

# Ewa Lipianin-Zontek, Zbigniew Zontek

---

## Kreowanie produktów i usług turystycznych na szlakach papieskich

---

Ekonomiczne Problemy Usług nr 65, 447-453

---

2011

Artykuł został opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej [bazhum.muzhp.pl](http://bazhum.muzhp.pl), gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach dozwolonego użytku.

EWA LIPIANIN-ZONTEK

ZBIGNIEW ZONTEK

Akademia Techniczno-Humanistyczna w Bielsku-Białej

## KREOWANIE PRODUKTÓW I USŁUG TURYSTYCZNYCH NA SZLAKACH PAPIESKICH

*Dar ten jest dla mnie szczególnie cenny, gdyż przybliży mi tę część polskiej ziemi,  
której czulem się zawsze ogromnie bliski. Polskim wierchom zawdzięczam wiele dobrych  
chwil w moim życiu, w kształtowaniu mojego stosunku do przyrody, do ludzi, do Boga.*

Jan Paweł II

(30 lipca 1987 roku, Castel Gandolfo)

### Wstęp

Podstawowym motywem podróżowania określanym przez podróżujących jest pragnienie „aby zobaczyć świat”. Można więc przyjąć, że percepcja wizualna stanowi ośrodek praktyk podróżniczych<sup>1</sup>. Turyści, uczestnicząc w pielgrzymkach, wyprawach szlakami górskimi i – omawianymi w niniejszym artykule – Szlakami Papieskimi, chcą za pomocą zmysłów odbierać bodźce, które towarzyszyły Janowi Pawłowi II w Jego wędrówkach, ze szczególnym uwzględnieniem tych po górach.

Można powiedzieć, że turysta *kupuje* piękny krajobraz, wrażenia, atmosferę otoczenia czy kulturę i gościnność na odwiedzanych terenach. Z drugiej strony na postrzeganie tych szczególnych miejsc ogromny wpływ ma ich stan obecny, w tym oferowane produkty i usługi turystyczne.

W artykule podjęto próbę wskazania na istniejące i potencjalne możliwości kreowania produktów i usług turystycznych na Szlakach Papieskich. Uwzględniono

---

<sup>1</sup> A. Wieczorkiewicz, *Apetyt turysty. O doświadczeniu świata w podróży*, UNIVERSITAS, Kraków 2008, s. 97.

specyfikę górskich Szlaków Papieskich. Postawiona została hipoteza, że postrzeganie i odbiór Szlaków Papieskich (w tym przeżycia duchowe) mogą być uwarunkowane kreowanymi produktami i usługami turystycznymi.

## 1. Szlaki Papieskie – specyfika

Szlaki Papieskie – to ogólna nazwa szlaków turystycznych biegnących ścieżkami, którymi przed laty wędrował Karol Wojtyła, późniejszy papież Jan Paweł II. Szlaki te przypominają o miejscach, które przemierzał jako ksiądz, biskup, kardynał i jako papież. Obecnie w Polsce wyodrębniono wiele Szlaków Papieskich, a wśród nich:

- Małopolski Szlak Papieski – jeden z najbardziej znanych i uczęszczanych w Polsce. Wiedzie on z Kalwarii Zebrzydowskiej przez Wadowice, Babią Górę, Ludźmierz, Turbacz do Beskidu Niskiego. Obejmuje prawie wszystkie pasma górskie Małopolski, a w szczególności: Beskid Średni (Kalwaria Zebrzydowska), Beskid Mały (Wadowice), Beskid Żywiecki i miejscowość często odwiedzaną przez papieża – Zawoję, Kotlinę Orawsko-Nowotarską z wyróżniającą się bazyliką w Ludźmierzu, Gorce (szlak wiodący przez Turbacz), Beskid Sądecki – szlak wiodący przez Stary Sącz, Beskid Wyspowy (szlak rozpoczynający się w Mszanie Dolnej), Beskid Niski (z charakterystyczną dawną cerkwią greckokatolicką pw. św. św. Kosmy i Damiana w Bartnem)<sup>2</sup>. Małopolski Szlak Papieski prowadzi wzdłuż istniejących górskich szlaków PTTK, gdzie pojawiły się tablice informujące o pobycie w tych miejscach Jana Pawła II oraz specjalne dodatkowe oznakowanie w postaci żółtych krzyży.
- Szlak Papieski w Tatrach – śladami wycieczki Ojca Świętego ze schroniska PTTK na Polanie Chochołowskiej do Doliny Jarząbcej w 1983 r.;
- szlak „Ścieżkami Jana Pawła II” w Krakowie;
- Kamienny Szlak Papieski na Kanale Augustowskim w województwie podlaskim<sup>3</sup>;
- Szlak Papieski Harmęże–Kozy–Straconka;
- Dolnośląskie Szlaki Papieskie;
- Kolejowy Szlak Jana Pawła II – PKP uruchomiły tzw. Pociąg papieski, który obsługuje kierunek: Kraków, Łagiewniki, Kalwaria Zebrzydowska, Wadowice. Podczas podróży emitowane są filmy o pielgrzymkach papieża

---

<sup>2</sup> *Otwarto szlak turystyczny im Jana Pawła II*, [http://www.turinfo.pl/p/ak\\_id,9153,,szlak\\_turystyczny\\_jana\\_pawla\\_ii,jan\\_pawel,papiez,papieza,papieski,malopolski,im.html](http://www.turinfo.pl/p/ak_id,9153,,szlak_turystyczny_jana_pawla_ii,jan_pawel,papiez,papieza,papieski,malopolski,im.html) (12.11.2010).

<sup>3</sup> [http://www.turinfo.pl/p/ak\\_id,25843,,szlak\\_papieski,szlaki\\_papieskie,kamienny,kanal\\_augustowski,papieski.html](http://www.turinfo.pl/p/ak_id,25843,,szlak_papieski,szlaki_papieskie,kamienny,kanal_augustowski,papieski.html) (12.11.2010).

w Polsce (zarówno w wersji polskiej, jak i angielskiej). Każdy pasażer dostaje pamiątkowy bilet z okolicznościową pieczętką<sup>4</sup>.

## 2. Cele wędrowania Szlakami Papieskimi

Można przyjąć, iż jednym z podstawowych celów wędrowania Szlakami Papieskimi są pobudki religijne. Wędrowki do miejsc uświęconych, miejsc pielgrzymowania są nieodłącznym elementem horyzontu kulturowego człowieka; są one niejednokrotnie podejmowane z potrzeby odnowy duchowej, pragnienia odbycia pokuty, chęci poszukiwania świętości itp. Motywem wędrowek Szlakami Papieskimi może być również poszukiwanie miejsc związanych z obecnością Karola Wojtyły, poszukiwanie idei współtowarzyszących wędrującym, np. po szlakach górskich. Wędrowki za Ojcem Świętym to wędrowki za Jego ideami, nauczaniem, wzorcami życia i wypoczynku. Wybór Szlaku Papieskiego jako miejsca podróży związany jest z poszukiwaniem wiedzy o Nim, chodzeniem Jego ulubionymi ścieżkami, a także doświadczaniem przeżyć na trasach, które w większości Ojciec Święty przemierzył osobiście.

Wędrowanie Szlakami Papieskimi wypływa także z innych motywów, niejednokrotnie współtowarzyszących intencjom religijnym. Wśród nich należy wymienić motywy: towarzyskie, rozrywkowe (podróż pociągiem papieskim), a w przypadku młodzieży – chęć przygody i potrzeba sprawdzenia się w trudnych warunkach (np. wspinaczka na Turbacz czy Papieską Groń na Laskowcu). Takie zainteresowanie turystyką religijną określa się mianem „turystyki łagodnej”, łączącej walory poznawcze z duchowymi – obecnie bardzo popularnej formy turystyki, która została rozpropagowana przez Jana Pawła II<sup>5</sup>. Należy w tym miejscu zaznaczyć, że w literaturze przedmiotu podróże o motywie religijno-poznawczym określane są terminem „turystyka religijna”, a dla podróży podejmowanych z pobudek wyłącznie religijnych zarezerwowany jest termin „turystyka pielgrzymkowa”<sup>6</sup>.

## 3. Produkty i usługi oferowane na Szlakach Papieskich

Turysta wędrujący po Szlakach Papieskich nie pozostaje obojętny wobec otaczających go zwyczajów i zachowań, a także elementów rzeczywistości materialnej. Tak jak w odległych czasach pielgrzym nabywał i nosił tzw. specjalne znaki

<sup>4</sup> <http://www.pociag-papieski.pl/> (15.11.2010).

<sup>5</sup> T. Jędrzyak, *Turystyka kulturowa*, PWE, Warszawa 2008, s. 87–88.

<sup>6</sup> Por. A. Jackowski, *Święta przestrzeń świata. Podstawy geografii religii*, Wyd. Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2003, s. 125; W.W. Gaworecki, *Turystyka*, PWE, Warszawa 2000, s. 75.

(amulety, różańce, pielgrzymie miseczki itp.), tak i teraz oferowane produkty, a także usługi stają się istotnym elementem jego wędrówek. Osoby powracające z pielgrzymek, wędrówek Szlakami Papieskimi pragną zabrać ze sobą pamiątkę z tych szczególnych miejsc. Może to być dobre wspomnienie, zadowolenie płynące z faktu dobrego oznakowania szlaku, wysokiej jakości usług gastronomicznych czy noclegowych, dogodnie położonych parkingów itp., ale może to być pamiątka materialna, czyli tzw. materialny dowód bycia na Szlaku Papieskim.

Szlaki Papieskie cieszą się w Polsce ogromnym zainteresowaniem. Można to zaobserwować, przemierzając szlaki górskie, którymi do niedawna, kiedy jeszcze nie były opisane i wypromowane, przechadzała się garstka turystów. Ten *boom* zaskoczył praktycznie wszystkich. Brakuje więc jeszcze wielu produktów i usług, które powinny towarzyszyć Szlakom Papieskim.

Jak wskazują tendencje europejskie, w najbliższym dziesięcioleciu znaczenie turystyki religijnej i pielgrzymkowej będzie rosło. Można podać przykład turystów z Europy, np. Włochów i Hiszpanów, z grupy wiekowej powyżej 50 lat, którzy deklarują chęć wyjazdu do wybranego miejsca kultu religijnego przynajmniej raz w roku. Biorąc pod uwagę popularność Jana Pawła II oraz to, że ludzie należący do tej grupy wiekowej mają czas i pieniądze (zjawisko będzie się utrzymywało między innymi ze względu na starzenie się Europejczyków), można przypuszczać, że polskie Szlaki Papieskie będą naturalnym celem podróży turystów zagranicznych.

Turysta-pielgrzym, szczególnie ten zagraniczny, zafascynowany atmosferą i historią poszczególnych Szlaków Papieskich oczekuje nie tylko doznań duchowych. Produkty i usługi muszą być „opakowane” w sposób, jaki oferują inne miejscowości europejskie, które „żyją” z turystyki religijnej. To „opakowanie” to przede wszystkim informacja i promocja. Jak wynika z wypowiedzi cukierników wadowickich, informacja o kremówkach papieskich spowodowała wzrost sprzedaży w lokalnych cukierniach, a nawet wzrost przyjazdu pielgrzymów do Wadowic.

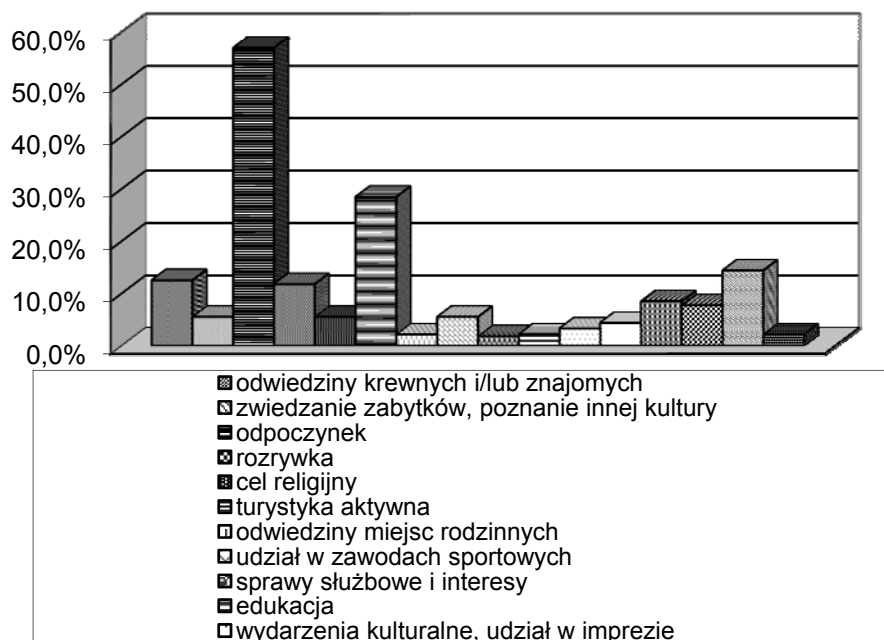
Wykreowanie nowych produktów i usług może zachęcać do przyjazdu. Należy także pamiętać, że turysta, decydując się na podróż do Polski, odwiedzi także inne miejscowości, będzie jadł obiad restauracji, poszukując potraw regionalnych, będzie spał w cztero- lub trzygwiazdkowym hotelu i kupi pamiątkę. Każdy podmiot podaży turystycznej powinien być zatem zainteresowany kreowaniem i promocją nowych produktów i usług. Rozwój Szlaków Papieskich (oferowanie różnorodnych produktów i usług) staje się źródłem wymiernych korzyści dla lokalnej przedsiębiorczości i ma pozytywne następstwa dla lokalnej społeczności, takie jak:

- wzrost dochodów ludności i budżetu lokalnego;
- urbanizacja;
- wzrost zatrudnienia;
- poprawa standardu życia społeczności;
- rozwój małej przedsiębiorczości;
- poprawa i rozwój lokalnej infrastruktury technicznej i usług;

- ożywienie folkloru i rzemiosła lokalnego;
- zainteresowanie lokalną historią<sup>7</sup>.

#### 4. Badania opinii turystów na temat celu przyjazdu oraz oceny produktów turystycznych na Szlakach Papieskich zlokalizowanych w regionie Beskidy

Na rysunkach 1 oraz 2 przedstawiono wybrane fragmenty kompleksowego badania turystów odwiedzających region Beskidy, który obejmuje swoim zasięgiem obszar górski województwa śląskiego (powiat żywiecki, cieszyński, bielski oraz miasto Bielsko-Biała). Badania przeprowadzono w oparciu o 270 opinii turystów przebywających w regionie Beskidy.

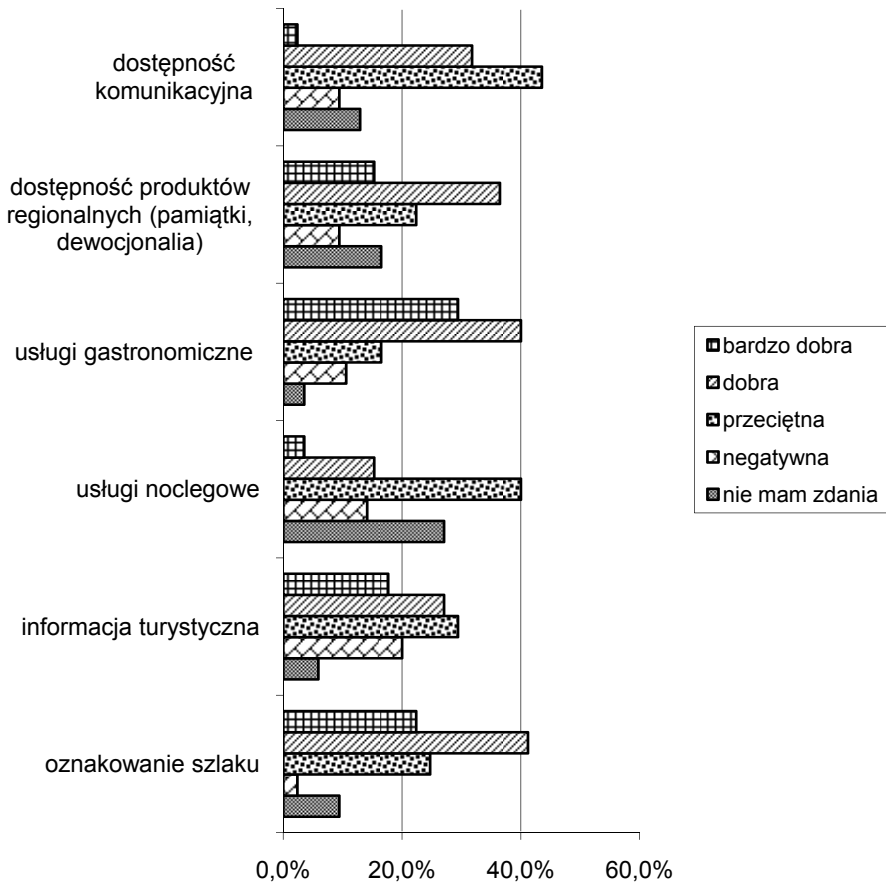


Rys. 1. Cel przyjazdu turystów do regionu Beskidy

Źródło: opracowanie własne.

<sup>7</sup> W.W. Gaworecki, *Miejsce turystyki w strategii i polityce rozwoju regionu*, w: *Warunki rozwoju turystyki w regionie*, red. J. Karwowski, Wyd. Zachodniopomorskiej Szkoły Biznesu w Szczecinie, Szczecin 2002, s. 87.

W regionie tym zlokalizowano następujące Szlaki Papieskie: Groń Jana Pawła II na Laskowcu, Szlak na Hrobaczą Łąkę, Szlak Papieski Harmęże–Kozy–Straconka, Żywiecki Szlak Papieski. Z badań próbnych poprzedzających ankietyzację wynikało, że szlaki te są znane, często uczęszczane przez mieszkańców. Jednakże, jak wskazano na rysunku 1, cel religijny nie był głównym motywem przyjazdu do regionu. Podstawowe pobudki to: odpoczynek i turystyka aktywna. Można więc założyć, że cele te wzajemnie się nie wykluczają, a cel religijny może im współtowarzyszyć.



Rys. 2. Opinie turystów dotyczące Szlaków Papieskich

Źródło: opracowanie własne.

Spośród respondentów, 85 stwierdziło, że zna Szlaki Papieskie w badanym regionie. Badanych poproszono o ocenę produktów i usług towarzyszących szlakom (rys. 2). Respondenci najlepiej oceniali usługi gastronomiczne (29% ocen bardzo dobrych i 40% dobrych), przy czym dostępność tych usług określali jako niewystarczającą. Dostępność produktów regionalnych, pamiątek i dewocjonałów turyści ocenili jako zadowalającą (36% ocen dobrych oraz 22% przeciętnych). Najbardziej negatywnie oceniono ofertę noclegową (40% ocen przeciętnych i 14% negatywnych). Inne aspekty produktu turystycznego oceniono jako średnie.

Analizując produkt i usługi turystyczne na szlakach papieskich, można wysunąć następujące wnioski:

- występuje duże zainteresowanie Szlakami Papieskimi, jednak liczba obiektów gastronomicznych, schronisk górskich, punktów informacji turystycznej jest niewystarczająca do obsługi tak dużej liczby turystów;
- informacja o poszczególnych Szlakach Papieskich dostępna jest w Internecie, lecz nie jest dostępna na samym szlaku;
- brakuje form promocji skierowanych do potencjalnych segmentów rynku turystycznego (turystów zagranicznych, ale także turystów krajowych);
- brakuje inicjatyw lokalnych oraz krajowych biur turystycznych, które dążyłyby do organizowania skonkretyzowanej oferty turystycznej.

## **THE CREATION OF TOURIST PRODUCTS AND SERVICES ON THE PAPAL ROUTES**

### **Summary**

This article attempts to identify existing and potential opportunities to create tourism products and services on the routes of Pope John Paul 2nd. There is showed the specificity of this mountain routs, their conditions and infrastructure. There is also put a hypothesis, that the perception and reception of the papal routes (including the spiritual experience) may be conditional by created products and tourism services. The results of investigations show, that tourists are interested in these specific tourist products, but there is lack of professional promotion and elaborated tourist offer.

*Translated by Ewa Lipianin-Zontek*