

W Unii Europejskiej istnieje obowiązek znakowania żywności informacjami na temat trwałości: datą minimalnej trwałości, terminem przydatności do spożycia oraz informacją dot. warunków przechowywania (jeśli istotne). Informacje podane na etykietach mają służyć konsumentom, dostarczając im informacji o produktach spożywczych. Mimo, że konsumenci deklarują zainteresowanie informacjami zawartymi na etykietach, ich wiedza bywa niedostateczna. Uważa się, że fakt występowania na opakowaniach żywności informacji dotyczących trwałości może przyczynić się do marnotrawienia żywności poprzez selekcję produktów przy zakupie (nabywcy preferują produkty o dłuższej zachowanej trwałości w stosunku do produktów podobnych) oraz wyrzucanie pełnowartościowej żywności (z powodu niezauważenia informacji, niezrozumienia jej, albo też przesadnej troski o własne zdrowie). Według FAO, jedna trzecia światowej produkcji żywności jest marnotrawiona, tj. 1,3 mld t. Każdego roku w krajach Unii Europejskiej marnotrawi się prawie 90 milionów ton żywności (ok. 173 kg na osobę), co stanowi ok. 20% produkcji żywności w UE. Połowa tej masy marnotrawiona jest w gospodarstwach domowych. W świetle powyższych faktów oraz braku kompleksowej informacji na temat świadomości polskich konsumentów podjęto temat, którego celem jest wyjaśnienie w jaki sposób znakowanie żywności informacjami dotyczącymi trwałości wpływa na zachowanie konsumentów oraz ich skłonność do marnotrawienia produktów spożywczych.

Autorzy zamierzają uzyskać odpowiedź na następujące pytania:

- na jakiej podstawie konsumenci podejmują decyzję o tym, czy produkt jest przydatny do spożycia?
- w jaki sposób informacje zawarte na opakowaniu wpływają na ocenę przydatności produktu do spożycia przez konsumentów?
- czy konsumenci ufają etykietom produktów spożywczych czy swoim zmysłom podczas oceny przydatności do spożycia?
- jaką rolę w przedwczesnym wyrzucaniu żywności odgrywa obawa przez utratą zdrowia po spożyciu przeterminowanego produktu?
- które elementy etykiety są dla konsumentów niezrozumiałe, przez co mogą przyczyniać się do wyrzucania dobrej żywności?
- jak postrzegane są produkty żywnościowe o krótkiej trwałości, a jak te o przedłużonej trwałości?
- jak producenci żywności oceniają istniejące regulacje prawne, jakie trudności napotykają w związku z ciążącym na nich obowiązkiem znakowania żywności?
- czy jest możliwe by zmniejszyć masę marnowanej żywności dzięki zwiększeniu świadomości konsumentów?

Proces badawczy będzie miał charakter wieloetapowy, obejmujący badania przedsiębiorstw produkujących żywność oraz konsumentów indywidualnych. Oprócz zastosowania tradycyjnych metod takich jak wywiady indywidualne bezpośrednie kwestionariuszowe oraz wywiady pogłębione, zostaną przeprowadzone badania z użyciem technik neuromarketingowych (eye-tracking) oraz konsumenckie badania sensoryczne. Zastosowanie szerokiego spektrum metod badawczych wraz z interdyscyplinarnym podejściem zespołu naukowego pozwoli na kompleksową i wielowymiarową analizę badanych problemów.

Wyniki przeprowadzonych badań pozwolą na zdobycie nowej wiedzy naukowej, wpłyną na rozwój dyscypliny ekonomii, a w głównej mierze zachowań konsumentów na rynku żywności oraz komunikacji rynkowej ze szczególnym zwróceniem uwagi na znakowanie produktów żywnościowych. Ich wyniki zostaną opublikowane w czasopiśmie naukowych oraz zaprezentowane podczas konferencji naukowych. Opracowane zostaną także rozwiązania w zakresie znakowania produktów, które mogą wpłynąć na świadomość konsumentów w kwestii zmniejszania marnotrawienia żywności.