

Magdalena Skotnicka  
Gdański Uniwersytet Medyczny

Anna Platta  
Akademia Morska w Gdyni

## Zachowania konsumenta wobec żywności funkcjonalnej i wysokosycącej

### Streszczenie

Celem badania była ocena wiedzy i preferencji konsumenta dotyczących żywności funkcjonalnej, a w szczególności żywności o wysokim potencjale sycącym i szansach jej rozwoju w Polsce.

Badaniem pilotażowym objęto 253 osoby, w wieku od 20 do 40 lat. W badaniach wykorzystano autorski kwestionariusz. Pytania dotyczyły wiedzy na temat żywności funkcjonalnej, a w szczególności żywności charakteryzującej się wysokim potencjałem sycącym oraz jej szans rozwoju w Polsce. Otrzymane wyniki wskazują, że wiedza dotycząca żywności funkcjonalnej jest niewystarczająca. Tylko około 50% badanej populacji spożywało kiedykolwiek taki rodzaj żywności. Analiza preferencji wykazała, że rozwój żywności wysokosycącej byłby zasadny. Aż 48% badanych uznało, że na naszym rynku szczególnie brakuje żywności hamującej uczucie głodu i pojadanie między posiłkami. Przeprowadzone badania dowodzą, że grupa potencjalnych konsumentów żywności wysokosycącej jest bardzo duża. W kontekście narastającej epidemii otyłości, wskazane byłoby rozszerzenie segmentu produktów funkcjonalnych o żywność wysokosycącą, wspomagającą kontrolę masy ciała. Powyższe badania stanowią wskazówkę dla producentów produktów żywnościowych, że obecny konsument oczekuje rozszerzenia oferty żywności funkcjonalnej w Polsce. Artykuł ma charakter badawczy.

**Słowa kluczowe:** żywność funkcjonalna, sytość, otyłość.

**Kody JEL:** I12, M31, M7, O33

### Wstęp

Rozwój gospodarczy, a w związku z tym rynek żywności jest ściśle powiązany z wymaganiami konsumenta, które determinują konkurencyjność. Ta z kolei łączy się z innowacyjnością. Produkcja żywności, modelowanie produktów i tworzenie nowych technologii należy do najbardziej innowacyjnych segmentów przemysłu. Przedsiębiorstwa, które nie potrafią sprostać tym wymaganiom nie są w stanie utrzymać się na rynku. Wśród innowacyjnych technologii należy wymienić produkcję żywności funkcjonalnej. Coraz wyższa świadomość konsumenta dotycząca bezpieczeństwa i zdrowotności żywności spowodowała dynamiczny rozwój rynku żywności prozdrowotnej (Babicz-Zielińska 2010; Gutkowska i in. 2014).

Definicja żywności funkcjonalnej (prozdrowotnej, projektowanej, specjalnego przeznaczenia) doczekała się wielu modyfikacji i do dziś nie jest jednolita. Najczęściej oznacza produkty spożywcze, które mają udokumentowany, korzystny wpływ na zdrowie człowieka, ponad ten, który wynika z ich konwencjonalnej wartości odżywczej (Siro i in. 2008). Z kolei według Rady Żywności i Odżywiania USA, żywność projektowana to żywność modyfikowana w celu zwiększenia korzyści zdrowotnych (Bogacz 2006; Roberfroid 2011). Skład żywności funkcjonalnej wzbogacany jest o dodatki różnych składników bioaktywnych lub polega na eliminacji substancji obniżających wartość zdrowotną tradycyjnych produktów spożywczych (de Boer i in. 2016; Vieira da Silva i in. 2016). W Polsce i na świecie największą grupę produktów funkcjonalnych stanowi żywność dla osób z zaburzeniami metabolicznymi (Chen, Pan 2015; Larossa i in. 2016) oraz żywność dla niemowląt. W ostatnich latach rynek innowacyjnych produktów żywnościowych skierował swoją ofertę również do osób, które chcą poprawić swój wygląd, usprawnić układ odpornościowy i właściwe funkcjonowanie układu pokarmowego, bez stosowania suplementów i leków. Wśród wielu możliwości wykorzystania składników bioaktywnych do projektowania produktów nowej generacji, na uwagę zasługuje żywność promująca sytość i hamująca uczucie głodu. W krajach UE, Stanach Zjednoczonych i Japonii od lat w obrocie dostępne są produkty charakteryzujące się wysoką siłą sycącą. Żywność funkcjonalna – wysokosycąca powinna być bogata w błonnik, zarówno nierozpuszczalny, jak i rozpuszczalny. Dodatek błonnika powoduje pęcznienie treści żołądka i na dłużej syci organizm człowieka (Patel 2015). Wśród żywności projektowanej o wysokich właściwościach sycących stosuje się różnego rodzaju hydrokoloidy, takie jak: guma guar (Li, Nie 2016), glukomannany (Zalewski i in. 2015) czy guma kasantanowa (Fizman, Varela 2013). Rolą tych substancji jest wzrost pęcznienia w żołądku i zaspokojenie szybko i na długo uczucia głodu, ograniczając tym samym pojadanie między posiłkami. Autorzy wskazują, że żywność przeznaczona dla osób z nadwagą powinna być bogata w przeciwutleniacze i składniki bioaktywne, ułatwiające prawidłowe funkcjonowanie układu trawiennego (Liu i in. 2016; Lai i in. 2015).

Obecnie w Polsce producenci nie dostrzegają potencjału, który drzemie w tego typu produktach żywnościowych. Natomiast na całym świecie prowadzone są liczne badania nad właściwościami niektórych składników żywności, charakteryzujących się wysoką siłą sycącą i z powodzeniem wprowadzane są na rynek (Lai i in. 2015; Liu i in. 2016).

## Cel i metody badań

Celem badania była ocena wiedzy dotyczącej żywności funkcjonalnej, a w szczególności żywności o wysokim potencjale sycącym i szansach jej rozwoju w Polsce. Badaniem pilotażowym objęte zostało 253 osoby. Badaniom poddano osoby między 20 a 40 rokiem życia. Na podstawie wcześniejszych doniesień i dostępnej literatury założono, że wybrana grupa wiekowa jest konsumentem, do którego powinna zostać skierowana oferta handlowa (Błaszczuk i in. 2013; Szymandera-Buszka i in. 2014). W badaniach wzięły udział

osoby, które w tym czasie przebywały w centrach handlowych robiąc zakupy i zgodziły się uczestniczyć w badaniu. Badania były przeprowadzone w centrach handlowych w dużych miastach województwa pomorskiego. Respondentów różnicowano ze względu na wiek. Pierwszą grupę stanowiły osoby w wieku 20-30 lat, drugą – respondenci 31-40-letni. Analizę wyników przeprowadzono na podstawie testu  $\chi^2$ , uwzględniając kryterium wieku. Pytania miały charakter zamknięty i dotyczyły znajomości produktów funkcjonalnych oraz barier ograniczających zakup i spożycie. Zapytano o oczekiwania i wymagania wobec rynku żywności prozdrowotnej.

## Wyniki

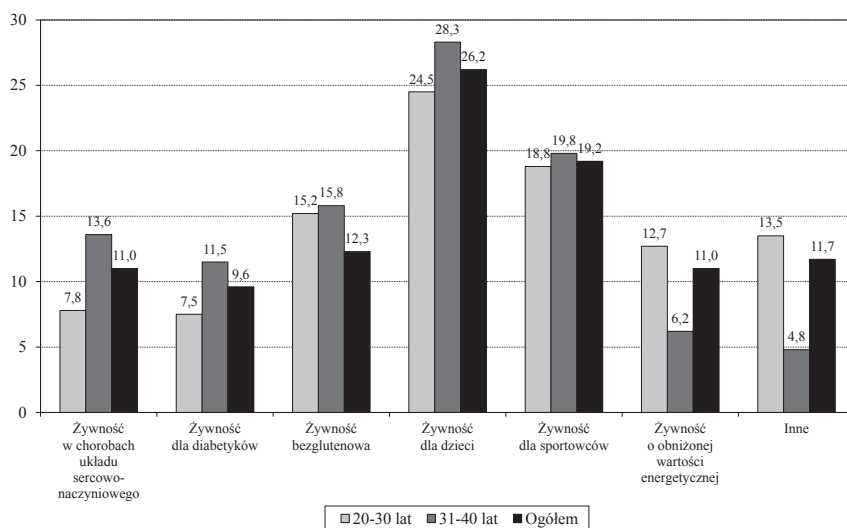
Na początku respondentom została zaprezentowana definicja żywności funkcjonalnej i produkty spożywcze, które można zaliczyć do grupy żywności projektowanej. Otrzymane wyniki dowodzą, że tylko nieco ponad 40% młodszych respondentów i 54% starszej grupy badawczej spożywało kiedykolwiek żywność prozdrowotną. Natomiast aż 80% grupy pierwszej i 74% grupy drugiej uważa, że jest to rodzaj żywności, który jest potrzebny i powinien być ogólnie dostępny. Niestety, tylko 17% młodszych respondentów i 28% starszych potrafiło wymienić przykłady żywności funkcjonalnej, którą kiedykolwiek próbowało lub widziało w sklepie. Na pytanie, skąd zaczerpnął Pan/Pani informacje na temat specyfiki żywności specjalnego przeznaczenia, największy odsetek odpowiedział, że wiedzę czerpał z reklamy – 39% wśród dwudziestolatków i 36% wśród trzydziestolatków. Następnie jako źródło informacji wymieniono głównie znajomych – 24% grupa pierwsza i 18% grupa druga. Na dalszych miejscach byli lekarze specjaliści, dietetycy czy trenerzy personalni. Produkty specjalnego przeznaczenia, które są dostępne na rodzimym rynku są mało znane i stosowane przez wąską grupę badanych. Najczęściej są to osoby z chorobami metabolicznymi, zmuszone do spożywania tego typu żywności (Nieminen i in. 2016). W pracy próbowano scharakteryzować jaki rodzaj żywności funkcjonalnej jest najczęściej spożywany. Wyniki badań pokazano na wykresie 1.

Konsumenci, mimo młodego wieku, prezentują postawy konserwatywne wobec nowej żywności. Polskie społeczeństwo jest sceptycznie nastawione do nowej, nieznannej żywności (Gutkowska i in. 2015; Tomaszewska i in. 2014). Analiza testu  $\chi^2$  zależności między grupą wiekową a rodzajem zadeklarowanej żywności była statystycznie istotna. Oznacza to, że rodzaj spożywanej żywności był silnie związany z wiekiem respondentów. Konsumenci młodszy częściej sięgali po produkty dla sportowców i obniżające wartość energetyczną niż żywność dla diabetyków i osób z chorobami sercowo-naczyniowymi. Dla obydwu grup konsumentów najczęściej kupowany asortyment obejmował żywność dla dzieci i niemowląt. Potwierdzają to badania rynkowe, traktujące o dużym udziale segmentu żywności dla dzieci i niemowląt, który niemal w całości stanowią produkty specjalnego przeznaczenia i żywność dietetyczna (Kosicka-Gębska i in. 2011; Weker i in. 2015). Tę tezę potwierdzają wyniki badań. Najchętniej i najczęściej spożywana jest żywność prozdrowotna, obecna na rynku od lat i mająca już ugruntowaną markę w opinii konsumentów. Ciekawym elementem kwestio-

nariusza była możliwość wyboru innego rodzaju żywności funkcjonalnej, którą konsumenci znają, a nie została ona uwzględniona w pytaniu ankietowym. Grupa osób w wieku (31-40 lat) nie potrafiła wymienić żadnego produktu. Natomiast młodszy respondenci wskazywali żywność dla matek karmiących, dla alergików czy żywność poprawiającą nastrój (13,5%). Wyniki wskazują, iż wiedza dotycząca rynku produktów funkcjonalnych i oferowanego asortymentu jest ograniczona i powinna być usystematyzowana.

## Wykres 1

### Rodzaje najczęściej spożywanej żywności funkcjonalnej (w %)

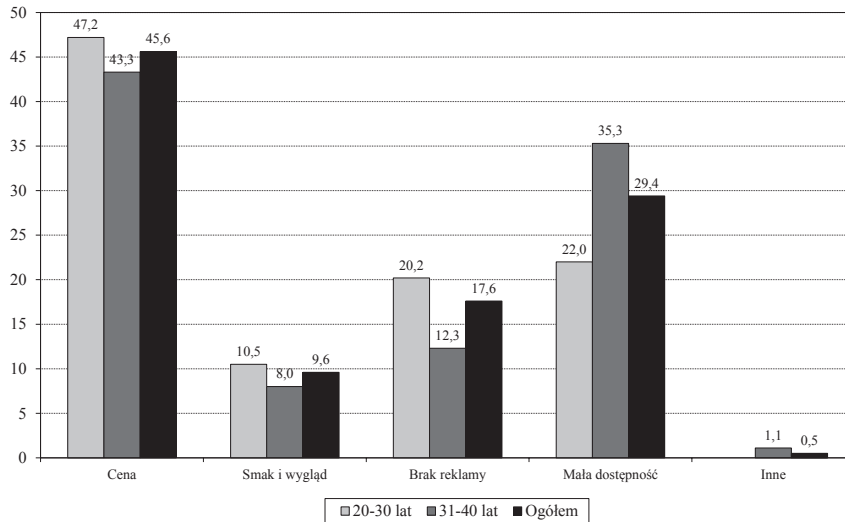


Źródło: opracowanie własne.

Niedostateczna edukacja dotycząca tego specyficznego segmentu żywności sprawiła, że rynek żywności funkcjonalnej nie rozwija się tak dynamicznie jak w krajach UE i Stanach Zjednoczonych. Wśród największych barier determinujących zakup produktu należy wymienić cenę i ograniczony asortyment na rynku, który nie odpowiada w pełni wymaganiom konsumentów. Wśród badanej grupy respondentów ludzie młodzi deklarowali cenę (47%) jako największą przeszkodę w zakupie oraz brak rzetelnej reklamy (20%) i niską dostępność produktów na rynku (21%). Wśród grupy starszej (30-40 lat) również cena była główną determinantą ograniczającą zakup (43%). Relatywnie ubogi wybór żywności funkcjonalnej był dla 35% badanych ważnym elementem decydującym o braku zainteresowania żywnością prozdrowotną. Natomiast pozostałe wskaźniki, takie jak nieprzekonująca reklama, nieakceptowany smak i wygląd nie były tak istotne, co przedstawiono na wykresie 2. Czasami respondenci wskazywali wątpliwości dotyczące skuteczności dodawanych składników bioaktywnych i bezpieczeństwa zdrowotnego finalnego produktu.

## Wykres 2

## Czynniki wpływające na niskie spożycie żywności funkcjonalnej (w %)



Źródło: jak w wykresie 1.

Obok ceny czynnikiem hamującym rozwój żywności funkcjonalnej jest sceptyczne podejście konsumenta (Gutkowska i in. 2015). W celu określenia, jaki czynnik wpływa na decyzje zakupowe przeprowadzono test istotności dla dwóch populacji. W obu grupach porównano odsetki odpowiedzi osób zgłaszających cenę jako podstawową barierę z kolejno najwyższymi odsetkami w każdej grupie. W młodszej grupie wiekowej statystyka testowa będąca wynikiem pomiaru istotności różnic odsetka osób deklarujących bariery cenowe i małą dostępność wyniosła  $t=3,05$  ( $p=0,001$ ). Oznacza to, że czynnik, jakim jest cena istotnie częściej był deklarowany niż wszystkie pozostałe analizowane czynniki dotyczące niskiego spożycia żywności funkcjonalnej.

Na pytanie, jakie oczekiwania powinien spełniać produkt funkcjonalny, 51% respondentów z pierwszej grupy i 45% drugiej grupy badanej wskazało hamowanie apetytu i uczucia głodu. Dla młodszych respondentów ważne byłoby stworzenie żywności poprawiającej sprawność psychofizyczną (20%). Natomiast dla starszej grupy wiekowej, obok produktów hamujących uczucie głodu, wskazane byłoby również wprowadzenie żywności obniżającej stres (26%), oraz żywności przeznaczonej dla seniorów (26%), co potwierdzają badania Skotnickiej i in. (2015). Analiza zależności między grupą wiekową a oczekiwaniami dotyczącymi nowego segmentu żywności projektowanej wskazuje na istotną zależność  $p=0,0003$ . Młodzi respondenci mają inne oczekiwania w stosunku do grupy starszej. Związane jest to ze stylem życia, modą, ciekawością i podejściem do nowych produktów na rynku. Prawdopodobnie osoby powyżej 40. roku życia mają zupełnie inne oczekiwania wobec tego typu żywności, co zostało zaprezentowane w licznych publikacjach (Jędrusek-

Golińska i in. 2015). Seniorzy przede wszystkim mają negatywne nastawienie do całego segmentu żywności wzbogaconej lub specjalnego przeznaczenia. Nie są zainteresowani żywnością sycącą, ponieważ uznają, że jest to rodzaj żywności zbędnej w ich jadłospisie. Dlatego należałoby się skupić w pierwszej kolejności na młodym uczestniku rynku.

## Podsumowanie

Stale rosnąca liczba osób otyłych postawiła przed naukowcami, lekarzami i dietetykami trudne zadanie. Każdego dnia poszukuje się metod zatrzymania epidemii otyłości, szczególnie wśród dzieci. Programy edukacyjne dotyczące prawidłowego odżywiania i promocji aktywności fizycznej, które ruszyły na całym świecie, nie mają wystarczającego przełożenia na rzeczywistość. Poszukuje się zatem nowych sposobów kontroli masy ciała i leczenia otyłości, ograniczając trudny do utrzymania reżim dietetyczny. Jedną z metod może być produkcja specjalnie zaprojektowanej żywności wysokosycącej. Możliwości technologiczne i wytworzenie innowacyjnych produktów o silnych właściwościach sycących dają ogromną szansę na wypełnienie niszy na rynku. Jednym z wielu problemów producentów żywności prozdrowotnej w Polsce jest cena. Wydatki ponoszone przez firmy na opracowanie technologii, badania kliniczne i wymogi licencjonowania produktu wprowadzanego do obrotu, wpływają na cenę jednostkową artykułu żywnościowego. W konsekwencji dysproporcja między ceną żywności konwencjonalnej a funkcjonalnej jest duża. Jednak Polacy, w szczególności zamożniejsi, coraz częściej sięgają po produkty prozdrowotne (Górecka i in. 2009). Przeprowadzone badania dowodzą, że grupa potencjalnych konsumentów żywności funkcjonalnej, w tym wysokosycącej, jest bardzo duża. Szacuje się, że w 2015 roku wartość rynku produktów dietetycznych wyniosła 1,34 mld euro (Tomaszewska i in. 2014). Wobec faktu dynamicznie rozwijającego się rynku żywności projektowanej w Polsce i na świecie oraz narastającej epidemii otyłości, zasadne byłoby rozszerzenie segmentu produktów funkcjonalnych o żywność wysokosycącą, wspomagającą kontrolę masy ciała.

Rynek żywności funkcjonalnej jest młody, ale w ostatnich latach należy do najszybciej rozwijających się sektorów światowego rynku żywnościowego (Nestorowicz 2015). Powyższe badania wskazują, jakie kierunki powinny obrać polskie firmy spożywcze, chcące konkurować na rynku żywności prozdrowotnej. Jednocześnie konieczne jest zwiększenie świadomości konsumenta oraz doprecyzowanie terminu „żywność funkcjonalna”. Żywność specjalnie projektowana jest słabo identyfikowalna na rynku żywnościowym. Otrzymane wyniki powinny być sygnałem dla producentów o konieczności dopasowania oferty do wymagań, które zostały ściśle określone na podstawie analizy niniejszego kwestionariusza.

## Bibliografia

Babicz-Zielińska E. (2010), *Postawy konsumentów wobec nowej żywności*, „Zeszyty Naukowe Akademii Morskiej w Gdyni”, nr 65.

- Błaszczuk E., Piórecka B., Jagielski P., Schleger-Zawadzka M. (2013), *Konsumpcja napojów energetyzujących i zachowania z nią związane wśród młodzieży wiejskiej*, „Problemy Higieny i Epidemiologii”, nr 94(4).
- Bogacz A. (2006), *Napoje funkcjonalne – zdrowie, żywienie, marketing. Cz. 1. Napoje funkcjonalne – szansa dla producentów i konsumentów*, „Przemysł Fermentacyjny i Owocowo-Warzywny”, nr 11.
- Chen C.L., Pan T.M. (2015), *Effects of red mold dioscorea with pioglitazone, a potentially functional food, in the treatment of diabetes*, „Journal of Food Drug Analysis”, No. 23(4).
- de Boer A., Urlings M.J.E., Bast A. (2016), *Active ingredients leading in health claims on functional foods*, „Journal of Functional Foods”, No. 20.
- Fizman S., Varela P. (2013), *The role of gums in satiety/satiation. A review*, „Food Hydrocolloids”, No. 32(1).
- Górecka D., Czarnocińska J., Idzikowski M., Kowalec J. (2009), *Postawy osób dorosłych wobec żywności funkcjonalnej w zależności od wieku i płci*, „Żywność. Nauka. Technologia. Jakość”, nr 4(65).
- Gutkowska K., Kowalczyk I., Sajdakowska M., Żakowska-Biemans S., Kozłowska A., Olewnik-Mikołajewska A. (2014), *Postawy konsumentów wobec innowacji na rynku żywności*, „Handel Wewnętrzny”, nr 4(351).
- Gutkowska K., Olewnik-Mikołajewska A., Krośnicka K. (2015), *Zachowania konsumentów wobec innowacyjnych produktów żywnościowych na przykładzie żywności funkcjonalnej*, „Logistyka”, nr 2.
- Jędrusek-Golińska A., Szymandera-M., Buszka K., Waszkowiak K., Marek Goliński M., Ewa Jędrzejowska E. (2015), *Postawy osób starszych z terenu wielkopolski wobec żywności funkcjonalnej w zależności od ich aktywności życiowej – badania pilotażowe*, „Journal Agriculture and Rural Development”, No. 4(38).
- Kosicka-Gębska M., Osińska M., Gębski J. (2011), *Żywnienie niemowląt i małych dzieci gotowymi produktami żywnościowymi*, „Problemy Higieny i Epidemiologii”, nr 92(3).
- Lai C.S., Wu J.C., Pan M.H. (2015), *Molecular mechanism on functional food bioactives for anti-obesity*, „Current Opinion in Food Science”, No. 2.
- Larrosa V., Lorenzo G., Zaritzky N., Califano A. (2016), *Improvement of the texture and quality of cooked gluten-free pasta*, „Food Science and Technology”, No. 70.
- Li J.M., Nie S.P. (2016), *The functional and nutritional aspects of hydrocolloids in food*, „Food Hydrocolloids”, No. 53.
- Liu M.H., KoCh.H., Ma N., Tan P.W., Fu W.M., He J.Y. (2016), *Chemical profiles, antioxidant and anti-obesity effects of extract of Bambusatextilis McClure leaves*, „Journal of Functional Food”, No. 22.
- Nestorowicz R. (2015), *Wyzwania dla komunikacji marketingowej w procesie wprowadzania na rynek innowacyjnych produktów żywnościowych*, „Logistyka”, nr 2.
- Nieminen V., Laakso P., Kuusisto P., Niemelä J., Laitinen K. (2016), *Plant stanol content remains stable during storage of cholesterol-lowering functional foods*, „Food Chemistry”, No. 1(196).
- Patel S. (2015), *Cereal bran fortified-functional foods for obesity and diabetes management: Triumphs, hurdles and possibilities*, „Journal of Functional Food”, No. 14.
- Roberfroid M. (2011), *Defining functional foods and associated claims*, (w:) Saarela M., *Functional Food: Concept to product*, Woodhead Publishing Ltd, Cornwall.

- Siro I., Kapolna E., Kapolna B., Lugasi A. (2008), *Functional food. Product development, marketing and consumer acceptance—A review*, "Appetite", No. 51.
- Skotnicka M., Michalczuk M., Śmiechowska M., Kłobukowski F. (2015), *Możliwości rozwoju żywności przeznaczonej dla osób starszych*, (w:) Łysiak-Szydłowska W., Strzała K. *Oblicza dobrobytu: wybrane zagadnienia T. 2*, Wydawnictwo Gdańskiego Uniwersytetu Medycznego, Gdańsk.
- Szymandera-Buszka K., Jędruck-Golińska A., Waszkowiak K., Goliński M. (2014), *Postawy studentów Politechniki Poznańskiej wobec żywności zawierającej składniki bioaktywne*, „Marketing i Rynek”, nr 6.
- Tomaszewska M., Bliska B., Grzesińska W., Przybylski W. (2014), *Żywność funkcjonalna jako możliwość rozwoju polskich firm spożywczych*, „Roczniki Naukowe Stowarzyszenia Ekonomistów Rolnictwa i Agrobiznesu”, nr XVI (3).
- Vieira da Silva B., Barreira J.C.M., Oliveira M.B. (2016), *Natural phytochemicals and probiotics as bioactive ingredients for functional foods: Extraction, biochemistry and protected-delivery technologies*, "Trends of Food Science Tech", No. 51.
- Weker H., Więch M., Wilska H., Barańska M. (2015), *Żywność dla niemowląt i małych dzieci – aktualne spojrzenie*, „Bromatologia i Chemia Toksykologiczna”, XLVIII, nr 3.
- Zalewski B.M., Chmielewska M.D., Szajewska M.D. (2015), *The effect of glucomannan on body weight in overweight or obese children and adults: A systematic of randomized controlled trials*, "Nutrition", No. 31.

## Consumer Behaviour with Regard to Functional and Highly Satiating Food in Poland

### Summary

The objective of this study was to assess the consumer's knowledge and preferences regarding functional food, in particular food of high satiety potential and its chances for development in Poland.

The pilot study was conducted among 253 persons at the age of 20 to 40 years. The author's own questionnaire was used in the study. The survey questions were related to the customers' knowledge regarding functional food, in particular food with high satiating potential and its chances for development in Poland. The obtained results have shown that the knowledge regarding functional food is insufficient. Only about 50% of respondents have ever consumed this type of food. The preference analysis has shown that the development of functional food would be justified. As much as 48% of respondents have stated that the Polish market lacks the food satisfying the feeling of hunger and cutting down the snacks between meals. The conducted study has proved that the potential group of consumers of highly satiating food is considerably large. In the light of the epidemic of obesity, it would be advisable to extend the segment of functional products so that they would include highly satiating food, which would help to control body weight. The subject matter of the study is an indication for food manufacturers that the current in-market consumers expect Polish functional food offer to become extended.

**Key words:** functional food, satiety, obesity.

**JEL codes:** I12, M31, M7, O33



## Поведение потребителя по отношению к функциональным и сытным пищевым продуктам

### Резюме

Цель изучения заключалась в оценке знаний и предпочтений потребителя насчет функциональных пищевых продуктов, в особенности же продуктов с высоким потенциалом сытности и шансов их развития в Польше.

Пилотажное обследование охватило 253 лица в возрасте от 20 до 40 лет. В изучении использовали авторский вопросник. Вопросы касались знаний насчет функциональных пищевых продуктов, в особенности же характеризующихся высоким потенциалом сытности и их шансов развития в Польше. Полученные результаты показывают, что знания насчет функциональных пищевых продуктов недостаточны. Лишь около 50% опрошенных потребляли когда-нибудь продукты такого рода. Анализ предпочтений показал, что развитие сытных пищевых продуктов было бы оправданным. Аж 48% опрошенных сочли, что на нашем рынке особенно не хватает продуктов, снижающих чувство голода и поедание между основными приемами пищи. Проведенные обследования доказывают, что группа потенциальных потребителей сытных продуктов весьма большая. В контексте растущей эпидемии ожирения было бы целесообразным расширение сегмента функциональных продуктов за счет сытных пищевых продуктов, способствующих контролю за весом человека. Вышеуказанные обследования представляют собой подсказку для производителей продуктов питания, что нынешний потребитель ожидает расширения предложения функциональных пищевых продуктов в Польше. Статья имеет исследовательский характер.

**Ключевые слова:** функциональные пищевые продукты, сытность, ожирение.

**Коды JEL:** I12, M31, M7, O33

Artykuł nadesłany do redakcji we wrześniu 2016 roku

© All rights reserved

Afiliacje:

dr inż. Magdalena Skotnicka

Gdański Uniwersytet Medyczny

Wydział Nauk o Zdrowiu

Zakład Chemii, Ekologii i Towaroznawstwa Żywności

ul. Powstania Styczniowego 9B

81-519 Gdynia,

e-mail: skotnicka@gumed.edu.pl

dr inż. Anna Platta  
Akademia Morska w Gdyni  
Wydział Przedsiębiorczości i Towaroznawstwa  
Katedra Handlu i Usług  
ul. Morska 81-87  
81-225 Gdynia  
e-mail: a.platta@wpit.am.gdynia.pl