

**ZYGMUNT KRUCZEK**

Akademia Wychowania Fizycznego w Krakowie

**MAGDALENA KRAUZOWICZ**

Akademia Wychowania Fizycznego w Krakowie

## TURYSTYKA KULINARNA NA PODHALU

### CULINARY TOURISM IN PODHALE

#### Wprowadzenie

Podhale to kraina historyczno-etnograficzna położona w regionie fizyczno-geograficznym Centralnych Karpat Zachodnich, zajmująca makroregion Obniżenia Orawsko-Podhalańskiego, które składa się z kolei z 4 mezoregionów: Kotliny Orawsko-Nowotarskiej, pasma Pienin, Pogórza Skoruszyńsko-Gubałowsko-Spiskiego oraz Rowu Podtatrzańskiego<sup>1</sup>. Podhale zatem leży pod Tatrami, po ich północnej stronie, w górnym dorzeczu Dunajca, jako najdalej na północ wysunięta część Karpat Centralnych. Granice Podhala bywają bardzo rozmaicie przedstawiane. Na potrzeby niniejszego artykułu przyjęto, że obszar Podhala zamyka się w granicach górnego dorzecza Dunajca, od Czorsztyna w górę, z wyjątkiem polskiej części Zamagurza Spiskiego, tj. terenów leżących na wschód od rzeki Białki.

Największą atrakcją Podhala jest autentyczny i żywy folklor góralski kultywowany na co dzień w wielu miejscowych rodzinach, który przyciąga rzesze „ciekawskich” turystów. Powstał on jako wynik połączenia ludowej kultury polskiej z elementami słowackimi, węgierskimi i bałkańskimi, jest również spokrewniony z kulturą wszystkich krain karpaccich. Ważnym elementem składowym podhalańskiego folkloru jest oryginalna kuchnia. Stała się podstawą rozwoju turystyki kulinarnej w tym regionie.

Turystyczne podróże kulinarne nie ograniczają się tylko do spożywania przez turystów potraw czy degustacji napojów, wiążą się one z zainteresowaniem wszystkim, co dotyczy jedzenia; poczynając od używanych produktów przez proces przygotowywania i podawania potraw po poznawanie związanych z jedzeniem obyczajów. Tym samym są one rodzajem turystyki kulturowej<sup>2</sup>.

Pojęcie turystyki kulinarnej zostało wprowadzone do literatury przedmiotu przez Lucy Mary Long w 1998 r. i zdefiniowane jako jeden ze sposobów poznawania innych kultur (ang. *experiencing other cultures through food*)<sup>3</sup>. Obecnie w literaturze funkcjonuje kilka różnych,

<sup>1</sup> J. Kondracki, *Geografia regionalna Polski*, PWN, Warszawa 2000, s. 351; confer: Z. Radwańska-Paryska, W. Paryski, *Wielka encyklopedia tatrzańska*, Wyd. Górskie, Poronin 2004.

<sup>2</sup> A. Kowalczyk, *Od street food do food districts – usługi gastronomiczne i turystyka kulinarna w przestrzeni miasta*, „Turystyka Kulturowa” 2014, nr 9, s. 6–31, [www.turystykakulturowa.org](http://www.turystykakulturowa.org).

<sup>3</sup> L.M. Long, *Culinary Tourism*, University Press of Kentucky, Lexington 2003.

bardziej lub mniej precyzyjnych definicji turystyki kulinarnej. Jedną z najszerzych i najtrafniejszych jej definicji została sformułowana przez Mikosa von Rohrscheidta, który wykazuje duży związek turystyki kulinarnej z turystyką kulturową. Według wspomnianego powyżej autora „mianem turystyki kulinarnej określa się 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 kulinarnych obcego kraju lub regionu docelowego oraz zapewnienie spożywania posiłków w odpowiednim otoczeniu”<sup>4</sup>. W podobny sposób definiują turystykę kulinarną inni autorzy<sup>5</sup>.

Turyści pragną zagłębić się w lokalną kulturę, poznawania ludzi oraz obyczajów, odkrywania lokalnych przysmaków, czyli poznania tej kultury wszystkimi zmysłami. Dzisiejszy turysta chce w podróżach realizować swoje pasje życiowe, zaspokajać ciekawość świata i ludzi oraz chęć kosztowania wyśmienitych potraw. To główne czynniki, które wpłynęły na wykształcenie szczególnego sposobu podróżowania, tj. turystyki kulinarnej, który stał się swoistym fenomenem i według World Food Travel Association jest jedną z najszybciej rozwijających się form turystyki<sup>6</sup>. Dowodzi temu zwiększająca się corocznie liczba touroperatorów oferujących podróże kulinarne, a także liczba osób odwiedzających strony internetowe traktujące o podróżach kulinarnych. Również w Polsce w ostatnich latach obserwujemy dynamiczny rozwój turystyki kulinarnej we wszystkich jej odmianach. Rozwój ten ma ogromne znaczenia gospodarcze i wizerunkowe dla regionów turystycznych, rekordy popularności biją różne wydarzenia związane z kuchniami regionalnymi.

Kuchnia regionalna to nieodłączny składnik kultury ludowej, ukształtowany w procesie historycznego rozwoju i zmian. Jej atuty to oryginalność, wieloletnie tradycje, dostępność w skali regionu pochodzenia. Potrawy czy produkty regionalne przygotowywane są według tradycyjnych receptur, przekazywanych z pokolenia na pokolenia. Do ich przygotowywania wykorzystuje się produkty charakterystyczne dla regionu, pochodzące z lokalnych upraw i hodowli. Dzięki temu dania mają specyficzne walory smakowe, niespotykane w innych częściach kraju<sup>7</sup>.

Lokalna, tradycyjna i regionalna kuchnia staje się sama w sobie atrakcją turystyczną<sup>8</sup>. Turyści, poza degustacją i spożywaniem potraw regionalnych, poznają lokalne sposoby ich przyrządzania, doprawiania i podawania. Powoduje to zwiększenie ich zainteresowania kulturą i historią całego regionu.

<sup>4</sup> A. Mikos von Rohrscheidt, *Turystyka kulturowa. Fenomen, potencjał, perspektywy*, Wyd. KMB Druk, Gnieźnieńska Wyższa Szkoła Humanistyczno-Menedżerska Milenium, Gniezno 2008.

<sup>5</sup> D. Orłowski, *Znaczenie gastronomii we współczesnej gospodarce turystycznej*, „Zeszyty Naukowe. Turystyka i Rekreacja” 2005, z. 1; H. Makala, *Tradycje w kuchni polskiej jako atrakcja dla turystów*, „Zeszyty Naukowe. Turystyka i Rekreacja” 2015, z. 1; M. Durydiwka, *Turystyka kulinarna – nowy (?) trend w turystyce kulturowej*, „Prace i Studia Geograficzne” 2013, t. 52.

<sup>6</sup> <http://worldfoodtravel.org> [5.08.2016].

<sup>7</sup> D. Orłowski, M. Woźniczko, *Kuchnia regionalna jako walor turystyczny na Małopolskim Szlaku Architektury Drewnianej*, [w:] *Rozwój turystyczny regionów a tradycyjna żywność*, red. Z.J. Dolatowski, D. Kołozyn-Krajewska, WSHiT, Częstochowa 2009, s. 134–139.

<sup>8</sup> H. Makala, op. cit., s. 24.

Można zatem stwierdzić, że bogate dziedzictwo kulinarne kuchni regionalnych w Polsce stało się poszukiwanym przez nabywców produktem turystycznym<sup>9</sup>. Produkcja i sprzedaż produktów tradycyjnych oraz serwowanie potraw regionalnych są olbrzymią szansą rozwoju dla mieszkańców i producentów związanych z miejscem wytwarzania danego wyrobu, miejscem pochodzenia surowca lub sposobem produkcji. Kuchnia jest jednym ze specyficznych produktów danego regionu, co ma wpływ na poprawę atrakcyjności turystycznej. Jest jednym z czynników zachęcających turystów do odwiedzenia danego miejsca i spróbowania produktów tradycyjnych.

W Polsce wydziela się takie regiony kulinarne, jak: Beskidy, Pomorze i Kaszuby, Wielkopolska, Podhale, Śląsk, Galicja, Warmia i Mazury, Mazowsze, Kresy Wschodnie<sup>10</sup>. Jednym z najciekawszych regionów predestynowanych do rozwoju turystyki kulinarnej jest Podhale.

## Kuchnia podhalańska

Regionalna kuchnia podhalańska kształtowała się w trudnych warunkach klimatycznych Podhala. Obecnie jest ona niemal całkowicie zapomniana, jedynie nazwy niektórych dań w restauracjach nawiązują do dawnych potraw. O kuchni tej w 1914 r. tak pisał kustosz Muzeum Tatrzańskiego Walery Staszal<sup>11</sup>: „Nadzwyczaj uboga jest spiżarnia góralki na naszym Podhalu. Twarde warunki klimatyczne i ubóstwo kamiennej gleby czyni pożywienie zaiste po spartańsku jednostajnym. Do podstawowych potraw kuchni podhalańskiej zaliczyć należy to wszystko, co ubogie góralskie gospodarstwo wyprodukowało, a nie przetworzyło w celu odsprzedania”. Podstawą były gotowane ziemniaki (gwar. grule, rzepa) oraz bryjka lub jej gęstsza postać zwana kluską. Inne produkty używane na co dzień w kuchni podhalańskiej to mąka jarcana, czyli jęczmienna, owsiana lub kukurydziana. Ta ostatnia zadomowiła się w czasach austro-węgierskich, kiedy to górale za zarobkiem udawali się aż pod Peszt i tam otrzymywali część zapłaty w postaci mąki kukurydzianej. Z nabiału stosowano głównie serwatkę, maślanekę oraz żętycę. Jako omasty używano topionej słoniny, skwarków, czasami oleju lnianego. Mleko słodkie i kwaśne pojawiały się na stołach jedynie odświętnie, gdyż gospodarstwo góralskie produkty takie jak ser biały, masło, oscypki, jaja starało się zbyć i były one spożywane sporadycznie. Warzywa – głównie kapusta – uprawiane były przede wszystkim w Kotlinie Nowotarskiej oraz Spiszu i Orawie, gdzie panują nieco łagodniejsze warunki klimatyczne. Kapustę kiszone (gwar. kiscenie) w całych główkach przekładanych liśćmi w beczkach (gwar. sudek). Natomiast w Zakopanem, Bukowinie Tatrzańskiej i innych wyżej położonych miejscowościach już sama uprawa ziemniaków była niezmiernie trudna. Wspomina o tym ksiądz Józef Stolarczyk w swoich pamiętnikach, jak to na przełomie września i października wykopki odbywały się spod śniegu, a urodzaj był tak słaby,

<sup>9</sup> M. Grębowiec, *Produkty regionalne i tradycyjne oraz ich rola w kreowaniu dziedzictwa narodowego*, „Zeszyty Naukowe. Turystyka i Rekreacja” 2012, z. 9 (1), s. 129.

<sup>10</sup> H. Makala, op. cit.

<sup>11</sup> <http://www.smakizpolski.com.pl/historia-kuchni-goralskiej> [5.08.2016].

że na jeden posadzony ziemniak wykopywało się dwa. Chleba w domach na Skalnym Podhalu nie wypiekano. Kupowano go w targowy dzień w Nowym Targu. Według świadectwa Agnieszki Prymuli, prowadzącej w okresie międzywojennym pensjonat w Bukowinie Tatrzańskiej, codziennie dla całej wsi z piekarni w Poroninie dostarczano 15 bochenków chleba i 80 bułek – głównie dla pensjonatów. Pieczywo zastępowano w okresie międzywojennym moskolami – plackami pieczonymi na blasze – aż do lat 60. ubiegłego stulecia. Największym przysmakiem jest oczywiście kwaśnica<sup>12</sup>.

Kuchnia podhalańska, mimo że dość uboga w składniki, cieszyła się sporym powodzeniem. Ludność ceniła przetwory góralskie przede wszystkim za wyjątkowy smak. Górale bardzo często produkty sprzedawali, dzięki czemu utrzymywali swoje gospodarstwo. W dzisiejszych czasach co prawda produkty regionalne są nadal cenione, ale nie stanowią jedynego źródła dochodu.

## Cel pracy

W artykule autorzy podjęli próbę określenia profilu turysty kulinarnego odwiedzającego Podhalę, a także opisanie specyfiki kuchni podhalańskiej przez prezentację najpopularniejszych regionalnych dań wskazanych przez respondentów. Posługując się opiniami badanych osób, starano się określić preferencje kulinarnych turystów na Podhalu. Dodatkowym celem była ocena szlaków kulinarnych zlokalizowanych na Podhalu.

## Materiał i metody

Dla realizacji ww. celów przeprowadzono w 2014 r. badania metodą bezpośrednią przy zastosowaniu sondażu diagnostycznego. Jako narzędzie badań wykorzystano specjalnie skonstruowany kwestionariusz, składający się z 17 pytań otwartych i zamkniętych.

Ankietowane osoby pytano o motyw wyjazdu do regionu, znajomość potraw regionalnych, szlaków i imprez kulinarnych. Poproszono także o ocenę degustowanych potraw, a także wskazanie restauracji, w których serwowane są regionalne dania.

Kwestionariusz ankiety zawierał również metryczkę, która określała płeć, grupę wiekową ankietowanych, miejsce zamieszkania oraz wykształcenie. Wszyscy respondenci zostali poinformowani o celu przeprowadzenia badań, a także o ich anonimowości.

Badania zrealizowane zostały na przełomie lipca i sierpnia 2014 r. w różnych miejscach Podhala, głównie na Równi Krupowej w Zakopanem, podczas Konkursu Potraw Regionalnych w Łopusznej oraz na nowotarskim rynku podczas Małopolskiego Festiwalu Smaków. Grupa badawcza początkowo wynosiła 250 osób, z czego kompletnych ankiet do dalszych obliczeń statystycznych zakwalifikowano 200. Wśród ankietowanych turystów zagranicznych odwiedzających Podhalę największą grupę stanowili Słowacy – 8,5%, licznie reprezentowani byli też Anglicy – 5,5%, Rosjanie – 5%, Niemcy – 3%, Duńczycy i Czesi – po 2,5% badanych – oraz Hiszpanie – 2%. W badanej zbiorowości przeważali

<sup>12</sup> <http://www.sp5konst.internetdsl.pl/strona/dania.html> [25.07.2016].

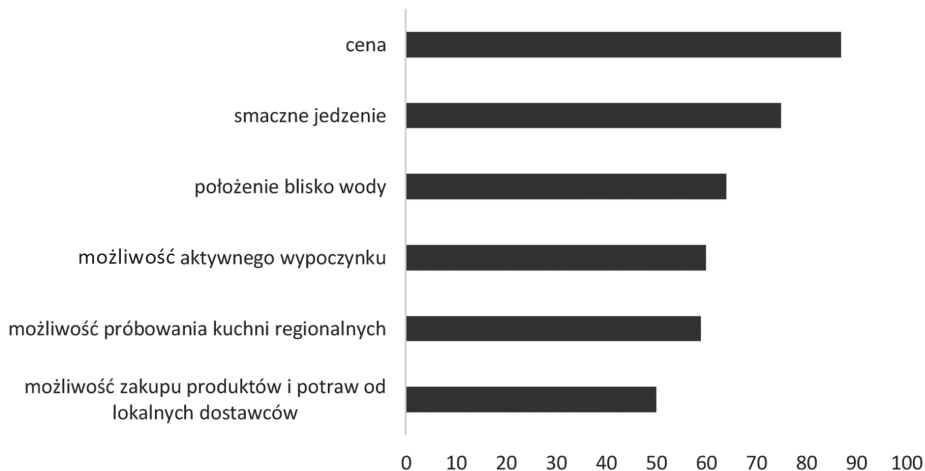
mężczyźni (53%). Pod względem wieku aż 35% badanych stanowiły osoby z przedziału 26–37 lat oraz 38–49 lat (30%). Osoby w wieku 18–25 lat stanowiły 21%.

Respondenci w większości posiadali wykształcenie wyższe (39%) lub byli studentami (22%). Najwięcej ankietowanych zamieszkiwało miasta – prawie 70%, na wsi mieszkało 30,5% respondentów.

## Profil turysty kulinarnego odwiedzającego Podhale

W badaniach ankietowych *Apetyt na region*, które zostały zrealizowane przez ARC Rynek i Opinia oraz Citybell Consulting na początku września 2013 r. na ogólnopolskiej próbie liczącej 1026 osób, uwzględniono preferencje kulinarne. W badaniu wzięli udział mieszkańcy miast powyżej 100 tys. mieszkańców, którzy w ciągu ostatnich 24 miesięcy przynajmniej dwa razy wyjechali w celach turystycznych lub wypoczynkowych w różne rejony Polski. Na wykresie 1 zaprezentowano odpowiedzi na pytanie o preferencje w wyborze oferty turystycznej.

### Co jest ważne dla turystów w czasie podróży?



Rycina 1. Miejsce kulinarniów w preferencjach podróżniczych Polaków w odsetkach,  $n = 1026$   
Źródło: *Apetyt na region*, ogólnopolskie badania opinii publicznej, ARC Rynek i Opinia, Citybell Consulting, wrzesień 2013.

W wyborze kierunku wyjazdu turysta kieruje się przede wszystkim ceną. Jest ona ważna dla 87% ankietowanych. Duże znaczenie mają również takie czynniki, jak smaczne jedzenie (75%), położenie miejsca wypoczynku blisko wody (64%) czy możliwość wypoczynowania aktywnego (60%). Możliwość próbowania kuchni regionalnej podczas wyjazdu wskazuje prawie 60% badanych, a co drugi ankietowany polski turysta (50%) korzysta z okazji kupienia lokalnych produktów i potraw. Chęć spróbowania regionalnych specjałów

jest nawet wyżej ceniona i bardziej pożądana niż udogodnienia dla rodzin z dziećmi (tylko 34%) czy bliskość dyskotek lub klubów (18%). Podróżowanie w nieznanne miejsce dla większości Polaków jest okazją do próbowania kuchni lokalnej. Dodatkowo respondenci odpowiedzieli, że są skłonni nadłożyć drogi, by zjeść posiłek w niepowtarzalnym miejscu. „W naszym otoczeniu za dużo jest tego, co masowe i standardowe, a za mało tego, co autentyczne i niepowtarzalne” – z tym twierdzeniem zgadza się ponad 70% badanych. Dlatego też, jeśli tylko mamy wybór, chętniej wybierzemy dania kuchni regionalnej<sup>13</sup>.

Przeprowadzony sondaż diagnostyczny pozwala na określenie profilu turysty kulinarnego odwiedzającego Podhale. Z naszych badań wynika, że turysta kulinarny wybierający Podhale jako cel podróży to głównie mężczyzna (53,5%), osoba młoda w przedziale wiekowym 26–37 lat (35% badanych) lub 38–49 lat (30%). Turysta kulinarny posiada również wyższe wykształcenie (39%) lub jest w trakcie studiów (22%), zamieszkuje głównie średnie miasta do 30 tys. mieszkańców. Wszyscy turyści kulinarni przywożą z podróży „pamiątki kulinarne”. Najchętniej nabywanymi przez turystę kulinarnego „pamiątkami kulinarnymi” są sery, oscypki oraz korboce, które uzyskały 35% wskazań respondentów; kolejnymi pamiątkami są bryndza, bundz i żyntyca – 25% wskazań, oraz wódki, miody i nalewki – 23,5% wskazań. Turysta kulinarny to także człowiek zamożny, który jest w stanie na podróż kulinarną wydać od 501 zł do 1000 zł (41,5 %).

Większość turystów zapytana o atrakcje kulinarne, które przyciągnęłyby ich uwagę, wymieniła festiwale i festyny kulinarne (27%), wystawy i degustacje produktów żywnościowych (21%), targi gastronomiczne oraz szlaki kulinarne (po 20% każde), warsztaty kulinarne (7%) oraz muzea poświęcone żywności. Niniejsze odpowiedzi wskazują, że swoistym fenomenem na Podhalu są festiwale i festyny, nie dziwi fakt, iż mają najwięcej wskazań, ponieważ głównie tam można skosztować najbardziej tradycyjnych dań tworzonych z najstarszych przepisów góralskich. Władze lokalne powinny dla większej promocji turystycznej regionu organizować więcej tego typu imprez.

## Najbardziej popularne dania na Podhalu

Tradycyjne dania kuchni podhalańskiej cieszące się największą popularnością zostały wytypowane dzięki ankiecie przeprowadzonej na grupie badawczej liczącej 200 osób. Wyniki ankiety przedstawia poniższa tabela 1.

Tabela 1. Dania kuchni podhalańskiej próbowane przez respondentów

Danie	Liczba odpowiedzi	Procent odpowiedzi (%)
Kwaśnica	35	17
Baranina pieczona	32	16
Moskole	29	14,5
Korpiele z flakami	16	8

<sup>13</sup> F. Frydrykiewicz, *Turystyka kulinarna, czyli pizza kontra proziaki*, „Rzeczpospolita” 2013, 23 września.

Bryjka	8	4
Zupa z bryndzy	6	3
Czosnianka	17	8,5
Fizoły	8	4
Sałaciorka	6	3
Bombolki z miodem	8	4
Hałuski	10	5
Oscypki	25	12,5

Źródło: opracowanie własne na podstawie ankiet.

Odpowiedzi respondentów wskazują na różne są gusta turysty kulinarnego. Należałoby chociaż część z najczęściej wybieranych potraw wprowadzić na stałe do menu restauracji regionalnych, aby zwiększyć możliwość poznania starej tradycyjnej kuchni góralskiej.

### **Kwaśnica**

Niezwykle popularne danie wśród turystów kulinarnych, aż 17,5% badanych respondentów wskazało to danie, którego próbowali i ponownie by skosztowali. Co ciekawsze, kwaśnica częściej wybierana była przez kobiety. Fenomen kwaśnicy z pewnością wynika z niezwykle kwaśnego smaku przełamanego aromatem wędzonego żeberka. To zupa bardzo treściwa i sycąca, dodaje energii i rozgrzewa w chłodne zimowe dni.

### **Baranina pieczona**

To kolejne niezwykle popularne danie tradycyjnej kuchni góralskiej. Uzyskało ono aż 16% głosów. Trafiła ona głównie w gusta panów, wśród 32 głosów 19 należało do płci męskiej. Danie to jest popularne w społeczeństwie polskim, otrzymało 17 wskazań. Baranina również zasmakowała zarówno zachodnim, jak i wschodnim gościom. To jeden z najbardziej niedocenianych produktów w kuchni polskiej ze względu na jego specyficzny smak i zapach. Mięso to przez wielu ludzi postrzegane jest jako tłuste i twarde. Tymczasem dobrze wybrane mięso, odpowiednia obróbka, marynowanie i dodatki mogą zaspokoić największe gusta kulinarne. Z tych względów zaczęto promować potrawy przygotowane właśnie z baraniny lub jagnięciny. W restauracjach i karczmach znajdujących się na szlaku Smaki Podhala znajdziemy już znacznie więcej potraw przyrządzonych na bazie tego mięsa. Jest jeszcze jeden czynnik, który odstrasza turystów od spróbowania potraw na bazie baraniny i jagnięciny. W powszechnej opinii potrawy na bazie tego mięsa są bardzo drogie. W ostatnich latach obserwujemy spadek cen, ponieważ zaczęto używać mięsa pochodzącego od rodzimych producentów, a zaniechano importu z Nowej Zelandii.

### **Moskole**

Trzecia w kolejności potrawa degustowana najczęściej przez respondentów. Uzyskała ona 14,5% głosów. Trafiła zarówno w gusta pań, jak i panów. Moskole docenili również turyści zagraniczni, którzy oddali na nie 14 głosów. Wśród nich było siedem kobiet. Mo-



skole kiedyś nazywano chlebem góralskim, traktowano je właśnie jak dzisiejszy chleb. Mają wyjątkowy smak, który w głównej mierze zależy od ziemniaków i czasu wypiekania ich na blasze. Zapewne ich popularność wynika również z faktu, że można je podać w zasadzie ze wszystkim i do wszystkiego. Mogą być one serwowane na słodko lub słono, jako dodatek do zup czy do mięsa.

### Oscypki

Ta bardzo popularna potrawa otrzymała 12% głosów. Oscypek to ser twardy, wędzony i bardzo słony. Wyrabiany jest on ręcznie z mleka owczego. W 2005 r. został wpisany na listę produktów tradycyjnych, a od 2007 r. oscypek góralski stał się drugim po bryndzy podhalańskiej polskim produktem regionalnym chronionym przez prawo unijne<sup>14</sup>. Podczas rejestracji ustalono jednoznacznie, jakie powinny być parametry oscypka oraz w jakim okresie można go wytwarzać i sprzedawać. Pierwszym bacą, który uzyskał certyfikat uprawniający do wyrobu i sprzedaży oscypków był Kazimierz Furczoń z Leśnicy. Oscypek stał się tak rozpoznawalnym przysmakiem z Podhala, że z inicjatywy władzy samorządowej i baców utworzono szlak turystyczny poświęcony oscypkowi<sup>15</sup>. Ma on na celu promowanie turystyki kulinarnej, jak również Podhala i samego oscypka.

### Korpiele

Potrawa ta zyskała 8% głosów, kosztowali ją głównie Polacy – 14 wskazań. Jest ona niedostępna w menu podhalańskich restauracji. Znajomość tej potrawy jest zaskoczeniem, najprawdopodobniej turyści mieli okazję próbować jej w pensjonatach lub kwaterach prywatnych, gdzie tradycyjne dania gotują starsze góralki.

Karpiele (brukiew), po góralsku – korpiele, to dwuletnia roślina okopowa o jadalnym (lub pastewnym), zgrubiałym korzeniu, dawniej uprawiana w całej Polsce, dzisiaj stanowi rzadkość. Dzisiejsze korpiele można spotkać już tylko w kilku regionalnych karczmach, na przeglądach i konkursach potraw regionalnych. Popularne danie to korpiele z flakami gęsiami.

### Fizoły

Potrawa ta cieszy się mniejszą popularnością wśród turystów kulinarnych, rzadko też jest spotykana w karczmach podhalańskich. Zyskała ona 4% głosów respondentów, wszystkie wskazania pochodzą od Polaków. Wywnioskować z tych danych można, że potrawę tę serwują jedynie tradycyjne gospodynie prowadzące pensjonaty. Fizoły to danie z gotowanej fasoli z suszonymi śliwkami, okraszone zasmażką przygotowaną z mąki pszennej i masła. Niezwykle prosta potrawa, ale w tej prostocie ukrywa się niesamowity smak.

<sup>14</sup> [https://pl.wikipedia.org/wiki/Oznaczenia\\_pochodzenia\\_geograficznego\\_produk%C3%B3w\\_rolnych\\_w\\_Unii\\_Europejskiej#Polskie\\_produkty\\_obj.C4.99te\\_ochron.C4.85\\_Unii\\_Europejskiej](https://pl.wikipedia.org/wiki/Oznaczenia_pochodzenia_geograficznego_produk%C3%B3w_rolnych_w_Unii_Europejskiej#Polskie_produkty_obj.C4.99te_ochron.C4.85_Unii_Europejskiej) [5.08.2016].

<sup>15</sup> Z. Kruczek, *Szlak oscypkowy w Małopolsce. Droga od pomysłu do produktu turystycznego*, [w:] *Kultura i turystyka. Wspólna droga*, red. B. Włodarczyk, B. Krakowiak, J. Latosińska, Regionalna Organizacja Turystyczna Województwa Łódzkiego, Łódź 2011.



## **Bryjka**

Jest to potrawa mączna. Uzyskała ona zaledwie 4% głosów, wszystkie wskazania należały do Polaków. Budzi ona ciekawość zapewne nazwą, jednakże po jej spróbowaniu tylko co druga osoba zdecydowałaby się na ponowne skosztowanie.

## **Czosnianka**

Esencjonalna, pożywna zupa ciesząca się niezmiernym zaciekawieniem turystów zyskała 8,5% głosów. Czosnianka to zapomniana zupa odkrywana na nowo, gotowana głównie z ziemniaków, świeżego czosnku i cebuli, doprawiona świeżą miętą. Wielkimi krokami wchodzi na stoły góralskich karczm i restauracji, podbijając swą prostotą i smakiem żołądki i serca zarówno turystów, jak i dzisiejszych górali.

## **Zupa z bryndzy**

Kolejna zupa o intensywnym smaku, która ostatnimi czasy silnie zaznacza się w menu proponowanym przez restauracje lokalne. Bardzo mocno budzi zaciekawienie turystów. Zyskała 3% wskazań, większość z ankietowanych chciałaby jej spróbować ponownie.

## **Bombolki z miodem**

Zapomniany góralski deser, który niedawno wkroczył do podhalańskich karczm. Został wskazany przez 4% ankietowanych. Bombolki to góralski odpowiednik drożdżówek, są wyrobem piekarniczym w postaci słodkiego, okrągłego pieczywa drożdżowego z nadzieniem, zazwyczaj polewanego miodem. Jako nadzienie stosuje się mak, biały ser, budyń, jagody lub inne owoce.

## **Hałuski**

Są to kluseczki, które występują w wielu wschodnioeuropejskich kuchniach. Przyrządza się je z surowych, tartych ziemniaków z dodatkiem mąki i soli, później wrzuca się na gotującą się wodę. Podawane są z bryndzą lub skwarkami. Zyskały niezwykłą popularność, z przeprowadzonych badań wynika, że 5% badanych wskazało te kluseczki jako danie, które smakowali i z chęcią ponownie by skosztowali.

## **Sałaciorka**

To zupa na bazie sparzonych liści sałaty gotowanych na serwatce. Praktycznie nie można jej spotkać w menu żadnej z regionalnych karczm na terenie Podhala, co jest swego rodzaju fenomenem. Otrzymała ona 3% wskazań, z czego wnioskować można, że potrawę tę serwują jedynie gospodynie prowadzące wynajem pokoi.

## **Najpopularniejsze karczmy i restauracje na Podhalu**

Regionalnych karczm czy restauracji na Podhalu jest bardzo wiele, a każda z nich ma swoją klientelę. Nie sposób opisać oferty wszystkich podhalańskich karczm, gdyż ze

względu na ich dużą liczbę powstałyby opasty przewodnik kulinarny. Dlatego aby obiektywnie wybrać te najbardziej wartościowe i cieszące się największą popularnością wśród turystów, w ankiecie zapytano o najlepszą ich zdaniem tradycyjną restaurację czy karczmę. Po wstępnej analizie otrzymanych wyników wybrano do opisu trzy restauracje z największą liczbą głosów. Wyniki przedstawiono w tabeli 2.

Tabela 2. Najlepsze regionalne karczmy, restauracje wymieniane przez respondentów

Nazwa	Liczba głosów	Procentowy udział
Bąkowa Zohylina	32	16
Litworowy Staw	30	15
Tatra Chalet	26	13
Zadyma	23	11,5
Siuchajsko	22	11
Zakopiański Dwór	19	9,5
Górska Strawa	16	8
Karczma u Furtoka	12	6

Źródło: opracowanie własne na podstawie ankiet.

## Bąkowa Zohylina

Restauracja znajdująca się w Zakopanem, ma dwa oddzielne lokale o dwóch odrębnych nazwach Bąkowa Zohylina Niżnio oraz Bąkowa Zohylina Wyżnio. Pierwsza z nich znajduje się przy ul. Piłsudskiego 6, druga natomiast przy ul. Piłsudskiego 28a. Obydwa lokale zaprojektowane są w tradycyjnym góralskim stylu, gdzie wszystkie elementy wykonano z drewna, nawet ławy i stoły. Surowe wnętrza ocieplają powieszona na ścianach elementy stroju góralskiego i nieużywane obecnie przedmioty użytku codziennego. Najczęściej zamawianymi potrawami są: oscypek grillowany, moskol, kwaśnica, udziec barani oraz korytko „świniobicie”. Należy dodać, że Bąkowa Zohylino Wyżnio znajduje się na szlaku kulinarnym Smaki Podhala, w ramach czego serwuje potrawę „koza na dziko, czyli młoda kozina duszona z jarzynami skąpana w sosie własnym z nutą litworu i podana z moskolami”. Bąkowa Zohylina Wyżnio została także wyróżniona w prestiżowym przewodniku gastronomicznym Gault & Millau, w którym znalazło się 250 najlepszych, rekomendowanych restauracji oraz karczm w Polsce. Profesjonalni niezależni eksperci smaku L'Expert Gourmand docenili wkład tej restauracji w najlepsze dania regionu.

## Litworowy Staw

Zlokalizowany przy ulicy Środkowej 63 w Białce Tatrzańskiej, dział od lipca 2007 r. Litworowy Staw serwuje dania tradycyjnej kuchni góralskiej i polskiej. Karczma idealnie wpisuje się w zabudowę regionalną, wszystko zostało tam wykonane z drewna. Wewnątrz panuje bardzo ciepła i rodzinna atmosfera, co zdaniem właścicielki najbardziej (zaraz po jakości serwowanych dań) przyciąga klientów. Z informacji uzyskanych od właścicielki

restauracji w sezonie wynika, że dziennie zostaje tam obsłużonych od 200 do 250 gości, najczęściej zamawianymi potrawami są: placek po zbójnicku, schabowy „krzesany”, chrzanowa z plackiem ziemniaczanym oraz chleb ze smalcem.

Litworowy Staw jest bardzo docenianą restauracją, ma wiele odznaczeń świata zarówno kulinarnego, jak i kulturowego. Właściciele angażują się w liczne programy i konkursy. Karczma w roku 2011 została nagrodzona przez polską filię ICC dla najlepszej karczmy, uzyskała również certyfikat programu Smaki Podhala. Restauracja została także doceniona przez władze powiatu tatrzańskiego przez przyznanie nagrody Orle Pióro. Należy dodać, że Litworowy Staw znajduje się na szlaku kulinarnym Smaki Podhala, w ramach czego serwuje potrawę „grillowane szpadki z jagnięciny”.

### **Tatra Chalet – Restauracja CINQ**

Tatra Chalet znajduje się przy ulicy Bogdańskiego 5 w Zakopanem. Jest to nowy obiekt, powstał on na przełomie 2011 i 2012 r., położony w bliskim sąsiedztwie Księżego Lasu, Doliny Strążyskiej i malowniczego szlaku Droga pod Reglami. Tatra Chalet to wyjątkowe połączenie małego luksusowego hotelu i małej kameralnej oraz bardzo luksusowej restauracji. To kryty gontem, rozległy dom z pobielonymi ścianami i strzelistym dachem, usianym spiczastymi wypustkami, odwołującymi się do ostrych szczytów Tatr. Restauracja serwuje lokalne przysmaki, których podstawą są sezonowe i naturalne produkty. Szef kuchni lubi eksperymentować z produktami oraz smakami, modyfikuje tradycyjne potrawy i podaje je w nowej formie. Restauracja również znajduje się na szlaku kulinarnym Szlaki Podhala dzięki potrawie „grillowany i podwędzany comber z jagnięciny podhalańskiej na musie z suski sechlońskiej, puree z batatów z oscypkiem i grillowanymi borowikami”.

## **Szlaki i ścieżki kulinarne na Podhalu oraz ich ocena**

Kulinaria stały się atrakcją turystyczną i szlagierem w wielu miastach i regionach zarówno w Polsce, jak i na świecie. W różnych regionach wytyczane są tematyczne szlaki kulturowe powiązane z lokalnymi specjałami. Turystom podróżującym danym szlakiem kulinarnym oprócz usług gastronomicznych oferowane są kompleksowe usługi turystyczne np. noclegowe czy też przewodnickie<sup>16</sup>. Szlaki kulinarne obecnie stają się niewątpliwym atutem i jedną z ważnych przesłanek w podejmowaniu decyzji o wyborze regionu, jaki chce odwiedzić turysta. Obecnie w Polsce funkcjonuje 27 szlaków kulinarnych<sup>17</sup>, a z inicjatywy Polskiej Organizacji Turystycznej w 2014 r. powstało nowe konsorcjum produktowe w obszarze rozwoju i promocji kuchni polskiej – konsorcjum Polskie Szlaki Kulinarne<sup>18</sup>.

<sup>16</sup> M. Woźniczko, T. Jędrzyśiak, D. Orłowski, *Turystyka kulinarna*, PWE, Warszawa 2015, s. 109.

<sup>17</sup> A. Stasiak, *Rozwój turystyki kulinarnej w Polsce*, [w:] *Kultura i turystyka. Wokół wspólnego stołu*, red. B. Krakowiak, A. Stasiak, ROTWŁ, Łódź 2015.

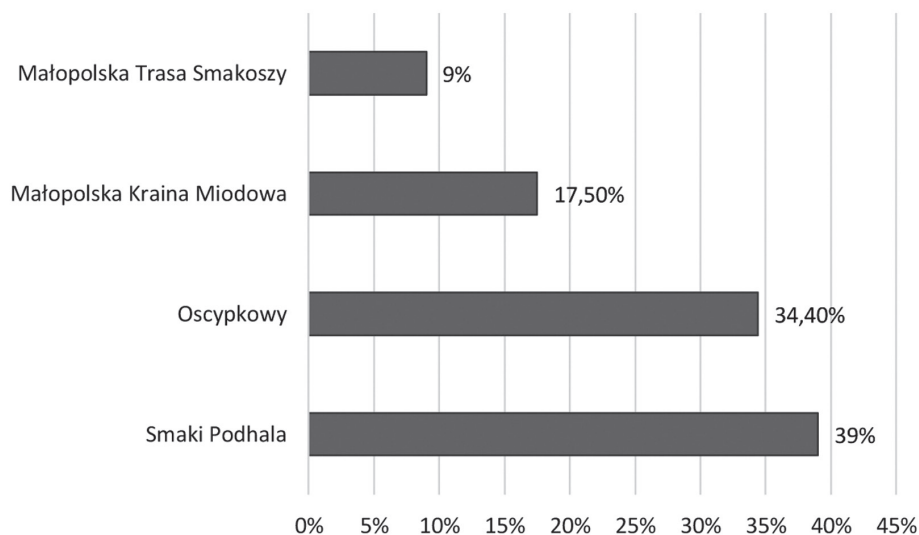
<sup>18</sup> J. Maciąg, *Modele biznesowe oparte na standardach jakości na przykładzie regionalnych szlaków turystyki kulinarnej*, „Studia Ekonomiczne. Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach” 2015, nr 251, s. 47.

W Polsce coraz więcej samorządów lokalnych dostrzega w tworzeniu szlaków kulinarnych szansę na turystyczny rozwój regionu, mogą stać się one istotnym czynnikiem rozwoju lokalnego czy też regionalnego<sup>19</sup>. Przemierzanie szlaków stanowi jeden z głównych powodów skłaniających turystów do udziału w podróżach kulinarnych. Szlaki kulinarne mają na celu promocję walorów regionu, a zwłaszcza regionalnych tradycji żywieniowych i lokalnych produktów spożywczych. Wśród tych szlaków można wyróżnić:

- szlaki prowadzące do lokali gastronomicznych oferujących kuchnie lokalne, regionalne i narodowe;
- szlaki, których motywem przewodnim jest wino i miód;
- szlaki promujące lokalne, regionalne lub tradycyjne produkty żywnościowe;
- szlaki promujące potrawy lokalne, regionalne lub tradycyjne.

Szlaki kulinarne powstają głównie w dużych polskich miastach i regionach – najwięcej w Małopolsce na atrakcyjnych obszarach wiejskich. Na terenach Podhala znajduje się jeden główny szlak kulinarny – Szlak Oscypkowy – oraz jedna ścieżka kulinarna – Smaki Podhala, ale przez jego teren przechodzi kilkanaście innych, mniej znanych szlaków o zasięgu regionalnym np. szlak Małopolska Wieś Pachnąca Ziołami, Małopolska Miodowa Kraina.

Wyżej wymienione ścieżki i szlaki są najbardziej rozpoznawalne wśród ankietowanych. Szlak Oscypkowy uzyskał aż 34,4% wskazań, a ścieżka Smaki Podhala – 39% wyróżnień (ryc. 2).



Rycina 2. Najpopularniejsze szlaki kulinarne na Podhalu według ankietowanych (w odsetkach odpowiedzi)  
Źródło: opracowanie własne na podstawie ankiet.

<sup>19</sup> A. Matusiak, *Turystyka kulinarna*, [w:] *Współczesne formy turystyki kulturowej*, red. K. Buczkowska, A. Mikos von Rohrscheidt, Wyd. AWF, Poznań 2009.

## Szlak Oscypkowy

Wieloletnie działania promocyjne władz lokalnych oraz starania o przyznanie znaku jakości – certyfikatu unijnego sprawiły, że oscypek stał się królem polskich serów rozpoznawalnym na całym świecie. Jest on nie tylko wspaniałej jakości przysmakiem, lecz także produktem regionalnym, którego pochodzenie, kształt, zapach, kolor i smak są wyrazem regionu, a poza granicami kraju – polskości.

Pomysł na tego typu produkt pojawił się w 2005 r. Inicjatorem przedsięwzięcia jest Tatrzańska Agencja Rozwoju, Promocji i Kultury, która jako instytucja Starostwa Powiatowego w Zakopanem rozpoczęła tworzenie Szlaku Oscypkowego. Do współpracy przy kreowaniu szlaku zaproszono baczów, Związek Hodowców Owiec i Kóz oraz Tatrzańsko-Beskidzką Spółdzielnię Producentów Gazdowie. Idea, jaka legła u podstawy tworzenia szlaku, to prezentacja dziedzictwa kulturowego Podtatrza, czyli sam wypas owiec i rytuały z tym związane, ukazanie życia bacy oraz procesu tworzenia samego oscypka, który przez takie działania stawał się najbardziej znanym polskim produktem regionalnym zarejestrowanym w Komisji Europejskiej. Na początku projektu szlak tworzyło 21 baczówek, w roku 2008 było ich już 25, obecnie jest ich 34. Znajdują się one na obszarze sześciu powiatów: tatrzańskiego, nowotarskiego, żywieckiego, suskiego, limanowskiego oraz nowosądeckiego<sup>20</sup>. W 2011 r. z inicjatywy 17 baczów powstało Stowarzyszenie Szlak Oscypkowy. Głównym celem stowarzyszenia jest promocja produktów regionalnych oraz pomoc w kultywowaniu tradycji pasterskiej. Na czele zarządu stanął baca Kazimierz Furczoń.

Celem szlaku jest prezentacja dziedzictwa kulturowego górali, którego najcenniejszą częścią jest sezonowy, wysokogórski wypas owiec na halach i polanach tatrzańskich, Pasma Gubałowskiego, gorceńskich, babiogórskich, pienińskich i beskidzkich. Turysta przemierzający szlak może odwiedzać szałas, w których odbywa się kulturowy wypas owiec, oglądać piękną panoramę Tatr, przeżywać niepowtarzalny klimat Spisza. Szlak daje poza kosztowaniem oscypków możliwość poznania piękna i niepowtarzalności podhalańskich wsi.

Jest to szlak sezonowy, otwarty od maja do września, oznakowany drewnianymi tabliczkami w trzech językach. W ramach promocji wydano folder w trzech wersjach językowych z opisem poszczególnych baczówek oraz mapką całego szlaku. Koordynatorem szlaku jest Pan Edward Styrzula- Maśniak. W 2013 r. stowarzyszenie upowszechniło bezpłatną aplikację multimedialną na smartfony, która ułatwia turystom dotarcie do baczówek produkujących oryginalny oscypek. Dzięki usprawnionej w ostatnich latach, zakrojonej na szeroką skalę akcji promocyjnej oraz uporządkowaniu i ujednoczeniu oznakowania szlaku zyskuje on na popularności. Wydanie aplikacji multimedialnej na smartfony przyczyniło się do wzrostu rozpoznawalności tegoż szlaku wśród turystów, co ma swe odzwierciedlenie w wynikach przeprowadzonych badań ankietowych.

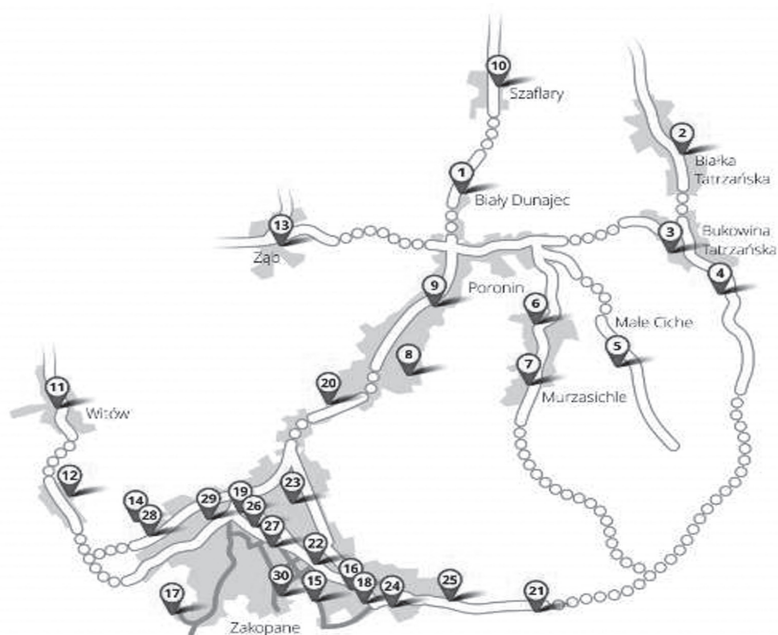
## Ścieżka kulinarna Smaki Podhala

Szlak Smaki Podhala powstał w wyniku projektu zrealizowanego w 2014 r. w ramach szwajcarskiego programu współpracy z nowymi krajami członkowskimi Unii Europejskiej.

<sup>20</sup> Z. Kruczek, op. cit.

Współfinansowany był również za pośrednictwem Funduszu Grantowego w ramach projektu Produkt Lokalny Małopolska realizowanego przez Fundację Partnerstwo dla Środowiska.

Projekt Smaki Podhala miał na celu budowanie wartości marki lokalnej w gastronomii jako inicjatywy pozytywnie kojarzonej z promocją kuchni regionalnej. Adresowany był do właścicieli karczm, restauracji, restauracji regionalnych i gospodarstw agroturystycznych świadczących usługi gastronomiczne, którzy zobowiązali się w wyniku udziału w projekcie do wprowadzenia w menu minimum jednej potrawy opartej na produkcie lokalnym. Beneficjentem tego programu było Stowarzyszenie Rozwoju Podtatrza, partnerem wiodącym Tatrzańska Izba Gospodarcza. W ramach Smaków Podhala zrealizowano liczne warsztaty gastronomiczne dla szefów kuchni, menagerów i kelnerów. Założeniem warsztatów było zbudowanie zespołów „gdzie szef kuchni byłby alchemikiem smaków, menager kreatorem gustów gastronomicznych, a kelnerzy wzorem najlepszego serwisu”<sup>21</sup>. W wyniku działań założonych w projekcie każda z restauracji opracowała jedną sztandarową potrawę wykreowaną w oparciu o produkt lokalny. Potrawa ta stała się flagowym daniem, symbolem na mapie ścieżki tematycznej Smaki Podhala. Na zajęciach warsztatowych uzyskano i dopracowano jakościowo przepisy na specjalności regionalne, które już weszły na stałe do menu poszczególnych restauracji. Każda z 30 restauracji specjalizuje się w jednej potrawie regionalnej, która wyróżnia ją spośród innych obiektów gastronomicznych.



Rycina 3. Rozmieszczenie restauracji na trasie ścieżki Smaki Podhala  
Źródło: <http://www.restaurantmenu.pl/rmd/smaki-podhala.php> [23.08.2015].

<sup>21</sup> <http://www.tig.zakopane.pl/projekt-kulinary-smaki-podhala> [23.08.2015].

Ścieżka ta została bardzo dobrze wypromowana i jest bardzo dobrze rozpoznawalna wśród turystów. Należy zauważyć, że w odpowiedzi na pytanie zawarte w ankiecie dotyczące wskazania karczmy lub restauracji, w których tradycyjnych potraw kosztowali turyści, większość z respondentów wskazała karczmy znajdujące się na trasie Smaki Podhala.

## Podsumowanie

Turystyka kulinarna jest jednym z najbardziej dynamicznie rozwijających się trendów podróży tematycznych na rynku usług turystycznych na całym świecie. W artykule wykazano, że Podhale ze względu na bogate i różnorodne dziedzictwo kulinarne stoi przed ogromną szansą rozwoju tej gałęzi turystyki. Region ten jest swego rodzaju „kopalnią” smaku, bogatą w różnorodne aromaty produktów i potraw przyrządzanych według staropolskich tradycyjnych receptur.

Przeprowadzone badania pozwoliły na określenie profilu turysty kulinarnego odwiedzającego Podhale. Jest osoba młoda, dobrze wykształcona, częściej mężczyzna, zamieszkująca miasta i chętnie kupująca regionalne pamiątki kulinarne, a także biorąca udział w festiwalach, wystawach i degustacjach regionalnych produktów. Badani turyści za najbardziej popularne dania regionu podhalańskiego uznali: kwaśnicę, pieczoną baraninę, moskole oraz oscypki. Wskazali także ich zdaniem najbardziej atrakcyjne restauracje wpisujące się w nurt popularyzacji kuchni regionalnej. Na czołowych miejscach znalazły się restauracje Bąkowa Zohylnia i Tatra Chalet w Zakopanem oraz Litworowy Staw w Białce Tatrzańskiej.

Ocenie poddano także szlaki kulinarne na terenie Podhala. Wśród nich największe znaczenie zdaniem badanych turystów ma Szlak Oscypkowy i ścieżka kulinarna Smaki Podhala.

## Bibliografia

- Durydiwka M., *Turystyka kulinarna – nowy (?) trend w turystyce kulturowej*, „Prace i Studia Geograficzne” 2013.
- Frydrykiewicz F., *Turystyka kulinarna, czyli pizza kontra proziaki*, „Rzeczpospolita” 2013, 23 września.
- Grębowiec M., *Produkty regionalne i tradycyjne oraz ich rola w kreowaniu dziedzictwa narodowego*, „Zeszyty Naukowe. Turystyka i Rekreacja” 2012, z. 9 (1).
- Kondracki J., *Geografia regionalna Polski*, PWN, Warszawa 2000.
- Kowalczyk A., *Od street food do food districts – usługi gastronomiczne i turystyka kulinarna w przestrzeni miasta*, „Turystyka Kulturowa” 2014, nr 9, s. 6–31; [www.turystykakulturowa.org](http://www.turystykakulturowa.org).
- Kruczek Z., *Szlak oscypkowy w Małopolsce. Droga od pomysłu do produktu turystycznego*, [w:] *Kultura i turystyka. Wspólna droga*, red. B. Włodarczyk, B. Krakowiak, J. Latosińska, Regionalna Organizacja Turystyczna Województwa Łódzkiego, Łódź 2011.
- Kultura i turystyka. Wokół wspólnego stołu*, red. B. Krakowiak, A. Stasiak, ROTWŁ, Łódź 2015.
- Long L.M., *Culinary Tourism*, University Press of Kentucky, Lexington 2003.
- Maciąg J., *Modele biznesowe oparte na standardach jakości na przykładzie regionalnych szlaków turystyki kulinarnej*, „Studia Ekonomiczne. Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach” 2015, nr 251.



- Makała H., *Kultura żywieniowa a turystyka – obszary wspólnych zainteresowań*, „Zeszyty Naukowe. Turystyka i Rekreacja” 2014, z. 13 (1).
- Makała H., *Tradycje w kuchni polskiej jako atrakcja dla turystów*, „Zeszyty Naukowe. Turystyka i Rekreacja” 2015, z. 1.
- Matusiak A., *Kulinarne wojaże jako element turystyki kulturowej. Dziedzictwo kulinarne Górnego Śląska*, „Turystyka Kulturowa” 2009, nr 2.
- Matusiak A., *Turystyka kulinarna*, [w:] *Współczesne formy turystyki kulturowej*, red. K. Buczkowska, A. Mikos von Rohrscheidt, Wyd. AWF, Poznań 2009.
- Mikos von Rohrscheidt A., *Turystyka kulturowa. Fenomen, potencjał, perspektywy*, Wyd. KMB Druk, Gnieźnieńska Wyższa Szkoła Humanistyczno-Managerialna Milenium, Gniezno 2008.
- Orłowski D., *Znaczenie gastronomii we współczesnej gospodarce turystycznej*, „Zeszyty Naukowe. Turystyka i Rekreacja” 2005, z. 1.
- Orłowski D., Woźniczko M., *Kuchnia regionalna jako walor turystyczny na Małopolskim Szlaku Architektury Drewnianej*, [w:] *Rozwój turystyczny regionów a tradycyjna żywność*, red. Z.J. Dolatowski, D. Kołożyn-Krajewska, WSHiT, Częstochowa 2009.
- Radwańska-Paryska Z., Paryski W., *Wielka encyklopedia tatrzańska*, Wyd. Górskie, Poronin 2004.
- Stasiak A., *Rozwój turystyki kulinarnej w Polsce*, [w:] *Kultura i turystyka. Wokół wspólnego stołu*, red. B. Krakowiak, A. Stasiak, ROTWŁ, Łódź 2015.
- Woźniczko M., Jędrzyiak T., Orłowski D., *Turystyka kulinarna*, PWE, Warszawa 2015.

### Strony internetowe

- Apetyt na Region, Ogólnopolskie badania opinii publicznej, ARC Rynek i Opinia, Citybell Consulting, <http://www.horecanet.pl/HorecaNet/files/d6/d693ee10-3391-490f-85f4-016711f3985d.pdf> [5.08.2016].
- <http://worldfoodtravel.org> [5.08.2016].
- <http://www.smakizpolski.com.pl/historia-kuchni-goralskiej> [5.08.2016].
- <http://www.sp5konst.internetdsl.pl/strona/dania.html> [25.07.2016].
- <http://www.tig.zakopane.pl/projekt-kulinary-smaki-podhala> [23.08.2015].
- [https://pl.wikipedia.org/wiki/Oznaczenia\\_pochodzenia\\_geograficznego\\_produk%C3%B3w\\_rolnych\\_w\\_Unii\\_Europejskiej#Polskie\\_produkty\\_obj.C4.99te\\_ochron.C4.85\\_Unii\\_Europejskiej](https://pl.wikipedia.org/wiki/Oznaczenia_pochodzenia_geograficznego_produk%C3%B3w_rolnych_w_Unii_Europejskiej#Polskie_produkty_obj.C4.99te_ochron.C4.85_Unii_Europejskiej) [5.08.2016].

### Streszczenie

Turystyka kulinarna jest jednym z najbardziej dynamicznie rozwijających się trendów podróży tematycznych na rynku usług turystycznych na całym świecie.

Celem podjętych badań było określenie profilu turysty kulinarnego odwiedzającego Podhale, a także opisanie specyfiki kuchni podhalańskiej przez prezentację najpopularniejszych regionalnych dań wskazanych przez respondentów. Innym celem badań była próba oceny szlaków kulinarnych znajdujących się na terenie Podhala.

W artykule wykazano, że Podhale ze względu na bogate i różnorodne dziedzictwo kulinarne stoi przed ogromną szansą rozwoju tej gałęzi turystyki. Region ten jest swego rodzaju „kopalnią”

smaku, bogatą w różnorodne aromaty produktów i potraw przyrządzanych według staropolskich tradycyjnych receptur.

**Słowa kluczowe:** turystyka kulinarna, Podhale, regionalne potrawy, szlaki kulinarne

## Abstract

Culinary tourism is one of the most dynamically developing travel trends in thematic tourism market worldwide.

The aim of this study was to determine the profile of culinary tourists visiting Podhale, as well as describe the specifics of the Podhale cuisine through the presentation of the most popular regional dishes mentioned by respondents. Using choices of respondents sought to verify the frequency and type of choices of culinary tourists in Podhale. Another assumed aim of the research was to evaluate the culinary trails located within the Podhale, as well as the recommendations of gastronomic facility enrolling in the cultivation of regional traditions.

The article shows that the Podhale because of the rich and diverse culinary heritage, is facing a huge opportunity for development of this branch of tourism. This region is a kind of „mine” of flavor, rich in a variety of tastes of products and historical Polish dishes prepared according to traditional recipes.

**Keywords:** Podhale, culinary tourism, regional dishes, culinary routs

## NOTKA O AUTORACH

**Dr hab. Zygmunt Kruczek**, kierownik Katedry Nauk o Środowisku Przyrodniczym w AWF w Krakowie, prof. Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach. Interesuje się atrakcjami turystycznymi, regionalnymi aspektami turystyki oraz kadrami turystyki. Autor, współautor i redaktor wielu podręczników (m.in. *Polska. Geografia atrakcji turystycznych, Krajoznawstwo. Teoria i metodyka, Regiony turystyczne. Podstawy teoretyczne. Studium przypadków*), monografii *Atrakcje turystyczne. Fenomen, typologia, metody badań* oraz licznych opracowań krajoznawczych. Podróżnik, przewodnik beskidzki, pilot wycieczek, prezes zarządu Stowarzyszenia Ekspertów Turystyki.

**Mgr Magdalena Krauzowicz**, absolwentka Wydziału Turystyki i Rekreacji AWF w Krakowie, mieszka na Podhalu w Nowym Targu, interesuje się kulturą ludową i kuchnią regionalną