

MARTA SAJDAKOWSKA, SYLWIA ŻAKOWSKA-BIEMANS

POSTRZEGANIE ŻYWNOSCI TRADYCYJNEJ PRZEZ POLSKICH KONSUMENTÓW NA PODSTAWIE BADAŃ JAKOŚCIOWYCH

Streszczenie

Istniejące dotychczas określenia czy próby charakterystyki żywności tradycyjnej są związane najczęściej z kryterium czasowym. Komisja Europejska proponuje, aby określenie „tradycyjny” stosować w odniesieniu do żywności, której obecność na rynku wspólnoty została udokumentowana przez okres wskazujący na przekaz z pokolenia na pokolenie; jednocześnie wskazuje się, że okres ten powinien odpowiadać okresowi przypisywanemu jednemu pokoleniu i wynosić co najmniej 25 lat. Ponadto, żywność tradycyjna jest charakteryzowana jako wprowadzona do praktyki lub mająca specyfikację utworzoną przed II wojną światową. Żywność tego rodzaju wykazuje specyficzną cechę lub cechy, które odróżniają ją od innych podobnych produktów w ramach tej samej kategorii w zakresie „tradycyjnych składników”, z których została wytworzona, „tradycyjnego składu” oraz „tradycyjnej metody produkcji i/lub sposobu przetwarzania”. Wypracowane dotychczas koncepcje nie uwzględniają jednak opinii konsumentów w zakresie tego rodzaju żywności.

Tym samym, w zakresie omawianej koncepcji, istotne wydawało się zdiagnozowanie sposobu definiowania pojęcia „żywność tradycyjna” przez polskich konsumentów. W tym celu w roku 2006 zrealizowano badania o charakterze jakościowym – zogniskowane wywiady grupowe oraz testy skojarzeń słownych. Zakres badania obejmował ocenę opinii konsumentów na temat cech determinujących żywność tradycyjną oraz okoliczności związanych ze spożyciem tego rodzaju żywności.

Podsumowując wyniki badań jakościowych należy stwierdzić, że w zakresie identyfikacji pojęcia – „żywność tradycyjna” oraz analizy opinii na temat tej grupy produktów, respondenci zwracają dużą uwagę na cechy opisujące żywność oraz określone wzorce zachowań żywieniowych. Żywność tradycyjną uznano przede wszystkim za dostępną od pokoleń, powszechnie spożywaną, najczęściej w gronie rodzinnym, a tym samym bliską kulturze i obszarowi geograficznemu, z którego się wywodzi; istotnym był również dla badanych aspekt sensoryczny oraz zdrowotny tego typu żywności. Postrzegane, przez uczestników badań jakościowych, właściwości żywności tradycyjnej, odzwierciedlają zatem kryteria wyróżniające żywność tradycyjną z punktu widzenia ustawodawstwa unijnego oraz opracowanych dotychczas koncepcji.

Słowa kluczowe: żywność tradycyjna, cechy żywności tradycyjnej, definiowanie, konsumenci

Wprowadzenie

Obserwowane przeobrażenia rynku żywności wskazują na istnienie dwóch przeciwstawnych tendencji przejawiających się z jednej strony nasilającą się globalizacją, a z drugiej strony dążeniem do podkreślenia roli i tożsamości „małych ojczyzn”, a więc swoistej regionalizacji. Odzwierciedleniem tendencji do regionalizacji jest rosnące zainteresowanie produktami żywnościowymi, które identyfikowane są z określonymi obszarami geograficznymi i kulturą. W krajach Unii Europejskiej stymulowaniu zainteresowania żywnością o specyficznych cechach wynikających z pochodzenia surowców, czy też tradycyjnego sposobu przetwarzania, służy polityka jakości żywności, która umożliwia producentom tego typu żywności ubieganie się o ich ochronę. Pomimo, że w nazewnictwie produktów o tych specyficznych cechach stosuje się określenie „żywność tradycyjna”, termin ten nie został dotychczas prawnie zdefiniowany, a w istniejących i obowiązujących regulacjach zawarte są jedynie wybrane kryteria wyznaczające zakres cech przypisywanych tego typu żywności. Komisja Europejska proponuje określenie „tradycyjny” w odniesieniu do żywności, będącej w obrocie na rynku wspólnotowym przynajmniej przez okres wskazujący na przekaz z pokolenia na pokolenie; okres ten powinien odpowiadać okresowi zwykle przypisywanemu jednemu pokoleniu i wynosić co najmniej 25 lat [11].

W innych istniejących definicjach, żywność tradycyjna jest charakteryzowana jako wprowadzona do praktyki lub mająca specyfikację opracowaną przed II wojną światową. Żywność tego rodzaju charakteryzuje się specyficzną cechą lub cechami, które odróżniają ją od innych podobnych produktów w ramach tej samej kategorii w zakresie „tradycyjnych składników”, z których została wytworzona, „tradycyjnego składu” oraz „tradycyjnej metody produkcji i/lub sposobu przetwarzania” [2]. Wypracowane dotychczas koncepcje żywności tradycyjnej zawierają podstawowe kryteria decydujące o uznaniu produktu żywnościowego za tradycyjny, ale nie uwzględniają sposobu postrzegania tej kategorii żywności przez konsumentów. Dlatego głównym celem przeprowadzonych badań było określenie sposobu konceptualizacji żywności tradycyjnej przez konsumentów pochodzących z wybranych regionów Europy. W ramach niniejszego artykułu zaprezentowane zostaną wyniki badań jakościowych dotyczących sposobu definiowania tej kategorii żywności przez polskich konsumentów, uzyskane w ramach międzynarodowego projektu badawczego „Żywność tradycyjna w zjednoczonej Europie” (Truefood).

Material i metody badań

W realizacji badania wykorzystano podejście jakościowe, którego istotą jest poznanie sposobów myślenia, oceniania czy reagowania badanych podmiotów. Badania jakościowe odpowiadają na pytania o charakterze eksploracyjnym i mają na celu wyja-

śnienie zagadnień niepoddających się ilościowym metodom badawczym. Pozwalają one na poznanie opinii, sposobów wyrażania myśli i emocji oraz ustalonych zwyczajów i przyzwyczajzeń.

W celu określenia w jaki sposób konsumenci postrzegają żywność tradycyjną, zrealizowano badania z wykorzystaniem dwóch komplementarnych jakościowych metod badawczych, tj. metody zogniskowanych wywiadów grupowych (focus group interview - FGI) oraz metody skojarzeń słownych (word association test).

Wywiady zogniskowane realizowane są najczęściej w grupach liczących od 8 do 12 konsumentów dobranych na podstawie specyficznych dla danego badania kryteriów celowych [4, 6]. Charakterystyczną cechą tego typu badań jest wykorzystywanie atrybutów dynamiki grupowej i wspólne generowanie pomysłów przez wybranych do badania uczestników [4, 6, 7, 8].

Badanie metodą wywiadów zogniskowanych przeprowadzono w czerwcu 2006 roku w mieście średniej wielkości (350 tys. mieszkańców) oraz na terenach wiejskich. W celu zapewnienia jak największego stopnia homogeniczności badanych grup konsumentów do każdej z badanych grup wybrano po 8 osób (3 mężczyzn, 5 kobiet) w wieku od 30 do 50 lat [4]. Jako główne kryterium rekrutacyjne przyjęto odpowiedzialność w gospodarstwie domowym za wykonywanie zakupów żywności oraz przygotowywanie posiłków. Wywiady prowadzone były według wspólnego dla wszystkich krajów uczestniczących w badaniu scenariusza moderacji, w którym zawarto cztery grupy zagadnień: (1) pytania diagnozujące opinię badanych na temat produktów tradycyjnych z wyłączeniem produktów żywnościowych, (2) zagadnienia odnoszące się do postrzegania żywności tradycyjnej, (3) zagadnienia związane z możliwymi do zastosowania w żywności innowacjami oraz (4) zagadnienia umożliwiające określenie poziomu akceptacji innowacji możliwych do zastosowania w tego typu żywności. Na podstawie nagrania przebiegu dyskusji sporządzono dokładny jej zapis, tzw. transkrypty. Materiał ten poddano analizie eksperckiej, polegającej na sporządzeniu pisemnego opracowania głównych wyników, tzw. top-lines. Następnie zgodnie z zasadami analizy danych jakościowych [6], uporządkowano otrzymane wyniki i dokonano kategoryzacji materiału według głównych problemów badawczych oraz posortowano uzyskane dane według czterech grup zagadnień.

W celu pogłębienia analizy sposobu postrzegania żywności tradycyjnej przez konsumentów przeprowadzono badanie z udziałem konsumentów wykorzystujące metodę skojarzeń słownych (przełom października i listopada 2006 roku). Metoda ta wykorzystuje technikę projekcyjną, w której podmiot projektuje swoją osobowość, postawy, opinie jako reakcję na dwuznaczny i nieustrukturyzowany bodziec. Polega ona na zebraniu pierwszych, automatycznych i nieocenzurowanych przez proces racjonalnej analizy skojarzeń i reakcji związanych z przedmiotem badania [10, 12]. Podobnie, jak w badaniach z wykorzystaniem wywiadów zogniskowanych, za podstawowe

kryterium rekrutacyjne przyjęto odpowiedzialność w gospodarstwie domowym związaną z dokonywaniem zakupów żywności oraz przygotowywaniem posiłków. W badaniu zastosowano tzw. dobór wygodny (Warszawa i miejscowości podwarszawskie). Dobór wygodny jest powszechnie stosowany i polecany w badaniach o charakterze wstępnym, ponieważ pozwala na uzyskanie adekwatnych rezultatów bez generowania nadmiernych kosztów [4, 9]. Wyselekcjonowana drogą wywiadów telefonicznych próba liczyła 124 osoby. Badani konsumenci skonfrontowani zostali z wyłonionymi w wywiadach zogniskowanymi słowami kluczowymi odzwierciedlającymi różne aspekty żywności tradycyjnej. Słowa kluczowe zostały podzielone na 2 kategorie: odnoszące się do tradycji, jak również do innowacji. Respondenci podczas wywiadu telefonicznego proszeni byli o podanie do każdego z 13 wyłonionych słów kluczowych 3 najbliższych ich zdaniem skojarzeń słownych. Zgodnie z przyjętymi założeniami badawczymi respondenci nie mogli podawać nazw marek, słów oznaczających potrawy oraz produkty spożywcze [13]. W celu wyodrębnienia najczęściej podawanych skojarzeń zastosowano tzw. „współczynniki cytowania”, stanowiące iloraz liczby określeń danego typu (pokrewnych) wymienianych przez respondentów po usłyszeniu wybranego słowa kluczowego w stosunku do liczby osób podających dane słowo.

Wyniki i dyskusja

Wśród desygnatów żywności tradycyjnej uczestnicy wywiadów zogniskowanych wymieniali dwie grupy czynników dotyczące żywności postrzeganej jako tradycyjna: czynniki związane w sposób bezpośredni lub pośredni z cechami produktu oraz odnoszące się do zachowań żywieniowych.

W opinii badanych, jako istotne kryterium tradycyjności, związane z cechami produktu, uznano kryterium czasowe: „*bo tradycja dla mnie, to jak rzecz co najmniej 100 lat musi mieć*”; „*to co od dawna się jadło*”; „*tradycyjne bo od wielu pokoleń*”; „*tradycyjne to takie nasze lokalne i znane od dawien dawna*”.

Wśród cech wyróżniających żywność tradycyjną wymieniano również pochodzenie surowców i produktów oraz charakterystyczny dla danej kultury sposób wytwarzania lub przygotowywania potraw czy dań. Zarówno uczestnicy pochodzący ze środowiska miejskiego, jak i wiejskiego zwracali uwagę na fakt, że składniki żywności oraz typowy skład/receptura produktu mają znaczenie w określeniu tradycyjnego charakteru żywności, a mianowicie: „*w wiejskiej piekarni, według starej receptury*”; „*tak najbardziej prosta produkcja*”; „*ale może być tradycyjna receptura zachowana*”.

Zdaniem badanych konsumentów na tradycyjny charakter żywności może również wpływać sezonowość, a więc dostępność produktów wynikająca z warunków klimatycznych oraz pochodzenie z własnych upraw czy własnej produkcji jako wyróżnika tradycyjnej żywności, czyli: „*pomidory tylko sezonowo, czekamy na własne wa-*

rzywa”; „moja mama ma krowę i ja tradycyjnie używam mleko”; „ale tradycyjne w domu się robiło i nigdzie tego nie można było kupić”.

Ponadto, uczestnicy zogniskowanych wywiadów grupowych pochodzący ze środowiska miejskiego podkreślali również znaczenie pochodzenia surowców z innego kraju czy regionu Polski. Pomimo, że kawę uznano za produkt, który z powodu pochodzenia nie można uznać za tradycyjny, badani konsumenci uważali, że tego typu produkty zyskują z upływem czasu atrybut tradycyjności. W opinii badanych: „ja tutaj brałem za kryterium kraj, w którym się spożywa”; „bo tradycyjny jest w naszej kulturze i w naszym środowisku”; „tradycja związana jest raczej z miejscem, czyli tradycyjne produkty, które się spożywa w Polsce od wieków. A owoce morza to inna kultura”; „kawa nie jest tradycyjna dla naszego kraju”, (ale) „tworzy się nowa tradycja, że kawa robi się popularna, tradycyjna”. Zwracano ponadto uwagę na walory zdrowotne i gwarancję bezpieczeństwa żywności postrzeganej jako tradycyjna. Podkreślano również, że o tradycyjnym charakterze żywności decyduje stopień jej przetworzenia: „dla mnie tradycyjny to naturalny, nieprzetworzony”; „zdrowy, naturalny produkt”; „nieprzetworzona, najbardziej prosta, bez udziwnień czy chemii”.

W zakresie drugiej grupy czynników, odnoszących się do zachowań żywieniowych, najczęściej zwracano uwagę na przekazywanie z pokolenia na pokolenie wzorców żywieniowych, a tym samym kultywowanie tradycji kulinarnych wyniesionych z domu rodzinnego: „przygotowywane przez babcię”; „żywność, którą jadłam w dzieciństwie”

W odniesieniu do zwyczajów związanych z konsumpcją żywności tradycyjnej, uczestnicy twierdzili, że żywność tradycyjna to produkty powszechnego spożycia, a jednocześnie podkreślali, że tego typu żywność spożywa się również przy specjalnych okazjach, np. spotkania w gronie rodzinnym czy z okazji świąt: „tradycyjne to takie ogólnodostępne, powszechne bardzo”; „podstawowy produkt, taki codzienny”; „codziennie je gotuję, nie ma obiadu bez nich”; „chyba, że są święta, w święta je spożywamy”.

W kolejnej części zogniskowanych wywiadów grupowych poproszono badanych o podanie produktów żywnościowych, które w ich opinii można byłoby uznać za tradycyjne. W opinii uczestników zogniskowanych wywiadów grupowych pochodzących ze środowiska miejskiego, jak i wiejskiego, chleb uznano za produkt, który w największym stopniu spełniał kryteria żywności tradycyjnej: „dużo jest chleba na starej recepturze”; „chleb jako symbol, który się podaje na przywitanie”; „codzienny jest”; „chleb jest bardziej pożywny”; „bo najczęściej go kupujemy”; „tradycyjnie od wielu pokoleń”; „jak można bez chleba, nie można”; „podstawowy produkt, taki codzienny”; „tradycyjny, bo od wielu pokoleń jest używany”; „taki z domowego pieca”.

Wypowiedzi badanych potwierdzają istotną rolę, jaką pełnił i do tej pory pełni chleb (w niektórych regionach) w kulturze i tradycji polskiej. Znajduje to odzwiercie-

dlenie w wielu obyczajach, obrzędach, przysłowiach i literaturze. Chlebem zarówno witano gości, jak również kromkę chleba dawano na pożegnanie jako znak błogosławieństwa oraz zapowiedź szczęśliwego powrotu, łamiąc się chlebem wybaczano sobie winy i składano życzenia pomyślności (wigilia – opłatek) [3]. Należy również pamiętać o znaczeniu chleba w różnego rodzaju obrzędach, które przetrwały do chwili obecnej, np. powitanie pary młodej chlebem i solą po zawarciu przez nich związku małżeńskiego.

W kolejnej części badania poproszono uczestników zogniskowanych wywiadów grupowych, aby zadeklarowali cechy charakteryzujące żywność uznawaną przez nich za nietradycyjną. Żywność nietradycyjną opisywano na zasadzie odwrotności w stosunku do żywności postrzeganej jako tradycyjna. Najczęściej odwoływano się do aspektu zdrowotnego, kryterium czasowego oraz pochodzenia produktu z określonej kultury. Produkt, który postrzegano jako nietradycyjny był charakteryzowany najczęściej jako zmieniony do pewnego stopnia w porównaniu z tradycyjnym, np. pod względem sensorycznym lub zdrowotnym. Zwracano, również uwagę na fakt, że produkty nietradycyjne charakteryzują się krótkim okresem obecności w kulturze regionu/kraju/tradycji: „*ten nietradycyjny to taki z mnóstwem ulepszcaczy, taki niezdrowy*”; „*owoce morza to inna kultura*”; „*owoców południowych nie możemy potraktować jako tradycyjne, bo one nie są nasze*”; „*kawa nie jest tradycyjna dla naszego kraju*”; „*to nie tradycyjne bo nowe, bo dopiero przyszło*”.

Podsumowując wyniki uzyskane w ramach zogniskowanych wywiadów grupowych należy zauważyć, że do najważniejszych kryteriów „tradycyjności” żywności należą czynniki związane z produktem: tradycyjna receptura, sposób wytworzenia (we własnym gospodarstwie; domu), przynależność do określonej kultury, walory odnoszące się do tzw. „zdrowotności” oraz bezpieczeństwa produktu. W ramach drugiej grupy czynników, odnoszących się do zwyczajów żywieniowych należy zwrócić uwagę na znaczenie przypisywane dziedzictwu kulinarnemu oraz częstotliwości spożycia tego typu żywności. Czynnikiem, który decyduje o tradycyjności i niejako „scala” wszystkie wymienione kryteria jest czas, zarówno w odniesieniu do długości istnienia żywności określanej mianem „tradycyjna” w tzw. ognisku domowym, jak również w kulturze regionu czy narodu.

W ramach realizacji drugiej części badań jakościowych, służących pogłębieniu analizy wyników zogniskowanych wywiadów grupowych, wykorzystano testy skojarzeń słownych. W tab. 1. przedstawiono tzw. „współczynniki cytowania”, będące ilarazem liczby określeń danego typu wymienianych przez respondentów po usłyszeniu wybranego słowa kluczowego w stosunku do liczby osób podających dane słowo. W wyniku przeprowadzonych badań odnotowano, że w odniesieniu do słowa tradycyjny, najczęściej pojawiającymi się skojarzeniami były: danie/potrawa, rodzin-

ny/domowy/rodzina/babcia, smak/smaczny, narodowy/polski/regionalny, zwyczaj (tab. 1.).

Podawane przez respondentów skojarzenia ze słowem „tradycyjny” potwierdzają wyniki analizy wypowiedzi uczestników zogniskowanych wywiadów grupowych. Należy zauważyć, że najbliższymi zdaniem respondentów skojarzeniami z określeniem „tradycyjny” były: danie czy potrawa; jednocześnie można tu wymienić nawiązania do pewnych obyczajów lub zwyczajów wyniesionych z domu rodzinnego czy odniesienia do kultury regionu lub kraju.

Tabela 1

Skojarzenia dekladowane przez badanych w odniesieniu do słowa „tradycyjny”.
Associations with the word “traditional” as declared by the polled.

Skojarzenia podawane przez respondentów po usłyszeniu słowa: „tradycyjny” Associations as declared by the respondents when they the word: “traditional”	Współczynnik cytowania Citation frequency
Danie/Potrawa Dish/Meal	0,43
Rodziny/Domowy/Rodzina/Babcia Family/Home-made/ Family/ Grandmother	0,35
Smak/Smaczny Flavour/Tasty	0,16
Narodowy/Polski/Regionalny National/Polish/Regional	0,15
Zwyczaj Custom	0,13
Gotowanie/Kuchnia Cooking/Cuisine	0,12
Naturalny Natural	0,11
Święta/Święta Bożego Narodzenia Holidays/Christmas	0,10
Zdrowy Healthy	0,09
Tłusty/Ciężkostrawny Fat/Heavy	0,07
Dobry Good	0,05
Wiejski Rural	0,03

Warto zwrócić również uwagę na nawiązanie przez konsumentów do smaku jako atrybutu tradycyjności, co można wiązać ze znaczeniem przypisywanym walorom sensorycznym w charakterystyce żywności tradycyjnej [1, 5].

Należy jednocześnie podkreślić, że żywność określona mianem tradycyjnej jest odbierana przez konsumentów pozytywnie i obdarzana zaufaniem, co potwierdzają wyrażane przez konsumentów opinie odnośnie jej bezpieczeństwa. Atrybuty te mogą być wykorzystywane przez producentów i dystrybutorów w strategiach komunikowania tej kategorii żywności. Zarówno producenci, jak i dystrybutorzy powinni jednak w komunikowaniu pewnych korzystnych aspektów związanych z żywnością tradycyjną nie nadużywać zaufania konsumentów, a tym bardziej wprowadzać ich w błąd, szczególnie w odniesieniu do cech czy pochodzenia tej kategorii żywności.

Podsumowanie

Wyrażane przez uczestników zogniskowanych wywiadów grupowych opinie, zaklasyfikowano do dwóch kategorii, odnoszących się do cech produktu oraz zachowań żywieniowych. W odniesieniu do cech omawianej żywności wymieniano pochodzenie surowców lub produktów oraz sposób wytwarzania czy przygotowywania. Jednocześnie, zwracano uwagę na pozytywne aspekty spożywania tego typu żywności, wynikające z niskiego stopnia jej przetworzenia oraz naturalnego procesu produkcji, przypisując tym samym żywności tradycyjnej atrybut wyjątkowości. Podkreślano również, że żywność opisywana jako tradycyjna powinna jednocześnie być częścią określonej kultury. W zakresie zachowań żywieniowych zwracano uwagę na przekazywanie z pokolenia na pokolenie wzorców żywieniowych, a tym samym kultywowanie tradycji kulinarnych wyniesionych z domu rodzinnego. Żywność tradycyjna miała, zdaniem uczestników zogniskowanych wywiadów grupowych, cechy żywności powszechnie spożywanej, ale tradycyjne potrawy kojarzyły się z wyjątkowymi okolicznościami np. uroczystości rodzinne.

Przeprowadzone metodą skojarzeń słownych badania wskazują, że określenie „tradycyjny” w odniesieniu do żywności jest najczęściej łączone z daniem/potrawą rodzinnym/domowym, smakiem oraz pochodzeniem „krajowy”, „narodowy”. Potwierdza to wyniki uzyskane w wyniku realizacji wywiadów zogniskowanych. Żywność tradycyjna postrzegana jest jako część dziedzictwa kulturowego, a szczególnie wartościowane są jej walory smakowe.

Podsumowując wyniki badań jakościowych, należy stwierdzić, że badani konsumenci utożsamiali żywność tradycyjną przede wszystkim z dostępną od pokoleń; powszechnie spożywaną, najczęściej w gronie rodzinnym, a tym samym bliską kulturze i obszarowi geograficznemu, z którego się wywodzi. Istotnym w opinii uczestników badania były również walory zdrowotne i sensoryczne tego typu żywności. Postrzegane przez uczestników badań jakościowych, właściwości żywności tradycyjnej, od-

zwierciedlają zatem kryteria wyróżniające żywność tradycyjną z punktu widzenia ustawodawstwa unijnego oraz opracowanych dotychczas koncepcji.

Badania wykonano w ramach projektu Truefood 6PR KE; realizowanego w latach 01.05.2006 - 30.04.2010 nr kontraktu: 016264; Traditional United Europe Food (Truefood); project duration: 01.05.2006 - 30.04.2010, 6FP, contract number 016264. Praca była prezentowana podczas Ogólnopolskiej Konferencji Naukowej nt. „Tradycyjne i regionalne technologie oraz produkty w żywieniu człowieka”, Lublin, 25 - 26 września 2008 r.

Literatura

- [1] Cayot N.: Sensory quality of traditional foods. *Food Chem.*, 2007, **102**, 445–453.
- [2] EuroFIR Consortium (FOOD-CT-2005-513944; 6PR UE); www.eurofir.net/public.asp?id=4292&cachefixer, 2008.
- [3] Goryńska-Goldman E.: Zwyczaje spożywania pieczywa Polsce ze szczególnym uwzględnieniem wpływu czynników demograficznych i ekonomicznych. Praca doktorska. Katedra Ekonomiki Gospodarki Żywnościowej, AR, Poznań 2007.
- [4] Kędzior Z. (pod red.): *Badania rynku, metody, zastosowania*, PWE, Warszawa 2005.
- [5] Laureati M., Pagliarini E., Calcinoni O. & Bidoglio M.: Sensory acceptability of traditional food preparations by elderly people. *Food Quality and Preference*, 2006, **17 (1-2)**, 43-52.
- [6] Maison D.: *Zogniskowane wywiady grupowe. Jakościowa metoda badań marketingowych*. Wyd. Naukowe PWN, Warszawa 2001.
- [7] Maison D., Noga-Bogomilski A.: *Badania marketingowe. Od teorii do praktyki*. GWP, Gdańsk 2007.
- [8] Nikodemka-Wołowik A. M.: *Jakościowe badania marketingowe*. PWE, Warszawa 1999.
- [9] Pla M.: El rigor en la investigación cualitativa. *Atención Primaria*, 1999, **24 (5)**, 295-300.
- [10] Ross T. P.: The reliability of cluster and switch scores for the controlled oral word association test. *Arch. Clin. Neuropsychol.*, 2003, **18**, 153-164.
- [11] Rozporządzenie Rady (WE) nr 509/2006 z dnia 20 marca 2006 r. w sprawie produktów rolnych i środków spożywczych będących gwarantowanymi tradycyjnymi specjalnościami. *Dz. U. L* 93 z 31.3.2006.
- [12] Schmitt N.: Quantifying word association responses: what is native-like?. *System*, 1998, **26 (3)**, 389-401.
- [13] Truefood WP1, Task1.1., Determination of consumer perception, expectations and attitudes, project report 2007.

POLISH CONSUMER PERCEPTION OF TRADITIONAL FOOD BASED ON THE QUALITATIVE SURVEY

Summary

The definitions existing to date or attempts to characterize traditional food are most often connected with a time criterion. The European Commission suggests using the term “traditional” in relation to those

food products, which have been present in the EC markets for a particular period during which they were handed down from generation to generation. At the same time, it is suggested that such a time period should correspond with a period ascribed to one generation and last at least 25 years. Furthermore, traditional food is characterised as the food conformable with the practices established or having specifications formulated before World War II. This type of food shows a specific feature or features distinguishing it from other similar products of the same category in terms of “traditional ingredients” it was produced of, “traditional composition”, and “the traditional production and/or processing method”. However, the concepts developed to date do not respect the opinions of consumers on this type of food products.

Therefore, within the scope of the concept under discussion, it seemed important to identify the method of how the Polish consumers defined the term “traditional food”. For this purpose, in 2006, a survey project of a qualitative character was performed and consisted of both the focus group interviews and the word association tests. The scope of the survey comprised assessing the consumer opinions on features determining traditional food and on circumstances connected with consuming this type of food.

To sum up the results of this qualitative survey, the following should be noted: when referring to the identification of the term ‘traditional food’ and to the analysis of the opinions on this group of products, the respondents took into consideration food describing features, as well as specific patterns of nutritional behaviour. First of all, traditional food was perceived as a food available for generations; commonly consumed, mainly in a family circle, thus, close to the culture and geographical area where it derived from. Sensory and healthful properties of this type of food were also a crucial aspect for the polled. Consequently, the properties of traditional food as perceived by the participants of the qualitative survey, reproduced the criteria distinguishing traditional food from the point of view of legislation of the European Union and other concepts developed until today.

Key words: traditional food, features of traditional food, defining, consumers 