

STUDIU ÎN RÂNDUL CONSUMATORILOR DIN REPUBLICA MOLDOVA DESPRE BAKERY FAST FOOD

Aliona MĂRIÎ

Departamentul Alimentație și Nutriție, grupa FFT-201, Facultatea Tehnologia Alimentelor, Universitatea Tehnică a Moldovei, Chișinău, Republica Moldova

Autorul corespondent: Aliona Mării, e-mail: aliona.marii@enl.utm.md

Rezumat. În cadrul lucrării a fost efectuat un sondaj cu privire la consumul de produse bakery street food, care ne-a ajutat să identificăm și să stabilim care sunt preferințele consumatorilor. Acesta reprezintă o dovadă în plus că în RM sunt persoane care consumă acest tip de produse. Majoritatea, circa 80% realizează faptul că în urma consumului frecvent apare obezitatea, diabetul, boli cardiovasculare precum și alte afecțiuni. Însă sunt și persoane care dau dovadă de dezinteres către acest domeniu alimentar, consumă ceea ce este fără o informare.

Cuvinte cheie: produse de panificație, fast-food, nutriție, kilocalorii, grăsimi, zahar, sare.

Introducere

Alimentația este un factor determinant important pentru sănătatea umană. Rădăcinile mâncării de stradă ne pot duce înapoi în istorie. Se crede că, ca primul punct de distribuție a alimentelor de stradă, a fost vândut pe străzile din Grecia antică.

Distribuirea de alimente de stradă în zonele urbane este un fenomen în creștere și la nivel mondial care determină viața noastră și are un gust senzațional de bun. Iar astăzi pe stradă alimentele sunt surse importante de alimente zilnice pentru populațiile urbane masiv [1]. Datorită schimbărilor socio-economice din multe țări, sectorul alimentar de stradă a cunoscut o creștere fenomenală în ultimele decenii și este acum recunoscut pe scară largă de alimente și agențiile de sănătate dețin o importanță pentru țările în curs de dezvoltare (FAO, OMS, IFPRI) [2].

Mâncarea de stradă este un fenomen global. În întreaga lume, street food a devenit o parte importantă a vieții de zi cu zi, ca populația locală din ce în ce luptă pentru a ține pasul cu stilul lor de viață agitat.

Factorii de risc alimentari (aportul excesiv de sare, zahăr, grăsimi și de energie) conduc la dezvoltarea factorilor de risc metabolici (tensiunea arterială crescută, nivelul crescut de colesterol, nivelul crescut al glucozei sangvine, supraponderalitatea și obezitatea). În Republica Moldova, factorii de risc alimentari au cea mai mare contribuție la povara globală a bolii [3, 4].

Pentru a putea vedea efecte vizibile, oamenii trebuie să înțeleagă că alimentația corectă și sănătoasă nu trebuie să fie ocazională, ci trebuie să fie integrată într-un stil de viață care va asigura starea generală de sănătate și longevitatea. Niciun aliment nu poate aduce, singur, toate principiile nutritive de care are nevoie organismul, ci doar o alimentație variată, moderată și echilibrată [5].

În concluzie, gustările industriale și produsele de patiserie de casă bogate în Na și grăsimi nesănătoase sunt frecvente în Chișinău. Prevenirea bolilor legate de dietă în Moldova poate beneficia de îmbunătățirea profilului nutrițional al alimentelor de stradă [6, 7].

Scopul: Determinarea opiniei populației în privința consumului de produse de tip bakery street food.

Obiective:

- Stabilirea categoriei și vârstei persoanelor care consumă frecvent produse și băuturi de tip bakery street food;
- Studiul frecvenței de consum a produselor și băuturilor din bakery street food.;
- Identificarea preferințelor consumatorilor de produse și băuturi din bakery street food.

Obiecte de cercetare

În perioada din 20.04.2021 - 25.04.2021 a fost efectuat un sondaj online cu ajutorul aplicației Google Formulare, marja de eroare fiind +/-0,5%. Sondajul respectiv a avut un scop și câteva obiective care s-au axat pe problema cercetării și a fost realizat prin intermediul unui chestionar care a inclus 17 întrebări. Chestionarul a fost distribuit, în mediul online pe site-ul de socializare, Facebook, dar și colegilor și studenților din cardul UTM.

Prima parte de întrebări din chestionar sunt legate de sex, vârstă, ocupație, venit precum și mediul de trai, care ne-a ajutat pentru atingerea primului obiectiv. În continuare celelalte întrebări se referă strict la temă și în special la atingerea scopului de bază. În total a fost obținute 104 răspunsuri care au fost prelucrate și prezentate în formă de diagrame cu structură radială, bare și coloane.

Rezultate și discuții

La sondajul realizat au participat 20,2% persoane de gen masculin și 79,8% persoane de gen feminin. Cei mai activi participanți s-au dovedit a fi persoanele cu vârsta sub 30 ani. Dintre aceste 14 participanți cu vârsta de 24 ani, 10 cu 23 ani, 9 cu 27 ani, 8 cu 25, iar cel mai tânăr a fost de 19 ani. După 30 ani au fost 6 participanți cu vârsta de 36 ani, câte 2 de 34, 35 și 45 ani. Cel mai învârstă a fost un participant de 62 ani. Participanții la sondaj au indicat ca fiind angajați 63%, 21% sunt elevi/studenti, 9% se află în concediul de maternitate iar 7% rămân a fi șomeri (Fig.1).

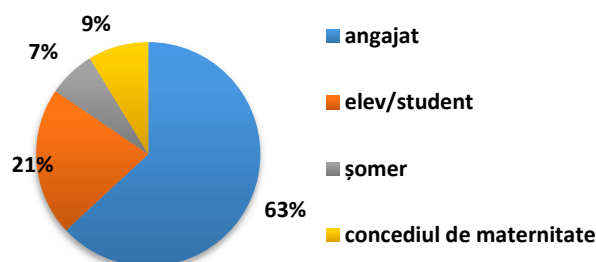


Figura 1. Răspunsuri la întrebarea *Ocupația dumneavoastră de bază*

Dintre toți participanții o valoare de 46,6% au fost cu un venit mediu, 24,3% cu un venit mic, 7% unul foarte bun, peste 8% ridicat, iar restul sau abținut de la răspuns. Majoritatea participanților sunt din Republica Moldova 81%, iar ceilalți sunt din alte țări precum Germania 7%, Franța 5%, Italia 3% și alte 4% din alte țări. Cei mai mulți participanți s-au dovedit a fi din mediul urban, cu puțin peste 70%. Pentru cei din mediul rural peste 29%. La această întrebare generală despre ce preferă să consume am primit cele mai multe răspunsuri pentru fructe și legume 74% și produse din carne 69%. De asemenea pentru produsele de patiserie au răspuns 47% iar pentru cele de cofetărie 34%. La întrebarea 8 peste 50% au reacționat cu un răspuns ocazional, iar 16,3% pentru de câteva ori pe săptămână și de câteva ori pe lună. 6% consumă zilnic iar ceilalți nu cumpără produse street food (fig.2).

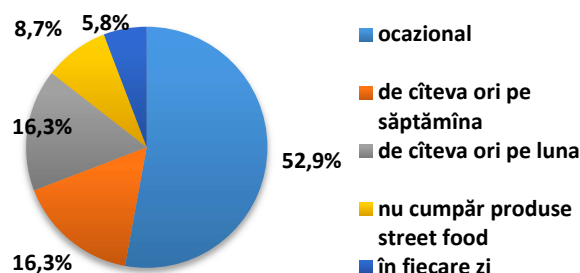


Figura 2. Răspunsuri la întrebarea *Cât de des procurați și consumați produse de patiserie și covrigi în stradă ?*

La întrebarea despre care sunt motivele pentru care cumpără aceste produse peste 50% au răspuns cu plăcere/poftă, 40% foame, iar 30% lipsă de timp.

Printre preferințele consumatorilor o majoritate (26 de răspunsuri) au indicat ca fiind pateuri/plăcinte. În preferințe intră și covrigii care au acumulat 22 de răspunsuri, iar pentru croasanti au votat 17 respondenți (fig.3).

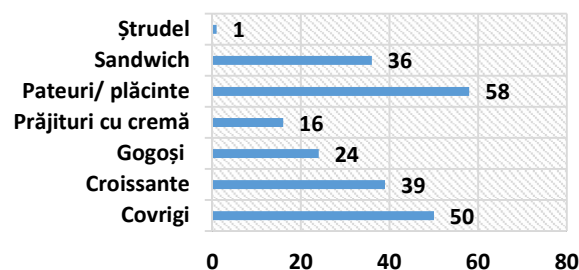


Figura 3. Răspunsuri la întrebarea *Ce preferați să cumpărați atunci când vă opriți la un butic stradal?*

Cei mai mulți participanți preferă să cumpere acest tip de produse de la întreprinderi precum „La Mămuca” au ales 66%, iar pentru „Granier” 61%. La „Covrigo” cumpără aproape 25%, „Pretzel” 20% iar la „Pan Pan” 15%.

Referitor la întrebarea cât de des servesc doar de plăcere peste 44% au răspuns uneori, 29% deseori, iar 20% rareori (fig. 4).

Preferința participanților de a cumpăra o băutură de la un butic stradal este cafea 64%. Pentru ceai au răspuns 25%, băuturi răcoritoare 20% iar sucurile 11 %.

Iar printre băuturile răcoritoare preferate din comerț cel mai mult răspunsuri îl are Coca-colo peste 40. De asemenea putem vedea în referințe și sucuri 31 de răspunsuri, iar Cappy 23 de răspunsuri. La fel au votat peste 30 de respondenți pentru apă minerală plată (fig. 5).

La întrebarea 15 am obținut 39 răspunsuri pentru preparate dulci și 31 răspunsuri pentru preparate sărate cu consum de câteva ori pe săptămână. Pentru un consum mai rar de atât am primit 51 și respectiv 48 răspunsuri. O dată pe zi am primit 4 și 11 răspunsuri.

Părerea consumatorilor în legătură cu cele mai frecvente boli alimentare întâlnite este o majoritate care înțeleg că este obezitatea, 79 de răspunsuri, iar pentru diabet zaharat o votat 66 și boli cardiovasculare 47 de respondenți (fig. 6).

La ultima întrebare care a fost despre asortimentul produselor și care este părerea despre prezentarea lor către consumatori, 49% răspund cu da, de acord cu toate cele prezentate, peste 25% nu-i interesează ce este, nu propun nici o schimbare. Alții 22% înțeleg că ceva nu-i prea bine însă doar 3 opinii au fost pentru preparatele care conțin zahăr și ar dori să fie cu conținutul mai scăzut sau chiar produse fără zahăr.

Concluzii

În urma sondajului efectuat cei mai activi participanți s-a dovedit a fi de gen feminin aproximativ 80% cu vârsta cuprinsă între 23-27 ani. Majoritatea sunt angajați 63%, cu un venit mediu 46%, din în Republica Moldova peste 80% în special mediul urban 70%.

Peste 52% din acești participanți au răspuns că cumpără produse bakery street food doar ocazional, iar câte 16,3% de câteva ori pe săptămână și de câteva ori pe lună. Principalele motive fiind poftă, foame și lipsă de timp, iar doar de plăcere servesc un desert deseori aproape 30% și peste 44% doar uneori. Iar printre preferințe au indicat produse ca plăcinte/pateuri, covrigi și croasanți care sunt cumpărate de majoritatea de la întreprinderea „La Mămuca” și „Granier”.

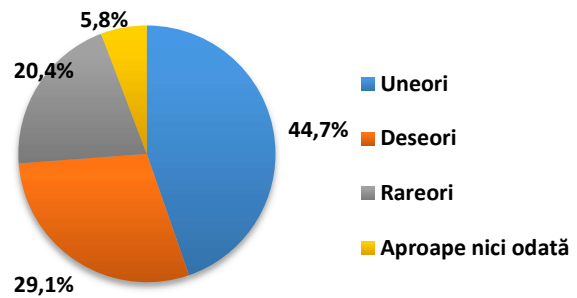


Figura 4. Răspunsuri la întrebarea Cât de des luați o gustare dulce (desert) în stradă doar de plăcere?

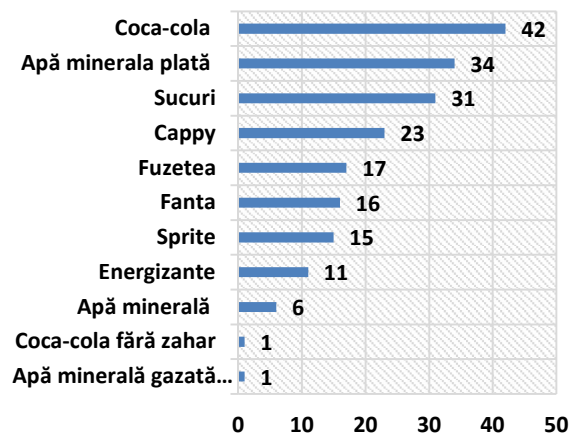


Figura 5. Răspunsuri la întrebarea Care băuturi din comerț sunt preferatele dumneavoastră?

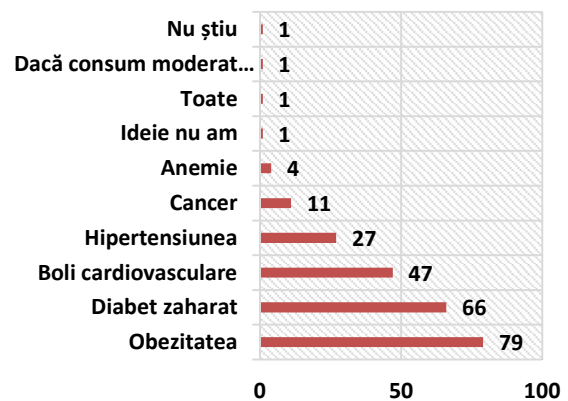


Figura 6. Răspunsuri la întrebarea Cum credeți, în urma consumării produselor de patiserie și covrigi, care sunt cele mai frecvente boli întâlnite?

Din tot asortimentul de băuturi prezentat la un butic stradal peste 64% au indicat că servesc o cafea. Însă dintre băuturile răcoritoare cele mai multe răspunsuri au fost pentru Coca-cola peste 40%. Conștienți că în urma consumului de produse bakery street food apar mai multe boli alimentare precum obezitate, diabet, boli cardiovasculare, hipertensiune ș.a. Însă viața cotidiană care este în RM și graba cu care trăiesc locuitorii face ca 49% să rămână a fi de acord cu ceea ce este astăzi în vitrină, sau chiar se arată neinteresati de această problemă. Cu o gândire spre viitor și cu propuneri pentru mici schimbări în alimentație sunt doar circa 3% .

Mulțumiri

Rezultatele prezentate au fost obținute în cadrul Proiectului de Stat 20.80009.5107.09 „Ameliorarea calității și siguranței alimentelor prin biotehnologie și inginerie alimentară” derulat de Universitatea Tehnică a Moldovei.

Bibliografie

1. CHIRSANOVA, A., REȘITCA, V. Factori de bază ce influențează politicile alimentare și nutriționale la nivel internațional. *Meridian ingineresc*. Universitatea Tehnică a Moldovei. 2013, Nr.3, ISSN 1683-853X. p.86-92. https://ibn.idsi.md/ro/vizualizare_articol/27531
2. MITCHELL, C. PAHO/WHO | Agreement to eliminate trans-fatty acids from industrial food production aims to prevent cardiovascular disease. *Pan American Health Organization / World Health Organization*. Published 2020. https://www3.paho.org/hq/index.php?option=com_content&view=article&id=15480:agreement-to-eliminate-trans-fatty-acids-from-industrial-food-production-aims-to-prevent-cardiovascular-disease&Itemid=1926&lang=en
3. CHIRSANOVA, A., COVALIOV, E., CAPCANARI, T., SUHODOL, N., DESEATNICOVA, O., BOISTEAN, A., RESITCA, V., STURZA, R. Consumer behavior related to salt intake in Republic of Moldova. *Journal of social sciences*. Vol. III (4) 2020. CZU 366:613.2:664.41(478) pp.101-110. <https://doi.org/10.5281/zenodo.4296387>
4. CHIRSANOVA, A., BOISTEAN, A., CHISELIȚĂ, N., SIMINIUC, R. Impact of yeast sediment beta-glucans on the quality indices of yoghurt. In: *Food systems*, 2021, 4(1), pp.12–18. <https://doi.org/10.21323/2618-9771-2021-4-1-12-18>
5. CHIRSANOVA, A., CAPCANARI, T., BOISTEAN, A., COVALIOV, E., RESITCA, V., STURZA, R. Behavior of Consumers in the Republic of Moldova Related to the Consumption of Trans Fat. *Int J Food Sci Nutr Diet*. 2020; 9(8):493-498. DOI: <http://dx.doi.org/10.19070/2326-3350-2000086>
6. CERNELEV, O. Rolul factorilor de risc în dezvoltarea bolilor legate de nutriție (reviul literaturii). În: *Revista Medicină școlară și Universitară*. 2016, vol. III-nr.3, p. 50-55. ISSN-L 2392-8875. http://www.medicinascolara.ro/download/revista/vol3_nr3_2016/7%20Rolul%20factorilor%20de%20risc%20in%20dezvoltarea%20bolilo.pdf
7. CHIRSANOVA, A., BOISTEAN, A., COVALIOV, E., et REȘITCA, V., Valorisation de coquilles de noix broyées dans le processus de fermentation acetique afin d'obtenir du vinaigre, *Le gaspillages alimentaire : gestion et revalorisation des déchets alimentaires*. ISBN :978-973-744-886-6, Editura AcademicPres, Cluj-Napoca, 2021 URI: <http://cris.utm.md/handle/5014/1046>