

Magdalena Us, Stanisław Kondracki

Państwowa Szkoła Wyższa im. Papieża Jana Pawła II w Białej Podlaskiej

ZNACZENIE PROGRAMU „POZNAJ DOBRĄ ŻYWNOŚĆ” DLA DECYZJI PRODUCENCKICH NA KRAJOWYM RYNKU ŻYWNOŚCIOWYM

Streszczenie

Podjęto badania mające na celu zbadanie znaczenia programu „Poznaj Dobrą Żywność” dla decyzji producenckich na krajowym rynku żywnościowym, określenie motywów którymi kierują się producenci podczas ubiegania się o wyróżnienie znakiem oraz sposobów i metod promocji produktów wyróżnionych Znakiem Programu. Przeprowadzono badania ankietowe z wykorzystaniem metody sondażu diagnostycznego. Badania przeprowadzono w okresie od 5 kwietnia 2014 roku do 15 maja 2014 roku, na próbie sondażowej liczącej 30 osób będących przedstawicielami firm, których produkty uzyskały znak „Poznaj Dobrą Żywność”. Próbie sondażową wyłoniono metodą doboru celowego. Wykazano, że producenci przy decyzji ubiegania się o znak „Poznaj Dobrą Żywność” kierują się prestiżem i uznaniem znaku wśród konsumentów. Producenci wykorzystują znak do promocji swoich wyrobów podczas targów i wystaw branżowych oraz w broszurach informacyjnych. Stwierdzono, że po przystąpieniu do Programu producenci obserwują wzrost sprzedaży produktów wyróżnionych znakiem „Poznaj Dobrą Żywność”.

Słowa kluczowe: jakość żywności, program PDŻ

Wstęp

Jakość żywności ma ważne znaczenie w decyzjach konsumentów. W odniesieniu do żywności jakość oznacza stopień, w jakim produkt spełnia oczekiwania konsumenta [Becker 2000, Baryłko-Pikielna i Wasiak-Zys 2004]. Podstawowym wymaganiami konsumentów żywności jest jej jakość oraz bezpieczeństwo i higiena. Konsumenty chcą być pewni, że zakupiona żywność jest pełnowartościowa i nie szkodzi zdrowiu [Łeba 2008]. Konsumenty różnią się jednak wieloma cechami, w tym cechami demograficznymi, takimi jak: wiek, płeć, stan rodzinny i cechami socjoekonomicznymi, jak na przykład: wykonywany zawód, wykształcenie, pozycja społeczna, poziom zamożności oraz innymi [Venkatraman i Price 1990, Gatignon i Robertson 1991, Gutkowska i Ozimek 2005, Kowalczyk 2011]. Z tego powodu jakość żywności dla poszczególnych osób może mieć różne znaczenie. W określaniu jakości produktów żywnościowych pomocne są standardy certyfikacji, procedury monitoringu na różnych etapach produkcji, procedury dbałości o produkt, system śledzenia i związane z nimi właściwe znakowanie produktów [Early 1998, Caswell 2006].

Głównymi celami unijnej polityki jakości żywności są: promowanie zróżnicowanej produkcji rolnej, ochrona nazw produktów przed nadużywaniem i imitacją oraz pomaganie konsumentom w zrozumieniu szczególnego charakteru zarejestrowanych produktów.

W Polsce jednym z wyznaczników wysokiej jakości produktów żywnościowych jest Program „Poznaj Dobrą Żywność”. Program ten prowadzony jest przez Ministerstwo Rolnictwa i Rozwoju Wsi. Jego głównym celem jest promocja produktów wyróżniających się na rynku wysoką jakością. Głównym zadaniem Programu „Poznaj Dobrą Żywność” jest dostarczenie konsumentom sprawdzonej informacji o spełnianiu przez produkt zaostrożonych wymogów jakościowych, dodatkowych lub specyficznych cech, które potwierdzone są przez niezależne organy lub organizacje kontrolne [art. 13 i 14 Ustawy z dnia 21 grudnia 2000 r. o jakości artykułów rolno-spożywczych].

Program „Poznaj Dobrą Żywność” realizuje cel wspólnotowej polityki w zakresie żywności, polegający na poszerzaniu obszaru wysokiej jakości i różnorodności żywności na Wspólnym Rynku [<http://www.minrol.gov.pl/pol/Jakosc-zywnosci/Poznaj-Dobra-Zywnosc>, dostęp z dnia 20.12.2013 r.]. O znak Programu mogą ubiegać się producenci: mięs i produktów mięsnych, mleka i produktów mlecznych, ryb, owoców morza, jaj i przetworów jajczarskich, miodów, tłuszczów spożywczych, przetworów zbożowych, strączkowych i okopowych, owoców, warzyw, wyrobów cukierniczych i ciastkarskich, ziół i przypraw, środków spożywczych specjalnego przeznaczenia żywieniowego, wyrobów mieszanych i przetworzonych, wody i napojów alkoholowych [Ministerstwo Rolnictwa i Rozwoju Wsi 2012].

Udział w Programie „Poznaj Dobrą Żywność” jest dobrowolny, bezpłatny oraz otwarty dla każdego przedsiębiorcy. Warunkiem uczestnictwa w Programie „Poznaj Dobrą Żywność” jest udokumentowanie procedur wdrożenia systemów zarządzania bezpieczeństwem żywnościowym, udokumentowanie wyróżniającej jakości produktu ubiegającego się o znak Programu „Poznaj Dobrą Żywność”, wdrożenie procedur identyfikowalności produktu wraz z procedurą wycofania produktu niezgodnego z wymaganiami rynku, zastosowanie surowców o wyróżniającej się jakości na rynku, ograniczenie do minimum stosowania dozwolonych substancji dodatkowych oraz dołączenie fotografii produktu wraz z etykietą [Gulbicka 2012]. Znak Programu „Poznaj Dobrą Żywność” przyznawany jest na podstawie kryteriów opracowanych przez Kolegium Naukowe do spraw jakości produktów żywnościowych.

Oznaczenie znakiem „Poznaj Dobrą Żywność” ma na celu podnoszenie zaufania konsumenta do produktu żywnościowego poprzez informację o jego wysokiej i stabilnej jakości. Warunkiem przyznania Znaku „Poznaj Dobrą Żywność” jest spełnienie wymagań jakościowych dla wyrobów oraz surowców. Surowce stosowane w produkcji powinny być najwyższej jakości, powinny posiadać aktualne atesty jakościowe, dopuszczalna zawartość zanieczyszczeń musi być zgodna z obowiązującym porządkiem prawnym, a opakowania produktów powinny zapewniać właściwą jakość i trwałość wyrobu.

W celu zapewnienia wysokiej jakości i trwałości wyrobów objętych Programem „Poznaj Dobrą Żywność”, znak przyznawany jest na czas określony. Maksymalny okres obowiązywania znaku wynosi 3 lata, gdy znak nadawany jest produktowi po raz pierwszy lub 5 lat, gdy znak nadawany jest produktowi po raz kolejny.

Znak „Poznaj Dobrą Żywność” może być uchylony przed upływem okresu ważności przez Kolegium Naukowe do spraw jakości żywności, zgodnie z Regulaminem Kolegium. Wszystkie produkty objęte Programem „Poznaj Dobrą Żywność” są wykazywane w rejestrze produktów Programu.

Celem niniejszej pracy jest zbadanie znaczenia Programu „Poznaj Dobrą Żywność” dla decyzji producenckich na krajowym rynku żywnościowym, określenie motywów, jakimi kierują się producenci podczas ubiegania się o wyróżnienie znakiem oraz sposobów i metod promocji produktów wyróżnionych Znakiem. W pracy analizowano wpływ przyznania znaku „Poznaj Dobrą Żywność” na sprzedaż wyróżnionych wyrobów i zbadano źródła wiedzy na temat Programu.

Material i metody

W pracy zastosowano metodę sondażu diagnostycznego, w którym wykorzystano kwestionariusz ankiety. Dokonano badania ankietowego. Badanie sondażowe zostało przeprowadzone w okresie od 5 kwietnia do 15 maja 2014 roku. Kwestionariusz ankiety zawierał pytania dotyczące motywów, jakimi kierowali się producenci przy ubieganiu się o wyróżnienie znakiem „Poznaj Dobrą Żywność”, sposobów promocji wyrobów objętych Programem i form wykorzystania znaku „Poznaj Dobrą Żywność” do promocji produktów. Próba sondażowa liczyła 30 osób. Wśród ankietowanych byli przedstawiciele firm, których produkty uzyskały znak „Poznaj Dobrą Żywność”. Próbie, na której przeprowadzono badania wyłoniono metodą doboru celowego. Badanie ankietowe obejmowało badanie motywacji przystąpienia do Programu „Poznaj Dobrą Żywność”, znaczenie znaku PDŻ dla producentów, sposoby i metody przedstawiania znaku PDŻ przez beneficjentów znaku.

Dane z badań ankietowych opracowano i poddano analizie. Na tej podstawie oszacowano opinie beneficjentów Programu „Poznaj Dobrą Żywność”.

Wyniki

Badanie sondażowe zostało przeprowadzone w okresie od 5 kwietnia do 15 maja 2014 roku. W doborze celowym wyłoniono 58 ankietowanych, których stanowiły firmy posiadające znak „Poznaj Dobrą Żywność”. Ankiety wypełniło 30 firm z różnych branż objętych Programem.

W tabeli 1 przedstawiono udział poszczególnych grup producentów w badaniu ankietowym.

Tabela 1. Udział badanych producentów według branż objętych Programem „Poznaj Dobrą Żywność”

Branża	Liczba ankietowanych
Mięsa i produkty mięsne	5
Mleko i produkty mleczne	9
Ryby, owoce morza i ich przetwory	0
Jaja i przetwory jajczarskie	0
Miody	2
Tłuszcze spożywcze	1
Przetwory zbożowe, strączkowe i okopowe	2
Owoce, warzywa, grzyby i ich przetwory	5
Wyroby cukiernicze i ciastkarskie	0
Zioła i przyprawy	1

Środki spożywcze specjalnego przeznaczenia żywieniowego	0
Wyroby mieszane i przetworzone na bazie wyżej wymienionych	1
Wody i napoje bezalkoholowe	0
Napoje alkoholowe	1
Inne	3

Z danych zawartych w tabeli 1 wynika, że największą grupę ankietowanych stanowili przedstawiciele firm z branży mleczarskiej (30%) oraz mięsnej (17%), a także producenci owoców, warzyw i grzybów (17%). Ankiety nie zdecydowali się wypełnić przedstawiciele branż: ryby, owoce morza i ich przetwory, jaja i przetwory jajczarskie, wyroby cukiernicze i ciastkarskie, środki spożywcze specjalnego przeznaczenia żywieniowego oraz wody i napoje bezalkoholowe.

W tabeli 2 przedstawiono motywy, którymi kierowali się producenci decydując się na zgłoszenie produktów firmy do Programu „Poznaj Dobrą Żywność”.

Tabela 2. Motywy producentów ubiegających się o wyróżnienie produktów firmy znakiem PDŻ

Motywy	Liczba odpowiedzi
Prestiż znaku	20
Uznanie znaku wśród konsumentów	20
Nowa forma promocji	19
Konkurencja wśród producentów	6
Inne	2

Z uzyskanych danych wynika, że najwięcej firm kierowało się prestiżem znaku (30% ankietowanych) i uznaniem znaku wśród konsumentów (także 30% ankietowanych). Respondenci mogli zaznaczyć kilka odpowiedzi na to pytanie, jak również zasugerować swoje alternatywne motywy. Dwóch respondentów zaznaczyło, że znaczenie ma fakt, iż znak przyznawany jest bezpłatnie. Zatem jest on wiarygodny wśród konsumentów i to zwiększa zaufanie do produktu. Firmy traktują również udział w Programie, jako nową formę promocji firmy i swoich produktów oraz jako możliwość uzyskania przewagi w konkurencji na krajowym rynku żywnościowym. Producenci zdają sobie sprawę ze świadomości konsumentów związanej z jakością produktów żywnościowych. Obecnie konsumenci na rynku żywnościowym nie tylko zwracają uwagę na cenę, ale przede wszystkim na jakość produktów. W opinii respondentów udział w Programie zwiększa zaufanie konsumentów do producenta.

Badano także stopień wykorzystywania znaku „Poznaj Dobrą Żywność” do promocji wyrobów wyróżnionych Znakiem. Aż 97% respondentów wykorzystuje znak Programu do promocji swoich artykułów rolno-spożywczych. Jedynie jedna firma nie używa znaku do tego celu. Producent tłumaczył ten fakt krótkim okresem przynależności do Programu. Jednak zadeklarował, że znak ten będzie w perspektywie wykorzystywany do promocji wyrobów firmy. Fakt, że firmy decydują się na promocję swoich produktów z wykorzystaniem Znaku PDŻ świadczy o świadomości producentów odnośnie znaczenia

tej formy certyfikacji. Produkt posiadający znak „Poznaj Dobrą Żywność” postrzegany jest przez konsumentów, jako produkt wyróżniający się na rynku wysoką jakością i uznaniem.

W tabeli 3 przedstawiono wyniki badania sposobów wykorzystania znaku „Poznaj Dobrą Żywność” do promocji wyrobów wyróżnionych Znakiem.

Tabela 3. Sposoby wykorzystania znaku „Poznaj Dobrą Żywność” do promocji wyrobów

Sposób wykorzystania znaku PDŻ do promocji wyróżnionych wyrobów	Liczba odpowiedzi
Umieszczenie znaku „Poznaj Dobrą Żywność”, na produktach	15
Kampania telewizyjna	2
Kampania radiowa	1
Kampania reklamowa w prasie	8
Materiały informacyjne (ulotki, plakaty, roll-upy, gadżety firmowe itp.)	23
Ekspozowanie znaku podczas targów lub wystaw	29
Inne	2

Badanie to pozwoliło określić w jaki sposób producenci wykorzystują znak „Poznaj Dobrą Żywność” do promocji swoich wyrobów. Z zebranych danych wynika, że najwięcej badanych instytucji ekspozuje znak podczas targów i wystaw branżowych (36%) oraz umieszcza informacje o znaku na broszurach informacyjnych (np. ulotki, plakaty, reklama typu roll-up, gadżety firmowe itp.) – 29% ankietowanych. Kampanie radiowe i telewizyjne okazały się natomiast rzadko wykorzystywaną formą ekspozycji Znaku. Firmy wskazały też degustacje wyróżnionych wyrobów, jako nową formę promocji. Osiem firm korzystało z promocji w prasie branżowej. Działania te pozwalają firmom promować swoje produkty, jak również informują konsumentów o nadaniu produktom znaku jakości.

Zbadano również wpływ znaku „Poznaj Dobrą Żywność” na sprzedaż produktów wyróżnionych Znakiem. Osiemnaście badanych instytucji (60%) potwierdziło wpływ znaku PDŻ na wybory konsumenckie, 27% ankietowanych instytucji nie umiało określić jaki jest wpływ Znaku na decyzje konsumentów, a 4 spośród nich (13%) stwierdziło, że nie zauważa wpływu przyznania Znaku na sprzedaż produktów wyróżnionych Znakiem PDŻ. Z analizy tych danych wynika, że, przyznanie Znaku „Poznaj Dobrą Żywność” w większości przypadków zauważalnie zwiększa sprzedaż produktów badanych firm. Konsumenty chętniej sięgają po produkty potwierdzone znakiem jakości.

Podjęto również próbę określenia wpływu przyznania znaku „Poznaj Dobrą Żywność” na wizerunek produktu i marki producenta. Dwadzieścia siedem ankietowanych instytucji (90%) stwierdziło, że przyznanie Znaku poprawia wizerunek firmy, 3 instytucje (10%) nie potrafiły określić wpływu przyznania Znaku na wizerunek firmy. Żadna z badanych firm nie sformułowała natomiast odpowiedzi negatywnej, co świadczy o prestiżu Znaku wśród beneficjentów Programu Poznaj Dobrą Żywność” i o jego pozytywnym wpływie na wizerunek wyrobów oraz marki producenta.

Z analizy danych wpływu znaku „Poznaj Dobrą Żywność” na wybory konsumentów na rynku produktów rolno-spożywczych wynika, że większość ankietowanych (70%) uważa, że przyznanie produktom znaku „Poznaj Dobrą Żywność”

oddziałuje na decyzje konsumentów przy wyborze produktów żywnościowych, 27% ankietowanych nie wyraziło zdania w tej sprawie, a zaledwie 3% z nich stwierdziło, że znak PDŻ nie wpływa na wybory konsumenckie. Zauważono, że Producenci odnotowują wzrost sprzedaży produktów wyróżnionych znakiem „Poznaj Dobrą Żywność” i wpływ tego znaku na wybory konsumenckie na całym rynku żywnościowym. W tabeli 4 zestawiono wyniki badania beneficjentów Programu na temat źródeł pozyskiwania wiedzy o Programie „Poznaj Dobrą Żywność”.

Tabela 4. Źródła wiedzy o Programie „Poznaj Dobrą Żywność”

Źródło wiedzy o Programie PDŻ	Liczba odpowiedzi
Radio	0
Prasa	3
Telewizja	3
Targi i wystawy	12
Strona internetowa Ministerstwa Rolnictwa i Rozwoju Wsi	17
Konferencje i szkolenia branżowe	4
Nie pamiętam	6
Inne	2

Z danych z tabeli 4 wynika, że najwięcej badanych instytucji pozyskuje informacje o Programie ze strony internetowej Ministerstwa Rolnictwa i Rozwoju Wsi. Takich instytucji było 17, co stanowiło 36% wszystkich respondentów. Ważnym źródłem informacji o programie są także targi i wystawy rolnicze, które były źródłem informacji o Programie dla 26% ankietowanych przedsiębiorstw. W mniejszym stopniu informacje o Programie pozyskiwane były z prasy, telewizji oraz z konferencji i szkoleń branżowych. Oprócz sugerowanych wariantów odpowiedzi jako źródło informacji o Programie ankietowani wskazywali również pisemną informację o Programie skierowaną z Ministerstwa Rolnictwa i Rozwoju Wsi. Jako źródło wiedzy o Programie niektórzy respondenci wskazywali też fakt wyróżnienia Znakiem produktów innych (konkurencyjnych) firm. Widoczne jest zatem, że obserwują oni rynek żywnościowy oraz działania konkurencji.

Podsumowanie

Program „Poznaj Dobrą Żywność” nadaje produktom żywnościowym szczególną rangę, ułatwiając jednocześnie konsumentom wybór produktów rolno-spożywczych na krajowym rynku żywnościowym. Producenci ubiegając się o przyznanie znaku mają na celu podniesienie rangi swoich produktów oraz poprawę wizerunku marki. Firmy, których produkty posiadają znak „Poznaj Dobrą Żywność” przekazują konsumentom rzetelną informację o jakości swoich wyrobów oraz zwiększają zaufanie konsumentów. Przeprowadzone badania oraz zdobyte na tej podstawie doświadczenie pozwoliły wysnuć następujące konkluzje:

1. Znak Programu „Poznaj Dobrą Żywność” jest rozpoznawalny wśród konsumentów, a jego obecność na produkcie żywnościowym w znacznym stopniu wpływa na wybór konsumencki.

2. Jakość produktów żywnościowych i ich oznakowanie ma duże znaczenie dla producentów, dlatego coraz częściej ubiegają się oni o certyfikaty jakości.
3. Motywami ubiegania się o przyznanie znaku „Poznaj Dobrą Żywność” są: prestiż i uznanie znaku wśród konsumentów oraz znaczenie znaku dla promocji produktów firmy.
4. Producenci wykorzystują znak „Poznaj Dobrą Żywność” do promocji wyrobów, przede wszystkim w formie eksponowania znaku podczas targów i wystaw branżowych, poprzez zamieszczanie logo znaku na materiałach promocyjnych i wyeksponowanie go w kampaniach telewizyjnych.
5. Wyróżnienie znakiem „Poznaj Dobrą Żywność” wpływa na wzrost sprzedaży produktów i poprawia wizerunek produktów i marki firmy.

Piśmiennictwo

1. Baryłko-Pikielna N., Wasiak-Zys G., 2004: Jakość żywności z perspektywy współczesnego konsumenta. W: Wybrane problemy nauki o żywieniu człowieka u progu XXI wieku. Red. A. Brzozowska i K. Gutkowska. Wyd. SGGW, Warszawa: 321-326.
2. Becker T., 2000: Consumer perception of fresh meat quality: a framework for analysis. Br. Food J. 3(102): 158-176.
3. Caswell J.A., 2006: Quality assurance, information, tracking, and consumer labeling. Marine Pollution Bulletin. 53: 650-656.
4. Early R., 1998: Farm assurance – benefit of burden? J. Royal Agric. Soc. 159: 32-43.
5. Gatignon H., Robertson T.S., 1991: Innovative decision process. In: Handbook of Consumer Behaviour. Englewood Cliffs. Eds. Robertson T.S. Kas-sarjian H.H. Prentice Hall, New York.
6. Gulbicka B., 2012: Podstawowe regulacje prawne i promocja żywności tradycyjnej i regionalnej w Polsce. Wyd. IERiGŻ-PIB, Warszawa, 18: 110-111.
7. Gutkowska K., Ozimek I., 2005: Wybrane aspekty zachowań konsumentów na rynku żywności. Wyd. SGGW, Warszawa.
8. Kowalczyk I., 2011: Innowacyjna żywność w opinii konsumentów i producentów. Wyd. SGGW, Warszawa.
9. Łeba S., 2008: Jakość konsumencka jako wyzwanie dla producentów żywności. W: Sikora T. Koncepcje zarządzania jakością. Doświadczenia i perspektywy. Wyd. Nauk. PTTŻ, Kraków: 631.
10. Ministerstwo Rolnictwa i Rozwoju Wsi, 2012: Katalog Poznaj Dobrą Żywność 2012, Wyd. MRiRW Departament Promocji i Komunikacji, Warszawa.
11. Venkatraman M., Price L., 1990: Differentiating between cognitive and sensory innovativeness: concepts, measurements and implications. J. Busin. Res. 20: 293-315.
12. Ustawa z dnia 21 grudnia 2000 r. O jakości artykułów rolno-spożywczych (Dziennik Ustaw z 2005 r. Nr 187, Poz. 1577, z późn. zm.).