

Bernadetta Józefczyk, Witold Grodzki

Państwowa Wyższa Szkoła Zawodowa w Krośnie
Zakład Gospodarki Regionalnej i Agroturystyki

PRODUKTY, POTRAWY REGIONALNE I TRADYCYJNE CZYNNIKIEM ZWIĘKSZAJĄCYM ATRAKCYJNOŚĆ OFERTY AGROTURYSTYCZNEJ

Wstęp

Agroturystyka jako forma wypoczynku w gospodarstwie rolnym, cieszy się coraz większą popularnością. W rejonach atrakcyjnych turystycznie rośnie liczba gospodarstw świadczących tego typu usługi. Zwiększa się również zakres świadczonych usług. Oprócz możliwości skorzystania z noclegu, przybywający goście mogą skorzystać z jazdy konnej, pobiesiadować przy ognisku, uczestniczyć w warsztatach rękodzielniczych czy w pracach polowych. Jednak najważniejszym i najczęściej świadczonym typem usług są usługi żywieniowe dla turystów. Ma to ogromne znaczenie wtedy, gdy gospodarstwo dysponuje niezbędnymi surowcami i produktami żywnościowymi.

Występujący przez czterdzieści lat system społeczno-gospodarczy skutecznie hamował konsumpcję i rozwój potrzeb konsumentów. Konsument polski był w tamtym czasie w zasadzie homogeniczny. Przyczyniło się do tego między innymi racjonowanie żywności. Przejście na gospodarkę rynkową było prawdziwą rewolucją w zwyczajach konsumpcyjnych Polaków. Konsument stanął wobec gotowej, przeliczonej oferty przemysłu spożywczego¹.

Masowa produkcja żywności, ujednocianie smaków, zapachów przyczyniło się do tego, że konsument, turysta przybywający do gospodarstwa agroturystycznego

¹ Sznajder M. i in., 1997, Marketing produktów rolno-spożywczych, Poznań, s. 13.

zaczął poszukiwać nowych wrażeń smakowych i zapachowych, czy też chciał wrócić do smaków zapamiętanych z dzieciństwa, do swych korzeni. Większego znaczenia zaczęła nabierać wysoka jakość i bezpieczeństwo żywności. Odmienny smak zakupionych na targu czy w gospodarstwie potraw lub produktów staje się czynnikiem, powodującym, że uchodzą one za wyjątkowe specjały.

Produkty i potrawy regionalne i tradycyjne

W państwach Unii Europejskiej coraz ważniejszą rolę odgrywa wytwarzanie, ochrona i promocja żywności o wysokich walorach jakościowych. Wyroby rolno-spożywcze pochodzące z konkretnych regionów, jak też charakteryzujące się tradycyjną metodą produkcji, są wyróżniane specjalnymi znakami, które potwierdzają ich wysoką jakość². Prawo Unii Europejskiej Rozporządzeniami Rady nr 2081/92 i 2082/92 reguluje ochronę tychże produktów. Wraz z wprowadzeniem tych regulacji nastąpił dynamiczny rozwój produkcji wyrobów regionalnych i tradycyjnych. Oznakowanie produktów zabezpiecza je przed nieuczciwym przywłaszczeniem nazwy, podrabianiem, równocześnie dywersyfikuje podaż produktów rolno-spożywczych i dostarcza dodatkowych informacji o produkcie i wytwórcy.

W celu ochrony specyficznych produktów regionalnych i tradycyjnych wprowadzono specjalne ich oznaczenie. Są to następujące instrumenty ochrony:

1. Chroniona Nazwa Pochodzenia (Ch. N. P.) – jest znakiem, który określa jakość produktu poprzez geograficzną nazwę miejsca pochodzenia i który ściśle wiąże charakterystyczne cechy produktu z uwarunkowaniami glebowymi, mikroklimatycznymi oraz historyczno – społecznymi miejsca, z którego dany produkt pochodzi. Począwszy od surowców, a skończywszy na sposobie wytwarzania produktu – produkcja, przetwarzanie, przygotowanie winny odbywać się na terenie objętym delimitacją.
2. Chronione Oznaczenie Geograficzne (Ch. O. G.) – jest znakiem, który określa jakość produktu poprzez zastosowanie geograficznej nazwy miejsca pochodzenia tego produktu, którego związek z miejscem wytwarzania jest wyraźnie utrwalony. W odróżnieniu od Ch. N. P., w tym przypadku tylko jeden z etapów produkcji musi odbywać się na wyznaczonym obszarze.
3. Gwarantowana Tradycyjna Specjalność (Świadectwo Specyficznego Charakteru, G.T.S.) – jest znakiem, który określa produkty wyróżniające się swoim składem, sposobem produkcji lub też tradycyjną metodą wytwarzania od podobnych im produktów należących do tej samej kategorii³.

Zgodnie z Ustawą z dnia 17 grudnia 2004 roku o rejestracji i ochronie nazw i oznaczeń produktów rolnych i środków spożywczych oraz o produktach trady-

² Kukowski J., Informator Europejski, nr 5/2004, RCDRRiOW w Przysieku, UM Województwa Kujawsko-Pomorskiego w Toruniu, s. 4.

³ Gąsiorowski M., 2004, Europejski system oznaczania jakości produktów regionalnych, [w:] Rzeczpospolita produktów regionalnych, red. K. Vinaver, J. Jasinski, Białystok–Paryż, s. 18–19.

cyjnych, wprowadzono krajową Listę Produktów Tradycyjnych, na którą mogą być wpisywane wyroby produkowane od co najmniej 25 lat.

Lista Produktów Tradycyjnych:

- służy rozpowszechnianiu informacji dotyczących wytwarzania produktów tradycyjnych,
- nie jest instrumentem ochrony nazw produktów,
- stwarza wytwórcom produktów tradycyjnych możliwość ubiegania się o udzielenie odstępstw od obowiązujących i prawnie uregulowanych wymogów produkcyjnych,
- ma na celu pogłębienie wiedzy konsumentów na temat tradycyjnej żywności i polskiego dziedzictwa kulinarnego.

Listę Produktów Tradycyjnych prowadzi Ministerstwo Rolnictwa i Rozwoju Wsi, a umieszczone na niej mogą być produkty rolne, środki spożywcze oraz napoje spirytusowe⁴.

Produkcja oznakowanych produktów regionalnych i tradycyjnych wpływa na polepszenie sytuacji finansowej producenta, poprzez podwyższenie ceny rynkowej produktu, konsumentowi pozwala na możliwość identyfikacji producenta, zapewnia stałą, wysoką jakość, a także specyficzny, unikatowy smak produktu. Oznaczenie produktu powoduje jego indywidualizację, poświadcza jego autentyczność i wysoką jakość. W rezultacie stają się one dziedzictwem i wizytówką regionu. Dzięki wysokiej jakości i naturalności uzyskują duże uznanie i stałe, wierne grono nabywców.

Związek produktu z regionem sprawia, że zakup staje się początkiem kontaktu ze specyficzną historią, tradycją, kulturą, społecznością i przyrodą danego obszaru. Ostatnio w wielu krajach europejskich można obserwować silną tendencję do podkreślania własnej przynależności regionalnej – coraz większego znaczenia nabierają tzw. małe ojczyzny⁵.

Polską wieś wyróżnia krajobraz typowo rolniczy, mieszkańcy zachowali swoje obrzędy i zwyczaje. Przy czym istnieje duże regionalne zróżnicowanie. Charakterystyczne jest także to, że Polska wieś posiada wiele specyficznych, regionalnych czy tradycyjnych produktów.

Najpopularniejszymi i najbardziej znanymi są oscypek, bryndza, bundz, żętyca. Oprócz wyżej wymienionych mamy wyjątkowo smaczne wędliny, wyróżnioną w konkursie „Nasze kulinarne dziedzictwo” kielbasę wiejską z Markowej, pierogi z kaszą jaglaną i serem z Wierzawic koło Leżajska, chleby, które jak twierdzą smakosze są najlepsze właśnie w Polsce. Wiele osób słyszało i zapewne kosztowało śliwownicy łąckiej, toruńskich pierników, strzeleckich powideł, sękacza. Nie można zapomnieć o tradycyjnych polskich rasach zwierząt (kury zielononóżki, gęś pomorska, bydło polskie czerwone, owca wrzosówka), czy odmianach owoców (jabłka

⁴ Jasiński J., Rzytki M., 2005, Produkty regionalne, Polska wieś w Europie, Wyd. Fundusz Współpracy, Warszawa, s. 10–11.

⁵ Kukowski J., Produkt lokalny i tradycyjny, Informator Europejski, nr 5/2004, RCDRRiOW w Przysieku, UM Województwa Kujawsko-Pomorskiego w Toruniu, s. 5.

kosztele, antonówki, kronsele, malinówki). Surowce z nich uzyskane charakteryzują się wyjątkowym smakiem, zapachem. Niejednokrotnie ich metoda produkcji jest bardzo praco- i czasochłonna, a przy tym wyjątkowa.

Nieodłącznym elementem bogatego, polskiego dziedzictwa kulinarnego są potrawy regionalne i tradycyjne. Kuchnie regionalne różnią się w mniejszym czy większym, a niekiedy nawet bardzo dużym stopniu od potraw sporządzanych z tych samych lub podobnych składników w innych częściach Polski. W różnych regionach kraju występują pewne, najbardziej dla tego obszaru charakterystyczne potrawy. Różnice w kuchniach poszczególnych regionów związane są z różnymi tradycjami przodków, z niejednakowo silnymi wpływami jednej lub kilku niegdyś, a czasami i do dziś, istniejących religii, z odmiennymi obyczajami kulturowymi. Różnice te dotyczyć mogą rodzajów produktów, stosowanych technik sporządzania oraz obyczajowości związanej ze sposobem żywienia.

W miarę rozwoju cywilizacji różnice coraz bardziej się zacierają ze względu na procesy wzajemnie przenikających się elementów kulturowych poszczególnych społeczności i grup ludności, niemniej pozostały pewne charakterystyczne odrębne cechy, niekiedy przez ludność regionu specjalnie kultywowane⁶.

Obecnie w gospodarstwie tradycyjne potrawy przygotowuje się zazwyczaj z okazji wigilijnej wieczerzy, a przecież wiele z nich stanowiło codzienne pożywienie naszych dziadków. Przechodzące z pokolenia na pokolenie oryginalne przepisy, zwyczaje żywieniowe codzienne i świąteczne stanowią o odrębnościach kulturowych zawężonych nieraz nawet do jednej wsi. Najczęściej były to przepisy proste, których wszystkie składniki można było wyprodukować we własnym gospodarstwie albo zebrać w lesie⁷.

Podkarpacie to region, gdzie dużą popularnością cieszyły się potrawy z kapusty, ziemniaków, kaszy, mleka. Podawano kapustę gotowaną zwykle z grochem, fasolą, żur owsiany lub żytni, ziemniaki z kwaśnym mlekiem, okraszone słoniną, pieczono proziaki, robiono kluski z mąki razowej, z surowych ziemniaków (tzw. dziady), zacierki na mleku, maleszki. Wiele z tych potraw do dnia dzisiejszego jest robiona w niejednej kuchni. Dla wielu gości, szczególnie tych zza granicy rarytasem jest tradycyjny polski schabowy, zupa grzybowa, bigos czy pierogi.

Żywnościowe produkty i potrawy regionalne i tradycyjne stanowią część ogromnego dziedzictwa kulinarnego naszego kraju. Są one wytwarzane na ogół przez gospodarstwa, które przeznaczają je na własne potrzeby lub do bezpośredniej sprzedaży na lokalnym rynku. W wielu gospodarstwach rolniczych przygotowywane są potrawy i przetwory, których próżno szukać w książkach kucharskich. Są one wielkimi wartościami kulturowymi danego regionu. Te produkty i potrawy różnią się zazwyczaj od przetworów żywnościowych wytwarzanych w skali przemysłowej.

⁶ Kołłajtis-Dołowy A., 2000, *Jadłospisy kuchni staropolskiej i regionalnej*, [w:] *Agroturystyka*, red. U. Świetlikowska, FAPA, Warszawa, s. 400–401.

⁷ Kokoszka E., 2002, *Dziedzictwo kulturowe Podkarpacia, Poradnik dla właścicieli gospodarstw agroturystycznych*, Wyd. Stowarzyszenie Agroturystyczne „GGG-Bieszczady”, Lesko.

Wyróżnia je naturalny sposób produkcji i przetwarzania. Specyficzne cechy tychże produktów i potraw wynikają ze środowiska przyrodniczego, wykorzystania lokalnych odmian roślin uprawnych czy ras zwierząt.

By to co regionalne i tradycyjne stało się atrakcją dla turystów

Przyjeżdżający na wypoczynek do gospodarstwa agroturystycznego goście oczekują nowych wrażeń, poznania lokalnej kultury, tradycji. Najczęściej korzystają oni z noclegu i wyżywienia oferowanego w gospodarstwie. Gospodyni przygotowując tradycyjne potrawy oferuje gościom „smak regionu”. Często firmy turystyczne, aby przyciągnąć turystów stosują hasła reklamujące jakiś region wykorzystując przy tym skojarzenia związane ze smakiem: „skosztuj, poczuj smak, spróbuj”⁸.

Produkt tradycyjny określa i znamionuje region. Wyraża jego tożsamość, wpływa na postrzeganie odmienności, uosabia historię, dziedzictwo. To miejsce staje się wartością psychologiczną, niejednokrotnie wywołuje emocje, afekt⁹.

Regionalne i tradycyjne potrawy, produkty to niejednokrotnie historia związana z ich pochodzeniem, wytwarzaniem. Przedstawiona w ciekawy, interesujący sposób może być dodatkową atrakcją dla turystów. Przyjeżdżający na urlop do gospodarstwa na ogół chcą przez ten okres zakosztować odmiany, czy to w stylu życia, czy w sposobie odżywiania. Oczekują czegoś oryginalnego, niepowtarzalnego, czego nie będą mogli skosztować w innym miejscu. Dla turysty ważne jest również to, że będąc w gospodarstwie agroturystycznym może obserwować cały cykl produkcyjny żywności, od surowca do produktu finalnego, który gospodyni serwuje na stole.

Niejednokrotnie gospodarstwo jako atrakcję oferuje swoim gościom udział w pracach gospodarskich, gdzie mogą obserwować wzrost uprawianych roślin czy hodowanych zwierząt. Świadomość, że gospodarstwo korzysta z żywności wyprodukowanej na miejscu „wiąże” turystę z naturą. Jest to niezwykle ważne w momencie, gdy współczesny konsument chce znać źródło pochodzenia produktu, chce wiedzieć jakimi metodami produkcji został on wytworzony. Zna szkodliwość działania środków ochrony roślin, zbyt obfitego nawożenia mineralnego czy stosowania leków u zwierząt.

Polskie rolnictwo ze względu na swój ekstensywny sposób produkcji dostarcza surowców o wyjątkowych walorach smakowych. Przygotowane z nich produkty czy potrawy mogą zaskarbić sobie podniebienie niejednej osoby odwiedzającej gospodarstwo i stać się lokalnym specjałem. Atrakcyjność tych potraw i produktów można zwiększyć poprzez odpowiednie ich zaserwowanie. Skoro są to elementy lokalnej kultury, tradycji, warto więc podać je w zaaranżowanej w miejscowej scenerii jadalni, w regionalnym stroju. Podawanie tego typu potraw w miłej, rodzinnej atmos-

⁸ Majewski J., 2003, Specjalizacja kluczem do zwiększenia zysku. Powiązanie turystyki, rolnictwa i rzemiosła, [w:] Turystyka rekreacyjna oraz turystyka specjalistyczna, Warszawa, s. 176.

⁹ Duczkowska-Piasecka M., Tradycyjna żywność na obszarach wiejskich-specyfika budowy rynku, Konferencja Tradycyjna żywność w rozwoju obszarów wiejskich, Jachranka 15–16 marca 2005 r., Materiały do druku, s. 11.

ferze sprawia gościom radość, poprawia ich samopoczucie i pozwala przenieść się w inny świat, czasy swoich dziadków. Takie przeżycia silnie rozbudzają wyobraźnię, szczególnie dzieci i są przejawem naturalnej tęsknoty do tradycji. Odpowiednia oprawa, atmosfera stołu sprawiają, że wakacje na wsi pozostawiają na długo dobre wspomnienie. Wiadomo bowiem, że „przez żołądek do serca”, jak głosi stare polskie porzekadło¹⁰.

Dla gości atrakcją będzie udział w zajęciach, podczas których można poznać tradycyjne metody przetwórstwa oraz warsztaty kulinarne z jednoczesną nauką przygotowywania produktów i potraw regionalnych czy tradycyjnych. Niejedną osobę ucieszy możliwość uczestnictwa w wypieku chleba czy robieniu masła. Ciekawym przeżyciem może być także kulinarna biesiada, organizowana przez gospodarstwa z danego terenu. Pozwoliłoby to na poznanie wielu nowych produktów i potraw żywnościowych. Niejednokrotnie to właśnie wyżywienie jakie oferuje gospodarstwo staje się dodatkowym czynnikiem decydującym o wyborze miejsca odpoczynku.

W sytuacji otwarcia granic, gdy odległość nie jest już żadnym problemem, właściciele gospodarstw agroturystycznych powinni liczyć się z możliwością odwiedzin osób z innych krajów członkowskich Unii Europejskiej czy zza wschodniej granicy. Konsumenci z zasobnym portfelem – w krajach Unii – już dawno zaczęli przedkładać jakość produktów lokalnych – wytwarzanych w tradycyjny sposób przez małe rodzinne gospodarstwa, przy wykorzystaniu specyficznych umiejętności i technologii na określonym obszarze geograficznym – nad ilość, czyli żywność pochodzącą z produkcji przemysłowej¹¹.

W przemianie stylu życia najbogatszych społeczeństw można dziś wyróżnić wyraźne zmiany, w których mieści się potencjalny popyt na produkty żywnościowe tradycyjne. Te trendy, jakie można nakreślić są następujące:

- chęć odmiany – dotyczy takich konsumentów, którzy odniósłszy sukcesy zawodowe, zmęczeni pracą poszukują – jako odreagowanie na stresy – starych wartości, dawnych lokalnych ciekawostek; dlaczego nie może to być żywnościowy produkt tradycyjny,
- izolowanie się – wydzielenie swojego „ja” z wielkiego świata, ograniczenie przestrzeni, w której się bywa, ograniczenie życia towarzyskiego do wybranych grup przyjaciół, skoncentrowanie się na swoim domostwie i życiu rodzinnym; czy tradycyjna żywność stoi w sprzeczności z taką tendencją?
- odmładzanie się – ta tendencja oznacza skierowanie pokaznej siły nabywczej na produkty związane z odmładzaniem (kosmetyki, zabiegi, ubrania, tryb życia) – czy tradycyjna żywność, oferowana jako naturalna, nie może być takim „odmładzającym środkiem”?

¹⁰ Kamiński A., 2003, Uwarunkowania osiągnięcia sukcesu w rozwoju turystyki specjalistycznej i kwalifikowanej na terenach wiejskich, [w:] Turystyka rekreacyjna oraz turystyka kwalifikowana, Warszawa, s. 184.

¹¹ Krysztofiak E., Produkt regionalny – szansa w tradycji, Top Agrar Polska, nr 10/2003, s. 83.

- egomania – pragnienie posiadania indywidualności, pragnienie odróżnienia się od innych posiadanych przedmiotom, unikalnym potrzebom – czy tradycyjna żywność nie może wpisać się w taki styl życia?
- niezwykle przygody – ta tendencja pojawiła się jako reakcja na standardy, na codzienność, na ciągle powtarzające się zjawiska dające wrażenie nieciekawych – czy potrzeba niezwyklej przygody, zaspokajana przy okazji ciekawych podróży nie ma związku z tradycyjną żywnością?
- głos rozsądku – to tendencja do angażowania się coraz większej grupy społeczeństw w uświadamianie innym zagrożeń związanych z degradacją naturalnego środowiska, w odpowiedzialność za zachowanie walorów naturalnych i dziedzictwa dla przyszłych pokoleń – czy tradycyjna żywność nie jest elementem wartym takiej dbałości?
- drobne szaleństwa – to znane i częste zachowania tych nabywców, którzy potrzebują czasami emocjonalnego szaleństwa i odprężenia – czy tradycyjna żywność nie może zaspokoić takiej potrzeby?
- wybieram zdrowie – konsumenci wiedzą jaki styl życia i jakie produkty są dla nich zabójcze, dlatego świadomie przestawiają się na „zdrowy model życia”; czy tradycyjna żywność nie może być sztandarowym produktem dla „zdrowego stylu życia”?
- konsumenci walczący – to tacy, którzy nie zgadzają się na buble w sklepach, na złe firmy, na niskie standardy obsługi i produktów, czy tradycyjna żywność może być takim wysokiej jakości produktem?¹²

Jak pokazują doświadczenia innych krajów unijnych zarejestrowanie i sprzedaż produktów regionalnych jest bardzo opłacalna. W Portugalii, kiedy Unia uznała regionalny charakter kilku serów, wartość ich sprzedaży wzrosła w ciągu czterech lat o 130%. Wzrost obrotów nie był spowodowany spadkiem cen tych produktów, ale uzyskaniem certyfikatu poświadczającego ich pochodzenie. Dla ponad 40% portugalskich konsumentów gwarancja pochodzenia jest jednym z głównych powodów skłaniających do zakupu tych towarów. W Toskanii ponad 30 % gospodarstw agroturystycznych produkuje i sprzedaje „prodotti tipici”¹³.

Rozwój departamentów Savoie i Haute-Savoie leżących we wschodniej części Francji w północno-zachodnich Alpach jest ściśle związany z rozwojem turystyki. Baza wypoczynkowa, bardzo dobrze przygotowane stoki narciarskie, liczne parki narodowe oraz uzdrowiska są jednak tylko jedną z cech, które wyróżniają ten obszar i na długi czas zostają w pamięci odwiedzających go turystów. Nie mniejszą atrakcję stanowi dla nich smakowanie specyficznej, niepowtarzalnej żywności wytwarzanej tradycyjnymi metodami. Skosztowanie serów („Tomme de Savoie”, „Tomme de

¹² Kotler P., 1999, Kotler o marketingu, Wyd. Profesjonalnej Szkoły Biznesu, Kraków, s.113; Duczkowska-Piasecka M., Tradycyjna żywność na obszarach wiejskich – specyfika budowy rynku, Konferencja „Tradycyjna żywność w rozwoju obszarów wiejskich”, Jachranka, 15–16 marca 2005, Materiały do druku, s. 4–5.

¹³ Jasiński J., Rzytki M., Oscypek w Brukseli, Rzeczpospolita, nr 40 z dnia 17.02.2005 r.

Bauges”), owoców „Pommes et poires de Savoie”), wędlin, czy napojów pochodzących z tych terenów, jest dla wielu odwiedzających ten region bardzo cennym uzupełnieniem aktywnego wypoczynku. Rejestracja smakołyków ułatwiła poszerzenie rynków zbytu, zwiększenie sprzedaży, a w konsekwencji wzrost dochodów i rozwój całego regionu¹⁴.

Korzyści wynikających z rejestracji i oferowania produktów, potraw regionalnych i tradycyjnych jest wiele. Do najważniejszych można zaliczyć:

- wzbogacenie oferty gastronomicznej i turystycznej pojedynczego gospodarstwa agroturystycznego, miejscowości, a w konsekwencji całego regionu,
- zachowanie tradycyjnych umiejętności w dziedzinie sztuki kulinarnej, ocalenie od zapomnienia wielu rodzimych specjałów, ich identyfikacja i inwentaryzacja,
- zwiększenie opłacalności produkcji rolnej, dzięki oferowaniu produktów przetworzonych, o znanej renomie i wysokiej jakości,
- zwiększenie różnorodności oferowanych produktów dla konsumenta,
- ochrona lokalnej i regionalnej tożsamości.

Podsumowanie

Występujący powszechnie trend powrotu do natury, szukania swojej „małej ojczyzny” powoduje, że w ideę tą silnie wpisuje się tendencja wytwarzania i sprzedawania produktów, potraw tradycyjnych i regionalnych. Oferowanie tego typu produktów w gospodarstwach agroturystycznych, stworzenie z nich atrakcji dla przybywających gości może stać się elementem decydującym o wyborze miejsca wypoczynku.

Poszukiwanie spokoju, równowagi, powrót do czasów swoich przodków, odkrywanie regionalnego zróżnicowania nie tylko w skali danego kraju, ale całej Europy może zachwycić i zainteresować przybywających gości. Oferując produkty, potrawy tradycyjne czy regionalne oferujemy smak przeszłości a niekiedy nawet wspomnienia. Stworzenie unikalnej atmosfery w gospodarstwie, przy stole, wśród przyjeżdżających gości przyczyni się do sprostania gustom najwybredniejszych klientów, pozwoli na spokojne celebrowanie posiłków, tak inne jak mamy na co dzień. Wspólny stół zawsze jednoczy osoby spożywające przy nim posiłek.

Odwiedzający wyjadą z gospodarstwa z miłymi, smacznymi wspomnieniami, z nowymi, ciekawymi wrażeniami smakowymi i na pewno powrócą do miejsc, w których czeka ich odmienność i odskocznia od codzienności.

Literatura

Duczowska-Piasecka M., 2005, *Tradycyjna żywność na obszarach wiejskich-specyfika budowy rynku*, Konferencja Tradycyjna żywność w rozwoju obszarów wiejskich, Jachranka 15–16 marca 2005 r., Materiały do druku, s. 4–11.

¹⁴ Jasiński J., Rzytki M., 2005, Produkty regionalne, Polska wieś w Europie, Wyd. Fundusz Współpracy, Warszawa, s. 21–22.

- Gąsiorowski M.**, 2004, *Europejski system oznaczania jakości produktów regionalnych*, [w:] Rzeczpospolita produktów regionalnych, red. K. Vinaver, J. Jasiński, Białystok-Paryż 2004, s. 18–19.
- Gąsiorowski M., Swulińska-Katulska A.**, 2002, *Dziedzictwo kulinarne szansą polskiej wsi w Zjednoczonej Europie*, Zagadnienia Doradztwa Rolniczego, nr 1, s. 27–43.
- Jasiński J., Rzytki M.**, 2005, *Oscypek w Brukseli*, Rzeczpospolita, nr 40 z dnia 17.02.2005 r.
- Jasiński J., Rzytki M.**, 2005, *Produkty regionalne, Polska wieś w Europie*, Fundusz Współpracy, Warszawa, s. 11–22.
- Kamiński A.**, 2003, *Uwarunkowania osiągnięcia sukcesu w rozwoju turystyki specjalistycznej i kwalifikowanej na terenach wiejskich*, [w:] *Turystyka rekreacyjna oraz turystyka kwalifikowana*, Warszawa, s. 184.
- Kokoszka E.**, 2002, *Dziedzictwo kulturowe Podkarpacia, Poradnik dla właścicieli gospodarstw agroturystycznych*, Wyd. Stowarzyszenie Agroturystyczne GGG-Bieszczady, Lesko.
- Kollajtis-Dołowy A.**, 2000, *Jadłospisy kuchni staropolskiej i regionalnej*, [w:] *Agroturystyka*, red. U. Świetlikowska, FAPA, Warszawa, s.400–401.
- Kotler P.**, 1999, *Kotler o marketingu*, Wyd. Profesjonalnej Szkoły Biznesu, Kraków, s.113.
- Kryzstofiak E.**, 2003, *Produkt regionalny – szansa w tradycji*, Top Agrar Polska, nr 10, s. 83.
- Kukowski J.**, 2004, *Produkt lokalny i tradycyjny, Informator Europejski, nr 5*, RCDRRiOW w Przysieku, UM Województwa Kujawsko-Pomorskiego w Toruniu, s.4–5.
- Majewski J.**, 2003, *Specjalizacja kluczem do zwiększenia zysku. Powiązanie turystyki, rolnictwa i rzemiosła*, [w:] *Turystyka rekreacyjna oraz turystyka specjalistyczna*, Warszawa, s. 176.
- Sznajder M. i in.**, 1997, *Marketing produktów rolno-spożywczych*, Poznań, s. 13.

Summary

PRODUCTS, REGIONAL AND TRADITIONAL DISHES AS A FACTOR INCREASING THE ATTRACTIVENESS OF AN AGROTOURIST OFFER

The widely existing mass culture makes a lot of people look for dissimilarity and variety. They get back to the tastes they remember from their childhood and wish to keep a small part of their hometown and the places they really liked in their homes. Products, regional and traditional dishes have become more and more popular. The article aims at presenting the instruments of regional and traditional products protection, and the role and significance of these products and dishes in increasing the attractiveness of an agrotourist offer.

The influence and benefits coming from the production and sale of products, regional and traditional dishes on the development of rural areas have also been discussed.