

**Aneta Ocieczek, Marta Korpowska**

*Akademia Morska w Gdyni*

## **UWARUNKOWANIA WYBORU ŻYWNOŚCI FUNKCJONALNEJ W GOSPODARSTWACH DOMOWYCH W WOJEWÓDZTWIE ZACHODNIOPOMORSKIM**

*DETERMINANTS OF CHOICE OF FUNCTIONAL FOODS IN HOUSEHOLDS  
FROM WEST POMERANIA PROVINCE*

**Słowa kluczowe: żywność funkcjonalna, kryzys ekonomiczny**

*Key words: functional food, the economic crisis*

*JEL codes: Q13*

**Abstrakt.** Celem pracy jest identyfikacja czynników decydujących o wyborach dokonywanych przez konsumentów w stosunku do żywności funkcjonalnej. Badanie przeprowadzono w czerwcu i lipcu 2016 roku na grupie 115 mieszkańców województwa zachodniopomorskiego przy zastosowaniu metod CAPI i PAPI. Do badania wykorzystano kwestionariusz autorski. Analizę statystyczną wyników przeprowadzono porównując procentowe udziały odpowiedzi z uwzględnieniem wybranych czynników zmienności oraz weryfikując hipotezy niezależności zmiennych z zastosowaniem testu  $\chi^2$  i współczynników kontyngencji. Uzyskane wyniki pozwoliły stwierdzić, że rosnąca świadomość konsumentcka może być postrzegana jako czynnik sprzyjający rozwojowi rynku żywności funkcjonalnej.

### **Wstęp**

Pojęcie *Foods for Specified Health Use* pojawiło się po raz pierwszy na początku lat 90. XX wieku w Japonii. Obecnie przyjmuje się, że „żywność może być uznana za funkcjonalną, jeśli udowodniono jej korzystny wpływ na jedną lub więcej funkcji organizmu ponad efekt odżywczy, który to wpływ polega na poprawie stanu zdrowia oraz samopoczucia i/lub zmniejszaniu ryzyka chorób” [Nutrition Society 1999].

Choć istnieją duże rozbieżności dotyczące wartości globalnego czy chociażby europejskiego rynku żywności funkcjonalnej, to faktem jest permanentny wzrost tego sektora. Szczególnie w krajach wysoko rozwiniętych od długiego już czasu obserwuje się większą dynamikę rozwoju rynku żywności funkcjonalnej w porównaniu do pozostałych segmentów rynku żywnościowego [Świdorski 2003, Błaszczak, Grześkiewicz 2014]. Według raportu Research and Markets, globalny rynek żywności funkcjonalnej już w 2013 roku wart był 168 mld USD, a w 2020 roku jego wartość wynieść może aż 305,4 mld USD [[http://www.researchandmarkets.com/research/33gvv3/global\\_functional](http://www.researchandmarkets.com/research/33gvv3/global_functional)].

Produkcja żywności funkcjonalnej potencjalnie stanowi zatem nie tylko wyzwanie, ale i wielką szansę dla polskich producentów żywności. Znajomość światowych trendów, innowacyjnych rozwiązań i najnowocześniejszych technologii w produkcji żywności, pozwala zbudować przewagę opierającą się nie tylko na cenie, ale i na jakości. Z drugiej strony nie można pominąć faktu, że postawy i zachowania konsumentów wobec nowych produktów w znacznej mierze decydują o dyfuzji rynkowej tych produktów [Sojkin i in. 2009, Tomaszewska i in. 2014].

Zachowania konsumentów w odniesieniu do żywności uwarunkowane są wieloma różnicowanymi czynnikami, które sklasyfikowano jako czynniki związane z produktem (skład chemiczny, wartość odżywcza, atrybuty sensoryczne, cechy użytkowe), związane z konsumentem (demograficzne, psychologiczne, metaboliczne) oraz czynniki środowiskowe. Ostatnia

kategoria obejmuje swoim zakresem czynniki ekonomiczne, społeczne i kulturowe [Babcz-Zielińska 1999]. Do czynników ekonomicznych zalicza się dochody. Mimo, że do tej pory nie określono relacji pomiędzy siłą oddziaływania poszczególnych czynników na wypadkową, determinującą zachowanie konsumentów w zakresie wyboru i spożycia określonego rodzaju żywności, to zakładając można, że ich wpływ nie jest równocenny.

Wraz ze wzrostem zasobności polskiego społeczeństwa wzrasta również świadomość konsumencka. Polski uczestnik rynku coraz częściej zwraca uwagę na jakość nabywanego dobra, podejmując przemyślane i racjonalne decyzje zakupowe [Uczyńska 2007]. Uwzględniając to stwierdzenie, punktem wyjścia do dalszych rozważań stało się założenie stanowiące, że podstawowe znaczenie w kreowaniu zachowań konsumentów mają czynniki ekonomiczne. Konsument działający w sposób racjonalny dokonuje wyboru żywności w pierwszym rzędzie kierując się swoimi możliwościami finansowymi oraz zrationalizowanym stosunkiem poniesionych kosztów do osiągniętych korzyści. Przyjęto zatem, że pozostałe czynniki wyboru podporządkowane są determinancie kardynalnej.

Celem badania jest identyfikacja czynników decydujących o wyborach dokonywanych przez konsumentów w stosunku do żywności funkcjonalnej.

Tabela 1. Socjodemograficzna charakterystyka badanej populacji  
*Table 1. Sociodynamic characteristics of the studied population*

Charakterystyka próby badawczej/ <i>Characteristics of the research sample</i>	Udział/ <i>Share</i> [%]	Liczba/ <i>Number</i> (N=115)
<i>Płeć/Gender</i>		
Kobieta/ <i>Women</i>	64	75
Mężczyzna/ <i>Man</i>	36	40
<i>Przedział wiekowy [lata]/Age range [years]</i>		
– 18-29	52	59
– 30-39	26	32
– 40-49	12	14
– 50-59	6	7
– 60+	4	3
<i>Miejsce zamieszkania/Place of residence</i>		
Wieś/ <i>Country</i>	7	8
Miejscowość do 20 tys. mieszkańców/ <i>Village to 20 thous. inhabitants</i>	20	23
Miejscowość od 20 tys. do 250 tys. mieszkańców/ <i>Village from 20 to 250 thous. inhabitants</i>	24	27
Miejscowość powyżej 250 tys. mieszkańców/ <i>Village more than 250 thous. inhabitants</i>	50	57
<i>Wykształcenie/Education</i>		
Niższe niż średnie/ <i>Lower than average</i>	2	2
Średnie i policealne/ <i>Secondary and post-secondary</i>	23	26
Wyższe/ <i>Higher</i>	75	87
<i>Liczba osób w gospodarstwie domowym/Number of persons in the household</i>		
– 1	16	18
– 2	31	36
– 3	16	19
– 4 i więcej/ <i>and more</i>	37	42
<i>Dochód brutto na 1 osobę w gospodarstwie domowym/Gross income per person in the household</i>		
Poniżej/ <i>below</i> 1000	3	3
Od/ <i>from</i> 1000 do/ <i>to</i> 1999	37	42
Od/ <i>from</i> 2000 do/ <i>to</i> 2999	31	35
3000 i powyżej/ <i>and above</i>	30	33
<i>Rodzaj zatrudnienia/Type of employment</i>		
Umowa o pracę – pełny etat/ <i>Full-time employment contract</i>	63	73
Umowa o pracę – część etatu/ <i>Contract of employment – part-time</i>	3	3
Umowa zlecenie lub o dzieło/ <i>Contract of assignment or work</i>	12	14
Własna działalność gospodarcza/ <i>Own business</i>	8	8
Praktyka/staż/ <i>Practice/internship</i>	4	5
Kontrakt menadżerski/ <i>Management contract</i>	2	2
Inne/ <i>Other</i>	9	10

Źródło: opracowanie własne  
*Source: own study*

## Material i metodyka badań

Badanie przeprowadzono w czerwcu i lipcu 2016 roku na grupie 115 mieszkańców województwa zachodniopomorskiego, w grupie wiekowej powyżej 18. roku życia, przy zastosowaniu metod CAPI oraz PAPI podczas bezpośredniego kontaktu z respondentem.

Do przeprowadzenia badania użyto kwestionariusza autorskiego, opracowanego na potrzeby tej pracy. Kwestionariusz został sprawdzony jako narzędzie badawcze w badaniu pilotażowym na grupie 20 mieszkańców województwa zachodniopomorskiego i był skorygowany przez usunięcie pytań niewnoszących wartości dodanej lub modyfikację treści pytań. Zagadnienia objęte badaniem ankietowym dotyczyły znajomości pojęć charakteryzujących żywność funkcjonalną oraz częstości i ekonomicznych uwarunkowań decydujących o zakupie żywności funkcjonalnej. Pytania dotyczące żywności funkcjonalnej poprzedzone zostały krótkim wstępem zawierającym definicję żywności funkcjonalnej.

Analizę statystyczną wyników badania ankietowego przeprowadzono przez porównanie udziału odpowiedzi z uwzględnieniem wybranych czynników zmienności. Przeprowadzono także weryfikację hipotez niezależności zmiennych z zastosowaniem testu  $\chi^2$  i współczynników kontyngencji [Sobczyk 2004].

## Wyniki i dyskusja

W badaniu identyfikacji poddano czynniki dotyczące świadomości konsumentów związanej z obecnością na rynku produktów o dodatkowym (korzystnym i udokumentowanym wpływie na zdrowie ponad ten, który wynika z obecności w niej składników odżywczych uznawanych za niezbędne [Kozłowska, Troszyńska 1999]) działaniu prozdrowotnym. Założono bowiem, że świadomość istnienia takiej żywności determinować może rozwój tego segmentu na rynku żywności i stać się szansą dla polskich producentów żywności. Spośród badanych osób 60% stwierdziło, że spotkało się na rynku z produktami o działaniu prozdrowotnym, 17% ankietowanych nigdy się z nimi nie zetknęło, a 23% respondentów udzieliło odpowiedzi „nie wiem”. Uzyskany rozkład wyników związany jest niewątpliwie z faktem, że pojęcie żywności funkcjonalnej pojawiło się stosunkowo niedawno. Jednocześnie podkreślić należy, że żaden z czynników zmienności badanej populacji nie okazał się istotnie różnicujący w zakresie poziomu świadomości respondentów o istnieniu żywności wykazującej dodatkowe, korzystne oddziaływanie na zdrowie konsumenta, co wskazywać może na przeciętny i nieukierunkowany poziom wiedzy o różnych formach tzw. nowej żywności, do której zaliczana jest żywność funkcjonalna. Poza tym stwierdzić można, że pojęcie żywności funkcjonalnej jest bardzo pojemne znaczeniowo, dlatego też uświadomiona identyfikacja tej żywności może nastęrczać przeciętnemu konsumentowi pewnych trudności. Odzwierciedleniem tego stanu rzeczy jest bardzo zróżnicowany podział żywności funkcjonalnej w zależności od przyjętego kryterium klasyfikacji [Kudelka, Łobaza 2007]. Termin „żywność funkcjonalna” obejmuje bowiem produkty o określonym oddziaływaniu fizjologicznym na organizm (żywność zmniejszająca ryzyko chorób krążenia, chorób nowotworowych, chorób przewodu pokarmowego, osteoporozy czy chorób związanych z obciążeniem stresem), przeznaczone w szczególności dla określonej grupy konsumentów (sportowcy, kobiety w ciąży, niemowlęta, młodzież w okresie dojrzewania, osoby w starszym wieku) czy też produkty przygotowane w określony sposób (żywność naturalnie bogata w określony składnik, żywność wzbogacona, żywność pozbawiona czynników antyżywnościowych) [Pieszka, Pietras 2010].

W przeprowadzonym badaniu ustalono, że podczas codziennych zakupów 9% ankietowanych zawsze zwracało uwagę na to, aby wybierane produkty wykazywały dodatkowy, korzystny wpływ na funkcje organizmu. Z kolei 46% badanych osób raczej zwracało na to uwagę, a 22% raczej nie zwracało na ten fakt uwagi. Tylko 3% nigdy nie zwracało uwagi na szczególne prozdrowotne oddziaływanie żywności. Natomiast 20% ankietowanych osób udzieliło odpowiedzi „ani tak ani nie”, co sugerować może brak świadomości istnienia takiej żywności czy też, co bardziej prawdopodobne, brak świadomości szczególnej roli żywności w kształtowaniu zdrowia. Pogłębiona analiza rozkładu odpowiedzi udzielonych przez badanych pozwoliła ustalić, że

kobiety wybierając produkty podczas codziennych zakupów statystycznie istotnie ( $\chi^2_{0,05} = 7,815$ ,  $\chi^2_{obl.} = 11,439$ ;  $V = 0,325$ ) częściej w porównaniu do mężczyzn, zwracały uwagę na to, aby wykazywały one dodatkowy korzystny wpływ na funkcje organizmu. Podkreślić jednak należy, że siłę tego związku ocenić można jedynie jako umiarkowaną. W opinii innych badaczy [Childs 1997, Górecka i in. 2009] kobiety są głównymi konsumentami żywności funkcjonalnej.

Termin „żywność funkcjonalna” jest stosowany w odniesieniu do produktów zawierających wielonienasycone kwasy tłuszczowe z rodziny omega-3, fitosterole, polifenole, błonnik, wyselekcjonowane szczepy bakterii kwasu mlekowego [Ferguson, Philpott 2008]. Naukowe udowodnienie prozdrowotnego działania żywności funkcjonalnej jest trudne, a wyniki badań są niejednoznaczne i nie dają pewności co do skuteczności korzystnego wpływu kwasów PUFA omega-3 na organizm [Hooper i in. 2006]. Jednak popularyzacja danych wskazujących na istnienie silnej ujemnej korelacji pomiędzy charakterystyczną dietą Eskimosów i istotnym zmniejszeniem ich zapadalności na choroby układu krążenia powoduje, że żywność bogata w wielonienasycone kwasy tłuszczowe z rodziny omega-3 staje się popularna. Uzyskane dane wskazują na pojawienie się określonego trendu, a żywność z dodatkiem kwasów omega-3 była kupowana przynajmniej raz w miesiącu przez 25% ankietowanych osób, przynajmniej raz w tygodniu przez 6% badanych osób, a 5% kupowało ją częściej niż raz w tygodniu. Pomimo rosnącej świadomości konsumentów w zakresie roli kwasów PUFA omega-3 44% ankietowanych nigdy nie kupiło tego typu produktów. Jednocześnie zaskakujące okazały się wyniki dotyczące odsetka osób zainteresowanych zakupem żywności o obniżonej zawartości cholesterolu. Produkty o takiej charakterystyce były kupowane przez 12% badanych osób przynajmniej raz w miesiącu, przez 5% osób raz w tygodniu, a przez 3% respondentów częściej niż raz w tygodniu. Zaskakujący jest fakt, że 66% ankietowanych nigdy nie kupiła tego typu produktu.

Do najczęściej spotykanych produktów o działaniu prozdrowotnym zalicza się fermentowane produkty mleczne lub zawierające dodatek bakterii probiotycznych. Produkty probiotyczne będące źródłem bakterii fermentacji mlekowej chronią przed rozwojem niekorzystnej mikroflory w przewodzie pokarmowym człowieka przez jego zasiedlenie oraz metabolizowanie skrobi opornej i fruktooligosacharydów, w wyniku którego powstają sole kwasu masłowego hamujące rozwój komórek nowotworowych [Kudęłka, Łobaza 2007]. Uzyskane wyniki wskazują jednak na ciągle zbyt niską świadomość prozdrowotnego oddziaływania probiotyków, ponieważ 45% ankietowanych osób przynajmniej raz w miesiącu kupowało produkty probiotyczne zawierające żywe kultury bakterii, 20% respondentów zaopatrywało się w tego typu produkty raz w tygodniu, a 11% częściej niż raz w tygodniu. Z drugiej strony tylko 3% badanych osób nigdy nie kupiło produktów probiotycznych zawierających żywe kultury bakterii.

Przykładem żywności funkcjonalnej są także produkty zawierające zwiększoną ilość błonnika, którego działanie prozdrowotne jest wielostronne i z jednej strony sprzyja obniżeniu poziomu cholesterolu we krwi, pomaga kontrolować poziom glukozy i ogranicza wchłanianie substancji toksycznych, z drugiej strony daje wrażenie sytości i łagodzi uczucie głodu jednocześnie pobudza perystaltykę jelit i przesuwanie treści pokarmowych, a przy okazji prawie nie dostarcza kalorii [Kudęłka, Łobaza 2007, Rafalska i in. 2015]. Tak wszechstronne korzystne działanie błonnika na organizm człowieka może być traktowane jako uzasadnienie panującego na świecie trendu popularyzującego żywność wysokobłonnikową, na co wskazują uzyskane wyniki. Z przeprowadzonych badań wynika, że 23% ankietowanych osób kupowało żywność wysokobłonnikową przynajmniej raz w miesiącu, 18% przynajmniej raz w tygodniu a 9% częściej niż raz w tygodniu.

Według 86% ankietowanych osób ilość zakupowanej żywności, którą identyfikowali jako funkcjonalną, nie zmieniła się pomimo zmian w sytuacji gospodarstw domowych związanych z kryzysem ekonomicznym, 3% respondentów zadeklarowało, że kupowało jej zdecydowanie więcej, a 10% badanych osób ze względu na kryzys kupowało zdecydowanie mniej tego rodzaju żywności.

Jedynym zidentyfikowanym czynnikiem zmienności populacji, który miał wpływ na statystycznie istotne ( $\chi^2_{0,05} = 23,685$ ,  $\chi^2_{obl.} = 36,912$ ,  $V = 0,401$ ) zróżnicowanie odpowiedzi dotyczących

wpływu kryzysu ekonomicznego i jego skutków na ilość zakupywanej żywności funkcjonalnej okazał się rodzaj zatrudnienia. Przypuszczać można, że stabilność zatrudnienia bywa znaczącym czynnikiem decyzji o wyborze żywności.

Z kolei nie stwierdzono, aby którykolwiek z branż pod uwagę czynników zmienności badanej populacji powodował istotne zróżnicowanie rozkładu odpowiedzi dotyczących postawy względem wyższych cen produktów spożywczych o dodatkowym działaniu prozdrowotnym ponad ten, który wynika z obecności w niej składników odżywczych uznawanych za niezbędne.

Dla mieszkańców województwa zachodniopomorskiego cena była czynnikiem istotnym przy wyborze produktu spożywczego na półce sklepowej. Dla 20% badanych osób był to czynnik bardzo ważny, a dla 55% raczej ważny. Tylko 1% respondentów odpowiedziało, że cena jest dla nich zdecydowanie nie ważna.

Uszczegółowiana ocena rozkładu odpowiedzi respondentów pozwoliła stwierdzić, że liczba osób pozostających w gospodarstwie domowym ( $\chi^2_{0,05} = 21,026$ ,  $\chi^2_{obl.} = 27,514$ ,  $V = 0,281$ ) oraz rodzaj zatrudnienia ( $\chi^2_{0,05} = 36,415$ ,  $\chi^2_{obl.} = 38,458$ ,  $V = 0,288$ ) były czynnikami, które statystycznie istotnie różnicowały postrzeganie ceny jako czynnika decydującego o wyborze produktu spożywczego, a zatem potencjalnie barierowego dla decyzji o wyborze żywności funkcjonalnej. Zaznaczyć jednocześnie należy, że siłę obu związków oceniono jako słabą. Otrzymane wyniki sugerują, że cena żywności była bardzo ważna w sytuacji, gdy zakupy żywności miały charakter masowy, tj. w przypadku dużych gospodarstw domowych. Można zatem przypuszczać, że w przypadku kryzysu spożycie żywności funkcjonalnej, postrzeganej jako droższa lub realnie będącej droższą, może być wśród tego typu konsumentów poważnie ograniczone. Natomiast rodzaj zatrudnienia na stanowiskach gwarantujących realny wpływ na wysokość własnych zarobków (kontrakt managerski, własna działalność gospodarcza) powodował mniejsze uzależnienie dokonywanych wyborów żywnościowych od ceny żywności. Przypuszczać to pozwala, że kryzys gospodarczo-ekonomiczny nie wywoła znaczących spadków sprzedaży żywności funkcjonalnej wśród tej grupy konsumentów.

Jakość produktu spożywczego była bardzo ważna dla 54% ankietowanych osób, podczas gdy 42% z nich deklarowało, że jest ona czynnikiem raczej ważnym. Nikt z ankietowanych nie udzielił odpowiedzi wskazującej, że jakość produktu spożywczego jest dla niego nie ważna. Żaden z przyjętych w założeniach pracy czynników różnicujących badaną populację nie okazał się statystycznie istotny dla wykazania odmiennego stosunku do poziomu jakości żywności. Fakt ten może wskazywać na rosnącą świadomość i stopień oczekiwań konsumentów w stosunku do produktów spożywczych, od których coraz częściej wymaga się nie tylko spełnienia funkcji zasadniczych, a zatem odżywiania, ale także oddziaływania wyraźnie prozdrowotnego.

### Podsumowanie

Uzyskane wyniki badań wskazują jednak na stosunkowo zróżnicowany wpływ sytuacji ekonomicznej respondentów na spożycie żywności funkcjonalnej w województwie zachodniopomorskim. Osoby o wyższych dochodach, zadowolone ze swojej sytuacji materialnej oceniały ją jako dobrą i bardzo dobrą i zdecydowanie częściej zwracały uwagę na to, aby zakupywana przez nich żywność miała dodatkowe działanie prozdrowotne. Grupa ta interesowała się trendami panującymi na rynku, śledziła najnowsze badania i dobierała żywność do własnych potrzeb. Grupa ta nie miała problemu z prawidłowym wskazaniem, jaki składnik zakupywanej żywności ma dodatkowe działanie prozdrowotne i wymienieniem przykładów funkcjonalnej żywności.

Osoby o najniższym dochodzie nie zwracały uwagi na dodatkowe właściwości prozdrowotne. Można przypuszczać, że stosunkowo ambiwalentne odczucia związane z dodatkowymi właściwościami prozdrowotnymi żywności wśród tej grupy badanych nie były podyktowane niechęcią do tego typu produktów, ale przede wszystkim częstokroć wyższą ich ceną.

Rosnąca świadomość konsumencka identyfikowana była we wszystkich grupach społecznych, w najwyższym stopniu jednak wśród ludzi z wyższym wykształceniem.

Zebrane dane pozwalają zakładać, że rynek żywności funkcjonalnej w Polsce ma szansę się rozwijać, jako konsekwencja rosnącej świadomości konsumenckiej oraz rosnącego poziomu życia. Jednocześnie należy zwrócić uwagę na potrzebę zapewnienia konsumentom bezpieczeństwa i odpowiedniej jakości tego rodzaju żywności, w czym upatrywać należy istotną rolę dla nauk o charakterze towaroznawczym.

### Literatura/Bibliography

- Babicz-Zielińska Ewa (red.). 1999. *Studia nad preferencjami pokarmowymi oraz determinantami wyboru żywności w wybranych grupach konsumenckich* (Studies on nutrient preferences and determinants of food choice in selected consumer groups). Gdynia: Wydawnictwo Wyższej Szkoły Morskiej w Gdyni.
- Błaszczak Andrzej, Władysław Grzeškiewicz. 2014. Żywność funkcjonalna-szansa czy zagrożenie dla zdrowia (Functional foods – opportunity or threat for health?). *Medycyna Ogólna i Nauki o Zdrowiu* 20 (2): 214-221.
- Childs Nancy M. 1997. Functional foods and the food industry: consumer, economic, and product development issues. *Journal of Nutraceuticals, Functional & Medical Foods* 1: 25-43.
- Ferguson Lynnette R., Martin Philpott. 2008. Nutrition and mutagenesis. *Annual Review of Nutrition* 28: 313-329.
- Górecka Danuta, Jolanta Czarnocińska, Marek Idzikowski, Justyna Kowalec. 2009. Postawy osób dorosłych wobec żywności funkcjonalnej w zależności od wieku i płci (Dietary attitudes of adults in relation to functional food depending on the age and sex). *Żywność. Nauka. Technologia. Jakość* 4 (65): 320-326.
- Hooper Lee, Rachel L Thompson, Roger A. Harrison i inni. 2006. Risks and benefits of omega 3 fats for mortality, cardiovascular disease, and cancer: systematic review. *British Medical Journal* 332 (7544): 752-760.
- Kozłowska Halina, Troszyńska Agnieszka. 1999. Rola naturalnych substancji nieodżywczych pochodzenia roślinnego jako składników żywności funkcjonalnej (The role of natural non-nutritive substances of vegetable origin as ingredients of functional food), *Żywność. Nauka. Technologia. Jakość* 4 (21): 63-74.
- Kudelka Wanda, Łobaza Dorota. 2007. Charakterystyka żywności funkcjonalnej (Characterization of the functional food). *Zeszyty Naukowe Akademii Ekonomicznej w Krakowie* 743: 91-120.
- Nutrition Society. 1999. Scientific Concepts of functional foods in Europe consensus document. *British Journal of Nutrition* 81: 1-27.
- Pieszka Marek, Pietras Mariusz P. 2010. Nowe kierunki w badaniach żywieniowych – nutrigenomika (New directions in nutrition studies – nutrigenomics). *Roczniki Naukowe Zootechniki* 37 (2): 83-103.
- Rafalska Urszula. 2015. Błonnik pokarmowy w przemyśle mięsnym – funkcje technologiczne i zdrowotne (Dietary fiber in meat industry – technological and health functions). *Problemy Higieny i Epidemiologii* 96 (4): 713-718.
- Sobczyk Mieczysław (red.). 2004. *Statystyka* (Statistics). Warszawa: PWN.
- Sojkin Bogdan, Maria Małecka, Tomasz Olejniczak, Mirosława Bakalarska (red.). 2009. *Konsument wobec innowacji produktowych na rynku żywności* (Consumer to product innovation in the food market). Poznań: Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu.
- Świdelski Franciszek (red.). 2003. *Żywność wygodna i żywność funkcjonalna* (Comfortable food and functional food). Warszawa: WNT.
- Tomaszewska Marzena, Beata Bilka, Wiesława Grzesińska, Wiesław Przybylski. 2014. Żywność funkcjonalna jako możliwość rozwoju polskich firm spożywczych (Functional food as a possibility for development of polish food companies). *Roczniki Naukowe SERiA XVI* (3): 293-298.
- Uczyńska Agnieszka. 2007. *Rośnie świadomość konsumencka* (Growing consumer awareness). PAP Nauka w Polsce, naukawpolsce.pap.pl, dostęp 11.07.2015.
- [http://www.researchandmarkets.com/research/33gvv3/global\\_functional](http://www.researchandmarkets.com/research/33gvv3/global_functional), dostęp 29.05.2016.

### Summary

*The aim of the study was to identify the factors determining the choices made by consumers in relation to functional foods. The survey was conducted in June and July 2016 years on a group of 115 inhabitants of the province of West Pomeranian province using CAPI and PAPI methods. To carry out the study was used an authors' a questionnaire. Statistical analysis was performed by comparing the percentages of response, taking into account some factors volatility and verifying the hypothesis of independence of variables using the  $\chi^2$  test and contingency factors. The obtained results indicate that increasing consumer awareness identified in all social groups can be seen as a factor in the development of the market for functional foods.*

Adres do korespondencji  
dr hab. inż. Aneta Ocieczeck, mgr Marta Korpowska  
Akademia Morska w Gdyni, Wydział Przedsiębiorczości i Towaroznawstwa  
ul. Morska 83, 81-225 Gdynia, tel. (58) 55 86 345  
e-mail: a.ocieczeck@wpit.am.gdynia.pl