ofercie usług gastronomicznych.

Materiał i metodyka

Badanie ankietowe zostało zrealizowane we wrześniu 2008 roku w grupie 1002 konsumentów w wieku powyżej 15 lat w ramach badania syndykatowego OMNIMAS przeprowadzonego przez Ośrodek Badania Opinii Publicznej według metodologii CAPI na zlecenie autorów badania. Wykorzystano autorski kwestionariusz, w którym do oceny znajomości żywności etnicznej zastosowano skalę dychotomiczną z odpowiedziami „tak" i „nie". Do oceny częstotliwości jej spożywania zastosowano następujące odpowiedzi: 1 – codziennie; 2 – mniej więcej raz w tygodniu; 3 – kilka razy w miesiącu, ale rzadziej niż raz w tygodniu; 4 – mniej więcej raz w miesiącu; 5 – rzadziej niż raz w miesiącu; 6 – nie spożywam w ogóle. Do oceny poglądów badanych zastosowano 5-punktowe skale, przy czym ocena 1 oznaczała zgodność ze stwierdzeniami dotyczącymi walorów zdrowotnych, korzyści z wprowadzenia do własnego jadłospisu oraz ryzyka związanego ze spożywaniem żywności etnicznej, a ocena 5 – brak zgodności z tymi stwierdzeniami. Respondenci mieli możliwość wykorzystania odpowiedzi „nie mam zdania". Do oceny sposobu postępowania na rynku nowych produktów żywnościowych zastosowano skalę innowacyjno-

[3] M. Jeżewska-Zychowicz, *Socjopsychologiczne aspekty żywności tradycyjnej i jej spożywania*, w: *Tradycyjne i regionalne technologie oraz produkty w żywieniu człowieka*, red. Z.J. Dolatowski, D. Kołożyn-Krajewska, Polskie Towarzystwo Technologów Żywności, Wyd. Naukowe PTTŻ, Kraków 2008, s. 85–100.

[4] P. Rozin, A.E. Fallon, *A perspective on disgust,* „Psychological Review" 1987, No. 94, s. 23–41.

ści konsumenta, odzwierciedlającą typologię konsumentów ze względu na ich innowacyjność, która zawierała następujące stwierdzenia: lubię mieć pierwszy/a nowy produkt – innowator (1); kupuję nowy produkt stosunkowo szybko, choć po pewnym namyśle – wczesny naśladowca (2); kupuję nowy produkt, gdy niektórzy znajomi już go wypróbowali – wczesna większość (3); kupuję nowy produkt, gdy większość znajomych już go nabyła – późna większość (4) oraz niechętnie kupuję nowości rynkowe – maruderzy (5).

Ponadto w kwestionariuszu zawarte były wybrane stwierdzenia ze skali Food Neophobia Scale[5], opisujące postawę badanych względem nieznanej żywności, w tym żywności etnicznej: nie mam zaufania do nowej nieznanej żywności; kiedy nie znam żywności, nie próbuję jej; lubię żywność typową dla różnych kuchni narodowych (żywność etniczną); żywność innych kuchni narodowych wygląda na zbyt dziwaczną do jedzenia; w trakcie przyjęć i spotkań towarzyskich chętnie próbuję nową nieznaną mi żywność; obawiam się jeść coś, czego nie jadłem wcześniej. Opinie respondentów względem tych stwierdzeń były wyrażane na 5-punktowej skali od 1 – „zdecydowanie zgadzam się" do 5 – „zdecydowanie nie zgadzam się". Po zastosowaniu analizy skupień z rotacją Varimax i normalizacją Kaisera[6] opinie te zostały wykorzystane do wyodrębnienia dwóch jednorodnych grup respondentów ze względu na postawę względem nieznanej żywności, tj. z pozytywną (skupienie I) i negatywną (skupienie II) postawą względem nieznanej żywności (tabela 1).

Tabela 1

Charakterystyka skupień (wartość średnia, odchylenie standardowe)

Stwierdzenia	Ogółem	Skupienie		**F, p<0,001 *
		I*	II	
Nie mam zaufania do nowej nieznanej mi żywności	3,29 1,06	2,66 0,91	3,88 0,82	488,2
Kiedy nie znam żywności, nie próbuję jej	3,26 1,08	2,55 0,91	3,92 0,78	652,4
Lubię żywność typową dla różnych kuchni narodowych (żywność etniczną)	2,87 1,11	3,45 0,97	2,33 0,95	339,6
Żywność innych kuchni narodowych wygląda na zbyt dziwaczną do jedzenia	3,09 1,07	2,49 0,89	3,65 0,91	409,3

[5] P. Pliner, K. Hobden, *Development of measures of food neophobia in children and their mothers*, „Appetite" 1992, No. 23, s. 147–163.

[6] T. Marek, C. Noworol, *Zarys analizy skupień – niehierarchiczne i hierarchiczne techniki skupiania*, w: *Wielozmiennowe modele statystyczne w badaniach psychologicznych*, red. W.J. Brzeziński, PWN, Poznań 1987, s. 184–204.

W trakcie przyjęć i spotkań towarzyskich chętnie próbuję nową nieznaną mi żywność	3,17 1,09	3,72 0,89	2,66 1,01	315,1
Obawiam się jeść coś, czego nie jadłem wcześniej	3,03 1,12	2,29 0,87	3,71 0,87	662,9

* skupienie I – pozytywna postawa względem nieznanej żywności; II – negatywna postawa względem nieznanej żywności

**do porównania wartości średnich zastosowano jednoczynnikową analizę wariancji ANOVA

Źródło: badanie własne.

Ostateczne centra skupień osiągnięto w 5. iteracji, a wyodrębnione typy konsumentów z uwzględnieniem ich charakterystyki społeczno-demograficznej przedstawiono w tabeli 2.

Tabela 2

Charakterystyka badanej populacji (%)

Wyszczególnienie:		Ogółem	Skupienie*	
			I	II
Ogółem		100,0	48,1	51,9
Płeć (NS)	kobieta	52,2	46,1	53,9
	mężczyzna	47,8	50,3	49,7
Wiek (IS)	15-19 lat	8,4	65,5	34,5
	20-29 lat	19,8	62,1	37,9
	30-39 lat	16,7	56,5	43,5
	40-49 lat	16,0	50,0	50,0
	50-59 lat	17,8	39,3	60,7
	powyżej 60 lat	21,4	28,0	72,0
Wykształcenie (IS)	podstawowe	21,3	41,3	58,7
	zasadnicze zawodowe	24,6	41,1	58,9
	średnie i policealne	39,7	52,6	47,4
	licencjat i wyższe	14,5	57,9	42,1
Ocena sytuacji materialnej (IS)	dobra	25,7	55,6	44,4
	średnia	62,5	48,0	52,0
	zła	11,8	32,2	67,8
Aktywność zawodowa (IS)	pracuje zawodowo	46,8	53,5	46,5
	nie pracuje zawodowo	53,2	43,3	56,7
Innowacyjność (IS)	innowator	1,3	90,9	9,1
	wczesny naśladowca	15,0	75,7	24,3
	wczesna większość	29,5	58,7	41,3
	późna większość	20,3	41,6	58,4
	maruderzy	33,8	29,1	70,9

* skupienie I – pozytywna postawa względem nieznanej żywności; II – negatywna postawa względem nieznanej żywności

NS – różnice nieistotne statystycznie przy $p<0,05$ – test Chi^2

IS – różnice istotne statystycznie przy $p<0,05$ – test Chi^2

Źródło: badanie własne.

Istotnie statystycznie więcej osób z pozytywną postawą względem nieznanej żywności reprezentowało młodsze grupy wiekowe, osoby z relatywnie wyż-

szym poziomem wykształcenia, oceniające sytuację materialną jako dobrą, aktywne zawodowo i charakteryzujące się wyższym stopniem innowacyjności.

W analizie materiału empirycznego dokonanej za pomocą pakietu SPPS 14.0.PL for Windows do opisu struktury populacji i poszczególnych zmiennych wykorzystano analizę częstości oraz tabele krzyżowe. Do porównywania danych zastosowano test Chi^2 oraz jednoczynnikową analizę wariancj ANOVA do porównania wartości średnich, przy czym jako poziom istotności przyjęto prawdopodobieństwo 0,05.

Omówienie wyników badań

Tylko nieco mniej niż połowa badanych zadeklarowała, że zna żywność typową dla kuchni innych narodów, a ponad 3/5 tych osób reprezentowało skupienie I, czyli osoby z pozytywną postawą względem nieznanej żywności (tabela 3).

Tabela 3

Znajomość, częstość spożywania oraz zamiar spożywania w ciągu następnych 3 miesięcy w badanej populacji (w %)

Wyszczególnienie:		Ogółem	Skupienie*	
			I	II
Znajomość żywności etnicznej (IS)	tak, znam	46,4	62,5	37,5
	nie, nie znam	53,6	35,8	64,2
Częstość spożywania żywności etnicznej w grupie osób znających tę żywność (IS)	codziennie	2,1	70,0	30,0
	mniej więcej raz w tygodniu	10,8	92,2	7,8
	kilka razy w miesiącu, ale rzadziej niż raz w tygodniu	15,0	78,3	21,7
	mniej więcej raz w miesiącu	18,3	81,2	18,8
	rzadziej niż raz w miesiącu	25,1	58,1	41,9
	nie spożywam w ogóle	28,8	34,3	55,7
Zamiar spożywania w ciągu następnych trzech miesięcy (IS)	tak (1)	15,2	75,0	25,0
	raczej tak (2)	20,8	71,8	28,2
	trudno powiedzieć (3)	8,7	42,5	57,5
	raczej nie (4)	20,1	38,3	61,7
	nie (5)	35,2	29,5	70,5
	Wartość średnia ocen (S)	3,39	2,81,	3,93
	Odchylenie standardowe	1,51	1,49	1,29

* skupienie I – pozytywna postawa względem nieznanej żywności; II – negatywna postawa względem nieznanej żywności

IS – różnice istotne statystycznie przy $p<0,05$ – test Chi^2

S – różnice istotne statystycznie przy $p<0,001$ – jednoczynnikowa analiza wariancji

Źródło: badanie własne.

Częstotliwość spożywania żywności typowej dla kuchni innych narodów była zróżnicowana w grupie osób ją znających. Ponad 1/4 badanych (28,8%) poinformowała, że w ogóle nie spożywa żywności typowej dla kuchni innych narodów, a 1/4 respondentów określiła częstość jej spożywania jako „rzadziej niż raz w miesiącu". Relatywnie częste spożywanie, tj. raz w tygodniu lub częściej, wskazało tylko 12,9% badanych. Odnotowano istotne statystycznie różnice w częstości spożywania żywności etnicznej po uwzględnieniu postawy badanych względem nieznanej żywności. W grupie osób reprezentujących pozytywną postawę względem żywności nieznanej większej częstości spożywania towarzyszył wyższy odsetek spożywających tę żywność, a odwrotną sytuację odnotowano wśród osób z postawą negatywną, z wyjątkiem codziennego spożywania. W grupie osób znających żywność etniczną i reprezentujących negatywną względem niej postawę aż 55,7% osób w ogóle nie spożywało tej żywności.

Ponad 1/3 uczestników badania (36,0%) zadeklarowała zamiar spożywania żywności etnicznej w ciągu najbliższych 3 miesięcy, przy czym większy odsetek w tej grupie stanowiły osoby wskazujące odpowiedź „raczej tak". Brak zainteresowania żywnością etniczną w przyszłości, co ujawniało się w deklaracji „nie" lub „raczej nie zamierzam" jej spożywać w ciągu najbliższych trzech miesięcy, dotyczył 55,3% badanych. Tylko 8,7% badanych nie potrafiło jednoznacznie określić intencji związanych ze spożywaniem tej żywności w przyszłości. Odnotowano istotne statystycznie różnice w deklarowanym spożyciu żywności etnicznej wśród osób z pozytywną i negatywną postawą względem nieznanej żywności. Wśród osób jednoznacznie potwierdzających zamiar spożywania żywności etnicznej („tak") trzykrotnie większą reprezentację stanowiły osoby z pozytywną postawą względem nieznanej żywności, podobne różnice w odsetkach stwierdzono wśród osób „raczej" zamierzających spożywać żywność etniczną. Najmniejsze różnice w odsetkach wskazań między obydwoma skupieniami dotyczyły odpowiedzi wyrażającej niezdecydowanie badanych („trudno powiedzieć").

Około 1/4 badanych nie przedstawiła swojej opinii (odpowiedź „nie mam zdania") na temat walorów zdrowotnych żywności (23,2%), korzyści z wprowadzenia jej do jadłospisu (23,4%) oraz ryzyka związanego z jej spożywaniem (23,2%), co potwierdza małą znajomość tej żywności. Ocena żywności etnicznej dokonana przez pozostałe osoby pod kątem jej walorów zdrowotnych, ryzyka oraz oczekiwanych korzyści została zaprezentowana w tabeli 4.

W odniesieniu do wszystkich ocenianych kwestii około 35% badanych osób reprezentowało opinie neutralne („ani się zgadzam, ani się nie zgadzam"), co

jest kolejnym dowodem na niewystarczające poinformowanie o przedmiocie oceny. Ocena korzyści i walorów zdrowotnych żywności etnicznej była podobna, istotnie więcej osób informowało o istnieniu dużych walorów i korzyści (około 45% wskazań), a tylko około 20% nie potwierdziło takich cech. Odwrotny udział wskazań dotyczył oceny ryzyka związanego ze spożywaniem żywności etnicznej.

Tabela 4

Opinie badanych o wybranych cechach żywności etnicznej (w %)

Opinie na temat żywności etnicznej:		Ogółem	Skupienie*	
			I	II
Posiada duże walory zdrowotne (IS)	zdecydowanie zgadzam się (1)	8,7	61,2	38,8
	raczej się zgadzam (2)	36,0	63,8	36,2
	ani się zgadzam, ani się nie zgadzam (3)	36,0	52,3	47,7
	raczej nie zgadzam się (4)	15,7	39,7	60,3
	zdecydowanie nie zgadzam się (5)	3,6	21,4	78,6
	Wartość średnia ocen (S)	2,70	2,52	2,90
	Odchylenie standardowe	0,96	0,87	1,01
Istnieją duże korzyści z wprowadzenia jej do jadłospisu (IS)	zdecydowanie zgadzam się (1)	9,7	69,3	30,7
	raczej się zgadzam (2)	35,3	64,2	35,8
	ani się zgadzam, ani się nie zgadzam (3)	35,7	48,9	51,1
	raczej nie zgadzam się (4)	15,0	43,5	56,5
	zdecydowanie nie zgadzam się (5)	4,3	24,2	75,8
	Wartość średnia ocen (S)	2,69	2,49	2,92
	Odchylenie standardowe	0,98	0,92	1,02
Istnieje duże ryzyko związane z jej spożywaniem (IS)	zdecydowanie zgadzam się (1)	3,4	34,6	65,4
	raczej się zgadzam (2)	15,4	41,9	58,1
	ani się zgadzam, ani się nie zgadzam (3)	35,4	50,2	49,8
	raczej nie zgadzam się (4)	36,5	63,7	36,3
	zdecydowanie nie zgadzam się (5)	9,3	62,9	37,1
	Wartość średnia ocen (S)	3,33	3,48	3,15
	Odchylenie standardowe	0,96	0,91	0,98

* skupienie I – pozytywna postawa względem nieznanej żywności; II – negatywna postawa względem nieznanej żywności

IS – różnice istotne statystycznie przy $p<0,05$ – test Chi^2

S – różnice istotne statystycznie przy $p<0,001$ – jednoczynnikowa analiza wariancji

Źródło: badanie własne.

Postawa względem nieznanej żywności istotnie statystycznie różnicowała prezentowane poglądy. Prawie dwukrotnie więcej osób z pozytywną postawą, w porównaniu z pozostałymi, dostrzegało duże walory zdrowotne i korzyści z wprowadzenia jej do jadłospisu. Duże ryzyko dostrzegało istotnie statystycznie więcej osób reprezentujących negatywną postawę względem nieznanej

żywności. Różnice istotne statystycznie w wyrażanych poglądach zostały potwierdzone także w przypadku wartości średnich wyrażających oceny respondentów.

Bardziej negatywne oceny żywności etnicznej formułowane przez osoby reprezentujące skupienie I mogą być, obok negatywnej postawy względem żywności nieznanej, wynikiem braku osobistych doświadczeń z tą żywnością (tabela 3), co skłania konsumentów do uruchamiania wyobraźni i koncentrowania się na naturze żywności etnicznej, czasami całkowicie odmiennej od żywności zwyczajowo spożywanej, co często prowadzi do odrzucania nieznanej żywności[7].

Podsumowanie

Wyniki analizy materiału empirycznego pozwoliły na sformułowanie następujących stwierdzeń, a mianowicie:

1. Znajomość żywności etnicznej była niewielka w badanej populacji, a wśród osób ją znających relatywnie niewiele osób spożywało ją przynajmniej raz w tygodniu, podczas gdy ponaddwukrotnie więcej osób nie spożywało jej w ogóle.
2. Mała znajomość żywności etnicznej nie pozwalała badanym na przedstawienie poglądów na jej temat, natomiast postawa reprezentowana względem nieznanej żywności istotnie statystycznie różnicowała poglądy i zachowania badanych.
3. Pozytywna postawa względem nieznanej żywności sprzyjała znajomości żywności etnicznej, jej spożywaniu i wyrażaniu pozytywnych poglądów o jej walorach, korzyściach ze spożywania.
4. Tylko około 1/3 badanych deklarowała zamiar spożywania żywności etnicznej w przyszłości.

W świetle sformułowanych stwierdzeń można oczekiwać, że upowszechnienie wśród polskich konsumentów żywności charakterystycznej dla kuchni innych narodów wymaga dużego zaangażowania w promocję tego rodzaju żywności. Bez podjęcia intensywnych działań edukacyjnych i marketingowych

[7] P. Rozin, A.E. Fallon, *A perspective on disgust…*, s. 23–41; B. Schickenberg, P. van Assema, J. Brug, N. de Vries, *Level of food neophobia in Dutch adults and association with familiarity with and willingness to try new healthful food products,* „Appetite" 2006, No. 47, s. 257–279; Y. Martins, P. Pliner, *Human food choices: An examination of the factors underlying acceptance/rejection of novel and familiar animal and nonanimal foods,* „Appetite" 2004, No. 45, s. 214–224.

prawdopodobieństwo osiągnięcia sukcesu oferty żywności etnicznej w gastronomi jest niewielkie.

PERSPECTIVES OF AN IMPLEMENTATION OF ETNIC FOOD INTO GASTRONOMY

Summary

The presented research has been aimed to determine the perspectives of implementation of etnic food in gastronomy. It was shown that knowledge of this food in investigated population (1002 consumers) was low, and positive attitudes were expressed mainly by young consumers. Only 1/3 of respondents declared the possibility to take etnic food in future. Following the obtained results it seems reasonable to take intensive efforts promoting this sort of food..