

Streszczenie

Wybrane uwarunkowania akceptacji konsumenckiej pieczywa o różnej zawartości błonnika

Celem pracy było określenie znaczenia wybranych czynników w warunkowaniu akceptacji konsumenckiej pieczywa o różnej zawartości błonnika, w tym postaw względem technologii stosowanych w produkcji żywności, motywów wyboru żywności, wiedzy żywieniowej i wiedzy o błonniku, postrzegania cech sensorycznych pieczywa o różnej zawartości błonnika oraz dotychczasowych doświadczeń związanych ze spożywaniem pieczywa.

Zrealizowano dwa badania ankietowe w 2013 i 2014 roku z zastosowaniem metody CAPI oraz sensoryczne badanie konsumenckie w 2015 roku.

W wyniku przeprowadzonych analiz stwierdzono, iż postawy wobec nowych technologii stosowanych w produkcji żywności i motywy wyboru żywności istotnie korelowały z zamiarem spożywania produktów zbożowych z dodatkiem błonnika. Wiedza żywieniowa i wiedza o błonniku nie wykazały istotnego związku z częstością spożywania pieczywa pełnoziarnistego, natomiast pozytywnie korelowały ze znajomością i chęcią spożywania pieczywa z dodatkiem błonnika. Ocena konsumencka bułek o różnej zawartości błonnika, wykazała wyższą akceptację bułki z 12% dodatkiem błonnika w porównaniu z tradycyjną bułką pszenną. Można zatem stwierdzić, że jest możliwe skuteczne wprowadzenie na rynek pieczywa z dodatkiem błonnika jako alternatywy dla pieczywa jasnego, przy czym należy uwzględnić w tym procesie specyfikę jego potencjalnych nabywców.

Słowa kluczowe: akceptacja konsumencka, motywy wyboru żywności, błonnik pokarmowy, innowacyjne produkty piekarnicze.

Summary

Selected determinants of consumer acceptance of bread with different fiber content

The aim of the study was to verify the importance of selected determinants in consumer acceptance of bread with different fiber content conditioning, including attitudes towards technologies used in food production, food choice motives, nutrition knowledge and knowledge about fiber, perception of sensory attributes of bread with different fiber content and previous experience related to the consumption of bread.

Two surveys were conducted in 2013 and 2014 using the CAPI method and sensory evaluation of consumer acceptance in 2015.

In the outcome of the study it was found that attitudes towards new technologies used in food production and food choice motives correlated significantly with the intention to consume cereal products enriched with fiber. Nutrition knowledge and knowledge about fiber did not show a significant relationship with the frequency of eating wholegrain bread, but positively correlated with the familiarity with and willingness to consume bread enriched with fiber. Sensory consumer evaluation of rolls with different fiber content showed a higher acceptance of rolls with 12% fiber addition compared to traditional wheat rolls. It can therefore be concluded that it is possible to effectively introduce bread enriched with fiber as an alternative to white bread, with mandatory consideration of potential consumers' specifics in the go-to market process.

Key words: consumer acceptance, food choice motives, dietary fiber, innovative bakery products.