

małopolski instytut kultury

mik



Szlaki kulturowe - od pomysłu do zintegrowanego produktu turystycznego

Karolina Fidyk
Małopolski Instytut Kultury

szlak kulturowy

- definicja
- sytuacja w Małopolsce
- bariery w rozwoju

definicja szlaku kulturowego

Szlak kulturowy to szlak **tematyczny**, prezentujący **walory kulturowe** lub **elementy dziedzictwa kulturowego**.

Jest to **specyficzna oferta podróży** skierowana do **ściśle określonej grupy odbiorców** - osób pragnących poznać konkretne zagadnienia z zakresu dziedzictwa kulturowego.

Szlaki kulturowe umożliwiają turystom zgodne z ich zainteresowaniami poznanie kraju lub regionu, zawierają także **aspekt edukacyjny**, który ma coraz większe znaczenie i zdobywa coraz większą popularność wśród zwiedzających.

cele szlaków kulturowych

- **tematyczne** przedstawienie dziedzictwa materialnego i niematerialnego regionu w zwartej i atrakcyjnej formie;
- **promocja i ochrona dziedzictwa kulturowego** jako podstawowego składnika oferty turystycznej;
- **tworzenie i promocja nowych produktów turystycznych** opartych przede wszystkim na dziedzictwie kulturowym;
- **rozwój lokalny** regionów objętych szlakiem;
- **zbliżanie regionów**, które łączy trasa szlaku.



statystyka - małopolskie szlaki

- szlaki międzynarodowe: 10
- szlaki ponadregionalne: 3
- szlaki regionalne: 38
- szlaki lokalne: 7+
- turystyczne trasy miejskie: 20+

67

Na podstawie:

1. Ł. Gawęł, Szlaki Dziedzictwa Kulturowego, Wyd. Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2011,
2. Wojewódzki Program Opieki nad Zabytkami na lata 2010-2013, wyd. UMWM, Kraków 2010,
3. opracowania własne.



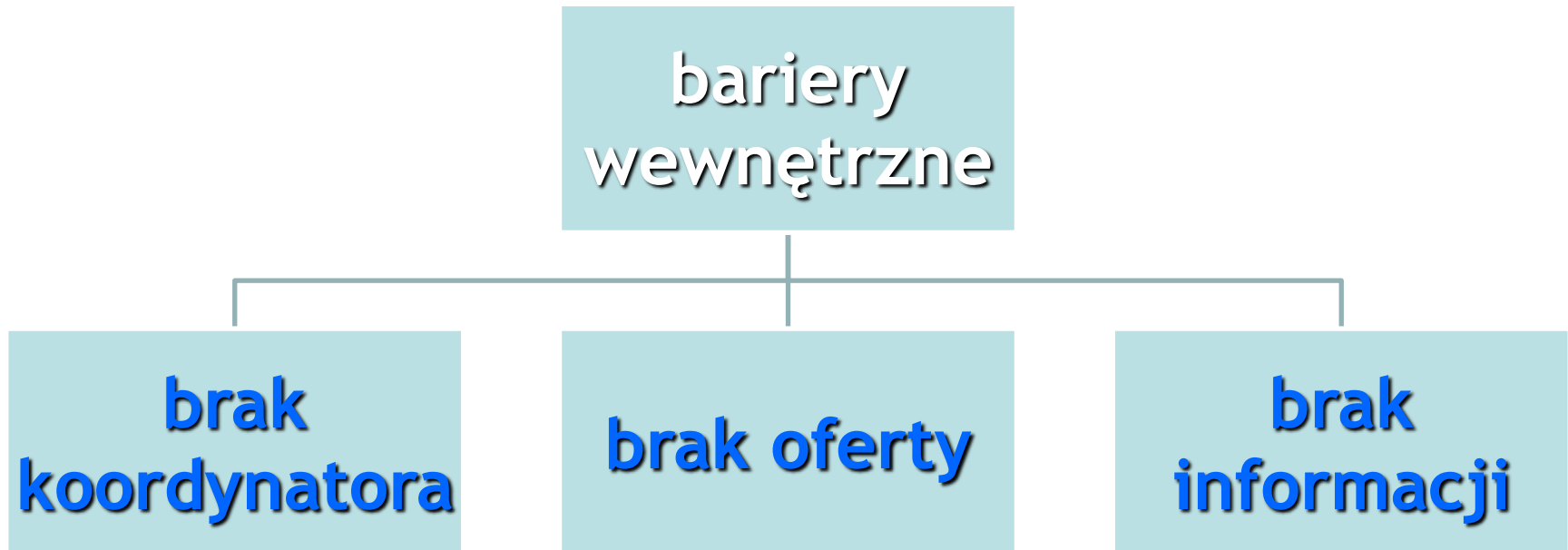
główne tematy szlaków w Małopolsce

- architektura, architektura drewniana, style architektury;
- biografie;
- cmentarze;
- historia, dawne szlaki handlowe;
- etnografia i rzemiosło;
- mniejszości narodowe, grupy etniczne;
- kulinaria;
- literatura;
- przyroda i ekologia;
- technika i przemysł;
- zakony;
- zamki i twierdze.

bariery zewnętrzne



bariery wewnętrzne



tworzenie szlaku

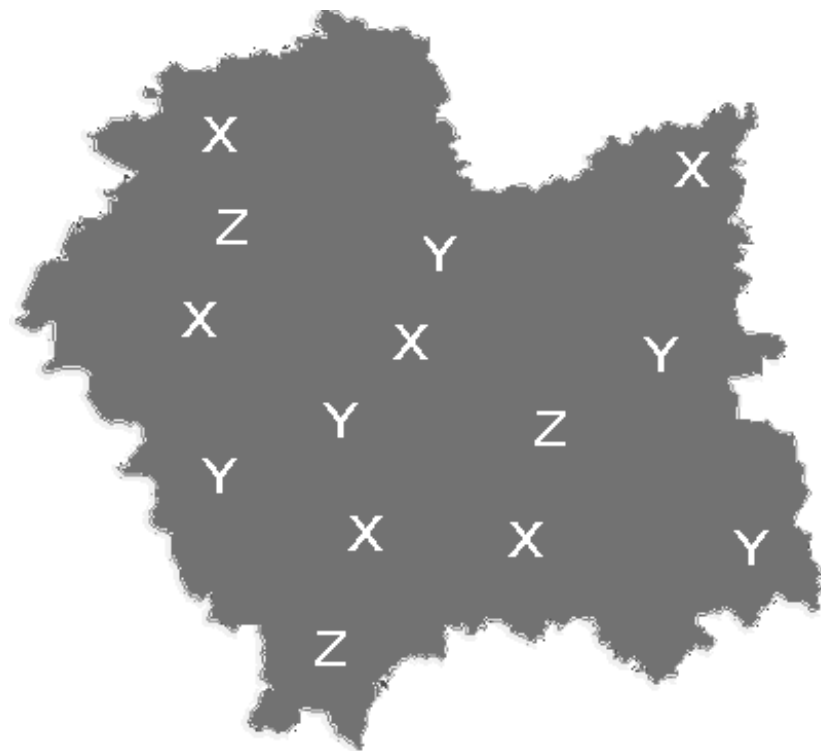
- dobór obiektów
- koordynator
- oferta

dobór obiektów na szlaku kulturowym [1]

Motyw przewodni

powinien być związany z przeszłością i dziedzictwem kulturowo-przyrodniczym regionu, w którym powstaje. W związku z tematem szlaku istnieje możliwość stworzenia i wypromowania charakterystycznego dla danego regionu produktu turystyczno-kulturowego.

Działania takie są związane z pobudzaniem przedsiębiorczości lokalnej i budowaniem lokalnej marki.

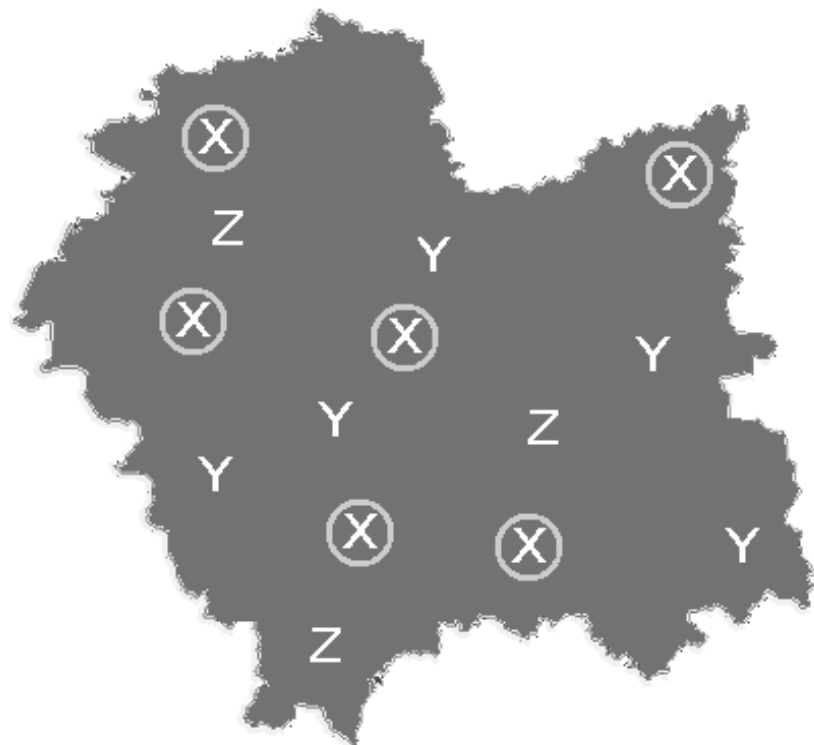


dobór obiektów na szlaku kulturowym [2]

Tematyzacja

Obiekty prezentowane na szlaku powinny mieć związek z tematem wiodącym trasy. Ważne jest, by nazwa szlaku odzwierciedlała jego zawartość.

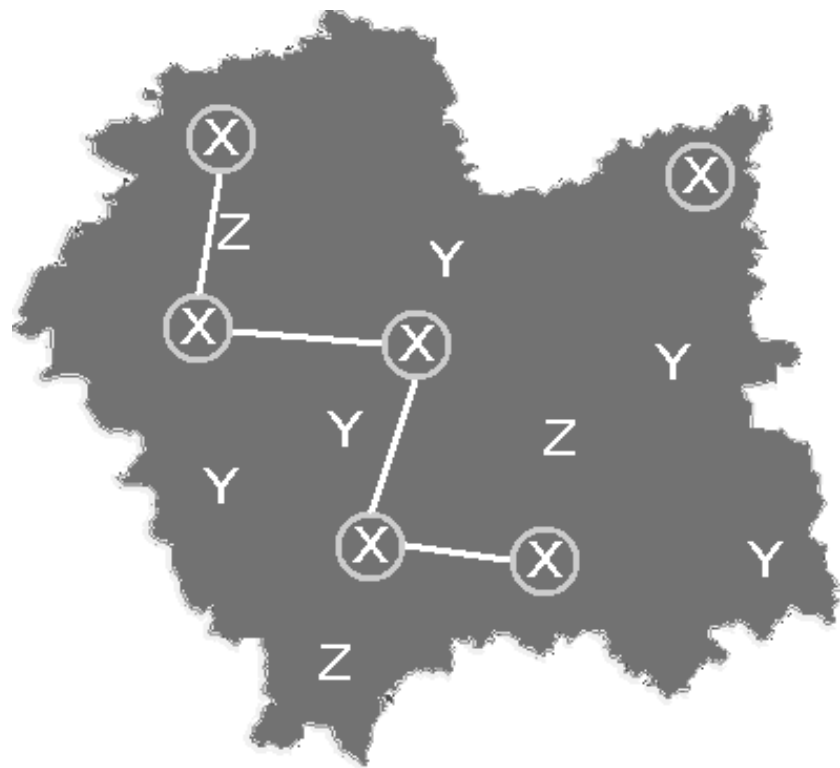
Innej oferty oczekuje turysta, który chce poznać region - dla niego przygotowane są trasy wycieczek pokazujące wszystkie atrakcje - **inne oczekiwania ma turysta podróżujący szlakiem**, który jest zainteresowany specyficznymi, dobranymi według pewnego klucza, obiektami.



dobór obiektów na szlaku kulturowym [3]

Ciągłość

Szlak musi się składać przynajmniej z kilku obiektów i mieć strukturę linearną. Podstawowym warunkiem istnienia szlaku jest **wyznaczenie trasy** czyli dokonanie wyboru obiektów, które znajdą się na trasie i będą odpowiednie pod względem **tematu** i **rozmieszczenia**

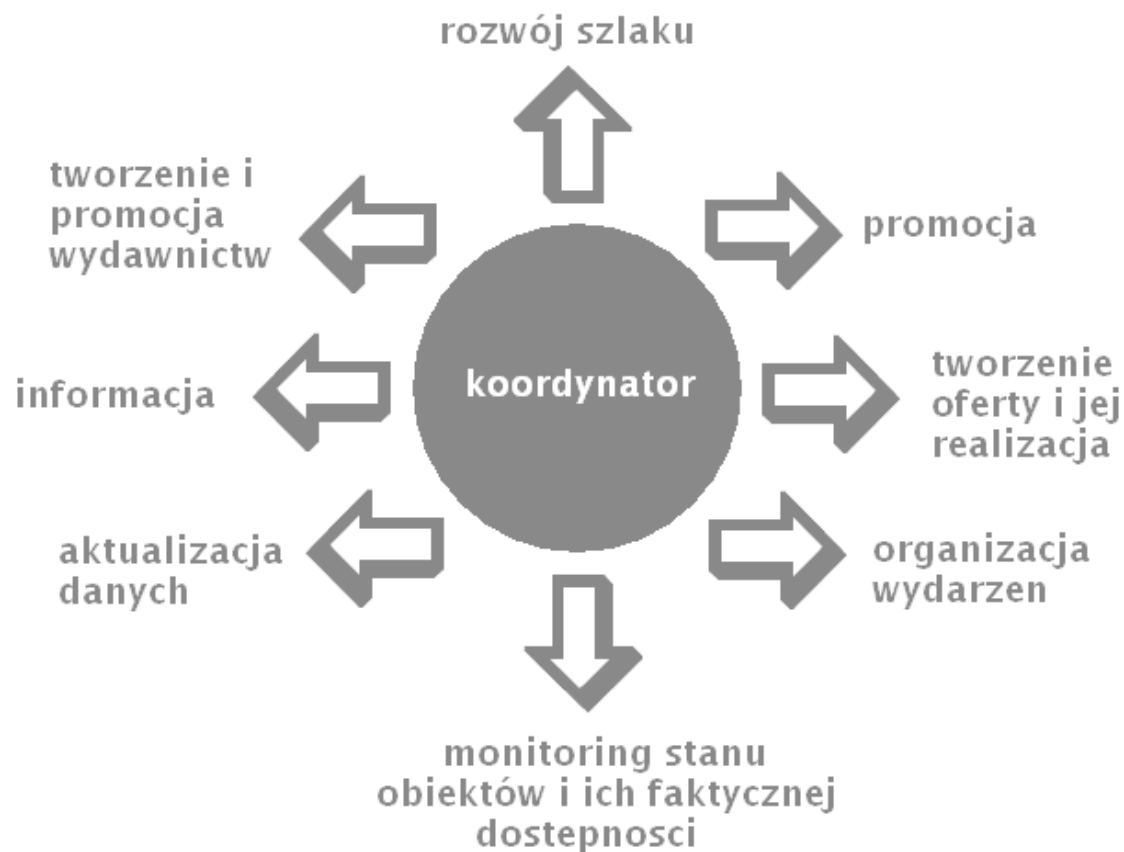


dobór obiektów na szlaku kulturowym [4]

Dostępność obiektów na szlaku kulturowym:

- **infrastruktura turystyczna** (zaplecze gastronomiczne i noclegowe) oraz **dogodny dojazd do obiektów**. Są to działania długofalowe, wymagające wysokiego nakładu środków i w dużej mierze niezależne od koordynatorów szlaków (niemniej przy tworzeniu nowych tras należy te uwarunkowania brać pod uwagę),
- obiekty bezpieczne dla turystów / obiekty zabezpieczone przed turystami
- **zasady zwiedzania**,
 - godziny wstępu,
 - możliwość wynajęcia przewodnika,
 - kwestia opłat.

koordynacja działań [1]



koordynacja działań [2]

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.



konstruowanie oferty turystyczno-kulturowej [1]

Tworząc szlak turystyczno-kulturowy, należy się zastanowić, **co, oprócz zwiedzania** poszczególnych obiektów, może on zaoferować turyście. Udostępnienie zabytków dla turystów to podstawa funkcjonowania szlaku i baza do tworzenia oferty turystyczno-kulturowej.

Konstruowanie oferty turystyczno-kulturowej:

- udostępnienie (baza),
- animacja szlaku:
 - wydarzenia stałe lub cykliczne,
 - projekty turystyczne i kulturalne,
 - oferta warsztatowa,
 - oferta wycieczek z przewodnikiem i in.

konstruowanie oferty turystyczno-kulturowej [2]

Poszczególnymi składnikami tej oferty są:

- atrakcje pierwotne, nie stworzone dla celów turystycznych - właściwe nośniki wartości kulturowych (obiekty dziedzictwa kulturowego materialnego i niematerialnego),
- atrakcje stworzone dla celów turystycznych (muzea, cykliczne eventy, parki tematyczne),
- miejsca usług dla turystów (infrastruktura gastronomiczna, noclegowa, sklepy z pamiątkami itp.),
- instytucje, organizacje i stowarzyszenia powołane dla celów obsługi szlaku (stałe usługi warsztatowe, przewodnickie).

/Mikos v. Rohrscheidt A., *Polskie szlaki turystyczno-kulturowe: kryteria i zasady waloryzacji potencjału*, „Turystyka kulturowa”, nr 4/2009, s.26, za: L. Puczko, T. Ratz, *Trailing Goethe, Humbert, and Ulisses; Cultural Routes in Tourism*, [w:] G. Richards (ed.), *Cultural tourism, Global and Local perspectives*, New York 2007, s. 131-148/



promocja szlaku kulturowego

- **Wydarzenia promocyjne**

W celu promocji szlaku warto zorganizować przynajmniej jedno wydarzenie w roku (najlepiej w sezonie turystycznym), które będzie się odbywać na szlaku. Turyści, którzy wezmą w nim udział, mogą być zainteresowani powrotem na szlak w celu odwiedzenia całej trasy.

- **Publikacje o charakterze promocyjnym**

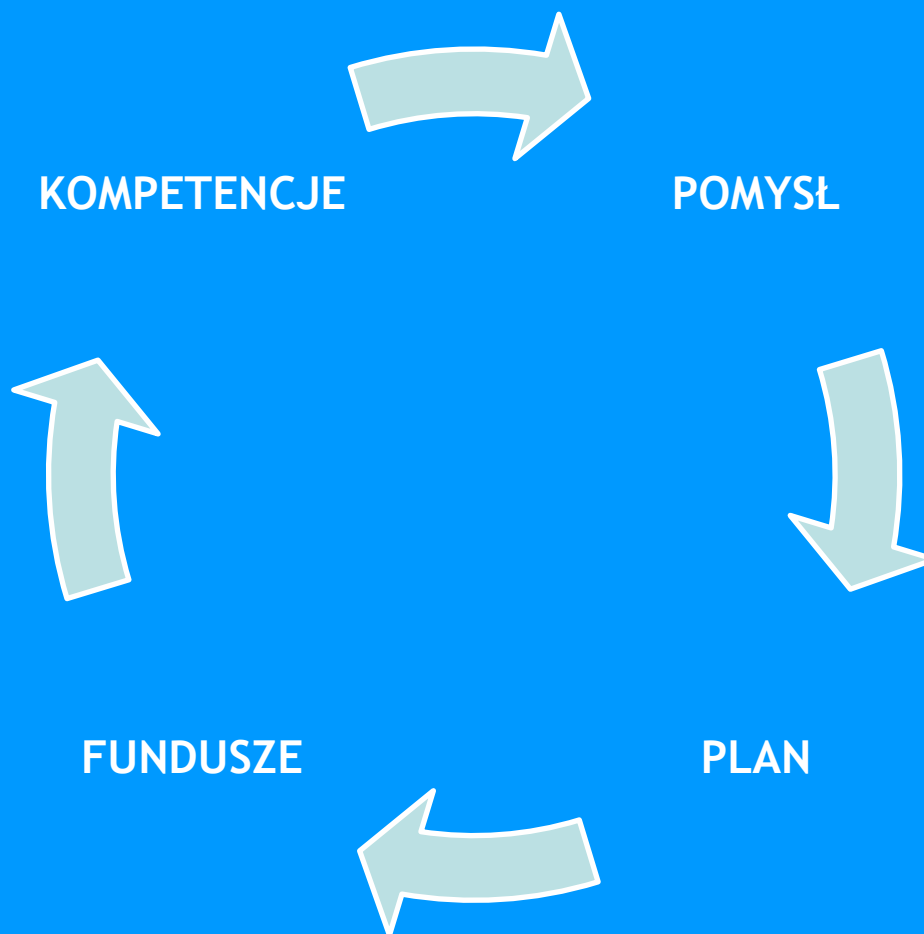
Oprócz druków informacyjnych o szlaku warto zadbać o stworzenie publikacji promującej szlak. Z reguły są to wydawnictwa o charakterze albumowym lub popularno-naukowym, których zawartość ściśle odnosi się do tematu i zasięgu szlaku. Tego typu materiał pełni nie tylko rolę promocyjną, ale jest również pamiątką z wizyty na szlaku.

- **Podróż po szlaku jako oferta touroperatorów**

Ważnym zabiegiem promocyjnym szlaku jest zaproponowanie wizyty na szlaku jako wycieczki dla grup zorganizowanych. W tym celu warto nawiązać kontakty z biurami turystycznymi, które byłby zainteresowane włączeniem w swoją ofertę podróży tematycznych po szlaku.



powstawanie szlaku kulturowego



funkcjonowanie szlaku

- identyfikacja
- informacja
- promocja
- infrastruktura

identyfikacja szlaku

- nazwa szlaku
- znak graficzny szlaku (logotyp)



Identyfikacja graficzna powinna być spójna dla wszystkich działań (wydawnictwa, WWW, oznakowania, promocji) podejmowanych w ramach szlaku.

strona internetowa [1]

Dla turysty głównym źródłem wiadomości o szlaku jest **sprawną, funkcjonalną** strona internetowa, stale **uzupełniana i aktualizowana**.

Podstawowymi elementami strony internetowej są:

- aktualny i pełny opis całej trasy oraz poszczególnych obiektów na szlaku;
- informacje o dostępności obiektów oraz zasadach zwiedzania;
- dokładny opis lokalizacji obiektów;
- opis oferty turystyczno-kulturowej przygotowanej dla zwiedzających;
- graficznie i czytelnie przedstawiona mapa szlaku;
- zapowiedzi wydarzeń, które odbywają się na szlaku;
- informacje o możliwości i miejscu, gdzie można zakupić lub otrzymać dodatkowe materiały dotyczące trasy (publikacje, **mapy**, pamiątki itp.).



strona internetowa [2]

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

Ogromne znaczenie dla funkcjonowania strony internetowej ma również **domena**, która powinna nawiązywać do nazwy szlaku.



informacja dla turysty o szlaku kulturowym [1]

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 szlaku** (telefoniczny bądź e-mailowy) lub poprzez **wizytę w punkcie informacyjnym szlaku**.

Informacja o warunkach zwiedzania 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.



materiały informacyjne o szlaku kulturowym [1]

Niezbędne do funkcjonowania szlaku są **wydawnictwa informacyjne o szlaku**, zawierające opis całej trasy, poszczególnych obiektów oraz informacje dotyczące ich lokalizacji, zasad zwiedzania itp. Publikacje te są bezpośrednio związane ze szlakiem i stanowią istotną część projektu.

Materiały informacyjne mogą mieć różne formy, być dystrybuowane odpłatnie lub nie, ważne jest jednak, by zawierały **pełną informację** na temat szlaku.

Materiały informacyjne powinny być dystrybuowane w punktach informacji o szlaku oraz w poszczególnych obiektach.



oznaczenie szlaku kulturowego

Rodzaje oznaczenia obiektów:

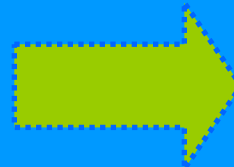
- **tablice kierunkowe** - informują turystów o kierunku dojazdu do obiektu,
- **tablice informacyjne** - są ustawiane bezpośrednio przy obiekcie i zawierają jego historię i opis.

Tablice mogą zostać zastąpione (w przypadku szlaków wirtualnych) kompleksową informacją znajdującą się w materiałach informacyjnych o szlaku.

zintegrowany produkt turystyczno-kulturowy

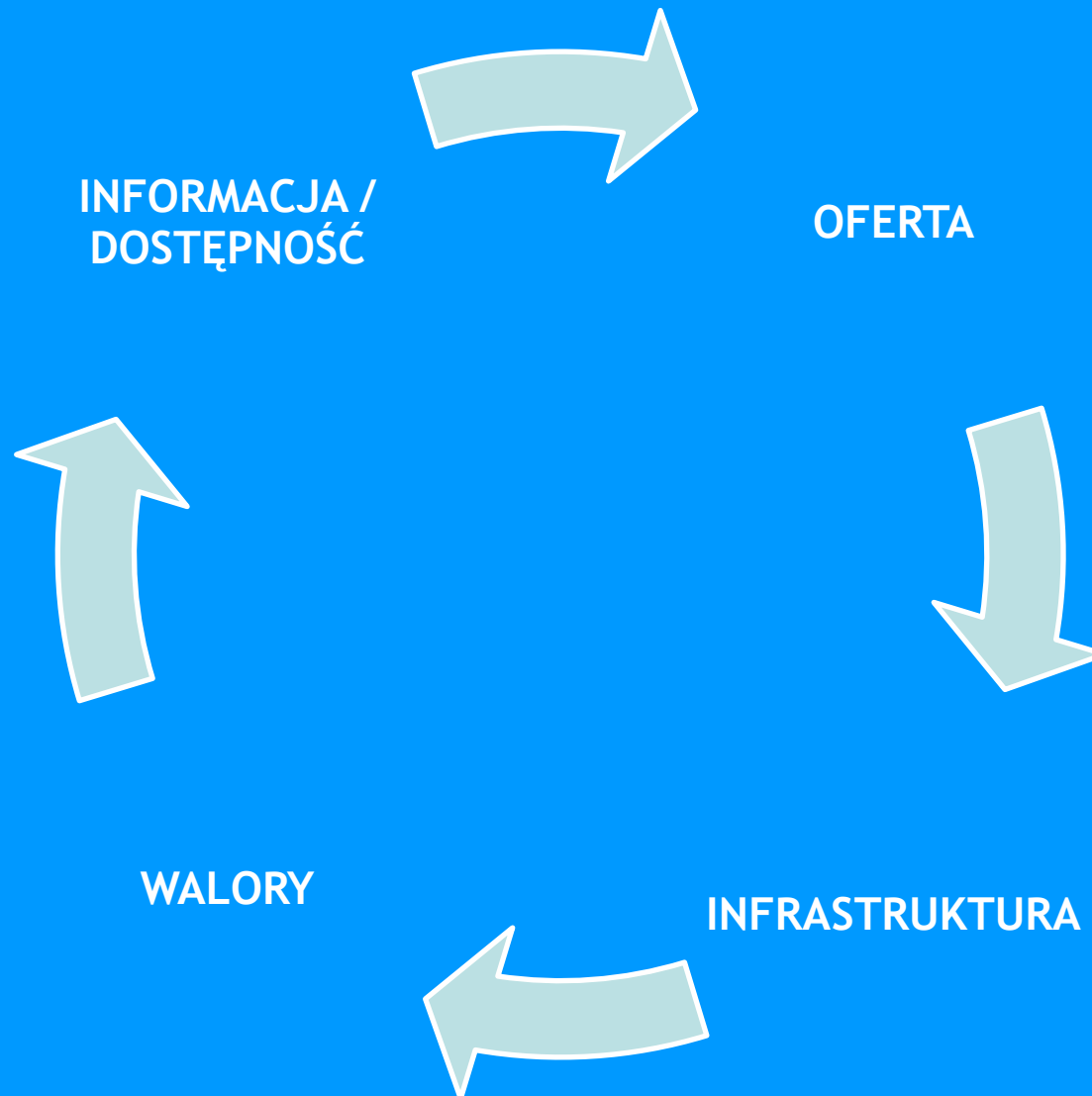
walory

- historia
- dziedzictwo kulturowe
- dziedzictwo przyrodnicze
- koloryt lokalny
- aspekt transregionalny
- walory rekreacyjne / turystyczne



- temat
- identyfikacja
- oferta
- informacja
- promocja

zintegrowany produkt turystyczny



kontakt

Karolina Fidyk

tel. 692-731-878

e- mail: karolinafidyk@gmail.com

