

STAN WIEDZY KONSUMENTÓW DOTYCZĄCY PRZETWORÓW RYBNYCH I SYSTEMU ICH PAKOWANIA

Producenci żywności, aby sprostać oczekiwaniom konsumentów, wprowadzają na rynek nowsze, udoskonalone produkty rybne, inspirowane różnymi kuchniami świata, nadające się do spożycia bezpośrednio lub w połączeniu z warzywami, makaronem czy pieczywem. Bardzo ważną rolę odgrywa prawidłowo dobrane opakowanie oraz jego funkcja marketingowa, przyczyniająca się do zwiększonego zainteresowania danym produktem. Oprócz tego opakowanie musi chronić produkt przed zepsuciem, niepożądanymi wpływami z zewnątrz oraz informować o składzie, okresie przydatności do spożycia, numerze partii i in. Najczęściej do przetworów rybnych wykorzystuje się opakowania jednostkowe m.in.: w postaci szklanych słoików, puszek konserwowych, opakowań z tworzyw sztucznych oraz wysokobarierywnych tacek absorpcyjnych.

Badania ankietowe wskazują, że konsumenci nie mają dostatecznej wiedzy na temat systemu pakowania i jego wpływu na bezpieczeństwo produktu. Dokonując zakupów, sugerują się głównie ceną wyrobu oraz jakością, której jednak nie wiążą z opakowaniem.

Słowa kluczowe: konsument, opakowanie, przetwory rybne

WSTĘP

Ryby tłuste są znaczącym źródłem energii oraz białka charakteryzującego się wysoką strawnością i przyswajalnością. Obecnie przyjęto, że bardziej istotne dla konsumenta jest jednak dostarczanie organizmowi witamin (A, D), składników mineralnych (fosforu, wapnia, żelaza, magnezu, selenu, jodu), a w szczególności kwasów tłuszczowych omega-3, które wpływają na obniżenie ciśnienia krwi oraz prawidłowe funkcjonowanie układu nerwowego. Zasadniczym źródłem witamin A i D oraz kwasów tłuszczowych są przede wszystkim śledzie, makrele, łososie, sardynki, które dominują w polskim przetwórstwie rybnym [2, 4, 10].

Przetwory rybne należą do produktów charakteryzujących się sezonowością sprzedaży, gdyż najczęściej nabywane są w czasie Świąt Wielkanocnych oraz Bożego Narodzenia, jak też w dni postne. Z prowadzonych analiz rynkowych wynika, że w latach 2009–2011 gospodarstwa domowe ograniczyły konsumpcję ryb i przetworów rybnych o 8,5%. Spadek ten był głównie wywołany obniżeniem spożycia ryb świeżych, chłodzonych i mrożonych, natomiast konsumpcja ryb wędzonych i konserw rybnych nie wykazywała zmian. W roku 2011 spożycie ryb, przetworów rybnych oraz owoców morza należących do najszybciej drożejącej żywności, wyniosło nieco ponad 12 kg/mieszkańca, podczas gdy średnia unijna wynosi około 22 kg/osobę [2, 5, 9].

Producenci żywności, aby sprostać oczekiwaniom konsumentów, wprowadzają na rynek nowsze, udoskonalone produkty, inspirowane różnymi kuchniami świata, nadające się do spożycia bezpośrednio lub w połączeniu z warzywami, makaronem czy pieczywem. Bardzo ważna jest również funkcja marketingowa opakowań (barwa, wzór, forma), przyczyniająca się do zwiększonego zainteresowania danym produktem. Opakowanie musi ponadto chronić produkt przed zepsuciem, niepożądanymi wpływami z zewnątrz oraz informować o składzie, okresie przydatności do spożycia, numerze partii i in. [3, 5].

Najczęściej do przetworów rybnych wykorzystuje się opakowania jednostkowe m.in.: w postaci szklanych słoików, puszek konserwowych, opakowań z tworzyw sztucznych oraz wysokobarierywnych tacek absorpcyjnych.

Celem podjętych badań była ocena stanu wiedzy konsumentów dotycząca przetworów rybnych i systemu ich pakowania.

METODY BADAŃ

Badanie ankietowe przeprowadzone zostało w grudniu 2012 oraz w styczniu 2013 roku wśród 100 losowo wybranych osób. Większość respondentów stanowiły kobiety (66%). Badani znajdowali się w następujących przedziałach wiekowych: do 25 lat (51%), 26–55 lat (40%), powyżej 55. roku życia (9%). Ankieta miała charakter anonimowy i prowadzona była metodą bezpośrednią. Informacje dotyczące stanu wiedzy konsumentów na temat systemu pakowania przetworów rybnych pozyskiwano metodą wywiadu, wykorzystując przygotowany w tym celu specjalny kwestionariusz składający się z 8 pytań, które miały charakter zamknięty, przy czym w przypadku niektórych pytań osoba badana mogła zaznaczyć więcej niż jedną odpowiedź.

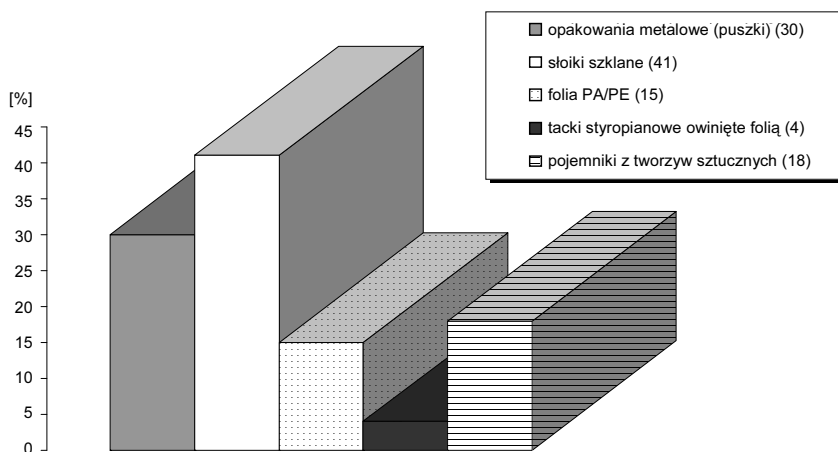
WYNIKI I DYSKUSJA

Przeprowadzone badania ankietowe wykazały, że wśród przebadanych osób 90% deklaruje spożycie przetworów rybnych, w tym 60% stanowiły kobiety. Konsumentom zaczyna doceniać korzyści wpływające ze spożywania tych produktów. Jeżeli jednak cena nadal będzie utrzymywała się na wysokim poziomie, wpłynie to niekorzystnie na ich popyt [6].

Tylko 13% ankietowanych spożywa przetwory rybne zgodnie z zaleceniami, czyli 2 razy w tygodniu lub częściej, co wpływa na poprawę funkcjonowania organizmu oraz zapobiega chorobom serca [10]. Prowadzone badania wykazały, że większa część respondentów (35%) spożywa przetwory rybne raz w tygodniu, natomiast 8% rzadziej niż raz w miesiącu.

Najczęściej wybieranym przetworem były ryby wędzone (makreła lub łosoś) (aż 40% wskazań), następnie wybierano marynaty octowe (33%), solone matiasy (31%), marynaty olejowe (27%), konserwy w sosie pomidorowym (21%), konserwy w sosie własnym (17%), gotowe sałatki rybne (11%). Uzyskane wyniki potwierdzają dane zawarte w literaturze przedmiotu wskazujące największy udział w produkcji ryb wędzonych, marynat i konserw rybnych [2].

W ramach przeprowadzonego badania respondenci mieli wskazać sposób pakowania, który preferują ze względu na bezpieczeństwo zapakowanej żywności. Największa grupa badanych (aż 41%) zaznaczała przetwory rybne sprzedawane w słoikach. Wśród badanych 30% kupowało konserwy rybne w puszkach. Natomiast zbliżony odsetek respondentów preferował produkty w opakowaniu z folii PE/PA oraz z innych tworzyw (odpowiednio: 15% i 18%). Niewielki procent badanych (4%) zdecydował się na przetwory sprzedawane na tackach styropianowych owiniętych folią (rys. 1).



Rys. 1. Preferencje respondentów związane z wyborem opakowania

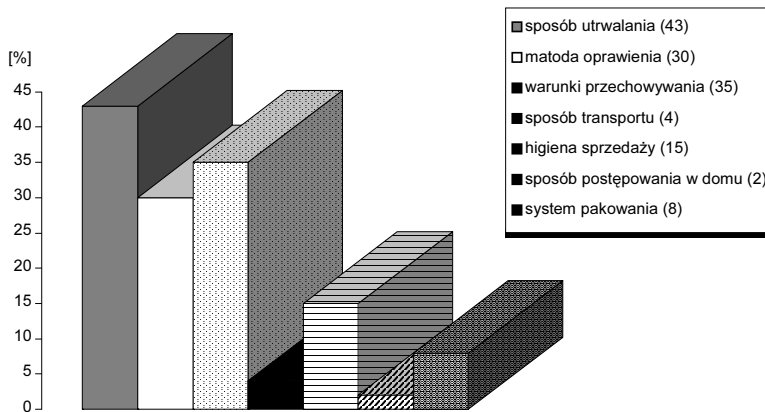
Fig. 1. Preferences of the respondents related to the choice of packaging

Z danych zawartych w literaturze przedmiotu wynika, że opakowania metalowe stanowią około 20% opakowań wykorzystywanych przez przemysł rybny. Na wyższej pozycji znajdują się opakowania z tworzyw sztucznych [7]. Konsumenty decydują się na przetwory w opakowaniach szklanych oraz w puszkach, ponieważ jak wynika z innych badań, najbardziej cenią sobie szczelność oraz estetykę, nie wiążą też pojęcia bezpieczeństwa produktów z rodzajem i systemem pakowania, a głównie z wizualną i promocyjną funkcją opakowań [8]. Kolejne z prowadzonych badań dowodzą, że zdecydowana większość mieszkańców Europy (88%) preferuje opakowania szklane, głównie ze względu na ich obojętność chemiczną. Uważają oni także, że słoiki oraz butelki zabezpieczają smak żywności skuteczniej niż opakowania z tworzyw sztucznych [1].

W przeprowadzonej ankiecie respondenci mieli zaznaczyć cechy, na które głównie zwracają uwagę przy zakupie produktów rybnych. Uzyskane wyniki wy-

kazały, że kupujący żywność przede wszystkim zwracają uwagę na cenę (49%), a następnie na jakość oferowanych produktów (42%). Na opakowanie wskazało tylko 15% badanych, co świadczy o braku wiedzy konsumentów na temat wpływu systemu pakowania na jakość produktów.

Prawie 90% respondentów uważa przetwory rybne za produkty bezpieczne dla zdrowia. U pozostałych osób, które były odmiennego zdania, po spożyciu zakupionych produktów wystąpiły objawy alergii oraz zatrucia pokarmowego. 43% ankietowanych uważa, że sposób utrwalania ma największy wpływ na bezpieczeństwo spożywanych ryb. Na drugiej pozycji wskazywano na czas i temperaturę przechowywania. Stosowane opakowanie uzyskało jedynie 8% głosów, a sposób postępowania w domu jedynie 2% (rys. 2).



Rys. 2. Czynniki mające wg respondentów znaczący wpływ na bezpieczeństwo spożywanych przetworów rybnych

Fig. 2. Factor having significant impact on the safety of consumed fish products according to respondents

Konsumenci powinni mieć na uwadze, że na bezpieczeństwo spożywanych wyrobów wpływ wywiera także sposób postępowania w domu, temperatura przechowywania oraz czas między otwarciem opakowania a końcowym spożyciem produktu. Niewłaściwe postępowanie może wpłynąć na zmiany jakościowe produktu, a tym samym na jego bezpieczeństwo.

WNIOSKI

Badania ankietowe wskazują, że konsumenci nie mają dostatecznej wiedzy na temat systemu pakowania i jego wpływu na bezpieczeństwo produktu. Przy zakupie sugerują się głównie ceną wyrobu oraz jakością, której jednak nie wiążą z opakowaniem.

LITERATURA

1. Baranowska-Skimina A., *Europejczycy wybierają szklane opakowania*, <http://egospodarka.pl> [06.10.2010].
2. Bykowski P., *Przetwórstwo ryb w Polsce – szanse i zagrożenia*, XXXV Krajowa Konferencja Hodowców Ryb Łososiowatych, Jastrzębia Góra 2010, mat. konf., s. 53–62.
3. Kmiecik S., *Badanie wpływu opakowania na cechy organoleptyczne żywności według Polskich Norm*, Wiadomości PKN, Normalizacja, 2012, 11, s. 5–9.
4. Konieczny S., *Kształtowanie się spożycia ryb i przetworów rybnych przez rodziców i dzieci szkół gimnazjalnych w Szczecinie*, Folia Pomer. Univ. Technol. Stetin, 2010, 284, 61, s. 27–32.
5. Marszałek M., *Nie zakazany owoc morza*, Życie Handlowe.com [10.03.2009].
6. *Rynek ryb – stan i perspektywy*, 2012, 4, http://issuu.com/tomaszkulikowski/docs/detal_ryby [24.04.2012].
7. Rywotycki R., *Trwałość rybnych przetworów marynowanych, garmazeryjnych oraz prezerw*, Magazyn Przemysłu Rybnego, 2006, 1, 49, s. 17–20.
8. Steinka I., *Bezpieczeństwo żywności pakowanej hermetycznie w świadomości konsumentów*, Zeszyty Naukowe AM w Gdyni, 2010, 65, s. 61–72.
9. Świetlik K., *Popyt na żywność – zmiany poziomu i struktury*, Biuletyn Informacyjny ARR, 2012, 3, s. 1–15.
10. Valdimarsson G., James D., *World fisheries – utilisation of catches*, Ocean Coastal Management, 2001, 44, s. 619–633.

THE STATE OF CONSUMERS' KNOWLEDGE OF FISH PRODUCTS AND THEIR PACKAGING SYSTEM

Summary

Food manufacturers, to meet consumers' expectations introduce to the market newer, improved fish products, inspired by various cuisines of the world, suitable for direct consumption or in combination with vegetables, pasta or bread. A very important factor is properly chosen packaging and its marketing function, which contributes to an increased interest in this product. Another more important role of the packaging is that it must protect the product against deterioration, unwanted influences from the outside environment, and also inform about ingredients, storage and life time, batch number and others. Most fish products are packed in unit packages like glass jars, tins, plastic packages and high absorption barrier trays.

Surveys indicate that consumers do not have sufficient knowledge about the packaging system and its impact on the safety of the product. While purchasing products consumers follow such criteria as the price and the quality of the product which, unfortunately, are not connected with the packaging.

Keywords: consumer, packaging, fish products