

UNIWERSYTET MORSKI W GDYNI

Wydział Zarządzania i Nauk o Jakości

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

Praca dysercyjna na stopień doktora

mgr inż. Magda Śniegocka-Dworak

Promotor: dr hab. inż. Aleksandra Wilczyńska

Promotor pomocniczy: dr inż. Agnieszka Palka

**Gdynia 2022**

## Spis treści

<b>Wstęp</b>	5
<b>I CZĘŚĆ TEORETYCZNA</b>	7
<b>1. Rynek żywności tradycyjnej i regionalnej</b>	7
Cechy charakterystyczne oraz podział polskiego rynku żywności	8
1.1. Rozwój rynku żywności	11
1.2. Czynniki warunkujące rozwój rynku żywności	12
1.2.1. Jakość żywności	13
1.2.2. Pochodzenie żywności	15
1.2.3. Świadomość i edukacja konsumentów żywności	16
1.3. Rynek żywności tradycyjnej w Polsce	19
1.4. Produkty tradycyjne i regionalne	23
1.4.1. Systemy wyróżniania produktów tradycyjnych i regionalnych	27
1.5. Nadzór nad jakością produktów tradycyjnych i regionalnych	47
1.6. Producenci żywności tradycyjnej i regionalnej	48
1.7. Konsumenty żywności tradycyjnej i regionalnej	49
<b>2. Jakość żywności tradycyjnej</b>	51
2.1. Etapy życia produktu tradycyjnego i regionalnego	52
2.2. Sprzedaż bezpośrednia i jej rola w zapewnieniu jakości produktu tradycyjnego i regionalnego	55
2.3. Utożsamianie wysokiej jakości z produktami tradycyjnymi i regionalnymi	59
<b>II CZĘŚĆ BADAWCZA</b>	61
<b>1. Cel pracy i hipotezy</b>	61
<b>2. Metodyka</b>	63
2.1. Organizacja badań	63
2.2. Badania ankietowe wśród producentów	64
2.3. Badania ankietowe wśród konsumentów	65
2.4. Towaroznawcza ocena jakości wybranych produktów tradycyjnych i ich konwencjonalnych odpowiedników	67
2.4.1. Ocena sensoryczna	67
2.4.2. Badanie akceptacji konsumenckiej	68
2.4.3. Oznaczanie parametrów barwy	68

2.4.4.	Oznaczanie zawartości tłuszczu	69
2.4.5.	Oznaczanie zawartości wody	69
2.4.6.	Oznaczanie zawartości soli	69
2.4.7.	Oznaczanie zawartości białka	69
2.4.8.	Oznaczanie zawartości azotanów III	69
2.5.	Metody statystyczne	70
2.5.1.	Badania ankietowe	70
2.5.2.	Towaroznawcza ocena jakości	71
2.5.3.	Badania fizyko-chemiczne	71
3.	<b>Wyniki oraz ich omówienie</b>	72
3.1.	Opinia producentów na temat bezpieczeństwa produktów oferowanych w sprzedaży bezpośredniej oraz zainteresowanie producentów nadawaniem oznaczeń produktom tradycyjnym i regionalnym	72
3.1.1.	Bezpieczeństwo produktów oferowanych drogą sprzedaży bezpośredniej	72
3.1.2.	Badanie zainteresowania producentów nadawaniem oznaczeń produktom tradycyjnym i regionalnym	75
3.2.	Badanie preferencji nabywczych konsumentów produktów tradycyjnych i regionalnych	82
3.2.1.	Zainteresowanie oraz odczucia konsumentów na temat jakości żywności regionalnej	82
3.2.2.	Znajomość oznaczeń produktów tradycyjnych i regionalnych oraz określenie poziomu wiedzy konsumenta na temat tej żywności	93
3.2.3.	Wywiad badający znajomość produktów tradycyjnych i regionalnych z Kociewia	104
3.3.	Wyniki analizy organoleptycznej wybranych wędlin tradycyjnych oraz konwencjonalnych	107
3.4.	Wyniki eksperckiej analizy sensorycznej	109
3.5.	Badanie akceptacji konsumenckiej	119
3.6.	<b>Badania fizyko-chemiczne wybranych wędlin tradycyjnych oraz ich konwencjonalnych odpowiedników</b>	122
3.6.1.	Ocena parametrów barwy	122
3.6.2.	Ocena zawartości tłuszczu	123
3.6.3.	Ocena zawartości wody	124

3.6.4. Ocena zawartości soli	126
3.6.5. Ocena zawartości białka	127
3.6.6. Ocena zawartości azotanów III	128
<b>Podsumowanie i wnioski</b>	130
<b>Bibliografia</b>	133
<b>Spis rysunków</b>	143
<b>Spis tabel</b>	146
<b>Spis załączników</b>	147
<b>Załącznik 1</b>	150
<b>Załącznik 2</b>	151
<b>Załącznik 3</b>	153
<b>Załącznik 4</b>	154
<b>Załącznik 5</b>	156
<b>Załącznik 6</b>	157
<b>Załącznik 7</b>	158
<b>STRESZCZENIE W JĘZ. POLSKIM</b>	159
<b>STRESZCZENIE W JĘZ. ANGIELSKIM</b>	161

## Wstęp

Polska słynie z bogatych tradycji związanych z żywnością i żywieniem. Po latach transformacji dotarły do kraju nowe technologie, które nie ominęły przemysłu spożywczego – produkcja żywności rozpoczęła się na skalę masową, przy zastosowaniu mechanizacji całych procesów technologicznych. Ludzie, najpierw zachwyceni nowymi produktami, doznali wreszcie przesytu masowo produkowanej i wysokoprzetworzonej żywności. Zaczęli poszukiwać produktów wytwarzanych w sposób naturalny, tradycyjny. Coraz więcej producentów wychodzi naprzeciw tym potrzebom społeczeństwa i na rynek systematycznie trafiają kolejne produkty wytwarzane metodami tradycyjnymi.

Asortyment i liczba tego typu produktów stale powiększa się, w wielu regionach kraju coraz więcej sklepów posiada je w swojej ofercie. Przybywa także konsumentów zainteresowanych zakupem artykułów spożywczych wyprodukowanych w oparciu o receptury stosowane w przeszłości. Tego typu produkcja stała się na tyle znacząca, że wprowadzono różne systemy jej ochrony. Jedną z takich form jest Lista Produktów Tradycyjnych i Regionalnych (LPT) prowadzona przez Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi. Produkty, które zyskały miano tradycyjnych w Polsce są publikowane na LPT, na której od roku 2006 do 2021 znalazło 2031 produktów. Produkty tradycyjne definiowane są jako te, do których wyprodukowania stosuje się tradycyjne metody (tj. stosowane od co najmniej 25 lat) wytwarzania, natomiast produkty regionalne powinny charakteryzować unikatowe cechy ścisłego powiązania z regionem wytwarzania. Jak wspomniano powyżej, cechy te powinny być zagwarantowane poprzez wyróżnienie tego rodzaju produktów przez odpowiednie oznaczenie unijne lub wpis na LPT. 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 rynku produktów tradycyjnych i regionalnych oraz analiza czynników wpływających na rozwój produkcji i dystrybucji żywności tradycyjnej i regionalnej. Zadaniem badawczym, jakie postawiono, były: rozpoznanie grupy konsumentów żywności tradycyjnej i regionalnej, zbadanie poziomu wiedzy konsumentów w zakresie oznaczania produktów tradycyjnych oraz analiza deklaracji konsumentów, którzy wyrażają chęć nabywania produktów tradycyjnych, poświadczonych certyfikatem. Kolejnym z zadań było również zbadanie sytuacji

przedsiębiorców, którzy są zainteresowani nadawaniem oznaczeń produktom tradycyjnym i regionalnym. Ostatnim zadaniem było wykonanie porównawczego badania jakości produktów tradycyjnych i regionalnych z produktami ich konwencjonalnych odpowiedników.

Praca składa się z dwóch części: teoretycznej i empirycznej. W skład pierwszej wchodzi dwa rozdziały charakteryzujące rynek żywności, w tym rynek żywności tradycyjnej i regionalnej, a także jakość żywności tradycyjnej. Natomiast część empiryczna zawiera: opis celu, hipotezy, metodykę, i wyniki przeprowadzonych badań oraz ich omówienie. Pracę kończy podsumowanie i wnioski.

Temat rozprawy podjęto ze względu na niewystarczającą liczbę publikacji i doniesień na temat jakości produktów tradycyjnych i regionalnych oraz brak badań porównujących wyroby tradycyjne z konwencjonalnymi odpowiednikami produkowanymi w technologii przemysłowej. Zrealizowane badania w niniejszej rozprawie to badania przeprowadzone głównie na terenie powiatu tczewskiego i starogardzkiego (region Kociewie). Region ten wybrano ze względu na niewielką liczbę produktów tradycyjnych, które się tam wytwarza. Pomimo że Kociewie jest wyodrębnionym regionem etniczno-kulturowym, z własną historią i tradycjami, to na Listę Produktów Tradycyjnych i Regionalnych prowadzoną przez Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi od roku 2006 wpisano tylko 24 produkty pochodzące z Kociewia. W konkurencyjnym regionie Kaszub zarejestrowano takich produktów około 150. Badania przeprowadzone wśród producentów rozszerzono także na inne regiony kraju, gdyż na Kociewiu, mimo rejestracji wyrobów tradycyjnych, są one produkowane i wprowadzone do obrotu w sposób ograniczony.

## I. CZĘŚĆ TEORETYCZNA

### 1. Rynek żywności tradycyjnej i regionalnej

Rynek żywności jest częścią rynku szeroko pojętego. Definicja rynku, według Małej Encyklopedii Ekonomicznej, w dosłownym znaczeniu to: „[...] miejsce spotkań w celu dokonania transakcji zakupu i sprzedaży towarów [...] w znaczeniu przenośnym [...] zespół wszystkich kupujących i sprzedających, których decyzje, wzajemnie od siebie uzależnione kształtują podaż i popyt oraz wpływają na poziom cen”.<sup>1</sup> Nowsza definicja rynku z Nowego Słownika Ekonomicznego przedsiębiorcy to: „[...] strefa wymiany towarowej związanej z wywieraniem wzajemnego wpływu przez sprzedawców oraz nabywców, co kształtuje ogólną podaż i popyt a także ustala poziom cen[...]”.<sup>2</sup>

Według Chotkowskiego<sup>3</sup> rynek to szczególna instytucja, która została ukształtowana przez przyjęty zwyczaj prowadzenia wymiany handlowej oraz przez stworzone przez państwa prawo. To efekt konkurencji producentów i konsumentów, którzy kreują zachodzące między nimi procesy wymiany. Cochrane<sup>4</sup>, amerykański ekonomista i twórca polityki rolnej w Stanach Zjednoczonych, twierdził, iż pojęcie rynku, na obecnym etapie myślenia ekonomicznego, można sformułować w następujący sposób: rynek to jakaś sfera lub przestrzeń, w której siły popytu (a) i podaży (b) działają w celu ustalenia lub modyfikacji ceny (c), w związku z przeniesieniem własności pewnej ilości towaru lub usługi, przy zachowaniu pewnych ustaleń fizycznych i instytucjonalnych (d). Bressler i King<sup>5</sup> w roku 1970 zaproponowali podobną definicję: rynek to obszar lub otoczenie, w którym producenci i konsumenci nawiązują kontakt ze sobą, w których obowiązują warunki podaży i popytu, a tytuł własności towarów jest przenoszony, z tym, że rzeczywisty przepływ towarów może odbyć się na tym danym obszarze lub w tym samym czasie, ale niekoniecznie. Natomiast Shepherd i inni<sup>6</sup> zaprezentowali własną, dość ogólną definicję rynku, twierdząc, że jest to grupa

---

<sup>1</sup>Mała encyklopedia ekonomiczna, Państwowe Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa, 1974, s. 723

<sup>2</sup>Dowagałło Z., (red) Nowy Słownik Ekonomiczny przedsiębiorcy, Wydawnictwo Znicz, Warszawa, Szczecin, 2004

<sup>3</sup>Chotkowski J., Rynek jako podstawowa instytucja gospodarki – pojęcie, struktury, efektywność, Zeszyty Naukowe SGGW w Warszawie. Ekonomika Organizacja Gospodarki Żywnościowej, 2013, nr 101, s. 53

<sup>4</sup>Cochrane Willard W., The Market as a Unit of Inquiry in Agricultural Economics Research, Journal of Farm Economics, 1957, 39, s. 21-39

<sup>5</sup>Bressler R.G., King R.A., Markets, Prices, and Interregional Trade. New York: John Wiley and Sons, 1970. s. 74-75

<sup>6</sup>Shepherd G.S., Futrell G.A., Strain J. R., Marketing Farm Products, 6th ed. Iowa State University Press, Ames, 1976, s. 173

swobodnie konkurujących ze sobą, w warunkach handlowych, kupujących i sprzedających. Z przedstawionych wyżej definicji wnioskować można, iż w ujęciu ekonomicznym pojęcie rynku jest dokładnie zdefiniowane i opisane, a jednocześnie żadna z definicji nie uzyskała powszechnej akceptowalności.<sup>7,8,9</sup> Rynek można podzielić według kryteriów:

- zasięgu geograficznego (rynek lokalny, rynek regionalny, rynek krajowy, rynek międzynarodowy),
- przedmiotu (rynek dóbr i usług, rynek pieniężno-kredytowy, rynek kapitałowy, rynek pracy),
- liczby uczestników (rynek detaliczny, rynek hurtowy),
- zakresu kontroli (wolny rynek, rynek regulowany).<sup>10</sup>

Obrót żywnością, klasyfikowany według kryterium przedmiotowego, należy do szeroko rozumianego rynku dóbr i usług. Rynek produktów spożywczych jest nie tylko jedną z najważniejszych gałęzi gospodarki, ale także jest tą gałęzią gospodarki, która najprężniej się rozwija.<sup>11,12</sup>

### **Cechy charakterystyczne i podział polskiego rynku żywności**

Polski sektor spożywczy jest znany i kojarzony z produktami wysokiej jakości, wytwarzanymi z jednej strony w warunkach konkurencyjnych kosztów produkcji oraz zatrudnienia, z drugiej zaś w oparciu o wieloletnią tradycję, doświadczenie świetnie wykwalifikowanej kadry oraz dobrze rozwiniętą sieć dostawców. Żywność produkowana w Polsce cieszy się uznaniem zagranicznych konsumentów. Polscy producenci rolno – spożywczy, dzięki zaangażowaniu i współpracy, zdobywają nowe rynki, a tym samym przyczyniają się do rozwoju handlu zagranicznego produktów rolno-spożywczych.<sup>13</sup>

Rynek produktów żywnościowych jest specyficznym działem przemysłu. Jego wyjątkowość polega przede wszystkim na tym, iż charakteryzuje się rozproszonymi

---

<sup>7</sup>Allaire Y., Firsirotu M.E., Myślenie strategiczne, PWN, Warszawa 2000, s. 126-127

<sup>8</sup>Wrzosek W., Marketing w procesach konkurencji, Marketing i Rynek, 1997, nr 10, s. 21-25

<sup>9</sup>Solek A., Pojęcie rynku w teorii ekonomii i w polityce antymonopolowej, Zeszyty Naukowe Akademii Ekonomicznej w Krakowie, 2005, nr 686, s. 42

<sup>10</sup>Pietras Cz., Rynek. Rodzaje konkurencji [w:] Makro i mikro ekonomia Podstawowe problemy, pr. zb. pod red. S. Marciniak, Wyd. Nauk. PWN, Warszawa, 2001, s. 148-149

<sup>11</sup>Pohlová K., Mezera J., Analysis of Development of Czech Foreign Trade in Foods and Beverages, Agris on-line Papers in Economics and Informatics, 2014, Volume VI, Number 4, pp. 122

<sup>12</sup>Food Sector in Poland, Economic Information Department Polish Information and Foreign Investment Agency, Warsaw, 2011, s. 2

<sup>13</sup>Józefowicz K. M., Polski sektor rolno-spożywczy w warunkach Wspólnej Polityki Rolnej, Olsztyn, 2015, s. 13



popytem i podażą oraz powszechnością i stosunkowo dużą częstotliwością zakupów, przy czym w strukturze wydatków zajmuje wysoką pozycję. Rolą produktów żywnościowych jest zaspakajanie podstawowych potrzeb człowieka, dlatego też rynek tych produktów cechuje się małą elastycznością cenową popytu i dużą konkurencją wśród producentów. Żywność ma znaczący wpływ na ludzkie zdrowie i samopoczucie, w związku z czym ta gałąź gospodarki posiada wiele regulacji i obostrzeń prawnych.<sup>14</sup>

W 2014 roku rząd zdecydował o uznaniu rynku spożywczego za sektor priorytetowy. Rynek spożywczy został objęty rządowym wsparciem, co oznacza, że polscy producenci oraz przetwórcy mogą liczyć na granty i inne programy rządowej pomocy finansowej.<sup>15</sup> Według danych GUS wartość produkcji artykułów spożywczych w 2018 roku wyniosła 232,928 mld złotych, z czego eksport zagraniczny wynosił 94,68 miliarda złotych i stanowił 41% produkcji. Natomiast sama wartość produkcji sprzedanej wynosiła 224,687 mld złotych i stanowiła 17% w produkcji sprzedanej w obszarze produkcji wyrobów przemysłowych. Liczba zatrudnionych przy produkcji artykułów spożywczych wynosiła 412,1 tysiąca osób. Średnie wynagrodzenie brutto w produkcji artykułów spożywczych wynosiło 3919,34 złotych, przy czym średnia krajowa w sektorze przemysłowym wynosiła w 2018 roku 4678,85 złotych.<sup>16</sup>

Polski sektor spożywczy jest zdywersyfikowany i obejmuje niejednorodną działalność, począwszy od produktów roślinnych nieprzetworzonych i poddanych obróbce, produkty pochodzenia zwierzęcego takie, jak mięso, jaja, mleko, po produkty różnego stopnia przetworzenia. Żywność to nie tylko rolnictwo i produkty pochodzące z gospodarstw rolnych, to także przedsiębiorstwa i inne zakłady, które biorą udział w produkcji, a także dystrybucji produktów żywnościowych.<sup>17</sup>

Polska jest kluczowym dostawcą żywności na rynek unijny, zajmuje 6. pozycję z 9% udziałem w europejskim przemyśle spożywczym.<sup>18</sup> W 2018 roku na rynek Unii Europejskiej trafiło aż 83,6% całego eksportu. Głównym partnerem eksportowym Polski są Niemcy. W 2018 roku eksport żywności ogółem do Niemiec wyniósł ponad 8 mln

---

<sup>14</sup> Haska A., Martyniuk E., Wybrane metody wyróżniania produktów spożywczych na rynku, żywność. Nauka. Technologia. Jakość, 2019, 26, 2 (119), s. 22-23

<sup>15</sup><https://www.paih.gov.pl/sektory/spozywczy#> [dostęp: 14.08.2020]

<sup>16</sup> Rocznik Statystyczny Przemysłu 2019, GUS, Warszawa, 2020

<sup>17</sup> Borawski P., Beldycka-Borawska A., Dunn J.W., Industry In Poland, Proceedings of the 2017 International Conference Economic Science for Rural Development No 46 Jelgava, LLU ESAF, 27-28 April 2017, s. 199

<sup>18</sup><https://www.portalspozywczy.pl/technologie/wiadomosci/raport-polska-zywnosc-na-ryнку-unii-europejskiej,151460.html> [dostęp: 14.08.2020]

dolarów. Pozostali główni partnerzy eksportu spożywczego Polski to: Zjednoczone Królestwo, Niderlandy, Czechy i Francja.<sup>19</sup>

Polska, po Chinach oraz USA, jest trzecim, największym producentem jabłek na świecie. Natomiast wśród państw europejskich bez wątpliwości wiedzie prym w zakresie uprawy i produkcji tych owoców.<sup>20</sup> Oprócz jabłek, Polska jest eksporterem takich dóbr, jak: mięsa drobiowe, wieprzowe i wołowe, wyroby piekarnicze, mleko, sery i twarogi, soki owocowe, pszenica, owoce mrożone.<sup>21</sup> Największy przychód (w mln Euro) z eksportu w 2017 roku generowały poniższe produkty rolno-spożywcze:

- soki owocowo-warzywne (9 274),
- papierosy (1 390),
- mięso i podroby z drobiu (1 039),
- pieczywo (824),
- mięso wołowe (742),
- ryby (731),
- wyroby czekoladowe (659),
- przetwory mięsne (592),
- mięso wieprzowe (564),
- sery i twarogi (421)
- pszenica (312).<sup>22</sup>

Rynek produktów spożywczych w Polsce dzieli się na kilka sprzężonych ze sobą grup. Każda z grup indywidualnie, bądź w połączeniu z inną, ma swoje przypisane miejsce w łańcuchu dostaw. Każda grupa charakteryzuje się organizacją, strukturą, czy swoistą indywidualnością. Do podmiotów rynku spożywczego należą: producenci rolni (na początku łańcucha), podmioty zaangażowane w produkcję spożywczą i wreszcie dystrybucja – handel hurtowy i handel detaliczny.<sup>23</sup>

---

<sup>19</sup><https://wits.worldbank.org/CountryProfile/en/Country/POL/Year/2018/TradeFlow/Export/Partner/all/Product/AgrRaw> [dostęp:18.09.2020]

<sup>20</sup>Bugała A., Światowy rynek jabłek i zagęszczonego soku jabłkowego (The world market of apples and concentrated apple juice), *Zeszyty Naukowe SGGW Problemy Rolnictwa światowego*, 14(2), s. 21-30

<sup>21</sup>Józefowicz K., *Polski sektor rolno-spożywczy w warunkach Wspólnej Polityki Rolnej*, Olsztyn, 2015, s. 14

<sup>22</sup><https://www.paih.gov.pl/sektory/spozywczy#> [dostęp:18.09.2020]

<sup>23</sup> Izdebski M., Momot R., *Rynek produkcji Spożywczej w Polsce*, Warszawa, 2016, s. 13-16

## 1.1. Rozwój rynku żywności

W Unii Europejskiej najważniejszym i najprężniej rozwijającym się sektorem gospodarki jest rynek spożywczy. Aż 286 tysięcy firm specjalizuje się w produkcji żywności, co stanowi 13% wszystkich zakładów produkcyjnych.<sup>24</sup> Na taki wynik branży spożywczej miało bez wątpienia zawiązanie w 1957 roku przez państwa europejskie współpracy gospodarczej. Od początku istnienia głównym celem Wspólnej Polityki Rolnej (WPR) było zapewnienie konsumentom żywności w umiarkowanych cenach, a producentom rolnym godziwego dochodu, na takim poziomie, jaki osiąga się w przemyśle.<sup>25</sup> Wspólna Polityka Rolna przez lata ewoluowała i nadal podlega przemianom.<sup>26</sup> Rozwijane były również cele współpracy gospodarczej, dzięki którym możliwe byłoby zapewnienie Europie samowystarczalności żywnościowej. Cele mogły być spełnione poprzez odpowiednie systemy motywacji rolników, których aktywna działalność przyczyniła się do rozwoju rynku żywności UE.<sup>27</sup>

Ważnym czynnikiem sprzyjającym rozwojowi polskiego rynku produktów rolno-spożywczych jest handel zagraniczny.<sup>28</sup> Ważność i pozytywny wpływ handlu zagranicznego na gospodarkę krajową podkreślają różni autorzy.<sup>29,30</sup> Dzięki eksportowi nadwyżki wyprodukowanych wyrobów rolno-spożywczych uzyskano dodatkowy dochód dla krajowego sektora rolno-spożywczego, co korzystnie napędzało koniunkturę zarówno samego rolnictwa, jak i przemysłu spożywczego.<sup>31</sup>

Rozwój branży spożywczej jest stymulowany również poprzez działania oraz nakłady inwestycyjne. Bardzo ważnym czynnikiem jest także wdrażanie programów oraz

---

<sup>24</sup>Juchniewicz M., Lukiewska K., Competitive Position of the Food Industry of the European Union on the Global Market. *Acta Polonorum Oeconomia*, 2015, 14(3), pp. 63-72

<sup>25</sup>Józefowicz K. M., Polski sektor rolno-spożywczy w warunkach Wspólnej Polityki Rolnej, praca końcowa, UWM, Olsztyn, 2015, s. 7

<sup>26</sup>Kowalski S., Realizacja wspólnej polityki rolnej unii europejskiej i jej konsekwencje dla europejskiego rolnictwa, *Nauki Ekonomiczne*, Płock, 2017, 25/2017, s. 93

<sup>27</sup>Brzóška M., Nurzyńska I., (red.), Wspólna polityka rolna Unii Europejskiej a polskie rolnictwo. Rozważania o korzyściach i kosztach, UKIE, Warszawa, 2002, s. 51-72

<sup>28</sup>Szczepaniak I., Ocena międzynarodowej pozycji konkurencyjnej sektora rolno-spożywczego na tle innych sektorów polskiej gospodarki (Assessment of the international competitive position of the agri-food sector in comparison to Rother sectors of the Polish economy) W: I. Szczepaniak (red.) *Konkurencyjność polskich producentów żywności i jej determinanty (2)*, (Competitiveness of Polish food producers and its determinants (2)), Monografie Programu Wieloletniego 2015-2019, 2018, nr 38, Warszawa, s.36

<sup>29</sup>Hinloopen J., Marrewijk, Ch., Empirical relevance of the Hillman condition for revealed comparative advantage: 10 stylized facts. *Applied Economics*, 2008, 40, pp. 2313-2328

<sup>30</sup>Vassileva A., Petkov V., Zhelev P., International competitiveness of export-oriented industries in Bulgaria. *Chinese Business Review*, 2014, 13 (1), pp. 1-18

<sup>31</sup>Szczepaniak I., Przewagi komparatywne w handlu zagranicznym Polski na przykładzie produktów rolno-spożywczych i pozostałych, *Zeszyty Naukowe Szkoły Głównej Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie Problemy Rolnictwa światowego*, 2018, tom 18 (XXXIII), zeszyt 1, s. 266-267

projektów innowacyjnych, a te, w Polsce, według Grzybowskiej<sup>32</sup>, są zróżnicowane, w zależności od regionu.

Dynamiczny rozwój eksportu żywności po akcesji Polski do Unii Europejskiej był czynnikiem, który warunkował rozwój sektora spożywczego. Natomiast samo członkostwo we Wspólnocie pozytywnie wpłynęło na wzrost handlu produktami rolno-spożywczymi.<sup>33</sup> Przewaga komparatywna polskich producentów rolno-spożywczych oraz zapewnienie stałego rynku zbytu w krajach europejskich przyczyniły się do dynamicznego wzrostu produkcji żywności.<sup>34</sup>

## 1.2. Czynniki warunkujące rozwój rynku żywności

Czynnikiem warunkującym rozwój rynku produktów spożywczych jest zaufanie konsumentów. Aby osiągnąć ten cel należy zbudować zaufanie, a następnie je podtrzymywać. Produkty powinny być wytwarzane zgodnie z obowiązującymi normami, spełniać wszystkie wymagania jakościowe, w tym opakowanie winno być zgodne z obowiązującymi normami, zawierać informacje zarówno o samym produkcie, jak i o źródle jego pochodzenia.<sup>35</sup> Ważnym elementem jest również odpowiednia edukacja konsumentów.<sup>36</sup> Borowska<sup>37</sup> uzależnia rozwój rynku produktów dobrej jakości od ekonomicznych i pozaekonomicznych czynników wpływających na produkt, producenta, konsumentów i inne podmioty. Do czynników ekonomicznych produktu zalicza cenę oraz koszt produkcji, do pozaekonomicznych: procedury kontrolne jakości, wysokość podatków, skalę szarej strefy, przepisy prawne, dystrybucje, walory obiektywne, budowę silnej marki. Czynniki ekonomiczne dotyczące producenta to: opłacalność produkcji, wsparcie finansowe państwa, refundacje kosztów kontroli.

---

<sup>32</sup>Grzybowska B., Przestrzenna koncentracja potencjału innowacyjnego w przemyśle spożywczym (Spatial Concentration of Innovative Potential in Food Industry). Roczniki Ekonomii Rolnictwa i Rozwoju Obszarów Wiejskich, 2013, T. 100, z. 2, s. 53-64

<sup>33</sup>Józefowicz K. M., Polski sektor rolno-spożywczy w warunkach Wspólnej Polityki Rolnej, praca końcowa, UWM, Olsztyn, 2015, s. 12-13

<sup>34</sup>Szczepaniak I., Przewagi komparatywne w handlu zagranicznym Polski na przykładzie produktów rolno-spożywczych i pozostałych, Problemy Rolnictwa światowego, 2018, tom 18, zeszyt 1, s. 266-268

<sup>35</sup>Żakowska-Biemans S., Gutkowska K., Atrybuty zaufania dotyczące jakości jako czynnik wpływający na decyzje nabywcze konsumentów żywności, Ekonomika i Organizacja Gospodarki Żywnościowej, 2018, nr 121, s. 115-130

<sup>36</sup>Maciejewski G., Zaufanie konsumentów do nowych rodzajów żywności [w:] Bezpieczeństwo konsumentów (na rynku żywności). Red. A. Dąbrowska, Oficyna Wydawnicza SGH w Warszawie, Warszawa, 2020, s. 143-155

<sup>37</sup>Borowska A., Czynniki popytowo-podażowe rozwoju rynku i dystrybucji produktów wysokiej jakości w Polsce, Stowarzyszenie Ekonomistów Rolnictwa i Agrobiznesu, Roczniki Naukowe, 2010, tom XII, zeszyt 4, s. 48

Do czynników pozaekonomicznych należą między innymi: liczba wytwórców, poziom konkurencji, warunki pogodowe, dziedzictwo, renoma, marka, wsparcie instytucjonalne. Determinanty ekonomiczne od strony konsumenta to: popyt i podaż produktu, cena produktu, sytuacja na rynku pracy, zamożność społeczeństwa. Natomiast pozaekonomiczne to: uregulowania prawne w zakresie produkcji, rozwój turystyki, liczba oraz częstotliwość jarmarków. Czynniki ekonomiczne determinujące rozwój rynku produktów wysokiej jakości od strony innych podmiotów to: dobra cena, cena dóbr substytucyjnych, poziom dochodu realnego, ceny relatywne, a pozaekonomiczne: zmieniający się styl życia, zmiany wzorca konsumpcji żywności, moda, dostępność na rynku, świadomość nabywcy.

Podsumowując można stwierdzić, iż do najważniejszych determinant rozwoju rynku produktów spożywczych należą: jakość żywności, źródło pochodzenia żywności oraz świadomość i edukacja konsumentów.

### **1.2.1. Jakość żywności**

Jakość żywności to czynnik, który w coraz większym stopniu determinuje rozwój światowego rynku spożywczego. Wymagania dotyczące jakości produktu i bezpieczeństwa żywności w ostatnich dziesięcioleciach zauważalnie wzrosły. Znaczenia nabrały także normy etyczne oraz środowiskowe, które dotyczą produkcji żywności. Podmioty zajmujące się obrotem żywnością muszą spełniać szereg wymagań narzucanych przez organy publiczne, w szczególności w Unii Europejskiej, Stanach Zjednoczonych i innych regionach o stosunkowo wysokich dochodach.<sup>38</sup>

Na podstawie analizy chińskich danych Xiang i in.<sup>39</sup> stwierdzili spory wpływ żywności o wysokich standardach na dobrostan gospodarstw domowych. Wyniki przeprowadzonych przez nich symulacji wskazują, że wzrost światowego lub krajowego popytu na żywność o wysokim standardzie prowadzi do wzrostu produkcji produktów o wysokim standardzie, a także przyczynia się do zmniejszenia ubóstwa i nierówności.

Konsumenci, zwłaszcza w krajach rozwiniętych, stają się coraz bardziej zróżnicowani i krytyczni. Stawiają nabywanej żywności coraz wyższe wymagania.

---

<sup>38</sup>Swinnen J., Maertens M., Colen L., *The Role of Food Standards in Trade and Development*, Food Safety, Market Organization, Trade and Development, 2012, pp. 134

<sup>39</sup>Xiang T., Huang J., Kancs D., Rozelle S., Swinnen J.F.M., *Food standards and welfare: general equilibrium effects*, *Agricultural Economics*, 2012, 63(2), pp. 223–244

Zmiana oczekiwań konsumentów, a także ich potrzeb, wpływa bez wątpienia na trendy społeczne i ekonomiczne. Natomiast sama zmiana oczekiwań i wymagań względem wyboru żywności, jej bezpieczeństwa i jakości wynika z rosnącej świadomości konsumentów.<sup>40,41</sup> Również konsumenci z Europy są zainteresowani żywnością o lepszych parametrach. Żywność powinna być sprawdzona, bezpieczna, wysokiej jakości i ze znanego źródła pochodzenia, przy czym przy wskazanych czynnikach coraz mniejsze znaczenie ma cena.<sup>42</sup>

Jakość ma bez wątpienia bardzo duży wpływ na rozwój rynku żywności. Wola konsumentów do nabywania produktów żywnościowych wysokojakościowych to jedna z głównych determinant „napędzających” rynek żywności. Zwłaszcza dużym zainteresowaniem cieszy się rynek żywności tradycyjnej i regionalnej.<sup>43</sup>

Unia Europejska wyszła naprzeciw oczekiwaniom konsumentów, wprowadzono rozporządzenie na podstawie Traktatu z Maastricht, promujące wytwarzanie żywności, która charakteryzuje się wysoką jakością, tradycyjną metodą wytwarzania oraz związana jest z lokalnym środowiskiem. Żywność tradycyjna i regionalna, zwłaszcza ta certyfikowana, zaliczana jest do żywności gwarantowanej jakości.<sup>44</sup>

Konsumenci z krajów zachodnich Europy stawiają producentom wysokie wymagania odnośnie wytwarzanej żywności. Wymagania te dotyczą nie tylko cech prozdrowotnych, ale także atrakcyjności wizualnej, wyglądu ogólnego produktu, także zewnętrznego, w tym sposobu opakowania. Niezwykle ważne jest również zaspokojenie potrzeb konsumenta w zakresie walorów smakowych wyrobu. Świadomy konsument przywiązuje również dużą wagę do sposobu wytwarzania nabywanych dóbr, w jakich warunkach produkt został wytworzony, jakie surowce zostały użyte do jego wytworzenia. Ustawodawstwo europejskie wychodzi naprzeciw tym oczekiwaniom, dlatego też

---

<sup>40</sup>Huige M.: Private retail standards and the law of the World Trade Organisation. In: Private Food Law. Governing Food Chains Through Contract Law, Self-Regulation, Private Standards, Audits and Certification Schemes. Ed. B. Van der Meulen, Wageningen Academic Publishers, Wageningen 2011, pp. 175-186

<sup>41</sup>Kafel P., Nowicki P., Sikora T., Produkty wysokiej jakości w polskich sieciach handlowych, Handel Wewnętrzny, 2013, nr 5 (346), s. 68-79

<sup>42</sup>Kieljan K., O systemach jakości żywności. Vademecum funkcjonowania produktów regionalnych i tradycyjnych. Centrum Doradztwa Rolniczego w Brwinowie, Oddział w Krakowie, Kraków, 2011, s. 7

<sup>43</sup>Goryńska-Goldman E., Ewolucja rozwoju żywności lokalnej w kontekście idei zrównoważonej konsumpcji, Journal of Tourism and Regional Development, 2019, No. 12, s. 43-57

<sup>44</sup>Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) nr 1151/2012 z dnia 21 listopada 2012 r. w sprawie systemów jakości produktów rolnych i środków spożywczych (Dz.U. UE L 343 z 14.12.2012)

przedsiębiorstwa zajmujące się wytwarzaniem produktów spożywczych muszą spełniać szereg obowiązujących w UE norm.<sup>45</sup>

Polskie produkty charakteryzuje wysoka jakość, zarówno w procesie pozyskiwania surowców, jak i ich przetwarzania. Kraje europejskie, zwłaszcza wchodzące w skład Unii Europejskiej, dążą do zgodności ustawodawstwa żywnościowego. Celem jednolitych przepisów jest ochrona zdrowia mieszkańców wspólnoty. W chwili akcesji do UE także polscy producenci oraz przedsiębiorstwa zajmujące się przetwórstwem żywności musiały zweryfikować własne normy sanitarne, weterynaryjne oraz techniczne tak, aby ujednolicić wewnętrzne przepisy do obowiązujących unijnych wytycznych.<sup>46</sup>

Coraz więcej polskich producentów, oprócz weryfikacji metod produkcji oraz ich dokumentacji, decyduje się na przystąpienie do programów gwarantujących wysoką jakość żywności. Producenci wyrobów tradycyjnych i regionalnych poddają swoje produkty certyfikacji i nadają im oznaczenia, uznawane w kraju, a także poza jego granicami.

### **1.2.2. Pochodzenie żywności**

Możliwość śledzenia produktu spożywczego od momentu wytworzenia definiowana jest jako identyfikowalność produktu.<sup>47</sup> To istotny instrument pozwalający na zapewnienie bezpieczeństwa żywności. Konsument ma możliwość śledzenia produktu na każdym etapie jego „życia”, od pozyskania surowca do produkcji po dystrybucję gotowego wyrobu. Żywność może być uznana za bezpieczną, gdy na wszystkich etapach łańcucha żywnościowego zostanie udostępniona pełna informacja dotycząca użytych surowców oraz przeprowadzonych procesów.<sup>48,49</sup>

---

<sup>45</sup>Duczowska – Piasecka M., Jak odnaleźć się w Unii Europejskiej, Przemysł Spożywczy, 2004, nr 4, s. 13-14

<sup>46</sup>Piotrowska A., Cymanow P., Zarządzanie jakością w oparciu o system HACCP na przykładzie przedsiębiorstwa owocowo – warzywnego – studium przypadku, Logistyka, 2010, nr 4/12, s. 1206-1215,

<sup>47</sup>Rozporządzenie (WE) nr 178/2002 Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 28 stycznia 2002 r. ustanawiające ogólne zasady i wymagania prawa żywnościowego, powołujące Europejski Urząd ds. Bezpieczeństwa Żywności oraz ustanawiające procedury w zakresie bezpieczeństwa żywności (Dz.U. UE L 31, z 1.02.2002 z późn. zm.)

<sup>48</sup>Skilton P.F., Robinson, L.J., Traceability and normal accident theory: How does supply network complexity influence the traceability of adverse events? J. Supply Chain Management, 2009, 45, 40–53

<sup>49</sup>Bosona T., Gebresenbet G., Food traceability as an integral part of logistics management in food and agricultural supply chain. Food Control, 2013, pp. 32–48

Od 2005 roku w Unii Europejskiej na mocy rozporządzenia 178/2002 Parlamentu Europejskiego i Rady obowiązuje monitorowanie ruchu i pochodzenia żywności.<sup>50</sup> Wprowadzone przepisy pozwalają weryfikować źródła pochodzenia żywności, śledzić jej ruch i w razie wystąpienia nieprawidłowości działać, żeby wyeliminować zagrożenie lub potencjalne zagrożenie w kolejnych ogniwach łańcucha dostaw. Jest to system działania zapobiegawczego, który zmniejsza ryzyko wprowadzenia na rynek produktów, które nie spełniają wymagań dla bezpiecznej żywności.<sup>51</sup> Identyfikowalność żywności pozwala na szybkie reagowanie na przypadki zagrożenia wadliwą, bądź niebezpieczną żywnością, która trafiła do obrotu. Śledzenie jej ruchu i pochodzenia pozwala zlokalizować tę żywność i wycofać ją z rynku. Sprawne reagowanie na takie przypadki, sprawia, że klienci nie rezygnują z wybranych przez siebie marek, nie tracąc zaufania do produktu.<sup>52</sup>

### **1.2.3. Świadomość i edukacja konsumentów żywności**

Świadomość konsumentów w zakresie podejmowania decyzji nabywczych żywności rośnie z roku na rok, od żywności dobrej jakości zależy dobre zdrowie oraz zadowolenie konsumentów.<sup>53</sup> Konsument wyedukowany to konsument, który świadomie dokonuje wyborów.

Według Karaszewskiego<sup>54</sup> nabywca postrzega jakość poprzez szereg czynników, między innymi: użyteczność produktu, sposób jego wykonania, łatwość w obsłudze, odpowiednia cena, wytrzymałość oraz trwałość, czy dostępność. Kotler oraz Keller<sup>55</sup> uważają, że konsument pragnie produktów, które jak najpełniej spełniają jego oczekiwania. Podejmując decyzję nabywczą kieruje się wieloma przesłankami. Są to: opinie ekspertów w danej dziedzinie, czy zdanie znajomych. Dodatkowym motywatorem mogą być również znaki jakości danego produktu. Ważnym elementem, w drodze

---

<sup>50</sup> Rozporządzenie (WE) nr 178/2002 z dnia 28.01.2002 r. ustanawiające ogólne zasady i wymagania prawa żywnościowego, powołujące Europejski Urząd ds. Bezpieczeństwa Żywności oraz ustanawiające procedury w zakresie bezpieczeństwa żywności (Dz.U. UE L 31, z 1.02.2002 z późn. zm.)

<sup>51</sup> Czarniecka-Skubina E., Nowak D., System śledzenia ruchu i pochodzenia żywności jako narzędzie zapewnienia bezpieczeństwa konsumentów, *Żywność. Nauka. Technologia. Jakość*, 2012, 5 (84), s. 22

<sup>52</sup> <https://www.portalspozywczy.pl/owoce-warzywa/wiadomosci/ekspert-za-monitorowanie-pochodzenia-zywnosci-odpowiedzialni-sa-wszyscy-uczestnicy-lancucha-dostaw,52324.html> [data pobrania: 25.08.2020]

<sup>53</sup> Góralczyk M., Rola jakości produktów spożywczych w decyzjach zakupowych konsumentów implikacje dla konsumentów, *Koncepcje zarządzania jakością. Doświadczenia i perspektywy*, Wydawnictwo Naukowe PTTŻ, Kraków, 2008, s. 352

<sup>54</sup> Karaszewski R., *Nowoczesne koncepcje zarządzania jakością*, Towarzystwo Naukowe Organizacji i Kierownictwa „Dom Organizatora”, Toruń, 2006, s. 353

<sup>55</sup> Kotler P.H., Keller K.L., *Marketing*, Poznań, 2012, s. 187



kreowanej decyzji nabywcy produktu, jest również opakowanie, które swoją estetyką, dbałością o detale wykonania, może być przez nabywcę uważany za produkt lepszej jakości. Grębowiec<sup>56</sup> dzieli potrzeby nabywcy konsumentów żywności na dwie grupy – potrzeby funkcjonalne i niefunkcjonalne. Na potrzeby funkcjonalne składają się użyteczność i dyspozycyjność produktu. Natomiast druga grupa to opakowanie, jego estetyka, marka produktu jak również znak potwierdzający jakość, czy czynniki wpływające na bezpieczeństwo żywności. Według Kijowskiego i Wysłoucha<sup>57</sup> konsument dokonując zakupów żywności sugeruje się określonymi kryteriami, przede wszystkim sensorycznymi. Producent odpowiada za zapewnienie jakości poprzez wdrażanie właściwych systemów, zgodnie z polityką i nadzorem państwa w zakresie bezpieczeństwa zdrowotnego produktów żywnościowych. Stopień, w jakim żywność posiada właściwości prozdrowotne, jest atrakcyjna organoleptycznie oraz czy posiada pożądany wygląd, to cechy jakie są brane pod uwagę w ocenie jakości żywności. Wartość odżywcza jest wyjątkową cechą środka spożywczego i ze względu na jej kaloryczność (tj. zawartość energii lub składników odżywczych), oceniana jest stosownie do stanu faktycznego.<sup>58</sup>

Według Goryńskiej-Goldmann i Ratajczaka<sup>59</sup> poziom świadomości żywieniowej konsumentów może zostać określony na podstawie znajomości następujących elementów:

- zawartości podstawowych składników pokarmowych (np.: białka, tłuszczów, węglowodanów, energii, witamin, pierwiastków śladowych itp.) w produktach żywnościowych,
- wartości prozdrowotnej (np.: stosowania produktów funkcjonalnych, suplementów diety itp.),
- zasad stosowania diet specjalnych, odpowiadających stanowi zdrowia,
- znajomości produktów zaliczanych do żywności dietetycznej, niskoprzetworzonej, ekologicznej,

---

<sup>56</sup>Grębowiec M., Wpływ czynników warunkujących jakość na podejmowanie decyzji nabywczych na przykładzie produktów mięsnych, Stowarzyszenie Ekonomistów Rolnictwa i Agrobiznesu, Roczniki Naukowe, 2015, tom XVII, zeszyt 4, s. 87

<sup>57</sup>Kijowski J., Wysłouch W. Integracja systemu HACCP i systemu według normy PN-EN ISO serii 9000:2001, Zarządzanie jakością i bezpieczeństwem żywności. Integracja i informatyzacja systemów, Wydawnictwa Naukowo-Techniczne, Warszawa, 2003, s. 237

<sup>58</sup>Śniegocka-Dworak M., Sprzedaż bezpośrednia w świadomości konsumenta, [w:] Rola towaroznawstwa w kształtowaniu współczesnego rynku, 2016, s. 97-98

<sup>59</sup>Goryńska-Goldmann E., Ratajczak P., Świadomość żywieniowa a zachowania żywieniowe konsumentów, Journal of Agribusiness and Rural Development, 2010, 4(18), s. 43

- zasad podziału dziennej dawki pokarmowej na posiłki,
- zasad przechowywania produktów żywnościowych w gospodarstwie domowym,
- zasad przygotowywania posiłków.

Zachowania żywieniowe konsumentów można określić poprzez analizę: dokonywanych wyborów produktów żywności oraz potraw, tego, w jaki sposób są planowane zakupy żywnościowe, w jaki sposób żywność jest przechowywana i przygotowywana do konsumpcji, w jaki sposób i z jaką częstotliwością jest spożywana i wreszcie jakiej jakości jest to żywność.<sup>60</sup>

Gajda-Konopka i Lesiów<sup>61</sup> twierdzą, że głównym źródłem wiedzy na temat żywienia respondentów (regularnie ćwiczących, w tym osób uprawiających sport zawodowo) były zalecenia trenera, informacje odnalezione w mediach – w Internecie, TV, w różnego rodzaju aplikacjach, czasopismach, itp., następnie wiedza zasięgnięta w najbliższym otoczeniu, tj. wśród rodziny lub znajomych. Nieznaczna grupa respondentów swoją wiedzę na temat odżywiania uzyskała od profesjonalnie zajmujących się żywieniem – u dietetyka, czy lekarza.

Świadomość konsumentów, przy okazji występowania kryzysów bezpieczeństwa żywności, znacząco się zmieniła. Konsumentów zaczęli wykazywać zmniejszone zaufanie w stosunku do produktów żywnościowych. Takie zachowania zmusiły producentów do nieustannego zapewniania swoich klientów o bezpieczeństwie wytwarzanych produktów, ich zgodnych z wymaganiami właściwościami oraz cechach organoleptycznych i jakościowych, dostępnych w niewygórowanych cenach.<sup>62</sup>

Na problem, który od bardzo dawna kształtował się w opinii konsumentów, dotyczący ciągłego spadku jakości żywności, wskazywała Śmiechowska.<sup>63</sup> Produkty konwencjonalne wytwarzane w sposób przemysłowy z wdrożonymi systemami jakości poddawane są systematycznym kontrolom na różnych etapach produkcji. Pomimo braku zastrzeżeń wynikających z różnych kontroli, produkty uważane za bezpieczne dla

---

<sup>60</sup>Gutkowska K., Ozimek I., Wybrane aspekty zachowań konsumentów na rynku żywności. Wyd. SGGW, Warszawa, 2005, s. 361-370

<sup>61</sup>Gajda-Konopka M., Lesiów M., Ocena wiedzy i nawyków żywieniowych u osób aktywnych fizycznie, *Nauki Inżynierskie i Technologie Engineering Sciences and Technologies*, 2017, 2(25), s. 13

<sup>62</sup> Food sector related knowledge integration, Food sector global market trend analysis report, s. 21 <https://www.interreg-central.eu/Content.Node/I-CON/food-sector-market-trend-analysis.pdf>, [dostęp: 26.08.2021]

<sup>63</sup>Śmiechowska M., Autentyczność jako kryterium zapewnienia jakości żywności, *Annales Academiae Medicae Gedanensis*, 2013, 43, s. 175-181

zdrowia i życia ludzi, opatrzone są dużą dozą niepewności, a nawet braku zaufania wśród konsumentów.

Wielość źródeł informacji (niekoniecznie rzetelnych i prawdziwych) na temat żywności, w tym sposobach odżywiania, sprawia, iż konsumenci są zdezorientowani i brak im elementarnej wiedzy w zakresie sposobu odżywiania, a w tym edukacji na temat jakości i bezpieczeństwa produktów żywnościowych.

### **1.3. Rynek żywności tradycyjnej w Polsce**

Rynek żywności, w szerokim ujęciu znaczenia tego słowa, jest zdywersyfikowany. Z jednej strony oferowane są produkty wytwarzane metodami przemysłowymi, charakteryzujące się wysokim stopniem przetworzenia oraz pewnym bezpieczeństwem zdrowotnym, z drugiej produkty, które są wytwarzane metodami tradycyjnymi w różnych regionach, posiadające unikalny smak i oryginalny skład. Konsumenci coraz częściej świadomie wybierają tę drugą grupę produktów. Poszukują żywności ze znanego źródła, która nie jest wysoko przetworzona i odznacza się wyjątkowymi właściwościami sensorycznymi. Te oczekiwania konsumentów sprawiają, iż produkty tradycyjne i regionalne cieszą się coraz większą popularnością. Wiedza konsumentów na temat produktów tradycyjnych i regionalnych jest powierzchowna, co potwierdziły badania Wilczyńskiej.<sup>64</sup> Respondenci poproszeni o wskazanie produktów tradycyjnych, wymieniali kategorie produktów, a nie konkretne produkty. Brak pełnej wiedzy na temat produktów tradycyjnych i regionalnych może wynikać z niedostatecznej informacji na temat żywności tradycyjnej oraz z braku jednolitej definicji produktu tradycyjnego.

Produkty tradycyjne i regionalne odgrywają ważną rolę w żywieniu ludzi. Według Organizacji Narodów Zjednoczonych do spraw Wyżywienia i Rolnictwa przez globalizację zmniejszyła się liczba tradycyjnie wykorzystywanych do celów spożywczych gatunków roślin ze 100 000 do około 30. Dieta opierająca się na produktach tradycyjnych, nawet przy spożywaniu takiej żywności w małych ilościach, jest bogatsza w niezbędne składniki odżywcze niż inne diety.<sup>65</sup>

---

<sup>64</sup>Wilczyńska A., Uwarunkowania decyzji nabywczych na rynku żywności regionalnej i tradycyjnej, *Handel Wewnętrzny*, 2017, 1 (366), s. 408-409

<sup>65</sup> Food sector related knowledge integration, Food sector global market trend analysis report, pp. 19 <https://www.interreg-central.eu/Content.Node/I-CON/food-sector-market-trend-analysis.pdf>, [dostęp: 26.08.2021]

Dynamika rozwoju rynku żywności tradycyjnej i regionalnej w każdym państwie postępowała odmiennie i znajdowała swój początek w różnych okresach czasu, zależności od warunków i sytuacji geopolitycznej. Poniżej zarysowano początek oraz rozwój rynku tej żywności w Polsce.

Zwyczaje oraz tradycje naszych przodków, zwłaszcza te kulinarne, od jakiegoś czasu cieszą się coraz większą atencją. Trend ten uwidocznił się w Polsce na skutek przemian po 1989 roku. Konsumenci zaczęli ponownie doceniać żywność produkowaną w naturalnych warunkach. Klienci, którzy odczuli przesyt żywnością produkowaną na masową skalę, kierowali swoje zainteresowanie na produkty pochodzenia ekologicznego. Konsumenci pożądamy produktów wysokiej jakości, którą charakteryzują się produkty tradycyjne i regionalne, co przekłada się wzrost atrakcyjności regionów, które oferują tego typu żywność.<sup>66</sup>

Starsze pokolenie zatęskniło za tradycyjną żywnością, a młodzi z chęcią odkrywają kulinarne tradycje. Obserwuje się podążanie za odkrywaniem zapomnianych tradycji przede wszystkim kuchni polskiej, ale także potraw regionalnych, począwszy od dawnych terenów wschodnich Prus po obecne kresy wschodnie. Kuchnia regionalna to doskonały materiał promocyjny i reklamowy restauracji oraz innych podmiotów gastronomicznych. Lokale serwujące dania tradycyjne wykorzystują mało znane przepisy, pochodzące z pamiętników i od gospodyń, które z pokolenia na pokolenie pielęgnują kulinarne tradycje swoich regionów.<sup>67</sup>

W Europie i świecie Polska znana jest z gościnności oraz „dobrej kuchni”. Produkty tradycyjne i regionalne słynną z oryginalnego smaku, wyróżniają się zapachem, strukturą oraz wyjątkowym sposobem przyrządzania.<sup>68</sup> Poznawanie dziedzictwa kulinarnego to od niedawna jedna z ofert proponowanych przez biura podróży. Ta forma turystyki (turystyka kulinarna, turystyka kulturowa), sprzyja rozwojowi regionu (zwłaszcza obszarów wiejskich) pod względem gospodarczym, jak i społecznym. Poznawanie, poprzez uczestnictwo w procesie produkcji i doświadczenia

---

<sup>66</sup>Krupa J., Mantaj A., Znaczenie żywnościowych produktów tradycyjnych i regionalnych w turystyce kulinarnej województwa podkarpackiego, *Folia Turistica*, 2017, nr 45, s. 111

<sup>67</sup>Batyk I., Wpływ złożoności kulturowej na dziedzictwo kulinarne Warmii i Mazur, [w:] *Wielokulturowość w turystyce*, Warszawa, 2010, s. 324

<sup>68</sup>Żelazna K., Woźniczko M., Kuchnia regionalna jako atrakcja turystyki wiejskiej w woj. pomorskim. [w:] *Dudkiewicz D., Midura F., Wysoka E. (red.), Turystyka i rekreacja jako czynnik podnoszenia atrakcyjności i konkurencyjności regionu*, Warszawa, Wyd. DRUKTUR, Almamer WSE w Warszawie, 2006, s. 335-346

sensoryczne, są nie tylko wspaniałą reklamą dla produktów, ale przede wszystkim dla całego regionu, z którego te produkty pochodzą.<sup>69</sup>

Produkty tradycyjne i regionalne są coraz łatwiej dostępne na Polskim rynku, zarówno te, które zostały wpisane na listę krajową, jak i te wyszczególnione w spisie unijnym, stanowią polskie dziedzictwo kulinarne. Produkty te są bardzo różnorodne ze względu na wpływy historyczne, regionalne i kulturowe.<sup>70</sup>

Rynek produktów tradycyjnych i regionalnych stale się rozwija, zarówno pod wpływem rosnącego zainteresowania tymi produktami, jak i przez poszerzające się grono konsumentów, jest też coraz bardziej dywersyfikowany. Współcześni konsumenci są coraz bardziej otwarci na poznawanie nowych produktów pochodzących z różnych regionów, nie tylko na poziomie krajowym, ale także europejskim.<sup>71</sup>

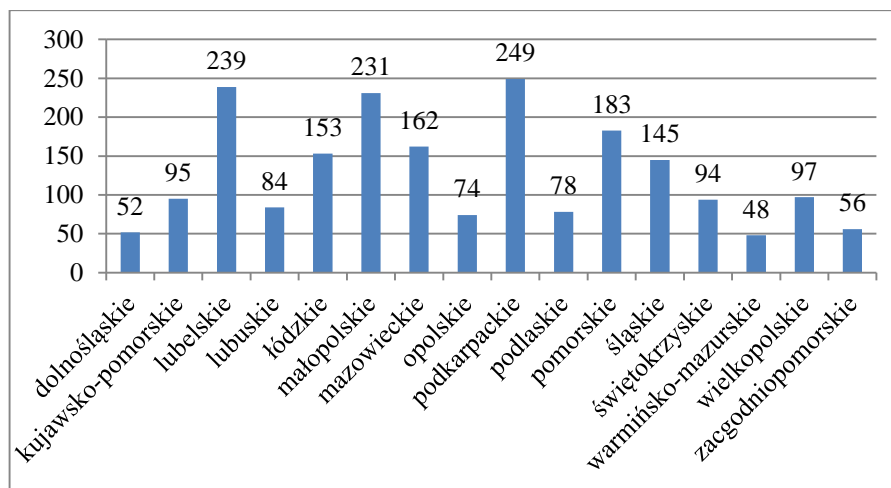
Produkty tradycyjne swoją popularność zyskują dzięki ciągle poszerzanej ofercie. Uwaga konsumentów przyciągana jest nie tylko przez niepowtarzalne walory sensoryczne, którymi charakteryzują się produkty tradycyjne, ale również przez liczne akcje promocyjne, między innymi przez konkursy reklamujące nowo wprowadzane do obrotu produkty. Dużą rolę odgrywają niewątpliwie lokalne media, za pośrednictwem których również odbywa się promocja regionalnych produktów. Media to narzędzie, dzięki któremu jest kształtowany popyt na dany produkt regionalny, czy upowszechnianie informacji o produkcie, ale także jest instrumentem przekazującym wiedzę o żywności tradycyjnej, dzięki której wzrasta świadomość konsumentów. Właśnie ci kupujący, którzy decyzje nabywcze podejmują świadomie, są zachęceni przez znaki poświadczające wysoką jakość produktów oraz nietuzinkowe walory sensoryczne.

---

<sup>69</sup>Woszczyk A., Produkty tradycyjne w Europejskiej Sieci Regionalnego Dziedzictwa Kulinarne, [w:] P. Dominik red., Tradycyjne produkty kulinarne jako element turystycznej atrakcyjności Mazowsza, Wyd. Almamier Szkoła Wyższa, Warszawa, 2002, s. 147-151

<sup>70</sup>Woźniczko M., Piekut M., Stan rynku żywności regionalnej i tradycyjnej w Polsce, Postępy techniki przetwórstwa spożywczego, 1/2015, s. 106

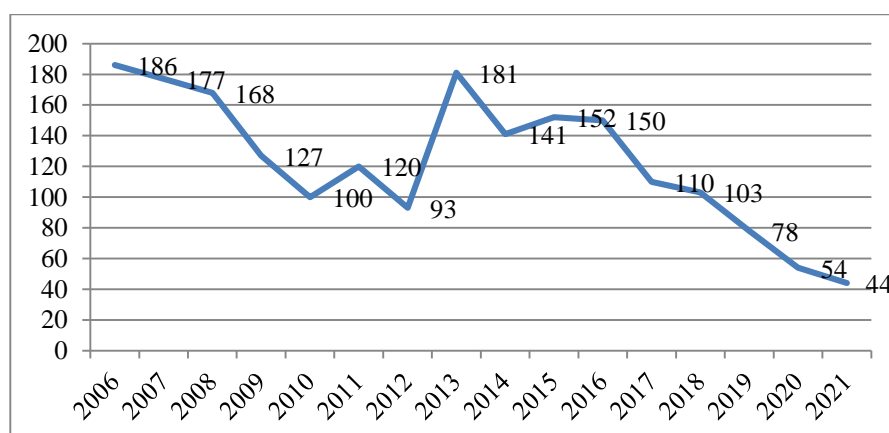
<sup>71</sup>Domański T. Bryła P., Marketing produktów regionalnych, Wyd. Uniwersytetu Łódzkiego, 2013, s. 8



**Rys. 1.** Liczba produktów tradycyjnych i regionalnych (wg. Listy LPT MRiRW) w poszczególnych województwach (listopad 2021).

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych publikowanych przez Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi.<sup>72</sup>

Według danych zamieszczonych na stronie Ministerstwa Rolnictwa i Rozwoju Wsi do listopada 2021 roku zarejestrowano 2040 produkty tradycyjne. Największa liczba produktów pochodzi z województwa podkarpackiego, zaś województwo warmińsko-mazurskie posiada najmniejszą liczbę tych produktów wpisanych na LPT (rys.1).



**Rys.2.** Liczba produktów tradycyjnych, wpisywanych w danym roku na Listę Produktów Tradycyjnych (LPT) prowadzoną przez MRiRW, w latach 2006-2021.

Źródło: Opracowanie własne na podstawie LPT publikowanych przez Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi<sup>73</sup>

W roku 2008 na LPT wpisanych było łącznie 588 produktów. Najwięcej produktów wpisanych było w województwie śląskim (90 produktów), najmniej

<sup>72</sup><https://www.gov.pl/web/rolnictwo/lista-produktow-tradycyjnych12> [dostęp 01.12.2021]

<sup>73</sup><https://www.gov.pl/web/rolnictwo/lista-produktow-tradycyjnych12> [dostęp 01.12.2021]

w lubuskim (7 produktów). Do roku 2012 lista zwiększała się średnio rocznie o 100 produktów. Najwyższy wzrost (o 173 produkty) nastąpił w roku 2013 (rys. 2). Natomiast od roku 2019 notowany jest spadek liczby produktów tradycyjnych (rys. 2). Niska liczba produktów wpisanych w latach 2020-2021 łączy się prawdopodobnie z trudnościami spowodowanymi pandemią COVID-19.<sup>74</sup> Rozwój rynku produktów tradycyjnych i regionalnych pozytywnie wpływa na rozwój całego sektora spożywczego.<sup>75</sup>

#### **1.4. Produkty tradycyjne i regionalne**

Produkt w rozumieniu ekonomicznym to dobro powstałe w procesie produkcji. Produktem jest zarówno dzieło, wytwór, rezultat pracy artystycznej, działalności społecznej, jak i dobro materialne, niematerialne, czy usługa. Natomiast według definicji marketingowej, produktem jest każdy obiekt barterowej wymiany, wszystko co może zostać zaoferowane na rynku.<sup>76</sup> Produkty można podzielić ze względu na sposób ich wykorzystania lub przeznaczenia. Wyróżniamy produkty konsumpcyjne i przemysłowe. Dokonując bardziej szczegółowego podziału, wśród produktów konsumpcyjnych rozróżnia się:

- produkty konsumpcyjne powszednie:
  - regularne,
  - impulsywne,
  - nagłej potrzeby,
- wybieralne:
  - homogeniczne,
  - niehomogeniczne,
- luksusowe,
- produkty nabywane bez uprzedniego planowania.<sup>77</sup>

Produktem spożywczym są wszystkie substancje, które zostały całkowicie przetworzone, częściowo przetworzone lub nieprzetworzone, które są przeznaczone do spożycia przez ludzi. To również te substancje, po których można się spodziewać, że

---

<sup>74</sup> <https://www.gov.pl/web/rolnictwo/lista-produktow-tradycyjnych12?page=2> [dostęp: 20.02.2019]

<sup>75</sup> Gruda K., Malik P., Jakubów M., Bachmacz M., Polski rynek handlu spożywczego w 2010-2020 roku, Segmenty convenience i supermarketów proximity skorzystają na spowolnieniu tempa wzrostu dyskontów, 2016, s. 14

<sup>76</sup> Encyklopedia Zarządzania <https://mfiles.pl/pl/index.php/Produkt> [dostęp: 08.02.2019]

<sup>77</sup> Kotler P., Marketing, Warszawa, 1999, s. 404

zostaną przez ludzi spożyte.<sup>78</sup>Brakuje natomiast jednolitej, uniwersalnej definicji produktu tradycyjnego, czy regionalnego. Różnorodność definicji jest wynikiem szeregu czynników wpływających na tego, kto podejmuje się wyjaśnienia pojęcia, jego subiektywnych odczuć, indywidualnego podejścia do definiowanego obiektu.

Według artykułu 47 ustawy z dnia 17 grudnia 2004 r. o rejestracji i ochronie nazw i oznaczeń produktów rolnych i środków spożywczych oraz o produktach tradycyjnych (nowelizacja ustawy z 2018 roku) produktami tradycyjnymi są: „produkty rolne i środki spożywcze, których jakość lub wyjątkowe cechy i właściwości wynikają ze stosowania tradycyjnych metod produkcji, stanowiące element dziedzictwa kulturowego regionu, w którym są wytwarzane, oraz będące elementem tożsamości społeczności lokalnej[...] za tradycyjne metody produkcji uważa się metody wykorzystywane co najmniej od 25 lat.”<sup>79</sup> Z kolei ta definicja oparta jest na pojęciach zawartych w rozporządzeniach Rady (WE) nr 1216/2007 z dnia 18 października 2007 roku ustanawiające szczegółowe zasady wykonania rozporządzenia Rady (WE) nr 509/2006 w sprawie produktów rolnych i środków spożywczych będących gwarantowanymi tradycyjnymi specjalnościami<sup>80</sup> oraz Rozporządzeniu Komisji (WE) nr 1898/2006 z dnia 14 grudnia 2006 roku określające szczegółowe zasady stosowania rozporządzenia Rady (WE) nr 510/2006 z dnia 20 marca 2006 r. w sprawie ochrony oznaczeń geograficznych i nazw pochodzenia produktów rolnych i środków spożywczych. Według tego rozporządzenia: „tradycyjny oznacza udokumentowany jako będący w użyciu na rynku wspólnotowym przynajmniej przez okres wskazujący na przekaz z pokolenia na pokolenie; okres ten powinien odpowiadać okresowi zwykle przypisywanemu jednemu pokoleniu i wynosić co najmniej 25 lat”.<sup>81</sup> Inna definicja wskazuje na oryginalność produktów rolnych, charakterystyczną ze

---

<sup>78</sup>Rozporządzenie (WE) nr 178/2002 Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 28 stycznia 2002 r. ustanawiające ogólne zasady i wymagania prawa żywnościowego, powołujące Europejski Urząd ds. Bezpieczeństwa Żywności oraz ustanawiające procedury w zakresie bezpieczeństwa żywności, (Dz. Urz. UE L 31/1 z 1.02.2002)

<sup>79</sup>Ustawa z dnia 17 grudnia 2004 r. o rejestracji i ochronie nazw i oznaczeń produktów rolnych i środków spożywczych oraz o produktach tradycyjnych (Dz.U. 2005 nr 10 poz. 68)

<sup>80</sup>Rozporządzenie Rady (WE) nr 1216/2007 z dnia 18 października 2007 r. ustanawiające szczegółowe zasady wykonania rozporządzenia Rady (WE) nr 509/2006 w sprawie produktów rolnych i środków spożywczych będących gwarantowanymi tradycyjnymi specjalnościami (Dz. Urz. UE L 275 z 19.10.2007)

<sup>81</sup>Rozporządzenie Komisji (WE) nr 1898/2006 z dnia 14 grudnia 2006 roku określające szczegółowe zasady stosowania rozporządzenia Rady (WE) nr 510/2006 z dnia 20 marca 2006 r. w sprawie ochrony oznaczeń geograficznych i nazw pochodzenia produktów rolnych i środków spożywczych (Dz.Urz. UE L 369 z 23.12.2006)



względu na tradycyjne metody produkcyjne oraz miejsce powstawania. Ważnymi czynnikami są niepowtarzalność, autentyczność, a także niezmienność.<sup>82</sup>

Winawer i Wujec<sup>83</sup> opisują produkty tradycyjne bardzo wąsko, jako produkty „[...] których jakość wynika ze specjalnego składu i sposobu wytwarzania. Często pochodzą z konkretnego kraju czy regionu, ale ich upowszechnienie i renoma sprawia, że produkowane są także w innych krajach”. Barowicz<sup>84</sup> zaś określa produkty tradycyjne jako „żywność o wysokiej jakości i wartości odżywczej, niskoprzetworzoną, objętą określonymi przepisami ochronnymi oraz promowaną jako specyficzne wyroby przypisane określonemu regionowi”. Z kolei Zdon-Korzeniowska<sup>85</sup>, oprócz parametrów: wysokiej jakości, wyjątkowych cech smakowych i odżywczych, tradycyjnej (starej) metody wytwarzania, wskazuje na związek ze społecznością lokalną, której żywność stanowi jeden z elementów tożsamości danej społeczności. Natomiast Gąsiorowski<sup>86</sup> definiuje produkty tradycyjne jako „[...] część polskiego dziedzictwa kulturowego, które przez wieki tworzyło nasze wartości, zwyczaje, przyzwyczajenia kulinarne i smak [...]”. Definicja ta niemal doskonale odzwierciedla potoczne rozumienie tego pojęcia. W potocznym rozumieniu za produkt tradycyjny uważany jest taki, który przywołuje smaki dzieciństwa, jest podobny do tych potraw, które były przygotowywane przez babcię.

Produkty regionalne w literaturze definiowane są jako płody rolne, wyroby, przetwory żywnościowe, których wysoka jakość jest parametrem odróżniającym produkty regionalne od produktów otrzymywanych w procesach przemysłowych. Niezwykle istotnym elementem jest związek produktu z danym obszarem, regionem pochodzenia, procesem wytwarzania na danym, konkretnie oznaczonym terenie.<sup>87</sup> Produkt regionalny charakteryzują takie cechy, jak:

- wyjątkowość, autentyczność, unikatowość, naturalność,
- ścisły i stały związek z regionem,
- specyfika – naturalna, kulturalna,

---

<sup>82</sup>Rejman K., Halicka E., Nagalska H., Szanse polskiego rynku żywności tradycyjnej i regionalnej a zachowania konsumentów, *Więś i Rolnictwo*, 2015, 3 (168), s. 124

<sup>83</sup>Winawer Z., Wujec H., Tradycyjne i regionalne produkty wysokiej jakości we współczesnej polityce rolnej. Poradnik dla producentów. Fundacja dla Polski, Warszawa, 2010, s. 32

<sup>84</sup>Barowicz T., „Polskie kuchnie regionalne”, Warszawa, 2007, s. 25-34

<sup>85</sup>Zdon-Korzeniowska M., „Jak kształtować regionalne produkty turystyczne? Teoria i praktyka”, Kraków, 2009, s. 19-22

<sup>86</sup>Gąsiorowski M. (red.), O produktach tradycyjnych i regionalnych. Możliwości a polskie realia. Fundacja Fundusz Współpracy, Warszawa, 2005, s. 3

<sup>87</sup>Florczyk E., „Żywność tradycyjna, dziedzictwo kulinarne jako czynniki zapewniające oryginalność i wysoką jakość żywności i żywienia w usługach gastronomicznych”, Częstochowa, 2014, s. 16-17

– powiązanie z żywnością ekologiczną i zdrową.<sup>88</sup>

Również jakość tych produktów, w związku ze znanym miejscem pochodzenia oraz lokalną metodą wytwarzania, jest wyższa od przeciętnej. Aby podkreślić faktyczny związek danego wyrobu z miejscem jego wytworzenia, produktom nadawane są nazwy zawierające określenie terenu, z którego wyrób pochodzi (obszar, region, wyjątkowo kraj). Ważnym elementem, wpływającym na jakość produktów regionalnych są również ludzie, którzy wytwarzają te produkty. Osoby zajmujące się produkcją wyrobów regionalnych powinny być związane z danym regionem, gdyż wyroby te wytwarzane są według receptury przekazywanej z pokolenia na pokolenie. Osoby od pokoleń zamieszkujące dany region, które wytwarzają produkty regionalne według przepisu przekazanego im przez pradziadów, nazywane są „pniakami”. „Krzaki” natomiast to osoby produkujące wyroby regionalne, urodzone w danym regionie, znające produkt od dziecka, ale ich krewni pochodzą z innych stron. Ostatnią grupę stanowią osoby napływowe, które potwierdzają oryginalność produktów regionalnych – „ptaki”. Podkreśleniem wyjątkowości produktów regionalnych bywają również historie i anegdoty, tworzone równoległe z produktem.<sup>89</sup>

Nawiązując do podstawowego podziału produktów przedstawionego na wstępie, produkt tradycyjny/regionalny można zaliczyć do produktów konsumpcyjnych, należących do grupy produktów luksusowych. Bourne<sup>90</sup> definiuje dobra luksusowe jako „dobra ekskluzywne, niedostępne powszechnie, ale bardziej widoczne (rzucające się w oczy) niż dobra pierwszej potrzeby.” Wydaje się, że postrzeganie produktu przez zakupującego jest najważniejszym elementem, gdyż dobro luksusowe „...charakteryzuje się na pewno wyróżnikami, które wpływają w taki sposób na konsumenta, iż uznaje go za luksusowy.”<sup>91</sup> Ważnym natomiast atrybutem produktów luksusowych jest fakt, iż stać na nie przede wszystkim ludzi, którzy są w stanie przeznaczyć na te produkty większą część swoich dochodów, towary luksusowe nabywają zazwyczaj ludzie zamożni, których status materialny jest określany jako bardzo dobry.

---

<sup>88</sup>Adamczuk F., Produkty tradycyjne i regionalne i ich wykorzystywanie w promocji regionu, Prace naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu, 2013, nr 307, s. 17

<sup>89</sup>Gąsiorowski M., Rzeczpospolita produktów lokalnych, regionalnych i tradycyjnych, Rzeczpospolita produktów regionalnych, Tereny, Ludzie, Produkty, Białystok, 2004, nr 4, s. 53

<sup>90</sup>Bourne F.S., Group Influence in Marketing and Public Relations, Some Applications of Behavioral Research, (red): Likert R., Haves S.P., Unesco, Paris, 1957, pp. 207-257

<sup>91</sup>Newerli-Guz J., Rybowska A., Produkt tradycyjny i regionalny – luksus od święta czy na co dzień?, Handel wewnętrznym, 2015, 2(355), s. 288

Popyt na produkty luksusowe i zachowania konsumentów o wysokich dochodach opisał amerykański ekonomista Thorsten Veblen.<sup>92</sup> Paradoks Veblena dotyczy dóbr luksusowych, dóbr o wysokim prestiżu i oznacza, że dobra te nabywane są przez ludzi zamożnych, a motywem zakupu jest chęć manifestacji bardzo dobrej sytuacji materialnej kupujących. Konsumenty są zainteresowani tymi produktami gdy cena jest wysoka, popyt na produkty rośnie, a w momencie spadku ceny popyt również spada. Konsumenty są zdania, iż spadek ceny oznacza upowszechnienie produktu.<sup>93</sup>

Według Szwackiej-Mokrzyckiej<sup>94</sup> na rynku produktów żywnościowych o charakterze luksusowym większego znaczenia nabierają czynniki psychologiczne i marketingowe, niż ekonomiczne czy społeczne. Produkt tradycyjny to wytwór, którego reguły powstania są utrwalone ustnie lub słownie poprzez podania. Ważnym elementem jest przekonanie wytwórców i odbiorców produktu o jego wyjątkowości, związanej na przykład z pochodzeniem surowców, nawiązującej do dziedzictwa kulturowego społeczności, czy wskazującej na związek z danym regionem. Produkt tradycyjny składa się z naturalnych surowców, wolnych od jakichkolwiek modyfikacji, jest wytwarzany według niezmiennych, stosowanych powtarzalnie schematów. Produkt tradycyjny może być nieprzetworzony, przetworzony lub może być ich kombinacją, w sposób ściśle określony. Dodatkową przesłanką produktu tradycyjnego jest wpływ czasu, w którym produkt jest wytwarzany w sposób powtarzalny, ale wyjątkowy. Wszystkie wymienione warunki łącznie pozwalają określić produkt jako tradycyjny.

#### **1.4.1. Systemy wyróżniania produktów tradycyjnych i regionalnych**

Rosnące znaczenie produkcji żywności o wysokiej jakości oraz wzrost zainteresowania konsumentów produktami tradycyjnymi regionalnymi wymogły wprowadzenie środków ochrony tych produktów, które mają pełnić rolę gwaranta.

Kolebką polityki ochrony produktów tradycyjnych jest Francja. To państwo, jako pierwsze w Europie, wprowadziło ochronę swoich wyrobów. Najwcześniej notowane regulacje powstały już w połowie XIX wieku. W latach 60. XIX wieku zaczęto organizować konkursy, które do dziś są pierwowzorem dzisiejszych corocznych

---

<sup>92</sup>Veblen T., Teoria klasy próżniaczej, PWN, Warszawa, 1971, s. 116-119

<sup>93</sup>Milewski R., Kwiatkowska W., Podstawy ekonomii, Warszawa, 2018, s. 121-122

<sup>94</sup>Szwacka-Mokrzycka J., Rola systemu zarządzania jakością w osiągnięciu przewagi konkurencyjnej, Journal of Agribusiness and Rural Development, 2013, nr 329, s. 205

konkursów rolniczych. Na początku XX wieku, tuż po I Wojnie Światowej, podjęto działania legislacyjne mające na celu ochronę producentów win i alkoholi przed nieuczciwymi praktykami konkurencyjnymi oraz nielegalnym handlem. W tym czasie tradycyjne francuskie wino otrzymało legislacyjną ochronę. Wprowadzone regulacje prawne sprawiły, iż powszechnie uznano Oznaczenia Geograficzne, Nazwy Pochodzenia oraz Świadectwo Potwierdzające szczególny Charakter Wyrobu. Natomiast w roku 1936 powstał Narodowy Instytut Znanego Pochodzenia (INAO).<sup>95</sup> Ta forma identyfikacji sprawiła, że wino regionalne, wytwarzane od pokoleń w sposób tradycyjny, zostało uchronione przed nieuczciwym wykorzystywaniem jego nazwy. Wprowadzenie oznaczeń zapewniających ochronę wyrobów tradycyjnych i regionalnych przyczyniło się nie tylko do rozwoju tego rodzaju wyrobów, wzrostu ich produkcji, ale także bez wątpienia wpłynęło na zwiększenie zainteresowania tradycyjnymi wyrobami wśród konsumentów. Nadanie produktom odpowiedniego oznaczenia pełni zatem nie tylko funkcję ochronną, ale także marketingową, zachęcając nabywców do zakupu tego rodzaju wyrobów.<sup>96</sup>

Na kształt obecnego unijnego systemu ochrony produktów tradycyjnych i regionalnych bez wątpienia wpłynęły także włoskie regulacje prawne wprowadzone na półwyspie apenińskim. Włochy zaproponowały krajową listę produktów tradycyjnych, która zapewniała nie tylko ochronę wyrobom, ale także pozwalała na ich szczegółową identyfikację.

Pod wpływem nacisków Francji oraz Włoch, drugiego państwa, co do liczby nadawanych oznaczeń wyrobom tradycyjnym i regionalnym, wprowadzono ochronę na poziomie wspólnotowym. Zabieg ten został wdrożony, by zapobiec masowej produkcji produktów imitujących te oryginalne. Wprowadzono dwa akty prawne: Rozporządzenie Rady EWG nr 2081/92 z dnia 14 lipca 1993 r. w sprawie ochrony oznaczeń geograficznych i oznaczeń pochodzenia produktów rolnych i artykułów żywnościowych oraz Rozporządzenie Rady EWG nr 2082/92 z dnia z dnia 14 lipca 1992 r. w sprawie świadectw o szczególnym charakterze dla produktów rolnych i środków spożywczych.<sup>97</sup>

W Polsce polityka ochrony produktów regionalnych została wprowadzona dopiero w latach dziewięćdziesiątych XX wieku. Ustrój polityczny, jaki panował po II

---

<sup>95</sup>Kurpacz M., Z problematyki żywności tradycyjnej, *Studia regionalne i lokalne*, 2007, nr 4(30), s. 106-107

<sup>96</sup>Sieczko A., Tworzenie rynku produktów tradycyjnych i regionalnych, *Problemy Rolnictwa Światowego, Zeszyty Naukowe SGGW w Warszawie*, 2008, nr 4(19), s. 398-399

<sup>97</sup>Kurpacz M., Z problematyki żywności tradycyjnej, *Studia regionalne i lokalne*, 2007, nr 4(30), s. 104

wojnie światowej, narzucał unifikację życia społecznego, kultury, a także tradycji kulinarnych. Kultywowanie żywności tradycyjnej czy regionalnej miało oznaczać zacofanie, brak rozwoju oraz ogólne nienadążanie za przemianami gospodarczymi. W czasach gospodarki sterowanej pożądanym było korzystanie z żywienia zbiorowego. Zapewnienie wyżywienia sukcesywnie wprowadzano wraz z rozpoczęciem edukacji dzieci. Obecne było już od wczesnych etapów ich rozwoju – w żłobku, w przedszkolu, w szkole. Kontynuowano korzystanie z wyżywienia zbiorczego, także w stołówkach pracowniczych. Czasy gospodarki nakazoworozdzielczej charakteryzowały się tym, iż wiele produktów było niedostępnych na rynku. Spowodowało to zaprzestanie przygotowywania pewnego rodzaju dań, na przykład tych wymagających użycia ryb słodkowodnych. Brak dostępności produktów sprzyjał z drugiej strony przetwórstwu. Przetwarzano zarówno produkty roślinne, jak i zwierzęce, ze szczególnym uwzględnieniem pór roku. Dla przykładu z końcem lata przetwarzano warzywa i owoce na sałatki, kiszonki, oraz różnego rodzaju dżemy. W okresie zimowym zwyczajem było także przedświąteczne „świniobicie” oraz domowe wytwarzanie wędlin i przetworów mięsnych.<sup>98</sup>

Wraz z wejściem Polski do Unii Europejskiej oczywistym stało się dostosowanie regulacji prawnych do wymagań europejskich. Tym samym wprowadzono także przepisy, które miały na celu rejestrację i ochronę produktów tradycyjnych. Na mocy ustawy z 17 grudnia 2004 roku ustanowiono narzędzie ochrony żywności tradycyjnej jaką jest Lista Produktów Tradycyjnych. Listę tę wprowadzono w 2005 roku. Pierwszym zarejestrowanym produktem był pieróg z województwa podlaskiego – pierekaczewnik, którego rejestrację datuje się na 20 lipca 2005 roku.<sup>99</sup>

Ochrona produktów tradycyjnych i regionalnych zapewniana jest na różnych szczeblach organizacyjnych. Wprowadzona została polityka ochrony tych produktów, poprzez systemy, które pozwoliły na identyfikację produktów. Produkty te charakteryzowały: wysoka jakość, nietuzinkowość oraz wyjątkowe walory smakowe. Zidentyfikowanie produktów tradycyjnych uniemożliwiło nadanie nazwy podobnym produktom, które jednak nie posiadały wszystkich odpowiednich cech. Jedne systemy mają bardzo szeroki regionalny zasięg, obejmujący kilka państw, inne dają ochronę nieco

---

<sup>98</sup>Sieczko A., Tworzenie rynku produktów tradycyjnych i regionalnych, Zeszyty Naukowe SGGW w Warszawie. Problemy Rolnictwa Światowego, 2008, nr 4(19), s. 398-399

<sup>99</sup>Lista produktów tradycyjnych – zestawienie produktów, <https://www.gov.pl/web/rolnictwo/lista-produktow-tradycyjnych12> [dostęp: 22.04.2020r.]

węższą – na przykład o zasięgu krajowym. Systemy o zasięgu regionalnym, które wyróżniają wysokojakościowe produkty tradycyjne, funkcjonują od ponad 26 lat. Oprócz funkcji ochronnej, systemy wyróżniania produktów pełnią także funkcję promocyjną. Jest to narzędzie, które stanowi reklamę danego regionu, na którym produkt jest wyrabiany, a producentom daje możliwość produkcji wyrobów tradycyjnych na większą skalę.

Ochronę o charakterze regionalnym zapewniają europejskie systemy wyróżniania produktów, swoim zasięgiem obejmują wyjątkowe produkty, wytwarzane w określonych lokalizacjach na terenie Wspólnoty. Podstawą prawną zapewniania produktom ochrony oraz ich promocji jest Rozporządzenie Rady UE nr 510/2006 z dnia 20 marca 2006 roku w sprawie ochrony oznaczeń geograficznych i oznaczeń pochodzenia produktów rolnych i artykułów żywnościowych oraz Rozporządzenie Rady UE nr 509/2006 z dnia 20 marca 2006 roku w sprawie produktów rolnych środków spożywczych będących gwarantowanymi tradycyjnymi specjalnościami. Gwarancją jakości produktów oraz niezmienności ich charakteru jest wprowadzenie nazw i znaków. Symbole są ujednolicone i ta sama grafika obowiązuje we wszystkich państwach wspólnotowych. Zgodnie z przepisami unijnymi stosowane są trzy oznaczenia w zależności od kategorii produktu:

- **Chroniona Nazwa Pochodzenia (ChNP)**

Symbol ten jest przyznawany produktowi, który kumulatywnie spełnia szereg warunków (rys. 3). Nazwa produktu pośrednio lub bezpośrednio nawiązuje do konkretnego miejsca, regionu, wyjątkowo całego kraju, w którym dany wyrób jest wytwarzany. Wytwarzanie to cały proces technologiczny, który przeprowadzany jest na danym obszarze. Rozumie się przez to wytwarzanie surowców, właściwą produkcję wyrobu, a także jego przygotowanie do sprzedaży. Kolejnym bardzo ważnym aspektem są cechy charakterystyczne produktu, te muszą być związane z właściwościami geograficznymi obszaru, na którym odbywa się produkcja, a wyjątkowa jakość produktu wynika z jego specyficznego pochodzenia.<sup>100</sup> Znakiem Chroniona Nazwa Pochodzenia mogą być objęte następujące produkty:

- świeże mięso i podroby,
- przetwory mięsne,
- sery,

---

<sup>100</sup>Klejan K., O systemach jakości żywności, CDR, Kraków, 2011, s. 12-13

- inne produkty pochodzenia zwierzęcego,
- oleje i tłuszcze,
- owoce, warzywa, zboża i ich przetwory,
- ryby, małże, skorupiaki oraz produkty z nich wytwarzane,
- inne produkty wymienione w załączniku I do Traktatu np. przyprawy
- piwo,
- wody naturalne,
- napoje z ekstraktów roślinnych,
- chleb, ciasto, ciastka wyroby cukiernicze, herbatniki, i wyroby piekarskie
- naturalne gumy i żywice,
- pasta musztardowa
- makarony,
- siano,
- olejki eteryczne,
- korek,
- koszenila,
- kwiaty i rośliny ozdobne,
- wełna,
- wiklina,
- trzepany len.<sup>101</sup>

Według wykazu, opublikowanego na stronie internetowej Europejskiej Komisji ds. Rolnictwa i Rozwoju Obszarów Wiejskich, do tej pory zarejestrowano dziesięć polskich wyrobów pod znakiem Chroniona Nazwa Pochodzenia. Są to: fasola wrzawska, fasola Piękny Jaś z doliny Dunajca, karp zatorski, podkarpacki miód spadziowy, wiśnia nadwiślańska, redykołka, oscypek, bryndza podhalańska, miód z Łódzieszczyzny, Miód spadziowy z Beskidu Wyspowego.<sup>102</sup>

---

<sup>101</sup>[http://ec.europa.eu/agriculture/quality/door/list.html?recordStart=0&recordEnd=10&sort.milestone=desc&recordPerPage=25&filter.dossierNumber=&filter.comboName=&filterMin.milestone\\_\\_mask=&filterMin.milestone=&filterMax.milestone\\_\\_mask=&filterMax.milestone=&filter.country=PL&filter.category=&filter.type=TSG&filter.status=](http://ec.europa.eu/agriculture/quality/door/list.html?recordStart=0&recordEnd=10&sort.milestone=desc&recordPerPage=25&filter.dossierNumber=&filter.comboName=&filterMin.milestone__mask=&filterMin.milestone=&filterMax.milestone__mask=&filterMax.milestone=&filter.country=PL&filter.category=&filter.type=TSG&filter.status=) [dostęp: 08.01.2019]

<sup>102</sup><http://ec.europa.eu/agriculture/quality/door/list.html?recordStart=0&recordPerPage=10&recordEnd=10&filter.status=REGISTERED&filter.type=PDO&sort.milestone=desc> [dostęp: 30.11.2021]



**Rys. 3.** Symbol Chroniona Nazwa Pochodzenia

Źródło: [http://www.trzyznakismaku.pl/themes/trzyznakismaku/img/layout/sign\\_ChNP\\_big.png](http://www.trzyznakismaku.pl/themes/trzyznakismaku/img/layout/sign_ChNP_big.png)<sup>103</sup>

- **Chronione Oznaczenie Geograficzne (ChOG)**

Symbol Chronione Oznaczenie Geograficzne otrzymują produkty pochodzące z konkretnego miejsca, regionu lub kraju (rys. 4). Warunkami przyznania tego oznaczenia jest przypisanie specyficznych cech produktu określonemu pochodzeniu geograficznemu oraz potwierdzenie, że chociaż jeden z etapów wytwarzania odbywa się na tym danym obszarze. Na jakość produktów wpływ mają takie czynniki jak: klimat, roślinność, gleba i ukształtowanie powierzchni, a przede wszystkim tradycyjna, lokalna metoda wytwarzania.<sup>104</sup> Kategorie produktów, które mogą zostać objęte ochroną symbolu Chronione Oznaczenie Geograficzne są takie same jak w przypadku znaku Chroniona Nazwa Pochodzenia.

Do tej pory pod znakiem Chronione Oznaczenie Geograficzne zarejestrowano 24 produkty pochodzące z Polski. Są to: andruty kaliskie, cebularz lubelski, chleb prądnicki, czosnek galicyjski, fasola korczyńska, jabłka łąckie, jagnięcina podhalańska, kiełbasa biała, parzona wielkopolska, kiełbasa lisiecka, kiełbasa piszcząńska, kołocz śląski/kołacz śląski, krupnioki śląskie, miód drahimski, miód kurpiowski, miód wrzosowy z Borów Dolnośląskich, obwarzanek krakowski, rogal świętomarciński, ser koryciński swojski, suska sechlońska, śliwka szydłowska, truskawka kaszubska/kaszëbskômalëna, wielkopolski ser smażony, podpiwek kujawski. Dwa produkty oczekują na rejestrację – jabłka grójeckie, powidła śliwkowe z Doliny Dolnej Wisły.<sup>105</sup>

---

<sup>103</sup>[http://www.trzyznakismaku.pl/themes/trzyznakismaku/img/layout/sign\\_ChNP\\_big.png](http://www.trzyznakismaku.pl/themes/trzyznakismaku/img/layout/sign_ChNP_big.png)  
dostęp: 21.01.2021]

<sup>104</sup>Klejan K., O systemach jakości żywności, CDR, Kraków, 2011, s. 17

<sup>105</sup>[http://ec.europa.eu/agriculture/quality/door/list.html?recordStart=0&recordEnd=10&sort.milestone=desc&filter.dossierNumber=&filter.comboName=&filter.Min.milestone\\_\\_mask=&filter.Min.milestone=&filter.Max.milestone\\_\\_mask=&filter.Max.milestone=&filter.country=PL&filter.category=&filter.type=PGI&filter.status=&recordPerPage=25](http://ec.europa.eu/agriculture/quality/door/list.html?recordStart=0&recordEnd=10&sort.milestone=desc&filter.dossierNumber=&filter.comboName=&filter.Min.milestone__mask=&filter.Min.milestone=&filter.Max.milestone__mask=&filter.Max.milestone=&filter.country=PL&filter.category=&filter.type=PGI&filter.status=&recordPerPage=25) [dostęp: 30.11.2021r]





#### **Rys. 4. Symbol Chronione Oznaczenie Geograficzne**

Źródło: [http://www.trzyznakismaku.pl/themes/trzyznakismaku/img/layout/sign\\_ChOG\\_big.png](http://www.trzyznakismaku.pl/themes/trzyznakismaku/img/layout/sign_ChOG_big.png)<sup>106</sup>

Oba wyżej przedstawione znaki przyznawane są produktom pochodzącym z takich samych grup żywnościowych. Różnicą między przyznaniem ochrony danego oznaczenia jest proces produkcji. Chroniona Nazwa Pochodzenia wskazuje na silniejszy związek z regionem, gdyż cały proces produkcyjny odbywa się na konkretnym terenie, natomiast Chronione Oznaczenie Geograficzne wymaga, aby jeden z etapów produkcji odbywał się na danym obszarze, opiera się na wysokiej ocenie konsumentów, których to opinia w głównej mierze zapewnia wyrobowi popularność.

- **Gwarantowana Tradycyjna Specjalność (GTS)**

Gwarantowaną Tradycyjną Specjalnością są oznaczane produkty, które cechuje specyficzny charakter, sprawiający, że tradycyjny produkt wyraźnie różni się od innych podobnych produktów należących do tej samej grupy (rys. 5). Nazwa produktu podlegającego ochronie odróżnia go spośród innych mu podobnych. Prawna ochrona może zostać przyznana produktowi, który charakteryzuje się co najmniej 25-letnią tradycją wytwarzania oraz składu. Powstaje dzięki tradycyjnej metodzie produkcyjnej z tradycyjnie dobranych surowców i należy do jednej z kategorii:

- świeże mięso i podroby,
- produkty wytworzone na bazie mięsa,
- sery,
- inne produkty pochodzenia zwierzęcego,
- oleje i tłuszcze,
- owoce, warzywa i zboża oraz ich przetwory,
- ryby, małże, skorupiaki oraz produkty z nich wytwarzane,
- inne produkty wymienione w załączniku I do Traktatu np. przyprawy,

---

<sup>106</sup>[http://www.trzyznakismaku.pl/themes/trzyznakismaku/img/layout/sign\\_ChOG\\_big.png](http://www.trzyznakismaku.pl/themes/trzyznakismaku/img/layout/sign_ChOG_big.png) [dostęp: 21.01.2021]

- piwo,
- czekolada i inne środki spożywcze zawierające kakao,
- chleb, ciasto, ciastka wyroby cukiernicze, herbatniki, i wyroby piekarskie,
- makarony, nawet gotowane lub nadziewane,
- wstępnie przygotowane dania
- gotowe sosy przyprawowe,
- zupy lub wywary,
- napoje z ekstraktów roślinnych,
- lody i sorbety.<sup>107</sup>

Polskie produkty, które do tej pory zarejestrowano pod znakiem Gwarantowana Tradycyjna Specjalność, to: półtorak staropolski tradycyjny, dwójniak staropolski tradycyjny, trójniak staropolski tradycyjny, czwórniak staropolski tradycyjny, kabanosy staropolskie, kiełbasa jałowcowa staropolska, kiełbasa krakowska sucha staropolska, kiełbasa myśliwska staropolska, olej rydzowy tradycyjny, piekaczewnik oraz twaróg wędzony.<sup>108</sup>



**Rys. 5.** Symbol Gwarantowana Tradycyjna Specjalność

Źródło: [http://www.trzyznakismaku.pl/themes/trzyznakismaku/img/layout/sign\\_GTS\\_big.png](http://www.trzyznakismaku.pl/themes/trzyznakismaku/img/layout/sign_GTS_big.png)<sup>109</sup>

Produkty posiadające oznaczenia Chroniona Nazwa Pochodzenia oraz Chronione Oznaczenie Geograficzne są zabezpieczone przed bezprawnym wykorzystywaniem ich nazwy. Zabezpieczenie produktów zarejestrowanych przed podobnymi, o podobnym składzie, polega na uchronieniu ich przed: wykorzystaniem nazwy produktów imitujących tradycyjny, przed zafałszowanymi informacjami dotyczącymi produktu,

<sup>107</sup>[http://ec.europa.eu/agriculture/quality/door/list.html?recordStart=0&recordEnd=10&sort.milestone=desc&recordPerPage=25&filter.dossierNumber=&filter.comboName=&filter.Min.milestone\\_\\_mask=&filter.Min.milestone=&filter.Max.milestone\\_\\_mask=&filter.Max.milestone=&filter.country=PL&filter.category=TSG&filter.type=TSG&filter.status=](http://ec.europa.eu/agriculture/quality/door/list.html?recordStart=0&recordEnd=10&sort.milestone=desc&recordPerPage=25&filter.dossierNumber=&filter.comboName=&filter.Min.milestone__mask=&filter.Min.milestone=&filter.Max.milestone__mask=&filter.Max.milestone=&filter.country=PL&filter.category=TSG&filter.type=TSG&filter.status=) [dostęp: 21.01.2021]

<sup>108</sup>[http://ec.europa.eu/agriculture/quality/door/list.html?recordStart=0&recordEnd=10&sort.milestone=desc&recordPerPage=25&filter.dossierNumber=&filter.comboName=&filter.Min.milestone\\_\\_mask=&filter.Min.milestone=&filter.Max.milestone\\_\\_mask=&filter.Max.milestone=&filter.country=PL&filter.category=](http://ec.europa.eu/agriculture/quality/door/list.html?recordStart=0&recordEnd=10&sort.milestone=desc&recordPerPage=25&filter.dossierNumber=&filter.comboName=&filter.Min.milestone__mask=&filter.Min.milestone=&filter.Max.milestone__mask=&filter.Max.milestone=&filter.country=PL&filter.category=) [dostęp: 30.11.2021]

<sup>109</sup>[http://www.trzyznakismaku.pl/themes/trzyznakismaku/img/layout/sign\\_GTS\\_big.png](http://www.trzyznakismaku.pl/themes/trzyznakismaku/img/layout/sign_GTS_big.png) [dostęp: 21.01.2021]

które mogłyby odnosić się do pochodzenia, charakteru, czy podstawowych właściwości produktów, które zostały umieszczone na opakowaniu, w reklamie czy broszurach promocyjnych związanych z danym wyrobem. Zabiegi te mogłyby wskazywać na błędne przekonanie odnośnie jego pochodzenia. Te i inne podobne zabiegi wskazujące na pochodzenie mogłyby wprowadzić w błąd konsumenta.

Znak Gwarantowane Tradycyjne Specjalności chroni przede wszystkim konsumenta, który mógłby być wprowadzony w błąd przez wszelkie imitacje, niewłaściwe porównanie, czy nadanie nazwy produktom, które podobne są do tych objętych ochroną GTS.<sup>110</sup>

Dla produktów, które otrzymały odpowiednie oznaczenia prowadzone są rejestry: rejestr chronionych nazw pochodzenia, rejestr chronionych oznaczeń geograficznych oraz rejestr gwarantowanych tradycyjnych specjalności. Jednakże sama procedura uzyskania wpisu do rejestru oraz otrzymania oznaczenia jest długotrwała i wiąże się z dość wysokimi kosztami. Zgodnie z postanowieniem Rozporządzeń Rady UE nr 2081/92/EWG oraz 2082/92/EWG o przyznanie oznaczenia mogą ubiegać się stowarzyszenia, grupy producenckie, grupy przetwórców, tylko w wyjątkowych przypadkach prawo do rejestracji otrzymują osoby prawne lub fizyczne. Znak uzyskany przez grupę, składającą się z jak największej liczby producentów i przetwórców, ma służyć przede wszystkim promocji danego regionu, rozwojowi turystyki i rekreacji w obszarze.

Oprócz złożenia wniosku producenci muszą spełnić szereg formalności, począwszy od rozdzielenia poszczególnym członkom określonych zadań, poprzez wybór jednostki certyfikującej i przeprowadzenie kontroli wyrobu, po wprowadzenie wyrobu zgodnie z zarejestrowaną specyfikacją do obrotu.<sup>111</sup>

Specyfikacja produktu oznaczonego jako ChNP lub ChOG zawiera:

- nazwę produktu,
- opis produktu, jego skład,
- określenie obszaru geograficznego,
- dowód pochodzenia z danego obszaru geograficznego,

---

<sup>110</sup>[https://www.gov.pl/documents/912055/913531/Najcz%C4%99%C5%9Bciej\\_zadawane\\_pytania\\_06\\_08\\_18.pdf/2f3eac76-2df1-48fd-46a2-842d357d22ec](https://www.gov.pl/documents/912055/913531/Najcz%C4%99%C5%9Bciej_zadawane_pytania_06_08_18.pdf/2f3eac76-2df1-48fd-46a2-842d357d22ec) [dostęp: 08.01.2019]

<sup>111</sup>Wilczyńska A., Uwarunkowania decyzji nabywczych na rynku żywności regionalnej i tradycyjnej, *Handel Wewnętrzny*, 2017, 1(366), s. 403

- opis metody wytwarzania,
- jednostkę certyfikującą,
- zasady etykietowania produktu, a produkt wprowadzany na rynek jest ze specyfikacją zgodny.

Natomiast produkt ze znakiem GTS jest zgodny z poniższą specyfikacją:

- nazwa, z określeniem czy nazwa podlega zastrzeżeniu,
- opis produktu, określający główne właściwości fizyczne, chemiczne, mikrobiologiczne oraz organoleptyczne,
- opis metody wytwarzania,
- opis specyficznego charakteru produktu,
- dowód tradycyjnego charakteru produktu (tradycyjne surowce, skład, tradycyjna metoda wytwarzania),
- wymagania dla kontroli specyficznego charakteru produktu.

Rejestracja produktu tradycyjnego odbywa się w dwóch etapach. Najpierw należy zarejestrować produkt na szczeblu krajowym. Produkt na mocy ustawy o rejestracji i ochronie nazw i oznaczeń produktów rolnych i środków spożywczych oraz o produktach tradycyjnych, zostaje wpisany na listę krajowej ochrony tymczasowej, tym samym zyskując prawo do używania w obrocie nazwy wpisanej na wyżej wymienioną listę.<sup>112</sup> Ochrona produktu wpisanego na listę krajowej ochrony tymczasowej obowiązuje na terenie kraju, a wygasa wraz z zarejestrowaniem produktu na poziomie unijnym, zgodnie z rozporządzeniem Parlamentu Europejskiego i Rady UE nr 1151/2012z dnia 21 listopada 2012 r. w sprawie systemów jakości produktów rolnych i środków spożywczych<sup>113</sup>, co stanowi drugi etap rejestracji.

Wniosek o wpis do rejestru Chronionej Nazwy Pochodzenia lub Chronionego Oznaczenia Geograficznego zawiera co najmniej poniższe informacje:

- nazwę i adres grupy składającej wniosek oraz organów lub, o ile są dostępne, jednostek dokonujących kontroli zgodności z wymogami specyfikacji produktu,
- specyfikację produktu,
- jednolity dokument, zawierający dane:
  - główne punkty specyfikacji produktu:

---

<sup>112</sup>Ustawa z dnia 17 grudnia 2004 r. o rejestracji i ochronie nazw i oznaczeń produktów rolnych i środków spożywczych oraz o produktach tradycyjnych, (Dz.U. 2005 Nr 10 poz. 68)

<sup>113</sup>Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady UE nr 1151/2012z dnia 21 listopada 2012 r. w sprawie systemów jakości produktów rolnych i środków spożywczych (Dz.Urz.UE L343 z 14.12.2012)

- nazwę,
  - opis produktu: skład, zasady dotyczące pakowania i etykietowania,
  - definicję obszaru geograficznego,
- opis związku między produktem a środowiskiem geograficznym lub pochodzeniem geograficznym.

- **Europejska Sieć Dziedzictwa Kulinarne (ESDK)**

Europejska Sieć Dziedzictwa Kulinarne (ESDK) to europejski system zrzeszający gospodarstwa, producentów, zakłady przetwórstwa żywności oraz restauracje z różnych części Europy, które to podmioty wykazują ścisły związek z regionem (rys. 6). Celem systemu Europejska Sieć Dziedzictwa Kulinarne jest przede wszystkim promocja rozwoju żywności tradycyjnej, wytwarzanej z lokalnych surowców, ale także propagowanie współpracy w regionie oraz między regionami, wzmacniając przy tym tożsamość kulturową rodzimego regionu. Wynikami tejże współpracy jest stworzenie bazy danych, swego rodzaju przewodnika kulturalno-kulinarne dla konsumentów żywności tradycyjnej oraz osób uprawiających modną w ostatnich latach turystykę kulinarną.

Producenci, aby uczestniczyć w programie, oprócz oczywistego związku z regionem, muszą spełnić również kryteria związane z uznaniem ich produktów lub potraw za żywność lokalną. Potwierdzeniem, iż produkt, restauracja, producent należą do sieci jest Znak Europejskie Dziedzictwo Kulinarne. Owo oznaczenie to znak towarowy, zarejestrowany w Urzędzie do spraw Harmonizacji Rynku Wewnętrzne w Alicante. Logo każdego z uczestników jest identyczne, różni się jedynie nazwa regionu zamieszczoną u dołu znaku.

Członkostwo w programie zapewnia rozgłos i rozpowszechnienie informacji o prowadzonej działalności nie tylko na poziomie krajowym, ale także europejskim. Informacje o członkach programu umieszczone są na stronie internetowej, dostarczają konsumentom wiedzę na temat regionu oraz profilu działalności producenta, bądź restauratora. W Polsce pod znakiem dziedzictwa kulinarnego zarejestrowanych jest 100 przepisów pochodzących z różnych regionów naszego kraju. W samym województwie pomorskim zarejestrowanych jest 14 przepisów. Są to między innymi żurawina

z jabłkiem i chrzanem, śledzie po kociewsku, smalec kociewski, czy borówka z gruszką po pomorsku.



**Rys. 6.** Symbol Europejskie Dziedzictwo Kulinarne.

Źródło: <https://www.culinary-heritage.com/index.asp><sup>114</sup>

Rodzima procedura rejestracyjna jest wzorowana na rozwiązaniach francuskich. Francuska polityka charakteryzuje się przeszło 100-letnią tradycją działań na rzecz ochrony oraz promocji produktów tradycyjnych i regionalnych. Również struktura organizacyjna w Polsce wzorowana jest na francuskiej. Organem opiniodawczo-doradczym w sprawach rejestracji produktu tradycyjnego jest Rada do Spraw Tradycyjnych i Regionalnych Nazw Produktów Rolnych i Artykułów Spożywczych, działająca przy ministrze Rolnictwa i Rozwoju Wsi, ustanowiona na wzór francuskiej Komisji do spraw Znaków i Atestów Produktów Rolnych i Spożywczych, działającej przy ministrze Rolnictwa i Konsumpcji.<sup>115</sup>

Aktami prawnymi regulującymi przyjmowanie wniosku o nadanie oznaczeń na terenie naszego państwa, procedurę rejestracji, zgłoszenie sprzeciwu oraz objęcie produktu tymczasową ochroną są: ustawa z dnia 17 grudnia 2004 roku o rejestracji i ochronie nazw i oznaczeń produktów rolnych i środków spożywczych oraz o produktach tradycyjnych oraz ustawa z dnia 21 grudnia 2000 roku o jakości handlowej artykułów rolno-spożywczych. Na mocy ustawy z 2004 roku został ustanowiony, obok procedury rejestracji produktów pod znakami Chronionych Nazw Pochodzenia, Chronionych Oznaczeń Geograficznych oraz Gwarantowanych Tradycyjnych Specjalności, także sposób gromadzenia informacji oraz promocji produktów tradycyjnych i regionalnych. Służy temu Lista Produktów Tradycyjnych, prowadzona przez Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi.

---

<sup>114</sup><https://www.culinary-heritage.com/index.asp> [dostęp:21.01.2021]

<sup>115</sup>Kurpacz M., Z problematyki żywności tradycyjnej, *Studia regionalne i lokalne*, 2007, nr 4(30), s. 106-108

- **Lista produktów tradycyjnych Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi**

Głównym celem prowadzenia Listy Produktów Tradycyjnych (LPT) jest podnoszenie świadomości konsumentów w kwestiach związanych żywnością tradycyjną oraz propagowanie rozwoju polskiego dziedzictwa kulturowego. Na listę wpisywana jest bowiem żywność, która ma kilkupokoleniową tradycję wytwarzania. Warunkiem wpisu na Listę Produktów tradycyjnych jest kumulatywne spełnienie przez dany produkt niżej wymienionych kryteriów:

- co najmniej 25-letnia tradycja wytwarzania,
- wyjątkowość cech i właściwości, które to wynikają z unikatowej metody produkcji,
- tradycyjna metoda wytwarzania, związana z regionem, społecznością lokalną.

Organem właściwym do przyjmowania i rozpatrywania wniosków jest marszałek województwa. Zgodnie z rozporządzeniem Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi, wymagania formalne dotyczące zawartości wniosku to:

- nazwa produktu,
- rodzaj produktu,
- opis produktu,
- skład produktu,
- opis procesu produkcyjnego danego produktu,
- potwierdzenie 25 letniej historii oraz tradycji wytwarzania produktu.

Do dyspozycji zainteresowanych rejestracja podmiotów jest gotowy wzór wniosku, który stanowi załącznik do wspomnianego rozporządzenia. Wypełniony wniosek należy złożyć urzędzie marszałkowskim, gdzie marszałek dokonuje jego oceny pod względem formalnym oraz proceduralnym – analizuje, czy zostały spełnione wszystkie kryteria dla nadania produktowi miana tradycyjnego. Wniosek pozytywnie zweryfikowany na poziomie wojewódzkim trafia następnie do Ministerstwa Rolnictwa i Rozwoju Wsi. Minister właściwy do spraw rolnictwa dopełnia formalności i dokonuje wpisu na listę. Lista jest uaktualniana oraz publikowana w formie ogłoszenia w Dzienniku Urzędowym Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi. Poniżej przedstawiono kategorie produktów tradycyjnych, tj. produktów rolnych, środków spożywczych oraz napojów spirytusowych:

- sery i produkty mleczne,
- świeże mięso oraz mięso przetworzone,

- ryby i produkty z nich wytwarzane,
- orzechy, nasiona, zboża, warzywa i owoce świeże i przetworzone,
- wyroby piekarnicze i cukiernicze,
- oleje i tłuszcze,
- miody,
- gotowe dania i potrawy,
- napoje,
- inne produkty.

Wpis na Listę Produktów Tradycyjnych nie chroni produktu przed nieuczciwymi praktykami producentów, którzy wytwarzają podobne produkty, nie gwarantuje także jakości produktów. Produkty wpisywane na listę nie są w żaden sposób kontrolowane, co oznacza, że produkty nie są sprawdzane ani na zgodność opisu produktu z rzeczywistym stanem, ani też nie są też weryfikowane na zgodność z zadeklarowaną metodą produkcji. O wpis na listę mogą występować osoby fizyczne, osoby prawne, jednostki nieposiadające osobowości prawnej, które faktycznie dany produkt wytwarzają. Producenci w momencie rejestracji nie mają obowiązku poddawania się kontroli na zgodność informacji zawartych we wniosku z faktycznym przebiegiem produkcji. Ponadto wytwórcy produktów, które zostały wpisane na Listę Produktów Tradycyjnych, mogą uzyskać zgodę na produkcję z pewnymi odstępstwami od wymagań weterynaryjnych i/lub sanitarnych, pod warunkiem, iż jest to niezbędne ze względu na tradycyjną metodę wytwarzania. Lista produktów tradycyjnych to narzędzie identyfikujące żywność tradycyjną, nie zaś wytwórców tej żywności. Każdy może korzystać z receptury i na jej podstawie wytwarzać żywność tradycyjną, gdyż opis, skład i metoda wytwarzania produktu jest informacją jawną, udostępnioną publicznie. Skreślenie produktu tradycyjnego z listy ministerialnej może nastąpić, jeśli wytwarzanie produktu, o właściwościach i według metody opisanej we wniosku, nie jest już możliwe.<sup>116</sup>

---

<sup>116</sup> <https://www.gov.pl/web/rolnictwo/lista-produktow-tradycyjnych12> [dostęp: 10.02.2019]



- **Nasze Kulinarne Dziedzictwo – Smaki Regionów**

Polska Izba Produktu Regionalnego i Lokalnego, w celu poszukiwania i identyfikacji produktów oraz dań tradycyjnych, regionalnych, organizuje co roku konkurs Nasze Kulinarne Dziedzictwo – Smaki Regionów (rys. 7). W ramach konkursu poszukiwane są produkty charakterystyczne dla danego regionu, które mogą w przyszłości stać się jego znakiem rozpoznawczym, kulinarnym ambasadorem. To także program propagujący wytwarzanie przez mieszkańców obszarów wiejskich produktów regionalnych i poprzez ich sprzedaż dywersyfikowanie źródeł dochodu. Dzięki konkursowi zostaje poszerzona wiedza konsumentów, biorących udział w targach, na temat produktów regionalnych. Natomiast producenci, będący laureatami konkursu mają okazję nie tylko wypromować swoje wysokojakościowe produkty, ale także zyskują sposobność ubiegania się o ochronę prawną.<sup>117</sup>

Konkurs jest organizowany od roku 2001, kiedy jeszcze produkty tradycyjne i regionalne stanowiły niszę. Wówczas produkty tradycyjne i regionalne można było nabyć jedynie na targowiskach miejskich, czy w dużych aglomeracjach miejskich w sklepach, zajmujących się sprzedażą żywności ekologicznej, naturalnej, tradycyjnej. Konkurs jest organizowany przez Polską Izbę Produktu Regionalnego i Lokalnego, pod patronatem Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi oraz marszałków województw i jest otwarty dla wszystkich producentów wyrobów regionalnych oraz tradycyjnych. W celu przystąpienia do konkursu, należy spełnić kryteria konkursowe. Należy przedstawić regionalne produkty żywnościowe, zdefiniowane w regulaminie konkursu: „[...] surowce lub wyroby, które mogą być przeznaczone do bezpośredniego spożycia lub sporządzania potraw”. Regionalne produkty muszą być związane z określonym obszarem geograficznym, charakteryzować się szczególnymi cechami, często wynikającymi ze specyficznych warunków klimatycznych i glebowych regionu, z którego pochodzą. Powinny być wytwarzane w małej skali, tradycyjnymi metodami, wywodzić się z tradycji i kulturowanych w danym regionie zwyczajów oraz powinny być od dawna znane w okolicy”.<sup>118</sup> Warunkiem formalnym przystąpienia do wydarzenia

---

<sup>117</sup>Regulamin XVIII edycji konkursu „Nasze Kulinarne Dziedzictwo – Smaki Regionów” na najlepszy regionalny produkt żywnościowy, <http://www.produktyregionalne.pl/nkd.php?body=article&name=nkd-dokumenty-do-pobrania&lang=pl> [dostęp: 24.01.2019]

<sup>118</sup>Regulamin XVIII edycji konkursu Nasze Kulinarne Dziedzictwo – Smaki Regionów” na najlepszy regionalny produkt żywnościowy, <http://www.produktyregionalne.pl/nkd.php?body=article&name=nkd-dokumenty-do-pobrania&lang=pl> [dostęp: 24.01.2019]

jest przesłanie karty zgłoszeniowej. W karcie należy oznaczyć kategorię produktu, spośród następujących:

- produkty regionalne pochodzenia zwierzęcego,
- produkty regionalne pochodzenia roślinnego,
- napoje regionalne,
- inne produkty regionalne.

Część opisowa wniosku powinna zawierać informacje na temat nazwy oraz pochodzenia produktu, najistotniejszym jest wskazanie obszaru geograficznego wytwarzania produktu oraz nazwa regionu, z którego produkt pochodzi. Kolejnym ważnym punktem są cechy charakterystyczne, skład oraz właściwości fizyczne podkreślające oryginalność produktu oraz dowodzące autentyczny związek z regionem.

Spełnienie wymagań formalnych to początek drogi do ochrony produktu w standardzie unijnym. Konkurs już w pierwszej edycji odniósł ogromny sukces. Zakwalifikowano aż 150 produktów zgłoszonych przez osoby prywatne, gospodarstwa, koła gospodyń wiejskich oraz lokalnych, drobnych przedsiębiorców.



**Rys. 7.** Symbol Nasze Kulinarne Dziedzictwo

Źródło: <http://www.produkty-tradycyjne.pl/nasze-kulinarne-dziedzictwo-smaki-regionow><sup>119</sup>

- **Poznaj Dobrą Żywność**

Poznaj Dobrą Żywność to program wyróżniający produkty żywnościowe wysokiej jakości (rys. 8). Wyróżnienie nadaje Minister Rolnictwa i Rozwoju Wsi. Głównym jego celem jest przekazanie konsumentom informacji o produktach wysokiej jakości, które uzyskały oznaczenie spełniając szeroką gamę wymagań. Kryteria wyznacza Kolegium Naukowe do spraw jakości produktów żywnościowych. Ze znakiem ma wiązać się wysoka jakość produktu, który posiada stabilną pozycję na rynku. Ideą programu Poznaj Dobrą Żywność jest zwiększenie liczby oraz różnorodności produktów wysokiej jakości, a oznaczone produkty cieszyły się zaufaniem konsumentów i ich grono stale się poszerzało. O oznaczenia mogą ubiegać się przedsiębiorcy z państw

<sup>119</sup><http://www.produkty-tradycyjne.pl/nasze-kulinarne-dziedzictwo-smaki-regionow> [dostęp: 21.01.2019]

członkowskich Unii Europejskiej. Udział w programie zastrzeżony jest wyłącznie dla producentów, a sam udział w programie jest bezpłatny.

Przepisy regulujące przyznawanie znaku jakości Poznaj Dobrą Żywność zawarte zostały w ustawie z 21 grudnia 2000 roku o jakości handlowej artykułów rolno-spożywczych. Oznaczenie zostaje przyznane produktom wysokojakościowym, które wyróżniają się specyficznymi cechami sensorycznymi, składem, zawartością składników odżywczych oraz ilością substancji dodatkowych. Zadeklarowana przez producenta ponadprzeciętna jakość wyrobu musi być udokumentowana. Produkt, któremu ma zostać przyznany znak Poznaj Dobrą Żywność, musi spełniać wymagania odnośnie:

- zawartości soli,
- wydajności technologicznej,
- zawartości dodatku mięsa odkostnionego mechanicznie,
- obecności izomerów tras kwasów tłuszczowych,
- oznakowania.

Wymagania odnośnie zawartości soli w produktach posiadających znak Poznaj Dobrą Żywność są uściślone. 2% zawartości soli w produkcie to górna granica normy. Niektóre grupy produktów ze względów technologicznych, są zwolnione od tego wymogu i są to: wędzonki, kiełbasy, wędliny suche, czy podsuszane oraz wyroby i przetwory mięsne dojrzewające oraz wytwarzane według tradycyjnej receptury, ryby, owoce morza wraz z przetworami, a także sery: dojrzewające, pleśniowe oraz sałatkowe.

Surowce wykorzystywane do produkcji artykułów żywnościowych powinny wykazywać się naturalną zdolnością reologiczną. Ważną kwestią są dodatki związków chemicznych do wspomaganie wydajności, których obecność powinna być ograniczona do minimum, a w żadnym wypadku ich zastosowanie nie powinno pozwolić na przekroczenie 110% wydajności. Produkty mięsne ze znakiem Poznaj Dobrą Żywność nie mogą zawierać mięsa odkostnionego mechanicznie. Produkty zawierające tłuszcz utwardzony nie mogą składać się z izomerów kwasów tłuszczowych w części przekraczającej 4% gotowego wyrobu.

Wymaganie dotyczące oznakowania produktów noszących znak Poznaj Dobrą Żywność wskazuje na spełnienie kryteriów postawionych w rozporządzeniu Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) nr 1169/2011 z dnia 25 października 2011 r. w sprawie przekazywania konsumentom informacji na temat żywności.

Programem Poznaj Dobrą Żywność objęte są następujące kategorie produktów:

- mięso i jego przetwory,
- mleko wraz z przetworami,
- ryby, owoce morza i ich przetwory,
- jaja i wraz z przetworami,
- miody,
- tłuszcze spożywcze,
- przetwory zbożowe strączkowe i okopowe,
- owoce, warzywa, grzyby wraz z przetworami,
- wyroby cukiernicze i ciastkarskie oraz pieczywo,
- zioła, herbaty ziołowe i owocowe oraz przyprawy,
- środki spożywcze specjalnego przeznaczenia żywieniowego
- wyroby mieszane i przetworzone na bazie wyżej wymienionych,
- wody i napoje bezalkoholowe,
- napoje alkoholowe,
- inne.



**Rys. 8.** Symbol Poznaj Dobrą Żywność.

*Źródło:* [https://www.umww.pl/departamenty\\_department-rolnictwa-i-rozwoju-wsi\\_poznaj-dobra-zywnosc](https://www.umww.pl/departamenty_department-rolnictwa-i-rozwoju-wsi_poznaj-dobra-zywnosc)<sup>120</sup>

Oznaczenie przyznawane jest maksymalnie na okres trzech lat. Poprzez znane, autentyczne pochodzenie surowców oraz tak krótki okres przyznawania oznaczenia zapewniona jest wysoka jakość produktów. Potrzeba odnawiania oznaczenia to także motywacja do długoterminowego utrzymywania wysokiego poziomu wyróżnionych produktów.<sup>121</sup>

<sup>120</sup>[https://www.umww.pl/departamenty\\_department-rolnictwa-i-rozwoju-wsi\\_poznaj-dobra-zywnosc](https://www.umww.pl/departamenty_department-rolnictwa-i-rozwoju-wsi_poznaj-dobra-zywnosc) [dostęp: 19.01.2019]

<sup>121</sup><https://www.gov.pl/web/rolnictwo/zasady-przyznawania-znaku-jakosci-pd-oraz-wzor-wniosku> [dostęp: 20.01.2019]

- **Jakość Tradycja**

Krajowy system, który uznany został gwarantem jakości żywności tradycyjnej, jest „Jakość Tradycja” (rys.9). System ten został stworzony przez Polską Izbę Produktu Regionalnego i Lokalnego i został uwierzytelniony decyzją Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi. Znak jest chroniony zgodnie z prawem własności przemysłowej. Został zarejestrowany wspólnym znakiem towarowym gwarancyjnym w urzędzie patentowym pod nr Z307821. Celem tego programu jest wyróżnianie tradycyjnych produktów żywnościowych, charakteryzujących się wysoką jakością. Według regulaminu uchwalonego przez Polską Izbę Produktu Regionalnego i Lokalnego o uczestnictwo w programie mogą ubiegać się producenci:

- produktów rolnych wymienionych w załączniku I do Traktatu ustanawiającego UE,
- produktów rolnych wymienionych w załączniku II do rozporządzenia numer 510/2006 z dnia 20 marca 2006 r. w sprawie ochrony oznaczeń geograficznych i nazw pochodzenia produktów rolnych i środków spożywczych,
- środków spożywczych, wymienionych w załączniku I do rozporządzenia nr 510/2006 i w załączniku I do rozporządzenia (WE) nr 509/2006 z dnia 20 marca 2006 r. w sprawie produktów rolnych i środków spożywczych będących gwarantowanymi tradycyjnymi specjalnościami,
- napojów spirytusowych, definiowanych według rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (We) nr 10/2008 z dnia 15 stycznia 2008 r. ustanawiającego ogólne zasady definicji, opisu i prezentacji napojów spirytusowych.

Uczestnictwo w systemie „Jakość Tradycja” jest możliwe zarówno dla producentów w kraju, jak i za granicą. Warunkiem przyznania produktowi znaku potwierdzającego jego jakość jest spełnienie szeregu wymagań. Kluczowym jest wykorzystanie do produkcji naturalnych surowców pochodzących z gospodarstw ekologicznych lub takich, które stosują Dobrą Praktykę Rolniczą, albo Dobrą Praktykę Hodowlaną. Surowce użyte do produkcji muszą być wolne od genetycznych modyfikacji. Ich pochodzenie musi być znane, jasno określone, co oznacza, że surowce są identyfikowalne. Same produkty, oprócz tradycyjnego składu, wytwarzane są także tradycyjną metodą. Charakteryzują się wyjątkową jakością, która wynika właśnie z tradycyjnego charakteru produktu. Tradycyjność odróżnia się w sposób wyraźny od produktów podobnych, należących do tej samej kategorii, przy czym za tradycyjne uznawane są produkty, które posiadają udokumentowaną, co najmniej

pięćdziesięcioletnią tradycję wytwarzania. Dla produktów podstawowych dodatkowym warunkiem jest pochodzenie z tradycyjnej odmiany lub rasy, czyli takiej, którą użytkowano, uprawiano przed rokiem 1956. O przystąpienie do systemu oraz przyznanie tego znaku jakości mogą wystąpić producenci indywidualnie lub zrzeszeni w grupę producencką, ale także zakłady produkcyjne. Procedura rejestracyjna wymaga złożenia przez producenta wniosku o zatwierdzenie produktu i przyznanie mu oznaczenia. O możliwość stosowania oznaczenia dla danego produktu może wystąpić kilku producentów, jednakże każdy z nich powinien być oznaczony indywidualnie we wspólnym wniosku.

Wniosek o przyznanie znaku „Jakość Tradycja” obok specyfikacji produktu zawiera:

- nazwę produktu,
- opis cech produktu,
- metodę wytwarzania,
- wykaz surowców wykorzystywanych do produkcji,
- informacje na temat tradycyjnego składu lub tradycyjnego sposobu wytwarzania, tradycyjnej odmiany, lub rasy,
- informacje na temat szczególnej jakości wynikającą z tradycyjnego charakteru produktu lub wyrażającego ich tradycyjny charakter,
- szczególnej jakości lub reputacji lub innych cech odróżniających produkt od produktów należących do tej samej kategorii,
- informację na temat monitorowania pochodzenia surowców wykorzystywanych do produkcji,
- monitorowania odbiorców pośrednich produktu,
- częstotliwość i zakres kontroli.

Kontrola przez wybraną przez producenta jednostkę certyfikującą, przeprowadzana jest przed przyznaniem oznaczenia. Dowodem pozytywnego przejścia kontroli jest otrzymanie przez producenta certyfikatu zgodności, który poświadcza produkcję zgodnie z załączoną do wniosku specyfikacją.

Producenci uzyskują prawo do posługiwania się znakiem na okres od 1 do 3 lat, z możliwością wydłużania prawa na okres kolejnego roku. Z możliwości posiadania prawa do używania znaku wiąże się opłata, która wynosi 500 złotych - jednorazowo za

przyznanie oznaczenia, a także coroczna, której stawka uwarunkowana wielkością produkcji.<sup>122</sup>



**Rys. 9.** Symbol „Jakość Tradycja”

Źródło: <http://www.produkty-tradycyjne.pl/krajowe-systemy-jakosci/certyfikat-jakosc-tradycja>

Żywność tradycyjna i regionalna to produkty, które wytwarzane są ze specjalnych składników i dzięki tradycyjnej metodzie wytwarzania. Produkty te charakteryzuje naturalność, niski stopień przetworzenia, brak dodatków oraz dozwolonych substancji chemicznych. Wszystkie wymienione cechy sprawiają, że żywność tradycyjna cieszy się coraz szerszym zainteresowaniem.

### **1.5. Nadzór nad jakością produktów tradycyjnych i regionalnych**

Głównym celem prawa żywnościowego Unii Europejskiej jest zapewnienie wysokiego poziomu ochrony zdrowia i życia jej obywateli. Jednym z ważniejszych dokumentów prawa wspólnotowego dotyczącego produktów spożywczych jest Rozporządzenie (WE) nr 178/2002 Parlamentu Europejskiego i Rady ustanawiające ogólne zasady i wymagania prawa żywnościowego, powołujące Europejski Urząd ds. Bezpieczeństwa Żywności oraz ustanawiające procedury w zakresie bezpieczeństwa żywności, które ustala podstawową zasadę odpowiedzialności podmiotów działających na rynku spożywczym za zapewnienie zgodności ich produktów z prawem żywnościowym, a w szczególności zapewnienie bezpieczeństwa żywności (i pasz), a także kontrolowanie przestrzegania wymagań rozporządzenia.

Władze państw Unii Europejskiej mają wpisane na listę kompetencji kontrolę przestrzegania przepisów prawa żywnościowego. Sprawdzanie zgodności z wymaganiami prawnymi ma odbywać się na każdym etapie produkcji, przetwarzania oraz dystrybucji. Każde z państw członkowskich indywidualnie uszczegóławia zakres środków oraz konsekwencje naruszenia przepisów prawa żywnościowego. Środki te mają

---

<sup>122</sup><http://www.produktyregionalne.pl/jakosc.php?body=article&name=jakosc-tradycja&lang=pl> [dostęp 20.01.2019]

pełnić funkcję prewencyjną, a kary powinny wymierzane proporcjonalnie do stopnia naruszenia i być na tyle surowe by zniechęcić do popełniania naruszeń.<sup>123</sup>

Produkty tradycyjne i regionalne uczestniczące w systemach jakości żywności muszą również spełniać szereg wymagań zarówno sanitarno-higienicznych, jak i zapewnić tradycyjny charakter potwierdzany. Warunki te podlegają odpowiednim kontrolom przed wprowadzeniem produktu na rynek. Instytucje odpowiedzialne za kontrolę bezpieczeństwa żywności w Polsce to:

- Państwowa Inspekcja Sanitarna,
- Inspekcja Weterynaryjna,
- Inspekcja Jakości Handlowej Artykułów Rolno-Spożywczych,
- Inspekcja Handlowa,
- Państwowa Inspekcja Ochrony Roślin i Nasiennictwa.

Zasady przeprowadzanych kontroli reguluje rozporządzenie 882/2004. Kontrole urzędowe wykonywane są przede wszystkim w celu zapobiegania zagrożeniom ludziom czy zwierzętom, poprzez dopuszczenie do obrotu produktów niezgodnych z wymaganiami, ale także mają zagwarantować uczciwe praktyki w handlu oraz ochronę konsumenta.<sup>124</sup>

## **1.6. Producenci żywności tradycyjnej i regionalnej**

Rosnące zainteresowanie produktami tradycyjnymi wśród konsumentów oraz ciągłe poszerzanie katalogu tego rodzaju produktów, stwarza możliwości rozwojowe przede wszystkim dla rolników. Rolnicy są zaś zainteresowani podejmowaniem działalności związanej z wytwarzaniem produktów tradycyjnych, regionalnych, w celu dywersyfikacji swoich źródeł dochodu. Z analizy, którą w swojej pracy przytacza Kupracz<sup>125</sup> wynika, że działalność związana z wytwarzaniem produktu tradycyjnego jest głównym źródłem utrzymania blisko połowy respondentów z Poznania biorących udział w badaniu.

---

<sup>123</sup>Rozporządzenie (WE) nr 178/2002 Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 28 stycznia 2002 r. ustanawiające ogólne zasady i wymagania prawa żywnościowego, powołujące Europejski Urząd ds. Bezpieczeństwa Żywności oraz ustanawiające procedury w zakresie bezpieczeństwa żywności (Dz.U. L 31 z 1.2.2002)

<sup>124</sup>Rozporządzenie (WE) nr 882/2004 Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 29 kwietnia 2004 r. w sprawie kontroli urzędowych przeprowadzanych w celu sprawdzenia zgodności z prawem paszowym i żywnościowym oraz regułami dotyczącymi zdrowia zwierząt i dobrostanu zwierząt (Dz.U. L 191 z 30.04.2004)

<sup>125</sup>Kupracz M., Z problematyki żywności tradycyjnej, Studia Regionalne i Lokalne, 2007, nr 4(30), s. 112



Producenci rolni działający w ramach rolniczego handlu detalicznego, czy sprzedaży lokalnej, mogą liczyć na liczne udogodnienia w związku z prowadzoną działalnością. Sprzedaż produktów tradycyjnych i regionalnych, zazwyczaj odbywa się w gospodarstwach, w miejscach, gdzie produkowana jest tego rodzaju żywność. Producenci decydują się coraz częściej na udział w różnego rodzaju festiwalach, czy targach w celu promowania swoich wyrobów. Jeśli produkty tradycyjne są pochodzenia zwierzęcego, wówczas muszą również podlegać przepisom o sprzedaży bezpośredniej.

### **1.7. Konsumenci żywności tradycyjnej i regionalnej**

Konsumenci podejmując decyzje nabywcze odnośnie artykułów żywnościowych zwracają uwagę na poszczególne cechy danego produktu. Najważniejszą zaś cechą wyrobu spożywczego jest jego bezpieczeństwo, następnie jakość, wartości odżywcze, właściwości organoleptyczne, a także opakowanie oraz estetyka produktu.

Większość ze współczesnych nabywców poszukuje produktów wyjątkowych, wytworzonych w sposób jak najbardziej naturalny, tradycyjną metodą. Decydują się na zakup określonych produktów spożywczych w oparciu o wiedzę kto i gdzie dane środki produkuje – ważne jest, jakie źródło pochodzenia mają produkty. Innym motywem nabywania sprawdzonych produktów o tradycyjnym charakterze jest, oprócz walorów sensorycznych, przywoływanie emocji o bardzo pozytywnym zabarwieniu. Zauważalnym trendem jest wychodzenie naprzeciw wysokim wymaganiom coraz szerszego grona nabywców produktów tradycyjnych. Producenci rolni chętnie przetwarzają własne surowce, w ramach prowadzonego gospodarstwa, o czym świadczy prężnie rozwijająca się lista produktów tradycyjnych, spełniając tym samym oczekiwania konsumentów.<sup>126</sup>

Producenci zajmujący się wytwarzaniem produktów tradycyjnych i regionalnych wykazują coraz częściej chęć nadawania swoim wyrobom oznaczeń, w celu ich ochrony. Natomiast z badań przeprowadzonych przez Grębowca<sup>127</sup> wynika, iż mimo pojawiania się na rynku większej liczby produktów opatrzonych certyfikatem potwierdzającym tradycyjność wyrobu, konsumenci oświadczają, że nigdy nie spotkali się z europejskim

---

<sup>126</sup>Kołożyn-Krajewska D., Jakość i bezpieczeństwo żywności w sprzedaży bezpośredniej, Opnie i ekspertyzy, OE-231, 2015, s. 9

<sup>127</sup>Grębowiec M., Rola produktów tradycyjnych i regionalnych w budowaniu konkurencyjnej oferty regionu małopolskiego w Unii Europejskiej na przykładzie „Obwarzanka Krakowskiego”, Zeszyty Naukowe Szkoły Głównej Gospodarstwa Wiejskiego, Problemy Rolnictwa Światowego, Warszawa, 2014, tom 14[29], nr 2, s. 76

systemem oznaczeń chroniących produkty, mimo iż znają i kupują produkty tradycyjne i regionalne (49% respondentów). Znak Gwarantowana Tradycyjna Specjalność na żywności spotkało 36% ankietowanych chociaż raz, Chronioną Nazwą Pochodzenia - 26% respondentów, a z Chronione Oznaczenie Geograficzne tylko 23%, mimo faktu, iż najwięcej polskich produktów jest pod ochroną tego oznaczenia. Wyniki tego badania mogą świadczyć o tym, że na rynek zostały wprowadzone podrobione produkty, które nie spełniają wymagań formalnych dla uzyskania oznaczenia.

Według ustawy z dnia 25 sierpnia 2006 roku o bezpieczeństwie żywności i żywienia, bezpieczeństwo żywności to zapewnienie, iż zostaną spełnione odpowiednie kryteria odnośnie stosowania dodatków do żywności, aromatów, że zostaną zachowane odpowiednie poziomy substancji zanieczyszczających czy napromieniowania żywności. Ważnym jest też spełnienie wymagań organoleptycznych. Im żywność jest atrakcyjniejsza organoleptycznie, tym jest chętniej nabywana przez konsumentów.

Konsumenci żywności tradycyjnej zwracają szczególną uwagę na użytkowość i dyspozycyjność produktu, pożądanymi cechami są również estetyka opakowania, marka potwierdzająca bezpieczeństwo produktu a także jego wysoka jakość. Wyrażają się oni w bardzo pozytywny sposób o tego rodzaju żywności, podkreślając w szczególności jej walory sensoryczne, niski stopień przetworzenia oraz określanie jej jako „żywność zdrowa”.<sup>128</sup>

---

<sup>128</sup>Zakowska-Biemans S., Kuc K., Żywność tradycyjna i regionalna w opinii i zachowaniach polskich konsumentów, Żywność. Technologia. Jakość, 2009, 3 (64), s.105

## 2. Jakość żywności tradycyjnej

Jakość to pojęcie, które posiada wiele definicji. Według definicji Platona jakość to pewien stopień doskonałości.<sup>129</sup> Crosby<sup>130</sup> natomiast uważał, że jakość to zgodność z wymaganiami. Według definicji zawartej w normie PN-EN ISO 9000 jakość to „stopień, w jakim zbiór inherentnych właściwości spełnia wymagania”. Norma wskazuje również na przymiotniki jakie mogą dopełniać „jakość” przez określenia: dobra, doskonała, czy przez jej stopniowanie: wyższa, najwyższa. Wyjaśnia także znaczenia słowa „inherentny”, jako tkwiący w istocie czegoś, szczególnie jako jego stała właściwość.<sup>131</sup> Nowoczesne rozumienie pojęcia jakość to przede wszystkim sposób myślenia, w którego efekcie odnalezione zostaną najlepsze systemy sterowania jakością. Za poziom jakości według tej definicji odpowiedzialni są wszyscy zaangażowani w proces produkcyjny i realizujący funkcje przedsiębiorstwa.<sup>132</sup>

Gwarantem spełnienia wymagań klienta jest przede wszystkim zapewnienie wysokiej jakości produktów. Współcześnie jakość postrzegana jest jako polityka zarządzania przedsiębiorstwem w taki sposób, aby jak najpełniej zaspokoić zdefiniowane potrzeby nabywców oraz dalszy rozwój wyrobów i usług, w celu zaspokojenia potrzeb przyszłych konsumentów. Wspomniane zarządzanie jakością towarzyszy każdemu etapowi wytwarzania produktu, począwszy od projektowania, doboru surowców, właściwej produkcji, opakowaniu, a skończywszy na wprowadzeniu produktu do obrotu.<sup>133</sup> Informacje te są zagwarantowane, jeśli producent danego produktu uczestniczy w europejskim lub krajowym systemie wyróżniania produktów tradycyjnych i regionalnych.

Według Jasińskiego<sup>134</sup> i Szymeckiej<sup>135</sup> na sposób definiowania jakości produktów tradycyjnych i regionalnych ma wpływ położenie geograficzne. Jakość rozumiana jako

---

<sup>129</sup> Bielawa A., Postrzeganie i rozumienie jakości – przegląd definicji jakości, *Studia i Prace wydziału nauk ekonomicznych i zarządzania*, nr 21, s. 143

<sup>130</sup> Crosby P. B. *Quality is free. The Art. Of Making Quality Certain*, McGraw-Hill, New York, 1979, s.15

<sup>131</sup> PN-EN ISO 9000:2015-10, *Systemy zarządzania jakością – Podstawy i terminologia*.

<sup>132</sup> Adamska M., *Leksykon zarządzania*, Warszawa 2004, s. 183

<sup>133</sup> Roszak M. T., *Zarządzanie jakością w praktyce inżynierskiej*, Open Access Library, 2014, Volume 1 (31), pp. 26-27

<sup>134</sup> Jasiński J., *Wyróżnienie produktów regionalnych na rynku i wynikające z tego korzyści*. [w:] *O produktach tradycyjnych i regionalnych - możliwości a polskie realia*. Fundacja Fundusz Współpracy, Warszawa, 2005, s. 283-319

<sup>135</sup> Szymecka A., *Ochrona oznaczeń geograficznych w WTO jako przedmiot konfliktu pomiędzy starym kontynentem, a nowym światem*, *Wspólnoty Europejskie*, 2005, nr 5 (162), s. 26-34

własna marka, innowacyjność produktu, definiowana jest w państwach, gdzie wiedzie prym wolna konkurencja – w Stanach Zjednoczonych i Kanadzie. Inaczej rozumieją jakość bardziej konserwatywni mieszkańcy Europy północnej, inaczej też Europy południowej. Mieszkańcy państw takich, jak: Wielka Brytania, Szwecja definiują jakość przez spełnienie wymagań dotyczących bezpieczeństwa żywności. Natomiast w państwach południowoeuropejskich jakość zależy od unikatowego, specyficznego charakteru produktu oraz jego znanego pochodzenia.<sup>136</sup>

Decyzje nabywcze konsumentów produktów tradycyjnych i regionalnych są determinowane nie tylko jakością, ale także informacją na temat produktu udostępnioną przez producenta. Informacja o produkcie powinna zapewnić konsumentom wiedzę na temat składu, sposobu użycia, pochodzenia, warunkach przechowywania w taki sposób, aby mogli świadomie zdecydować o zakupie.<sup>137</sup>

## **2.1. Etapy życia produktu tradycyjnego i regionalnego**

Łańcuch żywnościowy to: „sekwencja etapów i procesów mających miejsce w produkcji, przetwórstwie, dystrybucji, magazynowaniu i postępowaniu z żywnością oraz jej składnikami, począwszy od produkcji pierwotnej aż do konsumpcji”.<sup>138</sup> Przez łańcuch dostaw należy rozumieć kilka przedsiębiorstw, które działają wspólnie w celu zaspokojenia popytu na dane produkty w całym procesie przepływu dóbr – od pozyskania surowców po dostawę produktu do jego ostatecznego nabywcy. Działaniami, które nazywamy łańcuchem dostaw są: produkcja, dystrybucja, zaopatrzenie, sprzedaż, usługi serwisowe, dysponowanie zasobami, a także inne działania wspierające.<sup>139</sup>

Jak wspomniano wcześniej, przetwórstwo rolno-spożywcze należy do najważniejszych sektorów gospodarki. Polska jest jednym z kluczowych producentów żywności w Europie i zajmuje wysoką szóstą pozycję w rankingu producentów Unii Europejskiej. Na uwagę zasługuje fakt, iż w rodzimej gospodarce rolno-spożywczej zaszły przemiany zarówno w przekształceniu, jak łączeniu się przedsiębiorstw zajmujących się łańcuchem dostaw żywności.<sup>140</sup>

---

<sup>136</sup>Kurpacz M., Z problematyki żywności tradycyjnej, *Studia regionalne i lokalne*, 2007, nr 4(30), s. 111

<sup>137</sup>Gajowiak D., Produkty regionalne szansą poprawy konkurencyjności polski w unii europejskiej, *Problemy Rolnictwa Światowego. Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego*, nr 15, 2006, s. 246-247

<sup>138</sup>Norma EN ISO 22000:2005, pkt. 3.2

<sup>139</sup>Słownik terminów logistycznych (2006). Poznań: ILiM

<sup>140</sup>Jarzębowski S., Klepacki B., Łańcuchy dostaw w gospodarce żywnościowej, *Zeszyty Naukowe Szkoły Głównej Gospodarstwa Wiejskiego*, Warszawa, 2013, s. 107

Współczesny konsument poszukuje żywności wpływającej pozytywnie na zdrowie. W wyborze żywności kieruje się z jednej strony komfortem i wygodą, a z drugiej unikatowością produktu. Zakup dokonywany jest z rozwagą i namysłem, stanowiąc odwrotność przeważającej przez wiele lat hiperkonsumpcji.<sup>141</sup> Trendy te sprawiły, że rynek żywności ewaluował, jest bardziej zdywersyfikowany. W procesie zmian żywność zyskała dodatkowe funkcje, które obejmują nie tylko aspekty zdrowotne, sensoryczne, ale są także łatwe w obróbce i przygotowaniu. Zmianie uległy również łańcuchy dostaw. Obok tych dotychczasowych długich i złożonych, tworzone zostają krótkie łańcuchy, dostarczające żywność regionalną, tradycyjną, niespotykaną.

Polityka skracanych łańcuchów dostaw, wprowadzenie możliwości śledzenia produktu na każdym etapie - od momentu wyprodukowania, przez transport, po finalnego odbiorcę oraz nacisk na znane źródło pochodzenia żywności sprawiają, że producent może bardzo szybko reagować na zmieniające się preferencje konsumentów i dostosowywać swoją ofertę do aktualnie panujących trendów. Skrócone łańcuchy dostaw były priorytetową sprawą, omawianą przez państwa członkowskie Unii europejskiej w ramach reformy rolnej, która stawiała na poprawę konkurencyjności rolnictwa, zachowanie dziedzictwa przyrodniczego, kulturowego i regionalnego oraz realizację celów zrównoważonego rozwoju.<sup>142</sup>

Dużym krokiem w kierunku poprawy bezpieczeństwa oraz ochrony konsumentów przed produktami żywnościowymi, które stwarzają ryzyko zagrożenia zdrowiu, a nawet życiu, było wprowadzenie w życie przepisów rozporządzenia numer 178/2002. Stworzony na bazie przepisów system miał zagwarantować bezpieczeństwo produktom „od pola do stołu”.<sup>143</sup> Krótki łańcuch dostaw to sposób dystrybucji, który maksymalnie skraca „podróż” produktu. Przykładem krótkiego łańcucha dostaw są producenci, którzy są jednocześnie konsumentami – co znaczy, że sami wytwarzają produkty na własne potrzeby. Krótki łańcuch to również producenci rolni, którzy sprzedają swoje wyroby bezpośrednio konsumentom, wystawiający produkty na festynach, rynkach,

---

<sup>141</sup>Szepieniec-Puchalska D., Polscy konsumenci w obliczu megatrendów w konsumpcji, *Konsumpcja i Rozwój*, 2012, nr 1, s. 85-100

<sup>142</sup> Michalczyk J., Zrównoważone łańcuchy dostaw żywności. Wybrane inicjatywy, *Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu Research papers of Wrocław University of Economics*, 2018, nr 523, s. 227-228

<sup>143</sup>Rozporządzenie (WE) nr 178/2002 Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 28 stycznia 2002 r. ustanawiające ogólne zasady i wymagania prawa żywnościowego, powołujące Europejski Urząd ds. Bezpieczeństwa Żywności oraz ustanawiające procedury w zakresie bezpieczeństwa żywności, *Dz. Urz. UE L31/1 z 01.02.2002*

targowiskach. Lokalna dystrybucja produktów w pobliskich punktach zaliczana jest również do krótkiego łańcucha dostaw. Oprócz wymienionych tradycyjnych form sprzedaży coraz prężniej rozwija się nowoczesna metoda dystrybucji za pośrednictwem mediów – sprzedaż internetowa, za pośrednictwem portali społecznościowych i innych form sprzedaży online.<sup>144</sup>

Krótkie łańcuchy dostaw oraz systemy lokalnej dystrybucji żywności można podzielić na trzy rodzaje:

- sprzedaż bezpośrednia przez osoby fizyczne,
- zbiorowa sprzedaż bezpośrednia,
- partnerstwo.<sup>145</sup>

Sprzedaż bezpośrednia to jeden z podstawowych i zarazem najprostszych kanałów dystrybucji żywności lokalnej. Sprzedaż bezpośrednia polega na faktycznym kontakcie między producentem a ostatecznym nabywcą. Sprzedaż może odbywać się w miejscu wytwarzania produktu, to jest w gospodarstwie producenta lub na targowisku, giełdzie, rynku. Producenci coraz częściej podejmują próby współpracy lokalnej, tworząc stowarzyszenia, spółdzielnie lub też spółki prawa handlowego. Taka współpraca obejmuje rzeczywistą działalność produkcyjną, marketingową, dystrybucyjną. Producenci zrzeszeni w zależności od formy współpracy, określają jej warunki, przy czym zawsze mogą liczyć na wzajemne wsparcie w realizacji celu.<sup>146</sup>

Jednym z nowoczesnych kanałów dystrybucji żywności jest sprzedaż internetowa. Producenci korzystają z nowych form komunikacji, zakładając sklepy internetowe. Konsumenci dokonują bezpośredniego zakupu u konkretnego przedsiębiorcy. Sklepy internetowe ze względu na asortyment można podzielić na:

- sklepy horyzontalne – sprzedające szeroki asortyment, przeznaczony dla bardzo szerokiej grupy konsumentów,
- sklepy wertykalne – sprzedające wąski asortyment, często niszowy, z przeznaczeniem dla grup konsumentów o indywidualnych wymaganiach.

---

<sup>144</sup>Opinia perspektywiczna Komitetu Regionów – Lokalne systemy żywnościowe (2011). Dz. U. UE C 104/6

<sup>145</sup>Peters R., (red) Lokalna żywność i krótkie łańcuchy dostaw, Przegląd. Obszarów. Wiejskich. UE, 2012, s. 12

<sup>146</sup>Winawer Z., (red.) Produkty regionalne i tradycyjne w krótkich łańcuchach dostaw żywności. Poradnik producenta. Warszawa: Europejski Fundusz Rozwoju Wsi Polskiej, 2013, s. 31-33

Sklepy internetowe oferujące żywność lokalną zdecydowanie należą do grupy internetowych sklepów wertykalnych. Przykładem sklepu, który oferuje tego typu produkty jest Lokalny Rolnik ([www.lokalnyrolnik.pl](http://www.lokalnyrolnik.pl)).<sup>147</sup>

## **2.2. Sprzedaż bezpośrednia i jej rola w zapewnieniu jakości i bezpieczeństwa produktu tradycyjnego i regionalnego**

Produkty tradycyjne i regionalne często są wprowadzane do obrotu w ramach tzw. sprzedaży bezpośredniej. Sprzedaż bezpośrednia to forma obrotu żywnością, której największą zaletą jest gwarantowane źródło pochodzenia. Konsument ma również szansę nabyć bardziej świeżą tą drogą żywność, dzięki skróconemu łańcuchowi dostaw. Niewątpliwą zaletą jest także niski stopień przetworzenia takich produktów.

Przedmiotem sprzedaży bezpośredniej pozostaje żywność, która jest wyprodukowana z surowców własnych podmiotu prowadzącego działalność wytwórczą produktów przeznaczonych do sprzedaży bezpośredniej. Ustawa o produktach pochodzenia zwierzęcego definiuje sprzedaż bezpośrednią odwołując się do artykułu pierwszego rozporządzenia nr 853/2004 Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 29 kwietnia 2004 r. ustanawiającego poszczególne przepisy dotyczące higieny w odniesieniu do żywności pochodzenia zwierzęcego. Według wspomnianego rozporządzenia sprzedaż bezpośrednia to działalność w zakresie:

- bezpośrednich dostaw, dokonywanych przez producenta, małych ilości surowców do konsumenta końcowego lub lokalnego zakładu detalicznego bezpośrednio zaopatrującego konsumenta końcowego,
- także bezpośrednich dostaw, dokonywanych przez producenta, małych ilości mięsa z drobiu lub zajęczaków poddanych ubojowi w gospodarstwie rolnym, do konsumenta końcowego lub lokalnego zakładu detalicznego, bezpośrednio dostarczającego przedmiotowe mięso w formie mięsa świeżego konsumentowi końcowemu
- oraz dostaw dokonywanych przez myśliwych, którzy dostarczają małe ilości zwierzyny łownej lub mięsa zwierząt łownych bezpośrednio do konsumenta końcowego lub lokalnego zakładu detalicznego bezpośrednio zaopatrującego konsumenta końcowego.<sup>148</sup>

---

<sup>147</sup>Gregor B., Stawiszyński, M., E-Commerce, Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego. Ekonomiczne Problemy Usług, 2011, nr 68, s. 127-135

<sup>148</sup>Ustawa z dnia 16 grudnia 2005 r. o produktach pochodzenia zwierzęcego (Dz.U. 2018 poz. 650, 2136)

Uregulowania zawarte w przepisach rozporządzeń: nr 852/2004 Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 29 kwietnia 2004 r. w sprawie higieny środków spożywczych oraz nr 853/2004 Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 29 kwietnia 2004 r. ustanawiające szczególne przepisy dotyczące higieny w odniesieniu do żywności pochodzenia zwierzęcego, są przepisami z zakresu „soft law”, co oznacza, że są to jedynie propozycje wskazujące na kierunek i kształt przepisów, a nie narzucają norm bezwzględnie obowiązujących. Wspólnota daje dowolność w kreowaniu przepisów krajowych i zostawia ustawodawstwu państw członkowskich swobodę w zakresie regulowania produkcji i obrotu produktów przeznaczonych do sprzedaży bezpośredniej.

Regulacje zawarte w wymienionych aktach prawnych dotyczą przede wszystkim przedsiębiorstw sektora spożywczego oraz określają ogólne zasady w zakresie higieny środków spożywczych. Rozporządzenie wskazuje również na współpracę przedsiębiorstwa spożywczego z organem państwowym, który jest organem rejestracyjnym oraz kontrolnym. Przedmiotem kontroli jest spełnienie przez przedsiębiorstwo wymagań odnośnie higieny produkcji postawionych w rozporządzeniu. Przepisy tegoż rozporządzenia nakładają na przedsiębiorstwa obowiązek zapewnienia na wszystkich etapach produkcji, przetwarzania i dystrybucji żywności odbywających się pod ich kontrolą, że spełnione są właściwe wymogi higieny, które to wymagania ustanowione są również na mocy odpowiednich załączników do rozporządzenia.

Załącznik I do rozporządzenia nr 852/2004, dotyczący produkcji podstawowej, dotyczy zarówno produkcji produktów roślinnych, jak i zwierzęcych, składa się z dwóch części: części A: ogólne przepisy higieny dla produkcji podstawowej i powiązanych działań oraz części B: zalecenia do wytycznych dobrej praktyki higieny. Przepisy rozporządzenia 853/2004 ustanawiające szczególne przepisy dotyczące higieny w odniesieniu do żywności pochodzenia zwierzęcego stosuje się uzupełniająco do uregulowań rozporządzenia 852/2004 w sprawie higieny środków spożywczych. Przepisy znajdują zastosowanie w odniesieniu do wytwarzania, czy przygotowania produktów:

- nieprzetworzonych, pochodzenia zwierzęcego,
- przetworzonych, pochodzenia zwierzęcego,
- przetworzonych, pochodzenia roślinnego i zwierzęcego.



Podmioty prowadzące przedsiębiorstwo spożywcze są zobowiązane do przestrzegania wymagań postawionych w przepisach wymienionych w dwóch załącznikach (II i III).

Jednostką państwową sprawującą nadzór nad spełnianiem wymagań postawionych w załącznikach do rozporządzenia przez podmioty prowadzące działalność wytwórczą, jest Inspektorat Weterynarii. Wymagania weterynaryjne, zdrowotne, sanitarne oraz higieniczne w związku prowadzoną działalnością sprzedaży bezpośredniej, jak również przebieg procesu rejestracyjnego, badanie jakości, procedury zapewniające bezpieczeństwo żywności oraz działalność kontrolną zostały unormowane w ustawie o produktach pochodzenia zwierzęcego oraz rozporządzeniu Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi z dnia 30 września 2015 r. w sprawie wymagań weterynaryjnych przy produkcji produktów pochodzenia zwierzęcego przeznaczonych do sprzedaży bezpośredniej.

Jednostką właściwą do nadzoru i kontroli działań związanych z produkcją oraz dystrybucją produktów pochodzenia zwierzęcego, bez względu na formę handlu, jest Powiatowy Inspektorat Weterynarii. Producenci są zobligowani do spełnienia określonych wymagań w związku z formą prowadzonej działalności. Organem krajowym czuwającym nad bezpieczeństwem żywności pochodzenia zwierzęcego zbywanej w drodze rolniczego handlu detalicznego (RHD), sprzedaży bezpośredniej (SB), czy działalności marginalnej, lokalnej i ograniczonej (MoL), jest Powiatowy Lekarz Weterynarii.

Producenci produktów pochodzenia zwierzęcego, chcący zbywać swoje przetwory w formie sprzedaży bezpośredniej, muszą dopełnić szeregu formalności. Sama procedura rejestracyjna składa się z etapów: złożenia wniosku, weryfikacji oraz zatwierdzenia przez właściwego miejscowo powiatowego lekarza weterynarii. Procedura rejestracyjna rozpoczyna się od złożenia w Inspektoracie weterynaryjnym projektu technologicznego.

W następnym etapie projekt technologiczny jest zatwierdzany przez powiatowego lekarza weterynarii, który zleca kontrolę na zgodność projektu z rzeczywistością. Pozytywny wynik wizji lokalnej, daje możliwość producentowi złożenia wniosku o nadanie numeru identyfikacyjnego oraz wpis do rejestru podmiotów nadzorowanych. Wniosek składa się u powiatowego lekarza weterynarii w terminie wynosi 30 dni przed rozpoczęciem działalności. We wniosku podaje się następujące dane:

- imię i nazwisko, miejsce zamieszkania i adres,
- numer w rejestrze przedsiębiorców (KRS) lub numer identyfikacji podatkowej (NIP),
- określenie rodzaju działalności oraz jej zakres, z wymienieniem produktów pochodzenia zwierzęcego produkowanego przez wnioskodawcę,
- określenie miejsca prowadzenia działalności.<sup>149</sup>

Podmiot działający w ramach sprzedaży bezpośredniej jest upoważniony do rozpoczęcia produkcji w momencie uzyskania decyzji o wpisie do rejestru. Decyzja wydana przez upoważniony organ zawiera w szczególności potwierdzenie zakresu działalności podmiotu sprzedaży bezpośredniej oraz liczny produktów zadeklarowanych do zbycia. Wraz z wydaniem decyzji o wpisie do rejestru nadawany jest podmiotowi również numer identyfikacyjny. Procedura nadawania numerów identyfikacyjnych jest zgodna z rozporządzeniem Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi z dnia 15 grudnia 2016 roku w sprawie sposobu ustalania weterynaryjnego numeru identyfikacyjnego.

Podmiot zbywający żywność w ramach sprzedaży bezpośredniej jest zobowiązany do prowadzenia i przechowywania dokumentacji z prowadzonej działalności. Na podstawie zgromadzonej dokumentacji będzie możliwe potwierdzenie liczby sprzedawanych produktów w danym tygodniu, czy wymaganych czynności sprawdzająco-kontrolnych w zakresie: czystości wody, przestrzegania zasad higieny w procesie produkcyjnym oraz sprzedaży, posiadania zaświadczeń lekarskich do celów sanitarno-epidemiologicznych, przez personel mający styczność z produktami pochodzenia zwierzęcego. Dokumentacja dotyczy także badań żywności zgodnie z harmonogramem przedstawionym powiatowemu lekarzowi weterynarii.

Dokumentację dotyczącą produkcji, dystrybucji oraz samokontroli należy przechowywać przez rok, od zakończenia poprzedniego okresu rocznego. Natomiast dokument potwierdzający odbiór ubocznych produktów pochodzenia zwierzęcego, należy przechowywać co najmniej przez dwa lata, do celów kontrolnych.

Kontrola odbywa się co najmniej raz na dwa lata, zgodnie z wytycznymi powiatowego lekarza weterynarii. Przed rozpoczęciem kontroli należy pouczyć kontrolowany podmiot o jego prawach i możliwościach wniesienia zastrzeżeń do protokołu z kontroli. Termin do wniesienia zastrzeżeń wynosi 7 dni. Inspektor przeprowadza kontrolę na podstawie protokołu. Inspektor kontroluje stan gospodarstwa,

---

<sup>149</sup>Ustawa z dnia 16 grudnia 2005 r. o produktach pochodzenia zwierzęcego – tekst jednolity, (Dz. U. 2020 r., poz. 1753)

jego warunki sanitarno-higieniczne oraz dokumentację. Kontrola, która nie wykryła żadnych niezgodności, kończy się pomyślnie.

Kolejna zostaje wyznaczona nie wcześniej niż po 2 latach. Natomiast gdy organ kontrolujący stwierdzi niedociągnięcia, wpisuje zaistniałe uchybienia do protokołu. Na tej podstawie zostaje wszczęte postępowanie administracyjne, które kończy się wydaniem decyzji w ciągu 14 dni od jego wszczęcia – decyzja dotyczy usunięcia wskazanych uchybień. Kontrolowany podmiot ma 7 dni na usunięcie rozbieżności, czy uchybień. Po wyznaczonym czasie do usunięcia niezgodności przeprowadzana jest powtórna kontrola - kontrola sprawdzająca. Częstsze kontrole podmiotów prowadzących sprzedaż bezpośrednią odbywają się w sytuacji, gdy organ kontrolujący poweźmie uzasadnione wątpliwości co do prowadzenia gospodarstwa, którego działanie dalekie jest od prawidłowego funkcjonowania.

Obecny stan prawny oraz przepisy określone w ustawach i rozporządzeniach, które dotyczą sprzedaży bezpośredniej, precyzyjnie określają procedury i sposoby postępowania w celu zapewnienia bezpieczeństwa żywności. Wprowadzony system kontroli oraz nadzoru podmiotów prowadzących sprzedaż bezpośrednią ze strony organów do tego asygnowanych pozwala zapewnić bezpieczeństwo wprowadzonych do obrotu produktów w ramach sprzedaży bezpośredniej.<sup>150</sup>

### **2.3. Utożsamianie wysokiej jakości z produktami tradycyjnymi i regionalnymi**

Konsumenci kreują trend powrotu do produktów jak najbardziej naturalnych. Moda o coraz szerszych, światowych zasięgach, stwarza natomiast ogromną szansę dla producentów produktów tradycyjnych i regionalnych. Konsumenci poszukują wyrobów o wysokiej jakości, które stoją w opozycji do masowej produkcji i produktów przemysłu spożywczego wytwarzanych jak najniższym kosztem.<sup>151</sup>

Według Minta i Cempiel<sup>152</sup>, wnioskujących na podstawie analizy przeprowadzonych badań, satysfakcja konsumentów produktu tradycyjnego – oscypka, jest na wysokim poziomie, a zadowolająca opinia pozwala na kreowanie pozytywnego

---

<sup>150</sup>Palka A., Śniegocka-Dworak M., Wilczyńska A., Sprzedaż bezpośrednia a bezpieczeństwo żywności pochodzenia zwierzęcego na przykładzie praktyk w powiecie tczewskim, *Żywność. Nauka. Technologia. Jakość*, 2018, 25,4,(117), s. 176-178

<sup>151</sup>Jęczmyk A., Tradycyjne i regionalne produkty żywnościowe jako element rozwoju gospodarstw agroturystycznych, *Studia KPZK*, 2015, nr 163, s. 143

<sup>152</sup>Minta S., Cempiel M., Badanie satysfakcji konsumentów produktu tradycyjnego na przykładzie oscypka, *Roczniki Naukowe Stowarzyszenia Ekonomistów Rolnictwa i Agrobiznesu*, Wrocław, 2017, tom XIX, zeszyt 6, s. 180

obrazu wszystkich tego typu serów oraz regionu, z którego pochodzą. Pozytywnie przede wszystkim o jakości produktów oferowanych przez producentów wyrażali się uczestnicy targów, badani przez Kawecką i Gębarowskiego.<sup>153</sup> Aż 85% konsumentów twierdziło, że produkty żywnościowe nabywane bezpośrednio u producentów charakteryzują się wysoką jakością, świeżością, lepszymi walorami smakowymi, działaniem prozdrowotnym. Ci sami nabywcy byli gotowi zapłacić więcej za produkt lepszej jakości, bezpieczny, pochodzący z pewnego źródła. Konsumenty cenią możliwość faktycznego kontaktu z wytwórcą, co dodatkowo niejako gwarantuje bezpieczeństwo nabywanej żywności. Dodatkowo konsumenci twierdzili, iż żywność tradycyjna i regionalna obok wartości zdrowotnych jest odżywcza (uważało tak 65% respondentów).

---

<sup>153</sup> Kawecka A., Gębarowski M., Krótkie łańcuchy dostaw żywności – korzyści dla konsumentów i producentów żywności, *Journal of Agribusiness and Rural Development*, 2015, 3(37), pp. 1-7

## II. CZĘŚĆ BADAWCZA

### 1. Cel pracy i hipotezy

Zainteresowanie produktami tradycyjnymi i regionalnymi wzrasta w sposób ciągły. Lista oraz rynek tychże produktów są rozwijane, natomiast brak jest przepisów prawnych (poza przepisami dotyczącymi produktów zbywanych drogą bezpośrednią), które regulowałyby w sposób jednoznaczny procesy produkcyjne oraz kwestie sprzedaży produktów tradycyjnych i regionalnych. W części teoretycznej wykazano, że do rozwoju rynku żywności, w tym jego części, którą jest rynek żywności tradycyjnej i regionalnej, przyczyniają się przede wszystkim jakość żywności (gwarantowana), gwarantowane źródło pochodzenia żywności oraz świadomość i edukacja konsumentów.

Głównym celem rozprawy było więc 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. Badania przeprowadzono głównie na terenie powiatu tczewskiego i starogardzkiego, stanowiących region Kociewia. Jak już powiedziano na wstępie mimo, że Kociewie jest wyodrębnionym regionem etniczno-kulturowym, z własną historią i tradycjami, na listę produktów tradycyjnych i regionalnych prowadzoną przez Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi od roku 2006 wpisano tylko 24 produkty, pochodzące z tego regionu. Obszar ten wybrano właśnie ze względu na małą ilość produktów tradycyjnych, które zostały wprowadzone do obrotu. W konkurencyjnym regionie Kaszub zarejestrowano takich produktów około 150.<sup>154</sup>

Cel pracy zrealizowano wykonując następujące zadania badawcze:

- rozpoznanie grupy konsumentów żywności tradycyjnej i regionalnej z wybranych powiatów woj. pomorskiego oraz zbadanie poziomu ich wiedzy w zakresie oznaczania produktów tradycyjnych,
- analiza deklaracji konsumentów, którzy wyrażają chęć nabywania produktów tradycyjnych poświadczonych certyfikatem,
- zbadanie sytuacji przedsiębiorców, którzy są zainteresowani nadawaniem oznaczeń produktów tradycyjnych i regionalnych,
- badanie porównawcze jakości produktów tradycyjnych i regionalnych i ich konwencjonalnych odpowiedników.

---

<sup>154</sup> <https://www.gov.pl/web/rolnictwo/lista-produktow-tradycyjnych12> [dostęp: 30.11.2021]

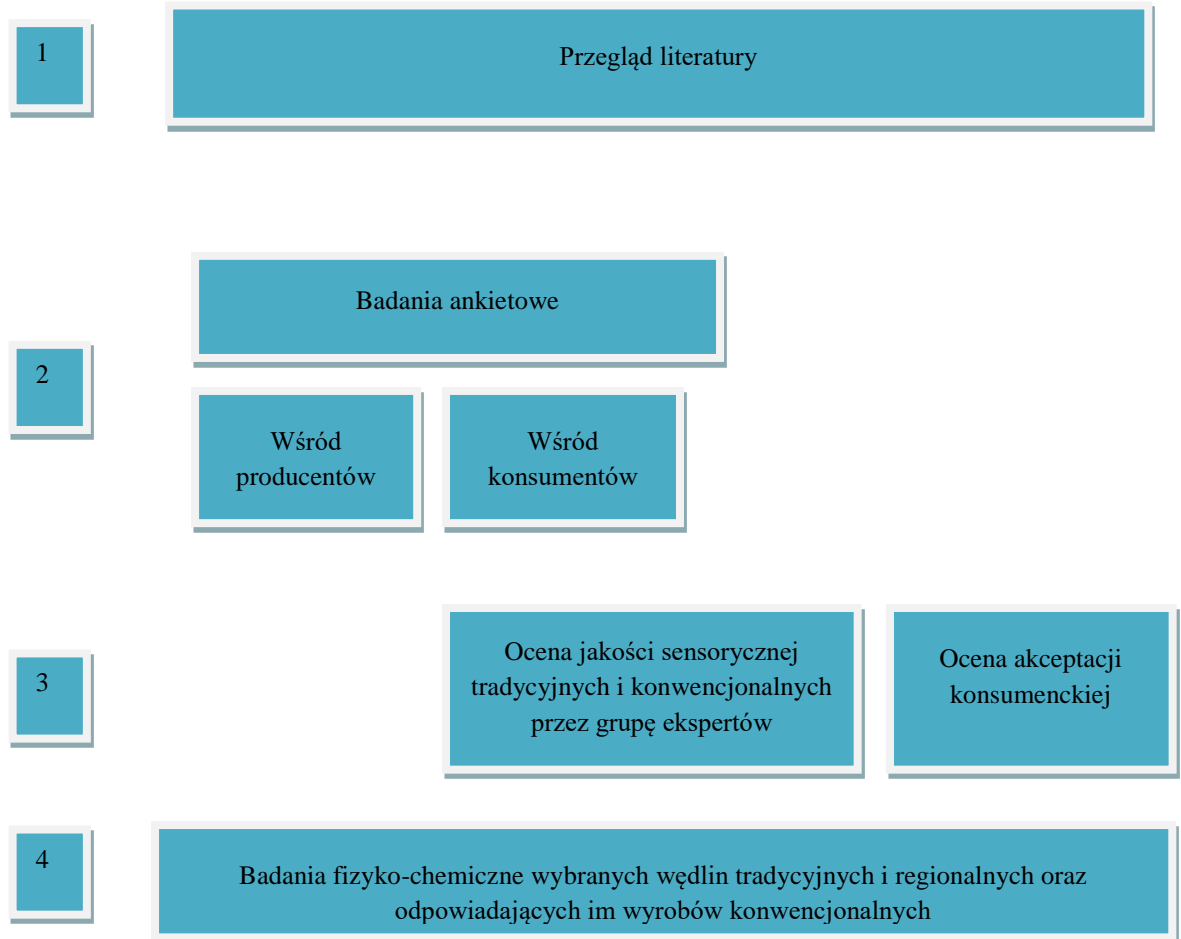
Postawiono następujące hipotezy:

1. Respondenci uważają, że produkty tradycyjne i regionalne charakteryzują się dobrą jakością.
2. Niski poziom edukacji oraz brak świadomości konsumentów z regionu Kociewia sprawia, iż nie identyfikują i nie rozróżniają oznaczeń żywności tradycyjnej, niemniej jednak deklarują, iż chętnie nabywają produkty tradycyjne i regionalne posiadające odpowiednie oznaczenia.
3. Przypuszcza się, że lokalni wytwórcy żywności są zainteresowani wyróżnianiem swoich produktów poprzez nadawanie im oznaczeń produktów tradycyjnych i regionalnych.
4. Zakłada się, że jakość wybranych produktów tradycyjnych i regionalnych (określana jako zgodność z wymaganiami) nie odbiega od jakości ich konwencjonalnych odpowiedników.
5. Cechą odróżniającą produkty tradycyjne od konwencjonalnych jest jakość sensoryczna.

## 2. Metodyka

### 2.1. Organizacja badań

Etapy realizacji pracy oraz badań zostały przedstawione na rysunku 10.



**Rys. 10.** Etapy realizacji pracy oraz badań.

*Źródło: Opracowanie własne*

Do badań przeprowadzonych wśród producentów i konsumentów żywności tradycyjnej i regionalnej wykorzystano metodę badań ankietowych, przeprowadzonych z wykorzystaniem autorskich kwestionariuszy.

## **2.2. Badania ankietowe wśród producentów**

W badaniach tych wykorzystano dwa kwestionariusze ankietowe. Pierwszy obejmował opinię producentów zbywających swoje produkty drogą sprzedaży bezpośredniej dotyczącą bezpieczeństwa tych wyrobów. Drugie badanie ankietowe zostało przeprowadzone wśród producentów produktów tradycyjnych i regionalnych. Badano w nim poziom ich zainteresowania nadawaniem wyrobom oznaczeń, sposobów dystrybucji i oceny produktów tradycyjnych i regionalnych.

### **Badanie ankietowe wśród podmiotów prowadzących sprzedaż bezpośrednią na temat bezpieczeństwa żywności zbywanej tą drogą**

Badanie przeprowadzono wśród podmiotów zarejestrowanych w Powiatowej Inspekcji Weterynaryjnej w powiecie tczewskim. Ankietę przeprowadzono według listy udostępnionej na stronie

<https://pasze.wetgiw.gov.pl/spi/demosb/index.php?kodwoj=22&kodpow=14&rodzajdz=0&szukanaMsc=&szukanyWni=&szukanaNazwa=&btnSubmit=Filtruj><sup>155</sup>

Badanie ankietowe przeprowadzono wśród celowo dobranej grupy. Byli to producenci zarejestrowani w Powiatowej Inspekcji Weterynaryjnej. Badanie przeprowadzono od lipca do września 2018 roku wśród podmiotów prowadzących sprzedaż bezpośrednią w powiecie tczewskim. Rozdano 29 kwestionariuszy ankietowych, otrzymano 10 wypełnionych.

Kwestionariusz ankietowy składał się z siedmiu pytań, dotyczących zarejestrowania działalności, wielkości rocznej sprzedaży, miejsca zbywania wyrobów, oceny bezpieczeństwa oferowanych produktów, częstotliwości kontroli przez Inspekcję Weterynaryjną oraz metryczki. Metryczka zawierała pytanie o profil działalności sprzedaży bezpośredniej producenta. Należało zakreślić produkt przeznaczony do sprzedaży bezpośredniej, który w ramach działalności był zbywany (zał.1).

### **Badanie ankietowe wśród producentów dotyczące nadawania produktom tradycyjnym oznaczeń i sposobu ich dystrybucji**

Badanie przeprowadzono wśród producentów, którzy byli skatalogowani na liście producentów produktów tradycyjnych udostępnionej na stronie internetowej:

---

<sup>155</sup><https://pasze.wetgiw.gov.pl/spi/demosb/index.php?kodwoj=22&kodpow=14&rodzajdz=0&szukanaMsc=&szukanyWni=&szukanaNazwa=&btnSubmit=Filtruj> [dostęp: 30.06.2018]



<http://www.produkty-tradycyjne.pl/producent/show/145/gawor-produkcja-wedlin-jakosc-i-tradycja/97>.<sup>156</sup>

Kwestionariusz zawierał 9 pytań oraz metryczkę. Metryczka zawierała pytania o wytwarzany produkt tradycyjny i regionalny oraz z jakiego regionu/województwa pochodzi. Producenci zostali poproszeni o zaznaczenie odpowiedzi, która ich zdaniem najlepiej definiuje produkt tradycyjny i produkt regionalny. Producenci zostali również zapytani, czy ich produkty posiadają odpowiednie oznaczenie produktu tradycyjnego oraz kiedy certyfikat został uzyskany, a także o formalności związane z ubieganiem się o znak. Respondenci zostali również poproszeni o wskazanie sposobów dystrybucji swoich wyrobów. Ostatnie pytanie dotyczyło wyrażenia opinii, w jakim stopniu producenci zgadzają się ze stwierdzeniami na temat żywności tradycyjnej i regionalnej (zał. 2).

W badaniu wzięło udział 15 producentów produktów tradycyjnych i regionalnych.

### **2.3. Badania ankietowe wśród konsumentów**

Badanie zrealizowano przez przeprowadzenie dwóch ankiet oraz wywiadu ustrukturyzowanego. Pierwsza ankieta dotyczyła zainteresowania oraz odczuć konsumentów odnośnie jakości żywności regionalnej. Celem drugiej ankiety oraz wywiadu było określenie poziomu wiedzy konsumentów oraz ich zainteresowania żywnością tradycyjną i regionalną.

#### **Badanie ankietowe wśród konsumentów na temat zainteresowania oraz ich opinia na temat jakości żywności regionalnej**

Kwestionariusz ankietowy składał się z 6 pytań zamkniętych, dotyczących z zainteresowania ankietowanych produktami tradycyjnymi, częstotliwością i miejscem ich nabywania oraz jednego pytania, które wymagało wyrażenia w jakim stopniu respondent zgadza się z twierdzeniami zawartymi w kwestionariuszu odnośnie produktów tradycyjnych oraz metryczki (zał. 3).

Badanie zostało przeprowadzone w styczniu i lutym 2016 roku. Dobór próby był nielosowy, badania zostały zrealizowane na próbie uznaniowej – celowej wśród osób

---

<sup>156</sup><http://www.produkty-tradycyjne.pl/producent/show/145/gawor-produkcja-wedlin-jakosc-i-tradycja/97>  
[dostęp: 15.01.2019]

zainteresowanych żywnością tradycyjną i regionalną. W badaniu wzięło udział 218 osób z powiatu starogardzkiego.

### **Badanie ankietowe konsumentów badające poziom wiedzy na temat produktów tradycyjnych i regionalnych**

W ankiecie tej, obok znajomości produktów tradycyjnych i regionalnych, badano znajomość ich oznaczeń wśród konsumentów. Wykorzystany do tego badania autorski kwestionariusz ankietowy składał się z 7 pytań zamkniętych, które m.in. dotyczyły wskazania definicji i znajomości produktu tradycyjnego, 1 pytania otwartego oraz 1 pytania obrazkowego weryfikującego znajomość oznaczeń produktów tradycyjnych regionalnych (zał. 4).

Badanie zostało przeprowadzone od stycznia do czerwca 2016 roku, wśród 260 konsumentów. Dobór grupy był nielosowy, badanie zostało przeprowadzone na próbie celowej. W badaniu wzięły udział osoby szczególnie zainteresowane jakością żywności, w tym studenci kierunku związanego z kształtowaniem jakości żywności (Towaroznawstwo) oraz uczestnicy szkolenia dotyczącego poprawy jakości życia i zdrowej żywności. Wszyscy respondenci byli mieszkańcami województwa pomorskiego.

### **Wywiad badający znajomość produktów tradycyjnych i regionalnych Kociewia**

Badanie dotyczyło sprawdzenia poziomu wiedzy respondentów na temat produktów tradycyjnych i regionalnych pochodzących z regionu Kociewie. Wywiad został przeprowadzony od stycznia do marca 2016 roku, na terenie powiatów starogardzkiego oraz tczewskiego. Badani stanowili grupę dobraną celowo. Łącznie rozdano 294 kwestionariusze, składające się z pytań:

1. Proszę wymienić potrawy, które uważa Pani/Pan za tradycyjne w: święta Wielkanocne, Bożego Narodzenia, inne okazje
2. Czy przygotowuje Pani/Pan potrawy w sposób tradycyjny (unikatowa receptura babci, przepis stosowany od pokoleń...itp.)?

W kwestionariuszu znajdowała się także metryczka, która zawierała pytania o: adres mailowy lub telefon, płeć, wiek, wykształcenie, miejsce pochodzenia, miejsce zamieszkania, status zawodowy, status materialny.

## **2.4. Towaroznawcza ocena jakości wybranych produktów tradycyjnych i ich konwencjonalnych odpowiedników**

Na towaroznawczą ocenę jakości składają się zarówno badania organoleptyczne jak i fizykochemiczne. Ocenie poddano jakość wybranych wędzonek (szynka i polędwica sopocka) i kielbas (toruńska i polska) tradycyjnych i ich konwencjonalnych odpowiedników. Wędliny tradycyjne zakupiono w sklepie firmowym producenta legitymującego się certyfikatem Europejskiej Sieci Regionalnego Dziedzictwa Kulinarnego (ESRDK). Wędliny konwencjonalne zostały zakupione w lokalnym supermarkecie. Materiał badawczy został zakupiony we wtorek 27.11.2018 roku, tego dnia zostały wykonane badania fizyko-chemiczne (oznaczanie barwy, zawartości soli, wody i tłuszczu). Kolejnego dnia została przeprowadzona ocena sensoryczna. Badanie zawartości białka zostało przeprowadzone w czwartek i piątek.

Ocenę jakości sensorycznej przeprowadzono w laboratorium Katedry Towaroznawstwa i Zarządzania Jakością Uniwersytetu Morskiego w Gdyni, na indywidualnych stanowiskach oceny. Ocenę wykonał 10-osobowy zespół ekspertów, mający wieloletnie doświadczenie w ocenach sensorycznych produktów spożywczych.

Badanie akceptacji konsumenckiej wędzonek przeprowadzono w laboratorium Katedry Towaroznawstwa i Zarządzania Jakością Uniwersytetu Morskiego w Gdyni. Ocenę semikonsumencką przeprowadzono w dwóch grupach. Pierwsza grupa (37 osób) dokonała oceny wędzonek. Druga grupa (77 osób) oceniała kielbasy.

Badania fizykochemiczne badanych produktów – wędlin obejmowały oznaczenie barwy, zawartości tłuszczu oraz zawartości soli i zostały przeprowadzone w laboratorium analitycznym katedry Towaroznawstwa i Zarządzania Jakością Uniwersytetu Morskiego w Gdyni. Oznaczenie zawartości białka zostało przeprowadzone w laboratorium analitycznym Polpharma sp. z o.o. w Nowej Dębie.

### **2.4.1. Ocena sensoryczna**

W pierwszej kolejności przeprowadzono badania organoleptyczne na zgodność produktów z wymaganiami normy PN-A-82007 – przetwory mięsne - wędliny.

Do właściwej oceny sensorycznej zastosowano najbardziej znaną metodę ilościowej analizy opisowej (Quantitative Description Analysis, QDA), czyli profilowania sensorycznego, zgodnie z procedurą ujętą normą PN-ISO 11035. Metoda ta

jest wykorzystywana do jakościowo-ilościowego określenia zarówno całościowej jak i szczegółowej charakterystyki produktu.<sup>157</sup>

W metodzie tej zakłada się, że jakość sensoryczna składa się z szeregu cech (wyróżników), które można oceniać indywidualnie ilościowo. Wykorzystano ustaloną listę wyróżników jakościowych smaku, zapachu oraz tekstury. Lista obejmowała 15 wyróżników (7 wyróżników smaku, 4 wyróżniki zapachu i 4 wyróżniki tekstury).

#### **2.4.2. Badanie akceptacji konsumentkiej**

W ocenie seminkosumenckiej wzięło udział łącznie 114 osób. Pierwszą grupę stanowiło 37 losowo wybranych konsumentów, którzy dokonali oceny wędzonek – szynki oraz polędwicy sopockiej tradycyjnej i odpowiadających im wyrobów konwencjonalnych. Druga grupa oceniała kiełbasy tradycyjne i ich konwencjonalne odpowiedniki. W drugim badaniu uczestniczyło 77 losowo dobranych konsumentów. Uczestnicy badania oceniali smak, zapach, konsystencję i ogólną pożądalność produktów.

#### **2.4.3. Oznaczanie parametrów barwy**

Barwę ocenianych produktów/wyrobów konwencjonalnych oznaczono przy pomocy spektrometru. Ocenę barwy wędlin przeprowadzono metodą kolorymetrii trójkromatycznej. System CIE pozwala na wyróżnienie: jasności ( $L^*$ ), udziału barwy zielonej (wartości  $a^*$  ujemne), udziału barwy czerwonej (wartości  $a^*$  dodatnie). Udziału barwy niebieskiej (wartości  $b^*$  ujemne) oraz udziału barwy żółtej (wartości  $b^*$  dodatnie).

Względny współczynnik różnicy barwy, między poszczególnymi rodzajami wędliny, wyliczono, korzystając z równania:

$$\Delta E = \sqrt{(L_1 - L_2)^2 + (a_1 - a_2)^2 + (b_1 - b_2)^2}$$

gdzie:

$\Delta E < 1$  – różnica niewidzialna

$1 > \Delta E > 2$  – różnica zauważalna przez wprawionego obserwatora

---

<sup>157</sup>Dolatowski J., Sprawozdanie z badań podstawowych na rzecz rolnictwa ekologicznego w 2009 z zadania: „Prowadzenie badań w przetwórstwie produktów roślinnych, zwierzęcych metodami ekologicznymi” Ocena Jakości chemicznej, mikrobiologicznej i fizycznej wybranych produktów ekologicznych: kiełbasy, szynki, polędwicy, Lublin, 2009, s. 12

$\Delta E > 5$  – bardzo wyraźna różnica, zauważalna nawet przez niewprawionego obserwatora

#### **2.4.4. Oznaczanie zawartości tłuszczu**

Badany materiał oznaczono metodą Gerbera wg normy PN-ISO 1444-2000 w celu sprawdzenia zawartości tłuszczu w badanych wyrobach.

#### **2.4.5. Oznaczanie zawartości wody**

Zawartość wody oznaczono metodą suszarkową zgodnie z normą PN-ISO 1447:2000. Próbki suszono do stałej masy w suszarce w temperaturze 105°C, zawartość wody ustalono na podstawie różnicy mas przed i po suszeniu.

#### **2.4.6. Oznaczanie zawartości soli**

Badanie przeprowadzono zgodnie z normą PN-73/A-82112. Oznaczenie przeprowadzono metodą Mohra.

#### **2.4.7. Oznaczanie zawartości białka**

Zawartość białka oznaczono metodą Kjeldahla na podstawie wyników uzyskanych z oznaczenia zawartości azotu w wędlinach oraz kiełbasach.

#### **2.4.8. Oznaczanie zawartości azotanów III**

Zawartość azotanów III oznaczono na podstawie reakcji barwnej z odczynnikiem Griessa. Zawartość azotanów III wyrażoną w  $\text{mg NO}_2^-/\text{dm}^3$  w wędlinach i kiełbasach obliczono według normy PN-75/A-82114 – Oznaczanie zawartości azotynów i azotanów.

## **2.5. Metody statystyczne**

### **2.5.1. Badania ankietowe**

Wszystkie hipotezy dotyczące zależności zmiennych (wypowiedzi respondentów na kolejne pytania ankiety) od zmiennych społeczno-ekonomicznych poddano weryfikacji statystycznej za pomocą testu niezależności chi-kwadrat. Przyjęto poziom istotności  $\alpha=0,05$ . Decyzję o odrzuceniu hipotezy zerowej podejmowano w oparciu o wartość poziomu prawdopodobieństwa testowego (p). Hipotezę o niezależności odrzucano, gdy poziom prawdopodobieństwa testowego był niższy bądź równy 0,05. Obliczono również wartości odpowiednich wskaźników procentowych, w oparciu o które interpretowano kierunek współzależności. W analizie wykorzystano pakiet *Statistica 13.3*.

Z uwagi na formalne wymogi testu chi-kwadrat wobec liczebności obserwowanych, wszędzie tam, gdzie jedna z kategorii odpowiedzi na pytanie wskazana została przez niewielką liczbę respondentów, przed przystąpieniem do analizy dokonano połączenia tej kategorii z sąsiednią, co spowodowało kumulację odpowiednich liczebności obserwowanych. Zabieg ten przeprowadzono w następujących przypadkach: w badaniu ankietowym wśród konsumentów na temat zainteresowania oraz ich opinia na temat jakości żywności regionalnej:

Wiek - utworzono nową kategorię – powyżej 45 lat

Miejsce zamieszkania - utworzono nową kategorię – miasto powyżej 100 tysięcy liczby mieszkańców

Pyt. 6 - utworzono nową kategorię – inne powody (z kategorii: nie znam, inne preferencje, dla zasady, robię sam)

Pyt. 8 - skonstruowano cztery kategorie: produkty mleczne, warzywa lub owoce/przetwory, mięso lub wędliny, pieczywo

Pyt. 9 - utworzono nową kategorię – inne, z kategorii: moda , cena, smak, literatura, nowe produkty

Z tego samego powodu w testowaniu zależności w badaniu ankietowym konsumentów badającym poziom wiedzy na temat produktów tradycyjnych i regionalnych pominięto następujące kategorie:

Sytuacja materialna – pominięto kategorię: zła

Pyt. 1 - pominięto kategorię: QFAP

Pyt. 7 - pominięto kategorię: codziennie

Pyt. 8 - pominięto kategorie: miód, drób, alkohol

### **2.5.2. Towaroznawcza ocena jakości**

Do zbadania zależności wyników afektywnej oceny sensorycznej od rodzaju ocenianego produktu zastosowano metodę jednoczynnikowej analizy wariancji. Jej celem było udzielenie odpowiedzi na pytanie, czy określony w planie doświadczenia czynnik (produkt) powoduje zróżnicowanie wyników badania cech organoleptycznych. Testowano hipotezę zerową o równości wartości średnich w populacjach generalnych - testem F Fishera-Snedecora. W przypadku testowania czterech wartości średniej arytmetycznej (szynki) dalszą analizę - *post-hoc* - wykonywano testem HSD Tukey'a. Przyjęto poziom istotności  $\alpha=0,05$ . Wnioskowanie prowadzono w oparciu o wartość prawdopodobieństwa testowego „p”. Hipotezę zerową odrzucano, gdy wartość  $p \leq \alpha$

Do oceny wyników profilowania smakowitości wykorzystano test ANOVA Kruskala-Wallisa. Metoda została wybrana, gdyż brak jest normalności rozkładów zmiennej zależnej, co zweryfikowano testem zgodności chi-kwadrat. Test Kruskala-Wallisa pozwala na weryfikację istotności różnic pomiędzy  $a \geq 2$  niezależnych prób losowych. Przyjęto poziom istotności  $\alpha=0,05$ . Wnioskowanie prowadzono w oparciu o wartość prawdopodobieństwa testowego „p”. Hipotezę zerową odrzucano, gdy wartość  $p \leq \alpha$ .

### **2.5.3. Badania fizyko-chemiczne**

Wszystkie wyróżniki fizykochemiczne oznaczono w trzech powtórzeniach. Wyniki poddano analizie statystycznej, policzono podstawowe miary statystyczne (średnia, odchylenie standardowe), jak również za pomocą testu t-Studenta porównywano średnie.

### 3. Wyniki badań oraz ich omówienie

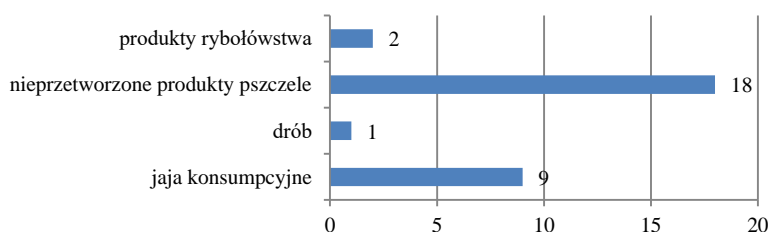
Omówienie wyników zostało podzielone na części: analiza badań ankietowych oraz na omówienie części doświadczalnej – badań organoleptycznych oraz fizykochemicznych.

#### 3.1. Opinia producentów na temat bezpieczeństwa produktów oferowanych w sprzedaży bezpośredniej oraz zainteresowanie producentów nadawaniem oznaczeń produktom tradycyjnym i regionalnym

Poniżej przedstawiono wyniki badania opinii producentów na temat bezpieczeństwa żywności zbywanej w drodze sprzedaży bezpośredniej oraz wyniki analizy badań nad zainteresowaniem producentów rejestracją produktów tradycyjnych i regionalnych oraz nadawaniem stosownych certyfikatów.

##### 3.1.1. Bezpieczeństwo produktów oferowanych drogą sprzedaży bezpośredniej

Charakterystykę działalności badanej grupy podmiotów prowadzących sprzedaż bezpośrednią przedstawiono na rysunku 11.



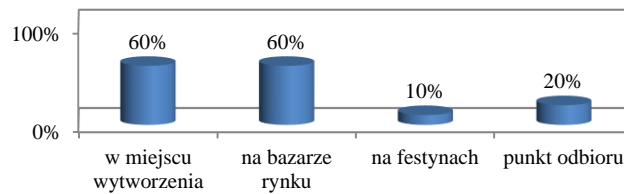
**Rys. 11.** Profil działalności producentów produktów przeznaczonych do sprzedaży bezpośredniej.

*Źródło: Opracowanie własne.*

Większość producentów produktów zbywanych drogą sprzedaży bezpośredniej stanowiły podmioty zbywające w ramach swojej działalności produkty pszczele. Tę grupę tworzyło 18 producentów. Jaja konsumpcyjne zbywane były w ramach sprzedaży bezpośredniej przez 9 podmiotów, produkty rybołówstwa były oferowane przez dwóch producentów (rys. 11).

Pierwsze pytanie dotyczyło miejsc zbywania artykułów produkowanych przez tych producentów.





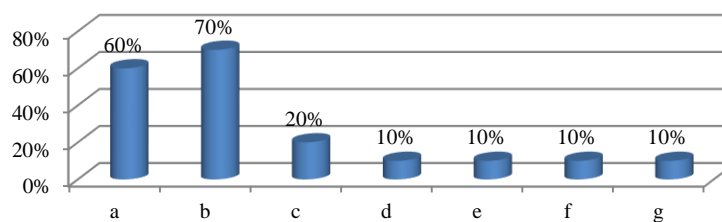
**Rys. 12.** Miejsce zbywania produktów.

Źródło: Opracowanie własne.

Producenci zadeklarowali, iż najczęściej zbywają własne towary w miejscu ich wytworzenia, to jest na terenie własnego gospodarstwa. Równie często produkty te są oferowane przez nich bezpośrednio na rynkach, targach, czy bazarach lokalnych (rys.12).

Grębowiec<sup>158</sup> wskazywał na rosnące w ostatnich latach zainteresowanie nabywaniem żywności na jarmarkach, czy lokalnych targowiskach. Podkreślał, że tego rodzaju sprzedaż niesie wiele korzyści zarówno dla producentów, jak i klientów. Niewątpliwymi atutami sprzedaży na rynku są bezpośredniość, cena jak i lepsza jakość towarów. Jarmarki to także świetne miejsce dla producentów, nie tylko na zbywanie produktów, ale na prezentację oraz promocję własnych wyrobów, jak i zdobywanie informacji od klientów o ich preferencjach.

Rysunek 13 przedstawia informacje na temat stosowanych przez producentów metod, które mają zapewnić, bądź zwiększyć bezpieczeństwo produktów przez nich wytwarzanych (rys. 13).



**Rys. 13.** Metody zapewniające bezpieczeństwo produktom przez producentów.

Źródło: Opracowanie własne. Legenda: a - stosowanie opakowań, b - stosowanie zaleceń IW, c - produkcję zgodną z wymaganiami, d - pasze ekologiczne, własne zboże, e - nowe opakowania, f - tradycyjna metoda produkcji, g - przechowywanie w chłodniach/ sprzedaż żywych

<sup>158</sup>Grębowiec M., Produkty regionalne i tradycyjne jako element budowania konkurencyjnej oferty produktów żywnościowych w Polsce i innych krajach Europy, Zeszyty Naukowe Szkoły Głównej Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie, Problemy Rolnictwa Światowego, 2017, tom 17 (XXXII), zeszyt 2, s. 72

Producenci podkreślali, że dbają przede wszystkim o to, by żywność, którą oferują w drodze sprzedaży bezpośredniej, była bezpieczna. Postawione cele są w stanie spełniać dzięki stosowaniu się do zaleceń i wytycznych Inspektoratu Weterynarii (70%) oraz zastosowaniu odpowiednich opakowań. Zaledwie kilku z nich wskazało, iż prowadzi produkcję w sposób zgodny z wymaganiami i przechowuje swoje produkty w chłodniach. Przedstawione wyniki znajdują potwierdzenie w badaniach innych autorów. Drąg i Platte<sup>159</sup> wskazują, iż produkty żywnościowe, oferowane przez rolników, pochodzące z ich własnej produkcji, powinny być bezpieczne. Natomiast warunki, w jakich żywność ta jest wytwarzana, powinny być kontrolowane na kolejnych etapach produkcji, ale także dystrybucji. Producenci ponoszą odpowiedzialność za produkty, które trafiają do obrotu.

Opakowanie powinno chronić jego zawartość m.in. przed: ubytkami ilościowymi, zmianami kształtu, utratą cech użytkowych oraz wpływem temperatury, czy mikroorganizmów.<sup>160</sup>Z badań Kaweckiej i Cholewy-Wójcik<sup>161</sup> wynika, iż klienci oczekują przede wszystkim, aby opakowanie w żaden sposób nie oddziaływało na zapakowaną żywność. Innymi ważnymi cechami, według konsumentów, w opracowaniu autorek, było bezpieczne użytkowanie opakowania oraz brak zmian jakościowych i ilościowych w zapakowanej produkcie.

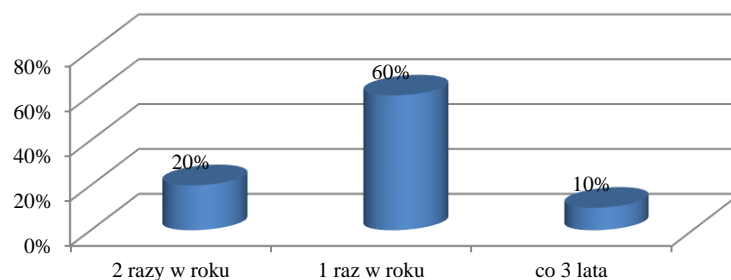
Nad jakością oferowanych przez producentów produktów czuwają państwowe organy. Producenci produktów przeznaczonych do sprzedaży bezpośredniej są poddawani kontroli, nie tylko przed rejestracją, ale także w trakcie procesu produkcyjnego i zbywania. Częstotliwość kontroli jest uzależniona od spełniania określonych wymagań, jak i od potencjalnych uchybień.

---

<sup>159</sup>Drąg K., Platte M., *Zasady GHP i GMP w gospodarstwach agroturystycznych. Poradnik dla kwaterodawcy wiejskiego w zakresie żywienia turystów*. Polska Federacja Turystyki Wiejskiej Gospodarstwa Gościnne, Warszawa, 2007, s. 6

<sup>160</sup>Cholewa-Wójcik A.: *Potrzeby i wymagania konsumentów w zakresie opakowań do żywności*. *Opakowanie*, 2016, 5, s. 63-68

<sup>161</sup>Kawicka A., Cholewa-Wójcik A., *Jakość opakowania jako determinanta bezpieczeństwa żywności w kontekście wymagań społecznych konsumentów*, *Żywność. Nauka. Technologia. Jakość*, 2017, 24, 3 (112), s. 146



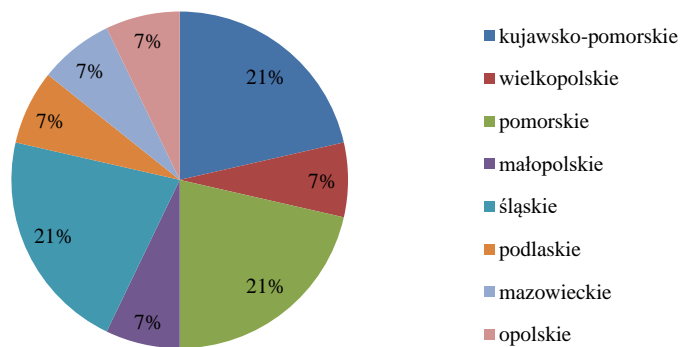
**Rys. 14.** Częstotliwość kontroli u producentów żywności zbywanej w sprzedaży bezpośredniej.

Źródło: Opracowanie własne.

U zdecydowanej większości producentów produktów przeznaczonych do sprzedaży bezpośredniej w powiecie tczewskim (60%) kontrole Inspekcji Weterynaryjnej odbywały się raz w roku. Dwóch producentów było kontrolowanych dwa razy do roku. Tylko u jednego producenta kontrola weterynaryjna odbywała się co trzy lata. Produkty oferowane przez respondentów spełniają normy i wymagania, o czym świadczą przeprowadzane przez urzędników rutynowe kontrole oraz brak zastrzeżeń do procesu wytwarzania. Można więc uznać, że produkty oferowane przez ankietowanych w drodze sprzedaży bezpośredniej są bezpieczne; potwierdzają to zarówno producenci, jak i wyniki kontroli przeprowadzonych przez organy nadzoru.

### 3.1.2. Badanie zainteresowania producentów nadawaniem oznaczeń produktom tradycyjnym i regionalnym

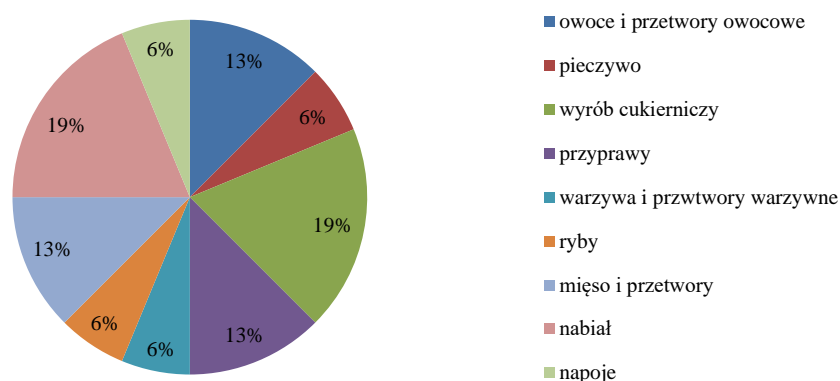
Na wstępie producenci zostali poproszeni o uzupełnienie metryczki, w której zapytano o region/ województwo, z którego dany producent pochodzi oraz o kategorię produktu tradycyjnego, który wytwarza.



**Rys. 15.** Pochodzenie produktów tradycyjnych wg województw [%].

Źródło: Opracowanie własne.

Ankietowani producenci pochodzili z ośmiu województw: kujawsko-pomorskiego, śląskiego, pomorskiego, wielkopolskiego, mazowieckiego, małopolskiego, podlaskiego i opolskiego, przy czym z trzech pierwszych wymienionych pochodziła największa liczba produktów (rys. 15).



**Rys. 16.** Kategorie produktów tradycyjnych i regionalnych [%].

Źródło: Opracowanie własne.

Największą liczbę producentów stanowili producenci wytwarzający wyroby cukiernicze oraz nabiał. Następną kategorią produktów były: mięso i jego przetwory, przyprawy, a także warzywa i ich przetwory (rys. 16).

Poniżej (tabela 1) przedstawiono definicje produktów tradycyjnych. Respondenci zostali poproszeni o wskazanie tej, która najlepiej opisuje według nich produkt tradycyjny.

**Tabela 1.** Definicja produktów tradycyjnych.

definicja	liczba wskazań	
	n	%
wytwarzane na dowolnym obszarze, ale według udowodnionej wieloletniej tradycji	2	13,3
wytwarzane na oznaczonym obszarze, charakteryzujące się wyjątkową, tradycyjną metodą produkcji	12	80,0
produkty wyprodukowane bez chemii i dodatków do żywności	1	6,7

Źródło: Opracowanie własne.

Według 80% ankietowanych producentów produkt tradycyjny to taki, który został wytworzony na oznaczonym obszarze i charakteryzuje się wyjątkową tradycyjną, metodą produkcji. Tylko jeden z producentów uważał, że to produkt bez dodatków do żywności i chemii. W taki sam sposób, w badaniu przeprowadzonym przez Autorkę dotyczącym zainteresowania oraz odczuć konsumentów na temat jakości żywności regionalnej, prawie 60% konsumentów zdefiniowało, że jest to żywność dobrej jakości. Pozostałych

dwóch producentów uważało, że tradycyjnym produktem, jest produkt wytwarzany na dowolnym obszarze, ale według tradycyjnej, wieloletniej i udowodnionej receptury.

Następnie respondenci zostali poproszeni o wskazanie odpowiedzi, która według nich najlepiej definiuje produkt regionalny.

**Tabela 2.** Definicja produktu regionalnego.

definicja	liczba wskazań	
	n	%
wyrób lub usługa, z którą utożsamiają się mieszkańcy regionu, produkowana z surowców lokalnie dostępnych	8	53,3
produkt spożywczy wytwarzany z wysokiej jakości wyrobów rolno-spożywczych, pochodzących z konkretnych regionów	3	20,0
produkt spożywczy znanego pochodzenia, którego jakość i renoma jest ściśle związana z regionem, w którym jest wytwarzany	4	26,7

Źródło: Opracowanie własne.

Produkt regionalny według większości producentów to wyrób lub usługa, z którą utożsamiają się mieszkańcy regionu, który jest produkowany z lokalnie dostępnych surowców. Respondenci wskazali odpowiedź zgodną z definicją produktu regionalnego zamieszczoną w publikacji ministerialnej dotyczącej produktów regionalnych.<sup>162</sup> Zdaniem Duczkowskiej-Małysz<sup>163</sup> produkt regionalny powstał w odpowiedzi na zaspokojenie potrzeb konsumenta i z dbałości o niego, a także z potrzeby wykorzystywania surowców od lokalnych wytwórców, by podreperować ich budżet. W tabeli 3 zamieszczono zestawienie certyfikatów przyznawanych produktom tradycyjnym oraz produktom regionalnym. Respondenci wskazali na te, które otrzymały ich wyroby.

**Tabela 3.** Certyfikaty wytwarzanych produktów.

wyszczególnienie	liczba wskazań	
	n	%
wpis na listę produktów tradycyjnych i regionalnych MRiRW	4	26,7
Chroniona Nazwa Pochodzenia (ChNP)	3	20,0
Chronione Oznaczenie Geograficzne (ChOG)	4	26,7
Poznaj Dobrą Żywność (PDŻ)	1	6,7
Jakość Tradycja	6	40,0
produkt ekologiczny	1	6,7

Źródło: Opracowanie własne.

<sup>162</sup>Lubas R., Produkty tradycyjne i Regionalne, Ministerstwo Edukacji Narodowej, Europejski Fundusz Społeczny, 2018, s. 4

<sup>163</sup> Duczkowska-Małysz K., Budowa rynku produktów regionalnych. Agro-Smak, 2007, nr 4, s. 4-6

Sześciu na piętnastu producentów wystąpiło o nadanie znaku „Jakość Tradycja”, cztery produkty uzyskały certyfikat „Chronione Oznaczenie Geograficzne”, kolejne cztery zostały wpisane na listę produktów tradycyjnych i regionalnych, trzy produkty uzyskały „Chronioną Nazwę Pochodzenia”, jeden został zarejestrowany jako produkt ekologiczny i jeden uzyskał oznaczenie „Poznaj Dobrą Żywność”. W Polsce pod znakiem CHNP zarejestrowanych jest 10 produktów, a znakiem CHOG oznaczone są 24 produkty.

Producenci zostali na wstępie zapytani o występowanie trudności związane z certyfikacją swoich wyrobów. Większość z nich (73,3%) nie miała problemów z zarejestrowaniem i certyfikacją produktów. Problemy z uzyskaniem certyfikatu zadeklarowali producenci pochodzący ze Śląska (26,7%). Problemy, na które wskazywali ci producenci, to trudności proceduralne. Śląscy producenci również w badaniach przeprowadzonych przez Uniwersytet Przyrodniczy we Wrocławiu wskazywali na trudności z uzyskaniem certyfikacji przez ich produkty. Problemy, na które wskazywali producenci z Dolnego Śląska, zostały podzielone na administracyjne i pozostałe. Problemy administracyjno-prawne to złe przepisy prawne oraz nadmierna biurokracja, wskazało tak 50% ankietowanych. Zbyt wysokie wymagania prawne, które są stawiane wytwórcom produktów regionalnych to kolejna trudność dla 35% wytwórców.<sup>164</sup>

Producenci zostali również poproszeni o podanie motywów, którymi się kierowali przy nadawaniu wyrobom oznaczeń. Poniżej znajdują się wskazania producentów (tabela 4.)

**Tabela 4.** Powody ubiegania się o certyfikat.

powód	liczba wskazań	
	n	%
zwiększenie popytu na wytwarzane produkty	2	13,3
umożliwienie promocji produktu poza regionem	5	33,3
zachowanie tradycji i tożsamości regionalnej	8	53,3

*Źródło: Opracowanie własne.*

Większość producentów wskazuje na zachowanie tradycji oraz tożsamości regionalnej jako główną przesłankę ubiegania się o nadanie oznaczenia swoim wyrobom (53,3%). Na drugim miejscu respondenci wskazali umożliwienie promocji produktu poza

<sup>164</sup>Minta S., Bariery rozwoju rynku produktów regionalnych i tradycyjnych na przykładzie Dolnego śląska, Roczniki Naukowe Stowarzyszenia Ekonomistów Rolnictwa i Agrobiznesu, Warszawa, 2013, tom XV, z. 4, s. 282-283

regionem. Nikt nie wskazał, iż motywem podjęcia się procedury certyfikacyjnej była stabilizacja na rynku ani złagodzenie wymogów sanitarnych i weterynaryjnych. Zdaniem Grębowca i Przygodzińskiej<sup>165</sup> produkty tradycyjne i regionalne z jednej strony są wizytówką regionu, przyciągają turystów, a z drugiej strony utrwalają lokalną tożsamość. Również z analizy badań przeprowadzonych przez Autorkę wynika, że głównymi motywami nadawania oznaczeń produktom tradycyjnym jest zarówno zachowanie tożsamości regionalnej, jak i rozpowszechnienie, czy reklama produktu poza granicami regionu.

Tabela 5 przedstawia odpowiedzi dotyczące spełnienia oczekiwanych przez producentów efektów wprowadzenia oznaczeń wytwarzanym produktom. Zdecydowana większość respondentów osiągnęła założone efekty związane z rejestracją swoich produktów (93,3%). Założonymi, spełnionymi efektami były: zwiększenie sprzedaży produktów tradycyjnych i regionalnych oraz umożliwienie promocji produktu poza regionem.

**Tabela 5.** Osiągnięte efekty.

efekt	liczba wskazań	
	n	%
zwiększenie sprzedaży	9	60,0
uzyskanie stabilności na rynku	1	6,7
umożliwienie promocji produktu poza regionem	6	40,0
złagodzenie wymogów sanitarnych i weterynaryjnych	2	13,3
zachowanie tradycji i tożsamości regionalnej	1	6,7

*Źródło: Opracowanie własne.*

Efekty, na które nie wskazał żaden z producentów to zachowanie tradycji i tożsamości regionalnej, chociaż to było wskazane jako główny motyw ubiegania się o rejestrację produktów.

Producenci zostali także poproszeni o wskazanie miejsc zbywania swoich produktów, jak również o zaznaczenie częstotliwości sprzedawania produktów tradycyjnych w danym miejscu.

<sup>165</sup>Grębowiec M., Przygodzińska A., Rola produktów tradycyjnych i regionalnych w budowaniu konkurencyjnej oferty regionów, Roczniki Naukowe Stowarzyszenia Ekonomistów Rolnictwa i Agrobiznesu, Warszawa 2013, tom XXV, s. 81-84

**Tabela 6.** Miejsce i częstość sprzedaży produktów.

częstotliwość	a		b		c		d		e		f		g		h		i	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
nigdy	4	26,7	0	0	0	0	5	33,3	1	6,7	3	20,0	6	40,0	6	40,0	8	<b>53,3</b>
rzadko	2	13,3	1	6,7	3	20,0	3	20,0	4	26,7	5	33,3	2	13,3	0	0	3	20,0
czasami	2	13,3	4	26,7	7	<b>46,7</b>	3	20,0	6	40,0	5	33,3	4	26,7	0	0	2	13,3
często	5	33,3	7	<b>46,7</b>	3	20,0	3	20,0	1	6,7	1	6,7	2	13,3	2	13,3	1	6,7
zawsze	2	13,3	3	20,0	2	13,3	1	6,7	3	20,0	1	6,7	1	6,7	7	<b>46,7</b>	1	6,7

Legenda: a – hipermarket; b – sklep spożywczy; c – restauracje; d – agroturystyka; e – znajomi; f – jarmark; g – sklep ze zdrową żywnością; h – u producenta; i - inne

Źródło: Opracowanie własne.

Producenci zbywali swoje produkty w hipermarketach, sklepach spożywczych, restauracjach, agroturystyce, sprzedawali je znajomym, na jarmarkach, w sklepach ze zdrową żywnością lub w miejscu wytworzenia (tabela 6).

Z badań przeprowadzonych wśród producentów z Podkarpacia wynikało, iż produkty tradycyjne, zwłaszcza te świeże, nieprzetworzone zbywane były w sklepach firmowych, na targowiskach. Producenci produktów, które zostały przetworzone, korzystali z większej liczby kanałów dystrybucji, co pozwala na zwiększenie dostępności ich produktów. Około 1/3 producentów żywności wskazywała, że zbywa ją za pośrednictwem supermarketów, wychodząc tym samym poza obszar swojego regionu.<sup>166</sup> Podobnie ankietowani producenci (33,3%) wskazali, że często sprzedawali swoje wyroby w hipermarketach. Większość jednak sprzedaje własne produkty w miejscu ich wytworzenia, bądź wystawia je w sklepach spożywczych.

Producenci zostali również poproszeni o wyrażenie swojej opinii na temat żywności tradycyjnej i regionalnej, przez wskazanie, z którym stwierdzeniem i w jakim stopniu się zgadzają (tabela 7).

<sup>166</sup>Krajewski K., Kuboń M., Świątkowska M., Świstak E., Wybrane determinanty procesów dystrybucji produktów lokalnych w warunkach rynku żywnościowego Podkarpacia, Roczniki Naukowe Stowarzyszenia Ekonomistów Rolnictwa i Agrobiznesu, 2018, XX (3), s. 99



**Tabela 7.** Zestawienie opinii o żywności tradycyjnej i regionalnej.

odpowiedź	a		b		c		d		e		f		g		h		I	
	n	%	n	%	n	%	N	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
całkowicie się nie zgadzam	0		1	6,7	0		0		0		0		0		0		0	
nie zgadzam się	0		0		1	6,7	1	6,7	0		1	6,7	1	6,7	2	13,3	0	
raczej się nie zgadzam	0		0		0		0		1	6,7	0		2	13,3	0		0	
trudno powiedzieć	5	33,3	1	6,7	0		1	6,7	3	20,0	0		7	46,7	7	46,7	7	46,7
raczej się zgadzam	4	26,7	3	20,0	2	13,3	4	26,7	5	33,3	3	20,0	3	20,0	4	26,7	2	13,3
zgadzam się	5	33,3	6	40,0	7	46,7	7	46,7	4	26,7	4	26,6	1	6,7	2	13,3	4	26,7
całkowicie się zgadzam	1	6,7	4	26,7	5	33,3	2	13,3	2	13,3	7	46,6	1	6,7	0		2	13,3

Legenda: a – jest łatwo dostępna, b- jest wysokiej jakości, c – jest smaczna, d – jest zdrowa, e – jest bez konserwantów, f – jest oparta na tradycyjnych recepturach, g – jest nowoczesna, h – jest droga, i – jest lepsza od żywności konwencjonalnej

Źródło: Opracowanie własne.

Pytanie skonstruowane było na skali Likerta, dla każdego respondenta obliczono sumy wskazań dla dziewięciu stwierdzeń (całkowicie się nie zgadzam = 1,.....,całkowicie się zgadzam = 7). Powstała w ten sposób zmienna ciągła o rozpiętości 9 – 63 pkt. „pozytywna opinia o żywności tradycyjnej i regionalnej”. Punktacja opinii została zmieniona na przeciwną dla stwierdzenia „jest droga”, gdyż jest to stwierdzenie „odwrotne”.

**Tabela 8.** Charakterystyka rozkładu zmiennej pozytywna opinia o żywności tradycyjnej i regionalnej

	n ważnych	średnia	minimum	maksimum	odch.std
9 – suma	15	46,5	26,0	58,0	7,73

Źródło: Opracowanie własne.

W oparciu o te wyniki została utworzona zmienna jakościową z trzema kategoriami o równych rozstępach (Tabela 9).

**Tabela 9.** Opinia o żywności tradycyjnej i regionalnej – kategorie.

opinia	n	%
negatywna (9-26)	1	6,4
umiarkowanie pozytywna (27-44)	4	26,7
zdecydowanie pozytywna (45-63)	10	66,7

Źródło: Opracowanie własne.

Zdecydowana większość badanych producentów miała pozytywną opinię o produktach tradycyjnych i regionalnych (6,7%). Producenci zgadzali się ze stwierdzeniami, że żywność tradycyjna i regionalna to produkty wysokiej jakości, smaczne i zdrowe. A zdecydowanie zgadzali się ze zdaniem, że to produkty wytwarzane w oparciu o tradycyjną recepturę. Podobnie oceniła jakość żywności tradycyjnej i regionalnej grupa badanych konsumentów (rys. 25).

### 3.2. Badanie preferencji nabywczych konsumentów produktów tradycyjnych i regionalnych

Na badanie preferencji nabywczych wybranych konsumentów produktów tradycyjnych i regionalnych składały się: badanie zainteresowania oraz odczuć konsumentów na temat jakości żywności regionalnej oraz badanie dotyczące wiedzy konsumentów na temat żywności tradycyjnej i regionalnej.

#### 3.2.1. Zainteresowanie oraz odczucia konsumentów na temat jakości żywności regionalnej

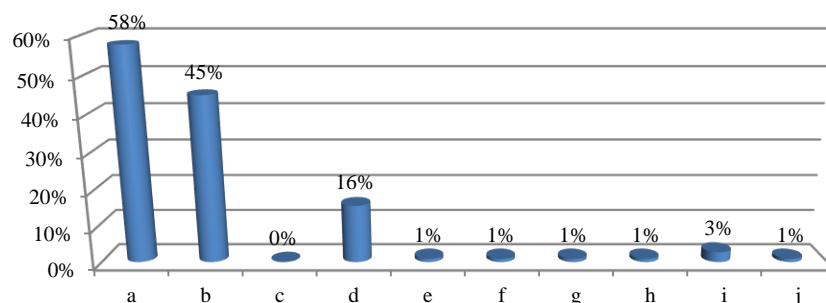
Badanie przeprowadzono w grupie 218 respondentów. Spośród ankietowanych największy odsetek stanowiła grupa w wieku od 25 do 35 lat (40%). Drugą co do wielkości grupą byli ankietowani w przedziale wiekowym od 35 do 45 lat (29%), respondenci do 25 roku życia stanowili 23%. Mieszkańcy miast od 50 do 100 tysięcy liczby mieszkańców stanowili 38% ankietowanych, natomiast wsie zamieszkiwało 15,6% ankietowanych i tylko 6% respondentów było mieszkańcami bardzo dużych miast ponad 500 tysięcy liczby mieszkańców. Zdecydowanie większa część ankietowanych zadeklarowała dobrą sytuację materialną (65%), tylko 3% wskazało na swój zły status majątkowy (tabela 10). Wśród ankietowanych 42% stanowiły kobiety, a prawie 58% mężczyźni.

**Tabela. 10.** Charakterystyka badanej populacji.

	płeć		wiek					miejsce zamieszkania					sytuacja materialna			
	k	m	<25	25-35	35-45	45-55	>55	wieś	miasto <50tys	miasto 50tys-100tys	miasto 100tys-500tys	miasto >500tys	zła	zadowalająca	dobra	bardzo dobra
liczba wskazań	92	126	52	88	64	8	6	34	40	46	84	14	8	50	142	18
Odsetek [%]	42	57,8	23,8	40,3	29,4	3,7	2,7	15,6	18,3	21,1	38,5	6,4	3,7	22,9	65,1	8,3

Źródło: Opracowanie własne.

Istnieje wiele definicji jakości żywności, dlatego też respondenci zostali poproszeni o wskazanie odpowiedzi, która najlepiej, w ich opinii, określa żywność dobrej jakości.



**Rys. 17.** Definicja żywności dobrej jakości.

*Legenda: a - produkty żywnościowe niezawierające konserwantów i chemii, b - świeże i mało przetworzone produkty żywnościowe, c - estetycznie opakowane, opatrzone etykietą produkty żywnościowe, d - wszystkie wyżej wymienione, e - sprawdzone marki, f - produkty pochodzące od sprawdzonych producentów, certyfikowanych producentów (gosp. Ekologiczne etc.), g - produkty BIO, h - produkty BIO, EKO, i - ze sprawdzonego źródła, j – nieprzetworzone.*

*Źródło: Opracowanie własne.*

Jak wynika z rysunku 17, konsumenci w większości zdefiniowali żywność dobrej jakości jako: produkty żywnościowe niezawierające konserwantów i chemii (58%). Natomiast dla niespełna połowy (45%) dobra jakość żywności to produkty żywnościowe świeże i mało przetworzone. Tylko 16% respondentów uważało, że aby żywność była dobrej jakości, muszą łącznie być spełnione warunki aby produkty żywnościowe nie zawierały konserwantów i chemii, powinny być świeże i mało przetworzone, a także zapakowane estetycznie i opatrzone etykietą. Według Atkins i Bowler<sup>167</sup> nabywcy zainteresowani są metodami wytwarzania, bezpieczeństwem żywności i przechowywaniem produktów; oceniają i dokonują porównania produktów pod względem walorów odżywczych i zdrowotnych oraz unikają żywności zawierającej konserwanty i alergeny. Interesują się pochodzeniem produktu z pobudek nie tylko zdrowotnych, ale także proekologicznych. Odpowiedzi wskazane przez zbadanych respondentów potwierdzają powyższe stwierdzenia. Dla konsumentów ważnymi atrybutami żywności dobrej jakości jest świeżość niski stopień przetworzenia i walory prozdrowotne.

<sup>167</sup> Atkins P.J., Bowler I.R., Food in Society: Economy, Culture, Geography, London, 2001, pp. 99-101

W tabeli 11 przedstawiono zestawienia definicji żywności dobrej jakości przez respondentów w zależności płci, wieku, miejsca zamieszkania oraz sytuacji materialnej.

**Tabela 11.** Wskazania definicji żywności dobrej jakości w zależności od cech społeczno-ekonomicznych respondentów (wyniki testu chi-kwadrat).

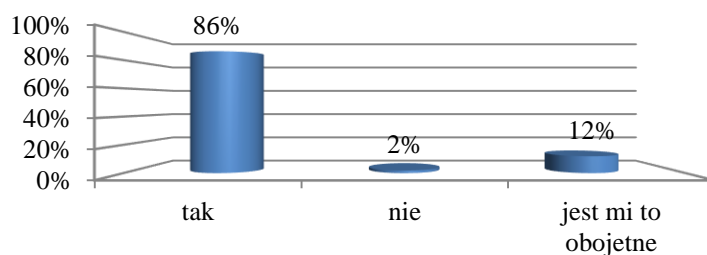
cecha	bez chemii	świeże	bez chemii i świeże
	P		
płeć	0,510	0,589	0,044*
wiek	0,498	0,343	0,772
miejsce zamieszkania	0,834	0,218	0,172
sytuacja materialna	0,992	0,284	0,218

Symbol \* oznacza odrzucenie hipotezy o braku współzależności ( $\alpha=0,05$ )

Źródło: Opracowanie własne.

Analiza statystyczna wykazała, że na wybór odpowiedzi „bez chemii i świeże” miała wpływ tylko płeć respondentów, kobiety (25%) znacznie częściej niż mężczyźni (10,2%) wskazywały tę kategorię.

Następnie zapytano o istotność źródła pochodzenia żywności. Respondenci zostali poproszeni o wskazanie, czy przywiązują wagę do pochodzenia żywności, czy jest im to obojętne. Zdecydowana większość respondentów (86%) deklarowała, iż ważne dla nich jest źródło pochodzenia żywności. Dla 12% pytanym źródło pochodzenia żywności było obojętne (rys. 18). Bardzo podobne wyniki uzyskała Rogala<sup>168</sup>, z których wynikało, że dla 9,5% respondentów pochodzenie żywności nie miało znaczenia.



**Rys. 18.** Zainteresowanie źródłem pochodzenia żywności.

Źródło: Opracowanie własne.

Z badań własnych oraz przytoczonych wyników wywnioskować można, że większość konsumentów przywiązuje wagę do źródła pochodzenia żywności. Natomiast nie wszystkich na to stać, aby nabywać produkty ze sprawdzonego źródła pochodzenia.

<sup>168</sup>Rogala A., Zainteresowanie żywnością lokalną wśród polskich konsumentów na tle polityki rolnej Unii Europejskiej, *Handel Wewnętrzny*, 2015, 3 (356), s. 232

Tabela 12 przedstawia wyniki testu chi-kwadrat istotności źródła pochodzenia żywności dla różnych respondentów.

**Tabela 12.** Odpowiedzi respondentów na pytanie istotność źródła pochodzenia żywności w zależności od cech społeczno-ekonomicznych (wyniki testu chi-kwadrat).

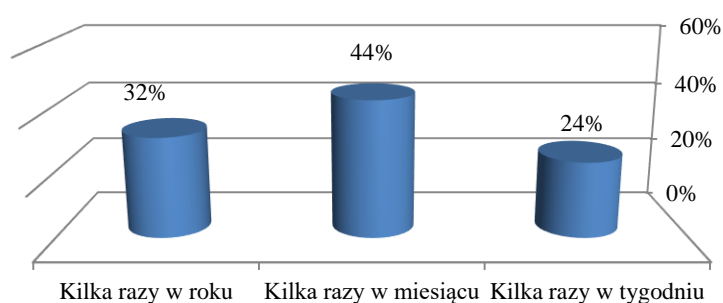
cecha	istotność źródła pochodzenia żywności
	p
płeć	0,419
wiek	0,466
miejsce zamieszkania	0,299
sytuacja materialna	0,048*

Symbol \* oznacza odrzucenie hipotezy o braku współzależności ( $\alpha=0,05$ )

Źródło: Opracowanie własne .

Testowanie wykazało, że statystycznie istotna zależność występuje tylko w przypadku zróżnicowania wskazań kategorii „istotność źródła pochodzenia żywności” od sytuacji materialnej ( $p<0,05$ ). Osoby zamożne, właśnie ze względu na dobrą sytuację materialną, mogą pozwolić sobie na dokonywanie zakupu produktów przyjmując za kryterium sprawdzone źródło pochodzenia, nie zaś inne determinanty, wpływające na podjęcie decyzji nabywczej. Wybór ze względu na pochodzenie produktu stanowić może jeden z głównych motywów nabywania danego wyrobu.

Deklarację odnośnie zakupu żywności regionalnej złożyło aż 94,5% ankietowanych, przy czym wskazali, że kupują ją z różną częstotliwością (rys. 19).



**Rys. 19.** Częstotliwość nabywania przez ankietowanych żywności regionalnej.

Źródło: Opracowanie własne.

Respondenci najczęściej nabywali żywność regionalną kilka razy w miesiącu (ponad 40%). Zakupy kilka razy w tygodniu deklarowało 24% nabywców. W badaniach

Krupy i Mantaja<sup>169</sup> odpowiedzi kształtowały się bardzo podobnie. Deklaracje nabywania produktów tradycyjnych kilka razy w miesiącu lub częściej złożyło prawie 70% ankietowanych. Pozostałe 30% dokonywało zakupu tych produktów rzadziej niż raz w miesiącu. Powyższe wyniki korespondują z przywołanymi. Blisko 70% ankietowanych z powiatu starogardzkiego dokonuje zakupów kilka razy w miesiącu lub częściej, pozostali to okazjonalnie nabywający produkty tradycyjne konsumenci.

W tabeli 13 zamieszczono wyniki zależności częstotliwości nabywania produktów tradycyjnych i regionalnych od takich cech jak płeć, wiek, miejsce zamieszkania i sytuacja materialna.

**Tabela 13.** Częstotliwość nabywania produktów tradycyjnych i regionalnych w zależności od cech społeczno-ekonomicznych respondentów (wyniki testu chi-kwadrat)

Cecha	p
Płeć	0,432
wiek	0,036*
miejsce zamieszkania	0,924
sytuacja materialna	0,004*

Symbol \* oznacza odrzucenie hipotezy o braku współzależności ( $\alpha=0,05$ )  
 Źródło: Opracowanie własne.

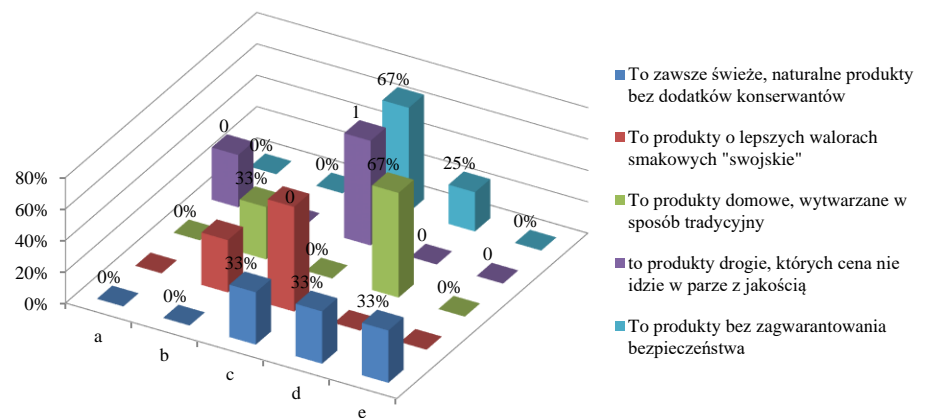
Testowanie wykazało, że statystycznie istotna zależność występuje w przypadku różnicowania częstotliwości nabywania produktów tradycyjnych i regionalnych w zależności od wieku i od sytuacji materialnej ( $p<0,05$ ). Respondenci w wieku do 25 lat w wyższym stopniu (56%) niż starsi (poniżej 30%) deklarowali nabywanie żywności tradycyjnej i regionalnej kilka razy w roku. Częstość nabywania produktów tradycyjnych i regionalnych kilka razy w roku wzrasta wraz z wiekiem.

Z kolei respondenci deklarujący dobrą lub bardzo dobrą sytuację materialną w większym stopniu niż pozostali nabywają żywność tradycyjną i regionalną kilka razy w tygodniu (ok. 30%) lub kilka razy w miesiącu (ponad 45%). Pozostałe zależności były statystycznie nieistotne ( $p>0,05$ ).

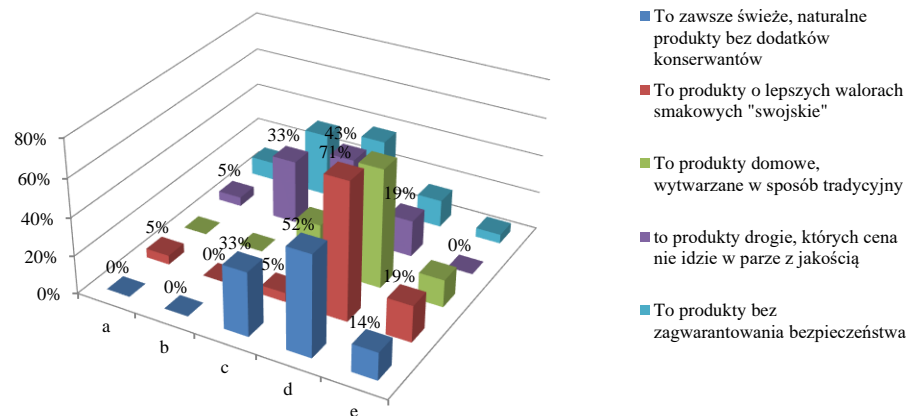
W przeprowadzonym badaniu respondenci zostali również poproszeni o wyrażenie swojej opinii na temat produktów tradycyjnych i regionalnych. Odnieśli się oni do postawionych twierdzeń w skali 5 stopniowej: od 1- zdecydowanie się nie zgadzam, poprzez nie zgadzam się, ani się zgadzam, ani się nie zgadzam, zgadzam się,

<sup>169</sup>Krupa J., Mantaj A., Wybrane uwarunkowania preferencji zakupu żywnościowych produktów tradycyjnych wśród konsumentów z województwa podkarpackiego, Zeszyty Naukowe serii: Turystyka i rekreacja, Wyższa Szkoła Turystyki i Języków Obcych, Warszawa, 2016, Zeszyt 18(2), s. 65

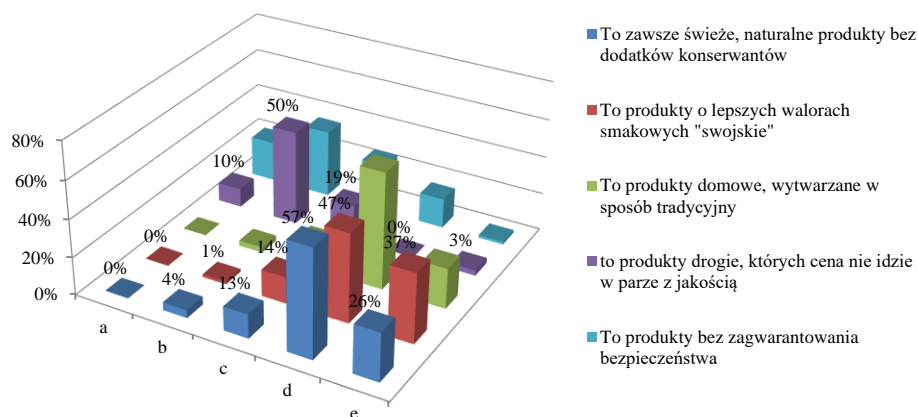
do 5 - zdecydowanie się zgadzam. Wyniki przedstawiono na rysunkach nr 20, 21, 22 i 23.



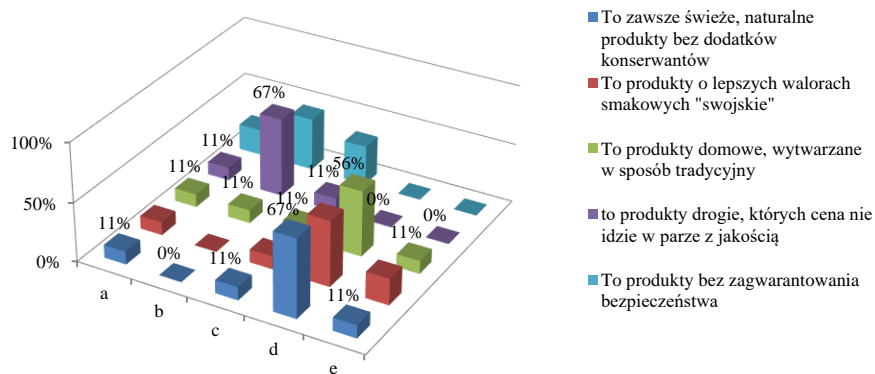
**Rys. 20.** Opinie na temat żywności regionalnej osób deklarujących bardzo dobrą sytuację materialną. *Legenda: a – zdecydowanie się nie zgadzam, b – nie zgadzam się, c – ani się zgadzam, ani nie zgadzam, d – zgadzam się, e – zdecydowanie zgadzam się*  
*Źródło: Opracowanie własne.*



**Rys. 21.** Opinie na temat żywności regionalnej osób deklarujących dobrą sytuację materialną. *Legenda: a – zdecydowanie się nie zgadzam, b – nie zgadzam się, c – ani się zgadzam, ani nie zgadzam, d – zgadzam się, e – zdecydowanie zgadzam się*  
*Źródło: Opracowanie własne.*



**Rys. 22.** Opinie na temat żywności regionalnej osób deklarujących zadowalającą sytuację materialną. *Legenda: a – zdecydowanie się nie zgadzam, b – nie zgadzam się, c – ani się zgadzam, ani nie zgadzam, d – zgadzam się, e – zdecydowanie zgadzam się*  
*Źródło: Opracowanie własne.*



**Rys. 23.** Opinie na temat żywności regionalnej osób deklarujących złą sytuację materialną. *Legenda: a – zdecydowanie się nie zgadzam, b – nie zgadzam się, c – ani się zgadzam, ani nie zgadzam, d – zgadzam się, e – zdecydowanie zgadzam się*  
*Źródło: Opracowanie własne.*

*To zawsze świeże, naturalne produkty bez dodatków konserwantów* - z tym stwierdzeniem zdecydowanie zgodziło się i zgodziło się 67% osób, które zadeklarowały złą i zadowalającą sytuację materialną (rys. 22, 23), 83% osób z dobrym statusem materialnym (rys. 21) i 78% ankietowanych o bardzo dobrym statusie materialnym (rys. 20). Tylko 4% osób nie zgodziło się z tą wypowiedzią – były to osoby, opisujące swoją sytuację materialną jako dobrą (rys.21).

Ze stwierdzeniem, iż *żywność regionalna to produkty o lepszych walorach smakowych, „swojskie”*, zgodziły się osoby w bardzo dobrej (78%), dobrej (84%) i zadowalającej (90%) sytuacji materialnej (rys. 20, 21, 22). Osoby deklarujące złą sytuację materialną nie miały zdania na ten temat (rys. 23).



Respondenci, którzy zadeklarowali dobrą (82%) (rys. 21) i 76% respondentów, którzy zadeklarowali zadowalającą (rys. 22) sytuację materialną, wyraziło zdanie, że *żywność tradycyjna, regionalna to produkty domowe, wytwarzane w sposób tradycyjny*. Z powyższym stwierdzeniem nie zgodziło się 22% respondentów w bardzo dobrej (rys. 20) i 33% w złej (rys. 23) sytuacji materialnej.

Prawie 78% osób w bardzo dobrej (rys. 20) i 60% w dobrej (rys. 21) sytuacji materialnej wyraziło opinię, iż nie zgadza się ze stwierdzeniem, iż *produkty tradycyjne to produkty drogie, których cena nie idzie w parze z jakością*. Kolejno 42 % i 66% respondentów zadowolonych ze swoich finansów (rys. 22) i w złej sytuacji materialnej (rys. 23) nie miało zdania na temat relacji ceny do jakości wyrobów tradycyjnych.

Również w większości (67% ankietowanych) nie miały zdania na temat *bezpieczeństwa żywności tradycyjnej osoby w złej sytuacji materialnej* (rys.23). W grupie osób w zadowalającej i dobrej sytuacji materialnej zdania były mocno podzielone (rys. 21, 22), a 67% respondentów z grupy osób o bardzo dobrym statusie nie zgodziło się ze stwierdzeniem, że są *to produkty bez zagwarantowania bezpieczeństwa*.

W tabeli 14 przedstawiono jak kształtowała się opinia na temat produktów tradycyjnych i regionalnych w zależności od płci, wieku, miejsca zamieszkania oraz sytuacji materialnej.

**Tabela 14.** Opinia respondentów na temat produktów tradycyjnych i regionalnych w zależności od cech społeczno-ekonomicznych (wyniki testu chi-kwadrat)

cecha	p
płeć	0,628
wiek	0,154
miejsce zamieszkania	0,110
sytuacja materialna	0,025*

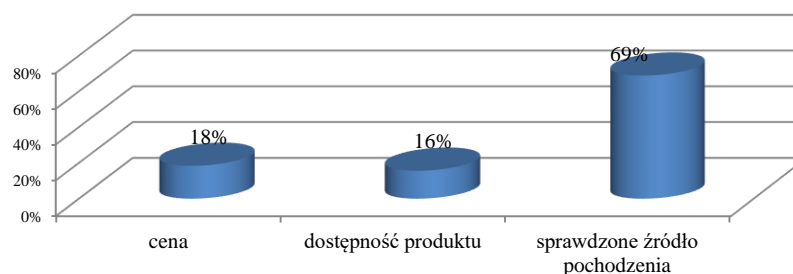
Symbol \* oznacza odrzucenie hipotezy o braku współzależności ( $\alpha = 0,05$ )

Źródło: Opracowanie własne.

Testowanie wykazało, że statystycznie istotna zależność występuje w przypadku zróżnicowania opinii o produktach tradycyjnych i regionalnych od sytuacji materialnej ( $p < 0,05$ ). Respondenci deklarujący dobrą lub bardzo dobrą sytuację materialną w większym stopniu niż pozostali wyrażali opinię zdecydowanie pozytywną o produktach tradycyjnych i regionalnych. Doceniają jej atrybuty takie, jak: świeżość, naturalność, jakość i smak. Produkty tradycyjne i regionalne należą do grupy produktów drogie, luksusowych, dlatego też brak zdania na temat ich jakości, czy bezpieczeństwa

wyrażają przede wszystkim osoby gorzej sytuowane, które mimo wszystko potwierdzają ich naturalnością. Pozostałe zależności były statystycznie nieistotne ( $p > 0,05$ ).

Konsumenci w następnym kroku zostali poproszeni o wskazanie czynników, które wpływają na decyzję o wyborze żywności regionalnej.



**Rys. 24.** Czynniki wpływające na wybór żywności regionalnej.

*Źródło: Opracowanie własne*

Największy odsetek respondentów podejmując decyzję zakupu produktów tradycyjnych, czy regionalnych, kierował się sprawdzonym źródłem pochodzenia żywności (69%). W badaniach Łuczka-Bakuły<sup>170</sup> decydującym czynnikiem wpływającym na wybór żywności tradycyjnej była jej jakość (91%). Pochodzenie produktu dla 47% pytanych było kryterium wpływającym na zakup żywności. Z danych powyżej wynika, iż źródło pochodzenia żywności jest ważną kwestią dla konsumentów i ma znaczenie przy podejmowaniu decyzji nabywczych. Cena oraz dostępność produktu to odpowiednio determinanty dla 18% oraz 16% ankietowanych (rys. 24).

W tabeli 15 przedstawiono motywy wyboru produktu tradycyjnego w zależności od cech społeczno-ekonomicznych respondentów.

**Tabela 15.** Odpowiedzi na pytanie czym kieruje się konsument przy wyborze produktu tradycyjnego w zależności od cech społeczno-ekonomicznych (wyniki testu chi-kwadrat)

cecha	cena	dostępność	źródło
	p		
płeć	0,216	0,888	0,152
wiek	0,263	0,196	0,270
miejsce zamieszkania	0,788	0,252	0,209
sytuacja materialna	0,167	0,201	0,047*

*Symbol \* oznacza odrzucenie hipotezy o braku współzależności ( $\alpha = 0,05$ ). Źródło: Opracowanie własne.*

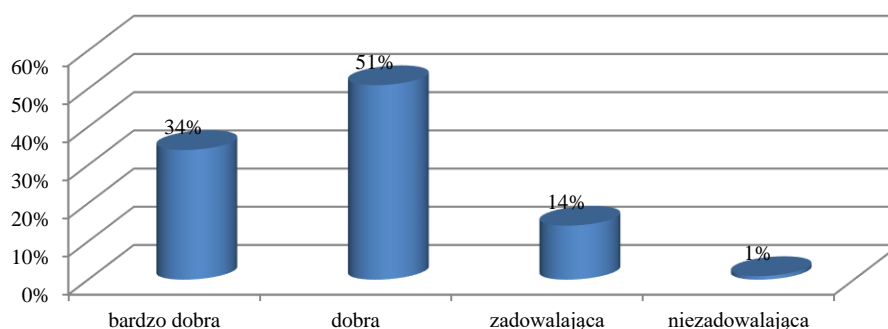
<sup>170</sup>Łuczka-Bakuła W., Decyzje zakupu na rynku żywności a świadomość i zachowania proekologiczne konsumentów, *Handel Wewnętrzny*, 2011, 332/3, s. 56

Testowanie wykazało, że zależność wskazań kategorii „Sprawdzone źródło pochodzenia” od sytuacji materialnej jest statystycznie istotna ( $p < 0,05$ ).

Respondenci deklarujący dobrą lub bardzo dobrą sytuację materialną w większym stopniu (73%) niż pozostali (54%) wskazali, że sprawdzone źródło pochodzenia jest dla nich ważne przy dokonywaniu zakupu żywności.

Kolejna badana współzależność dotyczyła częstotliwości nabywania produktów tradycyjnych i kierowania się sprawdzonym źródłem pochodzenia przy wyborze produktów tradycyjnych i regionalnych. Konsumentów produktów tradycyjnych kierują się sprawdzonym źródłem pochodzenia przy ich wyborze, bez względu na częstotliwość dokonywanych zakupów. Wynik testowania:  $p = 0,909$ , czyli hipotezy o niezależności zmiennych nie można odrzucić, hipoteza zatem została potwierdzona.

Konsumentów wyrazili swoją opinię również na temat jakości żywności regionalnej. Poniżej przedstawiono wyniki tej oceny (rys. 25).



**Rys. 25.** Jakość produktów regionalnych.

*Źródło: Opracowanie własne*

Jedna trzecia respondentów uważała, że są to produkty o bardzo dobrej jakości. Połowa ankietowanych oceniała jakość żywności regionalnej jako dobrą. 14% uważało, że jakość jest zadowalająca i tylko niespełna 1% badanych wskazało, iż jakość produktów tradycyjnych jest niezadowalająca (rys.25).

Wyniki testu chi-kwadrat, analizującego odpowiedzi na pytanie o jakość produktów tradycyjnych, wykazały, że wszystkie zależności (tj. wiek, płeć, status materialny ani miejsce zamieszkania) są statystycznie nieistotne ( $p > 0,05$ ). Natomiast istniała zależność opinii na temat jakości produktów tradycyjnych od kierowania się przy ich wyborze sprawdzonym źródłem pochodzenia i dostępnością (tab.16).

**Tabela 16.** Odpowiedzi na pytanie o opinię na temat jakości w zależności od odpowiedzi na pytanie czym konsument kieruje się przy wyborze produktu tradycyjnego i regionalnego (wyniki testu chi-kwadrat)

	p7-jakość
	p
p 6 cena	0,196
p 6 dostępność	0,028*
p 6 źródło	0,027*

Symbol \* oznacza odrzucenie hipotezy o braku współzależności ( $\alpha=0,05$ )

Źródło: Opracowanie własne.

Wykazano, że zależność opinii o jakości produktów tradycyjnych i regionalnych od kierowania się przy wyborze dostępnością i sprawdzonym źródłem pochodzenia produktów jest statystycznie istotna ( $p<0,05$ ). Respondenci kierujący się dostępnością w większym stopniu (35,3%) niż pozostali (10,7%) uważali, że jakość produktów tradycyjnych i regionalnych jest zadowalająca, a w mniejszym stopniu są skłonni do przyznania oceny bardzo dobrej (tab. 18). Natomiast respondenci kierujący się sprawdzonym źródłem pochodzenia produktów tradycyjnych i regionalnych w większym stopniu (38,6%) niż pozostali (16,2%) wskazali, że jakość produktów tradycyjnych i regionalnych jest bardzo dobra, a w mniejszym stopniu są skłonni do przyznania oceny tylko zadowalającej (tab. 19). Pozostałe zależności były statystycznie nieistotne ( $p>0,05$ ).

**Tabela 17.** Zależność kierowania się dostępnością przy wyborze produktu regionalnego od oceny jakości produktu regionalnego

p 6 dostępność	p 7 jakość bardzo dobra	p 7 jakość dobra	p 7 jakość zadowalająca
nie	34,52%	54,76%	10,71%
tak	17,65%	47,06%	35,29%

Źródło: Opracowanie własne.

**Tabela 18.** Zależność kierowania się źródłem pochodzenia przy wyborze produktu regionalnego od oceny jakości produktu regionalnego

p 6 źródło	p 7 jakość bardzo dobra	p 7 jakość dobra	p 7 jakość zadowalająca
nie	16,13%	58,06%	25,81%
tak	38,57%	51,43%	10,00%

Źródło: Opracowanie własne.

Konsumenci z powiatu starogardzkiego definiowali żywność dobrej jakości jako świeże i mało przetworzone produkty, które nie zawierają konserwantów i chemii. Szczególnie kobiety podkreślały tę koniunkcję. Dla większości z nich bardzo ważne było źródło pochodzenia żywności, przy czym taką deklarację złożyły osoby, których sytuacja

materialna była dobra. 70% ankietowanych dokonywała zakupy produktów tradycyjnych i regionalnych częściej niż kilka razy w miesiącu, a częstotliwość w dużej mierze zależała od sytuacji materialnej i wieku. Częstotliwość wzrastała wraz ze wzrostem wieku i lepszą sytuacją finansową. Również zdecydowanie pozytywna opinia uzależniona jest od dobrej lub bardzo dobrej sytuacji finansowej respondentów. Zamożnych konsumentów stać na częstsze zakupy żywności tradycyjnej i regionalnej, ich opinia jest poparta zapewne doświadczeniem z tego typu produktami. Dla nich również czynnikiem decydującym o zakupie produktów tradycyjnych i regionalnych jest sprawdzone źródło pochodzenia. Konsumentom chcą wiedzieć skąd pochodzą nabywane wyroby, co wiązało się bezpośrednio z oceną jakości. Respondenci, dla których ważne jest pewne źródło pochodzenia żywności oceniali jej jakość jako dobrą lub bardzo dobrą. Kolejnym powodem chęci poznania źródła pochodzenia żywności jest prawdopodobnie poczucie bezpieczeństwa – konsument mając wiedzę na temat pochodzenia produktów, może domniemywać, że jest to żywność, która nie stwarza zagrożenia dla zdrowia.

### 3.2.2. Znajomość oznaczeń produktów tradycyjnych i regionalnych oraz określenie poziomu wiedzy konsumenta na temat tej żywności

W badaniu wzięło udział 260 osób, w tym 204 kobiety oraz 56 mężczyzn. Tak znaczna przewaga kobiet może wynikać z ich większego zaangażowania w prowadzenie gospodarstw domowych, w tym dokonywanie zakupów żywnościowych i większej skłonności kobiet do udziału w badaniach ankietowych. Przewaga ta wynikała także ze sposobu konstrukcji próby badanej – studenci i osoby biorące udział w spotkaniu dotyczącym poprawy jakości życia i zdrowej żywności. Najliczniejszą grupą były osoby w wieku od 25-35 lat, co stanowiło niespełna 40% wszystkich badanych. Osoby powyżej 55 roku życia stanowiły zaledwie 3% badanych. Większość, tj. 47% badanych zamieszkiwała miasta do 50 tysięcy mieszkańców (tabela 19).

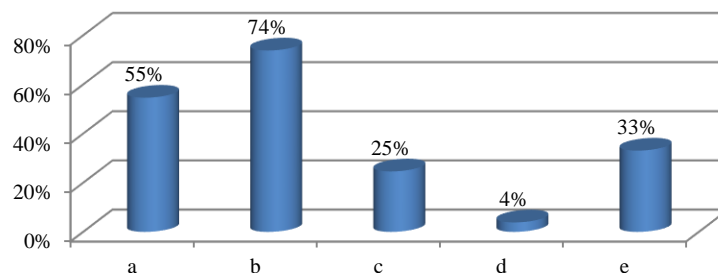
**Tabela 19.** Charakterystyka badanej populacji

	płeć		wiek					miejsce zamieszkania				sytuacja materialna				
	k	m	<25	25-35	35-45	45-55	>55	wieś	miasto <50tys	miasto 50-100tys	miasto 100t-500tys	miasto >500tys	zła	zadawalająca	dobra	bardzo dobra
liczba wskazań	204	56	34	98	66	54	8	76	122	32	24	6	6	126	118	10
Odsetek [%]	78,5	21,5	13,1	37,7	25,4	20,8	3,1	29,2	46,9	12,3	9,2	2,3	2,3	48,5	45,4	3,8

*Źródło: Opracowanie własne.*

30% ankietowanych zamieszkiwała na wsi, a tylko 2% była mieszkańcami miasta powyżej 500 tysięcy mieszkańców. Sytuacja materialna respondentów, w ich ocenie, była zadowalająca lub dobra. Tylko 2% zadeklarowało złą sytuację materialną, a 4% ankietowanych wskazało na bardzo dobrą sytuację materialną.

Na wstępie respondenci zostali poproszeni o wybranie odpowiedzi, która według nich najlepiej charakteryzuje żywność tradycyjną i regionalną.



**Rys. 26.** Definicja żywności tradycyjnej, regionalnej (% wskazań respondentów).  
*Legenda: a - wyprodukowana z wysokiej jakości wyrobów rolno-spożywczych, pochodzących z konkretnych regionów, b - charakteryzująca się wyjątkową, tradycyjną metodą produkcji, c - ekologiczna, d - produkowana w systemie QAFP, e - produkowana bez dodatków do żywności.*  
*Źródło: Opracowanie własne.*

Ankietowani najczęściej wskazywali, iż żywność tradycyjna to taka, która charakteryzuje się wyjątkową, tradycyjną metodą produkcji – 74%. Ponad połowę stanowiły odpowiedzi, iż żywność tradycyjna regionalna to żywność wyprodukowana z wysokiej jakości wyrobów rolno-spożywczych, pochodzących z konkretnych regionów. Natomiast 33% badanych uważało, że produkty tradycyjne to wyroby wytwarzane bez dodatków do żywności. Niespełna jedna czwarta odpowiedzi ankietowanych określała, iż synonimem żywności tradycyjnej jest żywność ekologiczna. Tylko 3,85% respondentów utożsamiała żywność tradycyjną z tą produkowaną w systemie QAFP (System Gwarantowanej Jakości Żywności). Większość respondentów prawidłowo wskazało definicję żywności tradycyjnej i regionalnej, natomiast wiedzy tej nie potrafili wykorzystać, co wynika z analizy pozostałych odpowiedzi ankietowanych. W tabeli 20 przedstawiono wyniki zależności definiowania żywności tradycyjnej od płci, wieku, miejsca zamieszkania oraz sytuacji finansowej respondentów.

**Tabela 20.** Zależność definicji żywności tradycyjnej od cech społeczno-ekonomicznych respondentów (wyniki testu chi-kwadrat)

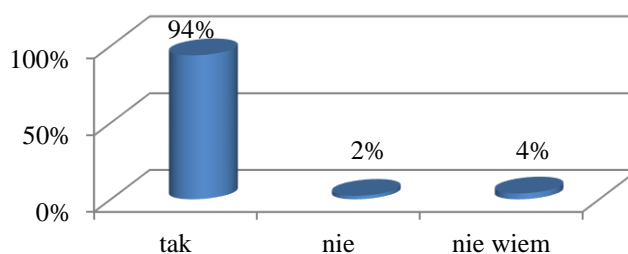
cecha	wysoka jakość surowców	tradycyjna produkcja	ekologiczna	bez dodatków do żywności
	p			
płeć	0,326	0,194	0,349	0,040*
wiek	0,980	0,956	0,582	0,209
miejsce zamieszkania	0,638	0,495	0,826	0,022*
sytuacja materialna	0,016*	0,674	0,298	0,523

Symbol \* oznacza odrzucenie hipotezy o braku współzależności ( $\alpha=0,05$ )

Źródło: Opracowanie własne.

Testowanie wykazało, że statystycznie istotna zależność występuje tylko w przypadku zróżnicowania wskazań kategorii „bez dodatków do żywności” od płci i miejsca zamieszkania oraz kategorii „wysoka jakość surowców” od sytuacji materialnej ( $p < 0,05$ ). Kategorię „bez dodatków do żywności” w większym stopniu wskazywali mężczyźni (46,4%) niż kobiety (29,4%), tę kategorię w największym stopniu wskazywali respondenci z miast 30-100 tysięcy liczby mieszkańców (56,2%), a w najmniejszym – mieszkańcy wsi (15,8%). Respondenci deklarujący dobrą lub bardzo dobrą sytuację materialną w większym stopniu (66,1%) niż pozostali wskazywali kategorię: „wysoka jakość surowców”. Pozostałe zależności były statystycznie nieistotne ( $p > 0,05$ ).

Na pytanie o znajomość żywności tradycyjnej, prawie wszyscy ankietowani odpowiedzieli twierdząco, oświadczając, iż wiedzą co to jest żywność tradycyjna/regionalna (rys. 27). Wskazania respondentów to jedynie deklaracja na temat znajomości produktów tradycyjnych i regionalnych, która następnie została zweryfikowana. W wyniku sprawdzianu wiedzy w kolejnych pytaniach formularza, okazało się, że ankietowani nie byli jednak w stanie zidentyfikować żywności tradycyjnej i regionalnej po ich oznaczeniach.



**Rys. 27.** Znajomość żywności tradycyjnej i regionalnej.

Źródło: Opracowanie własne.

Blisko jedna czwarta respondentów wskazała, że zna oznakowanie żywności tradycyjnej lub regionalnej. Natomiast w badaniach Markowicz<sup>171</sup> znajomość tego rodzaju produktów deklarowało 38% konsumentów.

W tabeli 21 przedstawiono odpowiedzi na pytanie o znajomość oznaczeń produktów tradycyjnych i regionalnych, w zależności od płci, wieku, miejsca zamieszkania oraz statusu materialnego.

**Tabela 21.** Odpowiedzi na pytanie o znajomość oznakowania produktów tradycyjnych i regionalnych w zależności od cech społeczno-ekonomicznych (wyniki testu chi-kwadrat).

cecha	p
płeć	0,158
wiek	0,023*
miejsce zamieszkania	0,382
sytuacja materialna	0,529

Symbol \* oznacza odrzucenie hipotezy o braku współzależności ( $\alpha = 0,05$ )

Źródło: Opracowanie własne.

Wykazano, że statystycznie istotna zależność występuje tylko w przypadku zróżnicowania deklaracji znajomości oznakowania produktów tradycyjnych i regionalnych od wieku ( $p < 0,05$ ). Dane w tabeli 22 pozwalają na stwierdzenie, że respondenci w wieku 25-35 lat w niższym stopniu (8,1%) niż pozostali (27-35%) deklarują znajomość oznakowania produktów tradycyjnych i regionalnych. Pozostałe zależności były statystycznie nieistotne ( $p > 0,05$ )

**Tabela 22.** Odpowiedź twierdząca na pytanie o znajomość oznakowania produktów tradycyjnych i regionalnych – zróżnicowanie według wieku respondenta.

wiek	odsetek wskazań: TAK
<25 lat	35,29%
25-35 lat	8,16%
35-45 lat	27,27%
>45 lat	32,26%

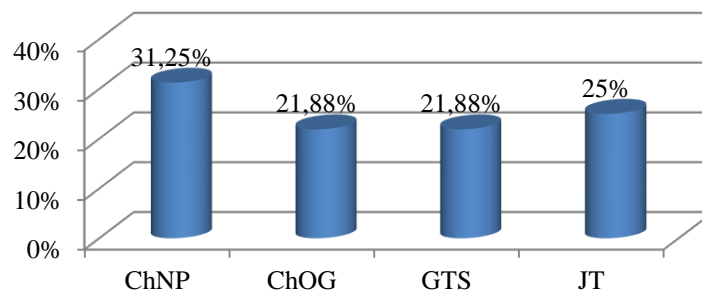
Źródło: Opracowanie własne.

Spośród osób, które zadeklarowały znajomość oznaczeń produktów tradycyjnych i regionalnych, tylko 31% potrafiło zidentyfikować oznaczenie *Chroniona Nazwa Pochodzenia*, 22% rozszyfrowało symbole *Chronione Oznaczenie Geograficzne* oraz *Gwarantowana Tradycyjna Specjalność*, a 25% prawidłowo odczytała oznaczenie: *Jakość Tradycja* (rys. 28). Respondenci, którzy zadeklarowali znajomość oznaczeń produktów tradycyjnych i regionalnych w większości nie potrafili prawidłowo określić

<sup>171</sup>Markowicz M., Postawy wybranej grupy konsumentów wobec żywności tradycyjnej i regionalnej, Praca magisterska, Zakład Wyżywienia Ludności, WNoŻCiK SGGW, Warszawa,



znaczenie danego znaku. Mimo wcześniejszego trafnego zdefiniowania żywności tradycyjnej i regionalnej okazało się, że wiedzy w tym zakresie nie zdołali wykorzystać i uporządkować.



**Rys. 28.** Identyfikacja przez respondentów oznaczeń produktów tradycyjnych regionalnych (% wskazań).

Źródło: Opracowanie własne.

Respondenci byli również pytani czy nabywają produkty tradycyjnych bądź regionalne. Ponad połowa z nich odpowiedziała twierdząco na to pytanie. Z analizy wyników badań przeprowadzonych przez Paluch i Stomę<sup>172</sup> wynika, iż 80% respondentów przyznało się do kupowania żywności tej kategorii. Równie wysoki odsetek (na poziomie 70%) deklarowało zakup żywności tradycyjnej w badaniu Sieczko i Wojcieszki<sup>173</sup>. Tabela 23 zawiera wyniki zależności nabywania produktów tradycyjnych i regionalnych od płci, wieku, miejsca zamieszkania i statusu materialnego.

**Tabela 23.** Nabywanie produktów tradycyjnych w zależności od cech społeczno-ekonomicznych(wyniki testu chi-kwadrat)

cecha	p
płeć	0,503
wiek	0,043*
miejsce zamieszkania	0,944
sytuacja materialna	0,274

Symbol \* oznacza odrzucenie hipotezy o braku współzależności ( $\alpha = 0,05$ )

Źródło: Opracowanie własne.

Wykazano, że statystycznie istotna zależność występuje tylko w przypadku różnicowania deklaracji kupowania produktów tradycyjnych i regionalnych od wieku ( $p < 0,05$ ). Dane w tabeli 24 pozwalają na stwierdzenie, że respondenci w wieku ponad 45

<sup>172</sup>Paluch A., Stoma M., Analiza możliwości rozwoju produkcji oraz rynku produktów regionalnych w województwie lubelskim, Acta Scientiarum Polonorum, Technica Agraria, 13 (3-4), 2014, s. 42

<sup>173</sup>Sieczko A., Wojcieszki Z., Produkty tradycyjne i regionalne jako szansa rozwoju przedsiębiorczości wiejskiej, Folia Pomeranae Universitatis Technologiae Stetinensis Oeconomica, Szczecin, 2013, 299 (70) s. 186

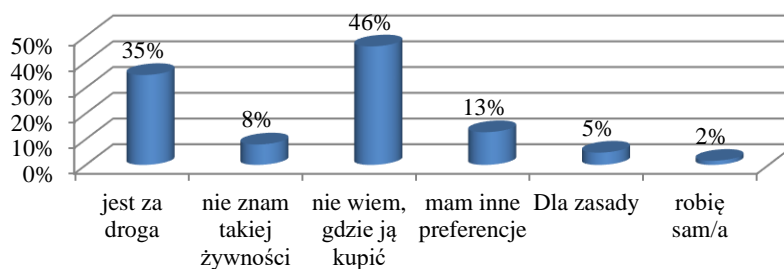
lat w wyższym stopniu (71%) niż pozostali (poniżej 50%) deklarują kupowanie produktów tradycyjnych i regionalnych. Pozostałe zależności były statystycznie nieistotne ( $p > 0,05$ ). Z reguły osoby starsze przywiązują większą wagę przede wszystkim do jakości nabywanej żywności. Zainteresowanie „lepszą” żywności wiąże się w dużej mierze z obciążeniem chorobami, dbaniem o zdrowie i kondycję fizyczną. Młodszy konsumenci nie interesują się żywnością, nie mają czasu lub nie stać ich na zakup żywności charakteryzującej się wyższą jakością.

**Tabela 24.** Zakup produktów tradycyjnych i regionalnych w zależności od wieku

wiek	odsetek wskazań: TAK
<25 lat	41,18%
25-35 lat	<b>44,90%</b>
35-45 lat	<b>48,48%</b>
>45 lat	<b>70,97%</b>

Źródło: Opracowanie własne.

Głównym czynnikiem nienabywania produktów tradycyjnych i regionalnych, podobnie jak w badaniach Żakowskiej-Biemans i Kuc<sup>174</sup>, był problem z dostępnością takiej żywności – 46% (rys. 29). W przytoczonych badaniach 62% ankietowanych wskazało właśnie tę odpowiedź jako powód niekupowania żywności tradycyjnej. Kolejnym czynnikiem demotywującym do kupna żywności tradycyjnej jest jej wysoka cena, uważało tak 35% respondentów. W opracowaniu Grębowca<sup>175</sup> z kolei aż 79% respondentów była zniechęcona żywnością tradycyjną, ze względu na jej zbyt wysoką cenę.



**Rys. 29.** Czynniki wpływające na nienabywanie żywności tradycyjnej.

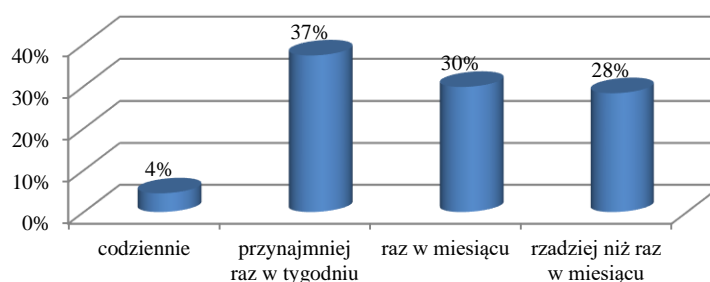
Źródło: Opracowanie własne.

<sup>174</sup>Żakowska-Biemans S., Kuc K., Żywność tradycyjna i regionalna w opinii i zachowaniach polskich konsumentów, Żywność. Nauka. Technologia. Jakość, 2009, 3 (64), s. 111

<sup>175</sup>Grębowiec M., Rola produktów tradycyjnych i regionalnych w budowaniu konkurencyjnej oferty regionu małopolskiego w Unii Europejskiej na przykładzie „Obwarzanka Karkowskiego”, Zeszyty Naukowe SGGW, Warszawa, Problemy Rolnictwa Światowego, 2014, tom 14(29), zeszyt 2, s. 78

Wyniki testu chi-kwadrat odnośnie czynników wpływających na nienabywanie żywności tradycyjnej wskazują, że współzależności społeczno-ekonomiczne były statystycznie nieistotne.

Większość respondentów wskazała na dokonywanie zakupu żywności tradycyjnej regionalnej codziennie lub przynajmniej raz w tygodniu (42%). Niespełna 30% nabywała żywność z tej kategorii raz w miesiącu. Pozostali nabywali tego typu produkty kilka razy w roku (rys. 30).



**Rys. 30.** Częstotliwość zakupu żywności tradycyjnej i regionalnej (%wskazań).

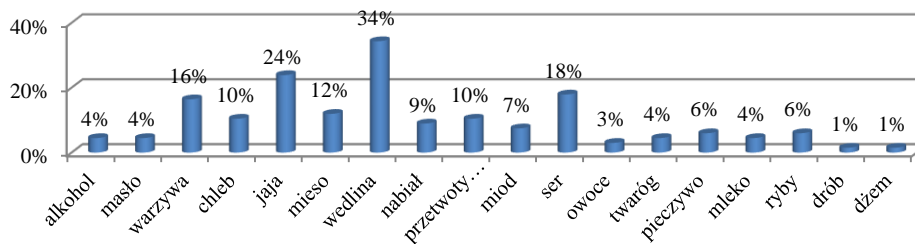
*Źródło: Opracowanie własne.*

Paluch i Stoma<sup>176</sup> również badały częstotliwość nabywania produktów tradycyjnych. Według nich 8% badanych nie nabywała tego typu żywności; 2% - kupowało ją codziennie; 25% - kilka razy w tygodniu; 37% - kilka razy w miesiącu; 28% - kilka razy w roku.

Wyniki testu chi-kwadrat odnośnie częstotliwości nabywania żywności tradycyjnej wskazywały, że współzależności społeczno-ekonomiczne były statystycznie nieistotne.

Według respondentów do najczęściej nabywanych przez nich produktów tradycyjnych należały: wędliny, jaja, sery, warzywa oraz ich przetwory. Respondenci najrzadziej sięgają po drób, owoce i przetwory owocowe – dżemy oraz alkohol, czy masło (rys. 31).

<sup>176</sup>Paluch A., Stoma M., Analiza możliwości rozwoju produkcji oraz rynku produktów regionalnych w województwie lubelskim, *Acta Scientiarum Polonorum Technica Agraria*, 2014, 13 (3-4), s. 43



**Rys. 31.** Nabywane produkty tradycyjne regionalne (%wskazań).

Źródło: Opracowanie własne.

W tabeli 25 przedstawiono wyniki zależności wyboru danej kategorii wyrobów tradycyjnych i regionalnych od czynników demograficzno-ekonomicznych (tab.25).

**Tabela 25.** Kategoria nabywanych produktów tradycyjnych w zależności od cech społeczno-ekonomicznych respondentów (wyniki testu chi-kwadrat)

cecha	jaja	mleczne	warzywa owoce	mięso/ wędliny	pieczywo
	p				
płeć	0,047*	0,035*	0,485	0,855	0,288
wiek	0,833	0,969	0,983	0,883	0,049*
miejsce zamieszkania	0,753	0,373	0,119	0,438	0,591
sytuacja materialna	0,764	0,924	0,558	0,103	0,639

Symbol \* oznacza odrzucenie hipotezy o braku współzależności ( $\alpha = 0,05$ )

Źródło: Opracowanie własne.

Wykazano, że statystycznie istotna zależność występowała tylko w przypadku zróżnicowania wskazań kategorii „jaja” i „produkty mleczne” od płci oraz kategorii „pieczywo” od wieku ( $p < 0,05$ ) (tab.25). Analiza danych w tabeli 26 pozwala na stwierdzenie, że „jaja” i „produkty mleczne” w większym stopniu nabywały kobiety (29,1 i 41,2%) niż mężczyźni (6,2 i 12,5%). Pieczywo było najczęściej kupowane przez respondentów w wieku do 25 lat (43% badanych) oraz badanych w wieku powyżej 45 lat (tab. 27). Pozostałe zależności były statystycznie nieistotne ( $p > 0,05$ ).

**Tabela 26.** Nabywana kategoria produktów tradycyjnych i regionalnych – jaja, produkty mleczne – w zależności od płci.

płeć	jaja odsetek wskazań: TAK	produkty mleczne odsetek wskazań: TAK
kobieta	29,41%	41,18%
mężczyzna	6,25%	12,50%

Źródło: Opracowanie własne.

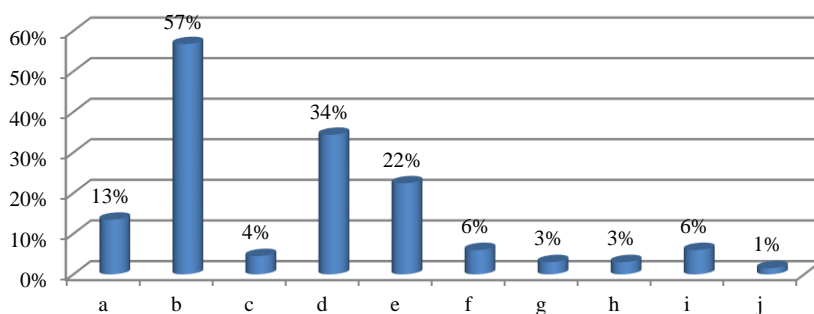
**Tabela 27.** Nabywana kategoria produktów tradycyjnych i regionalnych – pieczywo – w zależności od wieku.

wiek	odsetek wskazań: TAK
<25 lat	42,86%
25-35 lat	9,09%
35-45 lat	6,25%
>45 lat	22,73%

Źródło: Opracowanie własne.

Borowska<sup>177</sup> w swoim opracowaniu stwierdziła, że konsumenci najczęściej kupowali wyroby wędliniarskie, między innymi szynki i kiełbasy. Wymieniała również artykuły codziennej diety – chleb, mięso świeże, produkty mięsne i twaróg oraz owoce. W zestawieniu pojawiły się także soki i napoje bezalkoholowe. Z analizy wyników przedstawionych przez Paluch i Stome<sup>178</sup>, wynikało, iż do najczęściej nabywanych produktów należały wyroby piekarnicze i cukiernicze (68%), napoje alkoholowe i miody (52%) oraz warzywa i owoce (38%). Przedstawione przez Autorkę dane są zatem zbieżne z wynikami innych badaczy. Artykuły najczęściej nabywane przez respondentów to produkty pierwszej potrzeby, bez których ciężko jest funkcjonować.

Konsumenci zostali także poproszeni o wskazanie, czym kierują się w trakcie podejmowania decyzji o nabyciu produktów tradycyjnych i regionalnych.



**Rys. 32.** Czynniki wpływające na podjęcie decyzji nabywczych produktów tradycyjnych i regionalnych. *Legenda: a- znajomi, b – jakość tej żywności, c- literatura, d – tradycja wyniesiona z domu, e – chęć wspierania regionalnych wytwórców, f – moda na Eko, g – cena, h – zdrowe odżywianie, i – smak, j – próbowanie nowych rzeczy.*

Źródło: Opracowanie własne.

<sup>177</sup>Borowska A., Postawy europejskich konsumentów wobec produktów tradycyjnych i regionalnych, *Zeszyty Naukowe Szkoły Głównej Gospodarstwa Wiejskiego. Ekonomika i Organizacja Gospodarki Żywnościowej*, 2008, 72, s. 155

<sup>178</sup>Paluch A., Stoma M., Analiza możliwości rozwoju produkcji oraz rynku produktów regionalnych w województwie lubelskim, *Acta Scientiarum Polonorum Technica Agraria*, 2014, 13 (3-4), s. 45

Według opinii respondentów głównym atutem żywności tradycyjnej regionalnej jest jakość tej żywności (57%). Żywność tej kategorii była również wybierana ze względu na tradycję wyniesioną z domu, czy rekomendacje znajomych lub chęć wspierania lokalnych wytwórców. W bardzo niskim stopniu do zakupu żywności tradycyjnej zachęcał jej smak, moda, literatura, czy chęć odkrywania nowych rzeczy (rys. 32).

W tabeli 28 przedstawiono wyniki zależności w podejmowaniu decyzji nabywczej produktów tradycyjnych i regionalnych od płci, wieku, miejsca zamieszkania oraz sytuacji materialnej.

**Tabela 28.** Motywy nabywania produktów tradycyjnych i regionalnych w zależności od cech społeczno-ekonomicznych respondentów (wyniki testu chi-kwadrat)

cecha	znajomi	jakość	tradycja	chęć wspierania	inne
	<b>p</b>				
płeć	0,044*	0,966	0,759	0,046*	0,809
wiek	0,962	0,879	0,936	0,514	0,306
miejsce zamieszkania	0,364	0,037*	0,660	0,681	0,936
sytuacja materialna	0,195	0,033*	0,526	0,499	0,803

Symbol \* oznacza odrzucenie hipotezy o braku współzależności ( $\alpha=0,05$ )

Źródło: Opracowanie własne.

Wykazano, że tylko w przypadku zróżnicowania wskazań kategorii „znajomi” i „chęć wspierania lokalnych wytwórców” od płci oraz kategorii „jakość” od miejsca zamieszkania i sytuacji materialnej występuje statystycznie istotna zależność ( $p<0,05$ ). Stwierdzono, że kategorię „znajomi” w większym stopniu wskazywały kobiety (19,6%). Kobiety dokonują zakupów bardziej emocjonalnie – to co poleci koleżanka jest sprawdzone i musi być dobre. Natomiast mężczyźni są bardziej pragmatyczni, dlatego kategorię „chęć wspierania lokalnych wytwórców” wskazali ankietowani płci męskiej (37,5%), (tab. 29). Dane w tabeli 30 pozwalają na stwierdzenie, że mieszkańcy miast 50-100 tysięcy mieszkańców w najwyższym stopniu (93%) wskazywali kategorię „jakość” (pozostali – 49-57%). Dane w tabeli 31 pozwalają na stwierdzenie, że kategorię „jakość” w większym stopniu wskazywali respondenci deklarujący dobrą lub bardzo dobrą sytuację materialną (66,7%). Pozostałe zależności były statystycznie nieistotne ( $p>0,05$ )

**Tabela 29.** Motywy nabywania produktów tradycyjnych i regionalnych w zależności od płci.

<b>płeć</b>	<b>znajomi odsetek wskazań: TAK</b>	<b>chęć wspierania odsetek wskazań: TAK</b>
kobieta	19,61%	17,65%
mężczyzna	4,60%	37,50%

Źródło: Opracowanie własne.

**Tabela 30.** Nabywanie produktów tradycyjnych i regionalnych ze względu na ich jakość - w zależności miejsce zamieszkania.

<b>miejsce zamieszkania</b>	<b>odsetek wskazań: TAK</b>
wieś	<b>52,38%</b>
miasto <50 tys.	<b>48,39%</b>
miasto 50-100 tys.	93,67%
miasto >100 tys.	57,14%

Źródło: Opracowanie własne.

**Tabela 31.** Nabywanie produktów tradycyjnych i regionalnych ze względu na ich jakość - w zależności sytuacji materialnej.

<b>sytuacja materialna</b>	<b>odsetek wskazań: TAK</b>
zadowolająca	<b>44,83%</b>
dobra	<b>66,67%</b>

Źródło: Opracowanie własne.

Sieczko i Wojcieszńska<sup>179</sup> w swoim opracowaniu wskazywały, iż głównym powodem nabywania produktów tradycyjnych przez konsumentów były walory smakowe tych produktów (92%). Kolejną przesłanką wpływającą na zakup było sprawdzone źródło pochodzenia (56%) oraz wysoka jakość produktów tradycyjnych (52%). Również w opracowaniu Borowskiej<sup>180</sup> respondenci na pierwszym miejscu stawiali walory smakowe żywności tradycyjnej, dopiero w czwartej kolejności wymieniali dobrą jakość. Badania ankietowe własne korespondują z powyższymi stwierdzeniami tylko w zakresie wyboru żywności tradycyjnej ze względu na jej wysoką jakość. Walory smakowe docenione zostały w przeprowadzonej analizie sensorycznej i badaniu semikonsumeczkim. Wyniki tych badań potwierdzają stwierdzenia przywołanych autorek. W badaniach akceptacji konsumentki walory smakowe

<sup>179</sup>Sieczko A., Wojcieszńska Z., Produkty tradycyjne i regionalne jako szansa rozwoju przedsiębiorczości wiejskiej, *Folia Pomeranae Universitatis Technologiae Stetinensis Oeconomica*, 2013, nr 70, s. 187

<sup>180</sup>Borowska A., Postawy europejskich konsumentów wobec produktów tradycyjnych i regionalnych, *Zeszyty Naukowe SGGW w Warszawie. Ekonomika i Organizacja Gospodarki Żywnościowej*, 2008, nr 72, s. 145-159

produktów tradycyjnych zostały wyżej ocenione niż produktów konwencjonalnych. Smak jest wyróżnikiem, który zachęcił badanych do nabycia żywności tradycyjnej w przyszłości.

### **3.2.3. Wywiad badający znajomość produktów tradycyjnych i regionalnych Kociewia**

Pierwotnym zamierzeniem było zidentyfikowanie produktu tradycyjnego i regionalnego z Kociewia, który nie jest jeszcze wyróżniony w żadnym systemie jakości, natomiast mógłby być wprowadzony na Listę Produktów Tradycyjnych, a w przyszłości uzyskać jedno z oznaczeń unijnych. Celem tych badań było prześledzenie drogi wprowadzenia takiego produktu na rynek. Niestety, okazało się, iż respondenci nie byli w stanie wskazać żadnego z takich produktów. Pozyskane drogą wywiadu informacje posłużyły do weryfikacji wiedzy respondentów na temat produktów tradycyjnych i regionalnych pochodzących z Kociewia.

W celu poznania wiedzy konsumentów z Kociewia na temat produktów tradycyjnych pochodzących z tego regionu, przeprowadzono wywiad, w którym respondenci zostali poproszeni o wymienienie produktów lub potraw tradycyjnych spożywanych w okresach świąt Bożego Narodzenia, Wielkanocy, czy podczas innych świątecznych okazji, a także bez specjalnych okazji.

Ogółem przeprowadzono 294 wywiady, po wstępnej analizie odrzucono 172 wywiady. Kwestionariusze odrzucono ze względu na brak wypełnienia metryczki lub błędne zrozumienie poleceń zawartych w kwestionariuszu. Do właściwej analizy zakwalifikowano jedynie 122 prawidłowo wypełnione formularze. Dla potrzeb analizy stworzono 5 kategorii produktów: przystawka, zupy, danie główne, deser, dodatki. Odpowiedzi na pytania zostały posegregowane i zaszeregowane w odpowiednich kategoriach.

Właściwej analizie poddano odpowiedzi, których udzieliło 31 kobiet, w wieku od 25 do 64 lat i 1 mężczyzna, w wieku między 40 a 49 lat z powiatu starogardzkiego (zał. 6), oraz 90 uczniów szkoły średniej poniżej 19 roku życia z powiatu tczewskiego (zał.7). Na Kociewiu zarejestrowanych jest 28 produktów tradycyjnych. Poniżej wymieniono produkty wpisane na LPT:

- miód z maślanki,
- boczek wieprzowy wędzony,



- kaczka z jabłkami z Borów Tucholskich,
- karbonada,
- kureczak wędzony po kociewsku,
- potrawka z kury po kociewsku,
- czarna jagoda we własnym soku,
- Kociewska bania,
- konfitura borówkowa z Borów Tucholskich,
- konfitura z żurawiny po mermecku,
- Bómbóy z dekla,
- Fefernuski kociewskie,
- Grochowinki kociewskie,
- Kociewski chleb wiejski na serwatce,
- Wiejska kociewska drożdżówka kiszona,
- jagodzica po kociewsku,
- masło kociewskie,
- smalec kociewski ze skraweczkami,
- golce kociewskie z mięsem,
- gryz – kociewski deser,
- kociewska polewka z owocowo-grzybowa,
- kociewska zapiekanka z grzybów,
- kociewska zupa szczawiowa,
- kociewskie kluski ziemniaczane,
- kociewski salceson z grzybów,
- Szandar kociewski,
- kociewska herbata z lipy i bzu czarnego z miodem lipowym,
- kociewski borowik szlachetny w zalewie octowej.

Z analizy danych uzyskanych z wywiadów wynika, że nikt nie potrafił wskazać żadnego z wymienionych powyżej produktów. Odpowiedzi jakich udzielali respondenci, to: sałatka jarzynowa, śledź w śmietanie, barszcz z uszkami, makowiec. Wśród młodzieży padały odpowiedzi: kotlet schabowy, bigos, ryba po grecku, żurek. Wskazania, których udzielili ankietowani świadczą przede wszystkim o braku znajomości lokalnych produktów tradycyjnych. Brak znajomości lokalnych produktów tradycyjnych

i regionalnych może przekładać się na brak zainteresowania tymi produktami. Przeprowadzony wywiad pozwala na stwierdzenie, że Kociewiacy rozumieją termin produkt tradycyjny jako produkt, który jest spożywany w domu rodzinnym, a tradycja spożywania danych potraw przechodzi z pokolenia na pokolenie. Odmiennie interpretowanie znaczenia produktu tradycyjnego wynika z braku edukacji z zakresu świadomości oraz wiedzy o regionalnych tradycjach i produktach spożywczych. Badania przeprowadzone przez Niewierską, Sowdę, Silarską i Różańską<sup>181</sup> również wskazują na niedostateczną wiedzę z tego zakresu.

---

<sup>181</sup>Niewierska A., Sowada A., Silarska D., Różańska D., Ocena poziomu wiedzy na temat żywienia oraz wybranych elementów stylu życia uczniów szkół ponadgimnazjalnych, *Pielęgniarstwo i Zdrowie Publiczne*, 2016, vol. 6 nr 4, s. 271

### 3.3. Wyniki analizy organoleptycznej wybranych wędlin tradycyjnych oraz konwencjonalnych

Wędliny tradycyjne oraz odpowiadające im wędzonki i kiełbasy konwencjonalne poddano analizie organoleptycznej na zgodność z wymaganiami normy PN-A-82007 (tab. 32, tab. 33).

**Tabela 32.** Wyniki oceny organoleptycznej wędzonek tradycyjnych i konwencjonalnych.

Produkt	Sopocka tradycyjna	Sopocka konwencjonalna	Szynka gotowana tradycyjna	Szynka gotowana konwencjonalna
<b>Wygląd ogólny</b>	Powierzchnia schabu gładka, czysta, wolna od uszkodzeń. Brak jest osłonki, czy sznurka.	Powierzchnia badanego produktu jest czysta i gładka. Brak osłonki, sznurka.	Kulka szynki obleczona sznurkiem, brak osłonki. Po ściągnięciu sznurka powierzchnia z licznymi wgłębieniami po odbitym sznurku. Powierzchnia czysta, lekko wilgotna.	Kształt kuli, z jednego kawałka mięśnia. Brak osłonki, szynka obleczona siatką formującą. Powierzchnia jest czysta, lekko wilgotna. Po zdjęciu siatki widoczne wgłębienia na powierzchni.
<b>Struktura</b>	Schab pieczony w jednym kawałku. Struktura schabu na powierzchni jest dość gładka z nielicznymi deformacjami. Na przekroju jest gładka, jednak widoczna jest struktura tkanki mięsnej. Konsystencja zbita, przy tym bardzo soczysta.	Schab w całości, struktura na powierzchni jak i na przekroju gładka. Konsystencja jest zbita, mało soczysta.	Na przekroju widać strukturę tkanki mięsnej. Struktura ścisła. Konsystencja soczysta, brak galarety, czy wycieku soku.	Struktura szynki na przekroju dość ścisła, zarazem krucha, mało soczysta. Brak wycieku soku.
<b>Barwa</b>	Barwa powierzchni jest brązowa. Schab jest jasno różowy, o jednolitym kolorze na przekroju.	Barwa zewnętrznej części schabu jasno brązowa. Schab na przekroju bardzo jasny, lekko zaróżowiony.	Szynka ciemno różowa na zewnątrz, w środku barwa różowa.	Barwa szynki zarówno w środku jaki i na zewnątrz bardzo jasna, bladoróżowa.
<b>Smak i zapach</b>	Smak charakterystyczny dla schabu. Wyczuwalny smak słony, niewyczuwalne inne przyprawy. Zapach lekko wędzony.	Smak i zapach charakterystyczne. Wyczuwalny smak słony oraz słodki, ten drugi mniej intensywny. Niewyczuwalny smak innych przypraw.	Wyczuwalny intensywnie słony smak oraz zapach wędzonki. Produkt wolny od smaku, czy zapachu obcego.	Smak i zapach charakterystyczne. Brak obcego smaku czy zapachu.

*Źródło: Opracowanie własne.*

**Tabela 33.** Wyniki oceny organoleptycznej kiełbas tradycyjnych i konwencjonalnych

Produkt	Kiełbasa toruńska tradycyjna	Kiełbasa toruńska konwencjonalna	Kiełbasa polska tradycyjna	Kiełbasa polska konwencjonalna
<b>Wygląd ogólny</b>	Kiełbasa toruńska należy do grupy kiełbas średnio rozdrobnionych. Zastosowano naturalną osłonkę o czystej, suchej powierzchni. Osłonka jest gładka i ściśle, równomiernie przylega do farszu.	Wygląd kiełbasy toruńskiej zgodny z normą. Osłonka naturalna, czysta, sucha powierzchnia kiełbasy.	Powierzchnia kiełbasy jest gładka, sucha, czysta. Osłonka naturalna ściśle przylega do farszu.	Kiełbasa jest w naturalnej osłonce, suchej i czystej, która ściśle przylega do farszu. Powierzchnia jest gładka i wolna od zanieczyszczeń.
<b>Struktura</b>	Struktura kiełbasy zgodna z wymaganiami. Surowce zostały rozdrobnione i mieszczą się we wskazanym zakresie o rozmiarze cząstek od 5 do 20mm, ich rozmieszczenie również jest równomierne. A konsystencja farszu jest stała, zbita.	Konsystencja zbita równomiernie rozłożone mięso oraz tłuszcz. Cząstki mieszczą się w wymaganym rozmiarze od 5 do 20 mm.	Kiełbasa jest grubo rozdrobniona o niejednorodnej konsystencji, przewaga surowca mięsnego. Po schłodzeniu konsystencja jest stała, w temperaturze pokojowej traci spójność. Rozdrobnione cząstki mięsa są zgodne z wymaganiami normy, mieszczą się w wymaganym zakresie od 5 do 20mm.	Tłuszcz i mięso nie są równomiernie rozłożone. Przeważa surowiec mięsny. Konsystencja po schłodzeniu jest stała, w temperaturze pokojowej traci spójność, niewielka część farszu przylega do osłonki, większość rozpada się. Widoczne grubo rozdrobnione części, wielkością nie odbiegające od wymagań normy.
<b>Barwa</b>	Barwa jest charakterystyczna dla tego typu kiełbas. Kolor tkanki mięsnej od bladoróżowej do ciemnoczerwonej, zaś barwa tłuszczu biała.	Kolor mięsa jednolita różowa, tłuszczu – biała.	Barwa mięsa niejednorodna od ciemnoróżowej do barwy czerwonej. Barwa tłuszczu natomiast w odcieniach bieli. Widoczne zastosowane przyprawy w tym ziarna gorzycy.	Surowiec mięsny w kolorze ciemno czerwonym natomiast barwa tłuszczu biała.
<b>Smak i zapach</b>	Smak i zapach są charakterystyczne. Wyczuwalny intensywnie słony smak, bardzo słabo wyczuwalny smak przypraw, czy tłuszczu. Produkt wolny od smaku i zapachu obcego.	Smak charakterystyczny dla kiełbasy toruńskiej, lekko słony. Wyraźnie wyczuwalny smak tłuszczu oraz przypraw. Zapach również charakterystyczny. Produkt wolny od obcego smaku, czy zapachu.	Wyraźnie wyczuwalny jest smak słony. Także wyczuwalne są smak przypraw - pieprzu oraz gorzycy. Zapach charakterystyczny dla kiełbasy polskiej. Zapach wędzenia jest również dość intensywny.	Zapach charakterystyczny. W smaku wyczuwalne intensywnie przyprawy. Wyczuwalny smak pieprzu oraz gorzycy. Smak słony umiarkowany.

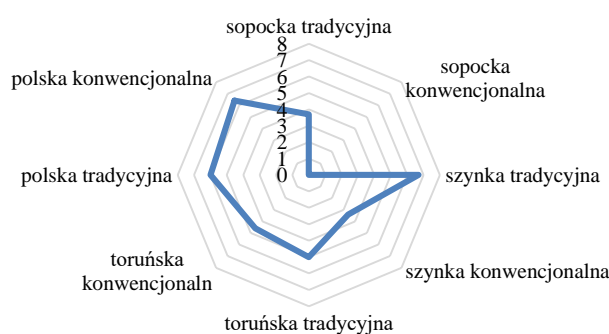
*Źródło: Opracowanie własne.*

Badane produkty pod względem organoleptycznym były zgodne z wymaganiami wyżej wymienionej normy. Wyroby tradycyjne nie różnią się istotnie od wyrobów konwencjonalnych pod względem wyglądu, struktury, barwy. Wszystkie badane

produkty były wolne od obcych zapachów, czy smaków. Jakość sensoryczna definiowana jako zgodność z wymaganiami normy, zarówno w przypadku wędlin tradycyjnych jak i konwencjonalnych została oceniona bardzo dobrze.

### 3.4. Wyniki eksperckiej analizy sensorycznej

Wyniki profilowania smakowitości przedstawiono w formie graficznej (rys.33). Smakowitość produktów przy pomocy analizy jakościowej charakteryzuje się na postawie: składników smakowitości, natężenia poszczególnych składników oraz całkowitej smakowitości.<sup>182</sup>



**Rys. 33.** Intensywność (nateżenie) smaku słonego.

*Źródło: Opracowanie własne.*

Według wyników badania przeprowadzonego przez grupę ekspertów najbardziej wyczuwalnym smakiem był smak słony (rys. 33). Ten smak był najbardziej wyczuwalny w szynce tradycyjnej, nieco mniej intensywny był w kiełbasie polskiej konwencjonalnej, oraz polskiej tradycyjnej, za najmniej słoną natomiast uznano szynkę konwencjonalną. Najwyższe oraz najniższe wskazania ekspertów były zgodne z wynikami oznaczenia zawartości soli w produktach, które to oznaczenie zostało wykonane na kolejnych etapach tej pracy. Najwyższa zawartość soli znajdowała się w szynce tradycyjnej, najniższa w szynce konwencjonalnej. Kiełbasy toruńska tradycyjna, polska tradycyjna oraz polska konwencjonalna miały zbliżoną zawartość soli (0,60%, 0,56%, 0,59%), jednak słony smak najbardziej wyczuwalny był w kiełbasie polskiej konwencjonalnej.

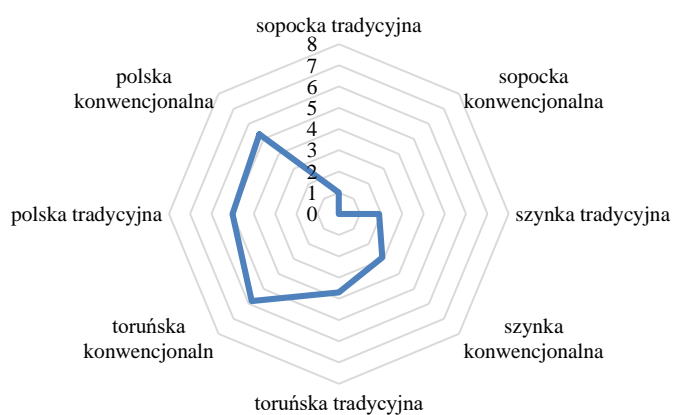
<sup>182</sup>Babicz-Zielińska E., Rybowska A., Obniska W., *Sensoryczna ocena jakości żywności*, Gdynia, 2009, s. 60-64



**Rys. 34.** Intensywność (natężenie) smaku słodkiego.

Źródło: Opracowanie własne.

Smak słodki (rys. 34) dominował w wyrobach konwencjonalnych. Najbardziej wyczuwalny był w szynce konwencjonalnej oraz kiełbasie toruńskiej konwencjonalnej. Mniej intensywnym smakiem słodkim charakteryzowały się wyroby tradycyjne.



**Rys. 35.** Intensywność (natężenie) smaku tłustego.

Źródło: Opracowanie własne.

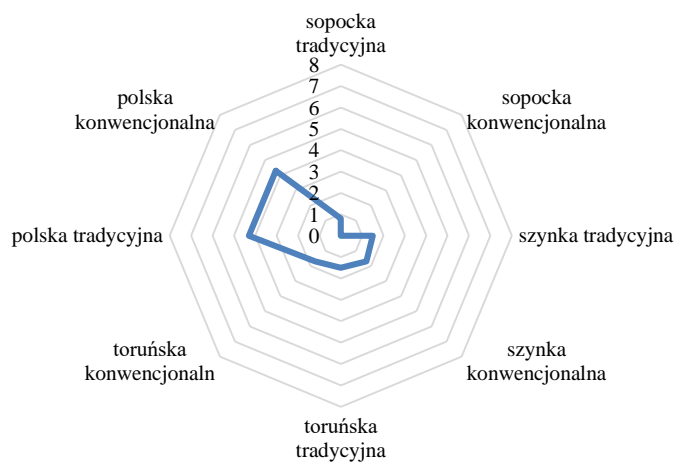
Smak tłuszczu (rys. 35) najintensywniej wyczuwalny był w kiełbasie toruńskiej konwencjonalnej, w której według badania zawartości tłuszczu, jego zawartość była również najwyższa (33%). Najmniej wyczuwalny smak tłuszczu był w schabach. Także ten fakt potwierdzają badania fizykochemiczne. Najniższą zawartością tłuszczu charakteryzowała się sopocka konwencjonalna (1%).



**Rys. 36.** Intensywność (natężenie) smaku kwaśnego.

Źródło: Opracowanie własne.

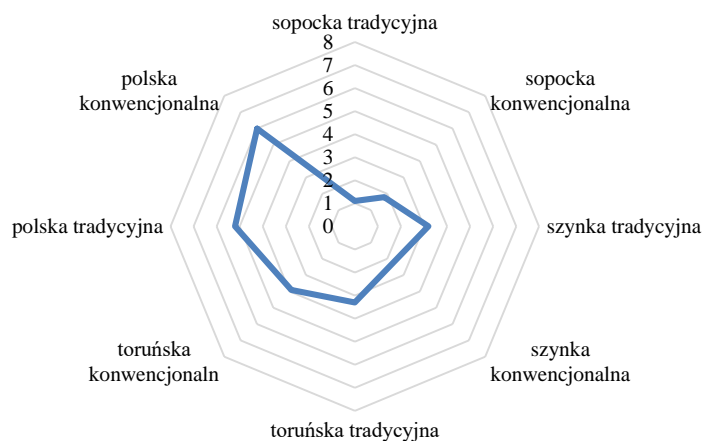
Smak kwaśny (rys. 36) podobnie jak smak inny (rys. 39.) były bardzo słabo wyczuwalne. Wartości, określające intensywność smaku kwaśnego, wskazane przez ekspertów, kształtowały się na podobnym poziomie. W kiełbasie polskiej zarówno tradycyjnej, jak i konwencjonalnej, smaki kwaśny i inny wyczuwalne były bardziej niż w wędzonkach, przy czym najmniej kwaśnym smakiem charakteryzowały się szynka i sopocka tradycyjne.



**Rys. 37.** Intensywność (natężenie) smaku pikantnego.

Źródło: Opracowanie własne.

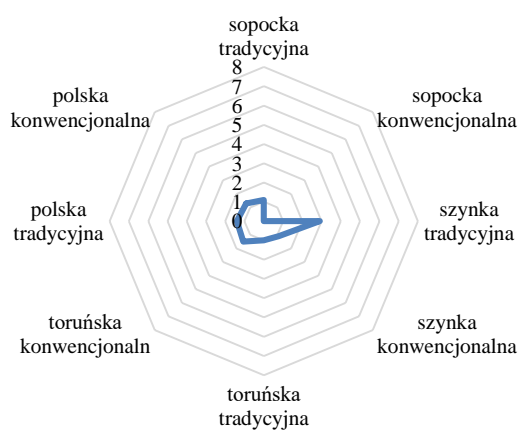
Smak pikantny wyczuwalny był w kiełbasie polskiej, w pozostałych wyrobach smak pikantny był mało intensywny (rys. 37). Sopocka tradycyjna oraz szynka tradycyjna charakteryzowały się najmniej pikantnym smakiem, wyroby konwencjonalne charakteryzowały się nieznacznie wyższą wyczuwalnością tej składowej smaku.



**Rys. 38.** Intensywność (natężenie) smaku przypraw.

Źródło: Opracowanie własne.

Kiełbasy, zarówno tradycyjne jak i konwencjonalne, wskazane zostały jako te posiadające intensywniejszy smak przypraw (rys. 38). Kiełbasa polska konwencjonalna posiadała zdecydowanie najbardziej intensywny smak przypraw. Także w toruńskiej konwencjonalnej smak przypraw był bardziej wyczuwalny. Wędzonki sopocka tradycyjna i sopocka konwencjonalna posiadały najmniej intensywny smak przypraw, natomiast szynki charakteryzowały się nieco bardziej wyczuwalnym smakiem przypraw.



**Rys. 39.** Intensywność (natężenie) względem smaku inny.

Źródło: Opracowanie własne.



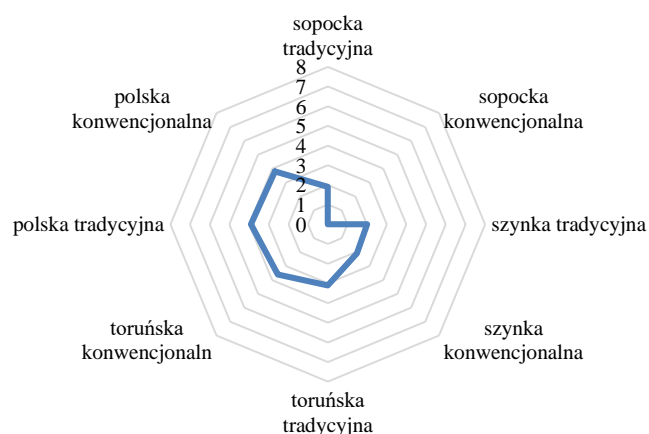
Smak inny (rys. 39) był bardzo słabo wyczuwalny. Wyjątek stanowiła szynka tradycyjna, która uzyskała najwięcej wskazań odnośnie innego smaku. Wyczuwany smak inny został scharakteryzowany jako smak wędzonki.



**Rys. 40.** Intensywność (natężenie) zapachu przypraw.

Źródło: Opracowanie własne.

Najintensywniej zapach przypraw (rys. 40) był wyczuwalny w kiełbasie polskiej tradycyjnej oraz polskiej konwencjonalnej, najmniej intensywnym zapachem przypraw odznaczały się wędzonka sopocka konwencjonalna oraz sopocka tradycyjna.



**Rys 41.** Intensywność (natężenie) zapachu tłuszczu.

Źródło: Opracowanie własne.

Zapach tłuszczu (rys. 41) najbardziej wyczuwalny był w kiełbasach, a mniej w wędlinach, co posiada swoje uzasadnienie w zawartości tego składnika w produktach.

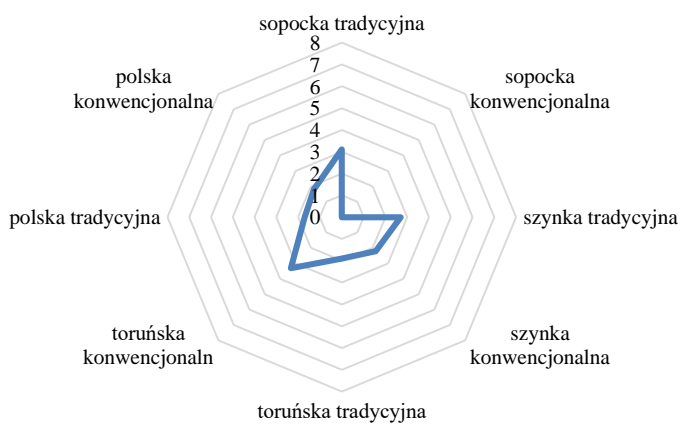
Najmniejsza zawartością tłuszczu charakteryzowała się sopocka konwencjonalna i w tym wyrobie zapach tłuszczu był najmniej intensywny.



**Rys 42.** Intensywność (natężenie) zapachu podrobów.

*Źródło: Opracowanie własne.*

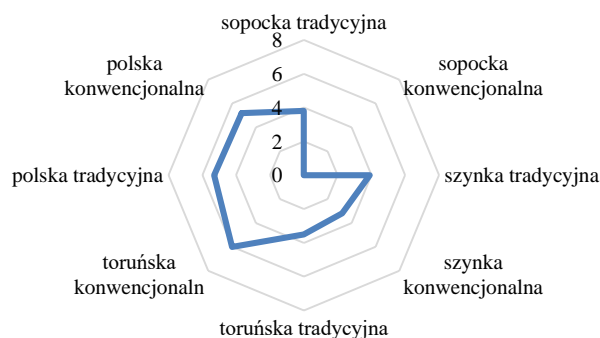
Najmniej wyczuwalnym zapachem był zapach podrobów (rys. 42). Zapach był bardzo słabo wyczuwalny w sopockiej tradycyjnej, bardziej intensywny w szynce konwencjonalnej.



**Rys 43.** Intensywność (natężenie) zapachu innego.

*Źródło: Opracowanie własne.*

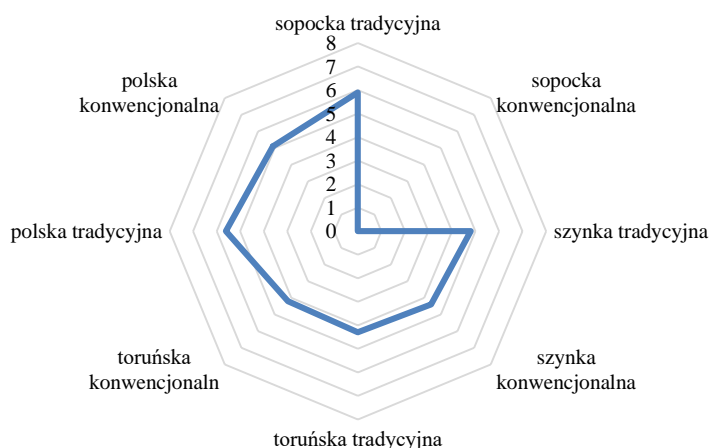
Zapach inny (rys. 43) najbardziej wyczuwalny był w kiełbasie toruńskiej konwencjonalnej oraz w sopockiej tradycyjnej. Jednakże zapach te różniły się od siebie. W kiełbasie toruńskiej był to zapach mydlany, natomiast w sopockiej zapach inny to zapach wędzonki.



**Rys. 44.** Intensywność (natężenie) rozdrobnienia tkanki mięsnej.

*Źródło: Opracowanie własne.*

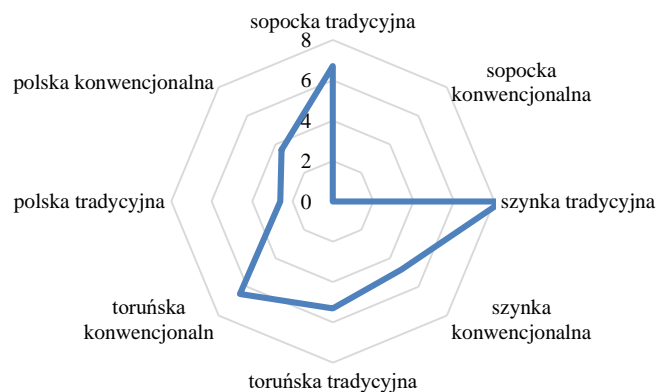
Najbardziej rozdrobniona tkanka mięsna (rys. 44) była w kiełbasie toruńskiej konwencjonalnej. Rozdrobnienie tkanki mięsnej w pozostałych kiełbasach był na podobnym poziomie. To samo dotyczy wędzonek, te również nie odbiegały znacznie od siebie pod względem rozdrobnienia.



**Rys. 45.** Intensywność (natężenie) soczystości.

*Źródło: Opracowanie własne.*

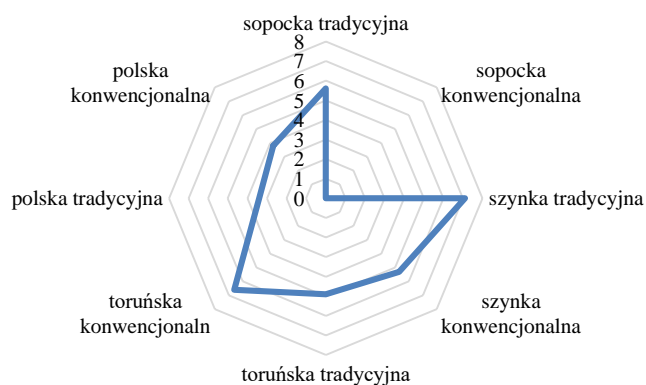
Soczystość to jeden z parametrów tekstury wędliny, od której zależy jakość sensoryczna. Jest to ważny parametr, który biorą pod uwagę konsumenci dokonując decyzji nabywczych produktów spożywczych. Najbardziej soczystą wędzonką (rys. 45) była sopocka tradycyjna, następnie szynka tradycyjna, szynka konwencjonalna, najmniej soczysta była sopocka konwencjonalna. Z kiełbas natomiast za najbardziej soczystą uznana przez ekspertów została polska tradycyjna, najmniej soczystą kiełbasą była toruńska konwencjonalna.



**Rys. 46.** Intensywność (natężenie) zwężłości.

Źródło: Opracowanie własne.

Wędzonki charakteryzowały się większą zwężnością niż kiełbasy (rys. 46). Najbardziej zwężłe okazały się wyroby tradycyjne. Natomiast wśród kiełbas najbardziej zwężła była toruńska konwencjonalna, a najmniej zwężła polska tradycyjna.



**Rys. 47.** Intensywność (natężenie) gładkości.

Źródło: Opracowanie własne.

Według ekspertów największą gładkością wśród wędzonek (rys. 47) charakteryzowała się szynka tradycyjna, najmniejszą zaś szynka konwencjonalna. Z kiełbas natomiast najgładszą była toruńska konwencjonalna, najmniejszą gładkością odznaczała się kiełbasa polska tradycyjna.

Najbardziej słonym wyrobem była szynka tradycyjna, najmniej szynka konwencjonalna. Smak słony jest charakterystyczny dla wyrobów tradycyjnych, które na pierwszym etapie produkcji są moczone kilka dni w zazwyczaj solance. Wyniki eksperckiej analizy sensorycznej były zgodne z wynikami oznaczenia zawartości soli

w wyrobach. Szynce tradycyjnej przypisano również smak inny – smak wędzenia, który również wynika ze specyficznego procesu produkcyjnego. Wyroby konwencjonalne charakteryzował smak słodki. Smaki kwaśny i tłusty oraz zapach tłuszczu dominowały w kiełbasach, zaś smak pikantny i przypraw oraz zapach przypraw w kiełbasie polskiej, która wyróżnia się tym, że jest bardziej doprawiona niż inne rodzaje kiełbas. Zapach inny (mydlany) był najbardziej wyczuwalny w kiełbasie toruńskiej konwencjonalnej, może to świadczyć o wątpliwej świeżości wyrobu. Kiełbasa konwencjonalna toruńska była najbardziej rozdrobniona, co wynika z procesu produkcyjnego kiełbas masowo wytwarzanych, zazwyczaj zawartość mięsa w nich jest niższa, w zamian stosowane są wypełniacze i woda. Wyroby tradycyjne charakteryzowały się większą soczystością oraz gładkością, co również wynikać może z procesu produkcyjnego – zanurzenie w solance, wędzenie.

Wyniki profilowania sensorycznego wędzonek poddano analizie statystycznej. Dla podstawowych wyróżników smaku, zapachu oraz tekstury produktów tradycyjnych oraz konwencjonalnych obliczono średnią, odchylenie standardowe oraz przeprowadzono test Kruskala-Wallisa (tab. 34, tab. 35).

**Tabela 34.** Profil sensoryczny wędzonek – podstawowe miary statystyczne i wyniki testu Kruskala-Wallisa

produkt	smak													
	słony		słodki		tłuszczu		kwaśny		pikantny		przypraw		inny	
	$\bar{X}$	S <sub>a</sub>	$\bar{X}$	S <sub>a</sub>	$\bar{X}$	S <sub>a</sub>	$\bar{X}$	S <sub>a</sub>	$\bar{X}$	S <sub>a</sub>	$\bar{X}$	S <sub>a</sub>	$\bar{X}$	S <sub>a</sub>
sopocka tradycyjna	2,70	1,42	1,56	1,42	1,00	1,15	1,20	1,14	0,60	0,52	1,10	0,99	0,11	0,33
sopocka konwencjonalna	4,20	1,55	3,40	1,17	1,20	1,03	1,30	0,82	1,00	0,94	1,40	1,17	0,30	0,48
szynka tradycyjna	7,22	1,79	1,90	1,66	1,30	1,25	1,50	1,69	1,50	1,43	3,20	2,15	1,56	2,46
szynka konwencjonalna	3,78	1,92	3,78	2,17	2,50	1,93	1,56	1,24	1,89	1,54	1,93	1,50	0,80	1,14
wynik testu	P													
	0,000		0,013		0,112		0,915		0,102		0,017		0,124	

Źródło: Opracowanie własne.

**Tabela 35.** Profil sensoryczny wędzonek – podstawowe miary statystyczne i wyniki testu Kruskala-Wallisa (c.d.)

produkt	zapach								rozdrobienie		soczystość		zwięzłość		gładkość	
	przypraw		tłuszczu		podrobów		inny		$\bar{X}$	$S_d$	$\bar{X}$	$S_d$	$\bar{X}$	$S_d$	$\bar{X}$	$S_d$
	$\bar{X}$	$S_d$	$\bar{X}$	$S_d$	$\bar{X}$	$S_d$	$\bar{X}$	$S_d$								
sopocka tradycyjna	2,30	2,45	1,33	1,87	0,70	0,67	0,40	0,52	3,80	3,65	5,10	3,18	6,70	2,06	6,00	1,87
sopocka konwencjonalna	1,78	1,20	1,20	1,03	1,40	0,97	1,30	1,64	2,90	3,18	4,30	2,36	5,80	2,30	6,40	2,80
szynka tradycyjna	3,40	1,65	2,00	2,62	0,80	0,92	0,30	0,95	3,00	2,79	4,60	1,96	9,00	0,87	7,10	2,60
szynka konwencjonalna	3,60	2,01	1,33	1,41	1,89	1,96	0,25	0,46	2,40	2,22	3,40	1,26	4,80	1,87	5,30	2,36
wynik testu F	P															
	0,158		0,822		0,131		0,101		0,773		0,414		0,000		0,477	

Źródło: Opracowanie własne.

Test Kruskala-Wallisa wykazał, że istotnie statystycznie różnicowanie występuje tylko w przypadku smaku słonego, smaku słodkiego, smaku przypraw i zwięzłości ( $p < 0,05$ ). Wartości średniej wskazują, że smak słony i zwięzłość szynki tradycyjnej oceniono wyżej, niż pozostałych produktów. Zwięzłość sopockiej tradycyjnej oceniono wyżej niż sopockiej konwencjonalnej i szynki konwencjonalnej. Również smak przypraw szynki tradycyjnej oceniono wyżej, niż pozostałych produktów, zaś zwięzłość sopockiej konwencjonalnej oceniono wyżej niż szynki konwencjonalnej, tak jak w przypadku smaku słodkiego, który został oceniony wyżej w produktach konwencjonalnych, niż w szynce tradycyjnej.

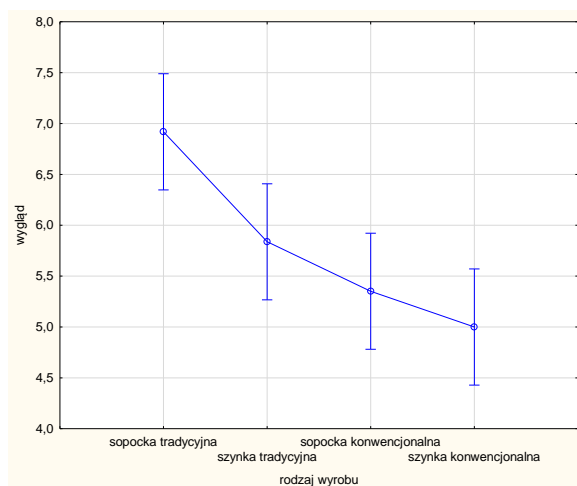
### 3.5. Badanie akceptacji konsumenckiej

Respondenci dokonali oceny sensorycznej wybranych wędzonek tradycyjnych i odpowiadającym im wędzonek konwencjonalnych. W tabeli 36 przedstawiono wyniki tej oceny. Respondenci zostali poproszeni o spróbowanie zakodowanych próbek wędlin oraz przyznanie ocen w zakresie wyglądu, barwy, smaku, zapachu, konsystencji oraz ogólnej pożądalności wyrobów. Najwyższe noty otrzymały wyroby tradycyjne: sopocka tradycyjna oraz szynka tradycyjna (tabela 37, rys. 48-52).

**Tabela 36.** Wyniki afektywnej oceny sensorycznej szynek – podstawowe miary statystyczne i wyniki analizy wariancji

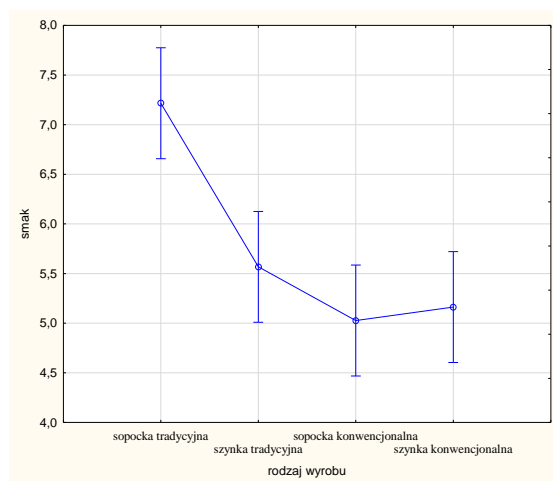
Produkt	n	wygląd		barwa		smak		zapach		konsystencja		ogólne wrażenie	
sopocka tradycyjna	37	6,92b	1,30	6,73b	1,45	7,22b	1,49	6,95b	1,60	7,08b	1,61	7,08b	1,36
szynka tradycyjna	37	5,84a	1,79	5,78ab	1,75	5,57a	1,91	5,68a	1,60	5,35a	1,60	5,57a	1,69
sopocka konwencjonalna	37	5,35a	2,18	5,05a	2,07	5,03a	1,86	4,70a	2,00	4,84a	2,03	4,95a	1,93
szynka konwencjonalna	37	5,00a	1,65	4,97a	1,64	5,16a	1,57	5,22a	1,95	5,35a	1,77	5,05a	1,73
wyniki testu F	P												
		0,000		0,000		0,000		0,000		0,000		0,000	

Źródło: Opracowanie własne.



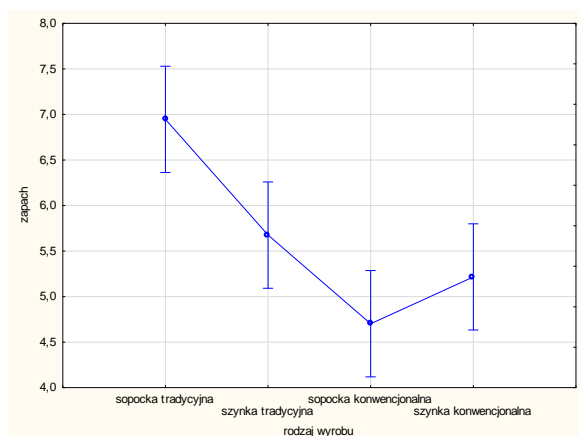
**Rys. 48.** Ocena wyglądu w zależności od rodzaju wyrobu.

Źródło: Opracowanie własne.



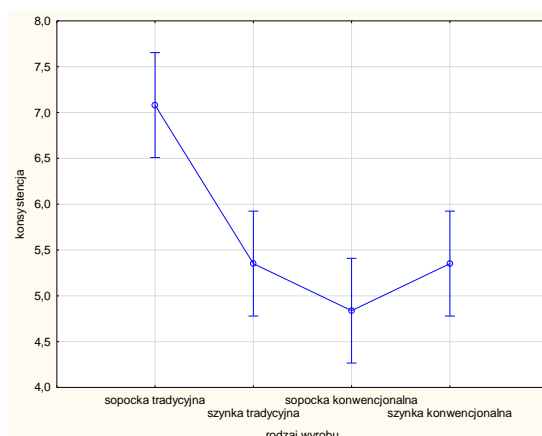
**Rys. 49.** Ocena smaku w zależności od rodzaju wyrobu.

Źródło: Opracowanie własne.



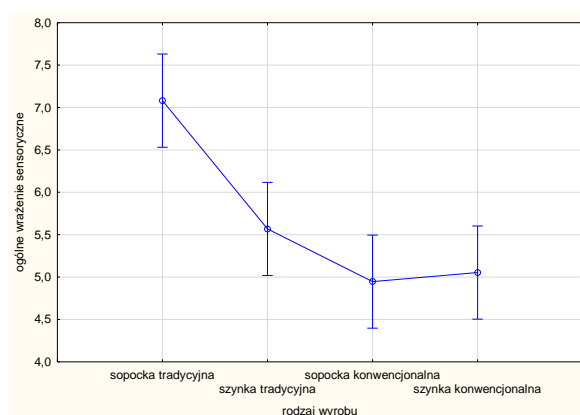
**Rys. 50.** Ocena zapachu w zależności od rodzaju wyrobu.

Źródło: Opracowanie własne.



**Rys. 51.** Ocena konsystencji w zależności od rodzaju wyrobu.

Źródło: Opracowanie własne.



**Rys. 52.** Ocena ogólnego wrażenia w zależności od rodzaju wyrobu.

Źródło: Opracowanie własne.

Test Fishera-Snedecora wykazał, że istotne statystycznie zróżnicowanie występuje w przypadku wszystkich ocenianych cech ( $p < 0,05$ ). Natomiast wyniki testu HSD wskazują, że wygląd, barwę, smak, zapach, konsystencje i ogólne wrażenie sopockiej tradycyjnej oceniono wyżej niż pozostałych produktów. Po analizie wyników testu HSD Tukey'a można stwierdzić, iż między pozostałymi produktami brak jest istotnych różnic.

Podobnej ocenie zostały poddane również kiełbasy tradycyjne oraz odpowiadające im kiełbasy konwencjonalne: toruńska i polska.

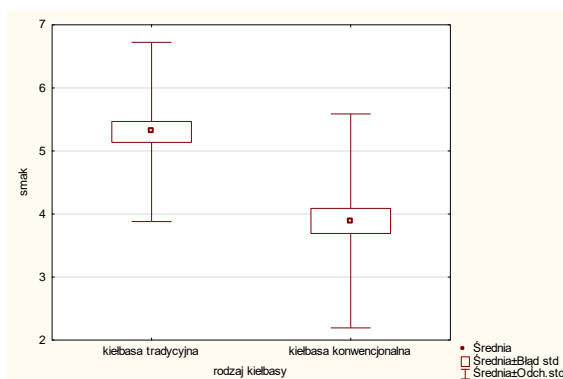


**Tabela 37.** Wyniki afektywnej oceny sensorycznej kiełbas – podstawowe miary statystyczne i wyniki analizy wariancji

produkt	n	wygląd		smak		zapach		konsystencja	
		$\bar{X}$	S <sub>d</sub>	$\bar{X}$	S <sub>d</sub>	$\bar{X}$	S <sub>d</sub>	$\bar{X}$	S <sub>d</sub>
kiełbasa tradycyjna	73	4,96	1,66	5,30	1,42	5,21	1,55	4,86	1,58
kiełbasa konwencjonalna	73	4,59	1,69	3,89	1,70	4,32	1,73	4,12	1,72
wyniki testu F	P								
	0,185		0,000		0,001		0,008		

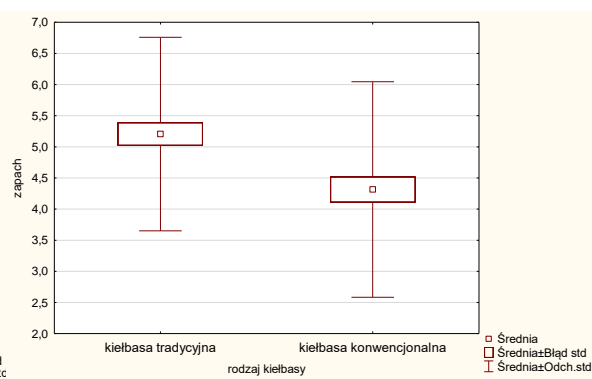
Źródło: Opracowanie własne.

Test Fishera-Snedecora wykazał, że istotne statystycznie zróżnicowanie występuje w przypadku smaku, zapachu i konsystencji ( $p < 0,05$ ). Natomiast wartości średniej wskazują, że smak zapach i konsystencję kiełbasy tradycyjnej oceniono wyżej niż kiełbasy konwencjonalnej (rys. 53, 54).



**Rys. 53.** Ocena smaku w zależności od rodzaju kiełbasy.

Źródło: Opracowanie własne.



**Rys. 54.** Ocena zapachu w zależności od rodzaju kiełbasy.

Źródło: Opracowanie własne.

W przeprowadzonym badaniu akceptacji konsumenckiej respondenci wyraźnie określali swoje preferencje nadając im wymierny wyraz poprzez mierzalną punktację. Charakterystyka określająca podstawowe wyróżniki w zakresie wyglądu, barwy, smaku, zapachu oraz konsystencji była swobodnie określana i jednoznacznie wskazywała na wybór produktów tradycyjnych. Używanie prostych kryteriów w sposób istotny pozwoliło na wskazanie przez respondentów ich preferencji. Najwyżej ocenione wędzonki, z uwzględnieniem każdego z kryteriów, to sopocka oraz szynka tradycyjne. Natomiast wśród kiełbas zwłaszcza smak oraz zapach wyrobów tradycyjnych został oceniony wyżej niż konwencjonalnych.

### 3.6. Badania fizyko-chemiczne wybranych wędlin tradycyjnych oraz konwencjonalnych odpowiedników

Rezultat badań przedstawiono przede wszystkim w formie graficznej, poszczególne wyniki umieszczono również w tabelach dla przejrzystości opracowania.

#### 3.6.1. Ocena parametrów barwy

W tabeli 38 przedstawiono średnie wartości oraz odchylenie standardowe barwy wędlin tradycyjnych i konwencjonalnych. Z danych wynika, iż zarówno wędliny tradycyjne, jak i konwencjonalne charakteryzowały się podobnymi wartościami z zakresu jasności barwy. Najjaśniejszym z badanych wyrobów był schab konwencjonalny, najmniej jasną barwą natomiast odznaczała się szynka tradycyjna. Niska wartość odchylenia standardowego wskazuje, iż przedstawione średnie arytmetyczne trafnie odzwierciedlają otrzymane wyniki pomiarów.

**Tabela 38.** Średnie wartości oraz odchylenie standardowe parametrów barwy wędlin tradycyjnych i konwencjonalnych.

produkt	L*	odchylenie standardowe	a*	odchylenie standardowe	b*	odchylenie standardowe
szynka tradycyjna	54,5	4,5	13,1	2,4	7,4	0,7
schab tradycyjny	67,2	2,1	8,3	0,3	6,6	0,4
szynka konwencjonalna	69,2	1,7	7,8	0,6	7,9	0,6
schab konwencjonalny	69,4	3,2	4,4	1,3	6,9	0,6

*Źródło: Opracowanie własne.*

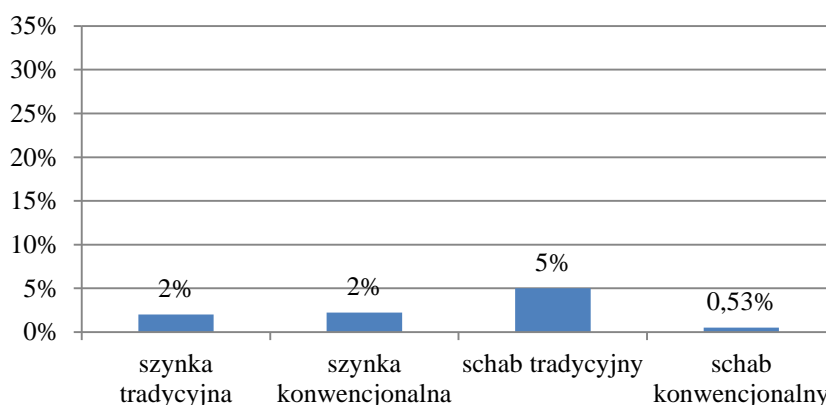
Pozostałe parametry wskazywały na udział barw czerwonej oraz żółtej, które w badanych produktach były zróżnicowane. Największy udział czerwonej barwy (a\*) został oznaczony w szynce tradycyjnej, najmniejszy zaś udział tej barwy oznaczono w schabie konwencjonalnym. Podobne wnioski zostały sformułowane przez Kędziora, Halagardę i Pyrzyńską<sup>183</sup> – wędliny tradycyjne charakteryzują się wyższym udziałem barwy czerwonej niż odpowiadające im wędliny konwencjonalne. Z kolei największym nasyceniem barwy żółtej (b\*) charakteryzowała się szynka konwencjonalna, najmniejszą

<sup>183</sup>Kędzior W., Halagarda M., Pyrzyńska E., Jakość wędlin tradycyjnych, Zeszyty Naukowe Akademii Morskiej w Gdyni, 2014, nr 86, s. 242

– schab tradycyjny. Różnica barw między szynką tradycyjną, a szynką konwencjonalną jest wyraźnie widoczna ( $\Delta E=15,78$ ). Z dostrzeżeniem tej różnicy poradzi sobie nawet zwykły konsument. Natomiast wprawny obserwator będzie potrzebny, by rozróżnić barwę w sopockiej tradycyjnej i konwencjonalnej ( $\Delta E=3,9$ ).

### 3.6.2. Ocena zawartości tłuszczu

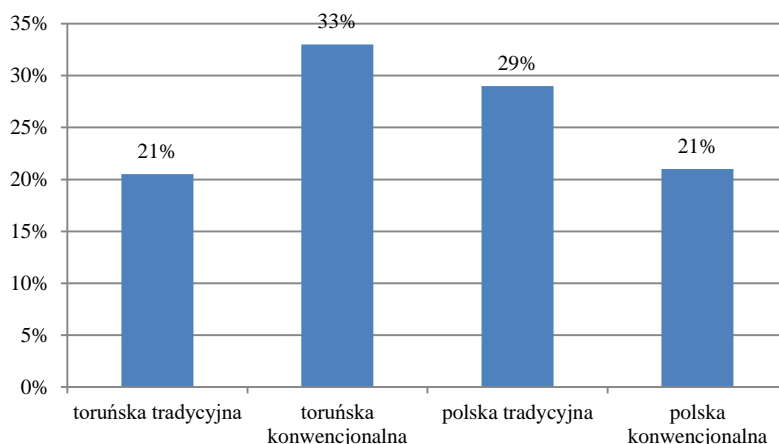
Na rysunkach poniżej przedstawiono wyniki uzyskane w badaniu wędzonek i kiełbas tradycyjnych oraz wyrobów konwencjonalnych (rys. 55, 56).



**Rys. 55.** Zawartość tłuszczu w wędlinach tradycyjnych i konwencjonalnych.

*Źródło: Opracowanie własne.*

Z przedstawionych na wykresie (rys.55) danych wynika, iż szynki zarówno tradycyjna, jak i konwencjonalna charakteryzowały się taką samą zawartością tłuszczu. Schab tradycyjny różnił się od konwencjonalnego i zawierał większą ilość tłuszczu w stosunku do konwencjonalnego o 4 punkty procentowe.



**Rys. 56.** Zawartość tłuszczu w kiełbasach tradycyjnych i konwencjonalnych.

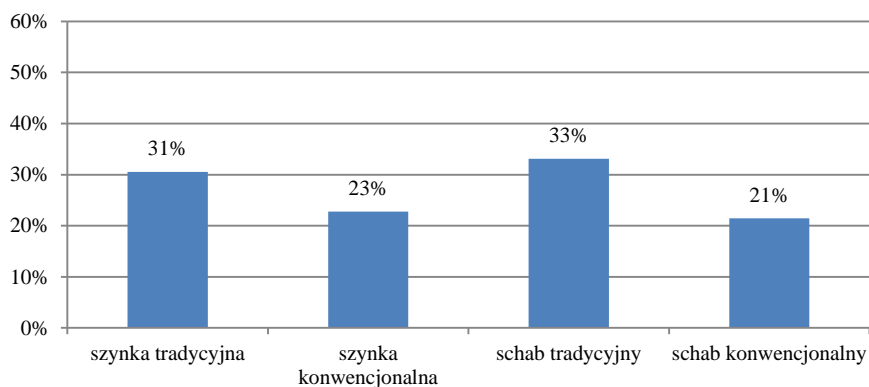
*Źródło: Opracowanie własne.*

Również kielbasa polska tradycyjna charakteryzowała się większą zawartością tłuszczu niż jej konwencjonalny odpowiednik. Z kolei kielbasa toruńska tradycyjna posiadała dużo mniejszą ilość tłuszczu, niż kielbasa toruńska konwencjonalna (rys.56). Wędliny tradycyjne badane przez Garbowską, Radzywińską oraz Jakubowską również zawierały więcej tłuszczu, niż wędliny konwencjonalne. Różnica zawartości tłuszczu w tych produktach wynosiła aż 12 punktów procentowych.<sup>184</sup> Analiza średniej zawartości tłuszczu, przy pomocy Testu t studenta dla prób zależnych wykazała, że wartości średniej zawartości tłuszczu nie różniły się od siebie w sposób istotny ( $t = -0,156684$   $p = 0,879918$ ).

### 3.6.3. Ocena zawartości wody

Woda jest jednym z głównych składników mięsa i stanowi aż ok. 75% jego masy.<sup>185</sup> Czynnikiem, który wpływa na jakość mięsa, jest zdolność mięsa do wiązania wody. Wodochłonność odgrywa ważną rolę w kształtowaniu takich parametrów mięsa, jak soczystość czy kruchość.<sup>186</sup> Na soczystość składa się wiele czynników, jednym z najważniejszych jest stosunek wody wolnej do związanej w mięsie, gdyż mięso o dobrej wodochłonności, charakteryzuje się dobrą soczystością.<sup>187</sup>

Oznaczanie zawartości wody w wędlinach i kielbasach wykonano metodą suszarkową.



**Rys. 57.** Zawartość wody w wędzonkach tradycyjnych i konwencjonalnych.

Źródło: Opracowanie własne.

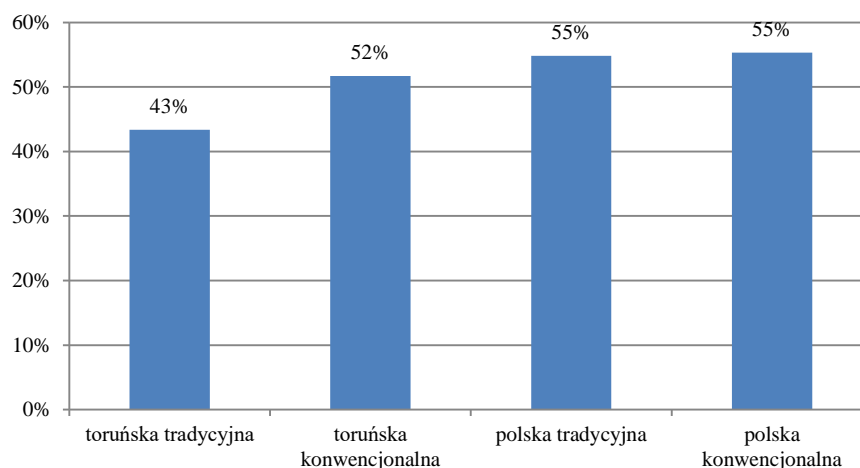
<sup>184</sup>Garbowska B., Radzywińska M., Jakubowska D., Influence of the Origin on Selected Determinants of the Quality of Pork Meat Products, Czech Journal of Food Science, 2013, Vol. 31, No. 6, s. 549.

<sup>185</sup>Dolatowski Z., Twarda J., Rola wody w mięsie, Mięso i wędliny 8, 2002 s. 32

<sup>186</sup>Modzelewska-Kapituła M., Cierach M., Wykorzystanie komputerowej analizy obrazu do oznaczania zawartości wody wolnej w mięsie metodą Graua-Hamma – wpływ wielkości nacisku i czasu na wynik oznaczenia, Inżynieria Przetwórstwa Spożywczego, 2012, ¼, s. 24

<sup>187</sup>Pezacki W., Technologia mięsa, Wydawnictwo Naukowo-Techniczne, Warszawa, 1981, s. 165

W szynce tradycyjnej zawartość wody wynosiła 31% (rys. 57) i była o około 8 punktów procentowych wyższa niż w konwencjonalnej, co sprawiło, że szynka tradycyjna była bardziej soczysta. Wyniki oznaczenia zawartości wody znalazły potwierdzenie w analizie organoleptycznej przeprowadzonej przez grupę ekspertów, według których wędliny tradycyjne były bardziej soczyste. Obie wartości zawartości wody były zgodne z wymaganiami normy.



**Rys. 58.** Zawartość wody w kiełbasach tradycyjnych i konwencjonalnych.

*Źródło: Opracowanie własne.*

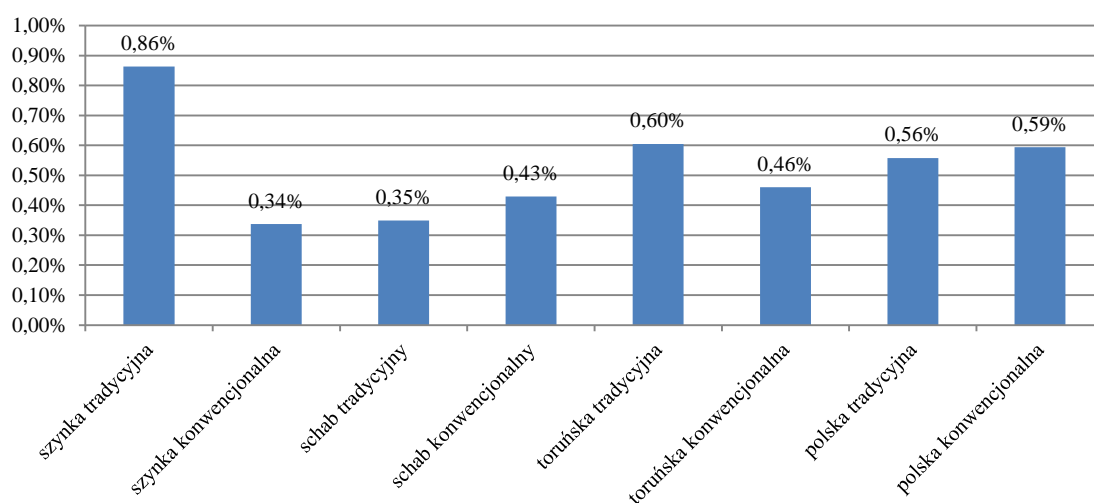
Podobnie, jak w przypadku szynki, również w schabie tradycyjnym zawartość wody była wyższa (33,09%) niż w schabie konwencjonalnym (21%). Im niższa zawartość wody, tym mniejsza jest również kruchość wędliny. Podobnie eksperci w badaniu sensorycznej oceny opisanym wcześniej, stwierdzili, iż schab konwencjonalny jest bardziej soczysty, niż ten konwencjonalny.

W kiełbasie toruńskiej tradycyjnej zawartość wody wyniosła 43%, natomiast w konwencjonalnej ta wartość była wyższa i wyniosła 52%. Obie wartości były zgodne z normą. Kiełbasa polska tradycyjna i konwencjonalna miały podobną zawartość wody, ok. 55%. Mimo podobnej zawartości wody, w ocenie ekspertów polska tradycyjna charakteryzowała się większą soczystością.

Analiza średniej zawartości suchej masy przy pomocy testu t-Studenta dla prób zależnych wykazała, że wartości średniej zawartości wody nie różnią się od siebie w sposób istotny ( $t = 0,876233$   $p=0,409963$ ).

### 3.6.4. Ocena zawartości soli

Najstarszą i najpowszechniejszą metodą utrwalania mięsa jest solenie. Chlorek sodu wykazuje działanie bakteriostatyczne, dzięki czemu woda potrzebna do rozwoju bakterii zostaje związana przez jony soli. W zależności od stężenia roztworu soli możliwa jest konserwacja mięsa, to znaczy zwiększa się jego trwałość mikrobiologiczna.<sup>188</sup> Poza właściwościami konserwującymi, sól kuchenna ma wiele zastosowań w przetwórstwie mięsnym. Nadaje odpowiednie walory smakowe, zapachowe, poprawia właściwości żelujące, czy emulgujące.



**Rys. 59.** Porównanie zawartość soli w wędlinach tradycyjnych i konwencjonalnych.

Źródło: Opracowanie własne.

Zdecydowanie większą zawartością soli charakteryzowały się wyroby tradycyjne, ze względu na metodę wytwarzania, w której do konserwacji mięsa stosuje się właśnie sól. Najwyższą zawartość soli stwierdzono w szynce tradycyjnej, kielbasach tradycyjnych toruńskiej oraz polskiej. Z konwencjonalnych wyrobów porównywalne wartości zawartości soli znajdowały się w kielbasie polskiej. Najniższa zawartość soli znajdowała się natomiast w szynce konwencjonalnej. Podobnie w wynikach badań Costescu, wyroby tradycyjne charakteryzowały się wysoką zawartością soli.<sup>189</sup> Analiza średniej zawartości soli, przy pomocy testu t-Studenta dla prób zależnych wykazała jednak, że wartości średniej zawartości soli nie różnią się od siebie w sposób istotny ( $t=1,529151$   $p=0,170075$ ).

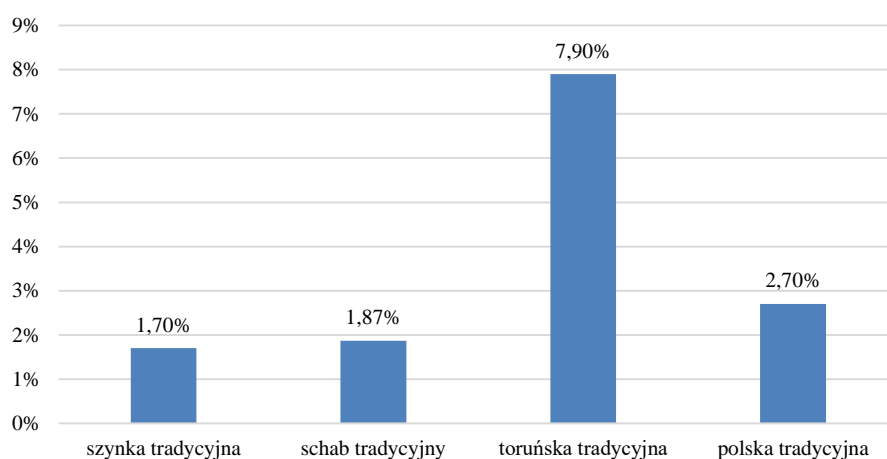
<sup>188</sup>Konieczny P., Pospiech E., Politowska I., Wpływ soli morskiej na wybrane właściwości frakcji tłuszczowej misa bydłęcego, *Żywność. Nauka. Technologia. Jakość*, 2005, 3 (44), s. 108 - 109

<sup>189</sup>Costescu C.I., The main physical-chemical characteristics of smoked ham, *Journal of Agroalimentary Processes and Technologies* 2015, 21(1), s. 7

### 3.6.5. Ocena zawartości białka

Białko, a właściwie struktury dwóch składników białkowych mięśnia - białek śródmięśniowej tkanki łącznej i białek miofibryli, ma wpływ na kształtowanie kruchości produktów wędliniarskich. Kruchość natomiast jest parametrem, który w dużej mierze kształtuje jakość wędliny i jest tym samym naistotniejszą cechą jakościową oceny organoleptycznej, dokonywanej przez konsumentów.<sup>190</sup>

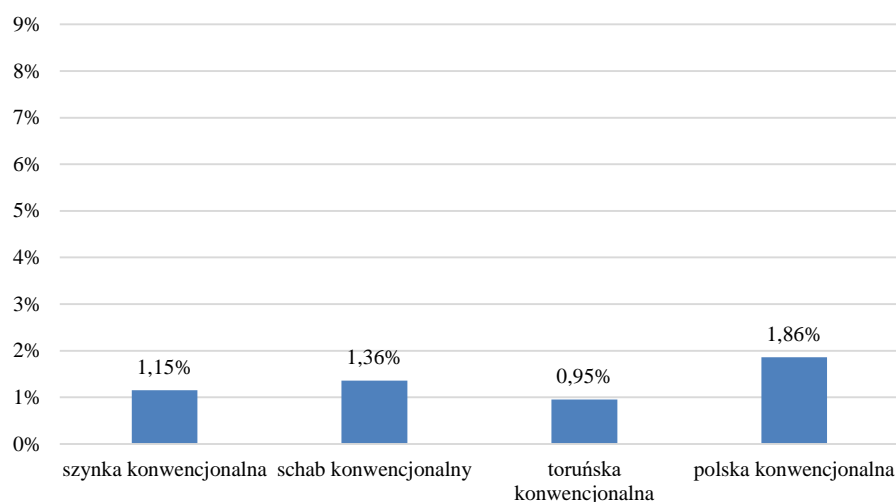
Ilość białka w badanych wyrobach była różna. Parametry zmieniały się w zależności od rodzaju wędliny, a także w zależności od tego czy był to produkt tradycyjny czy konwencjonalny (rys. 60). Badane produkty tradycyjne zawierały minimalnie więcej białka. Różnice były niewielkie, jednakże wpływały na percepcję konsumenta, co znalazło potwierdzenie nie tylko w badaniach organoleptycznych eksperckich, ale także w badaniu akceptacji konsumenckiej.



**Rys. 60.** Porównanie zawartość białka w wędzonkach tradycyjnych i konwencjonalnych.

*Źródło: Opracowanie własne.*

<sup>190</sup>Kończak T., Jakość wołowiny, Żywność. Nauka. Technologia. Jakość., 2008, 1(56), s. 11



**Rys. 61.** Porównanie zawartości białka w kiełbasach tradycyjnych i konwencjonalnych.

Źródło: Opracowanie własne.

Analiza średniej zawartości białka, przy pomocy testu t-Studenta dla prób zależnych wykazała, że wartości średniej zawartości białka nie różnią się od siebie w sposób istotny ( $t=1,383028$   $p=0,209161$ ). Wyiki te nie potwierdziły zależności stwierdzonych przez innych autorów. W badaniach Kędziora, Hałagardy i Pyrzyńskiej<sup>191</sup> wyroby tradycyjne zawierały istotnie wyższe parametry składające się na wartość odżywczą, w tym wyższą zawartością białka.

### 3.6.6. Ocena zawartości azotanów III

Azotany III w wyrobach wędliniarskich spełniają szereg różnych funkcji, począwszy od nadawania mięsu barwy (od różowej po odcienie czerwonego), poprzez utrwalenie i poprawę walorów smakowych, aż w końcu po przedłużenie trwałości. Natomiast dzięki swemu bakteriobójczemu oddziaływaniu, azotyny posiadają także właściwość hamowania wzrostu bakterii jadu kiełbasianego.<sup>192</sup> Im jest większa ilość soli peklującej użyta do przygotowania wędlin, tym wyższa jest zawartość pozostałych azotynów. Kędzior<sup>193</sup> wskazywał, iż niska pozostałość azotanów III wyrobach tradycyjnych świadczy o optymalnym użyciu soli peklujących.

<sup>191</sup>Kędzior W., Hałagarda M., Pyrzyńska E., Jakość wędlin tradycyjnych, Zeszyty Naukowe Akademii Morskiej w Gdyni, 2014, nr 86, s. 242

<sup>192</sup>Mroczek J., Słowiński M., Peklowanie mięsa – technologia, korzyści i zagrożenia, „Mięso i Wędliny” 1997, nr 6, s. 34

<sup>193</sup>Kędzior W., Hałagarda M., Pyrzyńska E., Jakość wędlin tradycyjnych, Zeszyty Naukowe Akademii Morskiej w Gdyni, 2014, nr 86, s. 242



Wyniki oznaczenia zawartości azotanów III w wyrobach wędliniarskich tradycyjnych oraz konwencjonalnych przedstawiono w tabeli 40. Uzyskane wyniki wskazują, iż wartości mieszczą się w dozwolonych prawem przepisach (Rozporządzenie Komisji (UE) nr 1129/2011 z dnia 11 listopada 2011 r. zmieniające załącznik II do rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (WE) nr 1333/2008 poprzez ustanowienie unijnego wykazu dodatków do żywności).<sup>194</sup>

**Tabela 40.** Średnia zawartość azotanów III w wędlinach tradycyjnych i konwencjonalnych.

produkt	zawartość NaNO <sub>2</sub> [mg/kg]
szynka tradycyjna	29,05
szynka konwencjonalna	21,51
schab tradycyjny	12,56
schab konwencjonalny	31,60

*Źródło: Opracowanie własne.*

Z podanych wyżej danych wynika, iż schab konwencjonalny charakteryzował się największą zawartością azotanów III, najmniejszą zaś zawartość azotanów III posiadał schab tradycyjny. Podobne wyniki uzyskali w swoich badaniach Kędzior i Machnik<sup>195</sup>, zawartość azotanów III we wszystkich badanych przez nich produktach mieściła się w dopuszczalnych granicach, jednakże w połędwicy sopockiej stwierdzono najniższą ich wartość.

Na podstawie przeprowadzonych oznaczeń zawartości soli, tłuszczu, wody, białka, azotanów III oraz oznaczenia barwy wyrobów tradycyjnych i regionalnych oraz odpowiadających im produktów konwencjonalnych, można stwierdzić, iż parametry porównywanych produktów nie odbiegały od siebie w sposób znaczący. Jakość fizykochemiczna odpowiadających sobie wyrobów była podobna.

Produkty tradycyjne i regionalne od produktów konwencjonalnych różnią się jakością sensoryczną, co zostało wykazane w badaniu akceptacji konsumenckiej oraz w eksperckiej analizie sensorycznej.

<sup>194</sup>Rozporządzenie Komisji (UE) nr 1129/2011 z dnia 11 listopada 2011 r. zmieniające załącznik II do rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (WE) nr 1333/2008 poprzez ustanowienie unijnego wykazu dodatków do żywności (DZ. Urz. UE L 295/1 z 12.11.2011)

<sup>195</sup>Kędzior W., Machnik D., „Badanie i ocena zawartości azotanów i azotanów oraz fosforu w wędlinach”, Zeszyty Naukowe nr 583 Akademii Ekonomicznej w Krakowie, 2002, s. 38

## **Podsumowanie i wnioski**

W rozprawie podjęto się określenia czynników, które mogą mieć wpływ na rozwój lokalnego rynku produktów tradycyjnych i regionalnych, a tym samym mogą przyczynić się do wzrostu asortymentu tych produktów oraz do wzrostu zainteresowania nimi.

Badania prowadzono zarówno wśród producentów, jak i konsumentów. Te wykonane wśród producentów wykazały, iż mają oni korzystne doświadczenia z wytwarzaniem oraz zbywaniem produktów tradycyjnych i regionalnych. Opinia producentów na temat żywności tradycyjnej i regionalnej była zdecydowanie pozytywna (66,7%). Spełnienie oczekiwanych efektów związanych z wytwarzaniem produktów tradycyjnych i regionalnych zadeklarowało 93,3% badanych producentów. Do pomyślnych rezultatów zaliczali przede wszystkim zwiększenie sprzedaży (60%) oraz umożliwienie promocji poza regionem (40%). Stwierdzono, że producenci coraz chętniej biorą udział w systemach wyróżniania żywności. Wytwórcy, mimo trudnych procedur oraz wymagań uzyskania znaków żywności gwarantowanej jakości, nie mieli z tym problemów (73,3%) i chętnie decydowali się na zdobywanie oznaczeń.

Wykazano, iż konsumenci z powiatu starogardzkiego są zainteresowani żywnością tradycyjną i regionalną, przede wszystkim ze względu na jej sprawdzone źródłem pochodzenia (86%). Ponad 50 % ankietowanych zadeklarowało, że nabywa żywność tradycyjną i regionalną. Do najczęściej nabywanych produktów tradycyjnych i regionalnych należały wyroby przypisane do kategorii: wędliny, jaja, nabiał oraz warzywa i ich przetwory. Natomiast do czynników wpływających na podjęcie decyzji nabywczej o zakupie produktów tradycyjnych należały wysoka jakość tych wyrobów, tradycja wyniesiona z domu oraz chęć wspierania lokalnych producentów. Respondenci doceniali nade wszystko wysoką jakość produktów tradycyjnych i regionalnych (85%). Uczestnicy badania, mimo iż w większości prawidłowo oznaczyli definicję produktu regionalnego (74%) i deklarowali znajomość żywności tradycyjnej i regionalnej (94%), nie są w stanie wykorzystać swojej wiedzy na ten temat. W wyniku weryfikacji wiedzy na temat oznaczeń związanych z żywnością tradycyjną i regionalną stwierdzono, iż większość z nich nie potrafi prawidłowo zidentyfikować oznaczeń żywności tradycyjnej i regionalnej (około 75% respondentów).

Analiza organoleptyczna i analiza wybranych fizykochemicznych parametrów jakości wędlin tradycyjnych i konwencjonalnych wykazała, że wartości tych parametrów

nie różnią się istotnie pomiędzy wędlinami tradycyjnymi i konwencjonalnymi, co oznacza że metoda wytwarzania nie wpływa na jakość zdefiniowaną jako zgodność z wymaganiami normy. Cechą różnicującą te dwie kategorie wędlin jest ich jakość sensoryczna, która w badaniach konsumenckich została wyżej oceniona dla wędlin tradycyjnych.

Na podstawie wyników badań własnych pozytywnie zweryfikowano postawione hipotezy i wyciągnięto następujące wnioski:

1. Przedsiębiorcy zajmujący się produkcją żywności tradycyjnej i regionalnej są zainteresowani nadawaniem oznaczeń wytwarzanym produktom. Pomimo pewnych trudności w uzyskiwaniu stosownych oznaczeń przez producentów, na rynku obserwowany jest ciągły wzrost asortymentu produktów tradycyjnych i regionalnych.
2. Konsumenci z wybranych powiatów woj. pomorskiego wskazali, iż chętnie wybierają zwłaszcza te produkty tradycyjne, które są poświadczone certyfikatami. Jednocześnie z analizy wyników przeprowadzonych badań wynika, iż nie potrafią oni zidentyfikować ani rozróżnić oznaczeń żywności tradycyjnej, co może stanowić barierę w rozwoju rynku wyróżnionych produktów tradycyjnych i regionalnych. Motywy nabywania tego rodzaju żywności to przede wszystkim: wysoka jakość tej żywności, tradycja wyniesiona z domu i chęć wspierania lokalnych przedsiębiorców.
3. Produkty tradycyjne w porównaniu z ich konwencjonalnymi odpowiednikami są postrzegane jako te charakteryzujące się wyższą jakością. Ankietowani często sięgają po produkty tradycyjne. Podejmując decyzję o zakupie żywności tradycyjnej zwracają uwagę zwłaszcza na źródło jej pochodzenia i wybierają te produkty, które pochodzą ze sprawdzonego miejsca. Gwarantowane źródło pochodzenia jest atrybutem tego rodzaju żywności.
4. Jakość produktów tradycyjnych i regionalnych (wyrażana jako zgodność z wymaganiami określonymi w aktach prawnych) nie odbiega od jakości produktów konwencjonalnych. Cechą odróżniającą produkty tradycyjne od konwencjonalnych jest ich jakość sensoryczna. Wykazano, iż produkty tradycyjne charakteryzują się przede wszystkim lepszym smakiem i zapachem w porównaniu z ich konwencjonalnymi odpowiednikami.

Na podstawie przeprowadzonych badań i analizy wyników można stwierdzić, że cel pracy został osiągnięty.

Zarówno literatura, jak i badanie własne wskazują, że ważnymi czynnikami determinującymi rozwój rynku żywności tradycyjnej i regionalnej są jakość produktów oferowanych na tym rynku oraz edukacja konsumentów tych produktów. Przeprowadzone badania porównawcze produktów tradycyjnych i regionalnych z odpowiadającymi im produktami konwencjonalnymi wskazały na wyższą jakość sensoryczną tych pierwszych, co bez wątpienia może pozytywnie wpływać na rozwój rynku produktów tradycyjnych i regionalnych. Jeśli jakość produktu żywnościowego zdefiniuje się jako najbardziej pożądaną cechę lub cechy, które powinien posiadać produkt, to niewątpliwie odpowiednia jakość sensoryczna będzie czynnikiem wpływającym na decyzje zakupowe konsumentów.

Ocena wiedzy respondentów na temat produktów tradycyjnych i regionalnych wykazała niski jej poziom, zwłaszcza w zakresie znajomości oznakowania tego rodzaju produktów. Aby zapewnić dalszy rozwój rynku produktów tradycyjnych i regionalnych należałoby poszerzyć wiedzę konsumentów na jego temat na przykład poprzez szkolenia, czy akcje promocyjne, najważniejsze jest bowiem wypracowanie wysokiego poziomu świadomości konsumentów.

Warto również zwrócić uwagę na promowanie lokalnej, certyfikowanej żywności tradycyjnej i regionalnej. Jak wspomniano we wstępie, pomimo tego, że region kociewski posiada swoje tradycje, w tym kulinarne, liczba produktów tradycyjnych i regionalnych z tego obszaru jest proporcjonalnie niska.

## Bibliografia

1. Adamczuk F., „Produkty tradycyjne i regionalne i ich wykorzystywanie w promocji regionu”, *Prace naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu*, 2013, nr 307, s. 17
2. Adamska, M., *Leksykon zarządzania*, Warszawa 2004, s.183
3. Allaire Y., Firsirotu M.E., *Myślenie strategiczne*, PWN, Warszawa 2000, s. 126-127
4. Atkins P.J., Bowler I.R., *Food in Society: Economy, Culture, Geography*, London 2001, pp. 99-101
5. Babicz-Zielińska E., Rybowska A., Obniska W., *Sensoryczna ocena jakości żywności*, Gdynia, 2009, s. 60-64
6. Barowicz T., *Polskie kuchnie regionalne*, Warszawa, 2007
7. Batyk I., *Wpływ złożoności kulturowej na dziedzictwo kulinarne Warmii i Mazur*, [w:] *Wielokulturowość w turystyce*, Warszawa, 2010, s. 324
8. Bielawa A., *Postrzeganie i rozumienie jakości – przegląd definicji jakości*, *Studia i Prace wydziału nauk ekonomicznych i zarządzania*, nr 21, s. 143
9. Bochańczyk-Kupka D., *Luksus i dobra luksusowe*, *Studia Ekonomiczne. Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach*, 2014, s.103
10. Borawski P., Beldycka-Borawska A., Dunn J.W., *Industry In Poland*, *Proceedings of the 2017 International Conference, Economic Science for Rural Development*, No 46 Jelgava, LLU ESAF, 2017, s. 199
11. Borowska A., *Czynniki popytowo-podażowe rozwoju rynku i dystrybucji produktów wysokiej jakości w Polsce*, *Stowarzyszenie Ekonomistów Rolnictwa i Agrobiznesu Roczniki Naukowe I tom XII I zeszyt 4*, s. 48
12. Borowska A., *Postawy europejskich konsumentów wobec produktów tradycyjnych i regionalnych*, *Zeszyty Naukowe Szkoły Głównej Gospodarstwa Wiejskiego. Ekonomia i Organizacja Gospodarki Żywnościowej*, 2008, 72, s.155, 145-159
13. Bosona, T., Gebresenbet G., *Food traceability as an integral part of logistics management in food and agricultural supply chain*. *Food Control* 2013, 33, 32–48
14. Bourne F.S., *Group Influence in Marketing and Public Relations, Some Applications of Behavioral Research*, (red): Likert R., Haves S.P., Unesco, Paris, 1957, pp. 207-257
15. Bressler R. G., and King R. A., *Markets, Prices, and Interregional Trade*. John Wiley and Sons, New York, 1970. s. 74-75
16. Brzóska M., Nurzyńska I., (red.), *Wspólna polityka rolna Unii Europejskiej a polskie rolnictwo. Rozważania o korzyściach i kosztach*, UKIE, Warszawa, 2002
17. Bugała A., *Światowy rynek jabłek i zagęszczonego soku jabłkowego*, *Zeszyty Naukowe SGGW Problemy Rolnictwa światowego*, 2017, 14(2), s. 21-30
18. Cholewa-Wójcik A., *Potrzeby i wymagania konsumentów w zakresie opakowań do żywności*, *Opakowanie*, 2016, 5, s. 63-68
19. Chotkowski J., *Rynek jako podstawowa instytucja gospodarki – pojęcie, struktury, efektywność*, *Zeszyty Naukowe SGGW w Warszawie. Ekonomia i Organizacja Gospodarki Żywnościowej*, 2013, nr 101, s. 53
20. Cochrane Willard W., *The Market as a Unit of Inquiry in Agricultural Economics Research*, *Journal of Farm Economics*, 1957, 39, s. 21-39
21. Costescu C.I., *The main physical-chemical characteristics of smoked ham*, *Journal of Agroalimentary Processes and Technologies*, 2015, 21(1), s. 7

22. Crosby P. B., *Quality is free, The Art. Of Making Quality Certain*, McGraw-Hill, New York, 1979, s. 15
23. Czarniecka-Skubina E., Nowak D., System śledzenia ruchu i pochodzenia żywności jako narzędzie zapewnienia bezpieczeństwa konsumentów, *Żywność. Nauka. Technologia. Jakość.*, 2012, 5 (84), s. 22
24. Dolatowski J., Sprawozdanie z badań podstawowych na rzecz rolnictwa ekologicznego w 2009 z zadania: „Prowadzenie badań w przetwórstwie produktów roślinnych, zwierzęcych metodami ekologicznymi” Ocena Jakości chemicznej, mikrobiologicznej i fizycznej wybranych produktów ekologicznych: kiełbasy, szynki, polędwicy, 2009, s. 12
25. Dolatowski Z., Twarda J., Rola wody w mięsie, *Mięso i wędliny* 8, 2002 s.32
26. Domański T., Bryła P., *Marketing produktów regionalnych*, Wyd. Uniwersytetu Łódzkiego, 2013, s. 8
27. Drąg K., Platte M., *Zasady GHP i GMP w gospodarstwach agroturystycznych. Poradnik dla kwaterodawcy wiejskiego w zakresie żywienia turystów. Polska Federacja Turystyki Wiejskiej „Gospodarstwa Gościnne”*, Warszawa, 2007
28. Duczkowska-Piasecka M., Jak odnaleźć się w Unii Europejskiej, *Przemysł Spożywczy*, 2004, nr 4, s. 13-14.
29. Duczkowska-Małysz K., Budowa rynku produktów regionalnych, *Agro-Smak*, 2007, nr 4, s. 4-6
30. *Encyklopedia Popularna PWN*, Warszawa, 1982, s. 306
31. Florczyk E., *Żywność tradycyjna, dziedzictwo kulinarne jako czynniki zapewniające oryginalność i wysoką jakość żywności i żywienia w usługach gastronomicznych*, Częstochowa, 2014, s. 16-17
32. *Food Sector in Poland*, Economic Information Department Polish Information and Foreign Investment Agency, Warsaw, 2011, s. 2
33. *Food sector related knowledge integration, Food sector global market trend analysis report*, s. 19, 21
34. Gajda-Konopka M., Lesiów M., Ocena wiedzy i nawyków żywieniowych u osób aktywnych fizycznie, *Nauki Inżynierskie i Technologie Engineering Sciences and Technologies*, 2017, 2(25), s. 13
35. Gajowiak D., Produkty regionalne szansą poprawy konkurencyjności polski w unii europejskiej, *Problemy Rolnictwa Światowego. Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego*, 2006, nr 15, s. 246-247
36. Garbowska B., Radzyńska M., Jakubowska D., Influence of the Origin on Selected Determinants of the Quality of Pork Meat Products, *Czech Journal of Food Sciences*, 2013, Vol. 31, No. 6, s. 549
37. Gąsiorowski M., *Rzeczpospolita produktów lokalnych, regionalnych i tradycyjnych, Rzeczpospolita produktów regionalnych, Tereny, Ludzie, Produkty*, Białystok, 2004, nr 4, s. 53
38. Gąsiorowski M., *Specyfika produktów tradycyjnych na rynku żywności*,
39. Goryńska-Goldman, E., Ewolucja rozwoju żywności lokalnej w kontekście idei zrównoważonej konsumpcji, *Journal of Tourism and Regional Development* 2019, No. 12, s. 43–57
40. Goryńska-Goldmann E., Ratajczak P., Świadomość żywieniowa a zachowania żywieniowe konsumentów, *Journal of Agribusiness and Rural Development*, 2010, 4(18), s. 43
41. Góralczyk M., Rola jakości produktów spożywczych w decyzjach zakupowych konsumentów implikacje dla konsumentów, *Koncepcje zarządzania jakością*,

- Doświadczenia i perspektywy, Wydawnictwo Naukowe PTTŻ, Kraków, 2008, s. 352
42. Gregor, B., Stawiszyński, M., E-Commerce, Bydgoszcz–Łódź, 2002, s. 127-135
  43. Grębowiec M., Produkty regionalne i tradycyjne jako element budowania konkurencyjnej oferty produktów żywnościowych w Polsce i innych krajach Europy, Zeszyty Naukowe Szkoły Głównej Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie Problemy Rolnictwa Światowego, 2017, tom 17 (XXXII), zeszyt 2, s. 72
  44. Grębowiec M., Przygodzińska A., Rola produktów tradycyjnych i regionalnych w budowaniu konkurencyjnej oferty regionów, Roczniki Naukowe Stowarzyszenia Ekonomistów Rolnictwa i Agrobiznesu, Warszawa, 2013, t. XXV, s. 81-84
  45. Grębowiec M., Rola produktów tradycyjnych i regionalnych w budowaniu konkurencyjnej oferty regionu małopolskiego w Unii Europejskiej na przykładzie „Obwarzanka Krakowskiego”, Zeszyty Naukowe Szkoły Głównej Gospodarstwa Wiejskiego, Problemy Rolnictwa Światowego, Warszawa, 2014, tom 14[29], nr 2, s. 76, 78
  46. Grębowiec M., Wpływ czynników warunkujących jakość na podejmowanie decyzji nabywczych na przykładzie produktów mięsnych, Stowarzyszenie Ekonomistów Rolnictwa i Agrobiznesu, Roczniki Naukowe, 2015, tom XVII, zeszyt 4, s. 87
  47. Gruda K., Malik P., Jakubów M., Bachmacz M., Polski rynek handlu spożywczego w 2010-2020 roku Segmenty convenience i supermarketów proximity skorzystają na spowolnieniu tempa wzrostu dyskontów, Roland Berger, 2016,
  48. Grzybowska B., Przestrzenna koncentracja potencjału innowacyjnego w przemyśle spożywczym (Spatial Concentration of Innovative Potential in Food Industry), Roczniki Ekonomii Rolnictwa i Rozwoju Obszarów Wiejskich, 2013, T. 100, z. 2, s. 53-64
  49. Gutkowska K., Ozimek I., Wybrane aspekty zachowań konsumentów na rynku żywności. Wyd. SGGW, Warszawa, 2005, s. 361-370
  50. Haska A., Martyniuk E., Wybrane metody wyróżniania produktów spożywczych na rynku, żywność. Nauka. Technologia. Jakość, 2019, 26, 2 (119), s. 22-23
  51. Hinlopen J., Marrewijk Ch., Empirical relevance of the Hillman condition for revealed comparative advantage: 10 stylized facts, Applied Economics, 2008, 40, pp. 2313–2328
  52. Huige M., Private retail standards and the law of the World Trade Organisation, In: Private Food Law. Governing Food Chains Through Contract Law, Self-Regulation, Private Standards, Audits and Certification Schemes. Ed. B. Van der Meulen, Wageningen Academic Publishers, Wageningen, 2011, pp. 175-186
  53. Izdebski M., Momot R., Rynek produkcji Spożywczej w Polsce, Warszawa, 2016, s. 13-16
  54. Jarzębowski S., Klepacki B., Łańcuchy dostaw w gospodarce żywnościowej, Zeszyty Naukowe Szkoły Głównej Gospodarstwa Wiejskiego, Warszawa, 2013, s. 107
  55. Jasiński J., Wyróżnienie produktów regionalnych na rynku i wynikające z tego korzyści. [w:] O produktach tradycyjnych i regionalnych - możliwości a polskie realia, Fundacja Fundusz Współpracy, Warszawa, 2005, s. 283-319
  56. Jęczmyk A., Tradycyjne i regionalne produkty żywnościowe jako element rozwoju gospodarstw agroturystycznych, Studia KPZK, 2015, nr 163, s. 143

57. Józefowicz K. M., Polski sektor rolno-spożywczy w warunkach Wspólnej Polityki Rolnej, praca końcowa, UWM, Olsztyn, 2015, s. 7, 12-13, 14
58. Juchniewicz M., Lukiewska K., Competitive Position of the Food Industry of the European Union on the Global Market. *Acta Polonorum Oeconomia*, 14(3), 2015, pp. 63-72
59. Kafel P., Nowicki P., Sikora T., Produkty wysokiej jakości w polskich sieciach handlowych, *Handel Wewnętrzny*, 2013, nr 5 (346), s. 68-79
60. Karaszewski R., Nowoczesne koncepcje zarządzania jakością, Towarzystwo Naukowe Organizacji i Kierownictwa „Dom Organizatora”, Toruń, 2006, s. 35
61. Kawecka A., Cholewa-Wójcik A., Jakość opakowania jako determinanta bezpieczeństwa żywności w kontekście wymagań społecznych konsumentów, *Żywność. Nauka. Technologia. Jakość*, 2017, 24, 3 (112), s. 146
62. Kawecka A., Gębarowski M., Krótkie łańcuchy dostaw żywności – korzyści dla konsumentów i producentów żywności, *Journal of Agribusiness and Rural Development*, 2015, 3(37), s. 1-7
63. Kędzior W., Machnik D., Badanie i ocena zawartości azotynów i azotanów oraz fosforu w wędlinach, *Zeszyty Naukowe nr 583 Akademii Ekonomicznej w Krakowie*, 2002, s. 38
64. Kędzior W., Hałagarda M., Pyrżyńska E., Jakość wędlin tradycyjnych, *Zeszyty Naukowe Akademii Morskiej w Gdyni*, nr 86, 2014, s. 242
65. Kieljan, K., O systemach jakości żywności. *Vademecum funkcjonowania produktów regionalnych i tradycyjnych*, Centrum Doradztwa Rolniczego w Brwinowie, Oddział w Krakowie, Kraków, 2011, s. 7
66. Kijowski J., Wysłouch W., Integracja systemu HACCP i systemu według normy PN-EN ISO serii 9000:2001, *Zarządzanie jakością i bezpieczeństwem żywności. Integracja i informatyzacja systemów*, Wydawnictwa Naukowo-Techniczne, Warszawa, 2003, s. 237
67. Kołczak T., Jakość wołowiny, *Żywność. Nauka. Technologia. Jakość.*, 2008, 1(56), s. 11
68. Kołożyn-Krajewska D., Jakość i bezpieczeństwo żywności w sprzedaży bezpośredniej, *Opinie i ekspertyzy*, 2015, OE-231, s. 9
69. Konieczny P., Pospiech E., Politowska I., Wpływ soli morskiej na wybrane właściwości frakcji tłuszczowej mięsa bydłęcego, *Żywność. Nauka. Technologia. Jakość.*, 2005, 3 (44) Supl., s. 108 – 109
70. Kotler P., *Marketing*, Warszawa, 1999, s. 404
71. Kotler P.H., Keller K.L., *Marketing*, Poznań, 2012, s. 187
72. Kowalski S., Realizacja wspólnej polityki rolnej unii europejskiej i jej konsekwencje dla europejskiego rolnictwa, *Nauki Ekonomiczne*, 25/2017, Płock, 2017, s. 93
73. Krajewski K., Kuboń M., Świątkowska M., Świstak E., Wybrane determinanty procesów dystrybucji produktów lokalnych w warunkach rynku żywnościowego Podkarpacia, *Roczniki Naukowe Stowarzyszenia Ekonomistów Rolnictwa i Agrobiznesu*, XX (3), 2018, s. 99
74. Krupa J., Mantaj A., Wybrane uwarunkowania preferencji zakupu żywnościowych produktów tradycyjnych wśród konsumentów z województwa podkarpackiego, *Zeszyty Naukowe serii: Turystyka i rekreacja, Wyższa Szkoła Turystyki i Języków Obcych*, Warszawa, 2016, Zeszyt 18(2), s. 65
75. Krupa J., Mantaj A., Znaczenie żywnościowych produktów tradycyjnych i regionalnych w turystyce kulinarnej województwa podkarpackiego, *Folia Turistica*, nr 45, 2017, s. 111



76. Kupracz M., Z problematyki żywności tradycyjnej, *Studia Regionalne i Lokalne* nr 4(30), 2007, s. 106-112
77. Łuczka-Bakuła W., Decyzje zakupu na rynku żywności a świadomość i zachowania proekologiczne konsumentów, *Handel Wewnętrzny*, 2011, 332/3, s. 56
78. Maciejewski G., Zaufanie konsumentów do nowych rodzajów żywności [w:] *Bezpieczeństwo konsumentów (na rynku żywności)*. Red. A. Dąbrowska, Oficyna Wydawnicza SGH w Warszawie, Warszawa, 2020, s. 143-155
79. *Mała encyklopedia ekonomiczna*, Państwowe Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa, 1974, s. 723
80. Markowicz M., Postawy wybranej grupy konsumentów wobec żywności tradycyjnej i regionalnej, Praca magisterska, Zakład Wyżywienia Ludności, WNoŻCiK SGGW, Warszawa,
81. Michalczyk J., Zrównoważone łańcuchy dostaw żywności, Wybrane inicjatywy, *Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu Research papers of Wrocław University of Economics*, 2018, nr 523, s. 227-228
82. Milewski R., Kwiatkowska W., *Podstawy ekonomii*, Warszawa, 2018, s. 121-122
83. Minta S., Bariery rozwoju rynku produktów regionalnych i tradycyjnych na przykładzie Dolnego śląska, *Roczniki Naukowe Stowarzyszenia Ekonomistów Rolnictwa i Agrobiznesu*, Warszawa 2013, t. XV, z. 4, s. 280-284
84. Minta S., Cempiel M., Badanie satysfakcji konsumentów produktu tradycyjnego na przykładzie oscypka, *Roczniki Naukowe Stowarzyszenia Ekonomistów Rolnictwa i Agrobiznesu*, Wrocław, 2017, tom XIX, zeszyt 6, s. 180
85. Modzelewska-Kapituła M., Cierach M., Wykorzystanie komputerowej analizy obrazu do oznaczania zawartości wody wolnej w mięsie metodą Graua-Hamma – wpływ wielkości nacisku i czasu na wynik oznaczenia, *Inżynieria Przetwórstwa Spożywczego* 2012, 1/4, s. 24
86. Mroczek J., Słowiński M., Peklowanie mięsa – technologia, korzyści i zagrożenia, *Mięso i Wędliny*, 1997, nr 6, s. 34
87. Newerli-Guz J., Rybowska A., Produkt tradycyjny i regionalny – luksus od święta czy na co dzień?, *Handel Wewnętrzny*, 2015, 2(355), s. 288
88. Niewierska A., Sowada A., Silarska D., Różańska D., Ocena poziomu wiedzy na temat żywienia oraz wybranych elementów stylu życia uczniów szkół ponadgimnazjalnych, *Pielęgniarstwo i Zdrowie Publiczne*, 2016, vol. 6 nr 4, s. 271
89. *Opinia perspektywiczna Komitetu Regionów – Lokalne systemy żywnościowe (2011)*. Dz. U. UE C 104/6.
90. Palka A., Śniegocka-Dworak M., Wilczyńska A., Sprzedaż bezpośrednia a bezpieczeństwo żywności pochodzenia zwierzęcego na przykładzie praktyk w powiecie tczewskim, *Żywność. Nauka. Technologia. Jakość*, 2018, 25,4,(117), s. 174-178
91. Paluch A., Stoma M., Analiza możliwości rozwoju produkcji oraz rynku produktów regionalnych w województwie lubelskim, *Acta Scientiarum Polonorum. Technica Agraria*, 2014, 13 (3-4), s. 42, 43, 45
92. Peters R., (red) *Lokalna żywność i krótkie łańcuchy dostaw*, Przegląd Obszarów Wiejskich UE, Magazyn Europejskiej Sieci na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich, 2012, s. 12
93. Pezacki W., *Technologia mięsa*, Wydawnictwo Naukowo-Techniczne, Warszawa 1981, s. 165

94. Pietras Cz., Rynek. Rodzaje konkurencji [w:] Makro i mikro ekonomia Podstawowe problemy, pr. zb. pod red. S. Marciniak, Wyd. Nauk. PWN, Warszawa, 2001, s. 148-149
95. Piotrowska A., Cymanow P., Zarządzanie jakością w oparciu o system HACCP na przykładzie przedsiębiorstwa owocowo – warzywnego – studium przypadku, Logistyka, 2010, nr 4/12, s. 1206-1215,
96. Pohlová K., Mezera J., Analysis of Development of Czech Foreign Trade in Foods and Beverages, Agris on-line Papers in Economics and Informatics, , 2014, Volume VI, Number 4, s. 122
97. Rejman K., Halicka E., Nagalska H., Szanse polskiego rynku żywności tradycyjnej i regionalnej a zachowania konsumentów, Wieś i Rolnictwo, 2015, 3 (168), s. 124
98. Rocznik Statystyczny Przemysłu 2019, GUS, Warszawa, 2020
99. Rogala A., Zainteresowanie żywnością lokalną wśród polskich konsumentów na tle polityki rolnej Unii Europejskiej, Handel Wewnętrzny, 2015, 3 (356) s. 232
100. Roszak M. T., Zarządzanie jakością w praktyce inżynierskiej, Open Acess Library, 2014, Volume 1 (31), s. 26-27
101. Shepherd G. S., Futrell G. A., Strain J. R., Marketing Farm Products, 6th ed. IowaState University Press, Ames, 1976, s. 173
102. Sieczko A., Tworzenie rynku produktów tradycyjnych i regionalnych, Zeszyty Naukowe SGGW w Warszawie. Problemy Rolnictwa Światowego, nr 4(19), 2008, s. 398-399
103. Sieczko A., Wojcieszńska Z., Produkty tradycyjne i regionalne jako szansa rozwoju przedsiębiorczości wiejskiej, Folia Pomeranae Universitatis Technologiae Stetinensis Oeconomica, Szczecin, 2013, 299(70), s. 186-187.
104. Skilton P. F., Robinson L. J., Traceability and normal accident theory: How does supply network complexity influence the traceability of adverse events?, Journal Supply Chain Management, 2009, 45, s. 40–53
105. Słownik terminów logistycznych, Poznań: ILiM, 2006
106. Solek A., Pojęcie rynku w teorii ekonomii i w polityce antymonopolowej, Zeszyty Naukowe Akademii Ekonomicznej w Krakowie, 2005, 686, s. 42
107. Szczepaniak I., Przewagi komparatywne w handlu zagranicznym Polski na przykładzie produktów rolno-spożywczych i pozostałych, Zeszyty Naukowe Szkoły Głównej Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie Problemy Rolnictwa światowego, 2018, tom 18 (XXXIII), zeszyt 1, s. 266-268
108. Szczepaniak I., Ocena międzynarodowej pozycji konkurencyjnej sektora rolno-spożywczego na tle innych sektorów polskiej gospodarki W: I. Szczepaniak (red.) Konkurencyjność polskich producentów żywności i jej determinanty (2), (Competitiveness of Polish food producers and its determinants (2)), Monografie Programu Wieloletniego 2015-2019, nr 38, Warszawa, 2016, s. 36
109. Swinnen J., Maertens M., Colen L., The Role of Food Standards in Trade and Development, Food Safety, Market Organization, Trade and Developments, s. 133-149
110. Szepieniec-Puchalska D., Polscy konsumenci w obliczu mega trendów w konsumpcji, Konsumpcja i Rozwój, nr 1, 2012, s. 85-100
111. Szwacka-Mokrzycka J., Rola systemu zarządzania jakością w osiągnięciu przewagi konkurencyjnej, Journal of Agribusiness and Rural Development, 2013, nr 329, s. 205

112. Szymecka A., Ochrona oznaczeń geograficznych w WTO jako przedmiot konfliktu pomiędzy starym kontynentem, a nowym światem, *Wspólnoty Europejskie*, 2005, nr 5 (162), s. 26-34
113. Śmiechowska M., Autentyczność jako kryterium zapewnienia jakości żywności, *Annales Academiae Medicae Gedanensis*, 2013, 43, s. 175–181
114. Śniegocka-Dworak M., Sprzedaż bezpośrednia w świadomości konsumenta, [w:] *Rola towaroznawstwa w kształtowaniu współczesnego rynku*, 2016, s. 97-98
115. Vassileva A., Petkov V., Zhelev P., International competitiveness of export-oriented industries in Bulgaria. *Chinese Business Review*, 2014, 13 (1), s. 1–18.
116. Veblen T., *Teoria klasy próżniaczej*, PWN, Warszawa, 1971, s. 116-119
117. Wilczyńska A., Uwarunkowania decyzji nabywczych na rynku żywności regionalnej i tradycyjnej, *Handel Wewnętrzny*, 2017, 1 (366), s. 403, 408-409
118. Winawer Z., Wujec H., Tradycyjne i regionalne produkty wysokiej jakości we współczesnej polityce rolnej. Poradni dla producentów. Fundacja dla Polski, Warszawa 2010, s. 32
119. Winawer Z., (red.) *Produkty regionalne i tradycyjne w krótkich łańcuchach dostaw żywności. Poradnik producenta*. Warszawa: Europejski Fundusz Rozwoju Wsi Polskiej, 2013, s. 31-33
120. Woszczyk A., *Produkty tradycyjne w Europejskiej Sieci Regionalnego Dziedzictwa Kulinarne*, [w:] P. Dominik red., *Tradycyjne produkty kulinarne jako element turystycznej atrakcyjności Mazowsza*, Wyd. ALMAMER Szkoła Wyższa, Warszawa, 2002, s. 147-151
121. Woźniczko M., Piekut M., Stan rynku żywności regionalnej i tradycyjnej w Polsce, *Postępy techniki przetwórstwa spożywczego*, 1/2015, s. 106
122. Wrzosek W., *Marketing w procesach konkurencji*, *Marketing i Rynek*, 1997, nr 10, s. 21-25
123. Xiang T., Huang J., Kancs D., Rozelle S., Swinnen J., FM, Food standards and welfare: general n equilibrium effects, *Journal Agricultural Economy*, 2012, 63(2), s. 223-244
124. Zdon-Korzeniowska M., *Jak kształtować regionalne produkty turystyczne? Teoria i praktyka*, Kraków, 2009, s. 19-22
125. Żakowska-Biemans S., Kuc K., *Żywność tradycyjna i regionalna w opinii i zachowaniach polskich konsumentów*, *Żywność. Nauka. Technologia. Jakość.*, 2009, 3 (64), s. 105, 111
126. Żakowska-Biemans S., Gutkowska K., *Atrybuty zaufania dotyczące jakości jako czynnik wpływający na decyzje nabywcze konsumentów żywności*, *Ekonomika i Organizacja Gospodarki Żywnościowej*, 2018, nr 121, s. 115–130
127. Żelazna K., Woźniczko M., *Kuchnia regionalna jako atrakcja turystyki wiejskiej w woj. pomorskim*. [w:] Dudkiewicz D., Midura F., Wysoka E. (red.), *Turystyka i rekreacja jako czynnik podnoszenia atrakcyjności i konkurencyjności regionu*, Warszawa, Wydawnictwo DRUKTUR, ALMAMER WSE w Warszawie, 2006, s. 335-346.

#### Akty prawne:

1. Norma EN ISO 22000:2005, pkt. 3.2
2. Norma PN-EN ISO 9000:2015-10, Systemy zarządzania jakością – Podstawy i terminologia.
3. Rozporządzenie Komisji (UE) nr 1129/2011 z dnia 11 listopada 2011 r. zmieniające załącznik II do rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (WE) nr 1333/2008

- poprzez ustanowienie unijnego wykazu dodatków do żywności (Dz. Urz. UE L 295/1 z 12.11.2011)
4. Rozporządzenie Komisji (WE) nr 1898/2006 z dnia 14 grudnia 2006 roku określające szczegółowe zasady stosowania rozporządzenia Rady (WE) nr 510/2006 z dnia 20 marca 2006 r. w sprawie ochrony oznaczeń geograficznych i nazw pochodzenia produktów rolnych i środków spożywczych (Dz. Urz. UE L 369 z 23.12.2006)
  5. Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady UE nr 1151/2012 z dnia 21 listopada 2012 r. w sprawie systemów jakości produktów rolnych i środków spożywczych (Dz. Urz. UE L 343 z 14.12.2012)
  6. Rozporządzenie (WE) nr 178/2002 Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 28 stycznia 2002 r. ustanawiające ogólne zasady i wymagania prawa żywnościowego, powołujące Europejski Urząd ds. Bezpieczeństwa Żywności oraz ustanawiające procedury w zakresie bezpieczeństwa żywności, (Dz. Urz. UE L 31/1 z 1.02.2002)
  7. Rozporządzenie (WE) nr 178/2002 Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 28 stycznia 2002 r. ustanawiające ogólne zasady i wymagania prawa żywnościowego, powołujące Europejski Urząd ds. Bezpieczeństwa Żywności oraz ustanawiające procedury w zakresie bezpieczeństwa żywności, Dz. Urz. UE L 31/1 z 01.02.2002
  8. Rozporządzenie (WE) nr 178/2002 z dnia 28.01.2002 r. ustanawiające ogólne zasady i wymagania prawa żywnościowego, powołujące Europejski Urząd ds. Bezpieczeństwa Żywności oraz ustanawiające procedury w zakresie bezpieczeństwa żywności (Dz. UE L 31, z 1.02.2002 z późn. zm.)
  9. Rozporządzenie (WE) nr 882/2004 Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 29 kwietnia 2004 r. w sprawie kontroli urzędowych przeprowadzanych w celu sprawdzenia zgodności z prawem paszowym i żywnościowym oraz regułami dotyczącymi zdrowia zwierząt i dobrostanu zwierząt (Dz.U. L 191 z 30.04.2004)
  10. Rozporządzenie (WE) nr 178/2002 Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 28 stycznia 2002 r. ustanawiające ogólne zasady i wymagania prawa żywnościowego, powołujące Europejski Urząd ds. Bezpieczeństwa Żywności oraz ustanawiające procedury w zakresie bezpieczeństwa żywności (Dz.U. L 31 z 1.2.2002)
  11. Rozporządzenie Rady (WE) NR 509/2006 z dnia 20 marca 2006 r. w sprawie produktów rolnych i środków spożywczych będących gwarantowanymi tradycyjnymi specjalnościami, (Dz. Urz. UE L 93 z 31.03.2006)
  12. Ustawa z dnia 16 grudnia 2005 r. o produktach pochodzenia zwierzęcego (Dz.U. 2018 poz 650, 2136)
  13. Ustawa z dnia 17 grudnia 2004 r. o rejestracji i ochronie nazw i oznaczeń produktów rolnych i środków spożywczych oraz o produktach tradycyjnych (Dz.U. 2005 nr 10 poz. 68)
  14. Ustawa z dnia 17 grudnia 2004 r. o rejestracji i ochronie nazw i oznaczeń produktów rolnych i środków spożywczych oraz o produktach tradycyjnych, Dz.U. 2005 Nr 10 poz. 68
  15. Ustawa z dnia 29 stycznia 2004r. o Inspekcji Weterynaryjnej ( Dz.U. 2004 Nr 33 poz. 287)

Strony internetowe:

1. Encyklopedia Zarządzania <https://mfiles.pl/pl/index.php/Produkt> [dostęp: 08.02.2019]

2. [http://ec.europa.eu/agriculture/quality/door/list.html?recordStart=0&recordEnd=10&sort.milestone=desc&recordPerPage=25&filter.dossierNumber=&filter.comboName=&filterMin.milestone\\_\\_mask=&filterMin.milestone=&filterMax.milestone\\_\\_mask=&filterMax.milestone=&filter.country=PL&filter.category=&filter.type=TSG&filter.status=](http://ec.europa.eu/agriculture/quality/door/list.html?recordStart=0&recordEnd=10&sort.milestone=desc&recordPerPage=25&filter.dossierNumber=&filter.comboName=&filterMin.milestone__mask=&filterMin.milestone=&filterMax.milestone__mask=&filterMax.milestone=&filter.country=PL&filter.category=&filter.type=TSG&filter.status=) [dostęp: 30.11.2021]
3. <http://ec.europa.eu/agriculture/quality/door/list.html?recordStart=0&recordPerPage=10&recordEnd=10&filter.status=REGISTERED&filter.type=PDO&sort.milestone=desc> [dostęp: 30.11.2021]
4. [http://ec.europa.eu/agriculture/quality/door/list.html?recordStart=0&recordEnd=10&sort.milestone=desc&filter.dossierNumber=&filter.comboName=&filterMin.milestone\\_\\_mask=&filterMin.milestone=&filterMax.milestone\\_\\_mask=&filterMax.milestone=&filter.country=PL&filter.category=&filter.type=PGI&filter.status=&recordPerPage=25](http://ec.europa.eu/agriculture/quality/door/list.html?recordStart=0&recordEnd=10&sort.milestone=desc&filter.dossierNumber=&filter.comboName=&filterMin.milestone__mask=&filterMin.milestone=&filterMax.milestone__mask=&filterMax.milestone=&filter.country=PL&filter.category=&filter.type=PGI&filter.status=&recordPerPage=25) [dostęp: 30.11.2021]
5. [http://ec.europa.eu/agriculture/quality/door/list.html?recordStart=0&recordEnd=10&sort.milestone=desc&recordPerPage=25&filter.dossierNumber=&filter.comboName=&filterMin.milestone\\_\\_mask=&filterMin.milestone=&filterMax.milestone\\_\\_mask=&filterMax.milestone=&filter.country=PL&filter.category=TSG&filter.type=TSG&filter.status=](http://ec.europa.eu/agriculture/quality/door/list.html?recordStart=0&recordEnd=10&sort.milestone=desc&recordPerPage=25&filter.dossierNumber=&filter.comboName=&filterMin.milestone__mask=&filterMin.milestone=&filterMax.milestone__mask=&filterMax.milestone=&filter.country=PL&filter.category=TSG&filter.type=TSG&filter.status=) [dostęp: 30.11.2021]
6. [http://ec.europa.eu/agriculture/quality/door/list.html?recordStart=0&recordEnd=10&sort.milestone=desc&recordPerPage=25&filter.dossierNumber=&filter.comboName=&filterMin.milestone\\_\\_mask=&filterMin.milestone=&filterMax.milestone\\_\\_mask=&filterMax.milestone=&filter.country=PL&filter.category=&filter.type=TSG&filter.status=](http://ec.europa.eu/agriculture/quality/door/list.html?recordStart=0&recordEnd=10&sort.milestone=desc&recordPerPage=25&filter.dossierNumber=&filter.comboName=&filterMin.milestone__mask=&filterMin.milestone=&filterMax.milestone__mask=&filterMax.milestone=&filter.country=PL&filter.category=&filter.type=TSG&filter.status=) [dostęp: 30.11.2021]
7. <http://www.produktyregionalne.pl/jakosc.php?body=article&name=jakosc-tradycja&lang=pl> [dostęp: 20.01.2019]
8. <https://mfiles.pl/pl/index.php/Jako%C5%9B%C4%87> [dostęp: 14.01.2019]
9. <https://wits.worldbank.org/CountryProfile/en/Country/POL/Year/2018/TradeFlow/Export/Partner/all/Product/AgrRaw> [dostęp: 18.09.2020]
10. [https://www.gov.pl/documents/912055/913531/Najcz%C4%99%C5%9Bciej\\_zadawane\\_pytania\\_06\\_08\\_18.pdf/2f3eac76-2df1-48fd-46a2-842d357d22ec](https://www.gov.pl/documents/912055/913531/Najcz%C4%99%C5%9Bciej_zadawane_pytania_06_08_18.pdf/2f3eac76-2df1-48fd-46a2-842d357d22ec) [dostęp: 08.01.2019]
11. <https://www.gov.pl/web/rolnictwo/lista-produktow-tradycyjnych12> [dostęp: 10.02.2019]
12. <https://www.gov.pl/web/rolnictwo/lista-produktow-tradycyjnych12?page=2> [dostęp: 30.11.2021]
13. <https://www.gov.pl/web/rolnictwo/zasady-przyznawania-znaku-jakosci-pd-oraz-wzor-wniosku> [dostęp: 20.01.2019]
14. <https://www.paih.gov.pl/sektory/spozywczy#> [dostęp: 14.08.2020]
15. <https://www.portalspozywczy.pl/owoce-warzywa/wiadomosci/ekspert-zamonitorowanie-pochodzenia-zywnosci-odpowiedzialni-sa-wszyscy-uczestnicy-lancucha-dostaw,52324.html> [data pobrania: 25.08.2020]
16. <https://www.portalspozywczy.pl/technologie/wiadomosci/raport-polska-zywnosc-na-ryнку-unii-europejskiej,151460.html> [dostęp: 14.08.2020]
17. Lista produktów tradycyjnych – zestawienie produktów - <https://www.gov.pl/web/rolnictwo/lista-produktow-tradycyjnych12> [dostęp: 30.11.2021]
18. Regulamin XVIII edycji konkursu „Nasze Kulinarne Dziedzictwo – Smaki Regionów” na najlepszy regionalny produkt żywnościowy, <http://www.produktyregionalne.pl/nkd.php?body=article&name=nkd-dokumenty-do-pobrania&lang=pl> [dostęp: 24.01.2019]

19. Regulamin XVIII edycji konkursu „Nasze Kulinarne Dziedzictwo – Smaki Regionów” na najlepszy regionalny produkt żywnościowy, <http://www.produktyregionalne.pl/nkd.php?body=article&name=nkd-dokumenty-do-pobrania&lang=pl> [dostęp: 24.01.2019]

## Spis rysunków

Rys. 1. Liczba produktów tradycyjnych, wpisywanych na Listę Produktów Tradycyjnych (LPT) prowadzoną przez MRiRW.	22
Rys. 2. Liczba produktów tradycyjnych i regionalnych (wg. Listy LPT MRiRW) w poszczególnych województwach.	22
Rys. 3. Symbol Chroniona Nazwa Pochodzenia	32
Rys. 4. Symbol Chronione Oznaczenie Geograficzne	33
Rys. 5. Symbol Gwarantowana Tradycyjna Specjalność	34
Rys. 6. Symbol Europejskie Dziedzictwo Kulinarne.	38
Rys. 7. Symbol Nasze Kulinarne Dziedzictwo	42
Rys. 8. Symbol Poznaj Dobrą Żywność.	44
Rys. 9. Symbol „Jakość Tradycja”	47
Rys. 10. Etapy realizacji pracy oraz badań.	63
Rys. 11. Profil działalności producentów produktów przeznaczonych do sprzedaży bezpośredniej.	71
Rys. 12. Miejsce zbywania produktów.	72
Rys. 13. .Metody zapewniające bezpieczeństwo produktom przez producentów.	72
Rys. 14. Częstotliwość kontroli u producentów żywności zbywanej w sprzedaży bezpośredniej.	74
Rys. 15. Pochodzenie produktów tradycyjnych wg województw.	74
Rys. 16. Kategorie produktów tradycyjnych i regionalnych.	75
Rys. 17. Definicja żywności dobrej jakości.	82
Rys. 18. Zainteresowanie źródłem pochodzenia żywności.	83
Rys. 19. Częstotliwość nabywania żywności regionalnej.	84
Rys. 20. Opinie osób deklarujących bardzo dobrą sytuację materialną na temat żywności regionalnej.	86
Rys. 21. Opinie osób deklarujących dobrą sytuację materialną na temat żywności regionalnej.	86
Rys. 22. Opinie osób deklarujących zadowalającą sytuację materialną na temat żywności regionalnej.	86
Rys. 23. Opinie osób deklarujących złą sytuację materialną na temat żywności regionalnej.	87

Rys. 24. Czynniki wpływające na wybór żywności regionalnej.	89
Rys. 25. Jakość produktów regionalnych.	90
Rys. 26. Definicja żywności tradycyjnej, regionalnej.	93
Rys. 27. Znajomość żywności tradycyjnej regionalnej.	94
Rys. 28. Identyfikacja oznaczeń produktów tradycyjnych regionalnych.	95
Rys. 29. Czynniki wpływające na nienabywanie żywności tradycyjnej.	97
Rys. 30. Częstotliwość zakupu żywności tradycyjnej regionalnej.	97
Rys. 31. Nabywane produkty tradycyjne regionalne.	98
Rys. 32. Czynniki wpływające na podjęcie decyzji nabywczych produktów tradycyjnych regionalnych.	100
Rys. 33. Analiza wybranych produktów pod względem smaku słonego.	105
Rys. 34. Analiza jakościowa wybranych produktów pod względem smaku słodkiego.	106
Rys. 35. Analiza jakościowa wybranych produktów pod względem smaku tłustego.	106
Rys. 36. Analiza jakościowa wybranych produktów pod względem smaku kwaśnego.	107
Rys. 37. Analiza jakościowa wybranych produktów pod względem smaku pikantnego.	107
Rys. 38. Analiza jakościowa wybranych produktów pod względem smaku przypraw.	108
Rys. 39. Analiza jakościowa wybranych produktów pod względem smaku inny.	108
Rys. 40. Analiza jakościowa wybranych produktów pod względem zapachu przypraw.	109
Rys. 41. Analiza jakościowa wybranych produktów pod względem zapachu tłuszczu.	109
Rys. 42. Analiza jakościowa wybranych produktów pod względem zapachu podrobów.	110
Rys. 43. Analiza jakościowa wybranych produktów pod względem zapachu innego.	110
Rys. 44. Analiza jakościowa wybranych produktów pod względem rozdrobnienia tkanki mięsnej.	111



Rys. 45. Analiza jakościowa wybranych produktów pod względem soczystości.	111
Rys. 46. Analiza jakościowa wybranych produktów pod względem zwięzłości.	112
Rys. 47. Analiza jakościowa wybranych produktów pod względem gładkości.	112
Rys. 48. Ocena wyglądu w zależności od rodzaju wyrobu.	115
Rys. 49. Ocena smaku w zależności od rodzaju wyrobu.	115
Rys. 50. Ocena zapachu w zależności od rodzaju wyrobu.	115
Rys. 51. Ocena konsystencji w zależności od rodzaju wyrobu.	115
Rys. 52. Ocena ogólnego wrażenia w zależności od rodzaju wyrobu.	115
Rys. 53. Ocena smaku w zależności od rodzaju kiełbasy.	117
Rys. 54. Ocena zapachu w zależności od rodzaju kiełbasy.	117
Rys. 55. Zawartość tłuszczu w wędlinach tradycyjnych i konwencjonalnych.	119
Rys. 56. Zawartość tłuszczu w kiełbasach tradycyjnych i konwencjonalnych.	120
Rys. 57. Zawartość wody w wędlinach tradycyjnych i konwencjonalnych.	121
Rys. 58. Zawartość wody w kiełbasach tradycyjnych i konwencjonalnych.	121
Rys. 59. Porównanie zawartości soli w wędlinach i kiełbasach tradycyjnych i konwencjonalnych.	123
Rys. 60. Porównanie zawartości białka w wędzonym tradycyjnych i konwencjonalnych.	124
Rys. 61. Porównanie zawartości białka w kiełbasach tradycyjnych i konwencjonalnych	124

## Spis tabel

Tabela 1. Definicja produktów tradycyjnych	75
Tabela 2. Definicja produktu regionalnego	76
Tabela 3. Certyfikaty wytwarzanych produktów	76
Tabela 4. Powody ubiegania się o certyfikat	77
Tabela 5. Osiągnięte efekty	78
Tabela 6. Miejsce i częstość sprzedaży produktów	79
Tabela 7. Opinia o żywności tradycyjnej i regionalnej	80
Tabela 8. Charakterystyka rozkładu zmiennej pozytywnej opinia o żywności tradycyjnej i regionalnej	80
Tabela 9. Opinia o żywności tradycyjnej i regionalnej - kategorie	
Tabela 10. Charakterystyka badanej populacji.	80
Tabela 11. Definicja żywności dobrej jakości w zależności od czynników społeczno-ekonomicznych (wyniki testu chi-kwadrat).	81
Tabela 12. Zależność odpowiedzi na pytanie istotność źródła pochodzenia żywności od czynników społeczno-ekonomicznych (wyniki testu chi-kwadrat).	83
Tabela 13. Zależność odpowiedzi na pytanie o częstotliwość nabywania produktów tradycyjnych i regionalnych od czynników społeczno-ekonomicznych (wyniki testu chi-kwadrat).	84
Tabela 14. Zależność opinii na temat produktów tradycyjnych i regionalnych od czynników społeczno-ekonomicznych (wyniki testu chi-kwadrat).	85
Tabela 15. Zależność odpowiedzi na pytanie czym kieruje się konsument przy wyborze produktu tradycyjnego od czynników społeczno-ekonomicznych (wyniki testu chi-kwadrat).	88
Tabela 16. Zależność odpowiedzi na pytanie o opinii na temat jakości od odpowiedzi na pytanie czym konsument kieruje się przy wyborze produktu tradycyjnego i regionalnego (wyniki testu chi-kwadrat).	89
Tabela 17. Zależność kierowania się dostępnością przy wyborze produktu tradycyjnego i regionalnego od oceny jakości od (wyniki testu chi-kwadrat).	91

Tabela 18. Zależność kierowania się źródłem pochodzenia przy wyborze produktu tradycyjnego i regionalnego od oceny jakości (wyniki testu chi-kwadrat).	91 91
Tabela 19. Charakterystyka badanej populacji.	
Tabela 20. Zależność odpowiedzi na pytanie 1 od czynników społeczno-ekonomicznych (wyniki testu chi-kwadrat)	92
Tabela 21. Zależność odpowiedzi na pytanie o znajomość oznakowania produktów tradycyjnych i regionalnych od czynników społeczno-ekonomicznych (wyniki testu chi-kwadrat).	93
Tabela 22. Odpowiedzi twierdzące na pytanie czy kupuje produkty tradycyjne i regionalne – w zależności od wieku	94
Tabela 23. Zależność odpowiedzi na pytanie o kategorię nabywanych produktów tradycyjnych od czynników społeczno-ekonomicznych (wyniki testu chi-kwadrat)	95
Tabela 24. Odpowiedź twierdząca na pytanie o znajomość oznakowania produktów tradycyjnych i regionalnych – zróżnicowanie według wieku respondenta.	96
Tabela 25. Zależność odpowiedzi na pytanie o nabywanie produktów tradycyjnych od czynników społeczno-ekonomicznych (wyniki testu chi-kwadrat).	96
Tabela 26. Nabywana kategoria produktów tradycyjnych i regionalnych– jaja, produkty mleczne – w zależności od płci	98
Tabela 27. Nabywana kategoria produktów tradycyjnych i regionalnych – pieczywo – w zależności od wieku.	99
Tabela 28. Zależność odpowiedzi na pytanie o motywy nabywania produktów tradycyjnych i regionalnych od czynników społeczno-ekonomicznych (wyniki testu chi-kwadrat)	99
Tabela 29. Motywy nabywania produktów tradycyjnych i regionalnych w zależności od płci	100
Tabela 30. Nabywanie produktów tradycyjnych i regionalnych ze względu na jej jakość - w zależności miejsce zamieszkania	101
Tabela31. Nabywanie produktów tradycyjnych i regionalnych ze względu na jej jakość - w zależności sytuacji materialnej.	101 101

Tabela 32. Ocena organoleptyczna wędlin tradycyjnych i konwencjonalnych	103
Tabela 33. Ocena organoleptyczna kiełbas tradycyjnych i konwencjonalnych	104
Tabela34. Profil smakowitości szynek – podstawowe miary statystyczne i wyniki testu Kruskala-Wallisa	113
Tabela35. Profil smakowitości szynek – podstawowe miary statystyczne i wyniki testu Kruskala-Wallisa (c.d.)	113
Tabela 36. Wyniki afektywnej oceny sensorycznej szynek – podstawowe miary statystyczne i wyniki analizy wariancji	114
Tabela 37. Wyniki afektywnej oceny sensorycznej kiełbas – podstawowe miary statystyczne i wyniki analizy wariancji	116 118
Tabela 38. Średnie wartości oraz odchylenie standardowe parametrów barwy	119
Tabela 39. Różnica barwy między wędzonymi	
Tabela 40. Porównanie zawartości azotynów w wędlinach tradycyjnych i konwencjonalnych	125

## **Spis załączników**

Załącznik 1 Kwestionariusz ankietowy badania wśród podmiotów prowadzących sprzedaż bezpośrednią na temat bezpieczeństwa żywności zbywanej tą drogą

Załącznik 2 Kwestionariusz ankietowy badania wśród producentów dotyczące nadawania produktom tradycyjnym oznaczeń i sposobu ich dystrybucji.

Załącznik 3 Kwestionariusz ankietowy badania wśród konsumentów na temat zainteresowania oraz ich opinia na temat jakości żywności regionalnej

Załącznik 4 Kwestionariusz ankietowy badania wśród konsumentów badające poziom wiedzy na temat produktów tradycyjnych, regionalnych

Załącznik 5 Kwestionariusz wywiadu na temat znajomości produktów tradycyjnych i regionalnych Kociewia

Załącznik 6 Wywiad - zestawienie odpowiedzi udzielanych na terenie powiatu starogardzkiego

Załącznik 7 Wywiad – zestawienie odpowiedzi udzielanych na terenie powiat tczewskiego

## Załącznik 1

### Szanowni Państwo,

*Niniejszy kwestionariusz został opracowany na potrzeby badania, którego celem zweryfikowanie bezpieczeństwa żywności produktów przeznaczonych do sprzedaży bezpośredniej. Bardzo proszę o poświęcenie kilku minut na wypełnienie niniejszej ankiety. Ankieta ta jest anonimowa, a zdobyte za jej pomocą informacje posłużą do analiz statystycznych, które zostaną wykorzystane wyłącznie do celów naukowych.*

### Metryczka

Produkty przeznaczone do sprzedaży bezpośredniej:

- a. Tusze lub podroby pozyskane z drobiu i zajęczaków
- b. Tusze podroby pozyskane przez koło łowieckie
- c. Produkty rybołówstwa
- d. Żywe ślimaki lądowe
- e. Mleko surowe
- f. Siara
- g. Surowa śmietana
- h. Jaja pozyskane od drobiu lub ptaków bezgrzebieniowych
- i. Produkty pszczele nieprzetworzone

1. Kiedy działalność sprzedaży bezpośredniej została zarejestrowana?

.....

2. Czy sprzedaż bezpośrednia jest głównym źródłem dochodu?

- a. Tak
- b. Nie

3. Jaka jest roczna wielkość sprzedaży? (ilościowo lub kwotowo)

.....

4. Gdzie produkty są sprzedawane?

- a. W miejscu wytwarzania
- b. Na bazarze/rynku
- c. Na festynach, targach
- d. Inne?.....

5. Produkty przeznaczonych do sprzedaży bezpośredniej wg Pana/Pani są:

- a. bezpieczne,
- b. mogą stanowić zagrożenie,
- c. nie wiem, czy są bezpieczne

.....

6. Bezpieczeństwo żywności przeznaczonej do sprzedaży bezpośredniej zapewnia Pan/Pani poprzez:

- A. stosowanie opakowań,
- b. stosowanie zaleceń IW,
- c.....

.....

7. Jak często odbywają się u Państwa kontrole inspekcji weterynaryjnej?

.....

.....

## Załącznik 2

Szanowni Państwo,

Niniejsza kwestionariusz został opracowany na potrzeby badania, którego celem będzie określenie, czy pozyskanie znaku gwarantującego wysoką jakość produktu (ChNP, ChOG, GTS, PDŻ, itp.) może być elementem promocji produktów tradycyjnych i regionalnych. Bardzo proszę o poświęcenie kilku minut na wypełnienie niniejszej ankiety. Ankieta jest anonimowa, a zdobyte za jej pomocą informacje posłużą do analiz statystycznych, które zostaną wykorzystane wyłącznie do celów naukowych.

### Metryczka:

Produkt tradycyjny i regionalny.....

Region/województwo:.....

1. Proszę wybrać definicję, która najlepiej opisuje **produkty tradycyjne** (Należy zaznaczyć jedną odpowiedź).

- Produkty wytwarzane na dowolnym obszarze, ale według udowodnionej wieloletniej tradycji,
- Produkty wytwarzane na oznaczonym obszarze, charakteryzujące się wyjątkową, tradycyjną metodą produkcji
- Produkty powszechnie uznane za tradycyjne, nie muszą posiadać udowodnionej tradycyjnej receptury
- Produkty wyprodukowane bez chemii i dodatków do żywności.

2. Która z poniższych definicji Państwa zdaniem jest właściwa dla określenia **produktu regionalnego**?

- wyrób lub usługa, z którą utożsamiają się mieszkańcy regionu, produkowana z surowców lokalnie dostępnych (produkt spożywczy, rękodzieło, wydarzenie lokalne)
- produkt spożywczy wytwarzany z wysokiej jakości wyrobów rolno-spożywczych, pochodzących z konkretnych regionów
- produkt spożywczy znanego pochodzenia, którego jakość i renoma jest ściśle związana z regionem, w którym jest wytwarzany.

3. Proszę wskazać, który z poniższych certyfikatów uzyskał Wasz produkt oraz rok uzyskania certyfikatu:

Rodzaj certyfikatu		Rok uzyskania
Wpis na listę produktów tradycyjnych i regionalnych MRiRW	<input type="checkbox"/>	
Chroniona Nazwa Pochodzenia (ChNP)	<input type="checkbox"/>	
Chronione Oznaczenie Geograficzne (ChOG)	<input type="checkbox"/>	
Gwarantowana Tradycyjna Specjalność (GTS)	<input type="checkbox"/>	
Poznaj Dobrą Żywność (PDŻ)	<input type="checkbox"/>	
Jakość Tradycja	<input type="checkbox"/>	
Produkt ekologiczny	<input type="checkbox"/>	
Inny (jaki?).....	<input type="checkbox"/>	

4. Czy napotkali Państwo problemy na drodze do uzyskania certyfikatu?

- tak
- nie

Jeśli **tak**, jakiego rodzaju były to trudności?

.....  
.....  
.....  
.....

**5. Co skłoniło Państwa do ubiegania się o wyżej wymienione certyfikat(-y)?**

- zwiększenie popytu na wytwarzane produkty,
- uzyskanie stabilności na rynku,
- umożliwienie promocji produktu poza regionem,
- złagodzenie wymogów sanitarnych i weterynaryjnych,
- zachowanie tradycji i tożsamości regionalnej,
- inne (jakie?).....

**6. Czy osiągnęliście Państwo spodziewane efekty?**

- tak
- nie

**7. Jeśli tak, to które z poniższych:**

- zwiększenie sprzedaży,
- zwiększenie kosztów produkcji/pozyskiwania produktu,
- pozyskanie nowych rynków zbytu spoza regionu,
- pozyskanie wsparcia finansowego,
- inne (jakie?).....

**8. Gdzie sprzedają Państwo swoje produkty?**

	Nigdy - 1	Rzadko - 2	Czasami - 3	Często - 4	Zawsze - 5
Hipermarket					
Sklep spożywczy					
Restauracje					
Agroturystyka					
Znajomi					
Jarmark					
Sklep ze zdrową żywnością					
Bezpośrednio u producenta					
Inne (jakie?)					

**9. W jakim stopniu zgadzacie się Państwo z następującymi określeniami dotyczącymi żywności tradycyjnej i regionalnej**

	całkowicie się zgadzam	zgadzam się	raczej się zgadzam	trudno powiedzieć	raczej się nie zgadzam	nie zgadzam się	całkowicie się nie zgadzam
jest łatwo dostępna							
jest wysokiej jakości							
jest smaczna							
jest zdrowa							
jest bez konserwantów							
jest oparta na tradycyjnych recepturach							
jest nowoczesna							
jest droga							
jest lepsza od żywności konwencjonalnej							



### Załącznik 3

### Kwestionariusz ankietowy

*Kwestionariusz został opracowany na potrzeby badania, którego celem będzie określenie zainteresowania oraz odczucia konsumenta na temat jakości żywności regionalnej. Ankieta jest anonimowa. Bardzo proszę o jej wypełnienie.*

1. Co oznacza dla Pana/Pani „żywność dobrej jakości”?
  - a. Produkty żywnościowe niezawierające konserwantów i chemii.
  - b. Świeże i mało przetworzone produkty żywnościowe.
  - c. Estetycznie opakowane, opatrzone etykietą produkty żywnościowe.
  - d. Wszystkie wyżej wymienione
  - e. Inne  
(jakie?).....
2. Czy ważne jest dla Pana/Pani źródło pochodzenia nabywanej żywności?
  - a. Tak
  - b. Nie
  - c. Jest mi to obojętne
3. Czy nabywa Pan/Pani żywność regionalną drogą sprzedaży bezpośredniej (u producenta – gospodarza rolnego, na rynku/bazarku)?
  - a. tak Odpowiedź **pozytywna** proszę odpowiedzieć na kolejne pytanie
  - b. nie Odpowiedź **negatywna** proszę o uzupełnienie metryczki
4. Jak często nabywa Pan/Pani żywność regionalną?
  - a. Kilka razy w tygodniu
  - b. Kilka razy w miesiącu
  - c. Kilka razy w roku
5. Proszę określić swoje zdanie na temat żywności regionalnej.

	Stwierdzenie	Zdecydowanie się nie zgadzam	Nie zgadzam się	Ani się zgadzam, ani nie zgadzam	Zgadzam się	Zdecydowanie się zgadzam
To zawsze świeże, naturalne produkty bez dodatków konserwantów						
To produkty o lepszych walorach smakowych, „swojskie”						
To produkty domowe, wytwarzane w sposób tradycyjny						
To produkty drogie, których cena nie idzie w parze z jakością						
To produkty bez zagwarantowania bezpieczeństwa						

#### METRYCZKA

**Płeć:**  Kobieta  Mężczyzna

**Wiek :**  < 25  25-35  35-45  45-55  >55

**Miejsce zamieszkania:**  wieś  miasto do 50 000 liczby mieszkańców  miasto 50 000- 100 000 liczby mieszkańców  miasto 100 000-500 000 liczby mieszkańców  miasto powyżej 500 000 liczby mieszkańców **Sytuacja materialna:**  zła  zadowolająca  dobra  bardzo dobra

## Załącznik 4

### KWESTIONARIUSZ ANKIETOWY

*Kwestionariusz został opracowany na potrzeby badania, którego celem będzie określenie wiedzy oraz zainteresowania żywnością tradycyjną, regionalną. Ankieta jest anonimowa. Bardzo proszę o jej wypełnienie, by informacje zdobyte za jej pomocą posłużyły do analiz statystycznych, oraz do celów naukowych.*

1. Według Pani(-a) żywność tradycyjna, regionalna to żywność: (można udzielić kilku odpowiedzi)
  - a. wyprodukowana z wysokiej jakości wyrobów rolno-spożywczych, pochodzących z konkretnych regionów
  - b. charakteryzująca się wyjątkową, tradycyjną metodą produkcji.
  - c. ekologiczna,
  - d. produkowana w systemie QAFP,
  - e. produkowana bez dodatków do żywności.
  
2. Czy spotkał(a) się Pan(i) z żywnością tradycyjną, regionalną?
  - a. tak,
  - b. nie,
  - c. nie wiem.
  
3. Czy zna Pan(i) oznakowanie żywności tradycyjnej, regionalnej?
  - a. tak,
  - b. nie.
  
4. Jeśli tak, proszę zidentyfikować poniższe oznaczenia:



.....



.....



.....



.....

5. Czy kupuje Pan(i) żywność tradycyjną, regionalną?

a. tak,

b. nie.

Jeśli **odpowieź b**, to proszę odpowiedzieć na pytanie 6, jeśli **odpowieź a**, proszę odpowiedzieć na pytania 7-11

6. Dlaczego nie kupuje Pan(i) żywności tradycyjnej, regionalnej?

a. jest za droga,

b. nie znam takiej żywności,

c. nie wiem, gdzie ją kupić,

d. mam inne preferencje,

e. inne (jakie?).....

7. Jak często kupuje Pan(i) żywność tradycyjną, regionalną?

a. codziennie,

b. przynajmniej raz w tygodniu,

c. raz w miesiącu,

d. rzadziej niż raz w miesiącu.

8. Które z produktów tradycyjnych, regionalnych Pan(i) kupuje?

.....  
.....

9. Co przekonało Pana(ią) do kupowania tej żywności?

a. znajomi,

b. jakość tej żywności,

c. literatura,

d. tradycja (wyniesiona z domu)

e. chęć wspierania regionalnych wytwórców,

f. moda na eko

g. inne (jakie?).....

**Metryczka:**

**Płeć:**  Kobieta  Mężczyzna

**Wiek:**  < 25  25-35  35-45  45-55  >55

**Miejsce zamieszkania:**  wieś  miasto do 50 000 liczby mieszkańców  miasto 50 000- 100 000 liczby mieszkańców  miasto 100 000-500 000 liczby mieszkańców  miasto powyżej 500 000 liczby mieszkańców

**Sytuacja materialna:**  zła  zadowolająca  dobra  bardzo dobra

## Załącznik 5

### KWESTIONARIUSZ ANKIETOWY

*Bardzo proszę o wypełnienie krótkiego kwestionariusza ankiетowego. Jestem doktorantką Akademii Morskiej w Gdyni, prowadzę badania nad zainteresowaniem konsumenta żywnością tradycyjną regionalną. Wyniki uzyskane dzięki poniższemu kwestionariuszowi zostaną wykorzystane do celów naukowych.*

1. Proszę wymienić potrawy, które uważa Pani/Pan za tradycyjne:

Święta Wielkanocne                      Święta Bożego Narodzenia                      Inne Święta

2. Czy przygotowuje Pani/Pan potrawy w sposób tradycyjny (unikatowa receptura babci, przepis stosowany od pokoleń...itp.)?

Święta Wielkanocne                      Święta Bożego Narodzenia                      Inne Święta

**Metryczka (proszę wstawić znak X w odpowiednią kratkę):**

**Pani/Pana adres e-mail lub tel. komórkowy:** .....

**Płeć:** Kobieta  mężczyzna

**Wiek w latach:** poniżej 19  19-24  25-29  30-39  40-49  50-64  powyżej 65

**Wykształcenie:** podstawowe  zawodowe  średnie  wyższe

**Miejsce pochodzenia:** miasto  wieś

**Miejsce stałego zamieszkania (proszę podać nazwę gminy i województwa):** .....

Wieś  miasto do 10 000 mieszkańców (m.)  miasto od 10 001 do 50 000 m.  miasto od 50 001 do 100 000 m.  miasto od 100 001 do 500 000 m.  miasto powyżej 500 001 m.

**Status zawodowy:** uczeń (student)  osoba pracująca  osoba niepracująca  emeryt/rencista

**Status materialny:** niezadowolający  zadowolający  dobry  bardzo dobry

# Załącznik 6

## Wywiad – Zestawienie odpowiedzi udzielonych na terenie powiatu starogardzkiego

Wielkość		płeć		wiek							wykształcenie			miejsce		miejsce zamieszkania		status zawodowy			status materialny							
kategoria	potrawa	k	m	<19	19-24	25-29	30-39	40-49	50-64	>64	p	z	ś	w	miasto	wieś	wieś	m <10 000	m 10 000-50 000	uczeń	osoba pracująca	osoba niepracująca	emeryt/recylista	niezadowolony	zadowolony	dobry	bardzo dobry	
przystawki	jajka gotowane na twardo	7	1				5	2	1					5	3	6	2	2	6		1	6	1			2	5	1
	jajka faszerowane/nadziewane	4					2	2					1	3	4			4				3	1		1	2	1	
	jajka z majonezem	6					4	2					3	3	3	3						4	2			3	3	
	sałatka jarzynowa	10	1				4	6	1				4	5	2	7	4	4	7			9	2		2	3	6	
	ryba w galarecie	1					1							1	1	1						1				1	1	
	galaretki drożdżowa	1					1							1	1	1						1				1	1	
	śledź	1					1							1	1	1						1				1	1	
	kiełbasa biała	10	1				7	4					2	9	7	4	4	7					7	4		6	5	
	barszcz biały	4					3	1					1	3	4	4			4		1	1	2			3	1	
	żurek	9						1	6	2				2	7	9						9	2			6	3	
dania główne	pierogi	2					1						1	1				2		1	1				1	2		
	makaron z sosem	1					1						1	1				1			1				1	1		
	bigos	2					1	1					1	1				2			2				1	1		
	lecznica	1					1						1	1				1			1					1	1	
	zupa ogórkowa	1					1						1	1				1			1					1	1	
desery	pieczone mięso z młyna	1					1						1	1				1			1					1	1	
	babka	16	1				2	9	6			3	3	10	1	15	2	2	15		2	12	3			9	8	
	keks	1					1						1	1				1			1					1	1	
	marcepan	10	1				7	4					7	4		4	4	7			8	3				8	5	
	sernik	5					2	2	1				4	1	5			5			5					2	3	
makowiec	1					1	1					1	1				2			1	1				1	1		
Boty Narodzone																												
kategoria	potrawa	k	m	<19	19-24	25-29	30-39	40-49	50-64	>64	p	z	ś	w	miasto	wieś	wieś	m <10 000	m 10 000-50 000	uczeń	osoba pracująca	osoba niepracująca	emeryt/recylista	niezadowolony	zadowolony	dobry	bardzo dobry	
przystawki	ryba wędzona	1					1							1				1			1					1	1	
	ryba po grecku	8	1				5	3				1	2	3	2	6	2	2	1			7	1		1	3	4	
	ryba w galarecie	6					1	4	1			2	3	1	3	3	3	3			5	3			2	2	2	
	sałatka warzowna	7					1	4	2			1	4	1	6	1	1	6			5	2			1	1	5	
	śledzie w oleju	1					1						1	1		1	1				1					1	1	
	sałatka śledziowa	1					1						1	1		1	1				1					1	1	
	groszek z kapustą	1					1						1	1		1	1				1					1	1	
	grzybki w zalewie octowej	1					1						1	1		1	1				1					1	1	
	barszcz	9					1	5	3				2	2	4	1	7	2	2	7		1	6	2		5	4	
	barszcz czerwony	5						3	2	4			1	4		3	2	2	3	4		4	1		1	2	2	
zupa grzybowa	1						1					1	1		1	1				1					1	1		
zupa rybna	1						1					1	1		1	1				1					1	1		
dania główne	lary	9	1				1	8	1			1	1	7	1	10			10			7	3			5	5	
	śledź w śmietanie	1					1						1	1		1			1		1					1	1	
	barszcz pieczony	1					1						1	1		1	1				1					1	1	
	ryba po japońsku	1					1						1	1		1	1				1					1	1	
	ńtęrop	16	1				12	5				1	3	13	14	3	3	14			2	10	5		2	8	7	
	kolacz schabowy																											
	gębabki																											
	devolaje	1					1							1		1	1				1					1	1	
	żury	1					1						1	1		1	1				1					1	1	
	bigos	9					1	5	3				2	2	5	8	1	1	8			5	4		2	4	3	
	brokiety	1						1					1	1		1	1				1					1	1	
	śniadaczki																											
	makaron z makrem																											
	indyk																											
	luzanki																											
pieczeń																												
laczka																												
ńtęrop	6						5	1					4	2	5	1	1	5			5	1			2	3		
sernik	9	1					5	4	1			2	5	3	8	2	2	8			7	3		1	5	4		
kruche ciastka	1						1					1	1	2		2	2	2			2				1	2		
lary	1						1					1	1		1	1				1					1	1		
makowiec	6						3	2	1			1	4	1	7		6			1	4	2		2	1	3		
babka	1						1					1	1		1	1				1					1	1		
śwież śmietanowy	1						1					1	1		1	1				1					1	1		
łaz kasenowy	1						1					1	1		1	1				1					1	1		
ciasto kabus	1						1					1	1		1	1				1					1	1		
keks	1						1					1	1		1	1				1					1	1		
ńtęrop	3						1	1	2			1	2	1	4		4			4					1	3		
osolka	1						1		1			1	1		1	1				1					1	1		
ńtęrop	2						1	1				1	1		2	2	2	2			2	1			1	1		
ńtęrop	1						1	1				1	1		1	1				1					1	1		
ńtęrop	1						1	1				1	1		1	1				1					1	1		
ńtęrop	1						1	1				1	1		1	1				1					1	1		
ńtęrop	1						1	1				1	1		1	1				1					1	1		
ńtęrop	1						1	1				1	1		1	1				1					1	1		
ńtęrop	1						1	1																				



## STRESZCZENIE PRACY W JĘZYKU POLSKIM

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*



## SUMMARY IN ENGLISH

Name and surname of the author of the dissertation: mgr inż. Magda Śniegocka-Dworak

Name and surname of the dissertation promoter: dr hab. inż. Aleksandra Wilczyńska prof.

UMG

Name and surname of the dissertation promoter: dr inż. Agnieszka Palka

The subject of the dissertation:

"Determinants of the development of the market of traditional and regional products and factors influencing the quality of these products"

Traditional and regional food are products that are made of special ingredients thanks to the traditional production method. These products are characterized by naturalness, low degree of processing, no additives and no permitted chemicals. All these features make traditional food more and more popular and undoubtedly it is an alternative desired by consumers to products manufactured on an industrial scale. As a result, the demand for traditional food in the form of processed and unprocessed products from a proven source is growing. The interest in traditional and regional products is constantly growing. This trend is observed not only on the domestic market, but also abroad, food produced in a traditional way plays an increasingly important role.

This type of production has become so significant that various systems of its protection have been introduced. Unfortunately, producers of traditional and regional products often market products without appropriate labeling, which makes it practically impossible to determine the size of the market for traditional and regional products in Poland, and thus to present product development trends on this market.

The aim of the work was to investigate the local market of traditional and regional products and to analyze the factors influencing the development of production and distribution of traditional and regional food in selected poviats of the voivodeship Pomeranian.

The work consists of two parts, the first one includes an introduction and a review of the literature, the second part - research - contains the aim of the work and research hypotheses, describes the methodology and discusses the results of the research, the sum up and conclusions resulting from them.

The first part presents the food market, discusses the factors influencing its development - food quality, food origin, consumer awareness and education. Then, the issues of traditional and regional products and systems of distinguishing this type of food were discussed. The second chapter discusses the quality of traditional products - the life stages of a traditional and regional product, and identifying these products with high quality.

The research part contains the purpose, hypotheses, methodology, results of surveys conducted among producers on the distribution of traditional products and their interest in labeling traditional products, as well as producers' opinions on the safety of traditional and regional products and among consumers on the interest and knowledge about traditional and regional products. Then, the results of the physico-chemical analysis of traditional and regional sausages and the corresponding conventional products as well as the conducted sensory profiling of selected traditional and regional products and the corresponding conventional products were presented. Statistical tests and an MS Excel spreadsheet were used to interpret the results.

The final part of the work contains a sum up and conclusions from the research. Research conducted among producers showed that they have had positive experiences with the production and sale of traditional and regional products. It was also found that producers are increasingly willing to participate in food differentiation systems.

It has been shown that consumers from Starogard poviat are interested in traditional and regional food, appreciate its high quality and proven source of origin. The respondents declare knowledge and purchase of this type of food, but as a result of verifying their knowledge of the markings related to traditional and regional food, it can be concluded that they are not able to correctly identify these markings.

As a result of the physico-chemical analysis, it was found that traditional food does not differ from conventional food in this respect.

The factors that may have the greatest impact on the market development of traditional and regional products is the perception of this food by consumers. Only the consumer, who is aware of the value of this type of food, will look for it and buy it. The high sensory quality of these types of products can be a decisive factor in consumer choices. Both producers and marketers should be aware of this.

*Keywords: traditional and regional product, traditional food, food quality*