

**DOMINIK ORŁOWSKI**

Wyższa Szkoła Turystyki i Języków Obcych w Warszawie

**MAGDALENA WOŹNICZKO**

Wyższa Szkoła Ekologii i Zarządzania w Warszawie

## **TURYSTYKA KULINARNA NA WIEJSKIM RYNKU TURYSTYCZNYM**

**Abstract: Culinary Tourism on Rural Tourism Market.** In the recent years on rural areas are created culinary trails promoting regional food, there are organised unique events where a visitor can taste specialties of regional cuisine. There are also more and more undertakings in open air museums which play an important role in development of regional tourism.

The aim of the work is to show the phenomenon of culinary tourism as an important aspect of the development of tourist activity on the rural tourism market in Poland. To prepare this article the authors applied non-reactive research, in which were used secondary data coming from the literature on the subject and the technique of observation while participating in study visits in presented places and events taking place in different parts of Poland in 2013-2014.

**Key words:** Culinary events, culinary tourism, culinary trails, open air museums, rural areas.

### **Wstęp**

W Polsce obszary wiejskie dysponują bogatą ilością rozmaitych produktów turystycznych. Jednym z podstawowych czynników kształtujących te produkty jest regionalna kultura ludowa z elementami uformowanymi i przekształconymi w procesie historycznym. W zakresie spożycia żywności, każda kultura narodowa, w tym regionalna posiada specyficzne dla siebie normy obyczajowe, które są przekazywane z pokolenia na pokolenie [Zabrocki 2005, s. 864]. Obecnie na szczególną uwagę na wiejskim rynku turystycznym zasługują wszelkie aspekty kultury kulinarnej, m.in.: tradycyjne surowce i produkty spożywcze, zwyczaje żywieniowe, rodzaj pożywienia, a także sposoby jego przygotowywania.

Popularyzowanie tradycji kulinarnych we współcześnie zglobalizowanym świecie stanowi istotny element wyróżniania oraz aktywizacji gospodarczej i promocji turystycznej regionów, a także ochrony dziedzictwa kulturowego wsi. Przyczynia się

również do wzrostu różnorodności obszarów wiejskich oraz stanowi dodatkowe źródło zarobkowania dla ich mieszkańców [Krupa 2014, s. 229]. Możliwość konsumowania lokalnych specjałów w postaci: wędlin, ryb, serów, pieczywa, ciast, przetworów owocowo-warzywnych, win, nalewek, czy regionalnych potraw – odgrywa ważną rolę jako miejscowa atrakcja turystyczna. Coraz większe zainteresowanie turystów żywnością charakterystyczną dla danego miejsca i procesem jej wytwarzania wpływa bezpośrednio na rozwój turystyki kulinarnej, która jest nowym trendem na wiejskim rynku turystycznym w Polsce.

W ostatnich latach na obszarach wiejskich tworzone są szlaki kulinarne, które mają na celu wypromowanie regionalnych produktów żywnościowych. Rozwijają się oryginalne festiwale, w trakcie których można podglądać prawdziwych mistrzów sztuki kulinarnej i próbować lokalnych specjałów miejscowej kuchni. Na warsztatach gastronomicznych mieszkańcy wsi oraz turyści uczą się, jak przyrządzać tradycyjne produkty spożywcze, a w licznych miejscowościach wiejskich, które znajdują się w atrakcyjnych regionach turystycznych, rośnie liczba karczm serwujących potrawy kuchni ludowej [Orłowski, Woźniczko 2014, s. 13-14].

Na obszarach wiejskich w rozwoju turystyki kulinarnej istotną rolę odgrywają również muzea skansenowskie, które realizują przede wszystkim w okresie wiosenno-letnim niezwykle ciekawe wydarzenia folklorystyczne popularyzujące chłopskie dziedzictwo kulinarne. W trakcie tych wydarzeń prezentują się miejscowe Koła Gospodyń Wiejskich, Lokalne Grupy Działania i właściciele gospodarstw agroturystycznych. Oferują oni rozmaite potrawy regionalne i tradycyjne produkty żywnościowe, które turyści nabywają jako swoistą pamiątkę turystyczną do domu oraz prowadzą dla nich pokazy kulinarne z wykorzystaniem typowych sprzętów wykorzystywanych w dawnej wiejskiej kuchni. [Woźniczko, Orłowski 2010, s. 172; Woźniczko, Orłowski 2014, s. 94].

Celem pracy jest ukazanie zjawiska turystyki kulinarnej jako istotnego elementu rozwoju działalności turystycznej na wiejskim rynku turystycznym w Polsce. Do przygotowania opracowania zastosowano badania niereaktywne – metodę analizy treści, w których wykorzystano dane wtórne pochodzące z literatury przedmiotu i technikę obserwacji uczestniczącej podczas wizyt studyjnych w prezentowanych miejscach oraz wydarzeniach odbywających się w różnych regionach Polski w latach 2013-2014.

## **1. Turystyka kulinarna, czyli odkrywanie smaków i zapachów przez turystów**

W ostatnich latach coraz większego znaczenia nabierają wyjazdy związane z odkrywaniem tzw. innych smaków i zapachów. Na światowym rynku turystycznym, w tym i w Polsce obserwowane jest wciąż rosnące zainteresowanie żywnością narodową oraz regionalną, co powoduje rozwój turystyki kulinarnej [Sieczko 2009,

s. 331-332; Kowalczyk 2011, s. 19-23; Dominik, Zadrożna 2014, s. 99]. Poznawanie nowych krajów, regionów i miejscowości „od kuchni” zyskuje coraz więcej zwolenników, a zainteresowanie podróżujących tym rodzajem turystyki wciąż rośnie [Furtek *et al.* 2013, s. 172; Orłowski, Woźniczko 2014, s. 45].

Turystyka kulinarna według World Food Travel Association (WFTA), jest jedną z najszybciej rozwijających się form turystyki na świecie. Świadczy o tym choćby wzrastająca z roku na rok liczba touroperatorów oferujących wyjazdy turystyczne, których głównym motywem jest poznawanie dziedzictwa kulinarnego, czy też liczba osób odwiedzających każdego dnia rozmaite strony internetowe poświęcone jedzeniu [www.worldfoodtravel.org, 20.03.2015]. Żywność jest to sposób przenikania do innej kultury, który według Jęczyk i Sammel [2012, s. 217] „pozwala na indywidualne doświadczenie występujące na poziomie zmysłów – wzroku, smaku i węchu. Pierwszym ogniwem łączącym turystę z regionem jest kuchnia, a wrażenia, jakie pozostają z podróży dotyczą w dużej mierze produktów lokalnych, które są charakterystyczne dla odwiedzanego miejsca” [Jęczyk, Tworek 2009, s.129].

Tradycje kulinarne, a w związku z tym i kuchnie w poszczególnych regionach, różnią się między sobą technologią przyrządzania potraw oraz napojów, jak również rodzajem używanych surowców, które są wykorzystywane do ich wyrobu. Dlatego też kultywowanie zwyczajów kulinarnych oraz możliwość spożywania tradycyjnej żywności, wytwarzanej według dawnych receptur z lokalnych surowców – same w sobie są poszukiwaną przez turystów kulinarnych atrakcją turystyczną [Makała 2014, s. 139].

Pojęcie *turystyki kulinarnej* zostało wprowadzone do literatury przedmiotu przez amerykańską badaczkę Long [1998, s. 181-204] z Uniwersytetu Stanowego Bowling Green w Ohio. Nastąpiło to dopiero w 1998 r., gdzie określiła ona zainteresowanie innymi kuchniami – w sensie tradycji kulinarnych, jako jeden ze sposobów poznawania obcych kultur w trakcie wyjazdu ze swojego miejsca zamieszkania [Wolf 2002, s. 5; Long 2004, s. 20-22]. Zdaniem Kowalczyka [2005, s. 167; 2008b, s. 39], który jako pierwszy w Polsce zajął się tym zagadnieniem, to „rosnące zainteresowanie turystów kwestiami związanymi z delektowaniem się jedzeniem sprawiło, iż od pewnego czasu w użyciu są terminy w rodzaju: turystyka gastronomiczna (ang. gastronomic tourism), turystyka żywności (ang. food tourism) oraz turystyka kulinarna (ang. culinary tourism)”. Jak słusznie zauważył w swojej pracy Kowalczyk [2011, s. 14] dobrze jednak jest używać pojęcia *turystyka kulinarna*, gdyż najlepiej oddaje ono w języku polskim istotę tej formy zachowań turystycznych.

Obecnie w literaturze przedmiotu funkcjonują różne definicje turystyki kulinarnej, które są mniej lub bardziej precyzyjne. Przyjęło się uważać *turystykę kulinarną, jako jedną z form turystyki, która polega na spożywaniu oraz delektowaniu się potrawami, przy jednoczesnym poznawaniu tradycji kulinarnych postrzeganych, jako główną atrakcję turystyczną regionu* [www.culinarytourism.org., 20.03.2015]. W zależności od badaczy tego zjawiska w literaturze naukowej można spotkać się z różnymi definicjami turystyki kulinarnej, które zostały przedstawione w tab. 1.

## Definicje turystyki kulinarnej według różnych autorów

Definicja turystyki kulinarnej	Autor (rok)
<b>Turystyka kulinarna</b> to „rodzaj turystyki, który związany jest z odwiedzaniem wystaw z jedzeniem, festiwali kulinarnych, restauracji oraz specyficznych miejsc, w których próbowanie jedzenia i doświadczanie jest głównym czynnikiem podróży”.	Hall, Mitchell [2000, s. 29]
<b>Turystyka kulinarna</b> to „turystyka związana z gotowaniem i spożywaniem posiłków oraz turystyka związana ze zdobywaniem wiedzy o produktach żywnościowych”.	Ignatov [2003, s. 3]
<b>Turystyka kulinarna</b> to „intencjonalne i poznawcze uczestnictwo w poznawaniu wzorców żywieniowych – uczestnictwo obejmujące konsumpcję, przygotowanie i prezentację żywności, poznawanie stylów kulinarnych i żywieniowych oraz jedzenie na sposób obcy rodzimemu”.	Long [2004, s. 24]
<b>Turystyka kulinarna</b> to „jedna z form turystyki, która będąc częścią składową szeroko rozumianej turystyki kulturowej – polega na spożywaniu i delektowaniu się potrawami, przy jednoczesnym poznawaniu tradycji kulinarnych widzianych jako główna atrakcja turystyczna”.	Wolf [2004, s. 6]
<b>Turystyka kulinarna to</b> „podróżowanie pod kątem poznawania dań i produktów kulinarnych danego regionu, ale może być połączona ze zwiedzaniem, poznawaniem kultury i przyrody, które dla wielu osób są nieodłącznymi elementami turystyki”.	Sitnicki [2007, s. 26]
<b>Turystyka kulinarna to</b> „odwiedzanie fabryk i przetwórnictwa spożywczych oraz alkoholowych – browarów, winiarni czy gorzelni, a ponadto plantacji, pól, sadów oraz restauracji i innych miejscowych lokali. Turyści w niej uczestniczący mają możliwość oglądania procesów produkcji i przygotowania jedzenia czy napojów, czasem osobistego udziału w nich, a także rozmawiania z wytwórcami oraz kosztowania specjalów”.	Buczkowska [2008, s. 62]
<b>Turystyka kulinarna to</b> „cały zakres czynności, poczynszy od surowców otrzymywanych w gospodarstwach rolnych, poprzez procesy przechowywania, przetwarzania, transportu, a skończywszy na konsumpcji. Wpisuje się więc w kontekst zjawiska zrozumienia znaczenia miejsca przez konsumpcję i przygotowanie”.	Majewski [2008, s. 127]
<b>Turystyka kulinarna to</b> „przedsięwzięcia o charakterze turystycznym, w których istotną częścią programu lub decydującym motywem podjęcia podróży jest skorzystanie z ofert kulinarnych obcego kraju lub regionu. Wymogiem kulinarnej turystyki kulturalnej jest zachowanie wysokiej jakości potraw, odniesienie ich składu i sposobu przyrządzania do tradycji kucharskich regionu docelowego oraz zapewnienie spożywania posiłków w odpowiednim otoczeniu”.	Mikos von Rohrscheidt [2008, s. 155]
<b>Turystyka kulinarna to</b> „podróże, w których jedzenie i picie oraz wszystko, co jest związane z ich przygotowaniem są atrakcją samą w sobie. Obejmuje ona wyjazdy w celu poznania: tradycyjnych potraw regionalnych lub narodowych, nowości kulinarnych, dzieł rąk wybitnych kucharzy i cukierników, lokalnych, regionalnych i narodowych trunków, a także produktów objętych ochroną w ramach przepisów Unii Europejskiej (chroniona nazwa pochodzenia, chronione oznaczenie geograficzne i gwarantowana tradycyjna specjalność).	Balińska <i>et al.</i> [2013, s. 31]
<b>Turystyka kulinarna to</b> „podróże podejmowane w celu poszukiwania, identyfikowania i degustowania tradycyjnych potraw oraz napojów w poszczególnych częściach kraju i świata”.	Iwan [2013, s. 221]
<b>Turystyka kulinarna to</b> „odbywanie podróży krajowych bądź zagranicznych, których ważnym lub jednym z głównych motywów jest spożywanie i delektowanie się potrawami, połączone z poznawaniem tradycji kulinarnych, a nawet kupowaniem lokalnych produktów spożywczych”	Wysokińska [2014, s. 53-54]

Źródło: Opracowano na podstawie: Hall, Mitchell [2000, s. 29]; Ignatov [2003, s. 3]; Long [2004, s. 21]; Wolf [2004, s. 6]; Sitnicki [2007, s. 26]; Buczkowska [2008, s. 62]; Majewski [2008, s. 127]; Mikos von Rohrscheidt [2008, s. 155]; Balińska *et al.* [2013, s. 31]; Iwan [2013, s. 221]; Wysokińska [2014, s. 53-54].

Klasyfikacji turystyki związanej z kulinariami dokonał Kowalczyk [2005, s. 169; 2008a, s. 25-26; 2011, s. 14-15], na podstawie Hall i Sharples [2003, s.11], gdzie za kryterium podziału została przyjęta rola motywów związanych z gastronomią przy podejmowaniu decyzji o podróży. **Wyróżnia się cztery podstawowe formy turystyki związanej z gastronomią:**

- **Turystyka smakoszy** (ang. *gourmet tourism*) – najbardziej „zaawansowana”, forma turystyki poznawczej czy nawet specjalistycznej, która polega na tym, że turyści podejmują głęboko przemyślaną decyzję o wyborze miejsca wyjazdu w celu odwiedzenia konkretnej restauracji czy winiarni (często w celu spożycia ściśle wybranej potrawy, wina itp.), dokonania zakupów na dokładnie określonym targu itd. Podczas tego rodzaju wyjazdów wszystkie lub niemal wszystkie formy aktywności turystycznej są związane z jedzeniem.
- **Turystyka kuchni narodowej** (ang. *cuisine tourism*) lub **turystyka gastronomiczna** (ang. *gastronomic tourism*) – sprowadza się do tego, że wybór restauracji czy targu nie wiąże się z konkretną potrawą, winem itp. Jednak zarówno w przypadku *gourmet tourism*, jak i *cuisine tourism*, motywacje ściśle związane z gastronomią są wśród pozostałych motywacji oraz zachowań turystycznych podstawowe.
- **Turystyka kulinarna** (ang. *culinary tourism*) – jej przejawami mogą być: odwiedzenie przez turystę targu wiejskiego, uczestnictwo w festynie kulinarnym, jak również pobyt w restauracji lub w winiarni, który jednak jest przez niego traktowany jako forma wypoczynku a nie tylko konieczność zaspokojenia głodu czy apetytu. Tak więc w wyróżnionej w ten sposób *culinary tourism* motywacje i potrzeby kulinarne są drugorzędne.
- **Turystyka wiejska** (ang. *rural tourism*) oraz **turystyka miejska** (ang. *urban tourism*) – turyści uprawiający te rodzaje turystyki często odwiedzają miejscowy targ, biorą udział w imprezach gastronomicznych, udają się do miejscowych winiarni lub restauracji, ale ich działania wynikają z chęci zobaczenia w odwiedzanym miejscu „czegoś nowego”, a nie poszerzenia swoich doznań i wiedzy w kontekście *stricte* kulinarnym czy nawet kulturowym. W tych przypadkach rola gastronomii jest z punktu widzenia motywacji oraz zachowań turystycznych zdecydowanie uzupełniająca.

W swojej pracy, Stasiak [2007, s. 115] słusznie stwierdza, że „niezależnie od stosowanej terminologii, gastronomię uznaje się za ważną atrakcję turystyczną, decydującą o wyborze określonych destynacji turystycznych. Wysoka atrakcyjność regionalnej czy narodowej gastronomii dla zwykłego, niezdecydowanego turysty może stać się ważna przy podejmowaniu decyzji. Dla miłośników kulinariów istotą podróżowania jest poznawanie oraz delektowanie się lokalną gastronomią”. Dotyczy to różnych form turystyki związanej z kulinariami, w tym też turystyki winnej (ang. *wine tourism*) i turystyki piwnej (ang. *beer tourism*), które według specjalistów z dziedziny turystyki kulturowej są również zaliczane do form turystyki kulinarnej.

**Turystyka winiarska** według Bosaka [2008, s. 13] to „wyjazdy do regionów winiarskich, podczas których turysta odwiedza przynajmniej jedno miejsce związane z produkcją wina – winnica, gospodarstwo winiarskie, przetwórnia lub uczestniczy w imprezie o profilu winiarskim np. degustacje, prezentacje win, imprezy winiarskie”. Poznaje także sposoby uprawy winorośli, techniki wytwarzania, klasyfikacji oraz przechowywania win, a także zdobywa informacje związane z serwowaniem, degustacją oraz odpowiednim ich doбором do potraw [Myśliwiec 2006, s. 41]. Natomiast, **turystyka piwna** zdaniem Kosmaczewskiej [2008, s. 350] adekwatnie do turystyki winiarskiej może być definiowana jako „rodzaj turystyki, w której głównymi czynnikami motywującymi do odbycia podróży jest zwiedzanie browarów, uczestnictwo w tematycznych festiwalach oraz degustacja lokalnie wytwarzanych rodzajów piwa”. Duda-Gromada [2013, s. 65] dodatkowo jeszcze zalicza do motywów uprawiania turystyki piwnej „zwiedzanie muzeów browarnictwa, kolekcjonowanie rekwizytów związanych z piwem, uczestniczenie w wydarzeniach kulinarnych, czy też imprezach regionalnych, które oferują uczestnikom piwo”.

Istnieje wiele motywów wyboru turystyki kulinarnej, które są uzależnione od indywidualnych zainteresowań poszczególnych turystów. **Kulinarne motywy obejmują bardzo szeroki zakres czynności i miejsc, ale do najważniejszych z nich zalicza się** [Orłowski, Woźniczko 2014, s. 18-19]:

- uczestniczenie w prezentacjach oraz degustacjach tradycyjnych produktów żywnościowych i potraw regionalnych lub narodowych – często w miejscach atrakcyjnych turystycznie pod względem walorów przyrodniczych i kulturowych;
- zwiedzanie muzeów związanych z dziedzictwem kulinarnym – w tym skansenów prezentujących na wystawach aranżacje i wyposażenie dawnych wiejskich kuchni oraz uczestniczenie na ich terenie w wydarzeniach folklorystycznych, których głównym motywem jest aspekt kulinarny;
- poruszanie się turystycznymi szlakami kulinarnymi, których głównym motywem jest konkretny produkt spożywczy, potrawa, czy alkohol;
- wizyty w karczmach, restauracjach, gospodach, zajazdach, oberżach, winiarniach – zlokalizowanych w budynkach często nawiązujących do narodowej lub regionalnej architektury, których wyposażenie, oferta gastronomiczna i stroje personelu nawiązują do charakteru obiektu;
- uczestniczenie w festiwalach, świętach, festynach, imprezach i konkursach kulinarnych promujących różnorodne aspekty dziedzictwa kulinarnego – typowe dla danego kraju, regionu, czy konkretnej miejscowości;
- wizyty w miejscach przetwórstwa produktów kulinarnych – gdzie można zobaczyć cały proces technologii produkcji, zdegustować konkretny wyrób oraz nabyć go jako swoistą pamiątkę turystyczną;
- wzięcie udziału w ceremoniach otwarcia nowych lokali gastronomicznych – połączone z prezentacją kuchni, jaka będzie w nich oferowana na co dzień;

- spotkania ze znanym restauratorem lub szefem kuchni, które połączone jest z degustacją dań przez niego przygotowanych;
- uczestniczenie w kursach gastronomicznych, a także pobieranie nauki w szkołach kulinarnych np. jednodniowe lub dwudniowe szkolenia tematyczne;
- pobyty w gospodarstwach agroturystycznych oferujących kuchnię regionalną;
- poszukiwanie konkretnych składników potraw lokalnych, tradycyjnych i regionalnych;
- uczestniczenie w wycieczkach tematycznych związanych z gastronomią;
- zakup i kolekcjonowanie regionalnych wydawnictw – dotyczących różnych zagadnień związanych z dziedzictwem kulinarnym;
- zbieranie płodów rolnych i owoców – często odmian bardzo starych, a następnie ich przetwarzanie w kuchni;
- uprawianie wędkarstwa i myślistwa pod kątem wykorzystania surowców w kuchni;
- odwiedzanie wiejskich targowisk z produktami rolnymi pochodzącymi z ekologicznych upraw;
- odwiedzanie sklepów z żywnością lokalną, tradycyjną i regionalną;
- korzystanie ze sprzedaży bezpośredniej żywnościowych produktów lokalnych, tradycyjnych i regionalnych.

Pod mianem *turystyki kulinarnej* mieszczą się bardzo różne formy zachowań, które bezsprzecznie wynikają z różnych motywacji. Głównym motywem wyjazdów kulinarnych jest pragnienie doświadczenia przez turystę smaku szczególnego rodzaju potraw lub produktów żywnościowych, które są regionalnymi specjałami spożywczymi, a także degustacja wyszukanych dań przyrządzonych przez uznanych mistrzów kuchni w eleganckich lub oryginalnych wnętrzach [Mika 2007, s. 223]. Analizując motywy wyjazdów kulinarnych Durydiwka [2013, s. 16] wyróżnia **sześć kategorii turystów kulinarnych**:

- **„smakosze kuchni regionalnej lub etnicznej”** – osoby zainteresowane poznaniem i smakowaniem tradycyjnych potraw regionu, w którym przebywają lub potraw określonych grup etnicznych (narodowych);
- **„wykwintni smakosze”** – osoby odwiedzające znane restauracje, słynące z wykwintnej kuchni i wyszukanych potraw;
- **„snobistyczni smakosze”** – osoby pojawiające się tylko na otwarciu nowych restauracji lub spotkaniach ze znanymi restauratorami i szefami kuchni;
- **„turyści kulinarni zdobywający umiejętności”** – osoby, dla których głównym celem wyjazdu jest poszerzenie wiedzy i zdobycie nowych umiejętności w zakresie przyrządzania posiłków przez uczestniczenie w kursach lub warsztatach gastronomicznych;
- **„turyści kulinarni rywalizujący”** – osoby, które przede wszystkim chcą sprawdzić swoje kulinarne umiejętności przez wzięcie udziału w konkursach gastronomicznych;

- „**turyści kulinarni aktywni**” – osoby, których głównym celem jest poruszanie się szlakami kulinarnymi.

Na obszarach wiejskich turystyka kulinarna rozwija się w regionach i miejscowościach specjalizujących się w wytwarzaniu określonych produktów spożywczych – piekarnicze, cukiernicze, mleczne, mięsne, rybne, warzywne, owocowe, miody, oleje oraz tłuszcze, a także napoje alkoholowe i bezalkoholowe lub znanych z tradycji kulinarnych, gdzie sporządza się typowe dla nich potrawy [Mika 2007, s. 223; Gonia 2011, s. 71; Durydiwka 2013, s. 11]. Degustacja różnorodnych specjałów kulinarnych, połączona jest na ogół z ich zakupem, a przede wszystkim odbywa się na miejscu, w przystosowanym do przyjęcia turystów – gospodarstwie agroturystycznym, zakładzie wytwórczym, w trakcie festiwalu, jarmarków i świąt kulinarnych, na lokalnych targach produktów rolnych, w muzeach skansenowskich, czy też na szlakach kulinarnych [Mika 2007, s. 223; Durydiwka 2013, s. 11; Orłowski, Woźniczko 2014, s. 45 ].

## **2. Szlaki kulinarne na wiejskim rynku turystycznym – wybrane przykłady**

Odpowiedzią na wzrost zainteresowania miejscową kuchnią, wśród osób uprawiających turystykę kulinarną jest powstawanie nowych szlaków kulinarnych na obszarach wiejskich. W ich skład wchodzi trasy gastronomiczno-winiarskie, które tworzone są w celu poznawania kultury żywieniowej na bazie wiejskiego dziedzictwa kulturowego, degustacji potraw oraz produktów regionalnych, czy poznania i doświadczenia życia wiejskiego [Czarniecka-Skubina, Kozak, 2010, s. 64]. *Szlaki kulinarne związane są z poznawaniem produktów i potraw danego regionu oraz tradycji ich przygotowania, odwiedzaniem lokali gastronomicznych, miejscowych targów, a także udziałem w imprezach kulinarnych* [Woźniczko, Orłowski 2009, s. 103].

Szlaki kulinarne przez zróżnicowanie oraz swoją atrakcyjność pozwalają zachować i chronić dziedzictwo danego obszaru – grupy etnograficznej lub mniejszości etnicznej, przez kultywowanie i uświadamianie ich tożsamości kulturowej. Według Borowskiej [2014 s. 24] „są one typowym i jednym z wielu elementów zagospodarowania turystycznego, które wyróżniają się na tle innych: tematyką, atrakcjami towarzyszącymi np.: oferta ciekawych miejsc noclegowych w gospodarstwach agroturystycznych lub winnicach, propozycją sezonowych – zwłaszcza w okresie letnim np.: lokalnych imprez z tematem przewodnim odwołującym się do kuchni, a także miejsc, w których można skosztować regionalnych specjałów kulinarnych lub nabyć bezpośrednio od wytwórcy lokalne produkty żywnościowe np.: jako pamiątkę, czy prezent dla najbliższych lub znajomych”.



Szlaki kulinarne wraz z produktami uzupełniającymi, odgrywają ważną rolę promocyjną oraz pozwalają na zwiększenie atrakcyjności turystycznej odwiedzanego przez podróżnika regionu [Czarnecka-Skubina 2009, s.11]. Szlaki te są dość skomplikowanym produktem turystycznym, gdyż obejmują nie tylko oznakowaną trasę i dobrane tematycznie miejsca, ale także imprezy oraz warsztaty kulinarne, usługi noclegowe czy przewodnickie, pamiątki, mapy, przewodniki, jak i wiele innych elementów. Istotnym zadaniem przy tworzeniu tego specyficznego produktu jest bez wątpienia opracowanie jego logo, który w pełni oddawałoby jego charakter i byłoby znakiem rozpoznawalnym w kraju i zagranicą [Gębica *et al.* 2014, s. 74-75]. Dominik i Zadrozna [2014, s. 30] stwierdzają dodatkowo, że „...szlaki kulinarne mają tzw. multiwytworzalny charakter polegający na włączaniu w ich tworzenie wielu podmiotów. Jest to korzystne z punktu widzenia rozwoju regionalnego, możliwości zaangażowania się instytucji oraz wytwórców indywidualnych, jak również włączania coraz to nowych atrakcji. Szlaki kulinarne muszą być tworzone zgodnie z zasadami dobrej organizacji szlaków kulturowych, a wówczas jako sprawnie funkcjonujące mogą być produktem turystycznym. Nie do przecenienia jest rola edukacyjna szlaków, dzięki którym tematyka kulinarna może również łączyć pokolenia”.

Analizując rozwój szlaków turystycznych w Polsce i na świecie można zauważyć, że w ostatnich latach regionalne oraz krajowe organizacje turystyczne rozwijają szlaki kulinarne. Ich głównym elementem jest różnorodność, która występuje w typowych produktach i potrawach dla regionów, w których są tworzone te tematyczne szlaki. **W jej skład wchodzi oferta** [Sala 2012, s. 252]:

- **gospodarstw rolniczych**, np.: winnic, sadów owocowych, plantacji warzyw, upraw zielarskich, stawów rybnych;
- **gospodarstw agroturystycznych**, które w swojej ofercie żywieniowej mają kuchnię regionalną,
- **przetwórnictwa spożywczego**, np.: mleczarni, serowarni, piekarni, olejarni, winiarni, browarów, gorzelni;
- **restauracji z kuchnią regionalną** np. folklorystyczne zakłady gastronomiczne – popularnie nazywane karczmami;
- **atrakcji związanych z organizowaniem rozmaitych wydarzeń na szlakach kulinarnych.**

W tab. 2 dokonano charakterystyki szlaków kulinarnych, które przebiegają w całości lub częściowo przez obszary wiejskie. Ich motywem przewodnim są różnego rodzaju specjały kulinarne, które wpływają na atrakcyjność turystyczną danego regionu. Jednak ze względu na ograniczenia, związane z objętością tekstu w prezentowanej pracy – podano tylko wybrane przykłady.

## Szlaki kulinarne na obszarach wiejskich w Polsce – wybrane przykłady

L.p.	Nazwa i charakterystyka szlaku kulinarnego
1.	<p><b>„Szlak Oscypkowy”</b> – zlokalizowany jest w woj. małopolskim, na Podtatrzu. Trasa prowadzi do 31 najlepszych, specjalnie wyselekcjonowanych bacówek, które spełniają przede wszystkim wymogi dotyczące wyrobu oscypka tradycyjną metodą, czystości oraz zdrowotności zwierząt, od których pochodzi mleko. Bacówki są zlokalizowane m.in. w Kuźnicach, Dolinie Chochołowskiej, Dolinie Kościeliskiej, Turbaczu, Czorsztynie, Nowym Targu, Leśnicy, Łapszach Wyżnych, Łapszach Niżnych, Murzasichle, Rusinowej Polanie, Wierchomli, Zubrzyco Górnej. Początkowo były zlokalizowane, tylko na terenie powiatu tatrzańskiego, nowosądeckiego i żywieckiego, a w 2010 r. dołączono bacówki w powiatach limanowskim, nowosądeckim i suskim. Oferują one odwiedzającym je turystom pokazy ręcznego wytwarzania tradycyjnych serowarskich produktów żywnościowych w naturalnych wnętrzach i z użyciem oryginalnych narzędzi, nie tylko oscypków, ale także bryndzy, bundzu, grudki, redykolki i żentycy. Turyści, oprócz zapoznania się z tradycyjnymi metodami produkcji określonych gatunków sera, mogą również dokonać zakupu i degustacji wyrobów z mleka owczego, a także zakupić wyroby rękodziela ludowego.</p>
2.	<p><b>„Sandomierski Szlak Jabłkowy”</b> – zlokalizowany jest w woj. świętokrzyskim. Ma długość ok. 200 km i wiedzie przez wszystkie gminy powiatu sandomierskiego łącząc ciekawe miejsca i pokazując unikalne zasoby historyczne i przyrodnicze Ziemi Sandomierskiej. Główną nić tego szlaku stanowi 30 gospodarstw sadowniczych z wieloletnią tradycją ogrodniczą w dziedzinie produkcji jabłek, gruszy, owoców pestkowych i jagodowych, ale też orzechów laskowych. Na Szlaku można uzyskać fachową wiedzę ogrodniczą, zapoznać się z informacjami o uprawach i procesach produkcyjnych otrzymywania wyrobów z owoców. Istnieje także możliwość obserwowania procesu uprawy, przechowywania i przetwarzania owoców. Odbywają się tam szkolenia dotyczące pielęgnacji oraz cięcia drzew owocowych. Turyści mogą dokonać degustacji i zakupu świeżych owoców zarówno starych, zapomnianych, jak i nowoczesnych odmian oraz przetworów owocowych domowej roboty. Na turystów planujących dłuższy pobyt czekają gospodarstwa agroturystyczne – oferujące noclegi, posiłki regionalne, świeże owoce i ich przetwory oraz liczne atrakcje dodatkowe. Na Szlaku można również spotkać się z odradzającymi się w ostatnich latach tradycjami winiarskimi w regionie. Profesjonalnie prowadzone winnice są udostępniane turystom do zwiedzania. Można w nich poznać ok. 10 odmian regionalnych winorośli, a także dokonać degustacji wina i przetworów uzyskanych z winogron. W sezonie zbiorów tych owoców istnieje możliwość ich spróbowania oraz zakupu przez turystów.</p>
3.	<p><b>Szlak Karpia „Bielska Kraina”</b> – zlokalizowany jest w woj. śląskim. Powstał z inicjatywy 12 lokalnych grup rybackich z terenu południowej Polski w ramach środka 4.2 „Wsparcie na rzecz współpracy międzyregionalnej i międzynarodowej”, objętego <i>Programem Operacyjnym „Zrównoważony rozwój sektora rybołówstwa i nadbrzeżnych obszarów rybackich 2007-2013</i>. Stowarzyszenie Lokalna Grupa Rybacka „Bielska Kraina” obejmuje swoim zasięgiem 5 gmin powiatu bielskiego, tj. Bestwina, Czechowice-Dziedzice, Jasienica, Jaworze i Wilamowice. Na ww. obszarze członkami Szlaku są zarówno gospodarstwa rybackie będące producentami karpia i innych ryb słodkowodnych, jak i restauracje oraz gospodarstwa agroturystyczne zajmujące się ich serwowaniem, a także łowiska wędkarskie. Ideą powstania Szlaku jest promocja rybactwa śródlądowego oraz jego sztandarowego produktu, jakim jest karp. Promuje również ważne miejsca związane z hodowlą karpia, jego przetwórstwem, punktami sprzedaży, restauracjami oraz gospodarstwami agroturystycznymi.</p>

4.	<p><b>„Szlak Jadła Mazurskiego”</b> – zlokalizowany jest na terenie woj. warmińsko-mazurskiego w powiecie elckim i rejonie Ozierskim. Na Szlaku turyści mogą skorzystać z noclegu i wyżywienia w gospodarstwach agroturystycznych, które promują szeroko rozumiane lokalne dziedzictwo kulinarne. Oferowane są tam dania regionalne wywodzące się z kuchni dawnych Prus Wschodnich, w której wykorzystywane są produkty pochodzące z wiejskich gospodarstw domowych. Potrawy północno-wschodniego przygranicza Polski przyrządzane są zgodnie z wieloletnią tradycją oraz według starych receptur. Wśród kulinarnych specjalistów, których mogą spróbować turyści są m.in.: kartacze, babka ziemniaczana, bliny, pielmieni, sielawa wędzona, czy makowiec mazurski. Gospodarstwa agroturystyczne oferują także atrakcje kulinarne w postaci: wypieku chleba, pieczenia prosiaka z kaszą gryczaną czy dojenia kóz, a z ich mleka wyrób serów. Ponadto, turyści mogą skorzystać z wielu innych atrakcji: połowu ryb sieciami, wędkowania, grzybobrania, zbierania owoców i warzyw z sadów, czy warzywników, a także zakupić rozmaite przetwory domowe np. dżemy, konfitury, soki, kompoty, marynaty, ryby wędzone lub w occie.</p>
5.	<p><b>Szlak „Smaki Bieszczadów”</b> – zlokalizowany jest w woj. podkarpackim. Przebiega przez 165 km, gdzie znajdują się folklorystyczne zakłady gastronomiczne, pensjonaty oraz gospodarstwa agroturystyczne oferujące potrawy regionalne, takich grup etnicznych, jak: Bojkowie, Łemkowie, Żydzi i Polacy, którzy żyli dawniej w Bieszczadach, choć każda grupa inaczej ze względu na odmienną kulturę, tradycję i zwyczaje. W trakcie współistnienia nie obyło się bez przejmowania od siebie nawzajem również tradycji kulinarnych, które ukształtowały kuchnię regionalną, jaka obecnie występuje w Bieszczadach. Szlak ten umożliwia turystom podróż po miejscach, które wykorzystują w kuchni lokalne produkty żywnościowe pochodzenia roślinnego i zwierzęcego – często wyrabiane za pomocą dawnych sprzętów i technologii wykorzystywanych w dawnej kuchni. Szlak biegnie wzdłuż głównych bieszczadzkich dróg – od Sanoka przez Ustrzyki Dolne, Smolnik, odbijając do Muczego, następnie Wetlinę, Przysłop, Cisną i Polańczyk. Przy trasie znajdują się ciekawe, warte odwiedzenia miejscowości, obiekty, punkty widokowe, wejścia lub zejścia ze szlaków turystycznych oraz infrastruktura turystyczna i paraturystyczna.</p>

Źródło: [Woźniczko, Orłowski, 2011, s. 109-120] oraz na podstawie przeprowadzonej eksploracji (badania terenowe).

### 3. Imprezy kulinarne na wiejskim rynku turystycznym – wybrane przykłady

Pojawienie się w ostatnich latach wielu imprez promujących wiejskie produkty kulinarne, jak i znaczny popyt na nie, wyraźnie wskazuje, że istotnie zwiększyło się w naszym społeczeństwie – zainteresowanie sprawami jakości spożywanych posiłków oraz sposobami ich przyrządzania [Gonia 2011, s. 78]. Rosnące zainteresowanie kwestią smakowania i poznawania regionalnych potraw oraz tradycyjnych produktów żywnościowych, znalazło także swoje odbicie we wzroście ruchu turystycznego. Kulinaria zdaniem Matusiak [2009, s. 325] „zaczynają być traktowane jako samodzielne atrakcje lub jako część produktu turystycznego również na gruncie turystyki w Polsce”.

Formą promocji turystycznej szeroko rozumianego dziedzictwa kulinarnego, a tym samym i regionu są **imprezy kulinarne**. Ich motywem przewodnim jest za-

zwyczaj jeden produkt żywnościowy lub już gotowa potrawa np. chleb, kasza, ser, miód, truskawka, śliwka, jabłko, ogórek, ziemniak, fasola, grzyby, gęś, karp, śledź, wino, chmiel, piernik, sól, krupniok, kołacz, rogal świętomarciński, sękacz, korowaj, pierogi, czy babka ziemniaczana itp. [Orłowski, Woźniczko, 2011, s. 134]. **Do inicjatyw mających na celu ich promocję zalicza się m.in:**

- organizację festiwali kulinarnych;
- inicjowanie jarmarków i festynów kulinarnych;
- animację wydarzeń kulturowych zawierających w swoim programie promocję dziedzictwa kulinarnego i historii różnych aspektów pożywienia;
- organizowanie konkursów kulinarnych związanych z prezentowaniem kuchni lokalnej lub regionalnej [Matusiak 2009, s. 325-327].

Imprezy gastronomiczne są istotnym elementem przyczyniającym się do rozwoju turystyki kulinarnej. Szczególnie wpływają one na znaczenie obszarów wiejskich w zakresie wytyczania nowych kierunków wyjazdów turystycznych. Jest to bardzo ważne dla wszystkich osób zainteresowanych poznawaniem typowych dla danego miejsca specjalów kulinarnych, które związane są z tradycją ich wytwarzania na określonym terenie. Na ogół tego rodzaju wydarzenia odbywają się cyklicznie, w ściśle wyznaczonym terminie i w tym samym miejscu, a także mają ogólnopolski, regionalny lub lokalny charakter.

Liczba i ranga imprez zależy od regionu, w którym się odbywają, Widawski [2011, s.186] przyjmuje za oczywistą prawidłowość, że „im tradycyjna kultura ludowa jest bardziej zakorzeniona w świadomości lokalnej społeczności, tym liczniejsze i istotniejsze mogą być i z reguły są imprezy folklorystyczne, w tym gastronomiczne”.

Inicjowane na terenie całej Polski wydarzenia, takie jak: festiwale, jarmarki, festyny, święta, prezentacje, czy dni tradycyjnego produktu są dużym sukcesem marketingowym dla organizatorów i uczestników. Jest to bardzo dobra forma popularyzacji żywności regionalnej wśród potencjalnych konsumentów, którzy mogą zdobyć autentyczne informacje dzięki osobistej rozmowie z ich producentami – właścicielami gospodarstw agroturystycznych, członkiniami Kół Gospodyń Wiejskich, czy z osobami zrzeszonymi w Lokalnych Grupach Działania funkcjonującymi na obszarach wiejskich. Odbywa się to również w trakcie rozdawania materiałów reklamowych, o które bardzo często proszą sami turyści, ale przede wszystkim podczas bezpośredniej oceny walorów sensorycznych w czasie ich degustacji [Twarogowska-Wielesik, Zaremba, 2011, s. 288].

W tab. 3 zaprezentowano przykładowe imprezy promujące regionalne dziedzictwo kulinarne odbywające się na terenie obszarów wiejskich w Polsce. Tego rodzaju przedsięwzięcia są wyjątkową atrakcją turystyczną w danej miejscowości, jak również są bardzo często produktem turystycznym regionu. Po obserwowanej na nich frekwencji, można stwierdzić, że cieszą się widocznym zainteresowaniem nie tylko ze strony turystów, ale także samych mieszkańców. Ze względu na ograniczenia, związane z objętością tekstu w niniejszej pracy – podano tylko wybrane przykłady.

## Imprezy kulinarne na obszarach wiejskich w Polsce – wybrane przykłady

L.p.	Nazwa i charakterystyka imprezy kulinarnej
1.	<p>„<b>Festiwal Smaku</b>” w <b>Grucznie</b> w woj. kujawsko-pomorskim – odbywa się w przedostatni weekend sierpnia i jest imprezą mającą na celu prezentację kulinarnego bogactwa oraz kultury stołu woj. kujawsko-pomorskiego. Szczególnie uwzględnia on rejon Doliny Dolnej Wisły, wschodnią część Borów Tucholskich, Pojezierze Brodnickie i Chełmińskie, Krajne oraz Kujawy. W Festiwalu biorą również udział goście z innych województw. W ramach konkursu jest rozstrzygany prestiżowy konkurs na „Smak Roku”, ma miejsce zjazd pszczelarzy w ramach Święta Miodu, a koneserom smaków w mocnym wydaniu emocje rozgrzewa Turniej Nalewek. Laureaci tych konkursów uzyskują zaszczytne tytuły „Smaku Roku”, „Miodu Roku” i „Nalewki Roku” oraz odpowiadające tym wyróżnieniom dyplomy. W trakcie trwania festiwalu mają miejsce pokazy produkcji lokalnych specjalów kulinarnych, jak np.: wyciskanie soku ze świeżych owoców, wyrób sera białego, wypiek pieczywa, przygotowanie wyrobów z dziczyzny i grzybów, wędzenie ryb, a przede wszystkim pokaz smażenia powideł śliwkowych. Do największych atrakcji dla odwiedzających Festiwal należy zaliczyć możliwość degustacji prezentowanych potraw i produktów spożywczych, rozmowa z ich twórcami oraz pozyskanie rad i przepisów na tradycyjne potrawy. Wszyscy wystawcy, a zwłaszcza Koła Gospodyń Wiejskich mają prawo w sposób nieograniczony sprzedawać swoje produkty, co daje niepowtarzalną szansę turystom na zaopatrzenie swojej spiżarni w przysmaki nie do kupienia w sklepach. Atrakcje festiwalowe prezentowane są w scenerii okolic zabytkowego młyna w Grucznie. Impreza jest także prezentacją bogactwa oraz różnorodności kulturowej regionu, gdyż odbywają się rozmaite pokazy dawnych rzemiosł.</p>
2.	<p>„<b>Święto Truskawkobrania</b>” na <b>Złotej Górze</b> w woj. pomorskim – to największa na Kaszubach impreza plenerowa, która odbywa się już od ponad 30 lat zawsze w niedzielę na przełomie czerwca i lipca. Od 1971 r. na Złotej Górze nieopodal Brodnicy Górnej z okazji truskawkowych żniw gospodarze powiatu kartuskiego urządzają wielki festyn ludowy. Wydarzenie to rozrasta się i przyciąga coraz większe rzesze wystawców oraz zwiedzających – zarówno miejscowych, jak i turystów. Szacuje się, że w tej imprezie bierze udział ok. 40 000 osób. O popularności tego święta świadczy również to, że w ciągu jednego dnia w 2005 r. sprzedano tam prawie 2 t truskawek. Podczas imprezy wystawiają się producenci truskawek, którzy sprzedają owoce świeże oraz przetworzone np. w postaci musu kremowe malëñë – mus z truskawek kaszubskich jest produktem tradycyjnym woj. pomorskiego i otrzymał „Perłę 2005” w Ogólnopolskim Konkursie „Nasze Kulinarne Dziedzictwo” oraz rozmaitych ciast, tortów i deserów. Podczas Truskawkobrania odbywają się liczne konkursy związane z truskawką np. na najlepsze ciasto truskawkowe, czy na największą truskawkę.</p>

L.p.	Nazwa i charakterystyka imprezy kulinarnej
3.	<p><b>„Miodobranie Kurpiowskie” w Myszyńcu</b> w woj. mazowieckim – odbywa się na leśnej polanie w ostatnią niedzielę sierpnia. Impreza spełnia kilka zadań: przypomina mieszkańcom regionu o ich bogatych tradycjach i zwyczajach bartniczych. Twórcom ludowym umożliwia prezentację swojego dorobku, a także integruje lokalną społeczność oraz promuje region w kraju i za granicą. Podstawowym elementem imprezy jest widowisko obrzędowe pokazujące zwyczaje bartnicze według uprzednio przygotowanego scenariusza, a także folklor puszczański, prezentowany przez miejscowe zespoły ludowe. Ważne miejsce zajmuje prezentacja różnego rodzaju miodów od lipowych, akacjowych, spadziowych, wrzosowych przez rozmaite miody wielokwiatowe, aż po lecznicze specjały, takie jak np. miód z mniszka lekarskiego. Impreza sprowadza do Myszyńca zarówno mieszkańców Kurpiowszczyzny, jak i setki turystów z Polski oraz zagranicy. Ważne miejsce zajmuje jarmark żywnościowych produktów tradycyjnych oraz potraw kurpiowskich, które oferują miejscowe Koła Gospodyń Wiejskich. Umożliwiają one turystom poznanie oferty kulinarnej regionu w prowadzonych często przez siebie gospodarstwach agroturystycznych.</p>
4.	<p><b>„Święto Sera” w Korycinie</b> w woj. podlaskim – odbywa się w trzeci weekend września i jest wydarzeniem w formie festynu rodzinnego, podczas którego przewidziane są konkurencje dla producentów i smakoszy sera korycińskiego. Turyści mają wyjątkową możliwość degustacji i zakupu żywnościowych produktów tradycyjnych gmin Podlasia, a także obejrzenia występów folklorystycznych zespołów regionalnych, jak również nabycia rękodzieła podlaskich twórców ludowych. Kulinarna promocja turystyczna Korycina przez sery możliwa jest dzięki przychylności władz gminnych, które oprócz lokalnych tradycji żywieniowych, wykorzystują dodatkowy atut tego produktu, jakim jest miejsce jego powstawania. Czyste, zadbane i urokliwe okolice Korycina oraz gospodarstwa rolne nie nastawione na wielkotowarową produkcję mleka, w których krowy karmione są naturalną paszą, świadczą również usługi turystyczne. Osoby zainteresowane regionalnym dziedzictwem kulinarnym mają doskonałą możliwość zapoznania się z ofertą agroturystyczną, w trakcie trwania całej imprezy, na którą przyjeżdżają turyści z całej Polski, a także zza wschodniej granicy.</p>
5.	<p><b>„Święto Smażenia i Degustacji Powideł – „Powidlaki” w Krzeszowie</b> w woj. podkarpackim – organizowane są od początku lat 90. w trzeci weekend września w miejscowości położonej na wysokim brzegu Sanu, która słynie z setek drzew śliwkowych, które rosną na jej terenie. Impreza dawniej była bardzo lokalna, ale z biegiem lat urosła do rangi wydarzenia regionalnego, gdzie ma miejsce jarmark podkarpackich produktów żywnościowych wpisanych na krajową Listę Produktów Tradycyjnych oraz koncerty zespołów folklorystycznych. Niepowtarzalny smak krzeszowskie powidła zawdzięczają słońcu, które w tych stronach jest szczególnie łaskawe dla sadowników oraz ciężkiej pracy powidlarzy. Jeden kocioł, mieszczący nieraz ponad dwieście kilogramów śliwek, to kilkanaście, a czasem nawet kilkadziesiąt godzin nieprzerwanego mieszania. Powidła są bardzo dokładnie przysmażone, nie można przy tym ich przypalić, a jakość wysmażenia poznaje się po tym, że powidłowa masa nie odpada od odwróconej drewnianej kopyści. Turyści oprócz zobaczenia i uczestnictwa w pokazie tradycyjnego smażenia powideł mają wyjątkową możliwość uczestniczenia w pokazach ginących zawodów, które dawniej były typowe dla podkarpackiej wsi. Wielkim sukcesem „Powidlaków” jest połączenie elementów kultury ludowej z najciekawszymi zjawiskami współczesnej kultury powszechnej. Wydarzenia towarzyszące tej imprezie są zawsze szeroko relacjonowane przez media zarówno lokalne, jak i ogólnopolskie.</p>

Źródło: [Orłowski, Woźniczko, 2011, s. 139-142] oraz na podstawie przeprowadzonej eksploracji (badania terenowe).

#### 4. Muzea skansenowskie prezentujące regionalne tradycje kulinarne na wiejskim rynku turystycznym – wybrane przykłady

W ostatnich latach zwiększa się zainteresowanie muzealnictwem na wolnym powietrzu i upowszechnianiem zbiorów oraz ukazywaniem inscenizacji dawnego wiejskiego życia. Odbywa się to w celach popularyzacji regionów kulturowych, a tym samym nieustannie zwiększającym się staraniem o rozwój turystyki na obszarach wiejskich [Biernacka 2013, s. 50]. Według Kasperskiej [2001, s. 344] „coraz większa liczba muzeów dąży do zróżnicowanej i wszechstronnej ekspozycji zasobów muzealnych dla zwiedzających. Jest to odpowiedzią na wymagania współczesnego odbiorcy, ale także wymuszone warunkami rynku, który stawia muzeum na równi z innymi atrakcjami turystycznymi. Stąd też coraz większa ich liczba stosuje nowoczesne środki przekazu, chcąc tą drogą zainteresować turystów swoimi zasobami”.

Tematykę wykorzystania szeroko rozumianego dziedzictwa kulinarnego w ofercie turystycznej muzeów skansenowskich, jako pierwsi w Polsce poruszyli Orłowski i Woźniczko [2007, s. 228-241], którzy zauważyli i docenili ten niezwykle ważny element wiejskiego dziedzictwa kulturowego. W dobie wszechobecnej globalizacji jest to, ich zdaniem, istotny motyw przyciągający turystów do tego rodzaju placówek muzealnych. Zwiedzający „skanseny” poza obejrzeniem ekspozycji stałych i czasowych, mogą także w sezonie turystycznym uczestniczyć w organizowanych na ich terenie licznych wydarzeniach kulinarnych. Związane są one z różnymi aspektami przygotowania oraz konsumpcji pożywienia codziennego i świątecznego, czy też tradycyjnego przetwórstwa żywności, co doskonale wpisuje się w nurt dynamicznie rozwijającej się turystyki kulinarnej w Polsce.

W muzeach skansenowskich na terenie Polski organizowane są trzy rodzaje plenerowych wydarzeń związanych z dziedzictwem kulinarnym [Woźniczko, Orłowski 2014, s. 95]:

- **kulinarne** – kuchnia jest głównym motywem wydarzenia, produkty i potrawy są przygotowywane w obecności zwiedzających;
- **żywnościowe** – poświęcone jednemu produktowi żywnościowemu typu np.: chleb, miód, ziemniaki, kapusta, zioła, piwo, wino;
- **bezpośrednio nie dotyczące kulinariów i produktów żywnościowych** – pożywienie ludowe stanowi jeden z elementów kompleksowego wydarzenia.

W czasie trwania wydarzeń kulinarnych w muzeach skansenowskich organizowane są także prezentacje potraw regionalnych i tradycyjnych produktów żywnościowych – chleby, ciasta, wędliny, ryby, przetwory warzywne i owocowe, domowe wina, czy nalewki spirytusowe. Przygotowywane są najczęściej przez miejscowe Koła Gospodyń Wiejskich oraz indywidualne gospodynie prowadzące gospodarstwa agroturystyczne, które przez okazjonalną sprzedaż swoich wyrobów mają możliwość dodatkowego zarobku. Dla turystów jest to przede wszystkim możliwość bezpośredniego kontaktu z regionalnymi smakami, które mogą zdecydowo-

wać o ponownym przyjeździe do danej miejscowości [Woźniczko, Orłowski 2014, s. 95].

W tab. 4 ukazano przykładowe wydarzenia organizowane w muzeach skansenowskich, które prezentują regionalne tradycje kulinarne. Działania tego rodzaju wpływają na wzrost atrakcyjności oferty turystycznej danego muzeum dla osób je odwiedzających. Ponadto, mają znaczenie dla ochrony i promocji pożywienia ludowego, które stanowi współcześnie istotny motyw do podjęcia podróży kulinarnych na tereny wiejskie. Dotyczy to zarówno wszystkich osób lubiących doświadczać podczas spożywania posiłków czegoś odmiennego, jak i eksploratorów gastronomicznych, którzy już kiedyś zetknęli się z daną potrawą lub produktem, który jest charakterystyczny dla danego regionu.

Tabela 4

Muzea skansenowskie na obszarach wiejskich w Polsce, które prezentują tradycje kulinarne – wybrane przykłady

L.p.	Nazwa i charakterystyka wydarzenia kulinarnego w muzeum skansenowskim
1.	„Jesień Się Pyta, Co Lato Zrobiło” w Muzeum Wsi Słowińskiej w Klukach w woj. pomorskim. Odbywa się w trzecią niedzielę września, gdzie w trakcie tego wydarzenia turyści mają wyjątkową możliwość zapoznania się z zajęciami przedstawiającymi czynności związane z wypełnianiem wiejskiej spiżarni. Organizowane są pokazy przypominające dawne sposoby pozyskiwania żywności np. zbiór ziemniaków i warzyw, przetwarzania np. ubijanie masła w kierzance, wyrób twarogu, wyrabianie białej kielbasy, smażenie borówek z dodatkiem gruszek, wyciskanie soku z buraków do przygotowania melasy, palenie w blaszanych młynkach ziaren zbóż, z których przyrządzana jest kawa zbożowa, gotowania np. „klitundplome” – zupy śliwkowej na gęsinie z lanymi kluskami, zupy z żółtej brukwi na gęsinie, konserwowania np. wędzenie ryb, kiszenie kapusty, suszenie grzybów, a także przechowywania oraz przyrządzania produktów i potraw regionalnych np. wypiekanie chleba słowińskiego, czy bab drożdżowych pieczonych w kamionkowych formach w piecu wolnostojącym albo wafli w kształcie serc wypiekanych w żeliwnych formach na płycie kuchennej. Dużą atrakcją turystyczną jest degustacja tych produktów i potraw w scenarii ekspozycji muzealnych, które znajdują się w chałupach. Turyści mogą również spróbować: maślanki, żuru słowińskiego, zupy grzybowej, wędzonego węgorka, grzybów marynowanych, dżemu z truskawki kaszubskiej oraz powideł śliwkowych. Wszystkie te specjały kulinarne są bardzo chętnie kupowane przez turystów, gdyż są przygotowywane z żywnościowych produktów lokalnych, z użyciem starych naczyń i urządzeń kuchennych oraz wielopokoleniowych receptur, które charakteryzują kuchnię tego regionu.
2.	„Pożegnanie Lata” w Muzeum Kultury Ludowej w Osieku nad Notecią w woj. wielkopolskim. Jest to wydarzenie, kończące letni sezon turystyczny w działalności skansenu. W jego programie są kulinarne pokazy zajęć domowych ożywiających wnętrza chałup, a przede wszystkim dotyczące sporządzania przetworów żywnościowych, jak np.: smażenie powideł śliwkowych, szatkowanie i kiszenie kapusty, wyrób syropu z buraków cukrowych, wyrób masła i sera twarogowego, wypiek chleba, mielenie mąki na żarnach, palenie kawy zbożowej z jęczmienia, czy warzenie piwa. Turyści mogą także degustować różnego rodzaju nalewki spirytusowe oraz jesienne potrawy tradycyjne z Krajny. Ponadto, na terenie Muzeum w zagrodach odbywają się pokazy dawnych wiejskich zajęć gospodarczych, jak: tkanie na krośnie i deseczkach tkackich, przedzenie na kołowrotku, obróbka lnu – miedlenie i czesanie włókna, wyrób sieci do połowu ryb, wyplatanie koszyków, toczenie garnków, wykuwanie elementów metalowych w kuźni, cięcie sieczki, omłoty cepami, czyszczenie ziarna, praca pszczelarza oraz pokaz orki i narzędzi do uprawy roli. Turyści odwiedzający w tym dniu Muzeum mają wyjątkową okazję w bezpośrednim uczestniczeniu we wszystkich pokazach, które ukazują dawne życie na wsi.



3.	<p>„Świętokrzyski Jarmark Agroturystyczny” w Muzeum Wsi Kieleckiej w Tokarni w woj. świętokrzyskim. Wydarzenie organizowane jest w pierwszą niedzielę czerwca, a jego głównym celem jest prezentacja oferty kulinarnej gospodarstw agroturystycznych z regionu świętokrzyskiego. Pracownicy Muzeum na bazie świętokrzyskiego dziedzictwa kulinarnego, uczynili z niego produkt turystyczny, który istotnie wzbogaca ofertę turystyczną skansenu. Niewątpliwą atrakcją w trakcie tego całoniedziowego wydarzenia jest jarmark oraz degustacja świętokrzyskich potraw regionalnych oraz tradycyjnych produktów żywnościowych wpisanych na krajową Listę Produktów Tradycyjnych, które oferują z całego regionu Koła Gospodyń Wiejskich. W Jarmarku biorą udział również gospodarstwa agroturystyczne, które specjalizują się w wytwarzaniu potraw i produktów regionalnych o wyjątkowym oraz niepowtarzalnym smaku. Stoiska prezentowane turystom mają specjalny wystrój, oprawę oraz dekoracje wykorzystujące wszystkie elementy kultury materialnej obszarów wiejskich. W trakcie trwania wydarzenia na terenie Muzeum odbywają się również liczne pokazy związane z życiem w gospodarstwie wiejskim np.: wypiek chleba i podplomyków, mielenie mąki na żarnach, wyrób sera twarogowego, ubijanie masła czy przygotowanie potraw regionalnych. W części artystycznej uczestniczą świętokrzyskie zespoły folklorystyczne oraz kapele ludowe, a ponadto odbywają się liczne konkursy i gry terenowe dla wszystkich grup wiekowych turystów.</p>
4.	<p>„Smaki Podlasia” w Białostockim Muzeum Wsi w Osowiczach w woj. podlaskim. Wydarzenie to jest organizowane w pierwszą niedzielę lipca, a jego celem jest promocja tradycji kulinarnych występujących na wielokulturowym Podlasiu. W trakcie całego dnia prezentują się regionalni producenci żywności oraz właściciele gospodarstw agroturystycznych. Turyści mają możliwość spróbowania specjałów kuchni podlaskiej, białoruskiej, litewskiej oraz tatarskiej. Odbywają się pokazy kulinarne wypieku sękacza i korowaja, ubijania masła, wędzenia wędlin, tłoczenia oleju, czy gotowania potraw regionalnych, które są połączone z ich degustacją oraz sprzedażą. W trakcie tego wydarzenia turyści mogą kosztować i kupować liczne tradycyjne produkty żywnościowe, które zostały wpisane na krajową Listę Produktów Tradycyjnych. Dodatkową atrakcją dla turystów odwiedzających w tym czasie Muzeum jest możliwość wypróbowania swoich sił w pracach wykonywanych w tradycyjnym gospodarstwie wiejskim, a także przy warsztatach rzemieślniczych. Na szczególną uwagę zasługuje to, że Muzeum to jako jedyne w Polsce posiada stałą ekspozycję leśnej bimbrowni, gdzie turyści mogą zobaczyć, jak funkcjonuje i produkuje się ten charakterystyczny napój alkoholowy, z którego znane jest całe Podlasie.</p>
5.	<p>„Święto Borówek” w Orawskim Parku Etnograficznym w Zubrzycy Górnej w woj. małopolskim. Odbywa się w ostatnią niedzielę lipca, a celem tego wydarzenia jest popularyzacja szeroko rozumianej kultury ludowej Orawy, gdzie istotne miejsce zajmują regionalne tradycje kulinarne. W obiektach drewnianych znajdujących się we wszystkich sektorach muzeum skansenowskiego odbywają się prezentacje i degustacje potraw regionalnych, które są pod nazwą „Szlakiem Tradycyjnych Smaków”. Turyści mogą spróbować rozmaitych potraw na bazie mąki, kapusty, ziemniaków, sera, mleka oraz borówek, które są charakterystyczne w okresie letnim dla dziedzictwa kulinarnego Orawy. Wydarzeniu towarzyszą pokazy tradycyjnych prac gospodarczych, rzemieślniczych, a przede wszystkim domowych związanych z przygotowaniem pożywienia, czyli szatkowanie i kiszenie kapusty, mielenie ziarna na żarnach, ubijanie masła, wypiek moskali, wyrób owczych serów, odwirowanie miodu, smażenie borówek, wypiek kołacza z borówkami, lepienie i gotowanie pierogów z borówkami, sporządzanie soku z malin, parzenie herbat ziołowych, palenie kawy zbożowej w młynku, czy wyrób miodów pitnych. W czasie trwania tego Święta odbywają się także pokazy ginących zawodów, występy zespołów folklorystycznych, a także ma miejsce targ produktu lokalnego, który jest zatytułowany „Smak Na Produkt”.</p>

Źródło: [Woźniczko, Orłowski, 2014, s. 96-102] oraz na podstawie przeprowadzonej eksploracji (badania terenowe).

## Podsumowanie

Obecnie coraz częściej dostrzega się aktywizującą rolę turystyki w rozwoju gospodarczym obszarów wiejskich. Sprzyjają temu społeczno-ekonomiczne przemiany oraz zmieniające się trendy na światowym i krajowym rynku turystycznym. Zdecydowanie odchodzi się od turystyki masowej, na rzecz indywidualnych wyjazdów tematycznych, które są zgodne z osobistymi zainteresowaniami podróżnych. Szczególne miejsce wśród tych zainteresowań zajmuje bezpośredni kontakt z wiejskim dziedzictwem kulturowym, a zwłaszcza z tradycjami kulinarnymi, np. przy straganie Koła Gospodyń Wiejskich – oferującym regionalne potrawy, czy w gospodarstwie agroturystycznym – specjalizującym się w wytwarzaniu określonych produktów spożywczych.

Dzisiejszy turysta postrzega nowe miejsca nie tylko przez pryzmat walorów przyrodniczych i antropogenicznych, ale zauważa oraz zapamiętuje smaki i aromaty potraw, które są charakterystyczne dla odwiedzanego regionu lub miejscowości. Jakość i oryginalność specjałów kulinarnych przygotowywanych na tradycyjnych recepturach, z wykorzystaniem lokalnych produktów żywnościowych jest coraz częściej doceniana jako element promocji turystycznej regionu. Kulinaria stały się ogromną wartością dodaną w wyjazdach turystycznych, bo to dzięki nim podróż może stać się jeszcze bardziej niezwykłą. Kuchnia regionalna jest istotnym elementem wojaży turystycznych po nieodkrytych i nieznanach na szerszą skalę miejscach w Polsce. Stanowi okazję dla nowych doświadczeń kulinarnych, będąc inspiracją powrotów do miejsc i smaków, które zostawiły trwałe ślady w naszej świadomości.

Turystyka kulinarna jest obecnie jednym z kluczowych tematów motywujących do przyjazdu na obszary wiejskie. O jej sukcesie decyduje poznawczy charakter samej podróży, gdyż spożywając rozmaite potrawy i produkty, które są typowe dla danego miejsca – turyści poznają jednocześnie jego przyrodę, zabytki i kulturę. Polska wieś na tle innych krajów w Europie jest bardzo zasobna w regionalne tradycje kulinarne, a przede wszystkim jest właściwym miejscem do tworzenia na ich bazie oryginalnych produktów turystycznych, które prowadzą do ożywienia wiejskiego rynku turystycznego.

Reasumując dotychczasowe rozważania, należy stwierdzić, że turystyka kulinarna bardzo dynamicznie rozwija się i wzbogaca rynek atrakcji turystycznych na obszarach wiejskich. Odbywa się przede wszystkim przez podróżowanie szlakami związanymi z konkretnymi specjałami kulinarnymi, uczestniczeniem w oryginalnych imprezach kulinarnych, czy też zwiedzaniem muzeów skansenowskich, które w autentyczny i kompleksowy sposób ukazują turystom zagadnienia związane z ludowym dziedzictwem kulinarnym. Na wiejskim rynku turystycznym w Polsce, można oczekiwać, że w najbliższym czasie, będzie przybywać osób, które są zainteresowane poznawaniem „od kuchni” obszarów wiejskich. Regionalne czy wręcz lokalne dziedzictwo kulinarne jest szansą na rozwój miejscowej przedsiębiorczości oraz zachowanie kultury ludowej. Następujący powrót do tradycyjnych smaków, które wytwarzane są

na wsi w unikatowy sposób przyczynia się do zachowania tradycyjnych umiejętności kulinarnych, utrwalenia regionalnych zwyczajów żywieniowych, a przede wszystkim umocnienia kulinarnego wizerunku Polski na światowym rynku turystycznym.

## Literatura

- Balińska A., Siczko A, Zawadka J., 2013, *Wybrane problemy rozwoju turystyki*. Wyd. SGGW, Warszawa.
- Becker Ch., Steinecke A., 1997, *Kulturtourismus: Strukturen und Entwicklungsperspektiven*. Fern-Universität, Hagen.
- Biernacka E., 2013, *Muzea i skanseny rolnicze w służbie turystyki*. „Problemy Turystyki i Rekreacji”, nr 3, Wyd. Szkoła Główna Turystyki i Rekreacji w Warszawie, Warszawa.
- Borowska A., 2014, *Zróżnicowanie terytorialne regionalnego produktu turystycznego na przykładzie szlaków kulinarnych w Polsce*, [w:] *Turystyka i Rozwój Regionalny*, nr 1, A. Balińska (red.). Wyd. SGGW, Warszawa.
- Bosak W., 2008, *Wino i turystyka*. „Winiarz Zielonogórski”, nr 28-29.
- Buczkowska K., 2008, *Turystyka kulturowa. Przewodnik metodyczny*. Wyd. AWF im. E. Piaseckiego w Poznaniu, Poznań.
- Czarnecka-Skubina E., 2009, *Szlaki kulinarne. Turystyka kulinarna w Polsce*. „Przegląd Gastronomiczny”, nr 2.
- Czarnecka-Skubina E., Kozak J., 2010, *Turystyka kulinarna w Polsce i na świecie*. Zeszyty Naukowe „Turystyka i Rekreacja”, nr 5(1), Wyd. Wyższa Szkoła Turystyki i Języków Obcych w Warszawie, Warszawa.
- Dominik P., 2009, *Związki pomiędzy turystyką kulturową a podtrzymywaniem polskich tradycji kulinarnych*. „Turystyka i Rekreacja”, t. 11, nr 2, Wyd. AWF im. J. Piłsudskiego w Warszawie, Warszawa.
- Dominik P, Zadrożna D., 2014, *Szlak kulinarny jako produkt turystyczny*, [w:] *Szlaki kulinarne jako element turystycznej atrakcyjności regionu Mazowsze*, P. Dominik (red.). Wyd. Urząd Marszałkowski Województwa Mazowieckiego w Warszawie, Warszawa.
- Duda-Gromada K., 2013, *Bioturystyka w Polsce – charakterystyka zjawiska*. „Prace i Studia Geograficzne”, t. 52, Wyd. UW, Warszawa.
- Durydiwka M., 2013, *Turystyka kulinarna – nowy (?) trend w turystyce kulturowej*. „Prace i Studia Geograficzne”, t. 52, Wyd. UW, Warszawa.
- Furtek N., Krupa J., Czachara J., 2013, *Lokalne i tradycyjne produkty żywnościowe szansą zwiększenia atrakcyjności terenów wiejskich*, [w:] *Ochrona środowiska, krajobraz przyrodniczy i kulturowy Pogórza Dynowskiego a rozwój turystyki*, J. Krupa (red.). Wyd. Związek Gmin Turystycznych Pogórza Dynowskiego, Dynów.
- Gębica P., Krupa J., Niemiec W., Szpara K., Superson S., 2014, *Szlaki kulinarne jako produkt turystyczny – metody promocji*, [w:] *Nowoczesne metody i narzędzia wsparcia w rozwoju małych destynacji turystycznych*, J. Krupa (red.). Wyd. Związek Gmin Turystycznych Pogórza Dynowskiego, Dynów.
- Gonia A., 2011, *Nowy produkt turystyki kulinarnej w Dolinie Dolnej Wisły. Przykład „Święta Śliwki” w Strzelcach Dolnych*, [w:] *Turystyka okolic Bydgoszczy*, M. Dombrowicz (red.).

- „Promotio Geographica Bydgosiensia”, t. V, Wyd. Uniwersytet Kazimierza Wielkiego w Bydgoszczy, Bydgoszcz.
- Hall C. M., Mitchell R., 2000, *We Are what We Eat: Food, Tourism and Globalization*. „Tourism Culture and Communication”, t. 2 (1).
- Hall C. M., Sharples L., 2003, *The Consumption of Experiences or Experience of Consumption? An Introduction to the Tourism of Taste*, [w:] *Food Tourism around the World. Development, Management and Markets*, C. M. Hall, L. Sharples, R. Mitchell, N. Macionis, B. Cambourne (red.). Butterworth-Heinemann, Oxford – Burlington.
- Ignatov E., 2003, *The Canadian Culinary Tourists: How Well We Do Know Them?* University of Waterloo, Waterloo.
- Iwan B., 2013, *Kulturowe uwarunkowania regionalnej kuchni świętokrzyskiej*, [w:] *Kulturowe uwarunkowania żywienia w turystyce*, H. Makala (red.). Wyd. Wyższa Szkoła Turystyki i Języków Obcych w Warszawie, Warszawa.
- Jęczmyk A., Tworek N., 2009, *Wpływ produktów regionalnych na atrakcyjność turystyczną obszarów wiejskich*. „Roczniki Naukowe Stowarzyszenia Ekonomistów Rolnictwa i Agrobiznesu”, t. XI, z. 4, Warszawa-Poznań- Olsztyn.
- Jęczmyk A., Sammel A., 2012, *Ochrona tradycyjnych produktów regionalnych jako czynnik rozwoju turystyki kulinarnej*, [w:] *Ekonomiczne Problemy Turystyki*, nr 4(20), B. Meyer (red.). Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, nr 738, Szczecin.
- Kasperska E., 2011, *Muzea etnograficzne na wolnym powietrzu a ich wartość marketingowa dla regionu*, [w:] *Marketing Przyszłości. Trendy. Strategie. Instrumenty. Wybrane aspekty marketingu terytorialnego*, A. Smalec, G. Rosa (red.). Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, nr 663, „Ekonomiczne Problemy Usług”, nr 75, Wyd. Uniwersytet Szczeciński, Szczecin.
- Kosmaczewska J., 2008, *Turystyka piwna jako nowy przejaw aktywności turystycznej w Polsce*, [w:] *Współczesne tendencje w rekreacji i turystyce*, W. Siwiński, R. Tauber, E. Mucha-Szajek (red.). Wyd. Wyższa Szkoła Hotelarstwa i Gastronomii w Poznaniu, Poznań.
- Kowalczyk A., 2005, *Turystyka kulinarna – ujęcie geograficzne*. „Turyzm”, nr 15/1-2, Wyd. UŁ, Łódź.
- Kowalczyk A., 2008a, *Turystyka kulinarna jako element turystyki kulturowej*. Rocznik Naukowy Wyższej Szkoły Turystyki i Rekreacji im. M. Orłowicza w Warszawie, t. 7, Warszawa.
- Kowalczyk A., 2008b, *Współczesna turystyka kulturowa: między tradycją a nowoczesnością*, [w:] *Turystyka kulturowa (spojrzenie geograficzne)*, A. Kowalczyk (red.). Geografia Turyzmu, t. 1, Wyd. UW, Warszawa.
- Kowalczyk A., 2011, *Turystyka kulinarna jako potencjalny czynnik rozwoju lokalnego i regionalnego*. „Turystyka i Rekreacja”, t. 7, Wyd. AWF im. J. Piłsudskiego w Warszawie, Warszawa.
- Krupa J., 2014, *Regionalne produkty żywnościowe atrakcją turystyki kulinarnej*, [w:] *Wpływ zasobów przyrodniczych oraz dziedzictwa kulturowego, kulinarnego i przemysłowego na atrakcyjność turystyczną regionu Karpaty – Podkarpacie – Rostocze*, J. Rak (red.). Wyd. Muzeum Regionalne w Brzozowie, Brzozów.
- Long L. M., 1998, *Culinary Tourism: A Folkloristic Perspective on Eating and Otherness*. „Southern Folklore”, t. 55.
- Long L. M., 2004, *Culinary Tourism*. The University Press of Kentucky, Lexington.
- Majewski J., 2008, *Turystyka kulinarna i kreowanie marki obszaru*, Rocznik Naukowy Wyższej Szkoły Turystyki i Rekreacji w Warszawie, t. VII, Warszawa.

- Makała H., 2014, *Kultura żywieniowa a turystyka – obszary wspólnych zainteresowań*. Zeszyty Naukowe „Turystyka i Rekreacja”, nr 13(1), Wyd. Wyższa Szkoła Turystyki i Języków Obcych w Warszawie, Warszawa.
- Matusiak A., 2009, *Turystyka kulinarna*, [w:] *Współczesne formy turystyki kulturowej*, t. 1, K. Buczkowska, A. Mikos von Rohrscheidt (red.). Wyd. AWF im. E. Piaseckiego w Poznaniu, Poznań.
- Mika M., 2007, *Formy turystyki poznawczej*, [w:] *Turystyka*, W. Kurek (red.). Wyd. PWN, Warszawa.
- Mikos von Rohrscheidt A., 2008, *Turystyka kulturowa. Fenomen, potencja. Perspektywy*. Wyd. Gnieźnieńskiej Wyższej Szkoły Humanistyczno-Menedżerskiej Milenium, Gniezno.
- Myśliwiec R., 2006, *Enoturystyka – szlakiem winnic*. Wyd. Polski Instytut Winorośli, Kraków.
- Orłowski D., Woźniczko M., 2007, *Edukacyjne znaczenie skansenów w propagowaniu tradycji kulinarnych w turystyce wiejskiej*, [w:] *Turystyka wiejska a edukacja – różne poziomy, różne wymiary*, J. Sikora (red.). Wyd. AR im. A. Cieszkowskiego w Poznaniu, Poznań.
- Orłowski D., Woźniczko M., 2011, *Komersyjne wydarzenia promocyjne na rzecz zachowania dziedzictwa kulinarnego w turystyce wiejskiej*, [w:] *Turystyka wiejska na drodze do komercjalizacji*, C. Jastrzębski (red.). Wyd. Wyższa Szkoła Ekonomii i Prawa w Kielcach, Kielce.
- Orłowski D., Woźniczko M., 2014, *Turystyka kulinarna, czyli wędrówki po smakach regionów*, [w:] *Smaki regionów. Dziedzictwo kulinarne w muzeach na wolnym powietrzu*, S. Klein-Wrońska (red.). „Biuletyn Stowarzyszenia Muzeów na Wolnym Powietrzu w Polsce”, nr 14, Wyd. Stowarzyszenie Muzeów na Wolnym Powietrzu w Polsce w Toruniu, Wdzydze Kiszewskie.
- Sala J., 2012, *Szlaki żywnościowe i ich rola na rynku turystycznym*, [w:] *Konsument usług turystycznych i żywieniowych*, D. Kołożyn-Krajewska (red.). Wyd. Wyższa Szkoła Hotelarstwa i Turystyki w Częstochowie, Częstochowa.
- Sieczko A., 2009, *Turystyka kulinarna a smak regionu*, [w:] *Turystyka szansą wypoczynku i rozwoju regionów*, *Handel Wewnętrzny* – numer specjalny, J. Witek, E. Marszałek (red.). Wyd. Instytut Badań Rynku, Konsumpcji i Koniunktur w Warszawie, Warszawa.
- Sitnicki J., 2007, *Turystyka kulinarna – czy zawita do Polski*. „Rynek Turystyczny”, nr 3.
- Stasiak A., 2007, *Gastronomia jako produkt turystyczny*. „Turystyka i Hotelarstwo”, nr 11, Wyd. Wyższa Szkoła Turystyki i Hotelarstwa w Łodzi.
- Twarogowska-Wielesik I., Zaremba R., 2011, *Turystyczne szlaki kulturowe promujące dziedzictwo kulinarne Podlasia*, [w:] *Związki polskiego dziedzictwa kulturowego z turystyką*, D. Orłowski, J. Wyleżalek (red.). Wyd. Wyższa Szkoła Turystyki i Języków Obcych w Warszawie, Warszawa.
- Widawski K., 2011, *Wybrane elementy dziedzictwa kulturowego środowiska wiejskiego – ich wykorzystanie w turystyce na przykładzie Hiszpanii i Polski*. „Rozprawy Naukowe” Instytutu Geografii i Rozwoju Regionalnego UW, nr 17, Wyd. UW, Wrocław.
- Wolf E., 2004, *Culinary Tourism: a Tasty Economic Proposition*. International Culinary Tourism Association, Portland.
- Woźniczko M., Orłowski D., 2009, *Szlak Oscypkowy jako nowy produkt turystyczny Podhala*, [w:] *Konkurencyjność produktów turystycznych*, M. Jalinik (red.). Wyd. Politechniki Białostockiej, Białystok.
- Woźniczko M., Orłowski D., 2010, *Etnografia i jej znaczenie w kształtowaniu współczesnej turystyki kulinarnej w Polsce*, [w:] *Turystyka kulturowa a regiony turystyczne w Polsce*,

- D. Orłowski, E. Puchnarewicz (red.). Wyd. Wyższa Szkoła Turystyki i Języków Obcych w Warszawie, Warszawa.
- Woźniczko M., Orłowski D., 2011, *Szlaki kulinarne komponentem wiejskiego produktu turystycznego*, [w:] *Turystyka wiejska na drodze do komercjalizacji*, C. Jastrzębski (red.). Wyd. Wyższa Szkoła Ekonomii i Prawa w Kielcach, Kielce.
- Woźniczko M., Orłowski D., 2014, *Plenerowe imprezy kulinarne w muzeach skansenowskich jako element uatrakcyjniający ofertę turystyczną obszarów wiejskich*, [w:] *Infrastruktura okołoturystyczna jako element wzbogacający ofertę obszarów wiejskich*, C. Jastrzębski (red.). Wyd. Wyższa Szkoła Ekonomii, Prawa i Nauk Medycznych w Kielcach, Kielce.
- Wysokińska B., 2014, *Elementy historyczne w tworzeniu i rozwoju szlaków kulinarnych Mazowsza*, [w:] *Szlaki kulinarne jako element turystycznej atrakcyjności regionu Mazowsze*, P. Dominik (red.). Wyd. Urząd Marszałkowski Województwa Mazowieckiego w Warszawie, Warszawa.
- Zabrocki R., 2005, *Żywność w agroturystyce jako forma prezentowania dziedzictwa kulturowego polskiej wsi*. Prace Komisji Nauk Rolniczych i Biologicznych, XLIII, Bydgoskie Towarzystwo Naukowe, Prace Wydziału Nauk Przyrodniczych, Seria B, nr 57, Bydgoszcz.

**Strony Internetowe:**

[www.culinarytourism.org](http://www.culinarytourism.org), 20.03.2015.

[www.worldfoodtravel.org](http://www.worldfoodtravel.org), 20.03.2015.