

PAWEŁ RADOMSKI, JĘDRZEJ KRUPIŃSKI,
WOJCIECH KRAWCZYK, PIOTR MOSKAŁA¹

Instytut Zootechniki – Państwowy Instytut Badawczy

CERTYFIKACJA I PROMOCJA PRODUKTÓW SZANSĄ DLA ROZWOJU GOSPODARSTW UTRZYMUJĄCYCH RASY RODZIME ZWIERZĄT GOSPODARSKICH²

Nadesłany: 31.10.2018 Zaakceptowany do druku: 28.02.2019

1. Wstęp

Ochrona zasobów genetycznych zwierząt stanowi istotną część biologicznych podstaw bezpieczeństwa żywnościowego. Rosnące zapotrzebowanie na produkty pochodzenia zwierzęcego, a w konsekwencji coraz gwałtowniejsza ekspansja przemysłowych metod produkcji zwierzęcej stwarza bezpośrednie zagrożenie dla ras lokalnych. Postępująca utrata coraz większej liczby ras zwierząt hodowlanych oraz występująca *erozja* genetyczna spowodowała podjęcie przez gremia krajowe i międzynarodowe zorganizowanych działań w kierunku zminimalizowania występujących zagrożeń. Stąd aby zapewnić zrównoważony rozwój przestrzeni rolniczej konieczna jest ochrona rodzimych ras zwierząt gospodarskich.

Polska jest jednym z krajów zwracających uwagę na ochronę zasobów genetycznych zwierząt gospodarskich. Już od lat 80-tych XX wieku utrzymywanie cennych zasobów genetycznych zwierząt wspierane było z budżetu Ministerstwa Rolnictwa poprzez dotację do stad zachowawczych (zagrożone populacje ras ro-

¹ Wkład pracy: Paweł Radomski – 50%, Jędrzej Krupiński – 20%, Wojciech Krawczyk – 20%, Piotr Moskała – 10%.

² Publikacja opracowana w ramach Projektu „Kierunki wykorzystania oraz ochrona zasobów genetycznych zwierząt gospodarskich w warunkach zrównoważonego rozwoju” finansowany przez Narodowe Centrum Badań i Rozwoju w ramach Strategicznego programu badań naukowych i prac rozwojowych „Środowisko naturalne, rolnictwo i leśnictwo” – BIOSTRATEG nr umowy: BIOSTRATEG2/297267/14/NCBR/2016.

dzimych) oraz stad tzw. rezerwy genetycznej (cenny materiał genetyczny z importu). Po przystąpieniu do Unii Europejskiej dopłaty do hodowli ras rodzimych objętych programami ochrony ujęto w Krajowych Programach Rozwoju Obszarów Wiejskich.

Człowiek w pogoni za coraz większą wydajnością, większą ilością produktów pochodzenia zwierzęcego, zaczął eliminować rasy zwierząt, które nie wytrzymały tej konkurencji. Wielka rola i nadzieja pokładana jest w ośrodkach naukowych, które mogą pomóc przetrwać gatunkom zwierząt, zachowując ich pulę genów dla następnych pokoleń.

2. Charakterystyka ras rodzimych w Polsce

Program Ochrony Zasobów Genetycznych w Polsce w ostatnich latach rozwija się bardzo dynamicznie (tabela 1). Dzięki niemu rasy rodzime objęte programami ochrony liczą obecnie prawie 8,5 tys. krów (rasy: polska czerwona, białogrzbieta, czarno-biała, czerwono-biała), ponad 6,8 tys. klaczy (rasy: konik polski, huculski, małopolski, wielkopolski, śląski, sztumski, sokólski), 63 tys. matek owiec (rasy: wrzosówka, świniarka, olkuska, pomorska, cakiel podhalański, polska owca górski odmiany barwnej, merynos barwny w starym typie, uhurska, wielkopolska, kamieniecka, żelaźnieńska, koridiel, czarnogłówek, polska owca pogórza) i prawie 3,0 tys. matek świń (rasy: puławska, złotnicka biała, złotnicka pstra) (dane własne IZ PIB).

W krajach Unii Europejskiej zagrożone rasy lokalne są objęte systemem dopłat ujętych w Krajowych Programach Rozwoju Obszarów Wiejskich. W Polsce są one realizowane obecnie w ramach Programu Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014-2020, Działanie rolno-środowiskowo-klimatyczne, Pakiet „Zachowanie zagrożonych zasobów genetycznych zwierząt w rolnictwie”. Rolnik po złożeniu wniosku wraz z planem rolnośrodowiskowym otrzymuje przez okres 5 lat płatności do hodowli samic ras następujących gatunków zwierząt [Dz. U. z 2015, poz. 349]:

- bydło – polskie czerwone, białogrzbieta, polskie czerwono-białe, polskie czarno-białe. Pod warunkiem, że liczba samic tej samej rasy w stadzie wynosi co najmniej 4 sztuki (1 600 zł/sztukę, maksymalnie do 100 szt. w stadzie).
- konie – koniki polskie, huculskie, małopolskie, śląskie, wielkopolskie, sokólskie, sztumskie. W stadzie muszą być co najmniej 2 klacze tej samej rasy (1 500 zł/sztukę).
- owce – wrzosówka, świniarka, olkuska, merynos odmiany barwnej, uhurska, wielkopolska, żelaźnieńska, korideil, kamieniecka, pomorska (dla tych ras w stadzie musi być co najmniej 10 owiec matek), polska owca górski

odmiany barwnej, cakiel podhalański, czarnogłówka, owca pogórza (dla tych ras w stadzie musi być minimum 15 owiec matek) oraz merynos polski w starym typie – aby otrzymać do niego dofinansowanie, w stadzie musi być co najmniej 30 owiec matek (360 zł/sztukę).

- świnie – puławska (co najmniej 10 loch), złotnicka biała (co najmniej 8 loch), złotnicka pstra (co najmniej 8 loch), (1 140 zł/sztukę, maksymalnie 70 szt. w stadzie).
- koza karpacka – w stadzie muszą być co najmniej 3 kozy matki (580 zł/sztukę).

Tabela 1

Liczba ras, samic i stad w 2000 i 2017 roku objętych programami ochrony w poszczególnych gatunkach zwierząt gospodarskich w wybranych latach

Gatunek	Rok 2000		Rok 2017		
	Liczba ras	Liczba samic	Liczba ras	Liczba samic	Liczba stad
Bydło	1	280	4	8502	813
Konie	2	430	7	6808	1435
Owce	11	3850	15	63772	886
Świnie	3	625	3	2934	112
Kozy	-	-	1	43	4
Zwierzęta futerkowe	5	207	13	1104	21
Kury*	10	5500	11	10891	20
Gęsi*	13	2385	14	5598	15
Kaczki*	8	3162	10	3986	10
Pszczoły (rodziny)	4	337	5	1795	49
RAZEM			83	103746	3331

*Liczba samic i samców razem.

Źródło: Dane własne Instytutu Zootechniki PIB.

Dotacje przyznawane dla hodowców z założenia mają rekompensować utratę wyższych dochodów, które osiągnęliby korzystając z intensywnych sposobów użytkowania wysokowydajnych zwierząt. Dzięki tym sposobom udało się w ostatnich latach zwiększyć do bezpiecznego poziomu liczebność wielu zagrożonych populacji ras lokalnych. W okresie długoterminowym wydaje się jednak, że sam system dopłat nie będzie wystarczającym instrumentem dla rozwoju liczebności ras rodzimych, ekonomiki ich hodowli oraz rozwoju przetwórstwa.

Najważniejsze tezy dotyczące ras rodzimych:

Rasy te charakteryzują się dużą odpornością, zdrowotnością, długowiecznością, dobrą płodnością, lekkimi porodami i dobrymi cechami mlecznymi. Bardzo często posiadają również zdolność ograniczenia wydajności umożliwiające przetrwanie okresowych niedoborów paszowych.

Nie nadają się do hodowli na wielkopowierzchniowych fermach, nie są przystosowane do życia w ciągłym zamknięciu, bez ruchu.

Są alternatywą dla intensywnego typu rolnictwa i hodowli, przez co zwiększają bioróżnorodność ras zwierząt gospodarskich.

Są przystosowane do trudnych warunków środowiskowych, z których pochodzą.

Mogą być utrzymywane przy ubogich zasobach pokarmowych w oparciu o użytki zielone (część gatunków), stworzyło to możliwość zagospodarowania i ochrony niektórych obszarów o dużych walorach krajobrazowych.

Od zwierząt ras rodzimych możemy pozyskiwać i przetwarzać produkty o unikalnej jakości, mające długoletnią tradycję wytwarzania.

Rasy rodzime wypierane są przez wysokowydajne, wyselekcjonowane populacje użytkowane w intensywnym systemie produkcji.

Źródło: Dane własne Instytutu Zootechniki PIB.

Mamy do czynienia ze swoistą sprzecznością interesów ekonomiczno-biznesowych z rzeczywistym potencjałem sprzedażowym przetworów ze zwierząt ras rodzimych. To bowiem, co decyduje o wyjątkowych cechach jakościowych i odżywczych produktów pochodzących z ras rodzimych, stanowi dzisiaj barierę dla nakierowanej na maksymalizację zysku produkcji i nie współgra z obecną strukturą rynku spożywczego w Polsce, szczególnie w kontekście istniejącej struktury kanałów sprzedaży. Dlatego najlepszym sposobem zachowania ras rodzimych jest spożywanie produktów od nich pochodzących.

3. Cel i metodyka badań

Najważniejszymi celami badań przeprowadzonych w ramach projektu „Kierunki wykorzystania oraz ochrona zasobów genetycznych zwierząt gospodarskich w warunkach zrównoważonego rozwoju” – Zadanie 7: Implementacja metod ochrony i rozwoju bioróżnorodności były:

- przegląd systemu certyfikowanych produktów na poziomie Unii Europejskiej oraz w Polsce;

- analiza dotychczas prowadzonych badań nad jakością surowców/produktów uzyskiwanych od ras rodzimych;
- poznanie opinii konsumentów co do jakości i atrakcyjności produktów lokalnych wytwarzanych w oparciu o surowce pozyskane od ras zachowawczych i małych populacji;
- poznanie opinii hodowców ras rodzimych o prowadzonej przez nich hodowli oraz znajomości rynku dla uzyskiwanych produktów, jak i oczekiwań odnośnie rozwoju tego rynku.

Analizy systemów certyfikacji oraz badań nad jakością surowców/produktów pochodzących od ras rodzimych dokonano w oparciu o dostępne piśmiennictwo zarówno krajowe, jak i europejskie.

W badaniach konsumentów wykorzystana została metoda ankietowa. Badania te były przeprowadzane podczas bezpośrednich kontaktów z konsumentami z wykorzystaniem tradycyjnego formularza papierowego jak i specjalnie na ten cel stworzonej platformy LMS. Badania prowadzone były podczas targów spożywczych i wystaw zwierząt hodowlanych odbywających się na terenie całego kraju. Formularz ankiety składał się z 33 pytań zarówno zamkniętych, do jednokrotnego lub wielokrotnego wyboru, jak i otwartych.

Równolegle prowadzono badania wśród hodowców ras rodzimych, których celem było poznanie ich opinii o prowadzonej przez nich hodowli oraz znajomości rynku produktów od nich uzyskiwanych jak i oczekiwań w przedmiocie jego rozwoju. Podobnie jak w poprzednim badaniu metodą badawczą były badania ankietowe przeprowadzone wśród hodowców ras rodzimych: bydła, owiec i świń na terenach województw: małopolskiego, podkarpackiego, lubelskiego, podlaskiego, kujawsko-pomorskiego, wielkopolskiego oraz warmińsko-mazurskiego. Z każdej grupy wylosowano dla każdego województwa próbę 10%, co w łącznej sumie dało liczbę 430 badanych podmiotów. Formularz ankiety liczył 36 pytań zarówno otwartych jak i zamkniętych. Ankiety były wypełniane w gospodarstwach hodowców.

4. Systemy certyfikacji jakości produktów w Unii Europejskiej i Polsce

Wytwarzanie, ochrona i promocja żywności wysokiej jakości odgrywają w Unii Europejskiej coraz większą rolę. Jednym z podstawowych sposobów realizacji polityki jakości jest wyróżnienie znakami potwierdzającymi wysoką jakość wyrobów rolno-spożywczych, pochodzących z konkretnych regionów, jak też charakteryzujących się tradycyjnymi metodami produkcji. Rozróżniamy przy tym różnego rodzaju przymiotniki określające typ produktu takie jak „lokalny”, „tradycyjny”, „regionalny”, „ekologiczny”, które używane potocznie nie zawsze są określeniami

jednoznacznymi i precyzyjnymi. Obecnie obserwujemy coraz większą ilość produktów wprowadzanych na rynek co powoduje, że konsumenci oczekują jasnych i wyczerpujących informacji na temat jakości i pochodzenia produktu rolnego lub artykułu spożywczego. Przyjęte przez Unię Europejską w 1992 r. rozporządzenie dotyczące promowania żywności charakteryzującej się wysoką jakością oraz związanej ze środowiskiem i tradycją były bodźcem do wprowadzenia europejskich systemów certyfikowania i znakowania takich wyrobów.

Wśród wszystkich zastrzeżonych produktów w ramach istniejących systemów, 635 to wyroby o Chronionej Nazwie Pochodzenia (ChNP), 739 jest zarejestrowanych jako Chronione Oznaczenie Geograficzne (ChGO) oraz 58 jako Gwarantowana Tradycyjna Specjalność (GTS). W ramach tych systemów, w Polsce, dotychczas 42 produkty uzyskały unijną certyfikację pochodzenia jako produkty dziedzictwa kulturowego. Tym samym producenci mają prawo oznaczania ich odpowiednim symbolem: Chroniona Nazwa Pochodzenia, Chronione Oznaczenie Geograficzne albo Gwarantowana Tradycyjna Specjalność. Pod względem liczby certyfikowanych w/w systemami produktów niekwestionowanym liderem wśród państw UE są Włochy, mające 265 produktów i kolejne 32 ze statusem „złożony” lub „opublikowany”. W europejskiej czołówce z liczbą 100 i więcej zarejestrowanych produktów znajdują się jeszcze Francja (217), Hiszpania (179), Portugalia (125) oraz Grecja (101). Ta piątka państw wraz z Niemcami (78 produktów, w tym 19 oczekujących) dostarcza na rynek blisko 80% asortymentu certyfikowanych produktów (78,8%). Polska w tym rankingu zajmuje ósmą pozycję; wyprzedza ją jeszcze Wielka Brytania (57 produktów). Na podkreślenie zasługuje aktywność Chorwacji (najmłodsze państwo członkowskie Wspólnoty), która do końca sierpnia 2014 r. złożyła 15 wniosków o rejestrację nazw swoich tradycyjnych produktów żywnościowych [DOOR Database 2014].

Produkty znajdujące się w unijnym rejestrze (łącznie 1432 w 2018 r.) podlegają wszechstronnej ochronie, m.in. przed fałszowaniem czy niewłaściwym stosowaniem chronionych nazw. Wytworzenie tej żywności wymaga większego nakładu pracy i spełnienia wielu dodatkowych wymagań (w porównaniu do konwencjonalnych artykułów): odnośnie do surowców, tradycyjnie wykorzystywanych w produkcji i charakteryzujących się specyficznymi cechami jakościowymi [Weichselbaum i wsp. 2005], miejsca i przebiegu procesu produkcji, technologii oraz cech gotowego wyrobu. Odpowiednie pochodzenie surowców związane jest z warunkami klimatycznymi tam panującymi, roślinnością, którą żywią się zwierzęta hodowane w danym regionie, a także umiejętnościami wytwórców [Byszewska 2009]. W produkcji często wykorzystuje się dawne odmiany roślin oraz rodzime rasy zwierząt, mniej popularne w uprawie lub hodowli, co skutkuje sezonowością podaży. Produkcja żywności tradycyjnej i regionalnej związana jest z rozdrobnionym rolnictwem eks-

tensywnym, prowadzonym najczęściej w ubogich rejonach. Dlatego jest szansą dla małych, niskotowarowych gospodarstw rolniczych [Batyk i Smoczyński 2009].

Przyjęte prawo unijne dało możliwość tworzenia krajowych systemów jakości żywności, które są uznawane stosownie do art. 15 ust. 2 ustawy z dnia 20 lutego 2015 r. o wspieraniu rozwoju obszarów wiejskich z udziałem środków Europejskiego Funduszu Rolnego na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich w ramach Programu Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014–2020 [Dz. U. z 2015, poz. 349]. Zgodnie z tym przepisem minister właściwy do spraw rozwoju wsi uznaje, w drodze decyzji administracyjnej, systemy jakości, jeżeli są spełnione określone kryteria pod warunkiem że:

- 1) specyfika produktu końcowego wytworzonego w ramach systemu wynika z jasnego wymogu zagwarantowania któregośkolwiek z następujących elementów:
 - określonych cech produktu,
 - określonych metod uprawy lub produkcji, lub
 - jakości produktu końcowego, która w sposób znaczący przewyższa normy handlowe dotyczące danego produktu pod względem zdrowia publicznego, zdrowia zwierząt lub roślin, dobrostanu zwierząt lub ochrony środowiska;
- 2) system jest otwarty dla wszystkich producentów;
- 3) system obejmuje wiążące specyfikacje produktów, a zgodność z tymi specyfikacjami jest weryfikowana przez organy publiczne lub niezależny organ kontroli;
- 4) system jest przejrzysty i zapewnia pełną identyfikowalność produktów.

Jak zauważają Rejman i in. [2015], w Polsce praktycznie nie istnieje rynek żywności z oznaczeniami ChNP, ChOG i GTS. Produkty sprzedawane są najczęściej bezpośrednio w gospodarstwie rolnym lub w przetwórni producenta, w lokalnych punktach sprzedaży, na targach i bazarach, bez odpowiedniego wsparcia marketingowego, a ich promocji służą jedynie okazjonalnie organizowane „festiwale smaku” oraz imprezy promujące regiony, tradycje narodowe lub związane z ruchem ekologicznym. Wiele z tych produktów w ogóle nie jest konfekcjonowanych, nie ma więc możliwości wykorzystania informacyjnej i promocyjnej funkcji opakowania w celu propagowania idei polityki jakości i unijnego systemu ich ochrony. Produkty sprzedawane luzem nie mają też szans eksportowych. Sytuację rynku najlepiej obrazuje fakt, że jego udział w wartości całego polskiego rynku artykułów żywnościowych i napojów wynosi poniżej 1%. Pod tym względem Polska zajmuje w Unii Europejskiej 18 pozycję, a z grupy nowych państw członkowskich wyprzedzają ją: Cypr (2 produkty), Czechy (33), Bułgaria (3), Rumunia (1), Słowacja (15) i Węgry (14), zajmujące wysoką, szóstą pozycję z ponad 6% wskaźnikiem [AND-International 2012].

5. Jakość surowców i produktów pochodzących od ras rodzimych

Rasy rodzime świń, ze względu na zachowawczy charakter ich hodowli, nadal posiadają tendencję do odkładania większych ilości tłuszczu podskórnego. Tłuszcz śródmięśniowy nadaje wieprzowinie charakterystyczną marmurkowatość i poprawia smak. Z kolei zwarta i jędrna słonina stanowi dobry surowiec do produkcji smalcu, czy dodatku do produkcji wędlin. Wśród cech charakteryzujących jakość mięsa szczególnie ważna jest zdolność utrzymania soku w mięsie, a także możliwość przyjęcia wody z zewnątrz. Zawartość wody w tkance mięśniowej wynika ze zdolności jej wiązania przez białka. W przypadku ras rodzimych zarówno wyciek naturalny, jak i termiczny, które służą do oceny zdolności utrzymania wody, są niewielkie. Szczególnie ważny jest ubytek termiczny. Jako jeden z wskaźników świadczących o przydatności technologicznej mięsa, pozwala na zarezerwowanie go do dalszych procesów przetwórczych. Ma on także znaczenie dla konsumentów, bowiem mięso, które dobrze wiąże wodę nie tylko wygląda apetycznie, bo nie wycieka z niego sok, ale też nie traci swojej objętości podczas obróbki termicznej [Szulc, 2018].

Dotychczasowe badania mleka pozyskiwanego od bydła ras rodzimych prowadzone przez zespół z Uniwersytetu Przyrodniczego w Lublinie [Litwińczuk i in., 2012] wskazują, że charakteryzuje się ono wyższą zawartością substancji biologicznie czynnych (β -laktoglobuliny, białka serwatkowe, laktoferyna, lizozymy, α -laktoalbuminy) i ma bardzo dobre właściwości dla przetwórstwa. Wyniki badań przeprowadzone na mleku krów 3 rodzimych ras, tzn. białogrzbiętej (BG), polskiej czerwonej (RP) i polskiej czarno-białej (ZB) w systemie chowu tradycyjnego oraz krów rasy polskiej holsztyńsko-fryzyjskiej (PHF) użytkowanych w systemie intensywnym wykazały, że mleko krów ras lokalnych zawierało istotnie więcej białek serwatkowych w porównaniu do mleka krów rasy holsztyńsko-fryzyjskiej jak również charakteryzowało się istotnie większym udziałem wielonienasyconych kwasów tłuszczowych (PUFA) (od +1,29% – białogrzbięta do +2,32% – polska czerwona). Mleko krów ras lokalnych, szczególnie polskiej czerwonej, charakteryzowało się korzystnymi parametrami do produkcji serów, tzn. istotnie krótszym czasem krzepnięcia pod wpływem podpuszczki oraz wysoką zawartością białka (3,61%), w tym kazeiny (2,68%). Autorzy wiążą ten fakt z tradycyjnym systemem żywienia bydła tych ras (wypas pastwiskowy), a w przypadku bydła polskiego czerwonego również z odmiennym pochodzeniem filogenetycznym, co wyróżnia je pod względem przydatności mleka do produkcji serowarskiej.

Podobne analizy prowadzone na mięsie buhajków 3 polskich ras rodzimych, tj. polskiej czerwonej (PC), białogrzbiętej (BG), polskiej czarno-białej (PCB), oraz buhajków rasy polskiej holsztyńsko-fryzyjskiej (PHF) i simentalskiej (SM)

utrzymywanych w tradycyjnym systemie chowu uwzględniającym m.in. wypas na pastwisku, wykazały, że wołowina pozyskiwana od ras rodzimych jest bardziej zasobna w składniki mineralne. Porównując profil kwasów tłuszczowych tłuszczu śródmięśniowego pomiędzy rasami rodzimymi a towarowymi, wykazano wyższą proporcję kwasów tłuszczowych wielonienasyconych do nasyconych, a także najniższe (korzystne) wskaźniki charakteryzujące jakość prozdrowotną tłuszczu [Dudko i in. 2016].

Surowce pochodzące od zwierząt ras rodzimych służą do produkcji najlepszych jakościowo produktów tradycyjnych, lokalnych. Z mięsa gęsi pomorskiej jest wyrabiana wyjątkowa kaszubska okrasa, pierśniki dębogórskie i kujawskie półgęski. Konsument poszukuje jagnięciny podhalańskiej i beskidzkiej, mięsa z owcy świniarki czy wrzosówki. Dużą popularnością wśród konsumentów cieszą się jaja kur zielononózek i żółtonózek kuropatwianych, coraz chętniej utrzymywanych przez małe gospodarstwa. Mleko krowy polskiej czerwonej wykorzystuje między innymi Spółdzielnia Mleczarska w Limanowej, specjalizująca się w produkcji serów dojrzewających typu holenderskiego oraz twarogów. Surowiec do produkcji tych wyrobów pozyskiwany jest od krów wypasanych na górskich pastwiskach. Z mięsa świń rasy złotnickiej (pstrej i białej) oraz rasy puławskiej są wytwarzane doskonałe wędliny tradycyjne w Wielkopolsce, na Mazowszu, na Lubelszczyźnie i na Podkarpaciu. Do prawdziwych rarytasów należą sery owcze, kozie i mieszane, a wśród nich sery wędzone tradycyjnie. Wysoka jakość produktów regionalnych to również stosowanie tradycyjnych metod produkcji i konserwacji [Migdał i in., 2015].

6. Rasy rodzime i ich produkty w ocenie konsumentów i hodowców

6.1. Wyniki badań

W badaniach udział wzięli konsumenci o średniej wieku 40 lat, w większości mieszkańcy miast, o średnim i wyższym poziomie wykształcenia.

Dla ponad 70% respondentów znane jest pojęcie rasa rodzima i ponad 60% jest w stanie wymienić przynajmniej jedną z ras. Natomiast jedynie 41% zetknęło się z produktami uzyskiwanymi z surowców pochodzących od ras rodzimych.

Należy też zauważyć, że aż 85 % badanej grupy jest zainteresowanych zakupem i degustacją nowych produktów pochodzenia zwierzęcego, identyfikowanych poprzez sposób wytwarzania, surowiec i pochodzenie.

Największą rozpoznawalnością oznaczeń produktów/certyfikatów jakości wśród respondentów ma rolnictwo ekologiczne (66%) i wśród tej grupy 60% badanych ma świadomość, że tylko produkty posiadające ten certyfikat mogą być

sprzedawane jako ekologiczne. Natomiast oznaczenia Chroniona Nazwa Pochodzenia oraz Chronione Oznaczenie Geograficzne znane były jedynie 20% ankietowanych.

Dużą popularnością (pomiędzy 40 a 50%) cieszą się certyfikowane produkty mleczne, mięsne, jaja, warzywa i owoce oraz miody. Ich dostępność na rynku określona jest jako średnia (47%), a nawet niska (33%). Można to powiązać z dostępnością informacji o tego typu produktach, którą badani konsumenci określili jako słabą – 76%, negatywnie również oceniając (70%) prowadzone działania promocyjne związane z oznakowaniem i reklamą produktów regionalnych/tradycyjnych/ekologicznych.

Zatem obecnie głównym kryterium jakim kierują się kupujący produkty regionalne/tradycyjne jest rekomendacja znajomych/rodziny (70%), w dalszej kolejności posiadanie certyfikatu oraz możliwość wcześniejszej degustacji (43%).

W opinii badanych, cechy jakościowe takich produktów ponad 60% ocenia jako zdrowe i smaczne, jak również bez sztucznych dodatków (52%) oraz wysokiej jakości i wytwarzane tradycyjnymi metodami – 43%.

Wartym zauważenia jest fakt akceptacji, dla aż 71% badanych wyższej ceny takich produktów w porównaniu do ceny produktów analogicznych, pochodzących z produkcji masowej, przy czym najbardziej akceptowalnym wzrostem ceny jest 10%.

Głównym miejscem zakupu produktów regionalnych/tradycyjnych są specjalistyczne targi żywnościowe (53%) oraz małe targowiska lub gospodarstwo producenta (44%). Najmniej popularnym miejscem nabywania w/w produktów są super i hiper markety (7%) oraz sklepy internetowe (2%).

Jednakże częstotliwość takich zakupów jest dosyć niska, gdyż raz w miesiącu przedmiotowe produkty kupuje 35% badanych, a rzadziej niż raz w miesiącu 23%. Jedynie 9% kupuje je kilka razy w tygodniu.

6.2 Wyniki badań wśród hodowców

Ponad 80% badanych, hodowlę ras rodzimych rozpoczęło po 2004 roku, co jest związane z wejściem Polski do Unii Europejskiej i uruchomieniem dopłat do hodowli tych ras z Programów Rozwoju Obszarów Wiejskich w ramach płatności rolnośrodowiskowych (obecnie rolno-środowiskowo-klimatycznych). Korzysta z nich ponad 97% badanych hodowców.

W opinii badanych wybór rasy spowodowany był w większości względami ekonomicznymi (77%), na drugim miejscu wskazano małe wymagania żywieniowe i środowiskowe (44%), a jedynie 12% wskazało możliwość produkcji produktów unikalnej/wysokiej jakości.

Hodowcy są świadomi zalet i cech funkcjonalnych utrzymywanej rasy, gdyż jako najczęstsze cechy ją charakteryzujące podali: bardzo dobre przystosowanie

do lokalnych warunków środowiskowych, małe wymagania żywieniowe oraz odporność na choroby.

Jedynie 23% hodowców ocenia popyt na rasy rodzime jako duży i bardzo duży, 25% twierdzi, że popyt na rasy rodzime w ogóle nie występuje lub jest bardzo mały. Przy czym większość hodowców, którzy negatywnie oceniają popyt na rasy rodzime, jest powyżej 40 roku życia.

Hodowcy są świadomi jakości produktów uzyskiwanych z ras rodzimych, gdyż blisko 87% uważa, że rasy te mogą dostarczać wysokiej jakości surowce, idealnie nadające się do przetwarzania w certyfikowane produkty tradycyjne lub regionalne.

Ponad 73% hodowców nie korzysta z żadnej formy reklamy ani promocji swojej działalności, ok. 17% uczestniczy w imprezach popularyzujących rasy rodzime (wystawy, konkursy, targi), jedynie 5% prowadzi stronę internetową.

Dodatkowo 78% jest zdania, że promowanie wśród konsumentów produktów uzyskanych od ras rodzimych, jako certyfikowane produkty tradycyjne lub regionalne, pozwoliłoby na uzyskanie za nie wyższej ceny.

7. Certyfikat Rasy Rodzime

Wychodząc naprzeciw oczekiwaniom zarówno hodowców, jak i konsumentów opracowano system certyfikacji ras rodzimych jak i produktów uzyskiwanych z surowców od nich pochodzących.

Obecnie w wielu krajach europejskich z uwagi na cenne właściwości surowców i produktów ras lokalnych czynione są starania w kierunku promocji ras rodzimych poprzez certyfikację produktów tych ras specjalnymi znakami jakości. Jedną z najlepszych strategii, gwarantujących trwałość użytkowania ras rodzimych oraz zwiększenie opłacalności ich hodowli i przetwórstwa produkcji jest wypromowanie marek produktów pochodzących od konkretnych ras, które byłyby rozpoznawane na rynku i uzyskiwały wyższą cenę.

Ten proces w Polsce można rozpocząć najpierw od kreowania produktów marek regionalnych z poszczególnych ras rodzimych. Z biegiem czasu przy ich odpowiedniej ilości, a głównie przy osiągnięciu odpowiedniej znajomości u konsumentów marek regionalnych, łatwiej będzie tworzyć marki ponadregionalne/ogólnopolskie.

Podstawą promocji ras rodzimych zwierząt gospodarskich i pozyskiwanych od nich surowców i produktów stanowić będzie opracowana w Instytucie Zootechniki PIB, w ramach realizacji projektu „Kierunki wykorzystania oraz ochrona zasobów genetycznych zwierząt w warunkach zrównoważonego rozwoju” marka RASA RODZIMA (jako logo zbiorcze) oraz mutacje tego znaku dla każdej rasy rodzimej.



Źródło: Materiały własne Instytutu Zootechniki PIB

W założeniach opracowywany system wykorzystania logo nie jest systemem jakości w rozumieniu regulacji UE, ale spełnia podobne wymogi. Marka ta będzie promować od 2019 roku na rynkach lokalnych produkty konkretnej polskiej rasy rodzimej utrzymywanej w tradycyjnych (naturalnych) systemach utrzymania i żywienia. Poprzez promocję produktu ras rodzimych podkreślamy znaczenie polskich ras rodzimych, ich wartość historyczną, społeczno-kulturową, rolę jaką odgrywają w odnowie środowiska i krajobrazu oraz nieoceniony potencjał, jaki stanowi ich zasób genetyczny. Równocześnie poprzez nowe logo wskazujemy produkty o wyższej wartości odżywczej i prozdrowotnej. Będzie ono mogło być stosowane dla wszystkich rodzajów produktów (tusze, mięso i jego przetwory, mleko i jego przetwory, jaja, miód, wełna, skóry, itp.) od zwierząt objętych koordynowanymi przez Instytut Programami Ochrony Zasobów Genetycznych Zwierząt Gospodarskich. Instytut Zootechniki może przyznać w wyjątkowych wypadkach logo dla ras nie objętych programami ochrony (np. bydło rasy simentalskiej, gęś kołudzka) w przypadku, gdy badana jakość produktów potwierdzi ich unikalny charakter.

Marka Rasa Rodzima stanowi własność Instytutu Zootechniki PIB, który ustala zasady i warunki przyznawania praw do jej stosowania. W umowie określone będą prawa i obowiązki obu stron. Instytut prowadzić będzie ewidencję uczest-

ników programu certyfikacji, stronę internetową jej poświęconą oraz opracuje kampanię informacyjną.

8. Podsumowanie

Bioróżnorodność zwierząt gospodarskich oraz wykorzystanie potencjału polskich ras rodzimych utrzymywanych głównie w małych rodzinnych gospodarstwach rolnych ma na celu produkcję wysokiej jakości żywności. Z przeprowadzonych badań wynika, iż zarówno konsumenci jak i hodowcy uważają za konieczną promocję i popularyzację ras rodzimych jako źródło surowców do produkcji żywności o wysokich walorach prozdrowotnych i smakowych. Wszystkie te środowiska dostrzegają braki w obecnych działaniach promujących produkty od ras rodzimych wskazując równocześnie duże zainteresowanie tymi produktami na rynku. Występuje społeczna akceptacja i zrozumienie dla wyższych cen tych produktów, a wskazując jako główne miejsca sprzedaży/zakupów lokalne targowiska czy też bezpośrednio u producentów, wszyscy dostrzegają dużą szansę w skróceniu łańcuchów dostaw. Potrzebne są nowe systemowe rozwiązania, gdyż rynek produktów z ras rodzimych jest obecnie bardzo małą i bardzo lokalną niszą, ale przy wykorzystaniu działań promocyjnych, takich jak: kampania medialna (zarówno w mediach telewizyjnych, jak i społecznościowych) prezentująca potencjał ras rodzimych, odpowiednie oznakowanie punktów sprzedaży oraz gospodarstw uczestniczących w systemie certyfikacji, organizacja spotkań dla restauratorów, vlogerów kulinarnych, hotelarzy, jest szansą na to, żeby jego zasięg i wielkość się powiększyły. Takim rozwiązaniem może być opracowany w Instytucie Zootechniki PIB system certyfikacji marką Rasa Rodzima.

System ochrony i promocji wyrobów z ras rodzimych to szansa dla części gospodarstw rolnych, gdyż zwiększa dochody, chroni dziedzictwo kulturowe, pomaga w rozwoju turystyki wiejskiej oraz stwarza dodatkowe, pozarolnicze źródła dochodu dla rolników chcących zajmować się dodatkowo przetwórstwem. Oznakowanie i promocja znaku Polskich Ras Rodzimych wypełni niszę na rynku produktów z ras rodzimych i zachęci wielu hodowców ras rodzimych do rozpoczęcia działań marketingowych. Wyzwaniem stojącym przed systemem certyfikacji Ras Rodzimych jest z pewnością przekonanie z jednej strony konsumentów o jakości produktów oznaczonych certyfikatem oraz z drugiej- hodowców o możliwościach jakie niesie system certyfikacji, a poprzez to tworzenie lokalnych rynków zbytu na produkty ras rodzimych. Zdecydowana większość hodowców ras rodzimych do tej pory nie korzystała z żadnych form promocji, co z pewnością będzie stanowiło dla nich barierę. Konieczne jest stworzenie łańcucha, który połączy wszystkie grupy odbiorców, tj. hodowców oraz konsumentów, wśród których konieczne jest

zwiększenie świadomości społecznej o roli i znaczeniu hodowli i chowu zwierząt ras rodzimych.

LITERATURA

1. Batyk I. M., Smoczyński S. S. (2009): Czy produkcja żywności regionalnej może być szansą rozwoju obszarów wiejskich?, *Biuletyn Naukowy UWM*, 30, s. 115–118.
2. Borowska A. (2007): *PRODUKTY REGIONALNE I TRADYCYJNE W UNII EUROPEJSKIEJ*, SERIA, tom IX, zeszyt 4.
3. Byszewska I. (2009): Żywność tradycyjna i regionalna nie tylko dla koneserów. *Fresh & Cool Market*, 1, s. 18–24.
4. Dudko P., Junkuszew A., Barłowska J., Florek M., Gruszecki T, Litwińczuk Z. (2016): Jakość surowców pozyskiwanych od zwierząt ras lokalnych, Wytwarzanie produktów regionalnych jako szansa aktywizacji gospodarstw utrzymujących lokalne rasy zwierząt i promocji zrównoważonego rozwoju obszarów wiejskich, 47-63.
5. Gulbicka B. (2014): Żywność tradycyjna i regionalna w Polsce, *IERiGŻ PIB*, Warszawa, nr 116.
6. Litwińczuk Z., Barłowska J., Chabuz W., Brodziak A. (2012): The nutritional value and, technological suitability of milk from cows 3 Polish breeds included in the programme of genetic resources conservation. *Annals of Animal Science*, 12 (3), 423-432.
7. Migdał W., Dudek R., Kapinos F., Kluska W., Zając M., Węsierska E., Tkaczewska J., Kulawik P., Migdał Ł., Migdał A., Prudel B., Pieszka M. (2015): Traditional smoking of meat and meat products – the factors influencing the level of polycyclic aromatic hydrocarbons. *Proc. 4th Int. Conf.: Trends in meat and meat products manufacturing*, Kraków, pp. 97–115.
8. Rejman K. Halicka E, Nagalska H. (2015): Szanse polskiego rynku żywności tradycyjnej i regionalnej a zachowania konsumentów, *Więś i Rolnictwo* nr 3 (168), s. 117-132.
9. Szulc K. (2018): Rasy rodzime – hodowla niszowa dla koneserów, <https://www.topagr.pl/articles/aktualnosc-branzowe-swinie/rasy-rodzime-hodowla-niszowa-dla-koneserow/>
10. Weichselbaum E., Benelam B., Soares Costa H. (2005): *Traditional foods in Europe. Synthesis Report No. 6*, EuroFIR Project Management Office/British Nutrition Foundation, Norwich.
11. *Dziennik Ustaw* 2015, poz. 349, Ustawa z dnia 20 lutego 2015 r. o wspieraniu rozwoju obszarów wiejskich z udziałem środków Europejskiego Funduszu Rolnego na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich w ramach Programu Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014–2020.
12. *Monitor Polski*, 9.11.2012, poz. 839.
13. AND-International, 2012: Value of production of agricultural products and food-stuffs, wines, aromatised wines and spirits protected by a geographical indication (GI). Survey for DG AGRI (TENDER No AGRI-2011-EVAL-04). http://ec.europa.eu/italia/documents/attualita_agricoltura_pesca/italia_value_of_gi-summary.pdf [dostęp: 23.10.2013].

14. DOOR Database, 2014: <http://ec.europa.eu/agriculture/quality/door/list.html> [dostęp: 1.09.2014].
15. <http://rolniczeabc.pl/271588,Hodowla-ras-rodzimykh-z-doplata.html> [dostęp 23.05.2018].

PAWEŁ RADOMSKI, JĘDRZEJ KRUPIŃSKI, WOJCIECH KRAWCZYK, PIOTR MOSKAŁA

CERTYFIKACJA I PROMOCJA PRODUKTÓW SZANSĄ DLA ROZWOJU GOSPODARSTW
UTRZYMUJĄCYCH RASY RODZIME ZWIERZĄT GOSPODARSKICH

Słowa kluczowe: rasy rodzime, certyfikacja, produkty tradycyjne

STRESZCZENIE

Jedną z najlepszych strategii, gwarantujących trwałość użytkowania ras rodzimych oraz rozwój ekonomiczny hodowców, a także przetwórców, jest wypromowanie marek produktów od nich pochodzących, przypisanie produktów i tych marek do danej rasy, które byłby rozpoznawane na rynku i uzyskiwały wyższą cenę od produktów substytucyjnych. System ten daje też pewność konsumentom, że kupują żywność wysokiej jakości, która charakteryzuje się tradycyjną i unikalną metodą produkcji. Ochrona zasobów genetycznych zwierząt hodowlanych i gospodarskich ras rodzimych ma na celu zachowanie i zwiększenie liczebności populacji oraz dążenie do utrzymania jak największej zmienności genetycznej. Najlepszą metodą ochrony jest zachowanie ich w środowisku naturalnym, czyli w rodzinnych gospodarstwach rolniczych, często ekologicznych, agroturystycznych, lub położonych na obszarach chronionych. Opracowany w wyniku prowadzonych badań w Instytucie Zootechniki PIB system certyfikacji marką „Rasa Rodzima” surowców i przetworzonych produktów od zwierząt objętych programami ochrony i utrzymywanych w tradycyjnych systemach produkcji może przyczynić się do rozwoju i umocnienia rynków lokalnych, wpływając na poprawę efektywności ekonomicznej gospodarstw rodzinnych utrzymujących te rasy.

PAWEŁ RADOMSKI, JĘDRZEJ KRUPIŃSKI, WOJCIECH KRAWCZYK, PIOTR MOSKAŁA

CERTIFICATION AND PROMOTION OF PRODUCTS AS A CHANCE FOR THE
DEVELOPMENT OF THE FARMS, WHICH KEEP FARM ANIMAL NATIVE BREEDS

Keywords: native breeds, certification, traditional products

SUMMARY

One of the best strategies, which guarantee the durability of using native breeds, the economic development of the breeders and also processors is promoting the brands of the products derived from them, attributing the products and brands to a given breed, which would be recognized on the market and obtain a higher price than substitute products.

The system also provides the consumers with assurance that they buy high quality food, which is characterized by traditional and unique method of production. Genetic resources conservation of native farm and breeding animals aims at preserving, increasing the population size and striving to maintain the greatest possible genetic variability. Preserving them in the natural environment, i.e. on family farms, often organic, agritourist or located in protected areas is the best method of conservation. Certification system of raw materials and processed products from animals included in conservation programmes and kept in traditional production systems with the brand "Native Breed", worked out as a result of the research conducted in the National Research Institute of Animal Production, can contribute to the development and strengthening of local markets, influencing the improvement of economic efficiency of farm animals keeping these breeds.

e-mail: pawel.radomski@izoo.krakow.pl