

Centrum Doradztwa Rolniczego w Brwinowie
Oddział w Krakowie

Marka wiejskiego produktu turystycznego
inicjatywy i inspiracje

Kraków 2009

„Marka wiejskiego produktu turystycznego – inicjatywy i inspiracje”
opracowanie zbiorowe pod redakcją Elżbiety Kmity Dziasek

Autorzy: _____

Dąbek Dariusz, LGD „Wokół Łysej Góry”, Urząd Gminy Bielice
Domański Romuald, Fundacja Wspomagania Wsi, Warszawa
Florys Krzysztof, Fundacja Partnerstwo dla Środowiska, Kraków
Idziak Waław, Politechnika Koszalińska w Koszalinie
Jaszczak Agnieszka, dr, Uniwersytet Warmińsko-Mazurski
Kieljan Klaudia, Centrum Doradztwa Rolniczego w Brwinowie, Oddział w Krakowie
Kmity Dziasek Elżbieta, Centrum Doradztwa Rolniczego w Brwinowie, Oddział w Krakowie
Kulińska-Pluta Katarzyna, Urząd Gminy Żarki
Majewski Janusz, dr, Uniwersytet Przyrodniczy w Poznaniu
Nowak Jacek, Pasieka „Barć” w Kamiannej
Rozpędowski Krzysztof, Stowarzyszenie Dobków w Dobkowie
Smoląg Anita, Fundacja Wrzosowa Kraina
Strzembicki Leszek, dr, Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie
Szalewska Elżbieta, dr, Akademia Pomorska w Słupsku
Tatara Jadwiga, Urząd Marszałkowski Województwa Lubelskiego w Lublinie
Węda Łukasz Radosław, Stowarzyszenie Rozwoju Miejscowości Studzianka

Recenzenci: _____

prof. Józef Kania, Uniwersytet Rolniczy w Krakowie
prof. Jan Sikora, Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu

© Copyright by Centrum Doradztwa Rolniczego w Brwinowie
Oddział w Krakowie, Kraków 2009

Projekt okładki: Bogusław Dziedzic

Opracowanie graficzne i skład komputerowy: Adam Dziedzic

ISBN 978-83-924526-2-1

Wydanie I, Nakład 1000 egz.

Druk: UNIDRUK Kraków



Europejski Fundusz Rolny na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich: Europa inwestująca w obszary wiejskie
Publikacja opracowana przez Centrum Doradztwa Rolniczego w Brwinowie Oddział w Krakowie
Publikacja współfinansowana ze środków Unii Europejskiej w ramach Pomocy Technicznej
Programu Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2007-2013
Instytucja Zarządzająca Programem Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2007-2013
– Ministerstwo Rolnictwa i Rozwoju Wsi

Spis treści

Wstęp	5
1. Marka i produkt turystyki wiejskiej	7
1.1. Budowanie marki turystyki wiejskiej – podstawowe determinanty i kierunki działań (Leszek Strzembicki)	9
1.2. Budowanie terytorialnego produktu turystycznego (Janusz Majewski)	15
2. Dobre polskie przykłady	19
2.1. Regionalne produkty turystyczne	21
2.1.1. Kraina Żubra (Romuald Domański)	23
2.1.2. Kraina Legend Świętokrzyskich (Dariusz Dąbek)	27
2.1.3. Dolina Karpia (Klaudia Kieljan)	31
2.1.4. Zielony Rower – Greenway Karpaty Wschodnie (Krzysztof Florys)	35
2.1.5. Kraina w Kratę (Elżbieta Szalewska)	41
2.2. Wioski tematyczne	47
2.2.1. Kraina Rumianku (Jadwiga Tatara)	49
2.2.2. Iwięcino – „Wioska końca świata” (Wacław Idziak)	55
2.2.3. Dąbrowa – „Wioska zdrowego życia” (Wacław Idziak)	59
2.2.4. Wojciechów – wieś kowalskich tradycji (Jadwiga Tatara)	63
2.3. Obiekty specjalistyczne	69
2.3.1. Zagroda Poleska w Kołaczach (Jadwiga Tatara)	71
2.3.2. Szlak Tatarski (Łukasz Radosław Węda)	75
2.3.3. Bacówki na Oścypkowym Szlaku (Klaudia Kieljan)	79
2.3.4. Osada Średniowieczna (Dariusz Dąbek)	85
2.4. Gospodarstwa edukacyjne	89
2.4.1. Szlak Edukacyjnych Zagrod Agroturystycznych w Gminie Żarki (Katarzyna Kulińska-Pluta)	91
2.4.2. Ekomuzeum Rzemiosła w Dobkowie (Krzysztof Rozpędowski)	95
2.4.3. Ekomuzeum Wrzosowej Krainy (Anita Smoląg)	101
2.4.4. Pasieka „Baré” im. ks. Henryka Ostacha w Kamiannej (Jacek Nowak)	109
3. Doświadczenia i inspiracje zza granicy	113
3.1. Toskańska Droga Wina Nobile z Montepulciano – „Strada del vino Nobile di Montepulciano”, Włochy (Klaudia Kieljan)	115
3.2. Makowa Wieś – „Möbndorf”, Austria (Elżbieta Kmita Dziasek)	121
3.3. Pijalnie mleka – „Melkbuske”, Niemcy (Agnieszka Jaszczak)	125
3.4. Szkoła w zagrodzie chłopskiej – „Schule auf dem Bauernhof”, Szwajcaria (Elżbieta Kmita Dziasek)	129
4. XIII Ogólnopolskie Sympozjum Agroturystyczne (Elżbieta Kmita Dziasek)	133
5. Turystyka wiejska w Programie Rozwoju Obszarów Wiejskich 2007 – 2013 (Elżbieta Kmita Dziasek)	139
Wykaz operatorów prezentowanych przedsięwzięć turystycznych	147

Wstęp

W dniach 21 – 23 września 2009 roku w Gdańsku-Jelitkowie odbyło się XIII Ogólnopolskie Sympozjum Agroturystyczne, którego wiodącą problematyką była „Marka wiejskiego produktu turystycznego”. Sympozjum towarzyszyło wydawnictwo konferencyjne pod tym samym tytułem – monografia Akademii Morskiej w Gdyni, obejmująca teoretyczne rozważania oraz wyniki badań i analiz naukowych w zakresie kreacji, uwarunkowań rozwoju i rynkowego wizerunku markowych produktów turystyki wiejskiej.

Niniejsze wydawnictwo jest kontynuacją podjętej na Sympozjum problematyki, w szczególności nawiązuje do treści i wyników pracy warsztatowej.

Na polskim rynku podejmowane są liczne przedsięwzięcia turystyczne, które posiadają cechy marki i potencjał, by stać się rzeczywistymi produktami markowymi. Publikacja obejmuje wybór studiów przypadków inicjatyw turystycznych na obszarach wiejskich, które wyróżniają się oryginalnością i transparentnością, przy równoczesnym zachowaniu kanonów wizerunku zrównoważonej turystyki wiejskiej.

Publikacja łączy w sobie dwie funkcje:

1. wyjaśnia i porządkuje podstawowe pojęcia związane z kreowaniem produktów markowych i daje praktyczne wskazówki dla prowadzenia procesu budowania regionalnych produktów turystycznych;
2. przedstawia różnorodne formy produktów turystycznych, ciekawe pomysły i warianty wzbogacania oferty, pozwalające na łatwą ich identyfikację oraz uzyskiwanie przewagi konkurencyjnej na rynku usług turystycznych

Mamy nadzieję, że publikacja będzie źródłem inspiracji dla dalszych twórczych działań w regionach i pomocą w efektywnym społeczno-gospodarczym rozwoju obszarów wiejskich.

Dziękujemy operatorom prezentowanych inicjatyw za ich udostępnienie do prezentacji i życzymy dalszych sukcesów. Autorom dziękujemy za życzliwy udział i zaangażowanie w przygotowaniu materiałów. Szczególne podziękowania kierujemy do autorów i właścicieli zdjęć, których ze względu na ich liczbę nie sposób wymienić. Wartość ilustracji dla przekazu merytorycznego niniejszej publikacji jest bezcenna.

Elżbieta Dziasek