

Karolina FIDYK

Małopolski Instytut Kultury, Kraków

SZLAKI TURYSTYCZNO-KULTUROWE MAŁOPOLSKI – STAŁA OFERTA CZY EFEMERYCZNE ZJAWISKO

Małopolska to region, który kreuje swoją markę, opierając się na koncepcji znaczącej przestrzeni dziedzictwa kulturowego – historii, przyrody, krajo-brazu, tradycji, lokalnej tożsamości, kultury narodowej i jej lokalnych wariantów. Zasoby te są przekształcane w produkty turystyki kulturowej, ponieważ celem jest „komercjalizacja dziedzictwa” – wykorzystanie tych zasobów w „przemysłach” kultury i czasu wolnego (ASHWORTH 1997). Jedną z propozycji tworzenia produktów kulturowych są szlaki turystyczno-kulturowe, które pozwalają łączyć idee (przewodnie tematy – marki) z realnie istniejącymi zasobami prezentującymi te idee (znaczenia).

Wyzwaniem i problemem w Małopolsce jest obecna sytuacja, w której łatwo stworzyć nowy szlak (co roku powstaje kilkanaście), ponieważ zasobów idei (elementów dziedzictwa) jest wiele. Trudniej jednak stworzyć system współpracy połączonych podmiotów – „koalicję szlakową”, która z wytyczonej tematycznej trasy stworzy działające przedsięwzięcie funkcjonujące długofalowo, dostępne i atrakcyjne dla turystów (oferta szlaku), będące platformą biznesową i promocyjną.

Szlaki turystyczno-kulturowe a dziedzictwo kulturowe

Województwo małopolskie posiada ogromny potencjał, by tworzyć i rozwijać tu produkty turystyczno-kulturowe oparte na dziedzictwie kulturo-

wym regionu. Ważnym i uznanym sposobem propagowania turystyki kulturowej w Małopolsce są szlaki turystyczno-kulturowe (rys. 1).



Rys. 1. Mapa prezentująca miejscowości w Małopolsce, przez które przebiegają szlaki turystyczno-kulturowe
Źródło: opracowanie własne

Zainteresowanie turystów odrestaurowanymi, ciekawie zaaranżowanymi zabytkami, w dodatku znajdującym się na szlaku w ramach szerszej, tematycznie połączonej całości, sprzyja ochronie poszczególnych obiektów. Tak samo kreowanie oferty kulturalnej i edukacyjnej sprzyja tworzeniu współczesnych funkcji tych zabytków. Turyści chcą je nie tylko zwiedzać, ale także brać udział w różnego rodzaju wydarzeniach, działaniach i przedsięwzięciach, chcą kupować lokalne wyroby czy specjały, opłacać noclegi w wyjątkowych miejscach, nabywać literaturę pokazującą kontekst i historię miejsc na szlaku. Jest to długofalowa metoda tworzenia nowoczesnych przedsięwzięć biznesowych opartych na dziedzictwie i lokalnym potencjale.

Dobrze zarządzane szlaki turystyczno-kulturowe udowadniają, jak dziedzictwo kulturowe może stać się motorem ożywienia gospodarczego regionu. Turysta otrzymuje pakiet atrakcji na szlaku – ma zagospodarowany czas poprzez rozrywkę – pokazy, koncerty, wykłady itp. Miejscowość, przez którą przebiega szlak rozwija się tworząc atrakcyjną, niepowtarzalną ofertę turystyczną. Jednocześnie rozwój turystyki przyczynia się do rozwoju ekonomicznego ośrodka poprzez tworzenie nowych miejsc zatrudnienia, zachęcanie do rozwijania przedsiębiorczości, pracy na rzecz własnego regionu (NOBIS 2007, s. 26). To może się zdarzyć – przykładów udanych działań tego typu w Europie i w Polsce jest wiele.

Funkcjonowanie szlaków turystyczno-kulturowych w Małopolsce

W Małopolsce istnieje wiele tras tematycznych (szlaków turystyczno-kulturowych i turystycznych tras miejskich), które prezentują różne aspekty dziedzictwa kulturowego (materialnego i niematerialnego) (tab. 1).

Tabela 1. Główne tematy szlaków turystyczno-kulturowych w Małopolsce

Temat szlaku	Zagadnienia prezentowane w ramach szlaku	Przykłady szlaków w Małopolsce
[1]	[2]	[3]
Architektura	Szlaki prezentujące tematycznie pogrupowane zabytki lub style architektury.	Szlak Architektury Drewnianej Szlak Architektury Gotyckiej Szlak Cerkwi Łemkowskich
Biografie	Szlaki prezentujące miejsca związane z życiem postaci historycznych lub fikcyjnych.	Małopolski Szlak Papieski im. Jana Pawła II Szlak św. Jadwigi Królowej w Bieczu Szlak gen. Józefa Bema w Tarnowie
Cmentarze	Szlaki prezentujące zabytkowe nekropolie.	Szlak Cmentarzy Wojskowych z I Wojny Światowej Szlak Europejskich Cmentarzy
Historia	Szlaki historyczne – pokazujące trasy związane z wydarzeniami lub zagadnieniami historycznymi; szlaki pielgrzymkowe – oparte na historycznych trasach pielgrzymkowych oraz dawne szlaki handlowe – przebieg szlaku oparty jest na historycznie potwierdzonym szlaku handlowym.	Droga św. Jakuba Orawski Szlak Solny na Węgry Szlak Gniazd Rodowych Lubomirskich

[1]	[2]	[3]
Etnografia i rzemiosło	Szlaki oparte na elementach kultury ludowej oraz dawnych rzemiosł.	Szlak Tradycyjnego Rzemiosła Małopolski Szlak Dziedzictwa Kulturowego Podtatrze Trakt Maziarski
Mniejszości narodowe, grupy etniczne	Szlaki związane z prezentacją mniejszości etnicznych i narodowych zamieszkujące region (dawniej i obecnie).	Szlak Śladami Żydów Małopolskich Żydowska Trasa Pamięci w Bochni
Kulinaria	Szlaki gastronomiczne – oparte na turystyce kulinarnej polegające na prezentacji tradycji kulinarnych i produktów regionalnych.	Szlak Oscypkowy Małopolski Szlak Owocowy Małopolski Szlak Wód Mineralnych
Literatura	Podróże śladami postaci literackich lub miejsca związane z życiem literatów.	Małopolski Szlak Literacki
Przyroda i ekologia	Szlaki Greenways, szlaki rowerowe.	Szlak Greenways Kraków – –Morawy – Wiedeń Małopolska Wieś Pachnąca Ziołami Małopolski Szlak Geoturystyczny
Technika i przemysł	Szlaki prezentujące turystykę industrialną.	Krakowski Szlak Techniki Szlak Solny Szlak Naftowy
Zakony	Szlaki prezentujące zabytki związane z życiem zakonnym.	Szlak Cysterski Małopolski Szlak Bożogrobców
Zamki i twierdze	Szlaki pokazujące budowle obronne i warownie.	Szlak Orlich Gniazd Żywe Zamki Szlak Warowni Jurajskich

Źródło: na podstawie MIKOS V. ROHRSCHEIDT (2008 b, s. 292), SZEWCZYKOWIE (2008); opracowania własne.

Od kilku lat Małopolska przeżywa prawdziwy „boom” szlakowy. W województwie, gminach czy miejscowościach nieustannie tworzone są nowe trasy. Obecnie przez Małopolskę przebiega ponad 40 szlaków turystyczno-kulturowych, zróżnicowanych tematycznie, o różnym stopniu rozwoju, animacji i organizacji oraz różnym zasięgu (lokalnym, regionalnym i ogólnopolskim)¹ (tab. 2).

¹ Na podstawie badań własnych.

Tabela 2. Liczba szlaków turystyczno-kulturowych w Małopolsce – podział ze względu na typ szlaku

Typ szlaku	Charakterystyka szlaku	Liczba szlaków w Małopolsce
Szlaki międzynarodowe	Trasa przebiegająca przez terytorium Polski i innego państwa (głównie: Ukraina, Czechy, Słowacja)	10
Szlaki ponadregionalne	Trasa przebiegająca przez tereny innych województw (głównie: świętokrzyskie, śląskie, podkarpackie)	3
Szlaki regionalne	Obiekty są zlokalizowane na terenie całego województwa	38
Szlaki lokalne	Obiekty na trasie najczęściej zlokalizowane w obrębie powiatu lub gminy	7+
Turystyczne trasy miejskie	Trasa prezentująca zabytki jednej miejscowości, często bez wiodącego tematu, np. zabytki miasta X, dziedzictwo kulturowe miejscowości Y	20+

Źródło: na podstawie GAWEL (2011, s. 218–229), BZOWSKI (2005), ZMYŚLONY, SAWIŃSKI (2008, s. 16–17), *Wojewódzki program opieki nad zabytkami na lata 2010–2013* (2010, s. 134–138); opracowanie własne.

Pomimo tak dużej oferty poznawania kultury i historii regionu (a co roku pojawia się kilkanaście nowych propozycji), nie wpływa to na wzrost ruchu turystycznego na szlakach kulturowych w Małopolsce. Małopolskie szlaki turystyczno-kulturowe mają liczne mankamenty i nie stanowią oferty turystyczno-kulturowej. Z tego powodu zainteresowanie turystów wędrówkami jest niewielkie, a co za tym idzie, szlaki nie są szerzej znane. Trudno chronić zabytki, które są niedostępne i nie mają możliwości, choć w części, zarabiania na sobie. Jeszcze trudniejsza w tym aspekcie jest promocja takich zabytków, które nie mają propozycji kierowanych do turystów.

Barierami rozwoju tego typu produktów turystyczno-kulturowych są czynniki zewnętrzne związane z błędnymi założeniami strukturalnymi dotyczącymi inicjacji, promocji i finansowania oraz czynniki wewnętrzne polegające na błędnych założeniach zarządzania szlakiem przez operatora.

Inicjatorem lub wykonawcą szlaków najczęściej są instytucje czy organizacje, na co dzień działające w branży niezwiązanej bezpośrednio z turystyką (starostwa powiatowe, urzędy gmin, instytucje kultury), stąd problemy w stworzeniu i dopasowaniu oferty do profilu odbiorców. Bardzo często liczy się przede wszystkim możliwość wykorzystania dostępnych funduszy na rozwój turystyki. Poza brakiem kompetencji inicjatorów takich przedsięwzięć brak jest również długofalowego planu funkcjonowania i rozwijania szlaku. Wiele tych przedsięwzięć funkcjonuje w perspektywie

„od grantu do grantu” i w przypadku nieotrzymania dofinansowania – przestaje funkcjonować. Nie ma możliwości, by produkty tworzone bez długofalowej koncepcji rozwoju w aspekcie kreowania oferty i finansowania mogły przyczynić się do rozwoju miejscowości czy przynosić zyski.

Bariery zewnętrzne szlaków turystyczno-kulturowych w Małopolsce

Problemy organizacyjne małopolskich szlaków turystyczno-kulturowych wynikają z błędnych założeń dotyczących tworzenia i funkcjonowania takich tras. Szlak jest produktem turystyczno-kulturowym skierowanym do określonej grupy odbiorców. Stąd też, szlaki nigdy nie będą generowały tak dużego ruchu turystycznego, jak np. parki rozrywki. Oferta zwiedzania szlaku jest bardziej wysublimowana, a tematyzacja sprawia, że na szlak docierają turyści zainteresowani konkretnym zagadnieniem. Niemniej samorządy, które najczęściej są inicjatorami powstania szlaków, upatrują w tego typu produkcie turystycznym szansy na znaczne zwiększenie ruchu turystycznego w regionie. Z drugiej strony oczekują tego spektakularnego efektu w nieproporcjonalnie krótkim czasie. Stworzenie oferty turystycznej i jej promocja, a dodatkowo dotarcie do konkretnej grupy odbiorców jest zadaniem długofalowym.

Brak interesariuszy/koalicji. Inicjatorzy szlaków konstruując podstawowe założenia trasy rzadko zapraszają do współpracy podmioty, które posiadają zasoby lub kompetencje przydatne w funkcjonowaniu szlaku. Większość koordynatorów szlaków nie tworzy szerszych ram do współpracy z instytucjami, organizacjami działającymi w obszarze turystyki, kultury i edukacji w miejscowościach objętych szlakiem. W ramach przedsięwzięcia, jakim jest szlak turystyczno-kulturowy warto do współpracy zaprosić przedstawicieli innych sektorów: publicznego, prywatnego i pozarządowego, zainteresowanych wspólnym działaniem na rzecz rozwoju oferty szlaku. Zakładanie koalicji lub tworzenie grona interesariuszy szlaku może sprzyjać rozbudowaniu oferty szlaku także o nowe obiekty na trasie. Wspomaga to również promocję i informację o trasie. Można też nawiązać współpracę z koordynatorami innych szlaków, o podobnej tematyce oraz grupie odbiorców, i wzajemnie promować swoją ofertę.

Brak stałego finansowania. Stworzenie szlaku turystyczno-kulturowego to inwestycja, na którą można pozyskać fundusze zewnętrzne. Utrzymanie szlaku już na takie dofinansowanie nie może liczyć. Z tego powodu zwykle szlak funkcjonuje do końca dofinansowania – potem trzeba tworzyć kolejny. Szlaki powstają zwykle bez biznesplanu, dla samorządów są me-

tołą promocji zasobów gminy (strona internetowa, foldery, tablice) lub realizacji remontów infrastruktury. Brakuje myślenia o szlaku jako przedsięwzięciu (np. w ramach partnerstwa publiczno-prywatnego), które z lokalnych małych zasobów może stworzyć silną markę i jeden produkt.

Brak spójnej promocji i informacji o szlakach. Kolejnym problemem jest brak informacji o powstawaniu i funkcjonowaniu takich produktów turystyczno-kulturowych. Nie istnieje system całościowego informowania o szlakach: ich tematyce, ofercie i działaniach podejmowanych w ramach ich funkcjonowania. Turysta zainteresowany zwiedzaniem tematycznym nie ma możliwości zorientowania się w potencjale tras województwa małopolskiego, stąd też niewielki ruch turystyczny kierowany jest na szlaki. Ten problem próbuje rozwiązać program realizowany przez Małopolski Instytut Kultury w Krakowie – „Szlaki Małopolskie”. Jest to serwis prezentujący małopolskie szlaki kulturowe (www.szlakimalopolski.mik.krakow.pl).

Bariery wewnętrzne szlaków turystyczno-kulturowych w Małopolsce

Jeśli chodzi o organizację wewnętrzną szlaku turystyczno-kulturowego, rozpatrywanego jako tematyczna trasa zwiedzania, to na podstawie badań (FIDYK 2009) można wskazać trzy podstawowe mankamenty tej propozycji turystycznej w Małopolsce: bardzo częsty brak koordynatora, który zarządzałby całością zadań w ramach szlaku, skorelowany z tym brak oferty turystyczno-kulturowej oraz problemy ze znalezieniem informacji o szlaku (przede wszystkim brak oficjalnej strony internetowej).

Brak koordynatora. Niezbędnym elementem poprawnego budowania oraz funkcjonowania szlaku jest wyznaczenie koordynatora szlaku (osoba prywatna, instytucja, stowarzyszenie), który powinien czuwać nad całością przedsięwzięć podejmowanych w ramach szlaku. Do jego zadań należy m.in. monitoring stanu obiektów i ich faktycznej dostępności, aktualizacja danych o szlaku, tworzenie materiałów informacyjnych i promocyjnych dotyczących trasy, dbanie o promocję i rozwój szlaku, tworzenie i realizacja oferty turystyczno-kulturowej, organizacja wydarzeń na szlaku (MIKOS VON ROHRSCHEIDT 2008a, s. 25).

Problem braku osoby lub instytucji, która zajmuje się organizacją i funkcjonowaniem szlaku powoduje, że trasy tematyczne nie są stałą propozycją turystyczno-kulturową, ale funkcjonują tylko przez pewien czas². Naj-

² W analizie małopolskich szlaków turystyczno-kulturowych działalność koordynatora szlaku była weryfikowana poprzez informacje zdobywane ze stron internetowych szlaków lub próbę kontaktu z koordynatorami.

częściej koordynatorami szlaków są organizacje pozarządowe, które w ramach różnych programów grantowych (np. Małopolska Gościnna) zdobywają środki na uruchomienie szlaku. Po zakończeniu realizacji projektu, polegającej z reguły na stworzeniu tablic i folderów, dalsze działania na szlaku nie są podejmowane.

W przypadku, kiedy szlakiem zarządza organ samorządowy lub Urząd Marszałkowski Województwa Małopolskiego ogólna informacja o trasie umieszczana jest na stronie internetowej należącej do koordynatora. Szlak sam w sobie jednak nie posiada osobnej, czytelnej strony internetowej, dobrze pozycjonowanej i pozwalającej się łatwo wyszukiwać w sieci.

Kolejnym typem koordynatora szlaku są instytucje kultury, które nie mają kompetencji tworzenia i zarządzania produktem turystycznym ani stałego źródła finansowania takiego przedsięwzięcia.

W każdym z tych przypadków brak jest pomysłów i konsekwencji w podejmowaniu dalszych działań związanych ze szlakiem – tworzenia oferty i jej realizacji.

Brak oferty na szlaku. Tworząc szlak turystyczno-kulturowy należy się zastanowić, co, oprócz zwiedzania poszczególnych obiektów, może on zaoferować turystyce. Udostępnienie zabytków dla turystów to podstawa funkcjonowania szlaku i baza do tworzenia oferty turystyczno-kulturowej³. W zależności od rodzaju zabytku możliwe jest zwiedzanie tylko z zewnątrz (w przypadku obiektów zniszczonych lub niepełniących funkcji turystycznych, na codzień) lub także wewnątrz, na jasno określonych zasadach (godziny wstępu, możliwość wynajęcia przewodnika, kwestia opłat). Zarówno w pierwszym, jak i drugim przypadku musi być zapewniona dostępność komunikacyjna (możliwość dojazdu środkami komunikacji publicznej lub samochodem) oraz precyzyjnie podana lokalizacja (w formie informacji na stronie internetowej, dokładnego opisu w przewodniku, folderze lub funkcjonalnej mapy).

Samo udostępnienie nie jest jednak jeszcze ofertą w sensie turystycznym. Aby szlak funkcjonował, muszą być podejmowane różnorodne działania mające na celu animację szlaku jako spójnej oferty edukacyjnej, kulturalnej czy krajoznawczej. Oferta może składać się z wielu elementów, np. stałych, wydarzeń cyklicznych lub specjalnych projektów realizowanych w sezonie turystycznym utrzymujących i rozwijających zainteresowanie szlakiem jako ofertą dla turystów kulturowych. Poziom propozycji powinien być zróżnicowany i dostosowany do różnych grup turystów (ze względu na wiek, zainteresowania itp.). Zdecydowana większość szlaków turystyczno-kulturowych w Małopolsce nie ma rozbudowanej stałej lub

³ Weryfikacja oferty turystyczno-kulturowej poszczególnych szlaków odbywała się poprzez analizę strony internetowej szlaku.

choćby sezonowej oferty turystyczno-kulturowej, dlatego niewielu turystów ceni ją i nie traktuje jako propozycji atrakcyjnego i ciekawego spędzenia czasu⁴.

Brak informacji. Podstawowym działaniem podejmowanym w celu uruchomienia szlaku turystyczno-kulturowego jako atrakcji turystycznej jest stworzenie pakietu informacji na temat trasy. W skład tego pakietu wchodzi strona internetowa, wydawnictwa informacyjne, punkt informacyjny oraz oznaczenie (opcjonalnie).

Dla turysty głównym źródłem wiadomości o szlaku jest sprawna, funkcjonalna strona internetowa, utrzymywana przez administratora uzupełniającego i aktualizującego informacje o szlaku.

Dodatkowymi elementami, które mogą być umieszczone na stronie internetowej szlaku mogą być materiały informacyjne i promocyjne przygotowane w formatach PDF (gotowe do wydrukowania).

Ogromne znaczenie dla funkcjonalności strony internetowej ma również domena, która powinna nawiązywać do nazwy szlaku, tak aby było możliwe odnalezienie lub ustalenie takiej witryny.

Ważne jest, by turysta zainteresowany podróżą po szlaku mógł otrzymać pełną informację na temat warunków zwiedzania, trasy oraz obiektów. Wiadomości te można zdobywać w różny sposób: poprzez kontakt z koordynatorem szlaku⁵ (telefoniczny bądź e-mailowy) lub poprzez wizytę w punkcie informacyjnym szlaku. Informacja o takiej możliwości powinna być zamieszczona we wszystkich materiałach o szlaku (wydawnictwach, stronie internetowej, tablicach informacyjnych). Dodatkowo podczas wizyty w punkcie informacyjnym turysta mógłby dokonać zakupu materiałów, pamiątek itp. Należy zaznaczyć, że nie zawsze wszystkie te elementy muszą się pojawić. Istotne jest jednak, aby była możliwość, aby choć w najskromniejszej formie zaistniała.

Niezbędne do funkcjonowania szlaku są wydawnictwa informacyjne o szlaku, zawierające opis całej trasy, poszczególnych obiektów oraz informacje dotyczącą ich lokalizacji, zasad zwiedzania itp. Publikacje te związane są bezpośrednio ze szlakiem i stanowią istotną część funkcjonowania szlaku. Materiały informacyjne powinny być dystrybuowane w punktach informacji turystycznej oraz w poszczególnych obiektach.

⁴ Na podstawie: <http://www.ankietka.pl/wyniki-badania/28600/znajomosc-malopolskich-szlakow-kulturowych.html>, data pobrania: 7.10.2009.

⁵ W ramach analizy szlaków kulturowych w Małopolsce działalność punktu informacji, informacji telefonicznej lub mailowej, możliwości skontaktowania się z koordynatorem weryfikowana była poprzez próbę nawiązania kontaktu osobistego, mailowego czy telefonicznego w celu uzyskania informacji o szlaku.

Wydawnictwa informacyjne mogą przybierać różne formy, być dystrybuowane odpłatnie lub nie. Ważne jest jednak, by dysponowały pełną informacją na temat szlaku.

Istotnym elementem lokalizującym szlak w przestrzeni jest oznaczenie poszczególnych obiektów lub dróg dojazdowych za pomocą tablic informacyjnych lub kierunkowych. Tablice mogą zostać zastąpione (w przypadku szlaków wirtualnych) kompleksową informacją znajdującą się w materiałach informacyjnych o szlaku.

Większość analizowanych szlaków turystyczno-kulturowych w Małopolsce nie posiada kompletnej, stale aktualizowanej strony internetowej. W związku z tym osoby zainteresowane podróżą po szlaku nie mają możliwości zaplanowania wycieczki po szlaku. Brak podstawowych informacji o lokalizacji, udostępnieniu i ofercie w poszczególnych obiektach szlaku zniechęca turystów do wyboru propozycji podróży po szlaku.

Podsumowanie

W ostatnich 10 latach stworzono wiele szlaków turystyczno-kulturowych na terenie całej Polski. Jednak tylko kilka stało się klasycznym produktem turystyczno-kulturowym, który pełni rolę ważnej oferty turystycznej w regionie.

W Małopolsce tylko kilka szlaków turystyczno-kulturowych może pochwalić się dobrą organizacją, interesującą ofertą, a co za tym idzie – dużą liczbą zwiedzających obiekty na szlaku.

Szlak turystyczno-kulturowy, aby mógł zaistnieć na mapie turystycznej, musi spełniać podstawowe kryteria i warunki, które zapewnią mu funkcjonalność i rozpoznawalność.

Konstruowanie szlaku turystyczno-kulturowego składa się z etapów, które służą organizacji szlaku (dokonaniu wyboru obiektów, ustaleniu koordynatora szlaku i planowaniu oferty dla turystów) oraz pozwalają mu prawidłowo funkcjonować (przygotowanie informacji o szlaku, realizacja usług turystycznych i ich promocja).

Kolejnym problemem, pomijając słabą organizację poszczególnych szlaków, jest brak jakiegokolwiek kontroli nad tym segmentem turystyki. Obecnie wyznaczenie nowego szlaku turystyczno-kulturowego jest w zakresie możliwości praktycznie każdej organizacji, a nawet osoby fizycznej. Wiele organizacji, instytucji o charakterze lokalnym, samorządów, a nawet niewielkich stowarzyszeń wyznacza szlaki turystyczno-kulturowe, które niejednokrotnie nakładają się na siebie i wzajemnie niwelują pozostawiając turystę dezinformację w terenie.

Prawdopodobnie władarze małopolskich miast wychodzą z założenia, że większa liczba szlaków spowoduje wzrost ruchu turystycznego i zamiast skupić się na realizacji jednego, dobrze przemyślanego szlaku, co roku inicjuje nowe przedsięwzięcia.

Budowanie szlaku to długi, praktycznie nieustający proces związany z dużymi kosztami, ale też ogromną szansą regionu w sferze promocji i rozwoju lokalnego.

Szlak turystyczno-kulturowy – narzędzie promocji dziedzictwa kulturowego regionu, staje się przedsięwzięciem kulturalnym realizowanym w określonym przedziale czasowym zamiast stanowić ambitną, stałą ofertę turystyczno-kulturową.

W ostatnich latach można zauważyć dewaluację określenia „szlak”. Stanowisko części inicjatorów nowych tras opiera się na przekonaniu, że wbicie tablic i wydanie przewodnika po szlaku jest już stworzeniem kompletnej oferty turystyczno-kulturowej. Z tego powodu w Małopolsce można zaobserwować wiele propozycji tematycznych podróży, które jednak nie mają pokrycia w rzeczywistości.

**Wykaz szlaków turystyczno-kulturowych w Małopolsce
(istniejące, planowane, zawieszone),
których analiza została wykorzystana w artykule**

1. Barani Szlak
2. Kalwaryjski Szlak Wojciecha Weissa
3. Karpacki Szlak Kolejowy
4. Karpacki Szlak Rowerowy
5. Karpacko-Galicyjski Szlak Naftowy
6. Krakowski Szlak Techniki
7. Małopolska Droga św. Jakuba
8. Małopolska Wieś Pachnąca Ziołami
9. Małopolski Szlak Bożogrobców
10. Małopolski Szlak Geoturystyczny
11. Małopolski Szlak Literacki
12. Małopolski Szlak Owocowy
13. Małopolski Szlak Papieski im. Jana Pawła II
14. Małopolski Szlak Wód Mineralnych
15. Małopolskie Szlaki Techniki
16. Orawski Szlak Solny na Węgry
17. Szlak Architektury Drewnianej
18. Szlak Architektury Gotyckiej
19. Szlak Bursztynowy Greenways
20. Szlak Cerkwi Łemkowskich
21. Szlak Cmentarzy Wojskowych z I Wojny Światowej
22. Szlak Cysterski – Pętla Małopolska,
23. Szlak Dziedzictwa Kulturowego Podtatrze
24. Szlak Europejskich Cmentarzy

25. Szlak Frontu Wschodniego I Wojny Światowej
26. Szlak gen. Józefa Bema w Tarnowie
27. Szlak Gniazd Rodowych Lubomirskich
28. Szlak Godeł Szalayowskich
29. Szlak Gotycki
30. Szlak Greenways Kraków–Morawy–Wiedeń
31. Szlak Jaskiniowców
32. Szlak Józefa Szczepanika w Tarnowie
33. Szlak Kultury Żydowskiej w Krakowie
34. Szlak Maryjny Częstochowa–Mariazell
35. Szlak Młodopolska Małopolska
36. Szlak „Młyny Doliny Szreniawy”
37. Szlak Naftowy
38. Szlak Orlich Gniazd
39. Szlak Oscypkowy
40. Szlak „Pierścień Jurajski”
41. Szlak Renesansu
42. Szlak Renesansu w Tarnowie
43. Szlak Romański
44. Szlak Solny
45. Szlak Subregionu Południowej Małopolski
46. Szlak „Śladami Żydów Małopolskich”
47. Szlak Średniowiecznych Miasteczek Małopolski
48. Szlak Średniowiecznych Rynków
49. Szlak św. Jadwigi Królowej w Bieczu
50. Szlak Tradycyjnego Rzemiosła Małopolski
51. Szlak Twierdz Nadwiślańskich
52. Szlak Twierdzy Kraków
53. Szlak Via-Regia
54. Szlak Warowni Jurajskich
55. Szlak Winny w Małopolsce
56. Śladami Tarnowskich Żydów
57. Trakt Krakowsko-Wileński
58. Trakt Maziarski
59. Transgraniczny Trakt Tradycji
60. Trasa historii Podgórze w Krakowie
61. Trasa Nowohucka w Krakowie
62. Trasa św. Stanisława w Krakowie
63. Trasa Uniwersytecka w Krakowie
64. Wiśłana Trasa Rowerowa
65. Zbójnicki Szlak
66. Żydowska Trasa Pamięci w Bochni
67. Żywe Zamki

Źródło: na podstawie: GAWĘŁ (2011, s. 218–229), BZOWSKI (2005), ZMYŚLONY, SAWIŃSKI (2008, s. 16–17), *Wojewódzki program opieki nad zabytkami na lata 2010–2013* (2010, s. 134–138), SZEWCZYKOWIE (2008), KRUCZEK (2006, s. 21), opracowanie własne.

BIBLIOGRAFIA

- ASHWORTH G. J., 1997, *Planowanie dziedzictwa*, [w:] *Miasto historyczne. Potencjał dziedzictwa*, MCK, Kraków.
- BZOWSKI K., 2005, *Odkryj Małopolskę. Przewodnik po wybranych trasach i szlakach turystycznych*, UMWM, Kraków.
- FIDYK K., 2009, *Analiza potencjału szlaków turystyczno-kulturowych. Przykład – Małopolska*, praca dyplomowa, Akademia Dziedzictwa przy Międzynarodowym Centrum Kultury.
- GAWEL Ł., 2011, *Szlaki dziedzictwa kulturowego. Teoria i praktyka zarządzania*, Wyd. Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków.
- KRUCZEK Z., 2006, *Szlaki turystyczne, jako specyficzny rodzaj produktu turystycznego*, [w:] *Materiały z seminarium Droga szlaku lokalnego do produktu turystycznego*, Z. Kruczek (red.), MOT, Kraków–Zawoja.
- MIKOS VON ROHRSCHEIDT A., 2008a, *Kulturowe szlaki turystyczne – próba klasyfikacji oraz postulaty w zakresie ich tworzenia i funkcjonowania*, „Turystyka Kulturowa”, nr 2.
- MIKOS VON ROHRSCHEIDT A., 2008b, *Turystyka kulturowa. Fenomen – Potencjał – Perspektywy*, Wyd. GWSHM Milenium, Gniezno.
- NOBIS M., 2007, *Turystyka dziedzictwa kulturowego*, „Aura”, nr 12.
- SZEWCZYKOWIE I. R., 2008, *Szlaki turystyczne*, Carta Blanca, Warszawa.
- Wojewódzki program opieki nad zabytkami w Małopolsce na lata 2010–2013 (2010), UMWM, Kraków.
- ZMYŚLONY M., SAWIŃSKI P. (2008), *Kierunki rozwoju turystyki dla województwa małopolskiego na lata 2008–2013*, Wyd. UMWM, Kraków.

