

Jan KRUPA • Oleksandr MŁYNAR

KONCEPCJA PRODUKTU TURYSTYCZNEGO POD NAZWĄ „PODKARPACKI SZLAK MIODOWY”

Jan Krupa, dr hab. inż. – Wyższa Szkoła Informatyki i Zarządzania w Rzeszowie
Oleksandr Młynar, lic. – absolwent WSiIZ w Rzeszowie

adres korespondencyjny:
Katedra Turystyki i Rekreacji
ul. Sucharskiego 2, 35-225 Rzeszów
e-mail: jkrupa@wsiz.rzeszow.pl

THE CONCEPT OF „PODKARPACKI HONEY TRAIL” AS A TOURIST PRODUCT

SUMMARY: The article presents author's conception of culinary trail related to beekeeping households, honey and apiarian products. The trail named „Podkarpacki Honey Trail” contains 9 apiaries and 1 flagship store located in the area of Podkarpackie voivodeship. In the description of the trail the attention was paid on the main events related to honey as well as on natural and cultural values located on the trail and in the area. The intention of developing the culinary trail referring to honey was to enable tourists and visitors getting to know the tradition of beekeeping, history and cultural customs of Podkarpackie Province.

KEYWORDS: culinary tourism, culinary trail, bee products, Podkarpackie Province, bees, honey

Wstęp

Tradycje pszczelarskie na ziemiach polskich sięgają czasów osadnictwa słowiańskiego sprzed ponad 2000 lat. Powszechnie określano Polskę, jako „kraj miodem i mlekiem płynący”. Pszczelarze przez wieki cieszyli się wielkim szacunkiem. Świadczą o tym nazwy miejscowości: Bartodzieje, Miodniki, Pszczelin i inne. Nadawano im wiele przywilejów, a bractwa bartników posiadały własne kodeksy praw, zwane prawem bartnym¹. Wszystkie słodkie wypieki, jak pierniki i kołaczki, a nawet popularne na wsi gryczane racuszki pieczono lub prażono na miodzie². Pszczelarstwo jest jedną z najstarszych gałęzi gospodarki na świecie i jego osobliwości mogą zniknąć z czasem, dlatego jest tak ważne, by popularyzować turystykę kulinarną związaną z produktami pszczelarskimi.

Korzyści płynące z obecności pszczół są doceniane nie od dziś. Więcej mówi się i pisze o zdrowotnych właściwościach produktów pszczelarskich, a mniej o roli tych owadów w środowisku naturalnym. Pszczoły są ważną i nieodłączną częścią ekosystemu i decydują o bioróżnorodności środowiska przyrodniczego. Zauważa się niebezpieczne zjawisko zanikania rojów pszczelich, głównie w USA, ale także w Europie i Polsce. Wymieranie pszczół może być sygnałem, że przyroda znalazła nowy sposób, nową broń przeciwko człowiekowi i jego szaleńczej dewastacji środowiska. Jak pisał Albert Einstein „Kiedy pszczoła zniknie z powierzchni Ziemi, to człowiekowi pozostaną już najwyżej cztery lata życia”. Pszczoły żyjąc w rojach tworzą skomplikowany superorganizm. Jak twierdzi z kolei badacz pszczół Jurgen Tautz „pszczoły w ciągu milionów lat ciągle się dostosowywały do zmian środowiskowych, ale w ciągu ostatnich kilkudziesięciu lat jakby osłabły, są mało odporne na stres i zanieczyszczenia”³. Przyczyn takiego stanu rzeczy może być wiele, między innymi osuszanie terenów, monokultury na olbrzymich obszarach, miasta i tereny zabudowane, pestycydy, choroby pszczół przenoszone w wyniku handlu pszczołami na całym świecie. Ponadto, zawód pszczelarza nie należy do modnych, a starzy pasjonaci wymierają, następców zaczyna brakować, a hobby to jest coraz droższe. Z tego też względu rozpowszechnienie informacji o ważności pszczół w środowisku i pszczelarstwie, stwarza szansę na odwrócenie tej niekorzystnej sytuacji i daje gwarancję przetrwania następnym pokoleniom ludzi. Daje szansę rozwoju pasiek istniejących i zainteresowania innych do uprawiania pszczelarstwa. Pasieki mogą stać się

¹ E. Szot, *Wszystko o miodzie, pszczołach i pszczelarzach*, „Boss Rolnictwo” 2001 nr 38, s. 15.

² B. Ogrodowska, *Tradycje polskiego stołu*, Warszawa 2012, s. 156.

³ T. Zaborowski, *Kiedy pszczoła zniknie z powierzchni ziemi, to ...* Albert Einstein, www.mojeopinie.pl [30-09-2015].

dużą atrakcją dla turystów i mieszkańców, a zarazem elementem promocji danej miejscowości czy regionu.

Gospodarstwa pasieczne i produkty pszczelarskie stają się obecnie atrakcją przyciągającą turystów w ramach uprawiania turystyki kulturowej kulinarnej. Dobrym przykładem aktywności turystycznej związanej z pszczelarstwem jest apiturystyka, która stanowi formę turystyki związanej z uprawianiem tradycyjnego zawodu bazującego na lokalnym potencjale przyrodniczym i kulturowym⁴. Jest to, jak dotychczas, niszowa forma turystyki zrównoważonej, przy czym różnorodne formy aktywności mieszczące się w ramach turystyki pszczelarskiej pozwalają na skierowanie oferty do licznej grupy odbiorców. Poznawanie tradycji kulinarnych, degustacja regionalnych potraw, uczestnictwo w lokalnych festiwalach gastronomicznych przyczyniły się do powstania turystycznych szlaków kulinarnych, promujących różnorodne produkty spożywcze, w tym tradycyjne i regionalne potrawy. Stają się one często elementem atrakcyjności turystycznej danego miejsca czy regionu⁵.

Celem niniejszego opracowania jest próba przedstawienia autorskiej koncepcji szlaku kulinarnego „Podkarpacki Szlak Miodowy”, przebiegającego przez wybrane miejscowości województwa podkarpackiego. Badaniami objęto producentów miodu i innych wyrobów pszczelarskich, ze szczególnym uwzględnieniem miodów regionalnych. Przyjęto założenie, że województwo podkarpackie ma sprzyjające warunki do rozwoju turystyki kulinarnej związanej z produktami pszczelarskimi oraz, że producenci produktów pszczelich są zainteresowani w promowaniu swoich pasiek i produktów przez obecność na tematycznym szlaku kulinarnym. W opracowaniu posłużono się takimi metodami i technikami badawczymi, jak: obserwacja, wywiad, analiza SWOT oraz koncepcja autorska szlaku związanego z miodem. Wykorzystano podstawową literaturę w zakresie podjętego problemu badawczego oraz zasoby internetowe.

⁴ B. Woś, W. Bień, *Apiturystyka jako forma turystyki zrównoważonej*, „Zeszyty Naukowe Wyższej Szkoły Turystyki i Języków Obcych” 2013 z. 11(1), s. 83-90.

⁵ E. Czarniecka-Skubina, D. Nowak, *Miody – polskie tradycje oraz ich współczesne wykorzystanie jako elementu atrakcyjności turystycznej regionów*, w: E. Puchnarewicz i D. Orłowski (red.), *Turystyka kulturowa a regiony turystyczne w Polsce*, Warszawa 2010, s. 249.

Szlak kulinarny jako produkt turystyczny oraz towarzyszące mu imprezy związane z miodem

Biorąc pod uwagę zmieniające się trendy społeczne związane z turystyką, zwiększający się popyt na wyjazdy zawierające elementy kultury, historii odwiedzanych terenów, turystyka kulinarna może w dużej mierze przyczynić się do zwiększenia popularności danego regionu⁶. Szlak kulinarny jest dość skomplikowanym produktem turystycznym, gdyż obejmuje nie tylko oznakowaną trasę i dobrane tematycznie zakłady przetwórstwa spożywczego czy obiekty gastronomiczne, ale także imprezy oraz warsztaty kulinarne, usługi noclegowe i przewodnickie, produkty żywnościowe lokalne, tradycyjne i regionalne, pamiątki, mapy, przewodniki i wiele innych pojedynczych towarów i usług. Istotnym zadaniem przy tworzeniu tego specyficznego produktu jest opracowanie znaku graficznego (logo), który w pełni oddawałby jego charakter i byłby znakiem rozpoznawczym (wizytówką, marką) w kraju i za granicą⁷.

Organizowanie kulinarnych szlaków staje się obecnie jedną z bardziej rozpowszechnionych form mających na celu propagowanie turystyki kulturowej kulinarnej.⁸ Tworzenie tematycznych szlaków turystycznych, w tym kulinarnych na obszarach wiejskich, ma na celu uatrakcyjnienie oferty gospodarstw agroturystycznych i innych obiektów świadczących usługi gastronomiczne, wiążąc je równocześnie z innymi podmiotami gospodarczymi i instytucjami współpracującymi na danym terenie⁹.

Rozwój turystyki kulinarnej może przyczynić się do zwiększenia opłacalności produkcji rolnej za sprawą oferowania produktów o wysokiej jakości i znanej renomie, zwiększenia różnorodności oferowanych produktów na rynku oraz ochrony lokalnej i regionalnej tożsamości¹⁰. Polska może pochwalić się bogactwem imprez związanych z kulinariami, w tym z produktami pszczelarskimi. Są to wydarzenia, dzięki którym można poznać z bliska pracę pszczelarzy oraz posmakować różne gatunki miodów. Jest to okazja do

⁶ J. Czachara, J. Krupa, *Koncepcja szlaku turystycznego „Smaki Bieszczadów”*, w: H. Makała (red.), *Kulturowe uwarunkowania żywienia w turystyce*, Warszawa 2013, s. 77-100.

⁷ M. Woźniczko, D. Orłowski, *Szlaki kulinarne komponentem wiejskiego produktu turystycznego*, w: C. Jastrzębski (red.), *Turystyka wiejska na drodze do komercjalizacji*, Kielce 2011, s. 101-123.

⁸ A. Kowalczyk, *Turystyka kulinarna jako element turystyki kulturowej*, „Rocznik Naukowy Wyższej Szkoły Turystyki i Rekreacji w Warszawie” 2008 t. 7, s. 27.

⁹ M. Woźniczko, D. Orłowski, op. cit.

¹⁰ B. Józefczyk, W. Grodzki, *Produkty regionalne i tradycyjne czynnikiem zwiększającym atrakcyjność oferty agroturystycznej*, w: Z. Kryński, E. Kmita-Dziasek (red.), *Turystyka wiejska, a rozwój i współpraca regionów*, „Prace Naukowo-Dydaktyczne Wyższej Szkoły Zawodowej w Krośnie” 2005 t. 15, s. 25.

degustacji najlepszych gatunków miodów, zapoznania się ze sprzętem pszczelarskim, z sztuką tradycyjnego pozyskiwania miodu. Goście mogą poznać nie tylko tradycje związane z pozyskiwaniem miodu, ale również z wykorzystaniem go w lecznictwie ludowym, kosmetyce i w kuchni przy przygotowywaniu potraw czy nalewek.

Wśród imprez związanych z miodem w Polsce, które odbywają się najczęściej w miesiącach lipiec-sierpień, rzadziej w czerwcu i wrześniu, można wymienić między innymi takie wydarzenie, jak:

- Miodowe Lato Kłodzka to impreza, która razem z zabawą, muzyką i degustacją miodów ma na celu wzbogacać wiedzę społeczeństwa o tym, jaką rolę zajmują pszczoły w życiu człowieka.
- Święto Miodu Ziemi Łukowskiej w Ławkach gromadzi głównie najlepszych pszczelarzy z województwa lubelskiego, sprzedających prawdziwy miód i produkty pszczelarskie z ekologicznie czystych rejonów i pasiek, ale także sprzęt pszczelarski.
- Międzynarodowy Festiwal Pszczelarski – Jelenia Góra to festiwal, w którym biorą udział najlepsi pszczelarze z Polski oraz z Czech i Niemiec.
- Podkarpackie Święto Miodu w Rzeszowie – biorą w nim udział znani pszczelarze, głównie z województwa podkarpackiego, którzy promują miód oraz inne produkty pszczele, zaś odwiedzający mogą degustować i zaopatrzyć się w różne gatunki miodów bezpośrednio od producentów.

Inne imprezy związane z miodem to na przykład:

- „Święto Miodu” w Zielonej Górze, organizatorem jest Muzeum Etnograficzne w Zielonej Górze z siedzibą w Ochli;
- Świętokrzyskie Święto Pszczoły w Bałtowie, w województwie świętokrzyskim;
- Targi Pszczelarskie i Tradycyjnej Żywności w Karczowiskach w województwie dolnośląskim;
- Ogólnopolskie Dni Pszczelarza w Wałczu w woj. zachodniopomorskim;
- Targi Pszczelarzy i Rzemiosła Pszczelarskiego – Lubelskie Miodobranie w Pszczelej Woli w województwie lubelskim.

Przykładem szlaku o tematyce związanej z miodem są, między innymi „Lubuski Szlak Wina i Miodu”, a zwłaszcza „Małopolska Miodowa Kraina”. Małopolska trasa turystyczna wiedzie po kilkunastu pasiekach i gospodarstwach, na której znajdują się także skanseny bartnicze, na przykład w Stróżach czy Kamiannej. W gospodarstwach pasiecznych można degustować i zakupić miód i produkty pszczele przyrządzane według tradycyjnych receptur, a w niektórych z nich poznać tajemnice życia pszczół, wziąć udział w warsztatach oraz odpocząć na łonie natury. Wszystkie gospodarstwa oferują swoim gościom noclegi agroturystyczne. Jest to kompletna oferta,

na którą składa się również udział w festynach i innych wydarzeniach o tematyce pszczelarskiej.

Charakterystyka koncepcji „Podkarpackiego Szlaku Miodowego”

Bartnictwo na Podkarpaciu ma bardzo stare tradycje i sięga odległych czasów. Produkcja miodu i wosku wykraczała daleko poza potrzeby rynku lokalnego i obok innych towarów wywożonych z tych terenów, na północ przez Kraków zajmowała znaczące miejsce. Opierając się na analizie literatury, zasobów internetowych i wywiadzie bezpośrednim, przygotowano koncepcję „Podkarpackiego Szlaku Miodowego”. Celem szlaku jest prezentacja dziedzictwa kulinarnego województwa podkarpackiego w zakresie produkcji pszczelarskiej, na przykładzie wybranych gospodarstw pasiecznych oraz zwiększenie zainteresowania regionem i produkcją pszczelarską. Trasa „Podkarpackiego Szlaku Miodowego” biegnie wzdłuż głównych dróg komunikacyjnych południowo-wschodniego obszaru województwa podkarpackiego, począwszy od Krosna, przez Domaradz, Krasiczyn, Pruchnik, Jarosław, Koniaków, Oleszyce i inne małe miasteczka i wioski (rysunek 1).



Rysunek 1. Trasa „Podkarpackiego Szlaku Miodowego”

Źródło: autorska koncepcja szlaku z wykorzystaniem materiału: www.google.pl [15-07-2015].

Przy trasie znajdują się ciekawe, warte poznania obiekty, punkty widokowe, wejścia lub zejścia ze szlaków turystycznych, atrakcje przyrodnicze i kulturowe oraz infrastruktura turystyczna. Trasa szlaku przebiega między innymi przez tereny Parku Krajobrazowego Pogórza Przemyskiego i Czarnorzecko-Strzyżowskiego Parku Krajobrazowego. Na szlaku zlokalizowanych jest dziewięć pasiek i jeden sklep firmowy, które oferują lokalne tradycyjne miody ekologiczne oraz inne produkty pszczele, na przykład węzę pszczelą wykonaną w najwyższym standardzie i higienie. Długość szlaku wynosi około 165 km. Opis szlaku przygotowany został w formie krótkiego przewodnika, zawierającego dokładne informacje o gospodarstwach pszczelarskich i atrakcyjnych pod względem turystycznym miejscowościach i obiektach będących jego głównymi punktami, które warto odwiedzić w trakcie podróży.

„Podkarpacki Szlak Miodowy” rozpoczyna się w Krośnie. Pierwszym obiektem jest Gospodarstwo Pasieczne „Miód Podkarpacki”. Obok podstawowych produktów pszczelich, gospodarstwo to oferuje również sprzedaż matek pszczelich. Niezbędna w tej dziedzinie wiedza i doświadczenie właścicieli są potwierdzone certyfikatami uzyskanymi na drodze szkoleń i egzaminów. Kolejny przystanek zaplanowano w gospodarstwie pasiecznym „Podkarpacki Pszczelarz”, które posiada wieloletnią tradycję rodzinną w hodowli pszczół. Pasieka swoimi tradycjami sięga okresu międzywojennego. Położona jest na terenach leśnych, specjalizuje się w hodowli pszczół, konfekcji miodu, a także w hodowli matek pszczelich i tworzeniu odkładów¹¹. Następne gospodarstwo pszczelarskie na szlaku to Gospodarstwo Ekologiczne „Eko Bałon” – jedno z wiodących ekologicznych gospodarstw pasiecznych w południowo-wschodniej Polsce. Tradycja pszczelarska kontynuowana jest już w trzecim pokoleniu. Duże doświadczenie praktyczne oraz stała kontrola jakości produktów pozwalają produkować miody najwyższej jakości pochodzące między innymi z ekologicznie czystych terenów Jaśliskiego Parku Krajobrazowego¹².

Kolejna pasieka na szlaku to rodzinne gospodarstwo pszczelarskie „ApiMiodek”. Początki pszczelarstwa w tej rodzinie sięgają początku XX wieku. Gospodarstwo posiada 200-pniową pasiekę, w której produkuje się głównie miód spadziowy w ilościach towarowych¹³. W odległości 10 km od poprzedniej pasieki znajduje się kolejne Gospodarstwo Pasieczne „Miodoland”, które oferuje szeroką ofertę miodów, jak i obszerną gamę sprzętu niezbędnego w gospodarstwie pszczelarskim, jak na przykład ule

¹¹ www.pszczelarz.ehost.pl [27-02-2015].

¹² www.krzysztof-balon.wix.com [28-02-2015].

¹³ www.ekomiodek.pl [28-06-2015].

poliuretanowe, ule langstroth, odkłady pszczele, jak również matki pszczele¹⁴. Następną pasieką warta uwagi to „Królewskie Miody”. Jest to nowoczesne gospodarstwo pasieczne, zajmujące się produkcją, konfekcjonowaniem i sprzedażą miodu i produktów pszczelich. Prowadzona jest wędrowna gospodarka pasieczna oparta na pożytkach gryczanych, lipowych, rzepakowych, spadziowych, wielokwiatowych i wrzosowych. Obecnie pasieka, położona u podnóża Krajobrazowego Parku Pogórza Przemysko-Dynowskiego w miejscowości Chorzów, jest wyposażona w 400 uli i 150 odkładów¹⁵.

Ósma pasieka na szlaku to pasieka ekologiczna, której właścicielem jest Jerzy Bańkowski. Historia z pszczołami w tym rodzinnym domu zaczęła się już w 1946 roku. Obecnie pasieka liczy około 150 rodzin pszczelich i posiada trzy najważniejsze świadectwa jakości i certyfikaty, czyli certyfikat zgodności (ekologiczny), wpis na Listę Produktów Tradycyjnych MRiRW (w 2008 roku) oraz świadectwo jakości „Chroniona Nazwa Pochodzenia”¹⁶. Przedostatnią pasieką, na szlaku jest Pasieka Wałczyk położona w podkarpackiej malowniczej wsi Piwoda, otoczona lasami i łąkami. Pasieka została założona w 2000 roku przez Edwarda Wałczyka i liczy ponad sto pni usytuowanych w różnych miejscach regionu. W celu podniesienia jakości miodu oraz pracy w pasieci właściciel sprowadza matki pszczele rasy Buckfast oraz Carnica w klasie reprodukcyjnej z południa Niemiec¹⁷. Ta pasieka znana jest też z tego, że w 2008 i 2013 roku zajęła pierwsze miejsce w Kategorii Najlepsze Pasieki Podkarpacia. Ostatnią pasieką na szlaku jest gospodarstwo o nazwie „Pasja”, położone w powiecie lubaczowskim, na terenach czystych i przyjaznych dla zdrowia. Posiada własną rozlewnię miodów, spełniającą wszelkie wymogi stawiane przez Unię Europejską. Miody z tej pasieki można znaleźć nie tylko w polskich, ale i zagranicznych sklepach na terenie UE¹⁸.

W przyszłości „Podkarpacki Szlak Miodowy” można oczywiście wzbogacić o nowe pasieki oraz rozbudować pod względem innych atrakcji na szlaku. Niewątpliwie jest to ciekawy pomysł i warto go kontynuować. Większość właścicieli opisanych pasiek, jest zainteresowanych promocją swoich gospodarstw i domowego „przemysłu” miodowego. Główną barierą w rozwoju tej działalności gospodarczej, jest rozwój cywilizacji i postępująca chemizacja środowiska przyrodniczego, czego trudno obecnie uniknąć.

W dobie bardzo rozwiniętej technologicznie informacji społecznej nastąpił gwałtowny rozwój metod promocyjnych różnorodnych produktów i dziedzin działalności człowieka. Szlak kulinarny jako produkt turystyczny

¹⁴ www.miodoland.pl [28-06-2015].

¹⁵ www.krolewskie-miody.com.pl [01-07-2015].

¹⁶ www.miod-ekologiczny.pl [01-07-2015].

¹⁷ www.pasiekawalczyk.pl [01-07-2015].

¹⁸ www.sklepmiodek.pl [01-03-2015].

można promować z wykorzystaniem różnych metod i narzędzi. W przypadku „Podkarpackiego Szlaku Miodowego” zaprojektowano logo, które ma stanowić wizytówkę i wizualny element, umożliwiającą rozpoznanie szlaku (rysunek 2).



Rysunek 2. Logo „Podkarpackiego Szlaku Miodowego”

Obecnie Internet i inne środki masowego przekazu są najważniejszym oraz efektywnym sposobem promowania towarów i usług. Dlatego ważne jest opracowanie atrakcyjnej strony internetowej z szczegółową informacją o szlaku kulturowym. Warto też nawiązać współpracę z innymi, często odwiedzanymi portalami turystycznymi, żeby na ich stronach były rozmieszczone linki do stron szlaku. Propozycję wyglądu strony internetowej „Podkarpackiego Szlaku Miodowego” przedstawia rysunek 3.

Materiały dydaktycznych i promocyjne, pomocne w identyfikacji szlaku, takie jak: ulotka, folder z mapą czy tablice informacyjne, są też ważną częścią reklamy szlaku, tym bardziej, że materiały reklamowe w formie ulotki, folderu często traktowane są przez turystów jako rodzaj pamiątki. Z uwagi na ograniczone możliwości wydawnicze w niniejszym artykule nie zamieszczono opracowanych materiałów promocyjnych.

W ewentualnym dalszym rozwoju szlaku pomocna może być opracowana analiza SWOT dla gospodarki pasiecznej (tabela 1), oparta na własnych obserwacjach oraz informacjach pozyskanych w trakcie wywiadów z pszczelarzami.

Tabela 1. Analiza SWOT w zakresie gospodarki pasiecznej

Mocne strony	Słabe strony
<ul style="list-style-type: none"> • Dogodne warunki środowiskowe do rozwoju pszczelarstwa w Polsce, w tym w województwie podkarpackim • Rosnąca liczba pasiek w Polsce, zwłaszcza w części wschodniej kraju • Moda na ekoturystykę i ekoprodukty • Szybki rozwój turystyki kulinarnej jako atrakcyjnej gałęzi światowego przemysłu turystycznego • Miód z polskich pasiek, można znaleźć w polskich i zagranicznych sklepach na terenie UE • Wysoka jakość produkowanego miodu i produktów pszczelarskich • Umieszczenie na Liście Produktów Tradycyjnych w mriw kilkudziesięciu gatunków miodu, w tym trzech gatunków miodu z województwa podkarpackiego • Uzyskanie kilkunastu certyfikatów UE na polski miód, w tym na podkarpacki miód spadziowy • Liczne biura podróży i organizacje turystyczne, wspierają rozwój turystyki kulinarnej, w tym opartej na produktach pszczelich • Funkcjonujące i powstające szlaki kulinarne związane z winem i miodem • Liczne informacje w Internecie o funkcjonujących gospodarstwach pasiecznych oraz asortymencie produktów znajdujących się w sprzedaży • Rodzinne tradycje pszczelarzy, duże zaangażowanie oraz pasja życiowa • Możliwość pozyskania dużego asortymentu produktów pszczelarskich • Zakup produktów pszczelarskich bezpośrednio u pszczelarza • Wzrastający popyt na produkty pszczelarskie i rozwój apiterapii 	<ul style="list-style-type: none"> • Stosunkowo niewielka liczba konsumentów zainteresowanych w zakupie droższych, ekologicznych i regionalnych produktów pszczelich posiadających certyfikat jakości • Niedostatecznie rozwinięta infrastruktura towarzysząca (baza noclegowa, gastronomiczna) w gospodarstwach pasiecznych i w najbliższej okolicy • Malejąca baza roślin miododajnych i bioróżnorodności w ekosystemach • Nierównomierne zagospodarowanie pszczelarskie terenu • Brak respektowania ogólnych przepisów weterynaryjnych • Wzrost chemizacji rolnictwa i nie przestrzeganie okresów opryskiwania upraw • Niska świadomość społeczna w zakresie walorów zdrowotnych produktów pszczelich
Szanse	Zagrożenia
<ul style="list-style-type: none"> • Pszczelarstwo, a za tym i turystyka miodowa może stanowić dodatkowe źródło dochodów dla producentów miodu i mieszkańców danej miejscowości i regionu • Rozwój pszczelarstwa wiąże się ze wzrostem liczby miejsc pracy, głównie na wsi • Wzrost zainteresowania nową formą turystyki wśród turystów • Wzrastająca liczba imprez związanych z miodem i produktami z pasieki • Obecność produktów i przemysłów charakterystycznych dla lokalnych kultur i regionów, pozwala polakom wyróżnić się na tle innych nacji • Promocja w kraju i za granicą miejscowości, w których znajdują się pasieki • Satysfakcja właściciela gospodarstwa pasiecznego z prowadzonej działalności • Apiterapia jako profilaktyka i lecznictwo dla osób chorych i w podeszłym wieku 	<ul style="list-style-type: none"> • Z każdym rokiem polski rolnik traci szansę na sprzedaż własnego miodu, przegrywając w walce konkurencyjnej z zagranicznymi pośrednikami tanich, niskiej jakości miodów • Z powodu braku odpowiednich przepisów, w polsce będzie rosnąć „szara strefa” wśród producentów miodu • Niekompletna i niszowa oferta pszczelarstwa i turystyki miodowej • Nowe jednostki chorobotwórcze (i pasożyty) atakujące rodziny pszczoły • Duże zanieczyszczenie i skażenie środowiska przyrodniczego i zmiany klimatyczne • Rosnące ceny ziemi • Wzrastająca powierzchnia upraw gmo, zagrażająca uprawom ekologicznym



Rysunek 3. Przykład strony internetowej „Podkarpackiego Szlaku Miodowego”

Analiza SWOT w zakresie rozwoju miodowej turystyki w województwie podkarpackim wykazała, że istnieje przewaga mocnych stron nad słabymi oraz nieznaczna przewaga szans nad zagrożeniami.

Podsumowanie

Od niedawna, wraz z rozwojem turystyki kulinarnej, miód i inne produkty stały się celem podróży wielu turystów. Z kolei apiturystykę można traktować jako formę turystyki związaną z pszczelarstwem, tradycyjnym zawodem pszczelarza i produktami pszczelimi w aspekcie ekologicznym, spożywczym i leczniczym. Aktywność związana z tą formą turystyki obejmuje wizyty w pasiekach, skansenach i muzeach pszczelarskich, które pełnią funkcję:

krajoznawczą, prozdrowotną i edukacyjną, zwłaszcza w odniesieniu do młodego pokolenia, kształtując jego postawę wobec środowiska i świadomość ekologiczną¹⁹.

Podtrzymanie regionalnych i lokalnych tradycji związanych z miodem w polskiej turystyce sprzyja promocji regionów, daje szansę na przyciąganie do Polski turystów-smakoszy z całego świata. Dla wielu turystów lokalna, regionalna kuchnia i produkty tradycyjne mogą pełnić istotną rolę w uzyskaniu satysfakcji, a według E. Cohen i N. Avieli, mogą stanowić atrakcję na równi ze sztuką, architekturą czy krajobrazem²⁰.

Producenci wyrobów miodowych są zainteresowani w promowaniu ich produkcji poprzez utworzenie szlaku kulinarnego związanego z miodem. Coraz więcej producentów korzysta z usług biur podróży i organizacji turystycznych, w celu promocji swoich produktów. Główną rolę odgrywa Internet, gdyż każde gospodarstwo pasieczne posiada atrakcyjną stronę internetową, a nawet sklepik internetowy. Utworzenie szlaku kulinarnego związanego z miodem tylko pomoże w popularyzacji produktów ekologicznych, w tym i pasiek, a funkcjonujący szlak może zaistnieć jako produkt turystyczny wyróżniający gospodarstwo i region.

Wkład autorów w powstanie artykułu:

Wkład pracy (opracowanie koncepcji i założeń, opracowanie metod, przeprowadzenie badań, interpretacja wyników analizy statystyczne, przegląd literatury) poszczególnych autorów jest następujący:

dr hab. inż. Jan Krupa – 60%

lic. Oleksandr Młynar – 40%

Literatura

- Cohen E., Avieli N., *Food in Tourism. Attraction and Impediment*, "Annales of Tourism Research" 2004 nr 4(31)
- Czachara J., Krupa J., *Koncepcja szlaku turystycznego „Smaki Bieszczadów”*, w: H. Makała (red.), *Kulturowe uwarunkowania żywienia w turystyce*, Warszawa 2013
- Czarniecka-Skubina E. i Nowak D., *Miody – polskie tradycje oraz ich współczesne wykorzystanie jako elementu atrakcyjności turystycznej regionów*, w: E. Puchnarewicz i D. Orłowski (red.), *Turystyka kulturowa a regiony turystyczne w Polsce*, Warszawa 2010
- Józefczyk B., Grodzki W., *Produkty regionalne i tradycyjne czynnikiem zwiększającym atrakcyjność oferty agroturystycznej*, w: Z. Kryński, E. Kmita-Dziasek (red.), *Turystyka*

¹⁹ B. Woś, W. Bień, op. cit.

²⁰ E. Cohen, N. Avieli, *Food in Tourism. Attraction and Impediment*, "Annales of Tourism Research" 2004 nr 4(31), s. 755-778.

wiejska, a rozwój i współpraca regionów, „Prace Naukowo-Dydaktyczne Wyższej Szkoły Zawodowej w Krośnie” 2005

Kowalczyk A., *Turystyka kulinarna jako element turystyki kulturowej*, „Rocznik Naukowy Wyższej Szkoły Turystyki i Rekreacji w Warszawie” 2008 t. 7

Woś B., Bień W., *Apiturystyka jako forma turystyki zrównoważonej*, „Zeszyty Naukowe, Wyższa Szkoła Turystyki i Języków Obcych” 2013 z. 11(1)

Woźniczko M., Orłowski D., *Szlaki kulinarne komponentem wiejskiego produktu turystycznego*, w: C. Jastrzębski (red.), *Turystyka wiejska na drodze do komercjalizacji*, Kielce 2011

www.ekomiodok.pl

www.krolewskie-miody.pl

www.krzysztof-balon.wix.com

www.miod-ekologiczny.pl

www.miodoland.pl

www.pasiekawalczyk.pl

www.pszczelarz.ghost.pl

www.sklepniodek.pl

Zaborowski T., *Kiedy pszczoła zniknie z powierzchni ziemi, to Albert Einstein*, www.mojeopinie.pl