Żaneta Zatorska

Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie

zaneta.zatorska@gmail.com

Dziedzictwo kulinarne województwa małopolskiego w opinii podróżujących

Streszczenie

Celem niniejszego rozdziału jest dokonanie ogólnej charakterystyki dziedzictwa kulinarnego województwa małopolskiego oraz poznanie stanu wiedzy i opinii podróżujących po tym regionie turystów na jego temat. W pierwszej części pracy krótko przedstawiono bogactwo kulinarne Małopolski. W drugiej natomiast omówiono wyniki badań własnych, przeprowadzonych z wykorzystaniem anonimowego kwestionariusza ankiety. W podsumowaniu znalazły się uwagi i wnioski wynikające z analiz, w tym odnoszące się do weryfikacji czterech postawionych hipotez badawczych.

Wprowadzenie

Gotowanie, zdrowe odżywianie i produkty ekologiczne od kilku lat budzą coraz większe zainteresowanie społeczeństwa (Raheem i in., 2019). Również turyści, podróżując po różnych miejscach naszego globu, coraz częściej degustują specjały swoiste dla danego kraju, regionu czy miejscowości. Systematycznie wzrasta więc liczba osób, których podstawowym lub znaczącym motywem podróży jest poznanie lokalnej kuchni. Każdy lubi bowiem smacznie zjeść, skosztować nowe lub wcześniej nieznane potrawy, napoje, produkty, a tym samym poczuć wywołane dzięki nim ekscytujące doznania kulinarne (Orłowski, Woźniczko, 2016).

Województwo małopolskie jest jednym z najbardziej turystycznych regionów Polski, a ważnym fundamentem budowania atrakcyjnej i zróżnicowanej jego oferty są kultywowane do tej pory zwyczaje kulinarne. Z badań prowadzonych w województwie wynika, że w 2019 r. Małopolskę odwiedziło 17,86 mln osób, w tym 3,78 mln gości z zagranicy (Małopolska Organizacja Turystyczna, 2020).

Rok 2020, z uwagi na pandemię koronawirusa, spowodował ogromne zmiany w ruchu turystycznym. Jednak pomimo znacznego spadku liczby turystów międzynarodowych, zauważalne było ożywienie turystyki krajowej i zainteresowanie lokalnymi atrakcjami turystycznymi.

Celem opracowania jest ukazanie bogactwa kulinarnego województwa małopolskiego oraz omówienie wyników badań własnych, dotyczących opinii turystów podróżujących po regionie na temat jego atrakcyjności.

Dziedzictwo kulinarne województwa małopolskiego

Gąsiorowski (2006) określa dziedzictwo kulinarne jako produkty żywnościowe i potrawy, które charakteryzują się szczególnymi cechami jakościowymi, tradycyjnymi sposobami przyrządzania i wytwarzania, sięgającymi przeważnie do odległej historii. Produkty i potrawy te wytwarzane są zazwyczaj w małej skali, przy wykorzystaniu specyficznych umiejętności i technologii. Dodatkowo związane są one z określonym obszarem geograficznym. Na dziedzictwo kulinarne duży wpływ mają bowiem warunki naturalne danego terenu, czyli to, gdzie produkowana jest żywność, ale także, w jaki sposób się ją wytwarza (Zhang i in., 2019).

Dziedzictwo kulinarne Polski jest bardzo bogate i zróżnicowane. Zwyczajnie kulinarne naszego kraju cechuje też przywiązanie i szacunek do lokalnych tradycji oraz polska gościnność. Kuchnie w poszczególnych regionach różnią się między sobą głównie rodzajem najczęściej używanych produktów i sposobem ich przyrządzania (Jędrzyak, 2008).

Województwo małopolskie słynie ze swojego bogactwa kulinarnego. Kulturowane są tutaj zwyczajnie kulinarne, a przepisy przekazywane są z pokolenia na pokolenie. Tak samo jest w przypadku technologii wytwarzania lokalnych produktów – do tej pory uprawiane są w Małopolsce¹ stare odmiany roślin oraz hodowane są stare rasy zwierząt.

Małopolska kuchnia zawdzięcza swoją różnorodność wpływom różnych nacji żyjących dawniej na tych terenach. Mieszkająca tu ludność ukraińska, żydowska, austriacka i węgierska odcisnęła swoje piętno na małopolskich zwyczajach kulinarnych. Znaczący wpływ miało także osadnictwo wołoskie, któremu zawdzięczamy sery owcze, oscypek czy bryndzę (Woźniczko i in., 2015).

Na terenie województwa małopolskiego można wyróżnić dwie charakterystyczne kuchnie regionalne: galicyjską oraz podhalańską, zwaną góralską. Pierwsza z nich odnosi się głównie do Krakowa, natomiast kuchnia podhalańska związana jest z obszarami wiejskimi województwa (Barowicz 2017).

W województwie małopolskim przeważają potrawy z mąki, kasz, ziemniaków, kapusty oraz zupy na mleku i jarzynach.

¹ W niniejszym rozdziale termin Małopolska używany jest zamiennie z terminem województwo małopolskie. Choć historycznie jest to region bardziej rozległy z bardziej zróżnicowanymi tradycjami kulinarnymi, to rozpatrywany jest stan obecny – produkty regionalne rejestrowane są w ujęciu administracyjnym. W literaturze przedmiotu nazewnictwo to również traktowane jest jako synonimy.

Małopolska słynie ze wspaniałych wypieków. Kulinarnym symbolem Krakowa jest obwarzanek. Często niesłusznie jest on mylony z bajgłem czy preclem, a każde z nich jest określeniem innego małopolskiego specjału. Obwarzanek to wyrób w kształcie pierścienia, spiralnie zwinięty. Inne popularne wypieki w Małopolsce to: chleb prądnicki, chleb jurajski czy kołacz jurajski. Jednymi z najsłynniejszych produktów regionalnych Podhala są natomiast sery owcze. Prym wśród nich wieździe oscypek, zwany królem polskich serów. Przygotowywany jest on przez górali według niezmiennionej od kilkuset lat receptury (Woźniczko i in., 2015; Pawlak i in., 2016).

Ważnym potwierdzeniem tego, że małopolskie dziedzictwo kulinarne wyróżnia się na tle całego kraju, jest fakt, że to właśnie z Małopolski pochodzi najwięcej polskich produktów regionalnych, zarejestrowanych w Komisji Europejskiej – na 44 aż 15. Oznaczenie Chroniona Nazwa Pochodzenia lub Chronione Oznaczenie Geograficzne posiadają następujące specjały: oscypek, redykołka, bryndza podhalańska, fasola „Piękny Jaś”, chleb prądnicki, obwarzanek krakowski, suska sechłońska, jabłka łąckie, karp zatorski, jagnięcina podhalańska, kiełbasa lisiecka, kiełbasa piaszczańska, kiełbasa krakowska sucha staropolska, czosnek galicyjski oraz miód spadziowy z Beskidu Wyspowego (Ministerstwo Rolnictwa i Rozwoju Wsi, 2020).

Małopolska przoduje też wśród regionów pod względem liczby produktów tradycyjnych. Aktualnie na liście prowadzonej przez Ministerstwo Rolnictwa i Rozwoju Wsi znajdują się aż 224 małopolskie produkty (tab. 1). Największą grupę stanowią produkty mięsne. Oczywiście wszystkie produkty regionalne, czyli te docenione przez Komisję Europejską, są także na liście produktów tradycyjnych. Większą liczbą produktów może poszczycić się tylko województwo podkarpackie (247), natomiast podobny wynik do Małopolski osiągnęło województwo lubelskie (227). Tereny tych województw to po części ziemię historycznej Małopolski, co tylko podkreśla popularność i znaczenie tej kuchni.

Grębowiec (2014), próbując określić rolę produktów regionalnych w budowaniu konkurencyjnej oferty regionu małopolskiego w UE na przykładzie obwarzanka, zbadał postrzegalność małopolskich specjałów przez konsumentów. Według jego wyników, spośród tradycyjnych i regionalnych małopolskich produktów najbardziej znany jest oscypek – wskazało go prawie 99% ankietowanych. Na wysokich pozycjach uplasowały się także: obwarzanek krakowski (85%) oraz bryndza podhalańska (64,7%). Popularnym produktem (42,4%) okazała się również kiełbasa lisiecka. Chleb prądnicki, karp zatorski, jagnięcina podhalańska oraz jabłka łąckie odznaczają się natomiast średnim stopniem rozpoznawalności. Najmniej znanym produktem jest redykołka (5,3%) oraz suska sechłońska (1,8%). Autorka niniejszego tekstu postanowiła zweryfikować te wyniki, a ponadto ustalić rozpoznawalność kulinarnych specjałów Małopolski oraz poznać opinie turystów podróżujących po regionie na temat ich atrakcyjności.

Tabela 1. Lista przykładowych produktów tradycyjnych z województwa małopolskiego

Grupy produktów	Liczba	Przykładowe produkty
Produkty mleczne	12	lody nowotarskie, ser gazdowski – gołka (pucok, kara), bundz/bunc, redykołka, bryndza podhalańska, żentycza, sądeckie lody, mleko od krów rasy polskiej czerwonej
Produkty mięsne	70	jagnięcina podhalańska, tuszka gęsi zatorskiej, kielbasa lisiecka, szynka podstolego z nogą, kielbasa wiejska z Podstolic, jagnięcina jurajska z owcy olkuskiej, tuszka zielononóżki kuropatwianej, kielbasa piaszczańska, wołowina z krowy rasy polskiej czerwono-białej, kielbasa proszowicka ze słoja, boczek duszony w piwie, kielbasa wiejska z Proszówek, szynka iwkowska, polędwica wiejska sądecka tradycyjna, kabanos wiejski z Andrychowa, kielbasa wiejska z galaretką z Nowej Wsi Szlacheckiej, kielbasa swojska sądecka, słonina rosolona podegrodzka, schab tradycyjny raciechowski, kielbasa krakowska sucha, kaszanka proszowicka, pasztet proszowski, kielbasa małopolska, kielbasa wiejska z Czernichowa, sołdra (soldrzyna) spiska, kielbasa swoja z Rajbrotu, kielbasianka z Rajbrotu, sołdra z Rajbrotu, szynka lipnicka
Produkty rybołówstwa	8	karp zatorski, karp zatorski wędzony, karp osiecki, pstrąg ojcowski potokowy, pstrąg ojcowski tęczowy, fileciki karpiove w pomidorach
Warzywa i owoce	15	charsznicka kapusta kwaszona, nasiona fasoli „Piękny Jaś” z doliny Dunajca, łukowicka śliwka suszona, suska sechłońska, jabłko z Raciechowic, jabłka łąckie, polska fasola z orzelkiem, dżem z płatków róż
Wyroby piekarnicze i cukiernicze	44	bajgiel z Kazimierza, chleb żarnowy z Łomnej, ciasteczka wyśmienie, baba z chleba żytniego, chleb jurajski, obwarzanek krakowski, jodłownik kołacz z serem, chleb prądnicki, precelek krakowski, kukielka lisiecka, kołacz jurajski, kukielka podegrodzka, sernik jurajski, orawskie zawijańce weselne, chleb orawski na liściu kapusty, koziołki, paluszki krakowskie, sernik królewski, chleb świąteczny, cwibak z fasoli z bakaliarni
Oleje i tłuszcze	1	masło rzuchowskie
Miody	8	sądecki miód spadziowy, małopolski miód spadziowy, miód wielokwiatowy leśny z Podksięża, miód nawłociowy z gminy Skrzyszów
Gotowe dania i potrawy	43	żurek po krakowsku, barszcz czerwony krakowski, ziemniaki po cabańsku, pierogi łomniczańskie, moskol, zupa zoproska, siuśpaj, kluski hałuski, tarcioki – kluski scykane – bukty, kaszana – kiszka z kapustą zasmażaną, rosół polski, kasza pęczak z kapustą, pasztet z fasoli z marchewką lub grzybami, zupa karpelanka, pierogi z fasolą „Piękny Jaś”, klęczańska zupa wigilijna – jasiek ze śliwką, pierogi kościelne, święconka (święćcelina) spiska na ciepło, gulasz czorsztyński, mętkowska marchwionka
Napoje	18	śliwowica łącka, jarzębiak izdebnicki, jarzębinka, balsam kapucyński, czar pustyni, imbirówka iwkowska, fasolówka, miodówka ryterska, ratafia z kwiatami czarnego bzu i głogu
Inne produkty	5	sól wielicka, jajko zielononóżki kuropatwianej, wiśnicki makaron domowy tradycyjny, kiszony rydze z gminy Uście Gorlickie

Źródło: opracowanie własne na podstawie www.gov.pl/web/rolnictwo/produkty-regionalne-i-tradycyjne1; dostęp: 28.12.2020.

Metodyka badań

Celem badania było określenie stanu wiedzy respondentów na temat dziedzictwa kulinarnego województwa małopolskiego. Autorce zależało także na ustaleniu, czy zdaniem podróżujących oferta kulinarna Małopolski może być atrakcją turystyczną regionu, oraz na poznaniu opinii ankietowanych odnośnie do atrakcyjności oferowanych w regionie kulinarnych produktów turystycznych.

W oparciu o uzyskane wyniki postanowiono zweryfikować cztery hipotezy: HA – oscypek i obwarzanek to najczęściej kojarzone z Małopolską produkty regionalne, HB – w opinii podróżujących po regionie turystów małopolska kuchnia jest najbardziej znana w naszym kraju, HC – z wyjazdów turystycznych częściej przywożone są oscypki niż obwarzanki krakowskie oraz HD – święta i festiwale kulinarne są atrakcyjniejszymi produktami kulinarnymi Małopolski niż organizowane w regionie targi, giełdy i kiermasze żywności lokalnej.

Zastosowano metodę sondażu diagnostycznego, wykorzystując kwestionariusz ankiety, składający się z 10 pytań zamkniętych oraz metryczki. Badanie zostało przeprowadzone drogą internetową w okresie styczeń–luty 2019 r. wśród 112 Polaków. Dzięki użyciu pytania filtrującego w ankiecie wzięły udział tylko osoby, które podróżują po Polsce w celach turystycznych.

Wyniki badań własnych

Kwestionariusz wypełniło więcej (67%) kobiet niż mężczyzn (tab. 2). Ponad połowa respondentów (53%) znajdowała się w przedziale wiekowym 26–35 lat. Znaczącą grupę (38%) stanowiły także osoby z przedziału 36–50 lat. Badani to osoby z minimum średnim wykształceniem, z czego aż 89% było po studiach. Połowa ankietowanych oceniła sytuację materialną swojego gospodarstwa domowego jako dobrą, a co piąty jako bardzo dobrą. Dominowali (65%) mieszkańcy dużych miast (powyżej 200 tys. mieszkańców), ale odpowiedzi udzielili też mieszkańcy wsi i małych miejscowości (poniżej 50 tys. mieszkańców) – w sumie ponad 25%. Znaczącą grupę respondentów (prawie 80%) stanowili mieszkańcy województwa małopolskiego podróżujący po regionie w celach turystycznych. Niemniej jednak w sondażu wzięli udział również mieszkańcy reprezentujący województwa: dolnośląskie, lubelskie, mazowieckie, podkarpackie, śląskie, świętokrzyskie oraz wielkopolskie.

Prawie 90% ankietowanych podczas podróży turystycznych po Małopolsce miało okazję spróbować regionalnych, tradycyjnych produktów bądź potraw. W prawie wszystkich przypadkach respondenci poproszeni o samodzielnie wymienienie potraw/produktów, które degustowali, samoistnie wymienili oscypek lub sery podhalańskie. Często wskazywany był także obwarzanek krakowski. W odpowiedziach pojawiały się ponadto: kiełbasa lisiecka, kwaśnica i maczanka krakowska.

Podobnie wyniki rozłożyły się, gdy zapytano o znajomość wskazanych produktów i potraw regionalnych pochodzących z południa Polski (ryc. 1). Prawie wszyscy kojarzyli oscypka (97%) i obwarzanka krakowskiego (95%). Kolejny

Tabela 2. Charakterystyka respondentów

Charakterystyka respondentów	Liczba re-spondentów (N=112)	Rozpoznawalność małopolskiej kuchni w Polsce na tle innych regionalnych kuchni w opinii respondentów (w %)			
		Jedna z naj-bardziej znanych (N=37)	Średnio znana (N=47)	Mało znana (N=26)	Nieznana (N=2)
Płeć					
Kobiety	75 (67,0%)	30,7%	48,0%	20,0%	1,3%
Mężczyźni	37 (33,0%)	37,8%	29,7%	29,7%	2,7%
Wiek					
18–25 lat	4 (3,6%)	25,0%	50,0%	25,0%	–
26–35 lat	59 (52,7%)	44,1%	39,0%	16,9%	–
36–50 lat	43 (38,4%)	20,9%	48,8%	25,6%	4,7%
51 lat i więcej	6 (5,4%)	16,7%	16,7%	66,7%	–
Wykształcenie					
Średnie	12 (10,7%)	50,0%	41,7%	8,3%	–
Wyższe	100 (89,3%)	31,0%	42,0%	25,0%	2,0%
Miejsce zamieszkania					
Wieś	16 (14,3%)	37,5%	43,8%	18,8%	–
Miasto poniżej 50 tys. mieszkańców	14 (12,5%)	50,0%	28,6%	21,4%	–
Miasto 50–200 tys. mieszkańców	9 (8,0%)	33,3%	33,3%	22,2%	11,1%
Miasto powyżej 200 tys. mieszkańców	73 (65,2%)	28,8%	45,2%	24,7%	1,4%
Województwo					
Małopolskie	89 (79,5%)	36,0%	42,7%	21,3%	–
Lubelskie	4 (3,6%)	50,0%	–	50,0%	–
Mazowieckie	4 (3,6%)	–	50,0%	50,0%	–
Śląskie	4 (3,6%)	–	50,0%	50,0%	–
Świętokrzyskie	4 (3,6%)	25,0%	75,0%	–	–
Podkarpackie	3 (2,7%)	33,3%	–	–	66,7%
Dolnośląskie	3 (2,7%)	33,3%	33,3%	33,3%	–
Wielkopolskie	1 (0,9%)	–	100,0%	–	–

Źródło: opracowanie własne.

najwyższy wynik uzyskała śliwowica łącka, którą wskazało $\frac{3}{4}$ badanych. Zaskakująco niski wynik miała redykołka – zaledwie 22%. Z pewnością jest to efekt niewiedzy, braku świadomości, że niektóre sery, które większość osób bierze za oscypka, tak naprawdę noszą miano redykołki. Wyniki świadczą o tym, że wiele małopolskich produktów jest rozpoznawalnych. Dotyczy to także potraw regionalnych – co drugi badany przyznał, że nie jest mu obca maczanka krakowska.

Ryc. 1. Znajomość małopolskich produktów i potraw regionalnych (w %)

Źródło: opracowanie własne.

Większość respondentów (ponad 89%) uważała, że sztuka kulinarna jest ważnym elementem tradycji kulturowej Małopolski. Opinia ta ma duże znaczenie, ponieważ ankietowani przyznali się do próbowania lokalnych specjałów i bezbłędnie, samodzielnie potrafili wskazać ich nazwy.

Jednak w przypadku oceny małopolskiej kuchni na tle innych regionów wyniki nie są już tak optymistyczne. Najwięcej osób (aż 42%) było zdania, że kuchnia ta jest średnio znana w Polsce (ryc. 2). Wprawdzie co trzeci badany wskazał, że jest ona najbardziej znana, ale niewiele mniej (23%) respondentów uważało, że jest to kuchnia mało znana w Polsce. Szczegółowa analiza odpowiedzi udzielonych przez respondentów na to pytanie została przedstawiona w tabeli 2.

Ryc. 2. Małopolska kuchnia na tle innych regionalnych kuchni w opinii badanych

Źródło: opracowanie własne.

Zdecydowana większość ankietowanych (prawie 94%) przywozi z podróży po Małopolsce produkty, potrawy regionalne wytworzone przez lokalnych producentów. Może to być związane z chęcią zabrania do domu smaków, które wywołały pozytywne emocje, i tym samym, które umożliwiają sentymentalny powrót do miejsc ich zakupu. Innym motywem może być chęć obdarowania najbliższych tego typu prezentami.

Na prośbę o wskazanie, które produkty najchętniej są przez respondentów przywożone z wyjazdów turystycznych, najczęściej wskazań zebrały ponownie oścypki – 94,3%. Relatywnie dużo osób (rzędu 50–60%) zaznaczyło też: sery i nabiał, miód oraz obwarzanki. Pomimo tego, że ten ostatni jest jednym z najbardziej rozpoznawalnych produktów pochodzących z Małopolski, to tylko co drugi turysta przywozi go ze swoich podróży. Około 40% ankietowanych przyznało się do zakupów regionalnych napojów alkoholowych, takich jak piwa, wódki czy nalewki regionalne. Najmniej wskazań uzyskały вина regionalne (19%) oraz ryby (20%).

Respondenci zostali również poproszeni o opinię na temat małopolskich specjałów jako atrakcji turystycznej. Zdecydowana większość osób (92,9%) uznała, że regionalna oferta kulinarna Małopolski może być atrakcją turystyczną regionu. Jest to bardzo budujący rezultat – respondentom, turystom nie jest obca kuchnia południa Polski, ich opinia opiera się na własnych doświadczeniach, stąd jest tym bardziej wartościowa.

Badani oceniali ponadto atrakcyjność oferowanych w Małopolsce kulinarnych produktów turystycznych. Najwięcej osób (90,2%) stwierdziło, że najatrakcyjniejsze są święta i festiwale kulinarne (ryc. 3). Za atrakcyjne produkty turystyczne

Ryc. 3. Atrakcyjność kulinarnych produktów turystycznych oferowanych w Małopolsce w opinii badanych

Źródło: opracowanie własne.

respondenci uznali także te, które w sposób bezpośredni i indywidualny pozwalają zasmakować w lokalnych specjach, tj. degustacje lokalnych produktów i potraw (89%) czy odwiedzanie lokali gastronomicznych serwujących miejscowe specjały (88% wskazań). Dopiero na czwartej pozycji uplasowały się targi, giełdy i kiermasze żywności lokalnej (82%).

Spora grupa badanych (ponad 30%) nie ma zdania na temat atrakcyjności zwiedzania muzeów, skansenów czy szlaków kulinarnych. Taki wynik może wskazywać, że te kulinarne produkty turystyczne są ankietowanym nieznane i nie mieli oni możliwości ustosunkowania się co do ich atrakcyjności. Muzea kulinarne zostały również uznane za najmniej atrakcyjne (11% wskazań).

Zakończenie

Dobre, lokalne jedzenie to dla współczesnego turysty nie tylko dodatek do wakacji. Degustowanie lokalnej kuchni oraz smakowanie tradycyjnych potraw znacząco wpływa na satysfakcję z odbywanego wyjazdu (Cohen, Avieli, 2004). Ten kontakt z lokalną kuchnią stwarza możliwość doznawania autentyczności miejsca, stając się unikatowym atrakтором – czynnikiem, nieuświadomionym w pierwszej chwili, jednak w momencie gdy jest doświadczany, ma on kluczowy wpływ na postrzeganie destynacji (Apetyt na region, 2013). Stąd tak ważny jest potencjał kulinarny danego miejsca, wachlarz lokalnych produktów i potraw oraz ich wykorzystanie do tworzenia atrakcyjnej, kulinarnej oferty turystycznej.

Biorąc pod uwagę wzrost świadomości kulinarnej turystów oraz nastawienie na doświadczanie lokalnych smaków, należy stwierdzić, że Małopolska ma wiele do zaoferowania podróżnym. Potwierdzają to wyniki badań własnych. Ponad 90% respondentów uznało, że oferta kulinarna Małopolski może być atrakcją turystyczną regionu. Najczęściej kojarzonymi z Małopolską produktami regionalnymi okazały się oscypek i obwarzanek, co pozytywnie zweryfikowało pierwszą z założonych hipotez badawczych (HA). Są one również chętnie nabywane podczas podróży turystycznych jako pamiątki lub prezenty dla najbliższych. Zgodnie z przypuszczeniem (hipoteza HC) z wyjazdów częściej przywożone są oscypki niż obwarzanki krakowskie. Zakładano również, że w opinii podróżujących po regionie turystów małopolska kuchnia jest najbardziej znana w naszym kraju. Tymczasem wśród ankietowanych przeważa opinia, że małopolska kuchnia jest tylko umiarkowanie znana na tle innych regionów. Zatem hipotezę HB trzeba było odrzucić. Z kolei hipoteza HD – święta i festiwale kulinarne są atrakcyjniejszymi produktami kulinarnymi Małopolski niż organizowane w regionie targi, giełdy i kiermasze żywności lokalnej, została potwierdzona empirycznie.

Literatura

- Barowicz T. (2007). *Polskie kuchnie regionalne*. Klub dla Ciebie, Warszawa.
- Cohen E., Avieli N. (2004). Food in tourism: Attraction and Impediment. *Annals of Tourism Research*, 31(4): 755–778.
- Gąsiorowski M. (2006). Produkty regionalne i tradycyjne – wpis na listę, promocja i ochrona produktów, sprzedaż bezpośrednia z gospodarstw agroturystycznych. W: B. Ditrich, D. Słubik (red.), *Produkt regionalny i tradycyjny a agroturystyka*. Pomorski Ośrodek Doradztwa Rolniczego, Gdańsk, s. 7–20.
- Grębowiec M. (2014). Rola produktów tradycyjnych i regionalnych w budowaniu konkurencyjnej oferty regionu małopolskiego w Unii Europejskiej na przykładzie „Obwarzanka Krakowskiego”. *Zeszyty Naukowe SGGW w Warszawie, Problemy Rolnictwa Światowego*, 14(29), 2: 70–79.
- Jędrusiak T. (2008). *Turystyka kulturowa*. PWE, Warszawa.
- Małopolska Organizacja Turystyczna (2020). *Ruch turystyczny w Małopolsce w 2019 roku*. MOT, Kraków.
- Ministerstwo Rolnictwa i Rozwoju Wsi (www.gov.pl/web/rolnictwo/produkty-regionalne-i-tradycyjne1; dostęp: 28.12.2020).
- Orłowski D., Woźniczko M. (2016). Turystyka kulinarna w Polsce – wstępne badania nad fenomenem zjawiska. *Turystyka Kulturowa*, 5: 60–100.
- Pawlak A., Czarniecka-Skubina E., Leszczyńska D. (2016). Polska kuchnia regionalna w turystyce na przykładzie Podhala. W: H. Makąła (red.), *Trendy żywieniowe w turystyce. Tradycje i dziedzictwo kulinarne*. Wyższa Szkoła Turystyki i Języków Obcych, Warszawa, s. 77–103.
- Raheem D., Shishaev M., Dikovitsky V. (2019). Food System Digitalization as a Means to Promote Food and Nutrition Security in the Barents Region. *Agriculture*, 9(8): 1–19.
- Woźniczko M., Jędrusiak T., Orłowski D. (2015). *Turystyka kulinarna*. PWE, Warszawa.
- Zhang T., Chen J., Hu B. (2019). Authenticity, Quality, and Loyalty: Local Food and Sustainable Tourism Experience. *Sustainability*, 11(12): 1–18.

The culinary heritage of the Małopolska region in the opinion of travellers

The aim of this article is to provide a general description of the culinary heritage of the Małopolska region, and to know the state of knowledge and opinions of travellers about it. In the first part of paper the culinary heritage of the Małopolska region was briefly presented. In the second part the results of own research, conducted with the use of anonymous questionnaire were discussed. The summary includes comments and conclusions resulting from the analysis, including those relating to the verification of four research hypotheses.

Translated by Żaneta Zatorska