

Anna Kłoczko-Gajewska, Wydział Nauk Ekonomicznych SGGW w Warszawie

Ruta Śpiewak, Instytut Rozwoju Wsi i Rolnictwa PAN w Warszawie

Patrycjusz Zarębski, patrycjusz.zarebski@gmail.com, Instytut Rozwoju Wsi i Rolnictwa PAN w Warszawie

Aktywizacja obszarów wiejskich w oparciu o produkty żywnościowe na przykładzie wsi tematycznych

Słowa kluczowe: turystyka kulinarna, wioski tematyczne, obszary wiejskie, tradycyjne i lokalne produkty żywnościowe.

Abstrakt

Wiele gmin wiejskich w Polsce poszukuje możliwości rozwoju w oparciu o zasoby endogeniczne; należą do nich m.in. charakterystyczne dla poszczególnych obszarów produkty żywnościowe. Jednym ze sposobów wykorzystania tak ujętego zasobu lokalnego jest rozwój specyficznych atrakcji turystyki wiejskiej, jakimi są wioski tematyczne. Działalność w takiej formie oznacza oparcie o jakąś myśl przewodnią, co ma to na celu zintegrowanie mieszkańców wsi wokół wspólnego tematu i ich aktywizację oraz stworzenie wyjątkowej oferty dla turystów. Około 20% wsi tematycznych (z 63 przebadanych) w Polsce buduje swoją ofertę w oparciu o produkty żywnościowe, co wpisuje się w szeroki nurt turystyki kulinarnej. Podjęte przez autorów analizy koncentrowały się na zagadnieniach powstawania wsi tematycznych w aspekcie specyfiki gmin, jeżeli chodzi o ich rozwój społeczno-gospodarczy i poziom rozwoju funkcji turystycznej, a także ewentualnego wpływu wiosek tematycznych na rozwój poszczególnych społeczności. Jak dowiodły przeprowadzone przez autorów badania poziom rozwoju społeczno-gospodarczego nie odgrywa istotnej roli w uruchamianiu wiosek tematycznych. Zaobserwowano, iż w przypadku połowy z nich polepszyły się wybrane wskaźniki związane z natężeniem bezrobocia oraz liczbą nowych podmiotów gospodarczych na poziomie gminy.

Wstęp

Obszary wiejskie w Polsce, szczególnie od czasu akcesji do Unii Europejskiej, rozwijają się dynamicznie, niemniej są głęboko zróżnicowane, co wynika z wielkości sektorów rolnego i pozarolnego, stopnia dezagrarnizacji itd., co uwarunkowane jest czynnikami społecznymi, historycznymi, środowiskowymi [Stanny 2013]. Szczególnie w gminach o niskim poziomie rozwoju podejmowanych jest szereg działań na rzecz aktywizacji obszarów wiejskich, które mają na celu poprawę jakości życia (w tym dochodów) mieszkańców poprzez pobudzenie aktywności społeczności lokalnych i wykorzystanie endogenicznych czynników rozwojowych. Tradycyjna żywność, lokalna o wysokiej jakości coraz częściej zostaje doceniona jako właśnie taki zasób, na bazie którego można opierać rozwój społeczności, zarówno w wymiarze gospodarczym, jak i społecznym. Na bazie takich produktów tworzy się m.in. turystykę wiejską, której specyficznym typem atrakcji są wioski tematyczne; dla części z nich tematem przewodnim zostały produkty żywnościowe.

Celem poniższego artykułu jest próba odpowiedzi na pytanie w jakiego typu gminach, ze względu na poziom rozwoju społeczno-gospodarczego, powstają wsie tematyczne, których tematem przewodnim są produkty żywnościowe. Ważną kwestią jest również wpływ istnienia owych wsi w gminach na przemiany gospodarcze oraz społeczne tych obszarów.

W pierwszej części artykułu przedstawiono podstawowe zagadnienia związane ze znaczeniem turystyki w rozwoju wiejskim oraz wskazano sposób waloryzacji żywności jako istotnego czynnika rozwojowego. Kolejnym krokiem była analiza na podstawie badań własnych specyfiki polskich wsi tematycznych, ze szczególnym uwzględnieniem tych, które opierają się na wybranym produkcie żywnościowym. W ostatniej części bazując na danych statystycznych wyznaczono funkcję turystyczną gmin w Polsce, zaś na podstawie wyników badań wtórnych wskazano poziom rozwoju społeczno-gospodarczego badanych gmin i jego dynamikę. Miało to na celu udzielenie odpowiedzi na wcześniej postawione pytania badawcze.

Aktywizacja obszarów wiejskich poprzez rozwój turystyki

Przyczyny zróżnicowania obszarów wiejskich mają złożoną naturę i często są wypadkową wielu czynników, zarówno tych o charakterze historycznym, jak również gospodarczym i społecznym. Wzorzec rozwoju wiejskiego, który wdrażany jest od lat 90. XX wieku, zakłada rozwój oparty o zasoby neo-endogenne, a mieszkańcy wsi w coraz mniejszym stopniu czerpią dochody z produkcji czysto rolniczej [Gorlach 2004]. Poszukując modelu nowej gospodarki wiejskiej, naukowcy i eksperci formułują kilka zasad, do których powinna się ona odwoływać. Kluczem do jej dynamizacji jest różnorodność – poszczególne obszary muszą szukać swoich własnych ścieżek. „Nowa” gospodarka wsi powinna opierać się na wąskich, specjalistycznych działach i niewielkich rodzinnych przedsiębiorstwach jako podmiotach gospodarki, bardziej na zróżnicowaniu niż „kumulacji i wielkości” [*Policy Vision for Sustainable Rural Economies in an Enlarged Europe* 2003, s. 8]. Eksperci [m.in. *Agricultural Policies and Rural Development* 2010] podkreślają, że każdy obszar wiejski musi wypracować swoją ścieżkę ożywienia (zwłaszcza gospodarczego), bazując na unikalnych zasobach lokalnych i tylko w ten sposób może stać się konkurencyjny. W grę wchodzić tu będzie także dotychczasowa historia rozwoju, która ukształtowała gospodarkę danego regionu oraz usytuowanie względem metropolii czy miast. Co ważne, obszary, które są zapóźnione, wcale nie muszą iść ścieżką „wydeptaną” przez te bardziej rozwinięte, tylko korzystając z ich doświadczeń kreować swój własny model zmian. Nie wszystkie wsie w Polsce posiadają na tyle wyraźny potencjał endogeniczny, aby mógł on stanowić podstawę dla tworzenia nowoczesnych struktur gospodarczych w oparciu o rozwój wielofunkcyjny i pozarolniczą działalność gospodarczą. Przykład stanowić mogą miejscowości położone na wschodzie kraju czy też tzw. wsie popegeerowskie, gdzie proces transformacji gospodarczej zmienił funkcjonowanie rynku pracy i produkcji.

Sonya Salamon zwraca uwagę, że wiejskość i rolniczość staje się stylem życia na sprzedaż. Wieś na nowo zostaje doceniona i odkryta jako obszar, jest atrakcyjnym miejscem do spędzania wolnego czasu [2006]. Przestrzeń, zwierzęta, „starzy” mieszkańcy to pewnego rodzaju atrakcje, z których można korzystać żyjąc na wsi lub choćby ją odwiedzając [Woods 1998]. Jednym z działań podejmowanych w ramach aktywizacji ekonomicznej obszarów wiejskich o niskim potencjale jest poszukiwanie pozarolniczych działalności gospodarczych związanych z rozwojem usług turystycznych. W wielu opracowaniach można znaleźć dowody na pozytywny wpływ ich rozkwitu na lokalną gospodarkę i poziom życia mieszkańców. Wśród tych efektów wymienia się m.in. tworzenie dochodu, nowych zawodów i alternatywnych możliwości zarabiania ludności miejscowej, zmniejszanie różnic społecznych, tworzenie miejsc pracy dla utrzymania populacji regionalnej, ożywienie lokalnej kultury, zachowanie zasobów przyrodniczych i kulturowych [Ghaderi 2004].

Rozwój turystyki na danym obszarze pociąga za sobą potrzebę tworzenia miejsc noclegowych, usług gastronomicznych, sieci transportu lokalnego, a także infrastruktury towarzyszącej w postaci np. sklepów, basenów, parków rekreacyjnych, terenów zielonych.

Są to bezpośrednie inwestycje związane z rozwojem funkcji turystycznej na danym obszarze, które w łącznym zestawieniu tworzą lokalny mnożnik inwestycyjny i przyczyniają się do wzrostu dochodów zarówno ludności miejscowej, jak i budżetowych gminy. Jednak aby turystyka była czynnikiem w pełnym wymiarze aktywizującym dany obszar, muszą być spełnione pewne warunki związane z uczestnictwem mieszkańców wsi w procesie tworzenia tego produktu.

Wspólna dla mieszkańców wizja tworzenia produktu lokalnego powinna wynikać z oddolnych inicjatyw. Dzięki temu należy spodziewać się większej jego akceptacji przez społeczność lokalną i pokonania barier w procesie wprowadzania nowych rozwiązań. Nie wyklucza to oczywiście zaangażowania osób spoza lokalnej społeczności, jako liderów początkowych, którzy będą wspierać inicjatywę i pomagać w pracach nad tworzeniem i rozwojem pomysłu.

Wsparcie władz lokalnych jako czynnika integrującego i często dysponenta środków finansowych i rzeczowych pomocnych w tworzeniu i rozwoju danego pomysłu może dotyczyć pomocy w pozyskaniu środków zewnętrznych oraz udostępnienia niezbędnej infrastruktury. Samorząd ma również wpływ na poprawę dostępności komunikacyjnej, która stanowi jeden z ważniejszych czynników rozwoju turystyki.

Sz szczególnie ważne jest, aby w proces tworzenia produktu turystycznego zaangażowani byli wszyscy mieszkańcy, tak aby w pełni wykorzystać lokalny potencjał, przez co dochody z usług turystycznych będą podlegały lokalnej redystrybucji. W przypadku obszarów wiejskich inicjatywy gospodarcze tworzone w ramach rozwoju turystyki dotyczą głównie uruchamiania kwater turystycznych i agroturystycznych, punktów gastronomicznych czy też produkcji żywności oraz pamiątek związanych z dziedzictwem kulturowym danego miejsca. Rola tych elementów w procesie aktywizacji obszarów wiejskich będzie kluczowa pod warunkiem, iż w tworzenie tych usług będą zaangażowani mieszkańcy wsi i lokalne firmy.

Wprowadzanie innowacyjnych rozwiązań i rodzajów aktywności (np. organizowanie wioski tematycznej) jest nowym wydarzeniem w społeczności wiejskiej, która nie zawsze jest na to przygotowana. Wiąże się z tym potrzeba edukacji z zakresu świadczenia usług turystycznych oraz organizacji i promocji. Część tych zadań, związanych głównie z promocją, może przejąć samorząd lokalny, który w ten sposób wspierać będzie inicjatywę mieszkańców.

. Wydaje się, iż w przypadku turystyki istotne jest także zrozumienie pewnych powiązań i zależności gospodarczych. Przykładowo, wypromowanie festiwalu żywności powoduje uruchomienie ruchu turystycznego i zwiększenie zapotrzebowania nie tylko na usługi gastronomiczne, ale również na usługi noclegowe, transportowe i rozrywkowe. Zatem celowe jest podejmowanie przez mieszkańców wspólnych działań w ramach współpracy na rzecz promocji wydarzeń, jak również tworzenie dobrego wizerunku gminy czy danej miejscowości.

Turystyka wiejska, taka jak organizowana w ramach wiosek tematycznych, nie jest turystyką masową. Nie należy w związku z tym oczekiwać, iż rozwój tych usług spowoduje nagły impuls gospodarczy, porównywalny do tego, jaki ma miejsce w gminach nadmorskich, które to wg kryterium dochodów własnych na jednego mieszkańca są w ścisłej czołówce najbogatszych jednostek terytorialnych w Polsce. Nie mniej jednak z punktu widzenia aktywizacji obszarów wiejskich opisywane działania stanowią ważny wkład w rozwój postaw przedsiębiorczych i promowania produktów lokalnych, w tym zdrowej żywności. Dodatkowo jest to próba integracji społeczności lokalnych i budowania kapitału społecznego. Umiejętność współpracy mieszkańców w zakresie określonego celu może okazać się wartością nadrzędną, która w przyszłości przyniesie wymierne korzyści i przyczyni się do tworzenia nowych inicjatyw.

Rola i znaczenie produktu żywnościowego w rozwoju wsi

Dziedzictwo kulturowe, etniczność, tradycja – wszystko to może przynosić obecnie zyski. Wiele polskich wsi swoją szansę na rozwój upatruje właśnie w tych elementach, a wśród nich jest też żywność powiązana z danym obszarem, często określana jako lokalna, tradycyjna, regionalna, wysokiej jakości. Przyjęło się utożsamiać wyroby tradycyjne z produktami najlepszymi. Nie zawsze jest to prawdą, niemniej fakty, że dany artykuł wytworzony został na niewielką skalę, przy jego produkcji korzystano z tradycyjnych receptur oraz można zidentyfikować jego producenta, zwiększa prawdopodobieństwo, że może on być określony jako żywność wysokiej jakości.

Wspomniane pojęcia (żywność lokalna, tradycyjna, regionalna, wysokiej jakości) nie są łatwe do zdefiniowania, szczególnie dotyczy to ostatniego sformułowania. W określeniu tym zbiegają się „fizyczne” cechy żywności, takie jak sposób produkcji, kolor, smak (choć mogą one być bardzo subiektywnie odbierane), i nadawane jej znaczenia zintegrowane z terytorium, „troską” związaną z jego uprawą bądź przygotowaniem, więziami etc. Winter przytacza następującą definicję jakości żywności, która wydaje się być odpowiednia na potrzeby tej pracy: „immanentną cechą jakości żywności jest jej lokalne pochodzenie i wykorzystanie naturalnych składników, a konsekwencją tego jest więc jej zakorzenienie w lokalnej ekologii” [2003, s. 25].

Znacznie łatwiejsze jest zdefiniowanie produktów regionalnych i tradycyjnych. Produkt regionalny wytworzono, jak sama nazwa wskazuje, w określonym regionie, ma on precyzyjną definicję w regulacjach prawnych dotyczących artykułów i środków spożywczych wysokiej jakości. Natomiast produkt tradycyjny jest wytwarzany tradycyjnymi metodami i z tradycyjnie używanych surowców. Filozofią funkcjonowania tego typu wytworów jest głównie dostępność w miejscu ich wytwarzania.

Obecne zainteresowanie wyższej jakości żywnością określane w literaturze jako „quality turn” [Goodman 2003] jest efektem wielu różnorodnych czynników, m.in: wzrostu zamożności europejskich konsumentów, spotęgowanie zainteresowania kwestiami środowiskowymi oraz dobrostanem zwierząt, zwrotem jakościowym w kulturze konsumpcji, a nade wszystko kwestią bezpieczeństwa żywności. Dostęp do artykułów lokalnych implikuje też zmiany w łańcuchach dostaw – konieczne staje się ich skracanie poprzez ograniczanie liczby pośredników. Zwrot ku jakości staje się nie tylko podstawą nowej ekonomii, ale też sposobem tworzenia się „alternatywnej geografii produkcji żywności” [Winter 2003], gdyż często tego typu wytwórczość zlokalizowana jest na obszarach, gdzie przemysłowe rolnictwo nie istnieje lub bardzo słabo się rozwija. Przykładów z Włoch czy Holandii nie brakuje [por. van der Ploeg 2003], pojawiają się już jednak rodzime, [por. Jasiński, Michalska, Śpiewak, 2014], które pokazują, że produkcja wysokiej jakości żywności (np. ekologicznej) może być czynnikiem aktywizującym obszary peryferyjne, zarówno w sensie społecznym, jak i ekonomicznym. Przykładem jest działanie grupy producenckiej Bio-Food Roztocze, skupionej na ekologicznych owocach i warzywach (utożsamianych w literaturze z wysokiej jakości żywnością) z obszaru kilku gmin południowej Polski.. W efekcie ta uprawa sadownicza przyczynia się do podniesienia dochodów nie tylko rolników będących członkami grupy, ale również innych działów gospodarki powiązanych pośrednio z rolnictwem, np. sprzedających sprzęt rolniczy. Co więcej, odgrywa ona istotną rolę w mobilizowaniu lokalnego kapitału społecznego. Współpraca w ramach grupy producenckiej mobilizuje zatem zasoby społeczne.

W ostatnich latach dużo uwagi przykładają się do działań innowacyjnych, które mogą ułatwiać zrównoważony rozwój, w tym wzrost gospodarczy, także na obszarach o niskim poziomie rozwoju społeczno-gospodarczego. Produkt żywnościowy wysokiej jakości, zarówno tradycyjny dla danego obszaru, jak i wykreowany od podstaw (jak w przypadku większości wsi tematycznych w analizowanym niżej materiale badawczym), może być

rozpatrywany w kategoriach innowacji lub retro-innowacji [Goszczyński 2015]. Nie chodzi tu tylko o sam produkt, usługę czy wiedzę, ale również o to, w jaki sposób zostaje on wykreowany, często w oparciu o działania wspólnotowe, demokratyczne.

Wzrastające zainteresowanie „dobrym jedzeniem” przyczynia się do tego, że konsumenci są gotowi nie tylko szukać takich produktów w swojej okolicy, ale jechać też do jego źródeł. Od jakiegoś czasu obserwować można więc rozwój turystyki kulinarnej, określanej również jako turystyka żywnościowa lub gastronomia turystyczna [Plebańczyk 2013]. Jak dowodzą włoskie badania [Kumral, Önder 2012], podróżowanie oparte na wysokiej jakości żywności może być dźwignią rozwoju lokalnego, szczególnie obszarów marginalnych, czy takich, gdzie rozwija się gospodarka zależna lub poszukująca renty³ [Marinii, Mooney 2006]. Pozwala ono na zachowanie lokalnych społeczności i przetrwanie starych zwyczajów i tradycji. Włoscy badacze podkreślają, że taka synergia rozwojowa może zająć tylko wtedy, gdy owe działania są w ścisłym powiązaniu z danym terytorium i uwzględniają wszelkie jego osobliwości. Tworzenie specyficznego typu turystyki w taki sposób, aby uwaga podróżującego była skierowana głównie na jedzenie, ale też na sposób jego wytworzenia i związane z tym tradycje, jest koncepcją, którą starają się wdrożyć w życie mieszkańcy niektórych polskich wsi. Miejsc takich jest wciąż niewiele, co wynika m.in. z nieumiejętności docenienia takiego produktu i wypromowania go, trudności ze współpracą między poszczególnymi interesariuszami rozwoju opartego o produkty tradycyjne itd. Niemniej istnieje kilka ciekawych przykładów wykorzystania zasobu, jakim jest tradycyjna żywność w rozwoju lokalnym. Jednym z nich jest Lokalna Grupa Działania „Dolina Karpia”, której udało się wykreować i wypromować markę karp zatorski. Bazując na tradycyjnym dla tego obszaru produkcie żywnościowym rozwija się turystykę i wędkarstwo, a wypromowany tam gatunek pojawia się na targach tradycyjnej żywności, również w dużych aglomeracjach. W oparciu o produkty żywnościowe podejmuje się również próby rozwoju części wsi tematycznych w Polsce. Zagadnienie to będzie rozwinięte w dalszej części.

Idea wiosek tematycznych

Zasadniczo idea wiosek tematycznych jest bliska koncepcji marketingu miejsc, zgodnie z którą stworzenie silnej marki regionu, miasta lub kraju zachęca do osiedlania się, inwestowania lub odwiedzania go w celach turystycznych. Dobrze wypromowana lokalizacja staje się konkurencyjna, co przekłada się na jej rozwój. Często przygotowanie oferty turystycznej bazującej na lokalnej tradycji lub też tylko pomysłowości mieszkańców prowadzi nie tylko do stworzenia dodatkowego źródła dochodów z turystyki, ale również do wzrostu poczucia własnej wartości osób zaangażowanych oraz lepszej oceny swojej wsi [Idziak 2008, Thieme, Birkigt 2006].

Działalność w formie wioski tematycznej oznacza oparcie rozwoju wsi o jakąś myśl przewodnią (np. tradycyjną żywność, rzemiosło, wydarzenie historyczne). Ma to na celu z jednej strony zjednoczenie mieszkańców wsi wokół wspólnego tematu i ich aktywizację, a z drugiej – zbudowanie unikalnej oferty dla turystów, uczynienie wsi rozpoznawalną. Chęć dodania miejscowości witalności przy jednoczesnym zachowaniu jej swoistego charakteru oraz udzielanie odgórnego wsparcia przy jednoczesnym angażowaniu mieszkańców, pozwala umieścić koncepcję wiosek tematycznych w nurcie odnowy wsi [Idziak, Wilczyński 2013]. Zgodnie z założeniem są one często tworzone na obszarach zmarginalizowanych, o niewielkich możliwościach rozwojowych.

³ Marinii i Mooney [2006] proponują trzy typy wiejskich (lokalnych) gospodarek: poszukująca renty (opierająca się przede wszystkim na rolnictwie i powiązanych gałęziach gospodarki), zależna (dochody pochodzą przede wszystkim ze źródeł zewnętrznych np. istniejących na tym terenie dużej międzynarodowej fabryki), przedsiębiorcza (dochody pochodzą z waloryzacji lokalnych zasobów).

Proces tworzenia wioski tematycznej przechodzi najczęściej pewne zbliżone fazy. Na początku niewielka grupa osób aktywnych szuka sposobu na niebanalny rozwój wsi, a następnie angażuje innych mieszkańców, których poparcie jest niezbędne. Czasem wymaga to zorganizowania warsztatów, odpowiedniej liczby prywatnych rozmów, wizyt studyjnych w innych działających już wioskach tematycznych. Następnym etapem jest wybranie odpowiedniego tematu, co należy zrobić bardzo starannie, gdyż powinien on być chwytliwy, a jednocześnie możliwy do utożsamienia z mieszkańcami; w przeciwnym razie przedsięwzięcie nie zakończy się sukcesem. Zdarza się, że wybranie tematu nie nastęrcza mieszkańcom trudności, ze względu na silną tradycję istniejącą we wsi; czasami wybór ułatwia charakterystyczna nazwa, w innych przypadkach niezbędne jest przeprowadzenie dłuższych dyskusji i zastosowania analizy SWOT (silnych i słabych stron, szans i zagrożeń). Kiedy temat zostanie już wybrany, mieszkańcy powinni poszukać informacji z nim związanych, korzystając z własnej wiedzy, doświadczeń innych wiosek tematycznych, internetu czy wiedzy ekspertów. Zalecane jest, aby temat przewodni był rozpoznawalny na pierwszy rzut oka po wejściu do miejscowości, czemu służą mają tablice powitalne, malowane numery domów, obrazki kwiatowe na klombach itp., jednak wiele z nich nie stosuje się do tego zalecenia. Osoby zaangażowane w tworzenie wioski tematycznej w praktyce uczą się organizacji imprez, np. festynów, a potem stopniowo poszerzają ofertę o inne wydarzenia, warsztaty, lekcje itp., ćwicząc umiejętności organizatorskie i otwierając się na nowe wyzwania. Głównym efektem działalności omawianych obiektów, przynajmniej zgodnie z polską metodyką, ma być wzrost aktywności i poczucia własnej wartości ich mieszkańców oraz duma z miejsca zamieszkania. Materialne efekty, jak dodatkowy zarobek (zazwyczaj niewielki) oraz poprawa wyglądu wsi, są jedynie dodatkami [Idziak 2008]. W projektach niemieckich i austriackich jest położony nieco większy nacisk na rozwój turystyki, który ma w efekcie zachęcić mieszkańców do działań wspólnotowych [Themendorfpraxis. Wege zur touristischen Profilierung, 2010].

Miejscowość nie musi spełniać żadnych kryteriów, aby stać się wioską tematyczną; nikt nie ocenia, w jakim stopniu jest ona zaangażowana w motyw przewodni, nie można żadnej z nich wykluczyć z tego rodzaju działalności, w związku z czym są one bardzo zróżnicowane. Niektóre celowo nie angażują się w rozwój turystyki, ograniczając się do aktywizacji mieszkańców wokół wybranego tematu, „aby się ciekawiej żyło”.

Pierwsze wioski tematyczne tworzone zgodnie z powyższym schematem powstały w Polsce w 2003 roku, a od 2007 roku odnotowano wyraźny wzrost ich liczby. Wiele z nich (szczególnie pierwsze, pionierskie projekty) zostały stworzone z pomocą i wedle metodyki dra Waclawa Idziaka, który bazując na doświadczeniach niemieckich i austriackich zaproponował i wprowadził w życie sposób ich organizacji i działania w Polsce [Idziak 2008].

Z przeprowadzonych przez Kłoczko-Gajewską w lipcu 2013 roku badań wynika, że jest to dynamiczne zjawisko. Wówczas, bazując na metodzie kuli śniegowej, zidentyfikowano 106 potencjalnych wiosek, z czego potwierdzono działalność 78. Szacunki z czerwca 2015 roku wskazują, że do chwili obecnej co najmniej 140 miejscowości podjęło próbę założenia wioski tematycznej, z czego około 100 aktywnie działa.

W lipcu 2013 roku udało się przeprowadzić wywiady z przedstawicielami 63 wiosek tematycznych. Cztery z nich wybrały temat bazując na swojej nazwie (Aniołowo, Przygodziczki, Motyle, Jabłonka), w 12 temat wybrano bazując na silnej lokalnej tradycji zawodowej (kowalska, dekarcka, garncarska, górnicza), kulturowej (Gotów, tatarska, menonicka, osada średniowieczna) lub innej. Dłuższe dyskusje wsparte analizą SWOT wsi i jej otoczenia pozwoliły na opracowanie 32 tematów, a w piętnastu przypadkach wynikały one z innych przyczyn (literatura, film, osobiste zainteresowania lidera itp.). Wśród wymienionych obiektów w jedenastu tematami przewodnimi zostały produkty żywnościowe, przy czym w niektórych przypadkach wynikało to z tradycji, w innych – z zainteresowań

lidera, a w pozostałych było efektem analizy SWOT. Rozmieszczenie geograficzne 78 wsi tematycznych wykazuje dość dużą koncentrację w ramach województw, np. dolnośląskiego i kujawsko-pomorskiego, oraz poszczególnych gmin. Przykładem może być Hrubieszów w województwie lubelskim, w której zlokalizowanych jest dziesięć badanych wiosek (patrz ryc. 1 w dalszej części opracowania).

W tabeli 1. zaprezentowano podstawowe dane charakteryzujące wioski tematyczne ukierunkowane na produkty żywnościowe. W trzech przypadkach wybór tematu wynikał z silnych tradycji, w pozostałych był poprzedzony dyskusjami i jego poszukiwaniem. Wydaje się, że mieszkańcy analizowanych miejscowości intuicyjnie czuli, że tradycyjne jedzenie może być atrakcyjne dla turystów. Jednak w większości są to produkty bez wyrazistej marki, nie typowo regionalne (a przynajmniej nie postrzegają ich w ten sposób respondenci), tylko raczej „babcine”, nawiązujące do codziennych zwyczajów charakterystycznych dla danego obszaru. Często owe produkty są dodatkiem do pozostałej oferty, np. warsztatów, lekcji, zabaw itp. Przykładowo, turyści uczestniczą w warsztatach pieczenia chleba lub robienia sera, a wytwór swojej pracy mogą zabrać do domu. Wydaje się, że w wielu przypadkach większą wartość niż sam produkt ma jego otoczka, czyli zapoznanie się z metodami jego wytwarzania, degustacja, poczucie obcowania z tradycyjnymi metodami wyrobu.

Liczba turystów odwiedzających wioski była bardzo zróżnicowana, zazwyczaj początkowo było to zaledwie kilka grup rocznie. Niektóre obiekty działały dosyć prężnie, na przykład w Wizajnach wytwarza się wyroby mleczne na skalę komercyjną. W innych produkty oferowano w małych ilościach, na potrzeby poszczególnych grup turystów. W związku z tym oczywiste jest, że poszczególne wioski miały różny wpływ na rozwój gmin, w których są położone.

Tab. 1. Charakterystyka wsi tematycznych opierających swój rozwój na produkcie żywnościowym w 2013 roku

Nazwa wsi	Produkty spożywcze	Źródło pomysłu	Pozostała oferta	Aktywna od	Wioska gmina/województwo
Jabłkowych smaków	soki i dżemy jabłkowe, jabłka, szarlotki	nazwa i stare sady we wsi	lekcje szczepienia jabłoni, warsztaty haftowania	2011	Stare Jabłonki/ Ostróda/warmińsko-mazurskie
Chlebowa	badani nie wskazali precyzyjnie żadnego produktu	element łączący wszystkich mieszkańców – rolnictwo, stąd pomysł na chleb	warsztaty, gry terenowe, lekcje, konkursy; piec chlebowy	2011	Jania Góra Świekatowo/ kujawsko-pomorskie
Miodowa kraina	miód	silna tradycja pszczelarska	warsztaty: medaliony z wosku, gry terenowe, muzeum	2011	Maciejów Kluczbork/opolskie
Nasze podpałki zdrowsze niż chałki	chleb, twaróg, podpałki (placki z ciasta chlebowego)	tradycja wypiekania chleba w piecach chlebowych	warsztaty: tradycyjny wyrób masła	2013	Ubrodowice Hrubieszów/lubelskie
Jak u babci	tradycyjna żywność, np. dzyndzałki (okrągłe pierożki)	wybrany po długich dyskusjach; na początku pomysł biesiady	warsztaty wikliniarskie, pieczenia bułeczek, zabawkarskie	2011	Jędrychowo Frombork/warmińsko-mazurskie
Darów lasu	oleje smakowe, kresowe podplomyki, ciasto na patyku, herbatki ziołowe	po namyśle: jest otoczona lasem, ludzie zbierają grzyby i jagody	warsztaty: zabawa z ziołami, pieczenie placuszka i ciasta na patyku	2012	Borówki Gromadka/dolnośląskie
Orzechowa	żywność i słodkości z orzechów	wszyscy mają drzewa orzechowe	lekcje, warsztaty: tworzenie biżuterii z orzecha	2011	Podzamek Golubski Golub-Dobrzyń/kujawsko-pomorskie
Ziemniakowo	degustacja potraw z ziemniaka	wybrane po namyśle	przedstawienia, kuligi, zabawy dla dzieci, ogniska	2012	Nowosiółki Hrubieszów/lubelskie
Biegun zimna i sera	sery i inne produkty mleczarskie	tradycja sprzedaży sera	robienie sera i masła, przejażdżka wozem, gry terenowe	2009	Wiżajny Wiżajny/podlaskie
Smaków i rzemiosł	degustacje	już wcześniej prowadzone zajęcia z rzemiosł i wyroby spożywcze	warsztaty: pieczenie chleba, powidła dyniowe i gruszkowe, sery twarde i dojrzewające, garncarstwo, tkanie, filc; lekcje historii pieczywa, ścieżka edukacyjna	2008	Lędzina Krośnice/dolnośląskie
Mleczna	ciasta z nabiałem	trzy razy więcej krów, niż ludzi	warsztaty, święto mleka, zwiedzanie najnowocześniejszej fermy mlecznej, regionalne pamiątki, robienie masła i twarogu, zabawy pastusze	2009	Żeszczynka Sosnówka/lubelskie

Źródło: opracowanie własne.

Próba oceny aktywizacji obszarów na przykładzie wybranych wsi tematycznych

Tworzenie wiosek tematycznych ma na celu, poza oddolną aktywizacją społeczną, również pobudzenie gospodarcze w oparciu o walory endogenne i uruchomienie nowych bodźców rozwojowych. W celu weryfikacji roli, jaką pełnią w tym procesie, przeprowadzono analizę wybranych wskaźników charakteryzujących poziom rozwoju społeczno-gospodarczego w zestawieniu z rozwojem funkcji turystycznej. Ze szczególną uwagą badano kwestie przeszłej i obecnej sytuacji gospodarczej badanych gmin na tle obszarów wiejskich w Polsce oraz wpływu uruchomienia wiosek tematycznych na powstanie nowych form działalności gospodarczych, w tym głównie związanych ze świadczeniem usług powiązanych z turystyką, m.in. gastronomicznych i noclegowych.

Badanie obejmowało charakterystykę gmin ze względu na poziom rozwoju społeczno-gospodarczego oraz funkcji turystycznej, w których zlokalizowane są wsie tematyczne. Do budowy wskaźników wykorzystano dane Banku Danych Lokalnych Głównego Urzędu Statystycznego, dotyczące liczby przedsiębiorstw zarejestrowanych w systemie REGON. Źródło tych informacji jest w pewnym stopniu niepewne ze względu na rzeczywiste lokalizację prowadzonej działalności oraz liczbę przedsiębiorstw, co wynika z niedoskonałego systemu ewidencji podmiotów, które zaprzestały działalności, zawiesiły ją bądź zostały zlikwidowane. Jednakże ze względu na brak innych tego typu danych na tym poziomie agregacji (gminy), jest to w tej sytuacji jedyne źródło informacji.

Efekty rozwoju turystyki na danym obszarze są dość trudne w pomiarze, stąd w definiowaniu funkcji turystycznej uwzględnia się szereg czynników. Pierwsze prace z tego zakresu tłumaczyły, iż jednostki przestrzenne, w których turystyka stanowi dominującą formę działalności gospodarczej, określa się powszechnie mianem jednostek o funkcji turystycznej, podobnie jak w przypadku obszarów uprzemysłowionych i rolniczych mówi się o funkcjach przemysłowych i rolniczych [Warszyńska i Jackowski 1979, s. 208]. Rozwój funkcji turystycznej wiąże się z dynamizacją działalności gospodarczej w miejscowości lub regionie, skierowanej na zaspokajanie określonych potrzeb turystycznych i obsługę ruchu turystycznego [por. Kurek, Mika 2007, s. 40]. W badaniach nad funkcją turystyczną regionów i miejscowości proponuje się szereg wskaźników, które najczęściej odnoszą się do walorów przyrodniczych [Wiluś 1997, Gaworecki 2003], wielkości ruchu turystycznego [Balicki i in. 1996, Durydiwka 2005, Zuzńska-Żyśko 2005] oraz wielkości bazy noclegowej [wcześniejsi autorzy oraz Defert 1988, Borzyszkowski, Marczak, Zarębski 2015]. Warto podkreślić, iż turystyka kulinarna łączy w sobie aspekty przyrodnicze (dostępność lokalna i jakość żywności) oraz kulturowe, wynikające z tradycji kulinarnych lokalnych społeczności, często o unikatowej wartości, niespotykanej w innych miejscach.

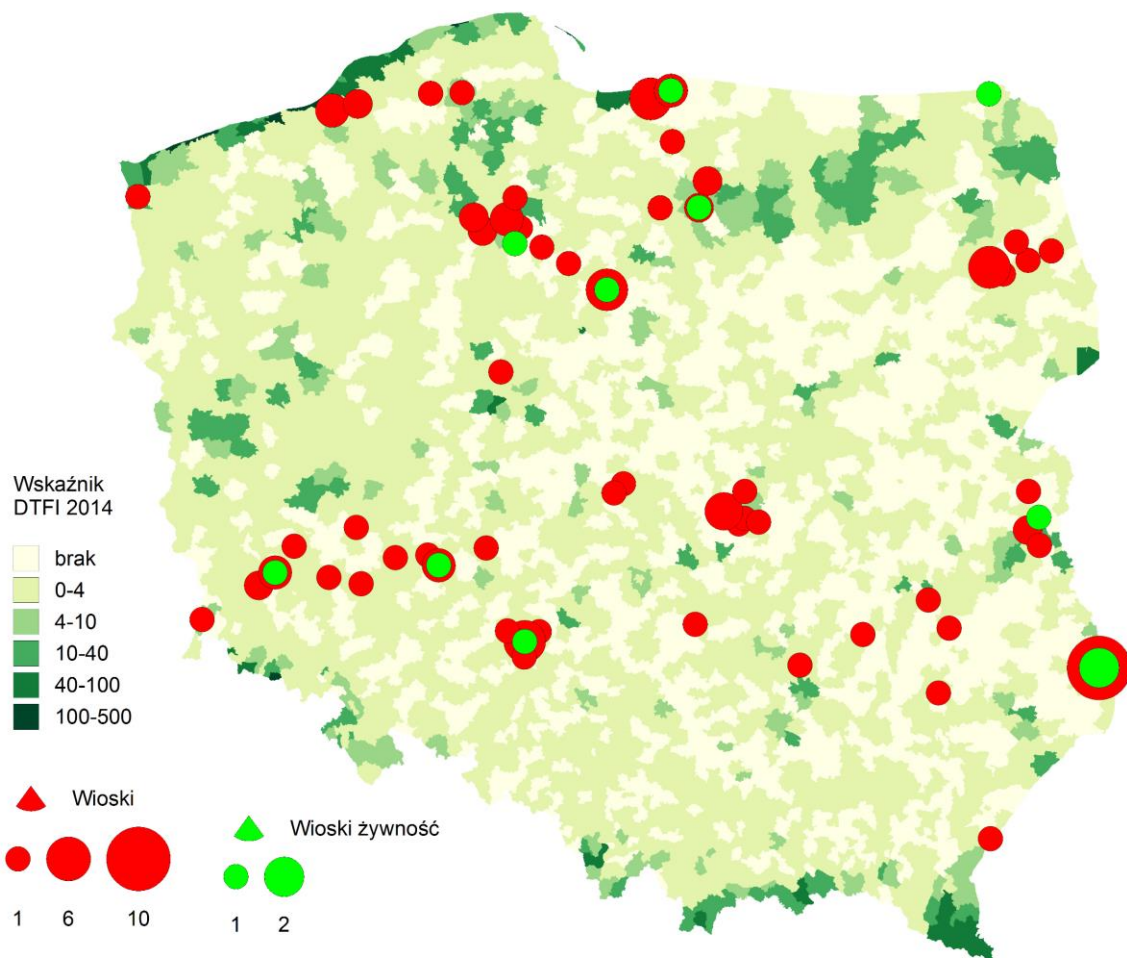
Ocena funkcji turystycznej w sensie ekonomicznym jest dość problematyczna w realizacji, a stopień trudności może wynikać z dostępności danych oraz złożoności struktur i powiązań społeczno-gospodarczych badanego miasta, gminy czy też regionu. Ze względu na możliwość pozyskania informacji i zakładany niewielki poziom rozwoju turystyki w badanych lokalizacjach, zdecydowano się na wykorzystanie wskaźnika Deferta DTFI [Defert 1988]¹. Otrzymane wartości DTFI scharakteryzowano w podziale na 6 kategorii zgodnie z propozycją Boyera [1972] oraz Pearce'a [1995]:

- powyżej 500 jednostek – bardzo duże ośrodki turystyczne „hypertouristic”,
- 101-500 duży ośrodek turystyczny,
- 41-100 głównie gminy turystyczne,
- 11-40 dla gmin z ważną, ale niedominującą działalnością turystyczną,

¹ Wskaźnik funkcji turystycznej Deferta (DTFI) porównuje liczbę dostępnych miejsc noclegowych do ogólnej liczby mieszkańców w regionie.

- 4-10 mała aktywność turystyczna lub funkcja turystyczna występująca na małą skalę w innych funkcjach miejskich,
- poniżej 4 – praktycznie nie występuje aktywność turystyczna.

Turystyka w badanych gminach nie stanowi dominującej funkcji gospodarczej (ryc. 1). Prawie wszystkie tego typu jednostki uzyskały najniższe oceny, a w przypadku takich gmin jak Sosnówka, Gromadka, Świekatowo oraz Frombork (obszar wiejski gminy) statystyka publiczna pokazuje brak miejsc noclegowych, co przekłada się na wartości wskaźnika (tabela 2). Jedynie w przypadku gminy Ostróda można mówić o małej aktywności turystycznej, co potwierdza wartość wskaźnika na poziomie DTFI=6,8. Należy zaznaczyć, iż dane statystyczne publikowane przez GUS dotyczące miejsc noclegowych w obiektach turystycznych nie uwzględniają takich form jak obiekty agroturystyczne oraz kwatery prywatne. Powoduje to duże rozbieżności pomiędzy danymi statystycznymi a rzeczywistym potencjałem turystycznym, szczególnie na obszarach wiejskich. W ciągu ostatnich kilku lat największy wzrost liczby miejsc noclegowych zaobserwowano w gminach Hrubieszów (78 miejsc) oraz Krośnice (147 miejsc), natomiast gmina Ostróda o najwyższym wskaźniku funkcji turystycznej zmniejszyła swój potencjał o 280 miejsc noclegowych. Na podstawie prezentowanych danych nie można wskazać na bezpośredni związek uruchomienia wiosek tematycznych ze zmianą bazy noclegowej. Otrzymane wyniki wskazują jednak, iż wioski tematyczne są często jedną z pierwszych form aktywności gospodarczej związanej z turystyką, a badane gminy wcześniej nie rozwijały w znaczącym stopniu potencjału turystycznego.



Ryc. 1. Wioski tematyczne na tle funkcji turystycznej gmin w Polsce w 2014 roku

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych Banku Danych Lokalnych oraz badań ankietowych.

Tab. 2. Wybrane wskaźniki charakteryzujące funkcje turystyczne badanych gmin

Gmina	Liczba miejsc noclegowych			Liczba udzielonych noclegów			Wskaźnik DTFI		
	2007	2014	2014-2007	2007	2014	2014-2007	2007	2014	2014-2007
Sosnówka (w)	0	0	0	0	0	0	0	0	0,0
Hrubieszów (w)	0	78	78	0	902	902	0	0,8	0,8
Wiżajny (w)	50	12	-38	578	1086	508	1,9	0,5	-1,4
Gromadka (w)	0	0	0	0	0	0	0	0	0,0
Krośnice (w)	43	190	147	3792	12303	8511	0,5	2,3	1,8
Kluczborck – obszar wiejski	156	166	10	5146	5223	77	1,2	1,4	0,2
Golub-Dobrzyń (w)	61	33	-28	4636	1427	-3209	0,7	0,4	-0,3
Świekatowo (w)	0	0	0	0	0	0	0	0	0,0
Frombork – obszar wiejski	0	0	0	0	0	0	0,0	0,0	0
Ostróda (w)	1360	1080	-280	129375	117762	-11613	8,8	6,8	-2,0

Oznaczenia: (m) miasto, (w) gmina wiejska, (m-w) gmina miejsko-wiejska

Źródło: Opracowanie własne na podstawie: Bank Danych Lokalnych, GUS 2015.

Do charakterystyki gmin wykorzystano syntetyczny wskaźnik poziomu rozwoju społeczno-gospodarczego obszarów wiejskich w Polsce w 2010 roku opublikowany w „Monitoring rozwoju obszarów wiejskich” [Rosner, Stanny 2014]. Elementy składowe jego skali objęły: dostępność przestrzenną, stopień dezagrarnizacji gospodarki lokalnej, sektory rolniczy i pozarolniczy, lokalne finanse publiczne, problematyki demograficzną i edukacyjną, stopień zrównoważenia rynku pracy, aktywność społeczną, zamożność i spójność społeczności lokalnej oraz elementy warunków mieszkaniowych.

Z punktu widzenia poziomu rozwoju społeczno-gospodarczego nie zauważono, aby wioski tematyczne były lokalizowane wyłącznie w gminach o niskim poziomie rozwoju oraz wysokim natężeniu bezrobocia (tab. 3). Trudno też szukać bezpośredniego wpływu na zmiany tego ostatniego parametru, który w badanych gminach w latach 2009-2014 osiągał dość zróżnicowane wartości; wyraźny jego spadek odnotowano w gminach Świekatowo, Ostróda, Gromadka. Z kolei istotny wzrost liczby podmiotów gospodarczych, świadczących usługi związane z zakwaterowaniem zanotowano w gminach Ostróda, Gromadka Hrubieszów, natomiast zwiększenie liczebności podmiotów świadczących usługi związane z wyżywieniem odnotowano w gminach Krośnice, Ostróda, Hrubieszów oraz Wiżajny (tab. 4). W pozostałych badanych jednostkach administracyjnych nastąpił spadek liczby tych podmiotów lub nie zaobserwowano zmiany.

Tab. 3. Wybrane wskaźniki społeczno-gospodarcze charakteryzujące badane gminy

Gmina	Rok powstania wioski	Poziom rozwoju społeczno-gospodarczego	Natężenie bezrobocia [%]			Wskaźnik DTFI
			2009	2014	2014-2009	2014
Sosnówka (w)	2009	bardzo niski	5,4	6,3	0,9	0
Hrubieszów (w)	2012	bardzo niski	13	13,6	0,6	0,8
Wiżajny (w)	2012	bardzo niski	4,4	4,3	-0,1	0,5
Gromadka (w)	2012	wysoki	8,4	5,5	-2,9	0
Krośnice (w)	2008	wysoki	8,7	7,3	-1,4	2,3
Kluczborck – obszar wiejski	2011	bardzo wysoki	6,7	5,5	-1,2	1,4
Golub-Dobrzyń (w)	2011	niski	12,5	12,8	0,3	0,4
Świekatowo (w)	2011	średni	10,8	7,8	-3	0
Frombork – obszar wiejski	2011	średni	16,2	15	-1,2	0,0
Ostróda (w)	2011	wysoki	11,7	9,2	-2,5	6,8

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych Banku Danych Lokalnych, GUS 2015 z wykorzystaniem syntetycznego wskaźnika poziomu rozwoju społeczno-gospodarczego obszarów wiejskich w Polsce w 2010 roku opublikowanego w „Monitoring rozwoju obszarów wiejskich” [Rosner, Stanny 2014].

Tab. 4. Podmioty świadczące usługi noclegowe oraz gastronomiczne wpisane do rejestru REGON w latach 2009 oraz 2014

Gminy	Podmioty świadczące usługi związane z zakwaterowaniem			Podmioty świadczące usługi związane z wyżywieniem		
	2009	2014	2014-2009	2009	2014	2014-2009
Sosnowka (w)	0	0	0	0	0	0
Hrubieszów (w)	2	5	3	5	7	2
Wiżajny (w)	2	4	2	5	7	2
Gromadka (w)	0	4	4	4	3	-1
Krośnice (w)	4	4	0	3	12	9
Kluczbork – obszar wiejski	1	3	2	27	26	-1
Golub-Dobrzyń (w)	2	2	0	9	7	-2
Świekatowo (w)	0	0	0	4	3	-1
Frombork – obszar wiejski	0	0	0	1	0	-1
Ostróda (w)	12	19	7	19	22	3

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych Banku Danych Lokalnych, GUS 2015.

Wnioski

Przeprowadzona powyżej analiza prowadzi do kilku zasadniczych spostrzeżeń i może stać się punktem wyjścia do dalszych, pogłębionych badań.

Europejska wieś, stając się mniej rolnicza, poszukuje nowych źródeł dochodu i rozwoju. Czerpiąc wzorce z tej koncepcji, wiele polskich wsi swojej szansy na rozwój upatruje w dziedzictwie kulturowym i tradycji, m.in. właśnie poprzez wykorzystanie żywności powiązanej z danym obszarem, często określanej jako produkty lokalne, tradycyjne, regionalne, wysokiej jakości.

Polskie przykłady, jak i te z Europy Południowo-Zachodniej, wskazują, że produkcja wysokiej jakości żywności (np. ekologicznej czy tradycyjnej, jak np. karp zatorski) może być czynnikiem aktywizującym obszary peryferyjne, zarówno w sensie ekonomicznym, jak i społecznym. Jednym ze sposobów wykorzystania w rozwoju lokalnym tradycyjnej czy „dobrej” żywności jest tworzenie wiosek tematycznych.

Powstają one na bazie wzrastającego zainteresowania „dobrym jedzeniem”, które przyczynia się do tego, że konsumenci są gotowi nie tylko szukać takich produktów w swojej okolicy, ale jechać też do jego źródeł.

Wioski tematyczne nie są lokalizowane w gminach o wysokim poziomie funkcji turystycznej mierzonej wskaźnikiem DTFI. W większości analizowanych przypadków gmin turystyka nie odgrywała znaczącej roli w lokalnej gospodarce. Jednocześnie pojawienie się wioski tematycznej nie spowodowało istotnych zmian w rozwoju funkcji turystycznej. Otrzymane wyniki, w związku z charakterem i skalą badanego zjawiska, wskazują na potrzebę dalszych badań terenowych, które wyjaśnią ewentualne istnienie korelacji między rozwojem wiosek tematycznych a tworzeniem się silniejszego sektora turystycznego na danym obszarze.

Podobnie jak w przypadku wskaźnika funkcji turystycznej, poziom rozwoju społeczno-gospodarczego nie odgrywa istotnej roli w uruchamianiu wiosek tematycznych. Analizowane w opracowaniu przedsięwzięcia lokalizowano zarówno w gminach o najniższym poziomie rozwoju, jak i w gminach na jego etapach średnim i najwyższym. Nie należy więc utożsamiać wiosek tematycznych tylko z potrzebą aktywizacji gospodarczej, a raczej poszukiwać aspektów społecznych i kulturowych tego zjawiska.

Zakładany impuls gospodarczy, jaki miały wywołać wioski tematyczne, zaobserwowano tylko w połowie analizowanych przypadków – w owych gminach nastąpił spadek natężenia bezrobocia oraz pojawiły się nowe podmioty gospodarcze związane

z usługami noclegowymi oraz gastronomicznymi. Można przypuszczać, iż pozostałe jednostki administracyjne nie w pełni wykorzystują możliwości rozwoju produktu turystycznego i nie podejmują działań związanych z rozwojem dodatkowej infrastruktury. Powstaje w tym miejscu przestrzeń na kolejne pytania badawcze – o trwałość podejmowanych inicjatyw związanych z wioskami tematycznymi i efekty ich istnienia w dłuższej perspektywie, zarówno jeżeli chodzi o aspekt społeczny, jak i gospodarczy.

Bibliografia

- Agricultural Policies and Rural Development. A Synthesis of Recent OECD Work*, 2010, OECD, Paris.
- Balicki L., Obrębalski M., Strahl D., Bieńkowska A., Jaskulska A., Markowska M., Węgrzyn G., 1996, *Gminy polskie o funkcjach turystycznych i uzdrowiskowych*, Urząd Statystyczny w Jeleniej Górze, Jelenia Góra.
- Bessière J., 1998, *Local Development and Heritage: Traditional Food and Cuisine as tourist attractions in Rural Areas*, "Sociologia Ruralis" vol 38 (1), pp. 21-34.
- Borzyszkowski J., Marczak M., Zarębski P., 2015, *Spatial Diversity of Tourist Function Development: The Municipalities of Poland's West Pomerania Province*, Acta Geographica Slovenica [in press].
- Boyer M., 1972, *Le tourisme*, Seuil, Paris.
- Defert P., 1988, *Nouvelle réflexions sur le taux de fonction touristique*, Téoros. Revue de recherche en tourisme, 7, 3, Université du Québec à Montreal, pp. 24-28.
- Gaworecki W., 2003, *Turystyka*, PWE, Warszawa.
- Ghaderi Z., 2004, *Sustainable Tourism Development Planning Principles in Rural Areas, organization municipalities and rural district country*, "Journal of Geography and Regional Planning", 4(2), pp. 63-76.
- Goodman D., 2003, *The quality turn and alternative food practices: reflections and agenda*, "Journal of Rural Studies" 19, pp. 1-7.
- Gorlach K., 2004, *Socjologia obszarów wiejskich*, Wydawnictwo Naukowe Scholar, Warszawa.
- Goszczyński W., 2015, *Jeść i być: od innowacji społecznych do podmiotowego modelu konsumpcji na rynku żywności*, „Marketing i Rynek”, 2, s. 220-230..
- Idziak W., 2008, *Wymyślić wieś od nowa. Wioski tematyczne*, Alta Press, Koszalin.
- Idziak W., Wilczyński R., 2013, *Odnowa wsi. Przestrzeń, ludzie, działania*, FAPA, Warszawa.
- Jasiński K., Michalska S., Śpiewak R., 2014, *Rolnictwo ekologiczne jako czynnik rozwoju lokalnego*, „Wieś i Rolnictwo”, 4, s. 145-158.
- Kumral N., Önder A.Ö., 2012, *Tourism, Regional Development, and Public Policy*, Routledge, Abingdon.
- Kurek W., Mika M., 2007, *Turystyka jako przedmiot badań naukowych*, [w:] W. Kurek W., *Turystyka*, PWN, Warszawa, s. 11-49.
- Marini M., Mooney P., 2006, *Rural Economies*, [in:] P. Cloke, T. Marden, P. Mooney (eds.), *Handbook of rural studies*, Sage Publications, London, Thousands Oak, New Delhi.
- Matczak A., 1989, *Problemy badania funkcji turystycznej miast Polski*, „Turyzm”, 5, s. 27-39.
- Mika M., 2007, *Przemiany pod wpływem turystyki na obszarach recepcji turystycznej*, [w:] W. Kurek (red.), *Turystyka*, PWN, Warszawa, s. 406-482.
- Policy Vision for Sustainable Rural Economies in an Enlarged Europe*, 2003, West-European Working Group, http://aic.ucdavis.edu/research1/ARL_DATAR.pdf.
- Pearce, D., 1995, *Tourism Today, a Geographical Analysis*, Longman, London.
- Plebańczyk K., 2013, *Turystyka kulinarna w kontekście zrównoważonego rozwoju w kulturze – perspektywy dla Polski*, „Turystyka kulturowa”, 10, s. 23-38.
- Rosner A. (red.), 2000, *Lokalne bariery rozwoju obszarów wiejskich*, FAPA, Warszawa.
- Rosner A., Stanny M., 2014, *Monitoring rozwoju obszarów wiejskich. Etap I*, Fundacja Europejski Fundusz Rozwoju Wsi Polskiej, Instytut Rozwoju Wsi i Rolnictwa PAN, Warszawa.

- Rosner. A. (red.), Hefner K., Stanny M., 2007, *Zróżnicowanie poziomu rozwoju społeczno-gospodarczego obszarów wiejskich a zróżnicowanie dynamiki przemian*, IRWIR PAN, Warszawa.
- Salamon S., 2006, *The Rural Household as a Consumption Site*, [in:] P. Cloke, T. Marden, P. Mooney (eds.), *Handbook of rural studies*, Sage Publications, London, Thousand Oaks, New Delhi.
- Shaw G., Williams A.M., 1996, *Critical Issues in Tourism. A Geographical Perspective*, Blackwell Publishers Inc., Oxford-Cambridge.
- Stanny M., 2013, *Przestrzenne zróżnicowanie rozwoju obszarów wiejskich w Polsce*, IRWIR PAN, Warszawa.
- Themendorfpraxis. Wege zur touristischen Profilierung*, 2010, Sachsisches Landesamt für Umwelt, Landwirtschaft und Geologie, Dresden <https://publikationen.sachsen.de/bdb/artikel/11977> [14.12.2015].
- Thieme M., Birkigt K.U., 2006, *Dorfentwicklung mit wirtschaftlichen Leitbildern zur Erhöhung der lokalen Wertschöpfung (Themendörfer)*, Infodienst der Sächsischen Landesanstalt für Landwirtschaft, Dresden, s. 15-21.
- Warszyńska J., Jackowski A., 1979, *Podstawy geografii turystyki*, PWN, Warszawa.
- Wiluś R., 1997, *Rozwój funkcji turystycznej w dolinie rzeki Warty na odcinku od Działoszyna do Uniejowa*, Łódzkie Towarzystwo Naukowe, Łódź.
- Winter M., 2003, *Embedeness, the New Food Economy and Defensive Localism*, "Journal of Rural Studies", 19, pp. 23-32.
- Woods M., 2005, *Rural Geography*, Sage Publications, London, Thousand Oaks, New Delhi.
- Van der Ploeg J.D., 2003, *The New Peasantries. Struggle for Autonomy and Sustainability in an Era of Empire and Globalization*, Sterling Eartscan, London.
- Zuzańska-Żyśko E., 2005, *Funkcja turystyczna małych miast województwa śląskiego*, [w:] E. Rydz (red.), *Kształtowanie funkcji turystycznych w miejscowościach uzdrowiskowych*, Pomorska Akademia Ekonomiczna, Słupsk, s. 71-87.

Źródła internetowe:

- www.arimr.gov.pl/dla-beneficjenta/srednia-powierzchnia-gospodarstwa.html [10.10.2015].
- https://open-data.europa.eu/pl/data/dataset/S1081_80_2_410 [10.10.2015].

Thematic villages as an example of rural development based on food products

Keywords: culinary tourism, thematic villages, quality and traditional food.

Abstract

Many rural communities in Poland seek for the opportunity to base their development on their endogenous resources. Regional food and culinary tradition may be considered as such resources. One approach to exploit them is through developing thematic villages. This kind of touristic destination is usually organized around a certain topic (local food, craft, history, or some other ideas). The goal is to integrate local residents around one common idea and to create an attractive offer for tourists. About 20% out of 63 analyzed thematic villages in Poland have chosen a topic connected to local food, in line with a broad trend of culinary tourism. The authors attempted to determine what local characteristics support the emergence of food-related thematic villages, and whether this kind of activity contributes to local socio-economic development. The results show that establishing a thematic village is neither conditioned by the level of local development, nor it clearly contributes to such development. The association between establishing a village and further local development was observed only in half of the investigated municipalities.