

*Sylvia Żakowska-Biemans*

## ŹRÓDŁA INFORMACJI NA TEMAT BEZPIECZEŃSTWA ŻYWNOSCI I PRZYPISYWANE IM ZAUFANIE

Katedra Organizacji i Ekonomiki Konsumpcji, Zakład Badań Konsumpcji,  
Wydział Nauk o Żywieniu Człowieka i Konsumpcji,  
Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie,  
Kierownik: prof. dr hab. *K. Gutkowska*

*W pracy podjęto, próbę określenia wpływu zainteresowania poszukiwaniem informacji na temat bezpieczeństwa żywności przez polskich konsumentów, wykorzystywanych przez nich źródeł informacji oraz zaufania jakim obdarzane są wybrane źródła informacji. Uzyskane wyniki badań własnych pozwalają na stwierdzenie, że konsumenci w niewielkim stopniu angażują się w poszukiwanie informacji na temat bezpieczeństwa żywności. Zarówno wyniki badań własnych jak i dane zgromadzone przez Europejski Urząd ds. Bezpieczeństwa Żywności potwierdzają, że najbardziej wiarygodnym źródłem informacji o bezpieczeństwie żywności w opinii polskich konsumentów jest rodzina. W mniejszym stopniu za wiarygodne uznawane są instytucje i organizacje odpowiedzialne za komunikowanie kwestii związanych z bezpieczeństwem żywności.*

Hasła kluczowe: źródła informacji, żywność, bezpieczeństwo.  
Key words: information sources, food, safety.

Komunikowanie i dostarczanie informacji może wpłynąć na wiedzę konsumentów, może kształtować ich postawy i wpływać na procesy decyzyjne w odniesieniu do żywności i zachowań żywieniowych. Wobec faktu, że bezpieczeństwo żywności jest jednym z ważniejszych czynników determinujących wybór żywności przez konsumenta szczególne znaczenie przypisuje się komunikowaniu zagrożeń związanych z żywnością. Kwestie te zyskały na znaczeniu w latach 90. ubiegłego wieku, kiedy to tzw. skandale żywnościowe przyczyniły się do podważenia zaufania konsumentów do żywności. Informacje na temat zagadnień związanych z bezpieczeństwem żywności docierają do konsumentów najczęściej z tzw. źródeł formalnych takich, jak media czy też instytucje i organizacje odpowiedzialne za gromadzenie i upowszechnianie informacji z tego zakresu. Warunkiem skutecznej komunikacji zagadnień związanych z bezpieczeństwem żywności jest przekazywanie konsumentom informacji w sposób adekwatny do ich potrzeb oraz za pomocą źródeł, które obdarzane są zaufaniem (1). Podstawowym celem badania było określenie na podstawie badań własnych oraz danych literaturowych na ile polscy konsumenci są skłonni poszukiwać informacje na temat bezpieczeństwa żywności, z jakich źródeł korzystają najczęściej i które spośród dostępnych źródeł informacji obdarzają największym zaufaniem.

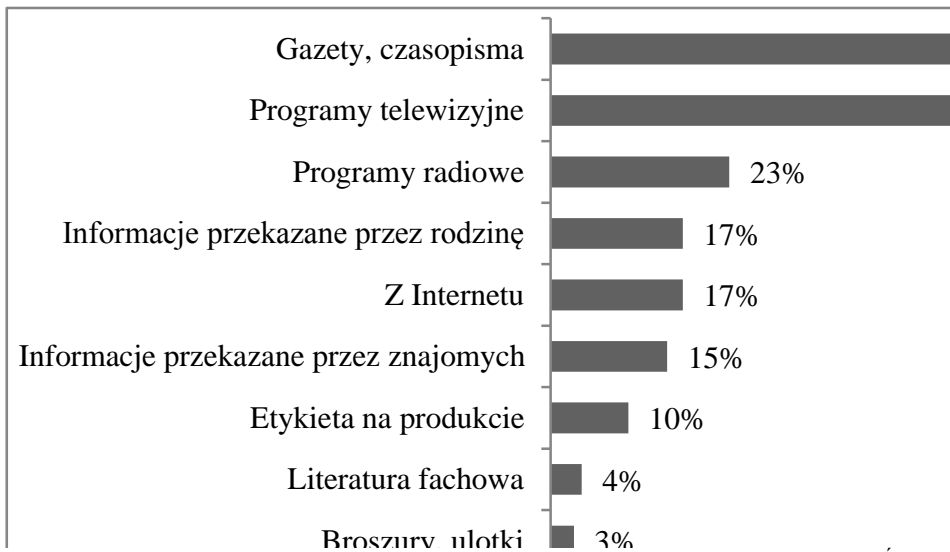
## MATERIAŁ I METODY

W artykule omówione zostaną wyniki badań własnych oraz dane zgromadzone na zlecenie Europejskiego Urzędu ds. Bezpieczeństwa Żywności (EFSA) w badaniu percepcji zagrożeń związanych z żywnością. Badania własne zrealizowane zostały z wykorzystaniem ilościowych metod badawczych tj. wywiadów bezpośrednich z konsumentami, z zastosowaniem standaryzowanego kwestionariusza, na reprezentatywnej próbie ogólnopolskiej o liczebności 1049 respondentów w wieku powyżej 15 roku życia. Wywiady przeprowadzone zostały techniką CAPI (wywiady osobiste z użyciem komputerów przenośnych) w 2007 roku. Zakresem badania objęto określenie czynników, które wpływają na bezpieczeństwo spożywanej żywności z uwzględnieniem sposobów pozyskiwania informacji na temat bezpieczeństwa żywności oraz oceny wiarygodności wybranych źródeł informacji. Pytania dotyczące wiarygodności wykorzystywanych źródeł informacji zostały sformułowane w postaci sekwencji stwierdzeń, wobec których respondenci wyrażali określony stopień zgodności. W tym celu zastosowano 5-stopniową skalę, gdzie „1” oznaczało – zupełnie niewiarygodne źródło, a „5” - najbardziej wiarygodne źródło. Zebrane dane pierwotne zostały zanalizowane z wykorzystaniem programu do analizy statystycznej SPSS. Dane zebrane na zlecenie EFSA pochodzą z badania EUROBAROMETR, które zostało przeprowadzone wśród konsumentów ze wszystkich krajów Unii Europejskiej w II kwartale 2010 roku. W badaniu tym podobnie jak w badaniu własnym wykorzystano podejście ilościowe tj. wywiady bezpośrednie z konsumentami ze wszystkich krajów Unii Europejskiej, w tym 1000 osobową próbą polskich konsumentów.

## WYNIKI I ICH OMÓWIENIE

Spośród ogółu respondentów objętych badaniem własnym zaledwie 19% zadeklarowało, że poszukuje informacji na temat bezpieczeństwa żywności. Najczęściej informacji z tego zakresu poszukiwały kobiety (21%), osoby w wieku od 40 do 49 roku życia (16%). Zmienną, która wpływa na zainteresowanie tego typu informacjami jest również poziom wykształcenia. Respondenci z wykształceniem wyższym zdecydowanie częściej wskazywali, że poszukują informacji na temat bezpieczeństwa żywności i odsetek takich osób wyniósł 25%. W przypadku osób z wykształceniem podstawowym zaledwie 15% przyznało, że poszukuje tego typu informacji. Jako podstawowe źródło informacji na temat bezpieczeństwa żywności wskazywano media tj. gazety i czasopisma (69%) oraz programy telewizyjne (65%) (ryc. 1). W mniejszym stopniu w poszukiwaniu informacji na temat bezpieczeństwa żywności konsumenci korzystali ze źródeł osobistych takich jak rodzina i znajomi (17%), które uzyskały taki sam odsetek wskazań jak źródła internetowe. Najbardziej wśród źródeł informacji wymieniano etykietę produktu oraz literaturę fachową. Stwierdzono istotne statystycznie zróżnicowanie odpowiedzi w zależności od poziomu wykształcenia respondentów. Gazety i czasopisma wymieniane były najczęściej przez osoby legitymujące się średnim (76% wskazań) i wyższym poziomem wykształcenia (80% wskazań). Respondenci z wykształceniem

podstawowym wskazywali częściej na programy telewizyjne jako źródło informacji na temat bezpieczeństwa żywności (77% wskazań). Informacje przekazywane przez rodzinę i znajomych wymieniały najczęściej jako główne źródło informacji osoby z wykształceniem zasadniczym. Internet oraz literaturę fachową wskazywali z kolei najczęściej respondenci z wyższym poziomem wykształcenia. Pozostałe zmienne społeczno-demograficzne nie miały istotnego wpływu na częstotliwość korzystania z objętych badaniem źródeł informacji o bezpieczeństwie żywności. W celu dokonania oceny wiarygodności źródeł informacji na temat bezpieczeństwa żywności wybrano źródła informacji reprezentujące środowisko nauki „naukowcy”, instytucje odpowiedzialne za kwestie kontroli żywności „urzędy kontroli żywności”, organizacje konsumenckie, producentów żywności oraz dystrybutorów „handlowcy”. Uwzględniono również kategorię „rodzina” oraz „znajomi”. Analiza rozkładu odpowiedzi na to pytanie wskazuje, że w największym stopniu konsumenci obdarzali zaufaniem rodzinę, która w literaturze przedmiotu wskazywana jest najczęściej jako podstawowe źródło informacji na temat żywności i żywienia (ryc. 2) (2).

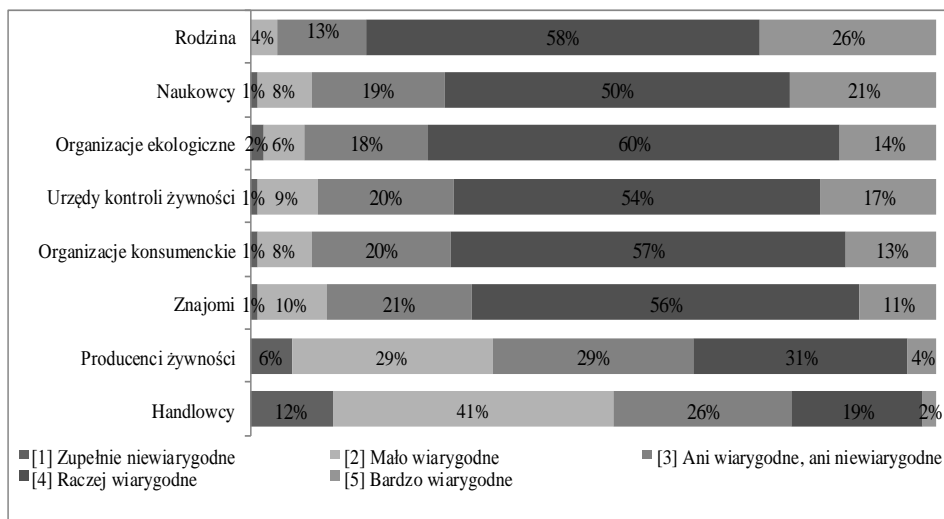


Ryc. 1. Deklarowane przez konsumentów źródła informacji o bezpieczeństwie żywności (%). Źródło: badanie własne.

Fig. 1. Declared by consumers information sources about food safety (%). Source: own research.

Naukowcy jako najbardziej wiarygodne źródło informacji (ocena 5 ze skali 5-stopniowej) wskazywani byli przez 25% badanych, z urzędy kontroli żywności przez 17%. Organizacje ekologiczne wskazywało 14% respondentów, a organizacje konsumenckie 13%. Najwyższy odsetek negatywnych ocen wiarygodności źródeł informacji wyrażonych stwierdzeniem „zupełnie niewiarygodne” odnotowano w

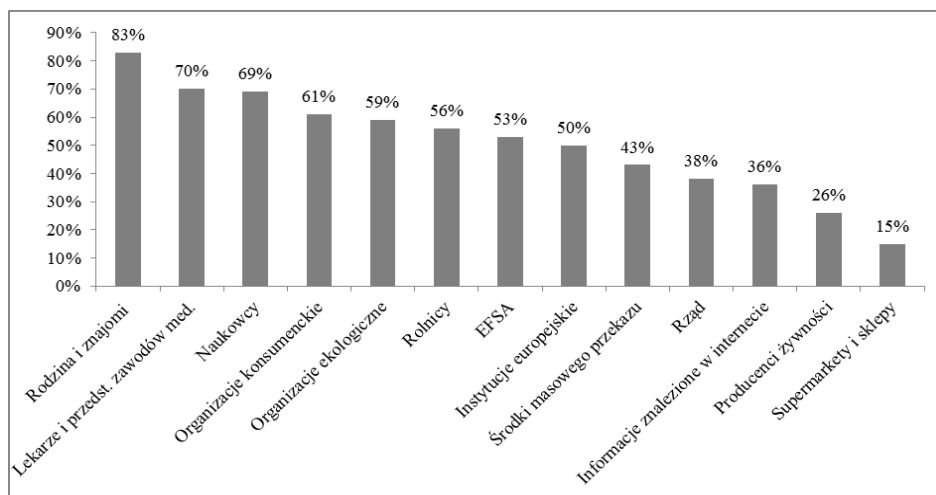
przypadku handlowców (12%), a producentów żywności za zupełnie niewiarygodnych uznało 6% respondentów (ryc. 2).



Ryc. 2. Ocena wiarygodności wybranych źródeł informacji na temat bezpieczeństwa żywności. Źródło: Badanie własne.

Fig. 2 Credibility assesment of selected sources of information on food safety. Source: own research.

Rodzina jako najbardziej wiarygodne źródło informacji na temat bezpieczeństwa żywności wskazywana była częściej przez osoby z wykształceniem podstawowym i zasadniczym zawodowym. W odniesieniu do pozostałych zmiennych społeczno-demograficznych nie odnotowano w przypadku tego źródła informacji istotnych statystycznie różnic. Kobiety, osoby z wykształceniem średnim i wyższym oraz respondenci w wieku do 29 roku życia zdecydowanie wyżej jako wiarygodne ocenili informacje pochodzące od organizacji ekologicznych. Najbardziej sceptycznie w stosunku do wiarygodności informacji pochodzących od organizacji ekologicznych odniosły się osoby najstarsze i z niższym poziomem wykształcenia. Z kolei naukowcy jako wiarygodne źródło informacji zostali wyżej ocenieni przez osoby w wieku od 40 do 49 roku życia. W przypadku urzędów kontroli zaobserwowano, że ocena wiarygodności tego źródła informacji była najwyższa wśród osób legitymujących się średnim poziomem wykształcenia oraz wyższym. Interesujące pogłębienie i uzupełnienie wyników badań własnych stanowią dane zebrane we wszystkich krajach członkowskich na zlecenie EFSA (3).



Ryc. 3. Zaufanie do wybranych źródeł informacji przez polskich konsumentów w badaniu na zlecenie EFSA (% wskazań). Źródło: Special Eurobarometer 365 Food Risk. European Commission, November 2010.

Fig. 3. Trust in information sources on food safety in the opinion of Poles in the survey ordered by EFSA (% of indication). Source: Special Eurobarometer 365 Food Risk. European Commission, November 2010.

Analiza wyników tego badania wskazuje, że najczęściej informacje dotyczące zagrożeń zdrowotnych docierają do konsumentów europejskich z mediów. Ponad 60% badanych przyznało, że w ciągu ostatnich 6 miesięcy dotarły do nich informacje o niebezpiecznej żywności. Spośród respondentów, którzy przypomnieli sobie informacje pochodzące z mediów dotyczące bezpieczeństwa żywności, ponad połowa deklaruwała, że na skutek tych informacji podjęła określone działania np. zmieniła swój sposób żywienia i unikała spożywania określonych produktów czasowo (37%) lub stale (16%). W badaniu tym konsumenci zostali poproszeni o ocenę zaufania do wybranych źródeł informacji w sytuacji wystąpienia zagrożenia tj. stwierdzenia w regularnie spożywanej przez konsumenta żywności (np. ryba, kurczak lub sałatka) poważnego zagrożenia dla zdrowia związanego z bezpieczeństwem żywności. Uzyskane dane wskazują, że w takich okolicznościach tj. skonfrontowania się przez konsumentów bezpośrednio z zagrożeniem zdrowotnym odnoszących się do często spożywanego produktu czy też potrawy, największym zaufaniem konsumenci z krajów Unii Europejskiej obdarzają informacje uzyskane od lekarzy i innych pracowników służby zdrowia (84%), rodziny i przyjaciół (82%), organizacji konsumenckich (76%), naukowców (73%) i grup zajmujących się ochroną środowiska (71%) (ryc. 3). Krajowe urzędy działające w sferze zapewnienia bezpieczeństwa żywności i EFSA oraz instytucje UE wymieniało jako zaufane źródła informacji odpowiednio 64% i 57% badanych. Nieco niższy odsetek badanych obdarzył zaufaniem władze państwowe (47%). Najniższy poziom zaufania odnotowano w przypadku informacji pochodzących ze źródeł internetowych, od przedstawicieli handlu detalicznego (supermarkety i inne sklepy) oraz producentów żywności. Polscy konsumenci mniejszym zaufaniem

aniżeli ogół konsumentów Unii Europejskiej obdarzają lekarzy i przedstawicieli innych zawodów medycznych (70%), a częściej wskazują na rodzinę i znajomych jako wiarygodne źródła informacji na temat zagrożeń związanych z żywnością. Organizacje konsumenckie oraz działające na rzecz ochrony środowiska w mniejszym stopniu traktowane są przez polskich konsumentów jako zaufane źródło informacji aniżeli przez konsumentów z innych krajów Unii Europejskiej. Zdecydowanie niżej ocenili polscy konsumenci również handlowców (supermarkety, sklepy), którzy za zaufane źródło informacji uznani zostali przez zaledwie 15% badanych. Uzyskane wyniki badań własnych oraz dane zgromadzone w nadaniu na zlecenie EFSA wskazują, że konsumenci w największym stopniu obdarzają zaufaniem rodzinę jako źródło informacji na temat bezpieczeństwa żywności. Tym samym informacje pochodzące ze źródeł osobistych w większym stopniu wpływają na zaufanie do bezpieczeństwa żywności aniżeli informacje przekazywane przez źródła formalne takie, jak instytucje i organizacje zaangażowane w kwestie bezpieczeństwa żywności czy też środowisko nauki. Jednocześnie należy podkreślić, że to właśnie źródła formalne, w tym między innymi media wskazywane są jako najczęściej wykorzystywane źródła informacji na temat bezpieczeństwa żywności. Taka hierarchizacja wiarygodności źródeł informacji z zakresu bezpieczeństwa żywności wskazuje, że polscy konsumenci podobnie jak konsumenci w innych krajach Europy w sytuacji poczucia zagrożenia związanego z żywnością w większym stopniu polegają na informacjach pochodzących od bliskich im osób, które obdarzają zaufaniem. Mniejsze oddziaływanie przypisują ekspertom z tego zakresu. Zróżnicowane zaufanie do źródeł informacji należy rozpatrywać w kontekście komunikowania zagrożeń związanych z żywnością. *Frewer* (4) podkreśla, że rodzaj źródła informacji na temat ryzyka związanego z żywnością ma kluczowe znaczenie dla budowania zaufania. Jeśli informacje na temat czynników ryzyka upowszechniane są przez źródła, które konsumenci postrzegają jako mało wiarygodne ze względu na np. potencjalny konflikt interesów, informacje pochodzące z tych źródeł mogą zwiększyć awersję do ryzyka. Podobna sytuacja może mieć miejsce jeśli informacje na temat zagrożeń związanych z żywnością nie uwzględniają potrzeb informacyjnych konsumentów. Związane jest to zaobserwowaną w badaniach nad percepcją ryzyka rozbieżnością pomiędzy tzw. ekspertami i laikami (5). *Slovic* (5) podkreśla, że ocena ryzyka dokonywana przez laików odbiega od dokonywanej przez ekspertów, co w rezultacie wpływa na możliwości skutecznego komunikowania ryzyka związanego z żywnością. W badaniach polskich konsumentów również zaobserwowano, że istnieją rozbieżności pomiędzy subiektywnie odczuwanymi obawami konsumentów w związku ze spożywaniem wybranych rodzajów żywności, a obiektywnymi danymi inspekcji kontrolnych nt. zdyskwalifikowanych próbek różnego rodzaju żywności (6). Potwierdza to odnotowane w literaturze przedmiotu znaczenie tzw. wiedzy subiektywnej, która w większym stopniu może wpływać na zachowania konsumentów w odniesieniu do stwierdzonych zagrożeń związanych z żywnością aniżeli obiektywne dane np. upowszechniane przez instytucje odpowiedzialne za kontrolę żywności. Zagadnienie znaczenia wiedzy subiektywnej jest mało rozpoznane w badaniach polskich konsumentów. Natomiast z badań *Gellynck* i wspóln. (7) wynika, że odczuwana niepewność w odniesieniu do jakości i

bezpieczeństwa mięsa implikowana między innymi negatywnymi doniesieniami na temat bezpieczeństwa tej kategorii produktów, nie powoduje automatycznie aktywnego poszukiwania informacji. Subiektywna wiedza jest niejednokrotnie lepszym predyktorem zmian jakich konsumenci mogą dokonać w odniesieniu do spożycia obciążonego ryzykiem produktu aniżeli obiektywna wiedza. Tym samym przekazywanie istotnych z punktu widzenia bezpieczeństwa żywności informacji wymaga podejścia uwzględniającego różnorakie czynniki związane z pozyskiwaniem i przetwarzaniem informacji przez jednostki. *Verbeke* (8) uważa, że w komunikowaniu kwestii związanych z żywnością należy dobrze rozpoznać zapotrzebowanie na informacje i zaangażowanie w poszukiwanie informacji na temat bezpieczeństwa żywności w różnych grupach konsumentów. Należy opracować strategie komunikowania kwestii związanych z bezpieczeństwem żywności uwzględniając skłonność do poszukiwania informacji, zaufanie do różnych źródeł informacji oraz preferencje konsumentów w tym zakresie.

## WNIOSKI

1. Na podstawie analizy wyników badań własnych można stwierdzić, że niewielki odsetek konsumentów jest zainteresowany poszukiwaniem informacji na temat bezpieczeństwa żywności. Zaangażowanie w poszukiwanie informacji z tego zakresu warunkowane jest płcią i poziomem wykształcenia

2. Źródła formalne takie jak gazety i czasopisma są wskazywane najczęściej jako źródła informacji o bezpieczeństwie żywności. Zarówno wyniki badań własnych, jak i dane zgromadzone przez Europejski Urząd ds. Bezpieczeństwa Żywności wskazują, że najbardziej wiarygodnym źródłem informacji o bezpieczeństwie żywności w opinii polskich konsumentów jest rodzina. Najniższym poziomem zaufania obdarzani są producenci i dystrybutorzy żywności.

3. Wśród zmiennych społeczno-demograficznych szczególnie poziom wykształcenia i wiek różnicował opinie konsumentów. Odnotowano, że konsumenci o wyższym poziomie wykształcenia za bardziej wiarygodne uznawali informacje pochodzące ze źródeł zewnętrznych, z kolei konsumenci z niższym poziomem wykształcenia w większym stopniu polegają na informacjach uzyskanych od rodziny.

4. Uzyskane wyniki badań wskazują na konieczność dalszej eksploracji zagadnień związanych z poszukiwaniem i przetwarzaniem informacji na temat bezpieczeństwa żywności przez polskich konsumentów tak, aby kreować skuteczne strategie komunikowania tych kwestii i zwiększać zaufanie do żywności.

S. Żakowska-Biemans

## INFORMATION SOURCES ABOUT FOOD SAFETY AND TRUST ASSIGN TO THEM

### Summary

The paper is an attempt to determine the interest of Polish consumers in seeking for information on food safety, the sources of information they use about food safety and trust which is given to the selected

sources of information in this field. The results of the study allow to conclude that Polish consumers are not actively seeking information related to food safety. Formal sources such as newspapers and magazines are usually indicated as a main source of information on this issue. Both the results of the study and data collected by the European Food Safety Agency (EFSA) show that the most credible source of information on food safety in the opinion of Polish consumers is the family. institutions and organizations responsible for communicating issues related to food safety are to a lesser extent regarded as a credible sources of information on food safety. Among the socio-demographic variables particularly level of education and age differentiated consumer trust in information sources. It was noted that consumers with higher levels of education regarded as more credible information from external sources, while consumers with lower levels of education rely more on information obtained from the family. The results indicate a need to further explore the issue of factors affecting the communication of food safety, especially the cognitive processes associated with acquiring and processing information on food safety by Polish consumers.

#### PIŚMIENNICTWO

1. *Frewer L.J., Howard C., Hedderley D., Shepherd R.*: What determines trust in information about food-related risks? Underlying psychological constructs. *Risk Anal.*, 1996; 16(4):473-86.
2. *Gutkowska K. Ozimek I.*: Wybrane aspekty zachowań konsumentów na rynku żywności. Wydawnictwo SGGW, Warszawa, 2005.
3. *Special Eurobarometer 365 Food Risk*. European Commission, November 2010.
4. *Frewer L.*: The public and effective risk communication. *Toxicol. Lett.*, 2004; 149: 391-397.
5. *Slovic P.*: The perception of risk. London: Sterling VA. Earthscan Publications, London, 2000.
6. *Ozimek I., Gutkowska K., Żakowska-Biemans S.*: Postrzeganie przez konsumentów ryzyka związanego ze spożywaniem poszczególnych produktów żywnościowych. *Żyw. Człow. Metab.*, 2007; 34(1/2): 294-300.
7. *Gellynck X., Verbeke W., Vermeire B.*: Pathways to increase consumer trust in meat as a safe and wholesome food. *Meat Sci.*, 2006; 74:161-171.
8. *Verbeke W.*: Impact of communication on consumers' food choices. *Proc. Nutr. Soc.*, 2008; 67(3): 281-288.

Adres: 02-776 Warszawa, ul. Nowoursynowska 159c.