

Imię i nazwisko autora rozprawy: mgr inż. Magda Śniegocka-Dworak

Imię i nazwisko promotora rozprawy: dr hab. inż. Aleksandra Wilczyńska prof. UMG

Imię i nazwisko promotora pomocniczego: dr inż. Agnieszka Palka

Temat rozprawy doktorskiej:

„Determinanty rozwoju rynku produktów tradycyjnych i regionalnych oraz czynniki wpływające na jakość tych produktów”

Żywność tradycyjna i regionalna to produkty, które wytwarzane są ze specjalnych składników, dzięki tradycyjnej metodzie. Produkty te charakteryzuje naturalność, niski stopień przetworzenia, brak dodatków oraz dozwolonych substancji chemicznych. Wszystkie z wymienionych cech sprawiają, że produkty tradycyjne cieszą się coraz szerszym zainteresowaniem i są bez wątpienia są pożądaną przez konsumentów alternatywą dla produktów wytwarzanych na skalę przemysłową. Konsekwencją jest wzrost popytu na żywność tradycyjną w formie przetworzonych i nieprzetworzonych produktów, pochodzących ze sprawdzonego źródła. Zainteresowanie produktami tradycyjnymi, regionalnymi wzrasta w sposób ciągły. Trend ten obserwowany jest nie tylko na rynku krajowym, ale również za granicą, gdzie coraz większą rolę odgrywa żywność wytwarzana w sposób tradycyjny.

Tego typu produkcja stała się na tyle znacząca, że wprowadzono różne systemy jej ochrony. Niestety producenci produktów tradycyjnych i regionalnych często wprowadzają do obrotu wyroby bez stosownego oznaczenia, co powoduje, że praktycznie niemożliwe jest określenie wielkości rynku produktów tradycyjnych i regionalnych w Polsce, a tym samym przedstawienie trendów rozwoju produktów na tym rynku.

Celem pracy było zbadanie lokalnego rynku produktów tradycyjnych i regionalnych oraz analiza czynników wpływających na rozwój produkcji i dystrybucji żywności tradycyjnej i regionalnej w wybranych powiatach woj. pomorskiego.

Praca składa się z dwóch części, pierwsza obejmuje wstęp i przegląd literatury, w drugiej części - badawczej zawarto cel pracy i hipotezy badań, została opisana metodyka oraz omówione zostały wyniki badań podsumowanie oraz wnioski z nich wynikające.

W części pierwszej przedstawiono rynek żywności, omówiono czynniki wpływające na jego rozwój – jakość żywności, pochodzenie żywności, świadomość i edukacja konsumenta. Następnie poruszono problematykę produktu tradycyjnego i regionalnego, systemy wyróżniania tego typu żywności. W drugim rozdziale została

omówiona jakość produktów tradycyjnych – etapy życia produktu tradycyjnego i regionalnego oraz utożsamianie tych produktów z wysoką jakością.

Część badawcza zawiera cel, hipotezy, metodykę, wyniki badań ankietowych przeprowadzonych wśród producentów na temat dystrybucji produktów tradycyjnych oraz ich zainteresowania nadawaniem produktom oznaczeń, a także opinie producentów na temat bezpieczeństwa produktów tradycyjnych i regionalnych oraz konsumentów na temat zainteresowania oraz wiedzy o produktach tradycyjnych i regionalnych. Następnie zaprezentowano wyniki analizy fizyko-chemicznej wędlin tradycyjnych i regionalnych oraz odpowiadających im wyrobów konwencjonalnych oraz przeprowadzonego profilowania sensorycznego wybranych produktów tradycyjnych, regionalnych oraz odpowiadających im produktów konwencjonalnych. Do interpretacji wyników wykorzystano testy statystyczne oraz arkusz kalkulacyjny MS Excel.

W części końcowej pracy zawarto podsumowanie oraz wnioski z badań. Badania przeprowadzone wśród producentów wykazały, iż mają oni pozytywne doświadczenia związane z wytwarzaniem oraz zbywaniem produktów tradycyjnych i regionalnych. Stwierdzono również, że producenci coraz chętniej biorą udział w systemach wyróżniania żywności. Wykazano, iż konsumenci z powiatu starogardzkiego są zainteresowani żywnością tradycyjną i regionalną, doceniają jej wysoką jakość oraz sprawdzone źródło pochodzenia. Respondenci deklarują znajomość i nabywanie tego typu żywności, jednak w wyniku weryfikacji ich wiedzy na temat oznaczeń związanych z żywnością tradycyjną i regionalną, można stwierdzić, iż nie są w stanie prawidłowo identyfikować tych oznaczeń. W wyniku analizy fizyko-chemicznej stwierdzono, że żywność tradycyjna pod tym względem nie odbiega od żywności konwencjonalnej.

Czynnikami, które w największym stopniu mogą wpłynąć na rozwój rynku produktów tradycyjnych i regionalnych jest postrzeganie tej żywności przez konsumentów. Tylko konsument świadomy walorów tego rodzaju żywności będzie jej poszukiwał i ją kupował. Wysoka jakość sensoryczna tego rodzaju produktów może być czynnikiem przesądającym o wyborach konsumenckich. Tego powinni być świadomi zarówno producenci jak i osoby zajmujące się marketingiem.

Słowa kluczowe: produkt tradycyjny i regionalny, żywność tradycyjna, jakość żywności

Magda Śmiepcza-Danek