

Neytendahegðun og viðhorf ferðamanna til staðbundinna matvæla

Þórhildur Ósk Halldórsdóttir¹; Guðrún Einarsdóttir²; Þóra Valsdóttir³; Kolbrún Sveinsdóttir³; Laufey Haraldsdóttir⁴.
¹Lunds Universitet; ²Háskóli Íslands; ³Matís; ⁴Háskólinn á Hólum.

Inngangur

Sumarið 2012 fór fram rannsókn á kauphegðun og viðhorfi ferðamanna til staðbundinna matvæla. Rannsóknin er hluti af verkefninu Matur og sjálfbær ferðaþjónusta er miðar að uppbyggingu staðbundinnar matvælaframleiðslu og sjálfbærni í ferðaþjónustu. Verkefnið er styrkt af Tækniþróunarsjóði og Nýsköpunarsjóði námsmanna og er stýrt af Matís. Niðurstöður verða nýttar í vörubrúun og markaðssetningu á staðbundnum matvælum.

Markmið rannsóknarinnar var þrjúþætt:

- Safna upplýsingum um hugmyndir og væntingar íslenskra og erlendra ferðamanna til staðbundinna matvæla.
- Fræðast um kauphegðun ferðamanna og ástæður fyrir vali þeirra.
- Skoða sýnileika staðbundinna matvæla og hvaða hlutverki upprunamerkingar þjóni.

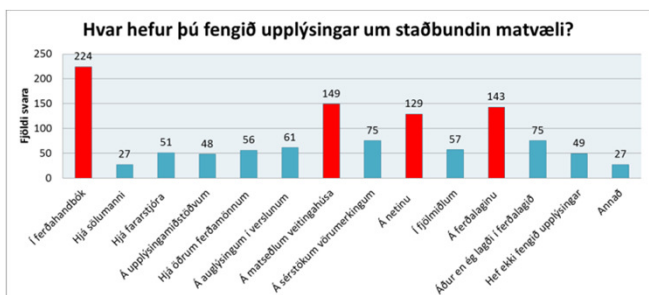
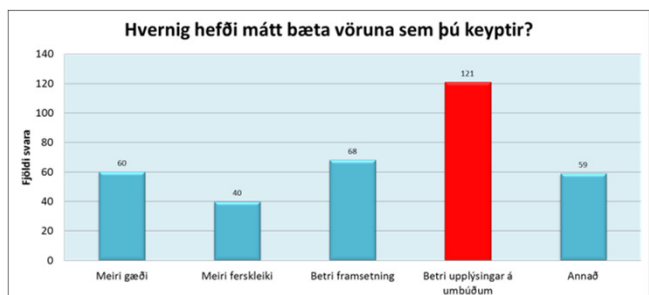
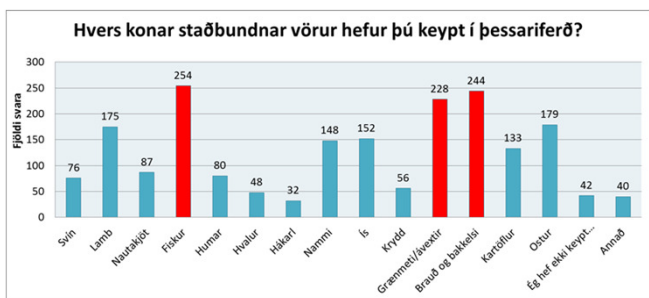
Framkvæmd

Beitt var eiginlegum og meginlegum rannsóknaraðferðum. Annars vegar var um að ræða óformleg, hálfstöðluð viðtöl og hins vegar spurningakönnun með lokuðum spurningum. Spurningakönnunin var lögð fyrir ferðamenn á fimm stöðum á landinu og viðtöl á tveimur. Alls tóku 466 ferðamenn þátt í spurningakönnuninni og 14 viðtöl tekin.

Niðurstöður

Helstu niðurstöður sýna að:

- Flestir erlendir ferðamenn tengja staðbundin matvæli við fisk en innlendir ferðamenn tengja þau við lambakjöt og grænmeti.
- Neytendur virðast vera tilbúnir til að borga meira fyrir staðbundin matvæli á grundvelli gæða, sérstaklega á ferðalögum.
- Ferðamenn tengja staðbundin matvæli ekki sjálfkrafa við sjálfbæra framleiðslu og óska ekki sérstaklega eftir upplýsingum um hvort vara er umhverfisvæn.
- Staðbundin matvæli eru mikilvægur hluti af upplifun ferðamanna á menningu áfangastaðarins.
- Sýnileiki staðbundinna matvæla er ekki nægur og eru tækifæri fólgin í því að nálgast erlenda ferðamenn betur í þessu tilliti.
- Upprunamerkingar virðist vera mikilvæg upplýsingaveita fyrir ferðamenn og geta ýmis tækifæri falist í því að þróa og nýta þau betur.
- Flestir ferðamenn fá upplýsingar um staðbundin matvæli í ferðahandbókum en einnig á veitingastöðum, á ferðalaginu eða á internetinu.



Myndir hér að ofan sýna niðurstöður þriggja spurninga úr spurningakönnuninni. Allir þátttakendur.