

Alicja Gonia, Nowy produkt turystyki kulinarnej w dolinie dolnej Wisły. Przykład „Święta śliwki” w Strzelcach Dolnych, A new culinary tourist product in the Valley of the Lower Vistula. The example of the “Plum Festival” in Strzelce Dolne. 2013;3(14), 310-319. ISSN 1429-9623 / 2300-665X.

The journal has had 5 points in Ministry of Science and Higher Education of Poland parametric evaluation. Part B item 1107. (17.12.2013).

© The Author (s) 2013:

This article is published with open access at License Open Journal Systems of Radom University in Radom, Poland

Open Access. This article is distributed under the terms of the Creative Commons Attribution Noncommercial License which permits any noncommercial use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original author(s) and source are credited. This is an open access article licensed under the terms of the Creative Commons Attribution Non Commercial License

(<http://creativecommons.org/licenses/by-nc/3.0/>) which permits unrestricted, non commercial use, distribution and reproduction in any medium, provided the work is properly cited.

This is an open access article licensed under the terms of the Creative Commons Attribution Non Commercial License (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc/3.0/>) which permits unrestricted, non commercial use, distribution and reproduction in any medium, provided the work is properly cited.

**Conflict of interest: None declared. Received: 16.10.2013. Revised: 14.11.2013. Accepted: 20.12.2013.**

*Oryginalny tekst stanowi rozdział w monografii: „Turystyka okolic Bydgoszczy”, red. Maria Dombrowicz, wyd. Promotio Geographica Bydostiensia, UKW Bydgoszcz, 2011, s. 69-82, ISBN 978-83-7096-778-9*

## **NOWY PRODUKT TURYSTYKI KULINARNEJ W DOLINIE DOLNEJ WISŁY. PRZYKŁAD „ŚWIĘTA ŚLIWKI” W STRZELCACH DOLNYCH**

A new culinary tourist product in the Valley of the Lower Vistula. The example of the “Plum Festival” in Strzelce Dolne

**Alicja Gonia**

Uniwersytet Kazimierza Wielkiego

### **Streszczenie:**

Artykuł wskazuje na nowy rodzaj turystyki związany z tradycyjnym produktem w postaci powideł śliwkowych. Na przykładzie wyników badań ankietowych przeprowadzonych w Strzelcach Dolnych podczas festynu promującego powidła śliwkowe starano się poznać, jakie znaczenie dla przybywających na festyn ma tradycyjny produkt w postaci powideł śliwkowych oraz jaką specyfiką odznacza się festyn. Czy udział w „Święcie Śliwki” ma charakter turystyki kulinarnej czy turystyki rozrywkowej.

**Słowa kluczowe:** turystyka kulinarna, produkt turystyczny, szlak tematyczny, Dolina Dolnej Wisły, powidła śliwkowe, „Święto Śliwki”.

### **Wprowadzenie**

Obok tradycyjnych walorów przyrodniczych i antropogenicznych coraz większą rolę jako atrakcje turystyczne mają imprezy kulturowe. Zalicza się je najczęściej do grupy walorów antropogenicznych (Kruczek 2003, Liszewski 2003, Mika 2007) lub do walorów wydarzeń (Kaczmarek i in. 2005, 2006). Wszelkiego rodzaju imprezy kulturowe stają się coraz częściej swoistą wizytówką niektórych obiektów, miast czy regionów, przyczyniając się do wzrostu ich popularności. Typowymi przykładami z regionu kujawsko-pomorskiego jest Festyn Archeologiczny w Biskupinie czy Walentynki Chełmińskie w Chełmnie, które spowodowały bardzo wyraźne „ożywienie” tych miejsc. Coraz bardziej popularnymi stają się również miejscowości, w których odbywają się imprezy o charakterze kulinarnym, jak Gruczno z „Festiwałem Smaku” czy liczne miejscowości położone w Dolinie Dolnej Wisły, w których w okresie od września do października odbywa się tradycyjne smażenie powideł śliwkowych. Spoza województwa kujawsko-pomorskiego, innymi przykładami imprez związanych z kulinarnymi tradycjami są m.in.: „Chmielaki” w Krasnymstawie z atrakcjami piwowarskimi, winobranie w Zielonej Górze czy miodobranie kurpiowskie w Myszynie. Obchodzi się również święta truskawek („Święto Truskawki” w podlaskim Korycinie), święta cebuli („Cebulowe Dożynki” w Grabowie koło Łęczycy), święta ziemniaków („Święto Ziemniaka” w Mońkach w woj. podlaskim) oraz grzybów („Święto Podgrzybka” i „Mistrzostwa Świata w Grzybobraniu” w Międzyzdrojach). Najbogatszymi w Polsce regionami pod względem tradycji kulinarnych są Podlasie, Mazury, Kaszuby, Wielkopolska,

Kurpie, Podhale, Śląsk, Roztocze i Suwalszczyzna, a za sprawą zarejestrowania na Liście Produktów Tradycyjnych<sup>1</sup> powideł i miodów, dołączył do nich również kujawsko-pomorski region Doliny Dolnej Wisły. Rejestracja i promocja tych produktów spowodowała pojawienie się w regionie nowego rodzaju turystyki, którym jest turystyka kulinarna. Jak podaje M. Mika (2008), pod pojęciem turystyki kulinarnej rozumie się podróże, których głównym motywem jest pragnienie doświadczenia smaku określonego, szczególnego rodzaju potraw bądź produktów, które są regionalnymi specyfikami (np. wina czy sery), a także degustacja wyszukanych potraw przyrządzonych przez wybitnych i uznanych szefów kuchni, serwowanych zazwyczaj w drogich i ekskluzywnych restauracjach. Niektórzy określają tę turystykę również jako gastronomiczną (Różycki 2006). Na obszarach wiejskich turystyka kulinarna rozwija się w regionach i miejscowościach specjalizujących się w wytwarzaniu określonych produktów rolnych lub znanych z tradycji kulinarnych. Turystyka ta polega na degustacji określonych potraw połączonej często z ich zakupem i odbywa się najczęściej w przystosowanym do tego celu gospodarstwie rolnym, zakładzie wytwórczym lub podczas organizowanych celowo festiwali kulinarnych i giełd lokalnych towarów (Mika 2007). Jak twierdzi P. Różycki (2006) turystyka kulinarna to nowa i wciąż dynamicznie rozwijająca się forma turystyki, którą warto wyodrębnić jako osobne zjawisko, choć dostrzega się jej związki z turystyką krajoznawczą i kulturalną.

Podkreślić należy, iż turystyka kulinarna spełnia w regionie ważne funkcje społeczne i ekonomiczne, bowiem do wyrobu tradycyjnych produktów angażuje społeczność lokalną i często z nieatrakcyjnych regionów (z tradycyjnego punktu widzenia) czyni obszary popularne na skalę lokalną, regionalną czy nawet krajową i międzynarodową. Stąd jej rozwój jest bardzo pożądany, zwłaszcza na terenach, na których nie ma warunków do tradycyjnego wypoczynku (w postaci czystych wód, lasów) czy krajoznawstwa przyciągającego na dany obszar licznych turystów. Turystyka kulinarna wywiera również pozytywny wpływ na zachowanie krajobrazu kulturowego, jej rozwój jest więc szansą kreowania i poprawy wizerunku miejscowości i regionu.

Rozwojowi tego rodzaju turystyki sprzyjają tematyczne szlaki kulinarne łączące obiekty związane z produkcją, przetwórstwem i dystrybucją określonych dóbr (win, serów, czosnku, oliwy, piwa, jabłek, alkoholi, tytoniu i in.). Przykładem tematycznego szlaku na terenie kraju jest m.in. „Małopolski Szlak Owocowy” utworzony w obszarze skoncentrowanych upraw owoców (Idziak 2004).

Celem artykułu jest zwrócenie uwagi na nowy rodzaj turystyki powstały w Dolinie Dolnej Wisły, którym jest turystyka kulinarna. Informacje na ten temat zebrano wykonując badania ankietowe podczas „Święta Śliwki” odbywającego się w miejscowości Strzelce Dolne koło Bydgoszczy. Celem badań było uzyskanie podstawowych informacji na temat specyfiki odwiedzających tego rodzaju imprezę oraz poznanie ich opinii na temat znaczenia tradycyjnych produktów żywnościowych i samego święta (zwanego zamiennie w artykule festiwalem lub imprezą). Starano się również dociec, czy impreza „Święto Śliwki” promująca

---

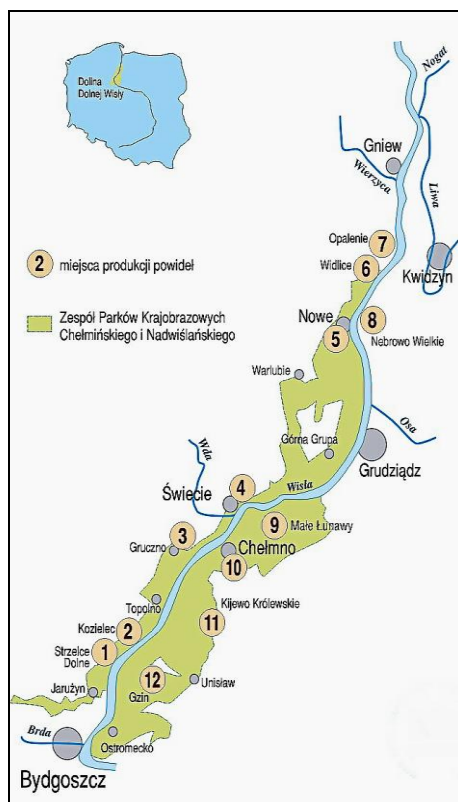
<sup>1</sup> W związku z wejściem w życie ustawy z dnia 17 grudnia 2004 roku o rejestracji i ochronie nazw i oznaczeń produktów rolnych i środków spożywczych oraz o produktach tradycyjnych (Dz. U. z 2005 r. Nr 10, poz.68), Ministerstwo Rolnictwa i Rozwoju Wsi wprowadziło listę Produktów Tradycyjnych. Produkty podzielone zostały na dziesięć kategorii. Podstawą wpisu produktu na Listę jest jakość lub wyjątkowe cechy i właściwości wynikające ze stosowania tradycyjnych metod produkcji wykorzystywanych od co najmniej 25 lat. Nazwy produktów mogą, ale nie muszą być specyficzne same w sobie lub też wyrażać specyficzny charakter produktu. O wpis produktu na Listę Produktów Tradycyjnych mogą wystąpić osoby fizyczne, osoby prawne oraz jednostki organizacyjne nie posiadające osobowości prawnej, wytwarzające dany produkt rolny lub środek spożywczy. Do końca 2008 r. w woj. kujawsko-pomorskim zarejestrowanych było 16 produktów (dla przykładu w woj. lubuskim zarejestrowanych było 7 produktów, a w woj. śląskim 100 produktów) (www.minrol.gov.pl).

miejsca wytwarzania powideł w większym stopniu ma charakter turystyki kulinarnej, czy raczej trzeba mówić o niej w kontekście nowej przestrzeni rekreacyjnej mieszkańców określonego obszaru.

### **Podstawy rozwoju turystyki kulinarnej w regionie**

Rozwojowi turystyki kulinarnej w regionie kujawsko-pomorskim, konkretnie w Dolinie Dolnej Wisły, sprzyjają liczne sady śliwowe, które ze względu na specyficzny mikroklimat, zakładane tu były już kilkaset lat temu. W XX w. wraz z modą na nowoczesne niskopienne drzewa, wiele starych odmian drzew zostało wyciętych. W celu ochrony starych odmian drzew owocowych, wartościowych ze względu na smak, odporność i walory krajobrazowe w 1996 r., na terenie ówczesnego Parku Krajobrazowego Doliny Dolnej Wisły (obecnie Zespołu Parków Krajobrazowych Chełmińskiego i Nadwiślańskiego) zaczęto realizować program ochrony starych odmian drzew owocowych (Idziak 2004). W 2001 r. program ten poszerzony został o odtwarzanie tradycyjnych metod przetwórstwa owoców, w tym zwłaszcza śliwek. W tradycyjne smażenie powideł, polegające na kilkunastogodzinnym smażeniu ich nad ogniskiem w miedzianych (kuprowych) kotłach bez dodatku cukru, zaczęło włączać się coraz więcej nadwiślańskich miejscowości. Sytuacja ta miała miejsce głównie za sprawą działań Towarzystwa Przyjaciół Dolnej Wisły – organizacji pozarządowej działającej na tym terenie od 1997 r. Jak pokazuje załączony rysunek, miejscowości, w których reaktywowano smażenie powideł, układają się wzdłuż lewego i prawego brzegu Wisły od Strzelec Dolnych pod Bydgoszczą po miejscowość Opalenie w woj. pomorskim. Kilkanaście rodzajów powideł śliwkowych z Doliny Dolnej Wisły, wytwarzanych w różnych miejscowościach zlokalizowanych w większości na obszarze Zespołu Parków Krajobrazowych Chełmińskiego i Nadwiślańskiego, sprzyja utworzeniu turystycznego szlaku prezentującego tradycyjne sady oraz miejsca przetwórstwa śliwek, a przy okazji piękno Doliny Dolnej Wisły.

Kolejnym etapem kreowania nowego produktu turystycznego było zorganizowanie kulinarnych festynów o lokalnych nazwach, takich jak: „Biesiada Królewska w Kiełpiu”, „Spotkania Śliwkowe w Nowem” czy „Święto Powideł Nebrowskich” w Nebrowie. Spośród tych miejscowości, największe rzesze ludzi przybywają do Strzelec Dolnych, które jako pierwsze przyjęły formę promocji tradycyjnych powideł śliwkowych za pomocą festynu kulinarnego. Zaznaczyć należy, iż oferta imprezy w Strzelcach Dolnych jest bardzo szeroka i obok smażenia powideł w tradycyjnych kotłach oraz możliwości zakupu i skosztowania powideł strzeleckich oraz innych wyrobów przygotowywanych na bazie śliwek, obejmuje również dodatkowe atrakcje w postaci występów, konkursów i pokazów, którymi są przykładowo występy szczudlarzy, kowbojów, konkursy żniwiarskie, pokazy sztucznych ogni, parady zabytkowych traktorów, rejsy statkiem po Wiśle, przejażdżki konne, przejażdżki quadami, wystawy gołębi. Do dyspozycji uczestników festynu są również gastronomia i ogródki piwne, a z atrakcji dla dzieci: dmuchane zamki i karuzele.



Rys. 1. Lokalizacja miejscowości, w których reaktywowano smażenie powideł metodą tradycyjną

1. Strzelce Dolne (Powidła Strzeleckie), 2. Koźmiel (Powidła Koźmieckie), 3. Gruczno (Powidła Gruczeńskie), 4. Świecie (Świeckie Powidła), 5. Nowe (Powidła z Nowego), 6. Widlice (Powidła śliwkowe z Widlic), 7. Opalenie (Powidła Opaleńskie), 8. Nebrowo Wielkie (Powidła Nebrowskie), 9. Małe Łunawy (Powidła z Małych Łunaw), 10. Chełmno (Powidła Chełmińskie), 11. Kijewo Królewskie (Powidła Królewskie), 12. Gzin (Powidła Gzińskie).

### Wyniki badań ankietowych

W dniach 03-04.09.2005 r. podczas trwania festynu w Strzelcach Dolnych wykonano badania sondażowe z 200 respondentami, stanowiącymi około 2% wszystkich przybyłych na festyn (na podstawie dokonanego pomiaru, oceniono liczbę uczestników festynu na ok. 10 tys. osób), przy czym do analizy zakwalifikowano 176 poprawnie wypełnionych kwestionariuszy składających się z 10 pytań o charakterze otwartym, dotyczących m.in. analizy częstotliwości uczestnictwa w festynie, motywów przybycia, rodzaju zakupionych na festynie produktów czy znajomości innych powideł wytwarzanych w Dolinie Wisły (zał. nr 1). Badania ankietowe wykazały, iż wśród respondentów przeważały kobiety (61%) i osoby z wykształceniem wyższym (59%). Wiek ankietowanych był raczej wyrównany, najmniej liczną grupę stanowiły osoby powyżej 65 roku życia (6%), największą - osoby młode do 25 roku życia (37%), następnie osoby w wieku od 26 do 45 lat (32%) i starsze, w wieku od 46 do 65 lat (24%). Uczestnicy przybywali najczęściej na festyn w gronie rodzinnym (64%) oraz w gronie znajomych i przyjaciół (32%), indywidualne przyjścia należały do rzadkości (4%).

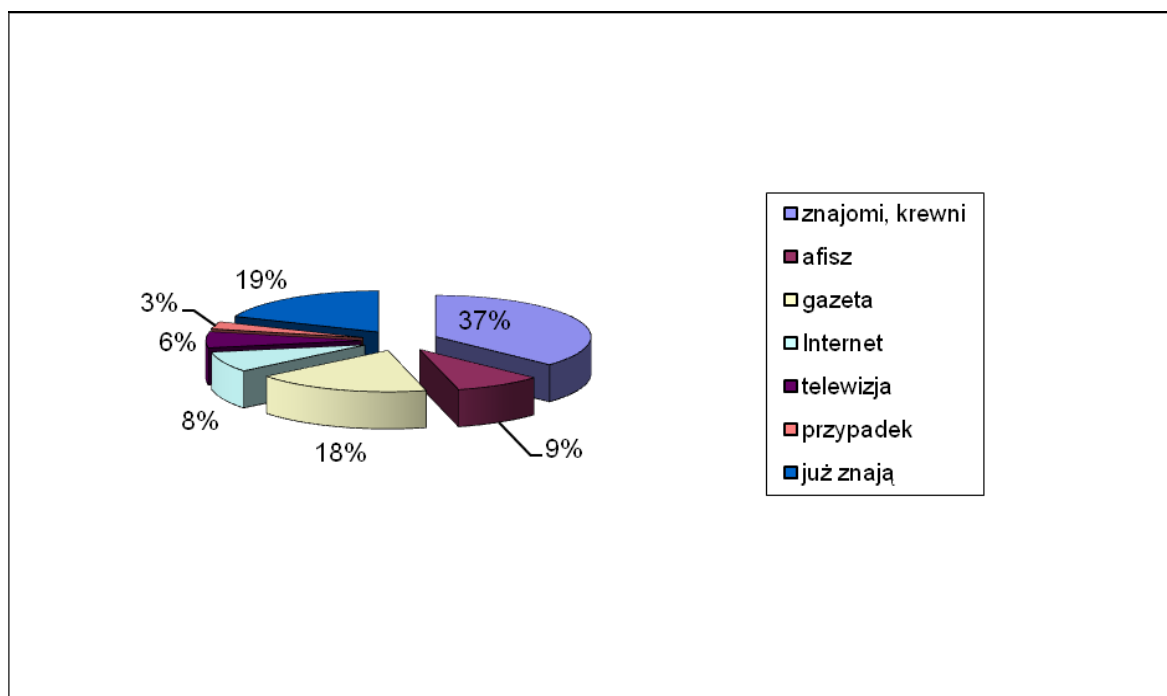
Analiza miejsc pochodzenia respondentów wykazała, iż festyn ma głównie charakter lokalny i służy w szczególności mieszkańcom Bydgoszczy (67%) oraz powiatu bydgoskiego (20%) (tab. 1). Niewielkie udziały mieli mieszkańcy powiatu świeckiego (6%) oraz osoby pochodzące z innych województw (3%). Na taki zakres przestrzenny wpływ mają formy promocji festynu którymi, jak wykazały badania, dla większości respondentów są przekazy ustne od znajomych i krewnych (37%) oraz informacje z lokalnych gazet (18%). Pozostałe źródła informacji, takie jak afisz, Internet, telewizja i radio, miały już zdecydowanie mniejsze

znaczenie. Spora liczba respondentów deklarowała także wcześniejszą znajomość imprezy (19%) (rys. 2).

Tab. 1. Pochodzenie respondentów – uczestników „Święta Śliwki”

| powiaty               | liczba | %   |
|-----------------------|--------|-----|
| aleksandrowski        | 1      | 1   |
| bydgoski              | 35     | 20  |
| Bydgoszcz             | 118    | 67  |
| mogileński            | 1      | 1   |
| nakielski             | 2      | 1   |
| świecki               | 10     | 6   |
| toruński              | 3      | 2   |
| pozostałe województwa | 6      | 3   |
| ogółem                | 176    | 100 |

Źródło: opracowanie własne



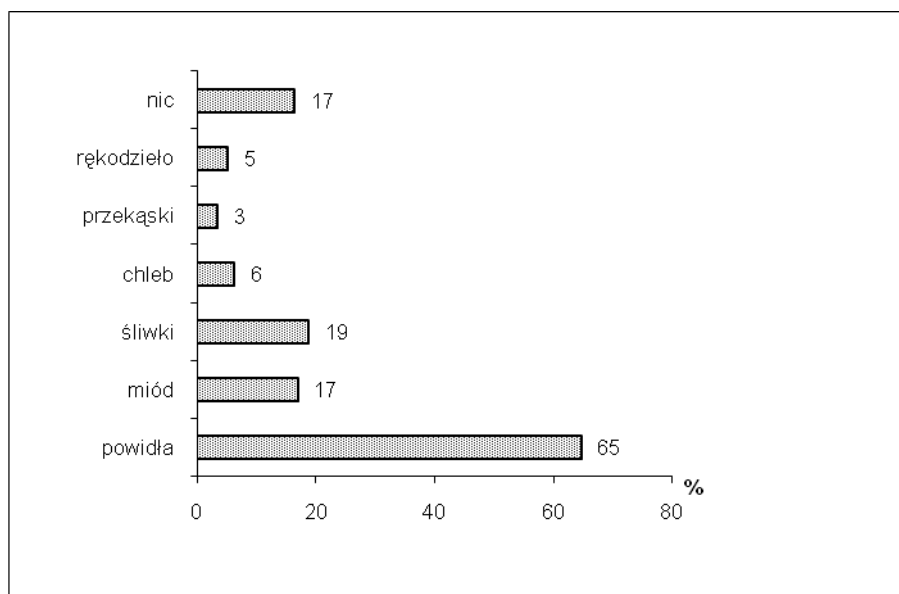
Rys. 2. Źródła informacji o festynie w Strzelcach Dolnych

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań sondażowych)

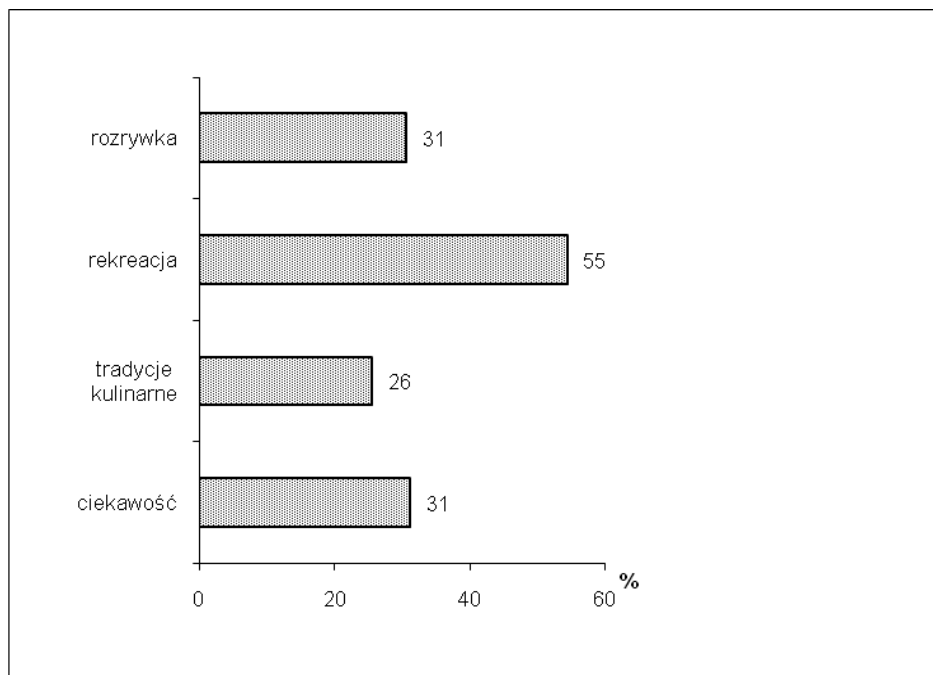
O popycie na turystykę kulinarną świadczą m.in. odpowiedzi respondentów dotyczące częstotliwości odwiedzin „Święta Śliwki” oraz innych festynów kulinarnych organizowanych w Dolinie Dolnej Wisły. Jak wykazały badania, większość z ankietowanych była na festynie po raz pierwszy (56%) lub drugi (22%). Tylko nielicznych można było nazwać stałymi bywalcami imprezy, wśród których znalazły się osoby biorące w nim udział po raz trzeci (8%), czwarty (6%) i piąty (8%). Niemalże wszyscy deklarowali jednak chęć ponownego przybycia na imprezę (93%), a tylko 7% stanowiły głosy niezdecydowane. Wskazuje to na celowość organizowania imprez tego typu. Znacznie mniejsze zainteresowanie wykazali natomiast respondenci imprezami kulinarnymi odbywającymi się w innych miejscowościach Doliny Dolnej Wisły, bowiem niemal połowa ankietowanych (43%) nie wiedziała o istnieniu innych festynów. Zbadano również, jakie inne rodzaje powideł wywarzanych w Dolinie

Dolnej Wisły są respondentom znane, a wyniki ukazały, iż poza powidłami strzeleckimi, uczestnicy festynu znają powidła świeckie oraz powidła z miejscowości położonych blisko Bydgoszczy: Gzina, Kozielca i Chełmna. Zdecydowana większość respondentów (82%) nie znała żadnych innych regionalnych rodzajów powideł.

Poprzez pytanie o konkretne produkty kupowane podczas festynu sprawdzono, jaki odsetek klientów jest konkretnie zainteresowany produktem tradycyjnym w postaci smażonych powideł. Okazało się, iż oprócz kupowanych przez respondentów tradycyjnych powideł (65%), w dużej mierze uczestnicy zainteresowani są kupnem innych kulinarnych tradycyjnych wyrobów, głównie miodów (17%), śliwek (19%) i chleba (6%). Powodzenie miały również wyroby spoza grupy kulinariów, w tym w szczególności wyroby rękodzieła ludowego w postaci ceramiki i wikliny (5%) (rys. 3). I choć większość respondentów deklarowała duże zainteresowanie produktami tradycyjnymi, to okazuje się, iż ponad połowa badanych (55%) wskazała, że głównym motywem przyjscia na „Święto Śliwki” jest rekreacja. Ponieważ respondenci podawali najczęściej więcej niż jeden cel przybycia, około 1/3 respondentów wskazała również na rozrywkę i zaspokojenie ciekawości związanej zarówno z produktami tradycyjnymi, jak i z innymi atrakcjami imprezy. Realnie zainteresowanych tradycjami kulinarnymi była niewielka grupa respondentów obejmująca nieco ponad ¼ klientów (rys. 4).



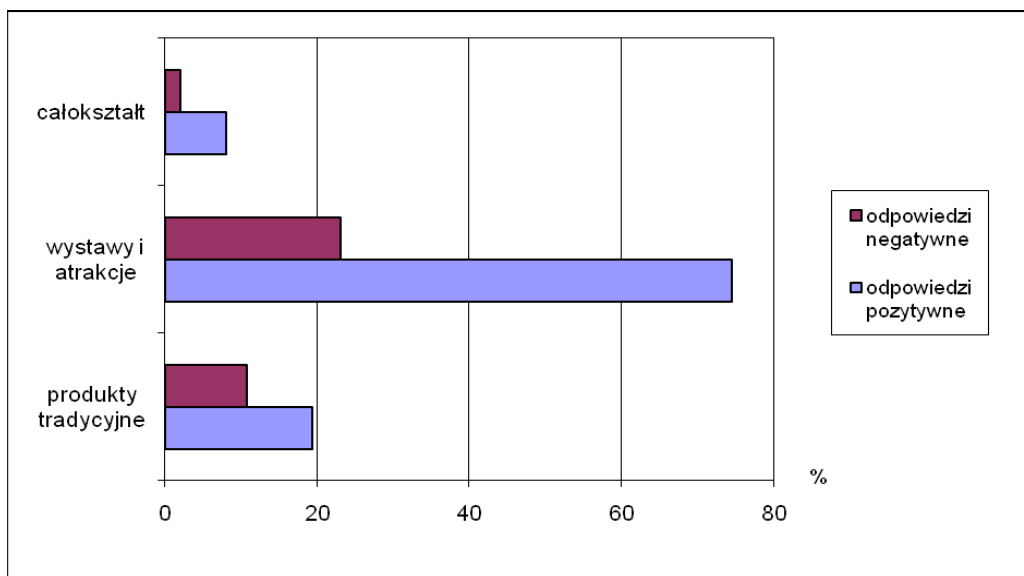
Rys. 3. Rodzaje produktów kupowanych na festynie kulinarnym w Strzelcach Dolnych (odsetki nie sumują się do 100, ponieważ podawano najczęściej więcej niż jedną odpowiedź)



Rys. 4. Motywy przybycia na festyn kulinarny w Strzelcach Dolnych (odsetki nie sumują się do 100, ponieważ podawano najczęściej więcej niż jedną odpowiedź)

Przeważający cel rekreacyjny i rozrywkowy przybyłych na festyn potwierdzają odpowiedzi dotyczące cech pozytywnych i negatywnych imprezy. Wskazują one, iż elementem, który najbardziej podobał się uczestnikom były różnego rodzaju wystawy i atrakcje (74%) i w znacznie mniejszym stopniu tradycyjne produkty (19%). Negatywne oceny dotyczyły natomiast niedostatku wystaw i atrakcji oraz niedostatecznej oferty produktów regionalnych. Tylko 2% respondentów negatywnie oceniło całą imprezę (rys. 5).

Ostatnim elementem badań ankietowych było dokonanie przez respondentów oceny festynu pod kątem jego organizacji i promocji. Za kryteria oceny przyjęto całą organizację imprezy, jakość wystaw i nagłośnienie. Ogólnie impreza została oceniona przez ankietowanych pozytywnie, w przeważającej mierze jako dobra (44%) i bardzo dobra (37%), co świadczy o dużym zadowoleniu respondentów z pobytu na festynie. Najwyższą punktację uzyskała organizacja imprezy, którą oceniono głównie jako dobrą (45%) i bardzo dobrą (49%). Nie gorzej oceniona została też jakość wystaw, choć tu nad bardzo dobrymi, przeważały oceny dobre (52%). Najslabiej oceniono nagłośnienie imprezy, w przeważającej mierze jako dobre (34%) i przeciętne (32%) (tab. 2).



Rys. 5. Cechy pozytywne i negatywne „Święta Śliwki” w Strzelcach Dolnych w opinii uczestników (źródło: opracowanie własne)

Tab. 2. Ocena imprezy pod kątem organizacji, wystaw i nagłośnienia

| stopnie oceny | organizacja | wystawy | nagłośnienie | ogółem |
|---------------|-------------|---------|--------------|--------|
| słaba         | 0%          | 1%      | 11%          | 4%     |
| przeciętna    | 6%          | 8%      | 32%          | 15%    |
| dobra         | 45%         | 52%     | 34%          | 44%    |
| bardzo dobra  | 49%         | 39%     | 22%          | 37%    |

Źródło: opracowanie własne

## Wnioski

Pojawienie się w ostatnich latach licznych imprez promujących tradycyjne produkty kulinarne, jak i z drugiej strony znaczny popyt na nie, wyraźnie wskazują, iż znacząco wzrasta zainteresowanie sprawami jakości spożywanych posiłków oraz sposobami ich przyrządzania. Powoduje to powstawanie nowego zjawiska określanego mianem turystyki kulinarnej. Wydaje się jednak, iż festyn w Strzelcach Dolnych spełnia nieco inną funkcję niż zamierzona. Głównym odbiorcą imprezy są mieszkańcy Bydgoszczy w przeważającej mierze młodzi, do 45 roku życia o wykształceniu wyższym, przybywający tu najczęściej w gronie rodziny, dla których pobyt na imprezie ma jednak głównie charakter rekreacyjny. Respondenci wykazali wprawdzie zainteresowanie tradycyjnym produktem, dla promocji którego impreza została zorganizowana, ale niemal każdy z nich jako główny cel przybycia wskazał rekreację i rozrywkę oraz zainteresowanie innymi oferowanymi atrakcjami. Pojawia się więc pytanie, jakiemu celowi służy Święto Śliwki. Impreza ta w swoim zamierzeniu powinna niewątpliwie promować region za pomocą produktu turystycznego w postaci powideł śliwkowych, które mogłyby stać się wizytówką obszaru Dolnej Wisły. W obecnej chwili wydaje się raczej, iż przyjmuje ona charakter podmiejskiego festynu z licznymi atrakcjami. I choć jest to wniosek różny od oczekiwanego (spodziewano się dużo większego nastawienia respondentów na tradycyjny produkt), to jednak konstruktywny, gdyż wskazuje na potrzebę organizowania większej liczby imprez/festynów dla mieszkańców miast w szczególności na atrakcyjnych, okolicznych obszarach o dobrej dostępności komunikacyjnej. Zorganizowanie festynu w Strzelcach Dolnych, w sąsiedztwie dużego miasta, wydaje się więc na dzień dzisiejszy posunięciem bardzo trafnym i niewątpliwie



przyczynia się do poszerzenia przestrzeni wypoczynkowej mieszkańców miasta. Celem organizatorów powinno stać się jednak zaproszenie na imprezę większej liczby turystów krajoznawców – smakoszy, nie tylko z najbliższego miasta i okolicy, ale również z terenu Polski, a w dalszej kolejności Europy. Receptą na zwiększenie liczby przybywających na festyn turystów i zasięgu jej oddziaływania byłoby zapewne utworzenie na terenie regionu Doliny Dolnej Wisły tematycznego szlaku obejmującego wszystkie (bądź większość) miejscowości, w których reaktywowano smażenie powideł tradycyjnymi sposobami. Pomysł rozwinięcia formuły tradycyjnego smażenia powideł na obszar tak licznych miejscowości, spowodowałby powstanie w regionie nowego produktu turystycznego o charakterze turystyki kulinarnej, mogącego zainteresować również szersze grono turystów, dla których nadrzędnym celem byłoby poznanie tradycji kulinarnych regionu, bogatych sadów owocowych oraz różnorodności potraw, przetworów i wypieków tworzonych na bazie śliwek, a przy okazji także innych atrakcji kulturowych i przyrodniczych Doliny Wisły. Jednak na dzień dzisiejszy, idea stworzenia z Doliny Wisły ważnego regionu na mapie tradycyjnych kulinariów, mogącego stanowić istotny punkt wycieczek krajoznawców, wydaje się mało wyraźny.

### **Literatura**

Idziak W., 2004, O odnowie wsi, Fundacja Wspomagania Wsi, Warszawa.

Liszewski S. (red.), 2003, Możliwości i kierunki rozwoju turystyki w Dolinie Odry, Łódzkie Towarzystwo Naukowe, Łódź.

Kaczmarek J., Liszewski S., Włodarczyk B., 2006, Strategia rozwoju turystyki w Łodzi, Łódzkie Towarzystwo Naukowe, Łódź.

Kaczmarek J., Stasiak A., Włodarczyk B., 2005, Produkt turystyczny albo jak organizować poznawanie świata, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa.

Kruczek Z., Kurek A., Nowak M., 2003, Krajoznawstwo. Zarys teorii i metodyki, PROKSENIA, Kraków.

Mika M., 2007, Formy turystyki poznawczej, w: Kurek W. (red.), Turystyka, Wydawnictwo Naukowe PWN, 2007.

Różycki P., 2006, Zarys wiedzy o turystyce, Proksenia, Kraków.

[www.minrol.gov.pl](http://www.minrol.gov.pl) (dane z dnia 15.03.2009)

### **Abstract:**

The article points out a new type of tourism connected with a traditional product of plum jam. On the basis of the results of a questionnaire that was done in Strzelce Dolne during a “Plum Festival” promoting plum jam, the writer attempted to discover the meaning of the festival to visitors regarding the traditional product of plum jam. At the same time the writer intended to find out what is the character of the festival and which category of tourism the Plum Festival should be included in, a culinary tourism or event tourism.

**Key words:** culinary tourism, tourist product, theme trip, The Valley of the Lower Vistula, plum jam, “Plum Festival”.

**zał. nr 1**

**Święto Śliwki w Strzelcach Dolnych**

1. Który raz jest Pan/i na Święcie Śliwki.....
2. W jakim celu Pan/i przyjechał/a.....
3. Z kim Pan/i przyjechał/a.....
4. Skąd Pan/i się dowiedział/a o festynie.....
5. Jak Pan/i ocenia imprezę pod względem:  
organizacyjnym.....  
liczby i różnorodności wystawców .....  
nagłośnienia i reklamy.....
  - a. co się podobało.....
  - b. czego brakowało.....
6. Czy przyjedzie Pan/i jeszcze raz.....
7. Czy odwiedza Pan/i podobne festyny z potrawami i wyrobami regionalnymi.....
8. W jakie produkty Pan/i zaopatrzyła się na festynie.....
9. Czy woli Pan/i produkty tradycyjne i regionalne od produktów przemysłowych.....
10. Czy zna Pan/i inne powidła wytwarzane w Dolinie Dolnej Wisły.....

*Metryczka*

1. Wiek.....
2. Płeć.....
3. Wykształcenie.....
4. Miejsce zamieszkania.....