

Beata Dec

Jan Krupa

Wyższa Szkoła Informatyki i Zarządzania w Rzeszowie

MOŻLIWOŚCI WZBOGACENIA OFERTY TURYSTYCZNEJ W OBSZARZE TURYSTYKI WINIARSKIEJ NA PODKARPACIU

Streszczenie

Celem niniejszego opracowania jest przedstawienie atrakcyjności województwa podkarpackiego w aspekcie turystyki, zwłaszcza enoturystyki i turystyki narciarskiej. Problem badawczy dotyczy oceny możliwości podejmowania współpracy między winnicami a ośrodkami narciarskimi oraz korzyści z tytułu takiej współpracy. Zakres przestrzenny przeprowadzonych badań obejmuje wybrane gospodarstwa winiarskie oraz ośrodki narciarskie z województwa podkarpackiego. Przedstawiono szanse i zagrożenia wynikające z takiej współpracy, na podstawie opinii właścicieli przedsiębiorstw oraz zaproponowano możliwe do realizacji rozwiązania i sposoby wspólnych działań w zakresie promocji i wzajemnego uzupełniania się ofert. Rozwijanie współpracy między tymi dwiema gałęziami turystyki jest jeszcze mało znane i nietypowe, ale nie niemożliwe.

Słowa kluczowe: turystyka winiarska, sporty zimowe, sezonowość, województwo podkarpackie

POSSIBILITIES OF ENRICHING TOURIST OFFER IN THE AREA OF WINE TOURISM IN PODKARPACIE

Summary

The purpose of this study is to present the attractiveness of the Podkarpackie Province in terms of tourism, especially skiing and wine tourism. The research problem concerns the assessment of possibilities regarding the cooperation between the vineyards and ski resorts, and the benefits arising from such cooperation. The spatial scope of the study includes selected wine farms and the ski resorts of the Podkarpackie Province. The opportunities and risks of such cooperation are presented in the study, based on reviews from business owners. Possible solutions and ways to implement joint actions to promote and complement offers are also suggested. The cooperation between these two branches of tourism is still little known and unusual, but not impossible.

Keywords: wine tourism, winter sports, seasonality, Podkarpackie Province

1. Wprowadzenie

Spośród wielu rodzajów turystyki na Podkarpaciu jedną z najbardziej popularnych jest turystyka narciarska. W tej części Polski powstaje coraz więcej nowoczesnych ośrodków narciarskich, pojawiają się nie tylko nowe wyciągi, trasy zjazdowe i biegowe, ale rozbudowuje się również nowoczesna baza noclegowa i gastronomiczna. Turyści

mają do dyspozycji liczne stoki narciarskie o różnorodnym stopniu trudności oraz trasy biegowe wiodące, m.in. przez malownicze tereny parków narodowych i krajobrazowych. Szczególnie Bieszczady są doskonałym obszarem dla uprawiania różnego rodzaju sportów zimowych, dzięki odpowiedniemu ukształtowaniu terenu oraz grubej i dość długo utrzymującej się pokrywie śnieżnej. Sezon narciarski trwa średnio od połowy grudnia do końca marca, a niekiedy nawet do połowy kwietnia. W regionie można wyróżnić ponad 30 ośrodków narciarskich najchętniej odwiedzanych przez amatorów sportów zimowych.

Inną formą turystyki, o dużym potencjale rozwojowym w tym regionie, są podróże związane z odwiedzaniem gospodarstw winiarskich, poznawaniem procesu powstawania i przechowywania, a głównie degustacji win¹. Turystyka winiarska nazywana enoturystyką jest stosunkowo młodym zjawiskiem na rynku turystycznym, ale zaliczana jest do najszybciej rozwijających się form turystyki, zwłaszcza w województwie podkarpackim. W Polsce istnieje ponad 300 małych i średniej wielkości winnic², o łącznej powierzchni ponad 300 ha, w których wytwarzane są w większości wina białe różnych odmian. Region Podkarpacia jest obecnie najprężniej rozwijającym się ośrodkiem polskiego winiarstwa oraz uprawy winorośli, liczącym ponad 150 winnic. Co roku zauważa się również systematyczny wzrost ich liczebności. Centrum winiarstwa w regionie stanowi powiat jasielski, w którym funkcjonuje ponad 10 gospodarstw enoturystycznych, o wieloletniej tradycji uprawy winorośli. Najstarszą winnicą na tym terenie jest Winnica „Golesz” założona w 1982 r. w Jaśle przez Romana Myśliwca³, uchodzącego za prekursora polskiego winiarstwa. W regionie istnieje Podkarpacki Szlak Winnic, którego celem jest promocja turystyki winiarskiej i ponad 50 winnic znajdujących się na szlaku.

Wiele winnic w regionie podkarpackim położonych jest w niedalekim sąsiedztwie ośrodków narciarskich, stąd też zrodził się pomysł na problem badawczy dotyczący określenia możliwości podjęcia współpracy między gospodarstwami winiarskimi a ośrodkami narciarskimi, w celu zwiększenia ich atrakcyjności w oczach klientów oraz ograniczenia sezonowości w świadczeniu usług. Autorzy podjęli próbę wstępnej oceny zainteresowania tym przedsięwzięciem właścicieli obiektów tych dwóch branż. Tworzenie więzi współpracy w tym zakresie jest jeszcze mało znane i nietypowe, ale możliwe do osiągnięcia. Istnieje wiele gospodarstw winiarskich i ośrodków narciarskich, które mogłyby z korzyścią podjąć współpracę w zakresie świadczenia atrakcyjnych dla turystów usług. Za przedmiot badań posłużyły wybrane gospodarstwa winiarskie z terenu województwa podkarpackiego. Autorzy opracowania są zdania, że komplementarność oferty gospodarstwa enoturystycznego i ośrodka narciarskiego może przyczynić się do wzrostu ruchu turystycznego, a tym samym stać się sposobem na ograniczenie

¹ M. Dul, J. Krupa, *Winnice jako atrakcja turystyczna województwa podkarpackiego*, [w:] J.R. Rak (red.), *Środowisko przyrodnicze i walory turystyczne południowo-wschodniej Polski i Zachodniej Ukrainy*, Wydawnictwo Muzeum Regionalnego w Brzozowie, Brzozów 2011, s. 41–63.

² J. Krupa, M. Dul, *Perspektywy rozwoju turystyki winiarskiej w woj. podkarpackim*, [w:] M. Gwóźdź, K. Szpara (red.), *Przestrzenne, gospodarcze i humanistyczne aspekty turystyki*, Wydawnictwo Konsorcjum Akademickie, Kraków–Rzeszów–Zamość 2009, s. 55–70.

³ J. Krupa, *Winnice produktem regionalnym powiatu jasielskiego*, [w:] J.R. Rak (red.), *Problemy ochrony przyrody, korzystania ze środowiska i promocji walorów turystycznych południowo-wschodniej Polski, wschodniej Słowacji i zachodniej Ukrainy*, Wydawnictwo Muzeum Regionalnego w Brzozowie, Brzozów 2012, s. 279–313.

zjawiska sezonowości w turystyce. Na potrzeby niniejszego opracowania, jako metodę badawczą, wybrano wywiad z właścicielami wybranych winnic i ośrodków narciarskich, co pozwoliło na uzyskanie obiektywnych informacji.

2. Ogólna charakterystyka obszaru badań, w tym wybranych winnic i ośrodków narciarskich

Województwo podkarpackie to jeden z najpiękniejszych i najatrakcyjniejszych pod względem turystycznym regionów Polski. Niewątpliwie za najpiękniejszą część województwa uchodzą Bieszczady⁴. Jest to doskonały obszar dla uprawiania wielu form aktywnego wypoczynku, jak piesze wędrówki i spacery górskie, turystyka rowerowa, wodna, narciarska czy konna. Bieszczady przyciągają swoim urokiem turystów przez cały rok, szczególnie łąki zwane połoninami, natomiast zimą funkcjonuje wiele nowoczesnych ośrodków narciarskich. Łącznie ponad 44% terenu województwa jest objęte różnymi formami ochrony przyrody, a wysoki udział lasów (37% obszaru województwa) oraz atrakcyjność przyrodnicza sprzyjają pobytom wypoczynkowym i krajoznawczym.

Stan i ilość infrastruktury wspiera możliwości rozwoju oferty turystyki aktywnej w regionie. W ramach oferty zimowej w województwie oferuje swoje usługi ponad 40 wyciągów narciarskich, z których 3 to wyciągi krzesełkowe (w Ustrzykach Dolnych, Puławach k. Rymanowa oraz w Przemyślu). Wizerunek województwa jako obszaru atrakcyjnego turystycznie oparty jest głównie na terenach górskich oraz markowej pozycji Bieszczadów, którym zbudowano image „dzikiej”, niezamieszkałej krainy z bogatą florą i fauną. Jak wykazały badania wizerunkowe⁵, obejmujące Polskę wschodnią, Bieszczady obok Mazur uzyskały najwyższą ocenę pod względem atrakcyjności turystycznej regionów tej części kraju. Turystyka zaliczana jest do podstawowych sektorów gospodarki województwa podkarpackiego z uwagi na duży potencjał przyrodniczy i kulturowy. Duża część województwa położona jest na wysokości od 200 do 450 m n.p.m., niemniej jednak są miejsca, gdzie wzgórza sięgają powyżej 600 m n.p.m., co sprzyja tworzeniu zarówno ośrodków narciarskich, jak i zakładaniu gospodarstw winiarskich. Zakładanie ośrodków narciarskich i winnic związane jest z obecnością stoków, jednak o przeciwnej ekspozycji (wyciąg narciarski po północnej stronie, winnica południowo-zachodniej).

Każdego roku na terenie województwa podkarpackiego pojawia się coraz więcej winnic. Moda na turystykę winiarską pojawiła się stosunkowo niedawno, gdyż dotarła do Polski zaledwie kilka lat temu. Enoturystyka stanowi bez wątpienia specyficzny produkt turystyczny regionu podkarpackiego, zarówno dla turystów krajowych, jak i zagranicznych⁶. Za najsłynniejszą i najpiękniejszą wśród polskich winnic uważana jest Winnica „Golesz” w Jaśle, zajmująca powierzchnię ponad 2 ha⁷.

⁴ S. Kłos, *Województwo podkarpackie*, Agencja Wydawnicza JOTA, Rzeszów 2002.

⁵ *Badanie skuteczności kampanii promocyjnej walorów turystycznych Polski Wschodniej – mid term*, raport z II fali badania zrealizowanego dla Polskiej Organizacji Turystycznej przez PBS DGA Sp. z o.o. w ramach Działania V.1 Programu Operacyjnego Rozwój Polski Wschodniej 2007–2013, PBS DGA Sp. z o.o. Warszawa–Sopot 2011.

⁶ J. Krupa, M. Dul, *Winnice jako produkt turystyczny województwa podkarpackiego – metody promocji*, Wydawnictwo AWF w Warszawie, seria: Turystyka i Rekreacja, T. 5, Warszawa 2009, s. 143–159.

⁷ <http://roman-mysliwiec.pl> (dostęp: 19.03.2013).

Kolejną, dużo młodszą, ale równie godną uwagi jest Winnica „Maria Anna” położona w niewielkiej miejscowości Wyzne, o powierzchni ponad 2 ha⁸. Gospodarz winnicy oferuje turystom zwiedzanie gospodarstwa i piwnic z winem, korzystanie z bazy noclegowej oraz restauracji z tradycyjną polską kuchnią, z odpowiednio dobranymi winami własnej produkcji. Ponadto na terenie gospodarstwa istnieje możliwość organizacji różnego rodzaju imprez okolicznościowych, zabaw plenerowych, a w okresie zimowym funkcjonuje stok narciarski oraz organizowane są kuligi.

Kolejne gospodarstwo enoturystyczne „Jasiel” położone jest w miejscowości Jareniówka k. Jasła, o areale 1,5-hektarowej plantacji. Oprócz okolicznych atrakcji właściciele mają do zaoferowania turystom własną bazę noclegową oraz usługi związane z winiarstwem, takie jak: zwiedzanie winnicy, wizyta w piwnicy i degustacja win, pokaz uprawy i cięcia winorośli oraz szkolenia⁹.

Wśród wielu atrakcji turystycznych województwa szczególnym zainteresowaniem w ostatnich latach cieszą się ośrodki narciarskie. Do bardziej znanych w województwie podkarpackim należy Ośrodek Narciarski „Lodowiec Babica” zlokalizowany w miejscowości Wyzne, w odległości 17 km od Rzeszowa. Ośrodek położony jest na wysokości 320 m n.p.m. i posiada trzy wyciągi. Najdłuższy liczy 430 m długości, średni 180 m i mały mierzący 100 m. Dodatkowym atutem tego miejsca jest zapewniona baza noclegowa w Winnicy „Maria Anna”, znajdującej się w bliskim sąsiedztwie stacji narciarskiej. Gospodarstwo winiarskie ma do zaproponowania domowe jedzenie, degustację wina i serów, a ponadto organizację całorocznych imprez i konferencji naukowych.

Kolejnym ciekawym miejscem do uprawiania sportów zimowych jest Kompleks Rekreacyjno-Wypoczynkowy „Oaza” w Strzyżowie, położony na Pogórzu Strzyżowskim (30 km od Rzeszowa), gdzie duży stok ma długość 500 m, średni 200 m, a mały 100 m. Na terenie kompleksu znajduje się również narciotrada¹⁰.

3. Zjawisko sezonowości w wybranych winnicach i ośrodkach narciarskich

W województwie podkarpackim istnieją warunki do stworzenia odpowiedniego pakietu usług w dziedzinie turystyki kwalifikowanej, zwłaszcza narciarskiej i rozwijającej się enoturystyki. Na potrzeby niniejszego opracowania przedstawiono opinię właścicieli wybranych gospodarstw winiarskich i ośrodków narciarskich, położonych na trasie komunikacyjnej od Rzeszowa do Jasła, w zakresie możliwości i celowości podjęcia współpracy.

Pierwszym, nieprzypadkowo wybranym gospodarstwem jest Winnica „Maria Anna” oraz Ośrodek Narciarski „Lodowiec Babica” (fot. 1) położone w Wyznem, należące do tego samego właściciela. Otaczające winnicę urokliwe tereny Pogórza Strzyżowskiego zapewniają odpowiednie warunki do uprawiania turystyki pieszej i rowerowej, a zimą narciarstwa. Dla gości hotelowych w winnicy przewidziany jest darmowy całodzienny

⁸ <http://www.podkarpackiszlakwinnic.pl> (dostęp: 21.03.2013).

⁹ www.winnicajasiel.pl (dostęp: 21.03.2013).

¹⁰ <http://oazaski.obitur.pl> (dostęp: 21.03.2013).

karnet upoważniający do zjazdów na stoku narciarskim. Powierzchnia winnicy wynosi 16 ha, natomiast sama uprawa winorośli zajmuje powierzchnię około 2 ha.



Fot. 1. Stacja narciarska w ośrodku „Lodowiec Babica”

Źródło: <http://www.lodowiecbabica.pl/galeria>

W opinii właściciela możliwe jest pogodzenie tych dwóch przedsięwzięć, czego najlepszym przykładem jest właśnie jego gospodarstwo. Pierwotnie działalność dotyczyła usług z zakresu narciarstwa, dopiero w późniejszym okresie założono winnicę. Wymaga to większego wysiłku organizacyjnego, zatrudnienia większej ilości osób, zwłaszcza z uprawnieniami ratownika i instruktora narciarstwa. Wymaga to również prowadzenia w szerszym zakresie działań marketingowych. Połączenie tych dwóch odmiennych działalności jest możliwe z korzyścią zarówno dla właściciela ośrodka narciarskiego i winnicy, jak i dla odwiedzających gości.

Zjawisko sezonowości w prowadzeniu ośrodka narciarskiego jest znacznie większe niż w świadczeniu usług enoturystycznych. Turystyka winiarska opiera się głównie na sezonie letnim, czyli od maja do października. Szczególnie wrzesień i połowa października, tj. w momencie kiedy rozpoczynają się zbiory, są najbardziej popularne. Z kolei w sezonie zimowym głównie bazuje się na tym, co już zostało zebrane i przerobione, czyli konsumpcja i degustacja win.

W piwniczkach, o unikalnym klimacie, organizowane są szkolenia z zakresu tematyki związanej z uprawą i pielęgnacją winorośli, przerobu wina oraz degustacja win białych i czerwonych. W gospodarstwie znajdują się całoroczne domki z pokojami hotelowymi (fot. 2), natomiast w restauracji serwowane są potrawy regionalne i wino z własnej produkcji.



Fot. 2. Domki letniskowe znajdujące się na terenie winnicy „Maria Anna”

Źródło: <http://www.winnicapodkarpacie.pl/pl/766,775/28/domki.html>

W zimie polecane jest zwłaszcza grzane wino. Właściciel, jako jeden z nielicznych w województwie (i w Polsce), posiada uprawnienia do sprzedaży wina poza gospodarstwem, przy czym nie stanowi to dla gospodarstwa dużego dochodu. Gospodarstwo na życzenie klienta może zapewnić dodatkowe atrakcje, jak np. jazdę wszędolazami, jazdę konną czy spływy kajakowe po Wisłoku.

Kolejny sondaż przeprowadzony z Romanem Myśliwcem na terenie Winnicy „Golesz” (fot. 3), potwierdził tezę, że obie działalności można łączyć w ramach oferty związanej z gospodarstwem agroturystycznym, oferując szeroki zakres usług, jak: pobyt i zwiedzanie winnicy, edukacja z zakresu winiarstwa, jazda konna, łowienie ryb oraz jazda na nartach.



Fot. 3. Winnica „Golesz” w Jaśle

Źródło: <http://www.winnica.golesz.pl/galeria.html>

Urozmaicona oferta w ramach współpracy może przyciągać większą liczbę turystów. Łączenie tych dwóch działalności w znacznym stopniu może przyczynić się do ograniczenia sezonowości w sprzedaży produktów oraz zwiększenia komplementarności w świadczeniu usług. Każdy pomysł związany z poszerzeniem oferty turystycznej w gospodarstwie jest korzystny dla rozwoju miejscowości i regionu.

Gospodarstwo nie prowadzi obecnie usług noclegowych i żywieniowych, a przyjmowanie turystów ogranicza się do zwiedzania winnicy, degustacji i sprzedaży wina, a głównie prowadzeniu szkoleń i kursów praktycznych. Właściciel gospodarstwa nie jest aktualnie zainteresowany rozszerzaniem działalności o usługi w zakresie sportów zimowych. Nie stara się też nawiązywać bliższych kontaktów partnerskich z tego typu ośrodkami.

Sondaż przeprowadzony w Winnicy „Jasiel” (fot. 4) wykazał, że właściciel nigdy nie zastanawiał się nad takim przedsięwzięciem, pomimo sprzyjającego ukształtowania terenu dla tego typu działalności. Stwierdził natomiast, iż wino dobrze komponuje się z wieloma innymi przedsięwzięciami, nie tylko ze sportami zimowymi (np. z bankowością, zdrowiem, z turystyką kulinarną), stąd też możliwy jest rozwój narciarstwa przy winnicy lub podjęcie współpracy z funkcjonującymi stacjami narciarskimi w okolicy. Tworzenie kompleksowej oferty zwiększa atrakcyjność miejscowości i regionu oraz jest dobrym elementem promocji. Nie należy jednak spodziewać się dużego popytu na wino z winnicy, np. do przygotowania grzańca, bowiem ten produkt nie nadaje się do

podgrzewania, a raczej do schłodzenia. Jest to wyższa klasa wina, natomiast większość klientów stoków narciarskich gustuje w niedrogim, słodkim grzonym winie.



Fot. 4. Winnica „Jasiel” w Jareniówce

Źródło: <http://www.pogorza.pl/rowerem-przez-ziemie-jasielska.htm>

Zdaniem rozmówcy w krajach zachodnich taka współpraca wydaje się o wiele łatwiejsza, gdyż mieszkańcy konsumują większe ilości wina. W Polsce więcej pije się mocniejszych trunków oraz piwa. W kwestii obowiązujących przepisów prawnych w Polsce dotyczących winiarstwa, od 20 lat prawo się zmienia, natomiast nadal nie sprzyja ono winiarzom. Promocja gospodarstwa enoturystycznego nie wymaga zastosowania szczególnych narzędzi, gdyż przy każdej okazji odwiedzin osób indywidualnych czy grupowych wycieczek, gospodarstwo prowadzi taką działalność. Posiadanie własnej strony internetowej, prowadzenie szkoleń, uczestniczenie w festiwalach win i konkursach oraz przynależność do Stowarzyszenia Winiarzy Podkarpacia stanowią najlepsze metody promocji.

Zwiedzanie winnicy w towarzystwie właściciela wiąże się z ponoszeniem kosztów przez zwiedzającego, co na pewno zmniejsza jej atrakcyjność. Z kolei na turystę z zagranicy trudno liczyć, m.in. ze względu na obecność w krajach Europy Zachodniej i Południowej dużych gospodarstw enoturystycznych. Najczęściej do winnicy przyjeżdżają osoby z innych regionów Polski, np. z Kaszub czy Warszawy oraz przedstawiciele władz samorządowych z regionu Podkarpacia w towarzystwie biznesmenów z innych

regionów kraju lub z zagranicy. Wówczas wino staje się dobrym łącznikiem w prowadzonych rozmowach. Z kolei mieszkańcy powiatu jasielskiego, gdzie znajduje się najwięcej winnic w Polsce, nie są zainteresowani tą atrakcją, podziwiają natomiast zagraniczne winnice, np. we Włoszech i w Hiszpanii, nie zauważając, że w ich rejonie znajdują się równie ciekawe, piękne i godne uwagi gospodarstwa winiarskie.

Na podstawie obserwacji i wywiadów można stwierdzić, że połączenie działalności enoturystycznej z narciarską jest jak najbardziej realne i może mieć korzystny wpływ na atrakcyjność miejscowości i regionu. Wszelkie nowości i niekonwencjonalne działania zawsze przyciągają nowe i większe grono turystów. Połączenie to może funkcjonować na zasadzie współpracy i wzajemnej promocji. Jeden z rozmówców zakwalifikował winiarstwo i narciarstwo do agroturystyki. Jest to jak najbardziej trafne spostrzeżenie, gdyż ten rodzaj turystyki obejmuje wiele form związanych z turystyką wiejską i kulinarną, ze sportem i rekreacją, natomiast moda na zdrowy styl życia sprzyja rozwojowi nowych wyciągów i ośrodków narciarskich. Turystyka winiarska jest stosunkowo nową formą turystyki w naszym kraju, lecz zainteresowanie nią zwiększa się ze względu na zmianę preferencji klientów. Jednak nieliczna grupa osób wykazuje zainteresowanie i chęć zdobycia wiedzy na temat produkcji wina oraz całej kultury winiarskiej, natomiast z kręgu enoturystów wyklucza się przypadkowych odwiedzających, którzy swój pobyt łączą jedynie z zaspokojeniem chwilowej ciekawości.

Zgodnie z opinią właściciela Kompleksu Rekreacyjno-Sportowego „Oaza” w Strzyżowie można stwierdzić, że turystyka narciarska rozwija się bardzo dobrze na analizowanym obszarze. Kompleks stał się słynny w całym regionie podkarpackim, a zjawisko sezonowości jest typowe dla tej branży. W okresie letnim ośrodek nie posiada żadnej atrakcji turystycznej, poza tzw. schodami zdrowia, z których przyjezdni chętnie korzystają bezpłatnie. Są to głównie stali bywalcy ośrodka (narciarze), którzy dbają o sprawność fizyczną przez cały rok. Poza tym na terenie kompleksu możliwe są spacer po lesie, biegi „ścieżkami zdrowia”. Wstęp na teren kompleksu i korzystanie z infrastruktury jest bezpłatne. W okresie zimy obserwuje się dużą liczbę narciarzy i odnotowuje się wysoką sprzedaż wina w postaci grzańca, przy czym nie jest to wino z regionalnych winnic, z uwagi na wyższą cenę i klasę trunku. Właściciel samodzielnie prowadzi działalność promocyjną i jest ona wystarczająca, natomiast zbyt duża ilość osób odwiedzających stok wiąże się ze wzrostem wymagań i pojawianiem się nowych problemów. Zauważa się wzrost zainteresowania sportami zimowymi ze strony dzieci, stąd też w ośrodku prowadzona jest szkoła narciarska oraz przygotowano specjalne stoki do nauki. Na terenie ośrodka istnieje baza noclegowa, typowo turystyczna, oferująca atrakcyjne ceny za pobyt. Natomiast każdego roku następuje ciągła rozbudowa infrastruktury sportowo-rekreacyjnej.

Właściciel Ośrodka Narciarskiego „Lodowiec Babica” w Wyżnem jest jednocześnie właścicielem Winnicy „Maria Anna”, stąd też jego opinia w badanej kwestii jest istotna i wiarygodna. Jak już stwierdzono uprzednio, jest to doskonały przykład połączenia działalności ośrodka narciarskiego z funkcjonowaniem winnicy. Na stoku i w jego otoczeniu istnieje możliwość organizacji konkursów narciarskich, imprez firmowych,

kuligów, wieczornych zabaw przy muzyce i grzańcu w pobliskiej winnicy, nauki jazdy pod czujnym okiem wykwalifikowanego instruktora.

W celu zobrazowania potencjału turystyki winiarskiej oraz narciarskiej w woj. podkarpackim opracowano uproszczoną analizę SWOT dla tych dwóch branż (tab. 1).

Tab. 1. Analiza SWOT dla gospodarstw winiarskich i ośrodków narciarskich

MOCNE STRONY	
Gospodarstwa winiarskie	Ośrodki narciarskie
Tradycja, a zarazem innowacyjność Atrakcyjność turystyczna regionu Największa w Polsce zbiorowość winnic i gospodarstw enoturystycznych Bogata oferta usług i wysoka jakość Dobra jakość wina Wino jako napój prozdrowotny	Dobra dostępność komunikacyjna regionu Wysoka jakość świadczonych usług Przystępna cena i promocje Bogata oferta usług Wyszkolona kadra instruktorska Wypożyczalnie sprzętu Moda na aktywny styl życia
SŁABE STRONY	
Sezonowość Stosunkowo wysokie ceny usług Słaba promocja Brak wyszkolonej kadry	Niezbyt wysokie stoki i krótkie trasy Mała liczba wyciągów przy stokach Sezonowość usług Nieprzewidywalność pogody
SZANSE	
Współpraca z innymi sektorami turystyki Atrakcje turystyczne regionu Sprzyjający klimat i ukształtowanie terenu Dogodne uwarunkowania geograficzne Bogata oferta turystyczna regionu Powstające nowe gospodarstwa winiarskie Działające Stowarzyszenie Winiarzy Podkarpacia Podkarpacki Szlak Winnic Przynależność do klastra rolno-spożywczego Wspólna promocja Wzrost spożycia wina	Urozmaicone ukształtowanie terenu Wzrost zainteresowania sportami zimowymi Rozwijająca się infrastruktura komunikacyjna i sportowa Współpraca z innymi branżami Malejące ceny sprzętu Prozdrowotny styl życia
ZAGROŻENIA	
Brak pomocy ze strony rządu i samorządu Małe zainteresowanie turystów Utrudnienia w sprzedaży wina – wysokie podatki Kryzys ekonomiczny i sytuacja na rynku pracy Sezonowość Duża konkurencja krajowa i zagraniczna	Wzrastająca konkurencja wewnętrzna i zewnętrzna Sezonowość usług Uwarunkowania prawne Wzrastające koszty eksploatacji sprzętu

Źródło: Opracowanie własne

Przewaga mocnych stron daje duże możliwości wykorzystania szans i warunków stwarzanych przez otoczenie oraz pozwala na umocnienie dotychczasowej pozycji na rynku.

Reasumując, można stwierdzić, że większość właścicieli ośrodków narciarskich dostrzega w województwie podkarpackim „drzemiący” narciarski potencjał i uważa, że turystyka narciarska górską może być źródłem znacznych korzyści ekonomicznych. Jest to jednak uwarunkowane rozwojem infrastruktury (wyciągi, trasy narciarskie) oraz usług hotelarskich i wypoczynkowych. Krótki sezon turystyczny wpływa na niską efektywność inwestycji. Najbardziej opłacalne są ośrodki mające długi sezon turystyczny, a zatem zlokalizowane na dużych wysokościach, gdzie występuje gruba pokrywa śnieżna i mając dobrą dostępność komunikacyjną. Ośrodki leżące niżej borykają się bowiem często z problemem braku śniegu i wskutek tego mają niską frekwencję. W niżej położonych ośrodkach, ze względu na niestabilność pokrywy śnieżnej, przedsiębiorstwa narciarskie zmuszone zostały w ostatnich latach do inwestowania w urządzenia do sztucznego

naśnieżania, w warunkach niskich temperatur. Obecnie wiele ośrodków funkcjonuje jeszcze tylko dzięki stosowaniu tego typu urządzeń. Jest to jednak przedsięwzięcie kosztowne i znacznie zmniejsza opłacalność takich ośrodków.

W celu zwiększenia dochodów ośrodki narciarskie, poza narciarstwem zjazdowym, oferują często dodatkowe formy aktywnej rekreacji, zwiedzanie atrakcji kulturowych oraz udział w imprezach regionalnych.

4. Podsumowanie

Sezonowość jest nieodłącznym zjawiskiem występującym w polskiej turystyce, co stwarza dla przedsiębiorstw poważne trudności, podwyższając poziom kosztów, a obniżając zyski. Wykształciły się pewne formy łagodzenia negatywnych skutków sezonowości turystycznej poprzez, np. organizowanie konferencji, szkoleń, bankietów, targów czy programów edukacyjnych na terenie obiektów turystycznych.

Turystyka winiarska wykazuje mniejszą sezonowość niż klasyczne formy związane z uprawianiem sportów zimowych. Dużym atutem turystyki winiarskiej jest możliwość połączenia pasji do wina, np. z wyjazdem na narty czy zwiedzaniem lokalnych zabytków kultury. Organizatorzy takich wyjazdów, w porozumieniu z właścicielami winnic, oprócz prezentacji procesu produkcji wina oferują różnego rodzaju warsztaty kulinarne czy szkolenia z zakresu projektowania piwniczek do przetrzymywania wina.

Najnowszy trend enoturystyki to łączenie dwóch pasji: degustacji wina ze zwiedzaniem okolic, na terenie których funkcjonuje winnica. Udział w licznych imprezach o tematyce winiarskiej potwierdza wzrost zainteresowania oraz popytu na ten rodzaj turystyki¹¹. Moda na enoturystykę może okazać się atrakcyjna szczególnie dla małych, lokalnych gospodarstw winiarskich, funkcjonujących na Podkarpackim Szlaku Winnic¹².

Sezonowość usług w turystyce narciarskiej w Polsce jest duża i zależna od warunków pogodowych i klimatycznych. Narciarstwo rozwija się na bazie powstających nowoczesnych ośrodków i wyciągów narciarskich, a każdy wyjazd stwarza możliwości odkrywania i poznania wielu urokliwych miejsc.

Nowatorskie połączenie enoturystyki i turystyki narciarskiej może mieć wpływ na atrakcyjność województwa podkarpackiego i rentowność gospodarstw winiarskich. Jednak na podstawie danych zebranych w trakcie przeprowadzonych wywiadów z właścicielami winnic oraz ośrodków narciarskich można stwierdzić, że zainteresowanie wzajemną współpracą jest umiarkowane.

Bibliografia

1. *Badanie skuteczności kampanii promocyjnej walorów turystycznych Polski Wschodniej – mid term*, raport z II fali badania zrealizowanego dla Polskiej Organizacji Turystycznej przez PBS DGA Sp. z o.o. w ramach Działania V.1 Programu Operacyjnego Rozwój Polski Wschodniej 2007–2013, PBS DGA Sp. z o.o., Warszawa–Sopot 2011.

¹¹ J. Krupa, *Winnice produktem regionalnym powiatu jasielskiego...*, op. cit., s. 279–313.

¹² E. Wawro, *Winnice w Polsce. Wszystko o enoturystyce*, Multico Oficyna Wydawnicza, Warszawa 2011, s. 5–7.

2. Dul M., Krupa J., *Winnice jako atrakcja turystyczna województwa podkarpackiego*, [w:] *Środowisko przyrodnicze i walory turystyczne południowo-wschodniej Polski i Zachodniej Ukrainy*, (red.) J.R. Rak, Wydawnictwo Muzeum Regionalnego w Brzozowie, Brzozów 2011.
3. Kłos S., *Województwo podkarpackie*, Agencja Wydawnicza JOTA, Rzeszów 2002.
4. Krupa J., *Winnice produktem regionalnym powiatu jasielskiego*, [w:] *Problemy ochrony przyrody, korzystania ze środowiska i promocji walorów turystycznych południowo-wschodniej Polski, wschodniej Słowacji i zachodniej Ukrainy*, (red.) J.R. Rak, Wydawnictwo Muzeum Regionalnego w Brzozowie, Brzozów 2012.
5. Krupa J., Dul M., *Perspektywy rozwoju turystyki winiarskiej w woj. podkarpackim*, [w:] *Prze-strzenne, gospodarcze i humanistyczne aspekty turystyki*, (red.) M. Gwóźdź i K. Szpara, Wydawnictwo Konsorcjum Akademickie, Kraków-Rzeszów-Zamość 2009.
6. Krupa J., Dul M., *Winnice jako produkt turystyczny województwa podkarpackiego – metody promocji*, Wydawnictwo AWF w Warszawie, seria: „Turystyka i Rekreacja”, T. 5, Warszawa 2009.
7. Wawro E., *Winnice w Polsce. Wszystko o enoturystyce*, Multico Oficyna Wydawnicza, Warszawa 2011.

Źródła internetowe

1. <http://oazaski.obitur.pl>
2. <http://www.podkarpackiszlakwinnic.pl>
3. <http://roman-mysliwiec.pl>
4. <http://www.winnicajasiel.pl>
5. <http://www.wrota.podkarpackie.pl>