

# POSTRZEGANIE WEGAŃSKICH WYROBÓW WŚRÓD MŁODZIEŻY AKADEMICKIEJ

AUTORZY:  
JULIA MORGALA  
MICHALINA NAWROT  
WIKTORIA SZCZEPANIAK  
WERONIKA SZORC  
CZŁONKOWIE SKN ZMIKSOWANI  
DZIAŁAJĄCYM PRZY UNIwersYTECIE  
PRZYRODNICZYM WE WROCLAWIU



## CEL PRACY

Głównym celem badań przeprowadzonych w grudniu 2022 r. była ocena postrzegania wyrobów wegańskich przez młodzież akademicką UPWR we Wrocławiu.



UNIwersYTET  
PRZYRODNICZY  
WE WROCLAWIU

## WSTĘP

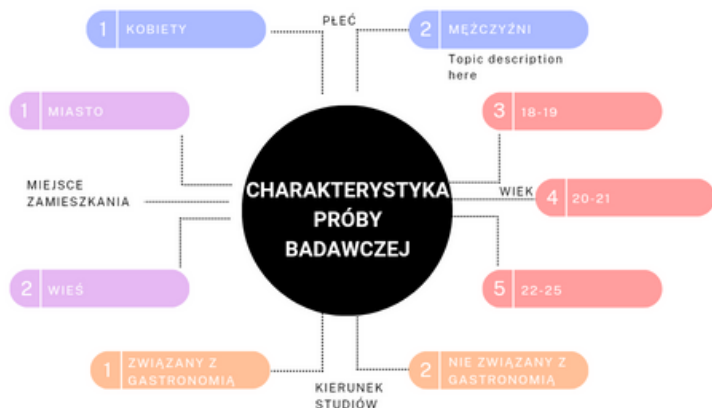
Według raportów naukowych [1] bogate kraje potrzebują ograniczenia spożycia mięsa i nabiału, aby poradzić sobie z kryzysem klimatycznym. Rośnie liczba ludzi na świecie, całkowicie wykluczających spożycie produktów zwierzęcych. Weganizm rozpowszechnia się również wśród Polaków. W ciągu ostatnich pięciu lat w Polsce odsetek nowych produktów w kategorii żywności z oświadczeniem „wegański” wzrósł z 7% do 16% [5]. Ich popularność rośnie dzięki zwiększającej się świadomości konsumentów, szczególnie ludzi młodych, co do negatywnych skutków stosowania tradycyjnej diety zawierającej nadmierne ilości produktów zwierzęcych i wysoko przetworzonych.

## METODYKA

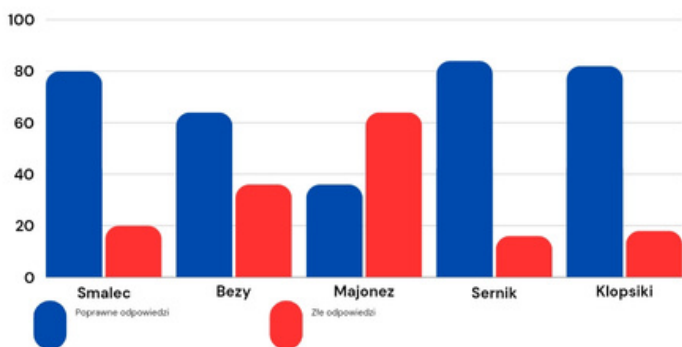
Sformułowano hipotezę badawczą – produkty wegańskie są łatwo rozpoznawalne przez studentów. Badania przeprowadzono w grudniu 2022r. wśród studentów UPWR w wieku 18–24 lat. Liczba respondentów wyniosła 50 osób. Wśród badanych przeprowadzono anonimową ankietę dotyczącą rozpoznawania przez nich 5 potraw tradycyjnych i 5 dań wegańskich przygotowanych według autorskich receptur. Zadaniem respondentów było rozpoznanie dań wegańskich. Wśród badanych dań były: smalec, burger, majonez, beza, sernik. Następnie badanych poproszono o ocenę w skali punktowej od 1 do 5 smaku, zapachu, konsystencji i wyglądu wegańskich potraw: pomidorowego piernika, pasztetu, słodkich bombek (cake popsów). Sprawdzono, czy płeć, wiek, miejsce zamieszkania i kierunku studiów miały związek ze zdolnością do rozpoznania produktów wegańskich oraz czy wpływały na wyniki oceny wybranych cech badanych produktów.

# WYNIKI

Charakterystykę badanej grupy przedstawiono na rysunku 1. Wykazano, że badani studenci łatwo rozpoznawali produkty wegańskie, a odsetek prawidłowych odpowiedzi w przypadku pięciu badanych produktów wynosił przeciętnie ok. 80% (rysunek 2). Wyjątek stanowił majonez, którego wegańską wersję poprawnie wskazało ok. 30 % respondentów (rysunek 2). Częściej prawidłowych odpowiedzi udzielali mieszkańcy miast niż wsi (rysunek 3) oraz studenci na kierunku studiów związanych z gastronomią (rysunek 4). Średnia ocena produktów wegańskich przez młodzież akademicką była pozytywna. W skali 1-5 przeważały wartości między 4-5 (tabela 1). Kobiety najgorzej oceniły zapach piernika, a mężczyźni smak i konsystencję. Mężczyźni natomiast najgorzej ocenili zapach pasztetu.



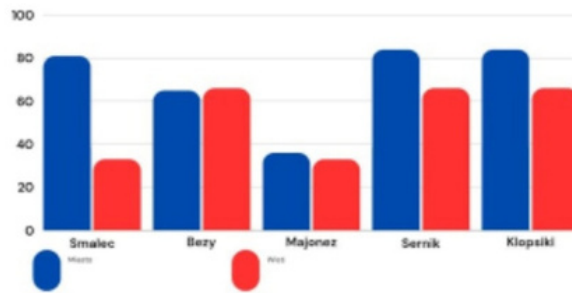
Rysunek 1. Charakterystyka grupy respondentów



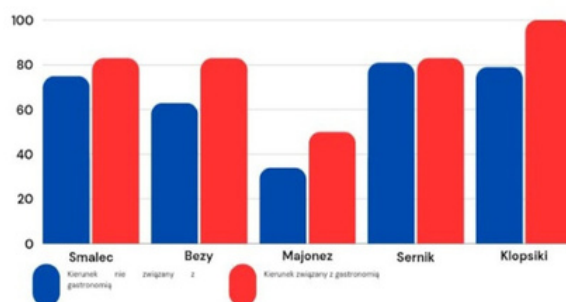
Rysunek 2. Rozpoznawanie produktów wegańskich przez respondentów

Tabela 1. Wyniki oceny punktowej wybranych wyróżników jakości wybranych produktów w zależności od płci i wieku respondentów

PLEĆ		Kobieta			Mężczyzna		
PRZEDZIAŁ WIEKOWY		19-20	21-22	23-25	19-20	21-22	23-25
ILOŚĆ BADANYCH OSÓB		6	11	10	5	7	3
Średnia z ocen piernika wegańskiego pomidorowego pod kątem:	a) wyglądu	5	5	4,9	4,8	4,9	4,3
	b) zapachu	3,8	4,5	5	4,4	4	4
	c) smaku	4,3	4,3	4,9	5	3,6	4
	d) konsystencji	4,7	4,4	4,8	4,6	4,3	3,7
Średnia z ocen pasztetu wegańskiego z ciecierzycy pod kątem:	a) wyglądu	4,7	4	4,9	4	4,6	4
	b) zapachu	4,8	4,2	4,6	4	4,3	3,7
	c) smaku	4,7	3,9	4,7	4,5	4,4	4
	d) konsystencji	4,3	4,2	4,6	4,2	4,4	4
Średnia z ocen słodkich bombek pod kątem:	a) wyglądu	4,7	4,9	4,9	4,6	5	4,7
	b) zapachu	4,7	4,4	4,7	4,2	4,9	4,7
	c) smaku	4,8	4,5	4,8	4,6	5	5
	d) konsystencji	4,6	4,5	4,8	4,2	5	5



Rysunek 3. Rozpoznawanie produktów wegańskich przez respondentów w zależności od ich miejsca zamieszkania



Rysunek 4. Rozpoznawanie produktów wegańskich przez respondentów w zależności od ich kierunku studiów

## WNIOSKI

Zdecydowana większość respondentów była w stanie rozróżnić wyroby wegańskie od niewegańskich. Smak, zapach, konsystencja oraz wygląd badanych wyrobów wegańskich była na ogół wysoko oceniana przez badanych studentów. Duży wpływ na rozróżnienie żywności wegańskiej miało miejsce zamieszkania oraz kierunek studiów. Wiek i płeć respondentów nie były związane z oceną potraw wegańskich.

## BIBLIOGRAFIA

Literatura:

- 1) Annual Report 2022, Heinrich-Boll-Stiftung, Friends of the Earth Europe
- 2) Mocarska A., Postrzeżenie wegańskiej oferty rynkowej przez konsumentów w Polsce w świetle badań ankietowych, Uniwersytet Wrocławski, Wydział Prawa, Administracji i Ekonomii, DOI 10.34616/142112
- 3) Cader P., Lesiów T., Weganizm i wegetarianizm jako diety we współczesnym społeczeństwie konsumpcyjnym, 2021, Nauki inżynierskie i technologie engineering sciences and technologies nr 37
- 4) Hever J., Dieta roślinna na co dzień, 2013, Galaktyka, Łódź
- 5) Hotspots: August 2022's Top Trends Observations, Mintel, 2022