

СЕРТИФІКАЦІЯ ПРОДУКЦІЇ ЯК ІНСТРУМЕНТ РОЗВИТКУ КРАФТОВИХ ХАРЧОВИХ ВИРОБНИЦТВ

Дударєв Ігор Миколайович*, доктор технічних наук, професор,
завідувач кафедри харчових технологій та хімії
Хвещук Олександр Юрійович**, аспірант
Луцький національний технічний університет

*ORCID 0000-0002-2016-5342

**ORCID 0009-0007-9139-5931

© Дударєв І.М., 2025

© Хвещук О.Ю., 2025

Стаття отримана редакцією 13.03.2025 р.

The article was received by editorial board on 13.03.2025

Вступ. Традиційні ремесла відіграють важливу роль у представленні культури і традицій будь-якої країни та надають можливості для працевлаштування місцевого населення з невеликими капіталовкладеннями [1]. У світі існує зацікавленість у відродженні ремесел, зокрема, для туристичних цілей. Популярності набувають гастрономічні фестивалі, що приваблюють велику кількість туристів. Місцева їжа та напої, а також пов'язані з ними заходи можуть мати вирішальне значення для популяризації визначних пам'яток регіону та сприяти формуванню позитивного іміджу регіону чи міста [2]. Уряди багатьох країн сприяють відродженню ремесел та розвитку крафтових виробництв, передусім у сільській місцевості, щоб зменшити відтік населення та забезпечити економічний розвиток сільської місцевості [3].

Огляд останніх джерел досліджень і публікацій. У багатьох країнах поширеним є виробництво крафтових харчових продуктів. Z. Rosillo-Aquino та ін. [4] зазначають, що інтерес до традиційної їжі існував завжди, оскільки вона є основою харчування в різних культурах та суспільствах. На думку J. Dezecot та N. Fleck [5], у сучасному суспільстві ремісники-продавці продуктів харчування мають загалом позитивний імідж, оскільки виробляють високоякісну продукцію.

S. Lingham та ін. [6] звертають увагу на те, що витрати на виробництво крафтових продуктів, переважно, більші, ніж при виробництві продуктів великими підприємствами харчової галузі. С.Т. Cirne, М.Н. Tunick та R.E. Trout [7] дослідили, що споживачі готові платити більше за крафтові продукти, оскільки вони вважають, що ці продукти смачніші та корисніші, а також їх купівля підтримує місцевих малих виробників. Водночас, крафтові продукти повинні якимось чином виділятися з-поміж харчових продуктів масового виробництва, за що покупець готовий був би платити більше [6]. На думку R. O'Flynn [8], щоб крафтовий харчовий продукт був затребуваним на ринку, необхідне належне його пакування, маркування та брендування.

Науковці Z. Miloradović та ін. [9] вважають, що термін «крафтовий продукт» можуть використовувати лише підприємства, на яких продукти виготовлені в обмежених кількостях кваліфікованими майстрами, причому спосіб оброблення сировини має бути традиційним та не може бути повністю механізованим. Також вважається, що основні рецептурні компоненти крафтових харчових продуктів повинні бути місцевого походження. Крафтовий виробник харчових продуктів, крім того, що є підприємцем, також виконує роль зберігача місцевих традицій та культури харчування [9].

S. Rivaroli та ін. [10] зазначають, що відсутність офіційної сертифікації крафтових харчових продуктів спричиняє ситуацію, коли виробники харчових продуктів і напоїв використовують цей термін («крафтовий продукт») для позначення своєї продукції, орієнтуючись на попит серед споживачів. На переконання D.R. Morgan, E. Thomas Lane та D. Styles [11], існує ризик, що позначення продуктів як «крафтові» може бути лише оманливим маркетинговим ходом, який виробники харчових продуктів

використовують для привернення уваги споживачів. Таке явище спонукає уряди багатьох країн впроваджувати спеціальні правила щодо позначення крафтових харчових продуктів, щоб зберегти місцеве дрібномасштабне виробництво високоякісних традиційних продуктів, а також уникнути неправильного розуміння поняття «крафтовий» з-поміж споживачів і виробників [10].

T. Schifeling та D. Demetry [12] звертають увагу на те, що автентичність будь-якого харчового продукту є цінним ресурсом для виробників, оскільки дозволяє виділити його за певними (унікальними) якісними показниками з-поміж подібних продуктів інших виробників та забезпечує більшу лояльність споживачів до нього. Формалізувати цей ресурс можна за допомогою сертифікації харчової продукції, зокрема як крафтової, що буде додатковим індикатором її якості та підкреслюватиме її унікальність для споживачів.

Мета дослідження – проаналізувати роль сертифікації продукції у забезпеченні розвитку крафтових харчових виробництв.

Методи дослідження. Дослідження передбачало аналіз стандартів сертифікації харчових продуктів в ЄС. Для визначення атрибутів крафтового виробництва було проведено опитування виробників крафтових харчових продуктів у Волинській області. Особлива увага була приділена визначенню того, що самі виробники розуміють під термінами «крафтове виробництво» та «крафтовий харчовий продукт», а також які основні атрибути такого виробництва.

Основний матеріал і результати. Виробники крафтових харчових продуктів часто повідомляють про основні характеристики своїх продуктів та традиційні способи їх виробництва через назви продуктів, що асоціюються з певним географічним регіоном [13]. У Європейському Союзі (ЄС) прикладають значні зусилля, щоб зберегти унікальні регіональні харчові культури. Зокрема, А.-І. Glogoveţan та С.В. Rosol [14] акцентують увагу на тому, що в ЄС передбачена сертифікація харчових продуктів, що спрямована на збереження та підкреслення окремих характеристик продукту, пов'язаних із географічним походженням і традиційними способами виробництва. У ЄС розроблена процедура видачі сертифікатів, що позначають законодавчий захист назви продукту [15], зокрема: «Захищене найменування походження» (Protected Designation of Origin – PDO) (рис. 1, а); «Захищене географічне зазначення» (Protected Geographical Indication – PGI) (рис. 1, б); «Гарантовано традиційні страви» (Traditional Specialities Guaranteed – TSG) (рис. 1, в); «Продукт із найвіддаленіших регіонів ЄС» (Product of EU's outermost regions) (рис. 1, г).



Рис. 1. Логотипи для етикеток продуктів: а – PDO; б – PGI, GI; в – TSG; г – харчові продукти з найвіддаленіших регіонів ЄС

Джерело: [15]

Сертифікацію PDO застосовують до продуктів, що мають унікальну якість чи властивості, що тісно пов'язані з регіоном їх виробництва. Це позначення вказує, що всі етапи виробничого процесу – від вирощування сировини до виробництва кінцевого продукту – відбуваються в межах певного регіону, що гарантує, що якість продукту пов'язана з місцем його походження [14; 15].

Сертифікацію PGI застосовують до продуктів, для яких хоча б один етап виробництва здійснюється у визначеному регіоні. Ця сертифікація підкреслює зв'язок між окремою географічною територією та назвою продукту, де унікальна якість чи особливість пов'язані з місцем походження [15]. Р. Вутуці та ін. [16] дослідили, що у ЄС географічне зазначення походження є одним із найпопулярніших

інформаційних стимулів для покупців, що вказує на якість харчового продукту, а також може бути показником смаку. J. Neilson, J. Wright, та L. Aklimawati [17] прийшли до висновку, що сертифікація PGI дозволяє виробникам отримувати економічну вигоду від атрибутів якості, пов'язаних з місцем виробництва, а також вона приносить вторинні неекономічні вигоди, такі як захист навколишнього середовища, культурних цінностей і зміцнення соціальних інститутів.

Сертифікація TSG не прив'язує продукт до певного географічного регіону, а сфокусована на традиційному складі продукту або способі його виробництва. Це позначення є ключовим у збереженні традиційних рецептів чи способів виробництва, що є частиною традиційної гастрономічної спадщини. Назва продукту, зареєстрованого як TSG, захищає його від фальсифікації [15].

Для забезпечення більшої обізнаності щодо продукції з найвіддаленіших регіонів ЄС (Гваделупа, Французька Гвіана, Мартиніка, Азорські острови, Мадейра та Канарські острови) було створено спеціальний логотип «Виробляється в найвіддаленіших регіонах» (рис. 1, г) [15].

Е. Kokthi та D. Kruja [18] вважають, що якщо географічне походження не закріплене на законодавчому рівні як атрибут харчового продукту, це може спричинити введення споживачів в оману.

У ЄС виробники харчових продуктів також зобов'язані на етикетках вказувати інформацію про енергетичну цінність продукту, а також вміст цукру, білків, солі, вуглеводів, жирів і насичених жирів [19]. Однак, H.U. Nohlen та ін. [20] дослідили, що для споживачів інформація, зазначена на зворотній частині пакування, часто є менш привабливою порівняно з більш інтуїтивно зрозумілими та кольоровими логотипами на лицьовій частині пакування. Тому важливо, щоб етикетки на пакуваннях харчових продуктів були більш інформативними та зрозумілими, що дозволить споживачам здійснювати більш обґрунтований вибір, обираючи продукти, що є кращими за якістю та більш корисні для організму [21].

Отже, у сучасних умовах, коли попит на натуральні місцеві харчові продукти постійно зростає, важливо чітко визначити, що саме є крафтовим продуктом та виробництвом. Законодавче закріплення цих понять дозволить створити чіткі критерії для виробників, які прагнуть отримати статус крафтового виробника, а також захистити споживачів від зловживань і фальсифікацій на ринку. Законодавчі норми допоможуть стимулювати розвиток місцевих крафтових виробництв харчових продуктів, що використовують місцеву сировину та дотримуються традиційних способів виробництва. Це сприятиме зростанню довіри до крафтової продукції та створить сприятливі умови для розвитку малого бізнесу в регіонах.

Опитування 36 виробників харчових продуктів у Волинській області (Україна), які позиціонують себе як крафтові, продемонструвало, що 88,9% опитаних виробників вважають за необхідне на законодавчому рівні закріпити поняття «крафтове виробництво» та «крафтовий харчовий продукт» із визначенням критеріїв, що їх характеризують. Усі опитані виробники (100%) зазначили, що крафтове виробництво відрізняється від масового способом виготовлення продукції, а 88,9% респондентів вказали технологію виробництва та рецептуру продуктів в якості особливих ознак такого виробництва (рис. 2). Близько 67% опитаних серед критеріїв, що відрізняють крафтове виробництво від масового, назвали обсяг виробництва.

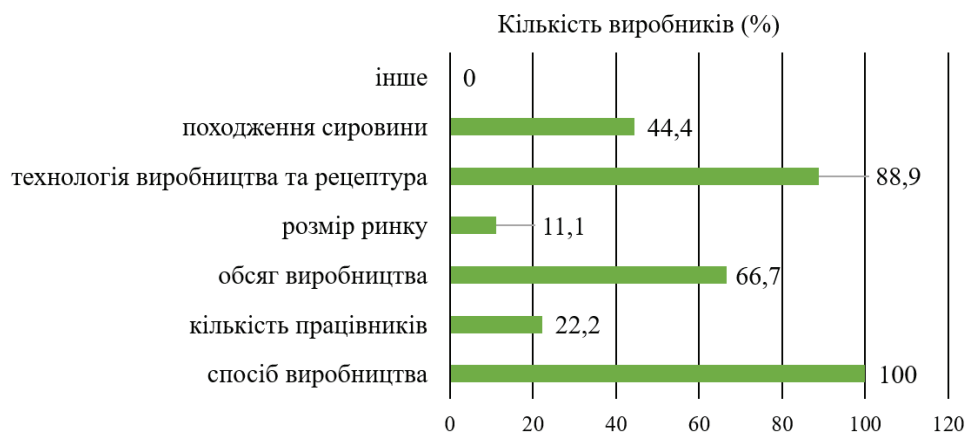


Рис. 2. Вибір виробниками ознак, що відрізняють крафтове виробництво від масового

Джерело: розроблено авторами

Отже, крафтове виробництво харчових продуктів відрізняється від масового їх виробництва низкою специфічних ознак (атрибутів), що роблять його унікальним (рис. 3):

1) Кількість працівників – крафтові виробники, зазвичай, мають невеликий штат працівників, що дозволяє забезпечити гнучкість виробництва та персоналізований підхід до кожного його етапу, завдяки чому досягається висока якість продукції. Результати проведеного опитування серед виробників крафтових харчових продуктів (рис. 4) продемонстрували, що на більшості (66,6%) крафтових виробництв працює до 5 осіб.



Рис. 3. Основні атрибути крафтового харчового виробництва

Джерело: розроблено авторами

2) Обсяг випуску продукції – для крафтових харчових виробництв є характерним невеликий обсяг виготовленої продукції через особливості її виробництва. Це дозволяє зберігати високу якість та унікальність продукту, не перетворюючи його на харчову продукцію масового виробництва. Опитування респондентів продемонструвало (рис. 5), що 33,3% крафтових виробників мають річний дохід у розмірі 1,0–5,0 млн грн; 25% – 0,5–1,0 млн грн; 22,2% – до 0,5 млн грн; 19,5% – більше 5,0 млн грн.

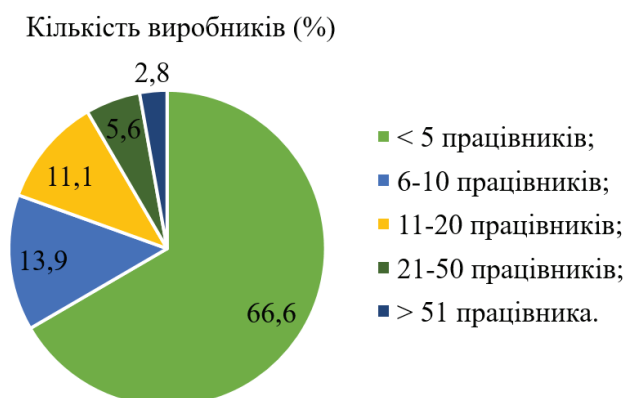


Рис. 4. Кількість працівників на крафтових виробництвах

Джерело: розроблено авторами

3) Обсяг ринку – крафтові виробники, зазвичай, орієнтуються на місцевий або регіональний ринок. Це дозволяє їм зберігати близькість до споживачів та активно підтримувати місцеву економіку. Така орієнтація на локальний ринок дозволяє фокусуватися на смаках і потребах місцевого населення.

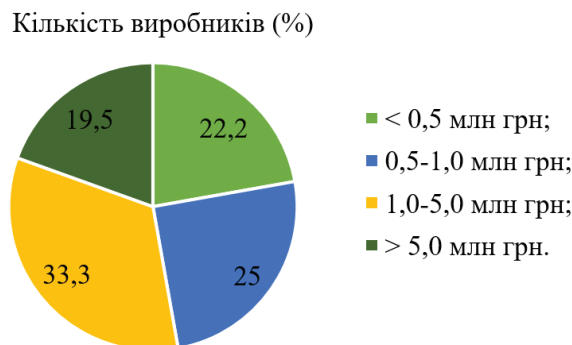


Рис. 5. Дохід виробників крафтових харчових продуктів

Джерело: розроблено авторами

4) Спеціалізація виробництва – спеціалізація крафтового виробництва залежить від особливостей регіону, місцевих традицій та наявної сировинної бази. Наприклад, у регіонах, де розвинене тваринництво, може переважати крафтове виробництво молочних продуктів, зокрема сирів. За результатами опитування виробників, у Волинській області переважають крафтові виробництва кондитерських виробів (44,4%) та молочних продуктів і напоїв (33,3%) (рис. 6). Водночас, деякі виробники виробляють кілька видів продукції, наприклад, кондитерські та хлібобулочні вироби.

5) Місце виробництва основної сировини – крафтові виробники здебільшого використовують сировину місцевого походження. Це не тільки гарантує високу якість сировини, а й сприяє сталому розвитку місцевих фермерів та постачальників. Використання місцевої сировини також дозволяє зберегти унікальні регіональні смаки, що надає продукції неповторних органолептичних властивостей та підкреслює її автентичність.

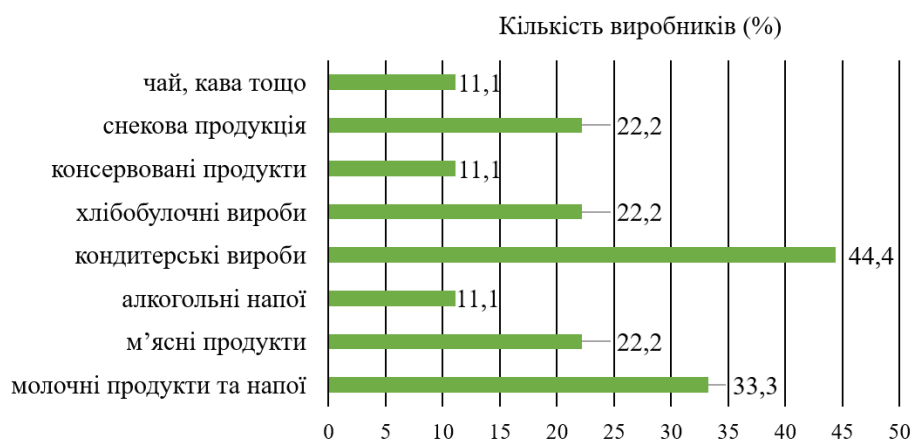


Рис. 6. Спеціалізація крафтових харчових виробництв

Джерело: розроблено авторами

6) Спосіб виробництва – більшість технологічних процесів крафтових виробництв здійснюється з мінімальним використанням обладнання, з акцентом на традиційні способи оброблення сировини. Це дозволяє досягнути унікального смаку, текстури та зовнішнього вигляду продукції.

7) Традиційна чи унікальна рецептура – крафтове виробництво, зазвичай, базується на використанні традиційних або унікальних рецептур, що передаються через покоління або розробляються самостійно. Виробники досить часто створюють нові смакові композиції, додаючи в рецептуру місцеві інгредієнти або відроджуючи забуті кулінарні техніки.

8) Якість та безпечність продукції – крафтові виробники акцентують увагу на якості кожної одиниці продукції, вони ретельно контролюють усі етапи виробництва, щоб виробляти не лише смачний, але й безпечний продукт для споживачів. Для крафтових продуктів використовують натуральну сировину без штучних добавок, консервантів та барвників.

Усі атрибути крафтового виробництва підкреслюють його індивідуальність та унікальність. Вони об'єднують традиції, інновації та високу якість, що робить крафтову харчову продукцію популярною з-поміж споживачів, які шукають справжній та натуральний смак.

Запровадження сертифікації крафтових харчових продуктів є важливим кроком для розвитку крафтових виробництв. Це дозволить забезпечити відповідність продуктів певним стандартам якості та безпечності. Сертифікація продукції допоможе уникнути підробок та нечесної конкуренції на ринку, адже наявність сертифікату гарантуватиме споживачам, що продукт є справжнім і відповідає вимогам щодо походження сировини, способу виробництва та безпечності.

Атрибути крафтового виробництва доцільно врахувати при розробленні критеріїв для сертифікації крафтової продукції, оскільки вони відображають основні характеристики, що визначають якість та автентичність такої продукції. Для крафтових виробників сертифікація може стати важливим інструментом підвищення конкурентоспроможності їхньої продукції на ринку. Це сприятиме розширенню ринку збуту продукції. Сертифікація також може мотивувати крафтових виробників використовувати місцеву сировину, що сприятиме розвитку місцевої економіки, а також спонукатиме до зменшення негативного впливу на навколишнє середовище.

Сертифікація сприятиме розвитку крафтових виробництв, оскільки заохочуватиме виробників дотримуватися високих стандартів якості. Виробники, прагнучі отримати сертифікат, повинні будуть забезпечити відповідність своєї продукції певним вимогам щодо сировини, способу виробництва, санітарних умов та інших аспектів. Для виробників, які хочуть вийти на нові ринки або експортувати свою продукцію за кордон, наявність сертифікату може бути важливим фактором. У багатьох країнах і на міжнародних ринках сертифікація є обов'язковою умовою для продажу харчових продуктів. Отже, запровадження сертифікації для крафтових харчових продуктів є доцільним і вигідним як для споживачів, так і для виробників.

Висновки. Встановлено, що основними атрибутами, які характеризують крафтове харчове виробництво, є кількість працівників, обсяг випуску продукції, обсяг ринку, спеціалізація виробництва, походження сировини, спосіб виробництва продукту, рецептура продукту, якість та безпечність продукції. На думку виробників, найбільш важливими атрибутами крафтового виробництва є спосіб виробництва, технологія виробництва та рецептура продукту. Атрибути крафтового виробництва повинні бути обов'язково враховані при розробленні критеріїв для сертифікації крафтової продукції. Отже, важливим є визначення на законодавчому рівні термінів «крафтове виробництво» та «крафтовий харчовий продукт», а також розроблення й впровадження процедури сертифікації крафтової продукції.

Подальші дослідження доцільно спрямувати на обґрунтування процедури сертифікації крафтової продукції з урахуванням досвіду країн ЄС.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Dragicevic Curkovic M. The role of the traditional crafts as intangible heritage on the global tourist market. SHS Web of Conferences. 2021. № 92. DOI: <https://doi.org/10.1051/shsconf/20219206005>
2. Hermann U.P., Lee C., Coetzee W., Boshoff, L. Predicting behavioural intentions of Craft Beer Festival attendees by their event experience. *International Journal of Wine Business Research*. 2021. № 33 (2). P. 254–274. DOI: <https://doi.org/10.1108/ijwbr-05-2020-0019>
3. Bellver D.F., Prados-Peña M.B., García-López A.M., Molina-Moreno V. Crafts as a key factor in local development: Bibliometric analysis. *Heliyon*. 2023. № 9(1). DOI: <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e13039>
4. Rocillo-Aquino Z., Cervantes-Escoto F., Leos-Rodríguez J.A., Cruz-Delgado D., Espinoza-Ortega A. What is a traditional food? Conceptual evolution from four dimensions. *Journal of Ethnic Foods*. 2021. № 8, 38. DOI: <https://doi.org/10.1186/s42779-021-00113-4>
5. Dezecot J., Fleck N. Consumer perceptions, barriers and motivations around craft food artisans. *Décisions Marketing*. 2021. № 103. P. 203–228.
6. Lingham S., Hill I., Manning L. Artisan food production: What makes food ‘artisan’?. In: Dana, L.P., Ramadani, V., Palalic, R., & Salamzadeh, A. (eds), *Artisan and Handicraft Entrepreneurs. Contributions to Management Science*. Cham : Springer, 2022. DOI: https://doi.org/10.1007/978-3-030-82303-0_6
7. Cirne C.T., Tunick M.H., Trout R.E. The chemical and attitudinal differences between commercial and artisanal products. *npj Science of Food*. 2019. № 3, 19. DOI: <https://doi.org/10.1038/s41538-019-0053-9>

8. O'Flynn R. Food in tourism and the role of the artisan food producer in Ireland: A phenomenological study. Technological University Dublin, 2021. DOI: <https://doi.org/10.21427/QKA6-E058>
9. Miloradovic Z., Blazic M., Barukcic I., Font i Furnols M., Smigic N., Tomasevic I., Miocinovic J. Serbian, Croatian and Spanish consumers' beliefs towards artisan cheese. *British Food Journal*. 2022. № 124 (10). P. 3257–3273. DOI: <https://doi.org/10.1108/BFJ-04-2021-0409>
10. Rivaroli S., Lindenmeier J., Hingley M., Spadoni R. Social representations of craft food products in three European countries. *Food Quality and Preference*. 2021. № 93. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2021.104253>
11. Morgan D.R., Thomas Lane E., Styles D. Crafty marketing: An evaluation of distinctive criteria for “craft” beer. *Food Reviews International*. 2020. № 38 (5). P. 913–929. DOI: <https://doi.org/10.1080/87559129.2020.1753207>
12. Schifeling T., Demetry D. The new food truck in town: geographic communities and authenticity-based entrepreneurship. *Organization Science*. 2021. № 32 (1). P. 1–23. DOI: <https://doi.org/10.1287/orsc.2020.1369>
13. Belletti G., Maressotti A., Touzard J.-M. Geographical indications, public goods, and sustainable development: The roles of actors' strategies and public policies. *World Development*. 2017. № 98. P. 45–57. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.worlddev.2015.05.004>
14. Glogoveţan A.-I., Pocol C.B. The role of promoting agricultural and food products certified with european union quality schemes. *Foods*. 2024. № 13 (6). DOI: <https://doi.org/10.3390/foods13060970>
15. European Commission. Agriculture and Rural Development. URL: https://agriculture.ec.europa.eu/farming/geographical-indications-and-quality-schemes/geographical-indications-and-quality-schemes-explained_en (дата звернення: 09.03.2025).
16. Bytyçi P., Kokthi E., Hasalliu R., Fetoshi O., Salihu L., Mestani M. Is the local origin of a food product a nexus to better taste or is just an information bias. *International Journal of Gastronomy and Food Science*. 2024. № 35. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.ijgfs.2024.100877>
17. Neilson J., Wright J., Aklimawati L. Geographical indications and value capture in the Indonesia coffee sector. *Journal of Rural Studies*. 2018. № 59. P. 35–48. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2018.01.003>
18. Kokthi E., Kruja D. Customer based brand equity analysis: An empirical analysis to geographical origin. In: Proceedings – 11th International Conference on Mangement, Enterprise and Benchmarking (MEB 2017), Óbuda University, Keleti Faculty of Business and Management.
19. Höhn G.L., Huysmans M., Crombez C. Healthy food traditions? Nutritional quality and food composition of EU geographical indications. *Q Open*. 2023. № 3 (1). DOI: <https://doi.org/10.1093/qopen/qoad014>
20. Nohlen H.U., Bakogianni I., Grammatikaki E., Ciriolo E., Pantazi M., Dias J., Salesse F., et al. Front-of-pack nutrition labelling schemes: An update of the evidence. Luxembourg: Publications Office of the European Union, 2022. DOI: <https://doi.org/10.2760/932354>
21. Breda J., Castro L.S.N., Whiting S., Williams J., Jewell J., Engesveen K., Wickramasinghe K. Towards better nutrition in Europe: evaluating progress and defining future directions. *Food Policy*. 2020. № 96. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.foodpol.2020.101887>

УДК 338.45

JEL Q14, Q15

Дударєв Ігор Миколайович, доктор технічних наук, професор, Луцький національний технічний університет. **Хвещук Олександр Юрійович**, аспірант, Луцький національний технічний університет. **Сертифікація продукції як інструмент розвитку крафтових харчових виробництв.**

Щороку зростає попит серед споживачів на високоякісні крафтові харчові продукти місцевого виробництва. Визначення харчових продуктів як крафтових не регламентовано на законодавчому рівні в Україні, що призводить до використання цього терміну недобросовісними виробниками для привернення уваги споживачів до своєї продукції. Тому важливим є аналіз ролі сертифікації крафтових продуктів у забезпеченні розвитку крафтових харчових виробництв. Було визначено основні атрибути крафтового харчового виробництва, які необхідно враховувати при розробленні критеріїв для сертифікації крафтової продукції. Сертифікація крафтових харчових продуктів дозволить захистити споживачів від підробок і підтвердити відповідність продукту встановленим стандартам якості та безпечності. Сертифікація також підвищить конкурентоспроможність продукції на ринку та сприятиме розвитку крафтових виробництв.

Ключові слова: крафтове виробництво, крафтовий виробник, сертифікація крафтової продукції, атрибути крафтового виробництва, походження продукту, мале підприємство.

UDC 338.45

JEL Q14, Q15

Igor Dudarev, Doctor of Technical Sciences, Professor, Lutsk National Technical University. **Oleksandr Khveshchuk**, Postgraduate Student, Lutsk National Technical University. **Product certification as a tool for the development of craft food production.**

Every year, the demand for high-quality craft food products from local producers is increasing. Consumers are paying more attention to products that are produced with minimal use of industrial methods, focusing on the

naturalness of ingredients, their local origin, and the uniqueness of the production process. This trend promotes the development of craft food production, which uses traditional recipes and technologies. However, the definition of craft food products is not regulated by law in Ukraine, leading to the misuse of this term by dishonest producers to attract consumers' attention to their products. This approach not only misleads consumers but also undermines trust in genuine craft producers, creating a negative effect on the market. Therefore, it is important to analyze the role of craft product certification in ensuring the development of craft food production. Certification provides an opportunity to distinguish products made using traditional methods from mass-produced foods, which are made in large factories with automated processes. Defining clear criteria for certification will create standards that match the specifics of craft production. The key attributes of craft food production have been identified, which should be considered when developing criteria for certifying craft foods. Taking these attributes into account when developing certification standards will help ensure that only genuine craft foods have the right to certification. Craft food certification will protect consumers from counterfeit products and confirm that the product meets established quality and safety standards. The presence of a certificate gives the consumer additional confidence that the product is made according to standards that ensure its safety and high quality. Certification will also increase the competitiveness of products in the marketplace, as certified products will stand out from competitors who do not have such certification. This will allow craft producers to more easily enter new markets, both national and international. Moreover, certification will promote the development of craft production by encouraging producers to adhere to high standards, which will contribute to improving the overall quality of products.

Keywords: craft production, craft producer, craft product certification, craft production attributes, product origin, small business.