

ANNA JĘCZMYK

Uniwersytet Przyrodniczy w Poznaniu

## TRADYCYJNE I REGIONALNE PRODUKTY ŻYWNOŚCIOWE JAKO ELEMENT ROZWOJU GOSPODARSTW AGROTURYSTYCZNYCH

**Abstract: Traditional and Regional Food Products as Part of the Development of Agritourism Farms.** Polish countryside is changing, the other activities are developing outside agriculture. One of them is agritourism. The owners of farms combine agricultural activity with tourism. In addition to the basic agritourism services they offer tourists agriproducts from their farms and the surrounding agricultural producers, which were manufactured in the traditional manner. This activity gives them a lot of economic and non-economic benefits. The aim of the theoretical and review article is to present the role of traditional and regional foods in the development of agritourism farms.

**Key words:** Agritourism, local, regional products, rural area, traditional.

### Wstęp

Obszary wiejskie kryją w sobie ogromne zasoby: przyrodnicze, społeczne i gospodarcze; to naturalna „fabryka żywności”, ale również miejsce do rozwijania innych, pozarolniczych działalności. Innowacyjne formy aktywności na terenach wiejskich pozwalają na zatrudnienie miejscowej ludności i wykorzystanie lokalnego potencjału. Istotną szansą dla producentów lokalnej, tradycyjnej i regionalnej żywności jest światowy trend powrotu do naturalnych produktów. Coraz więcej konsumentów poszukuje tradycyjnych i regionalnych produktów żywnościowych o wysokiej jakości, które są przeciwieństwem masowej produkcji i tanich wyrobów przemysłu spożywczego.

Dzięki rosnącemu zainteresowaniu lokalnymi produktami żywnościowymi właściciele gospodarstw agroturystycznych tworząc ofertę dla turystów mogą wykorzystać lokalne zasoby i budować konkurencyjność tej formy turystyki. To połączenie jest czynnikiem pobudzającym rozwój gospodarstw rolnych oraz wsi, zaspakają potrzeby ludności wiejskiej, tworzy nowe miejsca pracy, przeciwdziałają wyludnianiu się wsi,

powoduje wzrost dochodów lokalnej społeczności, zmianę sposobów i warunków życia oraz kształtowanie nowego modelu konsumpcji miejscowej ludności, jak również aktywizację rozwoju gospodarczego. Kwatery agroturystyczne, które wytwarzają produkty i żywność we własnym zakresie mają szansę na zdobycie większego grona klientów.

Celem opracowania, które ma charakter teoretyczno-przeglądowy, jest ukazanie roli tradycyjnych i regionalnych produktów żywnościowych w rozwoju gospodarstw rolnych, które świadczą usługi agroturystyczne. W pracy wykorzystano wybrane pozycje literatury polskiej i zagranicznej nawiązujące treścią do podjętego tematu badawczego.

## 1. Rozwój obszarów wiejskich

Obszary wiejskie, które zajmują 93,2% terytorium Polski i mieszka na nich 39% ogółu ludności kraju [*Obszary wiejskie w Polsce* 2011, s. 93], mają w sobie duży potencjał, zarówno społeczny, gospodarczy, jak i przyrodniczy. W publikacjach teoretycznych, jak i w dostępnych źródłach statystycznych, nie ma jednej, powszechnie obowiązującej definicji obszarów wiejskich. W różnych opracowaniach są one określane, jako teren uprawny lub teren pokryty naturalną roślinnością, wyłączony z bezpośredniego wpływu centrów miejskich, w skład którego wchodzi, oprócz samodzielnych domów, także obszary pozamiejskie i siedliska rzemieślnicze, handlowe i przemysłowe [Zangari 2003, s. 29]. Obszar wiejski jest przestrzenią, w której działa człowiek i którą charakteryzuje stosunkowo niska gęstość zaludnienia, rozproszone stałe osadnictwo i ekstensywne zagospodarowanie ziemi. Tak przyjęta definicja pozwala odróżnić od obszarów wiejskich tereny zurbanizowane oraz te, na których nie ma działalności człowieka – czyli pustkowia (np. pustynie, niezamieszkałe obszary polarne, niektóre łańcuchy górskie) [Bański 2002, 375-376].

Obszary wiejskie przejęły wiele funkcji pozarolniczych, które pozwoliły jej mieszkańcom na zatrudnienie w innych, bardziej efektywnych działach gospodarki narodowej, a wieś przestano utożsamiać głównie z rolnictwem [Otoliński, Wielicki 2003, 104]. Spośród różnorodnych pozarolniczych funkcji gospodarczych na terenach wiejskich w Polsce rozwija się przede wszystkim: turystyka, usługi, handel, leśnictwo, drobna wytwórczość i mieszkalnictwo [Pałka 2010, s. 164]. Rolnictwo XXI w. wymaga wielokierunkowego podejścia, a przede wszystkim musi ono reagować elastycznie na wyzwania pojawiające się na rynku. Produkcję rolniczą w gospodarstwie należy integrować z inną działalnością [Otoliński, Wielicki 2003, s. 104].

Jednym z kierunków przemian omawianych terenów jest wielofunkcyjny rozwój, od wielu lat stosowany w krajach Europy Zachodniej. Jest on związany ze znacznym większym niż dotychczas zróżnicowaniem gospodarki wiejskiej oraz odejściem od monofunkcyjności, która polega na produkcji surowców rolniczych. W przestrzeń

wsí zostają wkomponowane nowe funkcje pozarolnicze [Kłodziński 1999], co zgodne jest z założeniami Wspólnej Polityki Rolnej Unii Europejskiej [Durydiwka 2012, s. 21]. W ramach wielofunkcyjnego rozwoju tych obszarów podejmowane są różnego rodzaju działalności, które umożliwiają ekonomiczną aktywizację ludności wiejskiej.

Obszary wiejskie mogą mieć różne kierunki rozwoju, jednym z możliwych może być wytwarzanie produktów i wyrobów żywnościowych. Żywność jest m.in. produktem rolnictwa (oraz przemysłu spożywczego), a zgodnie z *Rozporządzeniem (WE) nr 178/2002 Parlamentu Europejskiego i Rady z 28 stycznia 2002 r. ustanawiającego ogólne zasady i wymagania prawa żywnościowego* za „żywność uznaje się każdą substancję lub produkt, przetworzone, przetworzone częściowo lub nieprzetworzone, przeznaczone do spożycia przez ludzi, lub których spożycia przez ludzi można się spodziewać. Natomiast definicję artykułu rolno-spożywczego zawiera *Ustawa o jakości handlowej artykułów rolno-spożywczych z 21 grudnia 2000 r.*, która określa je, jako produkty rolne, runo leśne, dziczyznę, organizmy morskie i słodkowodne w postaci surowców, półproduktów oraz wyrobów gotowych, otrzymywanych z tych surowców i półproduktów, w tym środki spożywcze”.

Żywność, którą rolnicy wyprodukują w swoich gospodarstwach, powinna być bezpieczna, a warunki, w których jest ona produkowana powinny być kontrolowane na poszczególnych etapach produkcji i obrotu. W związku z czym ponoszą oni odpowiedzialność za warunki, w jakich żywność trafia do obrotu [Drağ, Platte, 2007, s. 4]. Produkcja i sprzedaż produktów żywnościowych jest związana z przestrzeganiem przez rolnika wielu obowiązków w zakresie wymagań: weterynaryjnych, sanitarno-higienicznych, przepisów prawa podatkowego i gospodarczego, bezpieczeństwa żywności i innych [Kieljan 2011, s. 107]. Stanowi to pewną barierę dla tych, którzy chcą produkować i sprzedawać te produkty na małą skalę.

„Dbałość o konsumenta i stopień zaspokojenia jego potrzeb oraz konieczność wykorzystania zasobów wsi i gospodarstw rolnych w celu poprawy dochodów doprowadziły do pojawienia się nowej kategorii produktów – *produktów regionalnych*” [Duczowska-Małysz 2007, s. 4].

## 2. Produkty lokalne, tradycyjne, regionalne

Rola żywności w rozwoju obszarów wiejskich Unii Europejskiej jest podkreślona przez Komisję Europejską. „UE posiada wspaniałe zróżnicowane dziedzictwo kulinarne, które winno być w pełni wykorzystane” [www.enrd.ec.europa.eu/pl/themes/local-food-and-short-supply-chains; pobrane 14.03.2015]. Dzięki rozwojowi lokalnego sektora żywności następuje wzmocnienie lokalnych gospodarstw, zmniejszenie śladu węglowego dystrybucji żywności, budowanie bezpieczeństwa żywnościowego gospodarstw domowych, zapewnienie osobom o niskich dochodach dostępu do dobrej żywności i zdrowej diety, wspieranie małych przedsiębiorstw i poprawienie rentow-

ności małych gospodarstw itp. [*Lokalna żywność ...* 2012, s. 3]. Produkty lokalne, tradycyjne i regionalne wywierają także pozytywny wpływ na lokalne społeczności: wzmacniają lokalne więzi społeczne, konsolidują środowisko, umacniają poczucie inności, niepospolitości, wyjątkowości i utrwalają korzystny obraz regionu w oczach całego społeczeństwa [Duczkowska-Małysz 2007, s. 4].

Produkcja żywności o wyższych standardach zdrowotnych charakteryzuje się wysoką pracochłonnością, niższą wydajnością, a co za tym idzie wysokim kosztem wytwarzania. Jednak polscy konsumenci skłonni są płacić za tę podwyższoną jakość [Sieczko 2008, s. 398]. Tradycyjne produkty żywnościowe o szczególnych cechach jakościowych to część polskiego dziedzictwa kulturowego, które przez wieki tworzyło wartości, zwyczaje, przyzwyczajenia kulinarne i smak [Gąsiorowski 2005, s. 3], dlatego należy dbać o ich odpowiednią jakość i chronić od zapomnienia.

Pojęcia produktu lokalnego, tradycyjnego i regionalnego są trudne do zdefiniowania ze względu na to, że są szeroko i różnorodnie rozumiane (tab. 1). *Ustawa z 17 grudnia 2004 r. o rejestracji i ochronie nazw i oznaczeń produktów rolnych i środków spożywczych oraz o produktach tradycyjnych* uporządkowała polski system produktów regionalnych oraz tradycyjnych.

Zgodnie z tym aktem za *produkty tradycyjne* uważa się produkty rolne i środki spożywcze, (...) oraz napoje spirytusowe, (...) których jakość lub wyjątkowe cechy i właściwości wynikają ze stosowania tradycyjnych metod produkcji, za które uważa się metody wykorzystywane od co najmniej 25 lat. Szerokie pojęcie żywności tradycyjnej zostało wprowadzone do życia przez *Rozporządzenie Rady WE nr 510/2006 z 20 marca 2006 r. w sprawie ochrony oznaczeń geograficznych i nazw pochodzenia produktów rolnych i środków spożywczych* oraz *Rozporządzeniem Rady WE nr 509/2006 z 20 marca 2006 r. w sprawie produktów rolnych i środków spożywczych będących gwarantowanymi tradycyjnymi specjalnościami*, a także *Ustawą z 25 sierpnia 2006 r. o bezpieczeństwie żywności i żywienia* [Kupracz 2007, s. 102].

Komisja Europejska podała definicję tradycyjnych produktów żywnościowych, według której przymiotnik „tradycyjny oznacza, dowiedzione użycie na rynku wspólnotowym przez okres co najmniej 25 lat, przekazywany z pokolenia na pokolenie” [Guerrero *et al.* 2009, s. 346]. Tradycyjne produkty charakteryzują się zatem tradycyjną metodą wytwarzania, z użyciem tradycyjnych surowców, wykorzystują rodzime rasy zwierząt, a informacje o nich przekazywane są z pokolenia na pokolenie.

Produkt regionalny odnosi się do jego związku ze środowiskiem przyrodniczym danego obszaru (ukształtowanie terenu, klimat, rodzaj gleby). Jego wysoka jakość i renoma jest związana z regionem, w którym jest wytwarzany, przy czym region nie musi być regionem w sensie geograficznym, tylko oznacza obszar, z którym związane jest wytwarzanie produktu ([www.produktytradycyjne-dobrepraktyki.pl/informator/produkt-lokalny-tradycyjny-regionalny-ekologiczny](http://www.produktytradycyjne-dobrepraktyki.pl/informator/produkt-lokalny-tradycyjny-regionalny-ekologiczny); pobrane 14.03.2014).

Określenie „lokalny” jest używane potocznie, a ten przymiotnik w przepisach prawnych pojawia się w *Rozporządzeniu MRiRW z 8 czerwca 2010 r. w sprawie szcze-*

*gółowych warunków uznania działalności marginalnej, lokalnej i ograniczonej, gdzie zostało sprecyzowane, że wytworzony produkt może być sprzedawany „lokalnie”, czyli w województwie, gdzie został wytworzony i w powiatach przyległych (<http://www.produktytradycyjne-dobrepraktyki.pl/informator/produkt-lokalny-tradycyjny-regionalny-ekologiczny>; pobrane 14.03.2014).*

Tabela 1

Charakterystyka produktu lokalnego, tradycyjnego, regionalnego oraz ekologicznego

Produkt lokalny	Produkt tradycyjny	Produkt regionalny
<p>wyrób lub usługa, z którą utożsamiają się mieszkańcy regionu;</p> <p>związany z miejscem dość wąsko rozumianym, np. miasto, 2-3 sąsiednie wsie;</p> <p>dla lokalnych mieszkańców codzienny, pospolity;</p> <p>produkowany w sposób nieprzemysłowy, niemasyowy, przyjazny dla środowiska;</p> <p>wytwarzany z lokalnych surowców;</p> <p>wytwarzany według lokalnych metod;</p> <p>wytwarzają go często mali producenci rolni;</p> <p>wspiera także lokalną gospodarkę;</p> <p>zmniejsza koszty transportu;</p> <p>pozytywnie wpływa na środowisko;</p> <p>dla osób przyjeżdżających jest czymś wyjątkowym, specyficznym.</p>	<p>- jest wytwarzany tradycyjnymi metodami i z tradycyjnie używanych surowców;</p> <p>- jest spożywczym produktem chronionym, posiadającym tradycyjny skład lub metodę produkcji, wytwarzanym z tradycyjnych surowców;</p> <p>- ma wyjątkowe właściwości i cechy, lub jakość, wynikają z produkcji w tradycyjny sposób;</p> <p>- może, ale nie musi być powiązany z regionem;</p> <p>- tradycyjna metoda może zostać zmodernizowana bez pogorszenia jakości produktu.</p>	<p>- płody rolne, wyroby i przetwory o specyficznej jakości, powiązane ściśle z warunkami określonego obszaru, z ukształtowaniem terenu, typem gleby, charakterystycznym klimatem itp.;</p> <p>- charakterystyczne jest umiejscowienie geograficzne oraz kilkudziesięcioletnia ciągłość produkcji;</p> <p>- stanowi wizytówkę wsi, gminy czy powiatu;</p> <p>- może zawierać w swojej nazwie nazwę miasta, miejscowości lub regionu, z którego pochodzi;</p> <p>- w niektórych regionach, ich nazwa i technologia produkcyjna są prawnie chronione.</p>

Źródło: Opracowanie na podstawie: <http://www.produktytradycyjne-dobrepraktyki.pl/informator/produkt-lokalny-tradycyjny-regionalny-ekologiczny> pobrane 15.03.2015 oraz [Grębowiec 2010, s. 24].

Podsumowując, *produkt regionalny* można zdefiniować jako wpisany do jednego z trzech unijnych rejestrów: Rejestru Chronionych Nazw Pochodzenia, Rejestru Chronionych Oznaczeń Geograficznych, Rejestru Świadectw Specjalnego Charakteru,

natomiast *produkt tradycyjny* to wpisany przez Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi na Listę Produktów Tradycyjnych [Jakubowska-Łazęcka 2006, s. 13].

W unijnym systemie jakości żywności zostały rozróżnione dwie zasadnicze kategorie produktów: produkty tradycyjne oraz produkty regionalne znanego pochodzenia. Produktom tradycyjnym przyznawany jest znak Gwarantowanej Tradycyjnej Specjalności (GTS), a produktom regionalnym, czyli produktom znanego pochodzenia, znak Chronionej Nazwy Pochodzenia (ChNP) lub Chronionego Oznaczenia Geograficznego (ChOG). GTS mogą być nie tylko produkty, ale i potrawy, zaś potrawy nie mogą aplikować o uzyskanie ChNP lub ChOG [Winawer, Wujec 2013, s. 23-24]. Obecnie zarejestrowanych jest 37 produktów rolnych i środków spożywczych (23.03.2015).

Polscy producenci, na mocy *Ustawy z 17 grudnia 2004 r. o rejestracji i ochronie nazw i oznaczeń produktów rolnych i środków spożywczych oraz o produktach tradycyjnych*, mogą wpisywać swoje produkty na Listę Produktów Tradycyjnych, która prowadzona jest przez Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi. O wpis można się starać dla tych produktów, które są wytwarzane od co najmniej 25 lat i związane są z lokalnymi zwyczajami i tradycją; mogą to być: sery i inne produkty mleczne, mięso świeże oraz produkty mięsne, produkty rybołówstwa, w tym ryby, orzechy, nasiona, zboża, warzywa i owoce (przetworzone i nie), wyroby piekarnicze i cukiernicze, oleje i tłuszcze (masło, margaryna itp.), miody, gotowe dania i potrawy, napoje (alkoholowe i beزالkoholowe) i inne produkty [Ministerstwo Rolnictwa i Rozwoju Wsi].

Tabela 2

Liczba produktów wpisanych na Listę Produktów Tradycyjnych prowadzoną przez Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi w rozbiciu na poszczególne lata

Rok	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Liczba	54	186	177	168	127	100	120	93	181	141

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych Ministerstwa Rolnictwa i Rozwoju Wsi.

W 2015 r. do 5 marca na listę wpisano 38 produktów (tab. 2) [Ministerstwo Rolnictwa i Rozwoju Wsi]. Na tę listę wpisywany jest produkt, a nie jego producent, dlatego wpis nie daje producentowi ani wyłączności do używania nazwy produktu, ani jej prawnej ochrony. Umieszczone na liście produkty nie mają jakiegos odrębnego oznakowania, jednak cieszą się dużą popularnością wśród konsumentów i producentów [Jęczmyk, Sammel 2012, s. 222]. Obecnie wpisanych jest na nią 1352 produktów (5.03.2015).

Do najważniejszych korzyści wynikających z oferowania produktów i potraw regionalnych i tradycyjnych można zaliczyć:

- wzbogacenie oferty gastronomicznej i turystycznej pojedynczego gospodarstwa agroturystycznego, miejscowości, a w konsekwencji całego regionu;

- zachowanie tradycyjnych umiejętności w dziedzinie sztuki kulinarnej, ocalenie od zapomnienia wielu rodzimych specjałów, ich identyfikację i inwentaryzację;
- zwiększenie opłacalności produkcji rolnej, dzięki oferowaniu produktów przetworzonych, o znanej renomie i wysokiej jakości;
- zwiększenie różnorodności oferowanych produktów dla konsumenta;
- ochrona lokalnej i regionalnej tożsamości [Józefczyk, Grodzki 2005, s. 344].

Rozwój produktów regionalnych i tradycyjnych jest korzystny ze względów środowiskowych, ponieważ wykorzystuje się zasoby naturalne środowiska, gospodarcze i społeczne. Dzięki temu powstają nowe firmy, które płacą podatki dla gminy, a mieszkańcy uzyskują dochód, są tworzone nowe miejsca pracy, następuje realizacja celów życiowych, mieszkańcy zdobywają ciekawe zajęcie, wzrasta przywiązanie do regionu, co stwarza szansę poprawienia sytuacji ekonomicznej w regionie, jednocześnie zapewniając pozytywne efekty społeczne i środowiskowe [Grębowiec 2010, s. 24].

Związek produktu z regionem sprawia, że zakup staje się początkiem kontaktu ze specyficzną historią, tradycją, kulturą, społecznością i przyrodą danego obszaru. Ostatnio w wielu krajach europejskich można obserwować silną tendencję do podkreślania własnej przynależności regionalnej – coraz większego znaczenia nabierają tzw. małe ojczyzny [Sokół, Kołoszko-Chomentowska 2010, s. 140].

Warto zwrócić też uwagę na znaczenie omawianych produktów żywnościowych dla środowiska naturalnego. Wytwarzanie tego typu dóbr bardzo często odbywa się według starych receptur, pochodzących z czasów, gdy nie było konserwantów i wysokiej chemizacji procesu technologicznego, a zatem sam proces technologiczny nie jest zagrożeniem dla środowiska. Produkty te mają często ekologiczny charakter, ponieważ są one w pełni ekologiczne lub powstają z surowców produkowanych w taki sposób [Minta *et al.* 2013, s. 2888-2889].

Z badań zrealizowanych przez Żakowską-Biemans [2012, s. 10] wśród „polskich konsumentów wynika, że 65% konsumentów często kupuje żywność tradycyjną, a 30,1% przyznaje, że sięga po ten rodzaj żywności od czasu do czasu”.

Zapotrzebowanie na lokalne produkty jest wyraźne, jednak należy uruchomić i promować efektywne rozwiązania alternatywne względem mających ugruntowaną pozycję dłuższych łańcuchów dostaw, które są powszechnie kojarzone z nowoczesną produkcją i dystrybucją żywności [*Lokalna żywność...* 2012, s. 3]. Przeszkodą w prawidłowym funkcjonowaniu rynku tych produktów jest brak dostatecznej dostępności lokalnych, tradycyjnych i regionalnych produktów [Duczkowska-Małysz 2007]. Produkty te o specyficznym smaku i zapachu, wytwarzane w warunkach rzemieślniczych, wymagają specjalnych form transportu i przechowywania, często sprzedawane są głównie lub tylko w miejscu ich wytwarzania [Nowak *et al.* 2011, s. 84].

Lokalne systemy żywnościowe mogą również prowadzić do zróżnicowania gospodarki wiejskiej, czyniąc ją bardziej odporną na zmiany i zdolną do ich adaptacji. Silny lokalny sektor żywności może również sprzyjać turystyce przez rozwój tożsamo-

ści kulturowej danego obszaru opartej na produktach lokalnych [*Lokalna żywność...* 2012, s. 15].

### 3. Gospodarstwa agroturystyczne

Jednym z kanałów dystrybucji dla omawianych produktów mogą być gospodarstwa agroturystyczne. Rolnicy mogą znaleźć nowe możliwości sprzedaży swoich produktów, a w konsekwencji może to dać silniejsze związki między lokalnym rolnictwem a turystyką.

Właściciele gospodarstw rolnych podejmują różne rodzaje aktywności gospodarczych łącząc produkcję rolną np. z działalnością turystyczną. Turycy na obszarach wiejskich uczestniczą w różnych formach turystyki, które mają, albo mogą nie mieć związku z gospodarstwem rolnym. Z wypoczynkiem na wsi najczęściej jest kojarzona agroturystyka. Pojęcie *agroturystyki* obejmuje wypoczynek u rolnika w funkcjonującym gospodarstwie rolnym, gdzie nie tylko można nocować, jadać posiłki, uczestniczyć w pracach polowych i gospodarskich, obserwować hodowlę zwierząt i produkcję roślinną, co jest jedną z istotniejszych atrakcji, ale także podejmować czynności rekreacyjne w obrębie gospodarstwa, jak i poza nim.

Agroturystyka dostosowuje się do potrzeb odbiorców. Obecnie coraz częściej konsumenci oprócz czystej i schludnej kwatery, interesujących atrakcji turystycznych poszukują produktów żywnościowych o wysokiej jakości. Ten popyt mogą zaspokoić gospodarstwa agroturystyczne, które oprócz oferty noclegowej dostarczają turystom produkty pochodzące z ich gospodarstwa rolnego oraz od okolicznych producentów rolnych, które są wytworzone w sposób tradycyjny. Agroturysta ma możliwość zapoznania się z dawnymi metodami pozyskiwania, przetwarzania i przechowywania surowców i produktów oraz przygotowania potraw. Zaspokojenie potrzeb turystów pozwala pozyskać dodatkowe źródło dochodu, ale również uzyskać przewagę konkurencyjną nad innymi kwaterydawcami, którzy nie wyszczególniają tych wyrobów w swojej ofercie [Jęczmyk *et al.* 2014 s. 103].

Aspekt kulinarny związany z potrzebą poznania, próbowania, doświadczenia produktów, dań czy potraw konkretnego miejsca, regionu, czy kraju podczas podróży turystycznych staje się coraz bardziej atrakcyjny. Według danych z września 2013 r. to właśnie poszukiwanie nowych potraw i smaków zostało wskazane przez respondentów, jako najchętniej wybierana aktywność w trakcie podróży. Aż „75% turystów bierze pod uwagę smaczne jedzenie w trakcie wyboru miejsca spędzenia wypoczynku, a spośród nich 60% chce spróbować regionalnej kuchni, zaś około 50% kupuje lokalne produkty” [*Wiadomości turystyczne* 2014, s. 9].

Jak pokazują wyniki badań zrealizowane przez Citybell Consulting i ARC Rynek Opinia [*Turystyka kulinarna...* 2013] na początku września 2013 r. dla prawie 60% badanych ważna jest możliwość próbowania kuchni regionalnej podczas wyjazdu, a co



drugi ankietowany (50%) korzysta z okazji kupienia lokalnych produktów i potraw. Chęć spróbowania regionalnych specjałów jest w tym przypadku ceniona wyżej niż udogodnienia dla rodzin z dziećmi (tylko 34%), czy bliskość dyskotek lub klubów (18%). Badania potwierdziły, że najczęstsze skojarzenia z turystyką kulinarną dotyczą próbowania regionalnych potraw oraz poznawania nowych smaków (33%) i wyjazdów połączonych z degustacją potraw regionalnych (18%). Widoczne jest też połączenie ze smacznym, zdrowym jedzeniem (12%) i z poznawaniem kuchni regionalnej, tradycji i zwyczajów kulinarnych (11%) [www.rp.pl/arttykul/1050300.html; pobranie 21.03.2015].

Istotną szansą dla producentów lokalnej, tradycyjnej i regionalnej żywności jest światowy trend powrotu do naturalnych produktów. Ważna jest w tym aspekcie współpraca między poszczególnymi gospodarzami, którzy powinni nawiązać współpracę z lokalnymi gospodarzami, restauracjami czy innymi punktami gastronomicznymi, aby zaopatrywać je w swoje produkty. Dzięki temu nie ma konieczności sprowadzania surowców spoza regionu, co zmniejsza koszty transportu i zapobiega „wyciekowi” dochodu z regionu. Współczesny turysta szuka wrażeń, które pozwolą mu poznać autentyczną tradycję regionu, jego kulturę, a co za tym idzie również dziedzictwo kulinarne.

W badaniach przeprowadzonych przez Zawadkę [2012, s. 175] dla turystów istotną atrakcją w gospodarstwie agroturystycznym była degustacja kuchni regionalnej. Zaś Uglis i Krysińska [2012, s. 161] podają, że dla badanych przez nich agroturystów w odwiedzanym gospodarstwie agroturystycznym największą atrakcją była kuchnia regionalna (35,8% badanych) i produkty wytwarzane bezpośrednio z gospodarstwa (20,8%).

Również właściciele tych obiektów zdają sobie sprawę z tego trendu, co potwierdzają badania przeprowadzone w Wielkopolsce, w świetle których prawie 90% rolników przygotowując posiłki dla swoich gości korzysta ze starych, tradycyjnych przepisów [Jęczmyk *et al.* 2011, s. 156]. Drzewiecki [2009, s. 31] zaznacza, że właściciele gospodarstw agroturystycznych przywiązują znaczną wagę do jakości, smaku i zróżnicowania posiłków. Coraz więcej rolników podejmuje działania związane z żywnością, co powoduje wzbogacenie działalności turystycznej na obszarach wiejskich [Sidalis *et al.* 2013].

Produkty regionalne są produktami niszowymi [Sieczko 2008, s. 404]. Właściciele gospodarstw agroturystycznych mogą wykorzystać tę lukę na rynku, a sukces zależy od ich przedsiębiorczości. Rolnicy mogą promować swoje produkty i potrawy wytwarzane bezpośrednio w gospodarstwie nie tylko oferując je nocującym u nich turystom, ale także korzystając z innych form promocji, tj.: festynów, imprez tematycznych, konkursów kulinarnych, organizacji szlaków czy ścieżek tematycznych.

Nie bez znaczenia jest zaangażowanie w tym aspekcie lokalnych samorządów, które powinny wykorzystać lokalne zasoby do promocji danego obszaru. Bogactwo dziedzictwa kulinarnego może stanowić istotną siłę promocji regionu, a wspólne dzia-

łania samorządów, gospodarstw agroturystycznych itp. mogą przynieść wiele interesujących i wymiernych efektów.

## Podsumowanie

Tradycyjne i regionalne produkty żywnościowe mogą stać się ważnym czynnikiem wpływającym na rozwój i atrakcyjność gospodarstw agroturystycznych. Produkty te charakteryzują się wysoką jakością, która jest związana z miejscem i tradycyjnym sposobem wytwarzania. Gospodarstwa agroturystyczne mogą dzięki nim niwelować skutki sezonowości turystycznej przyciągając do obiektu turystów poszukujących wrażeń kulinarnych. Przez cały rok w swoim gospodarstwie kwatrodawcy znajdują się produkty i potrawy, które mogą zainteresować gości. Dzięki temu rolnik ma możliwość bezpośredniego wykorzystania i zbytu swoich produktów rolnych i przygotowanych przetworów. Takie wykorzystanie zasobów gospodarstwa może dać właścicielom gospodarstw agroturystycznych dodatkowy dochód. Tradycyjne i regionalne produkty żywnościowe odpowiednio wypromowane mogą pomóc zdywersyfikować działalność gospodarstw agroturystycznych, wpłynąć na wzrost zatrudnienia na wsi i dochody mieszkańców terenów wiejskich.

## Literatura

- Bański J., 2002, *Geografia wsi – nowa dyscyplina badawcza polskiej geografii*. Przegląd Geograficzny, nr 74 (3), s. 367-379
- Drag K., Platte M., 2007, *Zasady GHP i GMP w gospodarstwach agroturystycznych. Poradnik dla kwatrodawcy wiejskiego w zakresie żywienia turystów*. Polska Federacja Turystyki Wiejskiej „Gospodarstwa Gościnne”, Warszawa.
- Drzwiecki M., 2009, *Agroturystyka współczesna w Polsce*. Wyższa Szkoła Turystyki i Hotelarstwa w Gdańsku, Gdańsk.
- Duczowska-Małysz K., 2007, *Budowa rynku produktów regionalnych*. Agro-Smak nr 4, s. 4-6.
- Durydiwka M., 2012, *Czynniki rozwoju i różnicowanie funkcji turystycznej na obszarach wiejskich w Polsce*. Wydział Geografii i Studiów Regionalnych UW, Warszawa.
- Gąsiorowski M. (red.), 2005, *O produktach tradycyjnych i regionalnych. Możliwości a polskie realia*. Fundacja Fundusz Współpracy, Warszawa.
- Grębowiec M., 2010, *Rola produktów tradycyjnych i regionalnych w podejmowaniu decyzji nabywczych przez konsumentów na rynku dóbr żywnościowych w Polsce*. Zeszyty Naukowe SGGW w Warszawie, Problemy Rolnictwa Światowego, t. 10(25), z. 2, s. 22-31.
- Guerrero L., Dolors Guardia M., Xicola J., Verbeke W., Vanhonacker F., Zakowska-Biemans S., Sajdakowska M., Sulmont-Rosse' C., Issanchou S., Contel M., Scalvedi M. L., Signe Granli B., Hersleth M., 2009, *Consumer-driven Definition of Traditional Food Products and Innovation in Traditional Foods. A Qualitative Cross-cultural Study*. Appetite, 52, s. 345–354.

- Jakubowska-Lążecka J., 2006, *Jak wprowadzać na rynek produkty regionalne?*, [w:] *Żywnościowy produkt lokalny szansą rozwoju obszarów wiejskich. Promocja i budowa rynku*. Materiały konferencyjne, Kujawsko-pomorski Ośrodek Doradztwa Rolniczego w Minikowie, Przysiek, s. 13-19.
- Jęczmyk A., Sammel A., 2012, *Ochrona tradycyjnych produktów regionalnych jako czynnik rozwoju turystyki kulinarnej*. Zeszyty Naukowe USz., nr 738, Ekonomiczne Problemy Turystyki, nr 4(20)2012, Wyd. Naukowe USz., Szczecin, s. 215-226.
- Jęczmyk A., Graja-Zwolińska S., Maćkowiak M., Spychała A., Uglis J., Sikora J., 2011, *Stan wiedzy na temat produktów tradycyjnych wśród właścicieli gospodarstw agroturystycznych*. Roczniki Naukowe Stowarzyszenia Ekonomistów Rolnictwa i Agrobiznesu, Warszawa – Poznań – Wrocław, t. XIII, z. 2, s. 155-158.
- Jęczmyk A., Maćkowiak M., Uglis J., 2014, *Dziedzictwo kulinarne elementem przewagi rynkowej w ofercie gospodarstw agroturystycznych*. Roczniki Naukowe Stowarzyszenia Ekonomistów Rolnictwa i Agrobiznesu, XVI, z. 2, s. 103-108.
- Józefczyk B., Grodzki W., 2005, *Produkty, potrawy regionalne i tradycyjne czynnikiem zwiększającym atrakcyjność oferty agroturystycznej*, [w:] *Turystyka wiejska a rozwój i współpraca regionów*, E. Kryński, E. Kmita-Dziasek (red.). XI Ogólnopolskiego Sympozjum Agroturystycznego, Iwonicz Zdrój, 27-29 września, 2005, PWSZ, Krosno, s. 337-346.
- Kieljan K. 2011, *O systemach jakości żywności, Vademecum funkcjonowania produktów regionalnych i tradycyjnych*. Centrum Doradztwa Rolniczego w Brwinowie, Oddział w Krakowie, Kraków.
- Kłodziński M., 1999, *Aktywizacja gospodarcza obszarów wiejskich*. IRWiR, Warszawa.
- Kupracz M., 2007, *Z problematyki żywności tradycyjnej*. Studia Regionalne i Lokalne, nr 4(30), s. 100-115.
- Lokalna żywność i krótkie dostawy*, 2012, Przegląd Obszarów Wiejskich, UE, nr 12.
- Minta S., Tańska-Hus B., Nowak M., 2013, *Koncepcja wdrożenia produktu regionalnego „Wołowina Sudecka” w kontekście ochrony środowiska*. Annual Set The Environment Protection Rocznik Ochron Środowiska, t. 15, s. 2887–2898.
- Nowak M., Tańska-Hus B., Minta S., 2011, *Sprzedaż bezpośrednia produktów regionalnych*. Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Przyrodniczego we Wrocławiu, nr 582, „Rolnictwo”, Wrocław, s. 81-92.
- Obszary wiejskie w Polsce*, 2011, GUS, Warszawa, Olsztyn.
- Otoliński E., Wielicki W., 2003, *Kierunki rozwoju wsi i gospodarstw rolnych*. Roczniki AR w Poznaniu, CCCLVIII, Ekon. 2, s. 103-119.
- Pałka E., 2010, *Kierunki rozwoju pozarolniczej działalności na obszarach wiejskich w Polsce*. PAN, Oddział w Krakowie, Komisja Technicznej Infrastruktury Wsi, nr 1, s. 163–174.
- Rozporządzenie (WE) nr 178/2002 Parlamentu Europejskiego i Rady z 28 stycznia 2002 r. ustanawiającego ogólne zasady i wymagania prawa żywnościowego, powołującego Europejski Urząd ds. Bezpieczeństwa Żywności oraz ustanawiającego procedury w zakresie bezpieczeństwa żywności*, Dz. U. L 31.
- Rozporządzenie MRiRW z 8 czerwca 2010 r. w sprawie szczegółowych warunków uznania działalności marginalnej, lokalnej i ograniczonej*, Dz. U., 2010, nr 113, poz.753.
- Sidali K. L., Kastenholz E., Bianchi R., 2013, *Food Tourism, Niche Markets and Products in Rural Tourism: Combining the Intimacy Model and the Experience Economy as a Rural Development Strategy*. Journal of Sustainable Tourism, DOI, 10.1080/09669582.2013.836210.

- Sieczko A., 2008, *Tworzenie rynku produktów tradycyjnych i regionalnych*. Zeszyty Naukowe SGGW w Warszawie, Problemy Rolnictwa Światowego, t. 4(19), s. 397-407.
- Sokół J. L., Kołoszko-Chomentowska Z., 2010, *Produkty zwierzęce jako atrakcja w gospodarstwach agroturystycznych*. Economy and Management, 3, s. 137-146.
- Turystyka kulinarna w Polsce – trendy*, 2013, Citybell Consulting i ARC Rynek Opinia, <http://www.citybellacademy.pl/badanie-apetyt-na-region/>.
- Uglis J., Krysińska B., 2012, *Próba zdefiniowania profilu agroturysty*, [w:] *Popyt turystyczny. Konsumpcja – Segmentacja – Rynki*. Zeszyty Naukowe USz., nr 699, Ekonomiczne Problemy Usług, 84, Szczecin, s. 155-166.
- Ustawa z 21 grudnia 2000 r. o jakości handlowej artykułów rolno-spożywczych*, Dz.U. 2001 nr 5 poz. 44.
- Ustawa z 25 sierpnia 2006 r. o bezpieczeństwie żywności i żywienia*, Dz.U., 2006, nr 171, poz. 1225.
- Wiadomości turystyczne*, 2014, „Tradycja napędza rozwój”, nr 7, 1-15 kwietnia.
- Winawer Z., Wujec H., 2013, *Produkty tradycyjne i regionalne we Wspólnej Polityce Rolnej*. Europejski Fundusz Rozwoju Wsi Polskiej, Warszawa.
- Zangari G., 2003, *Dokumenty Unii Europejskiej dotyczące turystyki wiejskiej*, [w:] *Turystyka rekreacyjna oraz turystyka specjalistyczna*. MRiRW, Warszawa, s. 21-33.
- Zawadka J., 2012, *Preferencje turystów dotyczące wypoczynku w gospodarstwach agroturystycznych na Lubelszczyźnie*, [w:] *Popyt turystyczny. Konsumpcja – Segmentacja – Rynki*. Zeszyty Naukowe USz., nr 699, Ekonomiczne Problemy Usług, 84, Szczecin, s. 167-173.
- Żakowska-Biemans S., 2012, *Żywność tradycyjna z perspektywy konsumentów*. Żywność. Nauka. Technologia, Jakość, 3 (82), s. 5–18.

#### **Strony Internetowe:**

- [www.enrd.ec.europa.eu/pl/themes/local-food-and-short-supply-chains](http://www.enrd.ec.europa.eu/pl/themes/local-food-and-short-supply-chains).
- [www.produktytradycyjne-dobrepraktyki.pl/informator/produkt-lokalny-tradycyjny-regionalny-ekologiczny](http://www.produktytradycyjne-dobrepraktyki.pl/informator/produkt-lokalny-tradycyjny-regionalny-ekologiczny).
- [www.rp.pl/artukul/1050300.html](http://www.rp.pl/artukul/1050300.html).