

Wioski tematyczne jako przykład innowacyjności w turystyce wiejskiej

Krzysztof Sala

Uniwersytet Pedagogiczny
im. Komisji Edukacji Narodowej
w Krakowie

Institut Politologii

Abstrakt: Celem publikacji było scharakteryzowanie wiosek tematycznych jako przykładu innowacyjności w branży turystycznej w Polsce. Artykuł prezentuje genezę i uwarunkowania rozwoju tego rodzaju działalności, która cieszy się rosnącą popularnością w Polsce. W pracy dokonano charakterystyki wiosek tematycznych na przykładzie Bałtowa. Opisano ich rozwój, znaczenie gospodarcze i najważniejsze osiągnięcia ilustrujące innowacyjność. Przedstawiono również dane statystyczne i ich analizę w odniesieniu do zmian, jakie zaszły w ostatnich latach w zakresie omawianej tematyki. Publikacja stanowi ponadto próbę prognozy przyszłej sytuacji wiosek tematycznych w Polsce. Powstała ona przy wykorzystaniu materiałów książkowych, danych statystycznych, jak i informacji netograficznych. Zastosowaną tu metodą badawczą jest krytyka piśmiennicza i analiza danych zastanych. Wyniki badań pozytywnie weryfikują tezę, że wioski tematyczne w istotny sposób przyczyniają się do wzrostu innowacyjności polskiej wsi.

Słowa kluczowe: innowacyjność, turystyka, wioski tematyczne

1. Wprowadzenie

Wioski tematyczne stanowią obecnie coraz popularniejszą formę ożywienia gospodarczego terenów wiejskich. Dzięki współpracy lokalnej społeczności z instytucjami i przedsiębiorstwami turystycznymi przy tworzeniu i implementacji konkretnego produktu turystycznego istnieje możliwość poprawy sytuacji ekonomicznej na danym terenie i generowania dochodów m.in. przez tworzenie nowych miejsc pracy.

Cel niniejszej publikacji to przedstawienie idei wiosek tematycznych w Polsce jako przykładu i przejawu innowacyjności turystycznej, sposobu implementacji tej innowacyjności oraz szacowania korzyści, jakie ona przynosi. Artykuł ukazuje początki i przesłanki rozwoju tego rodzaju działalności w Polsce. Dokonano w nim analizy typowej wioski tematycznej na przykładzie miejscowości Bałtów. Opisano jej rozwój, znaczenie gospodarcze i kluczowe sukcesy, będące przykładem innowacyjności.

Korespondencja:
Krzysztof Sala
Uniwersytet Pedagogiczny im. KEN
w Krakowie
Instytut Politologii
ul. Podchorążych 2
30-084 Kraków, Poland
Tel. +48 12 662 62 13
E-mail: krzysztofosal@onet.pl

Praca zawiera również dane statystyczne i ich analizę w odniesieniu do zmian, jakie zaszły w ostatnich latach w zakresie omawianej tematyki. Całość stanowi ponadto próbę prognozy przyszłej sytuacji wiosek tematycznych w Polsce. Artykuł powstał przy wykorzystaniu materiałów książkowych, danych statystycznych, jak i informacji netograficznych. Zastosowaną tu metodą badawczą jest krytyka piśmiennicza i analiza danych zastanych. Wyniki badań pozytywnie weryfikują tezę, że wioski tematyczne w istotny sposób przyczyniają się do wzrostu innowacyjności polskiej wsi.

2. Pojęcie innowacyjności w turystyce wiejskiej

Innowacyjność to ważny wskaźnik gospodarczy, świadczący pozytywnie o postępowości w zakresie wdrażania planów i pomysłów. Innowacyjność pozwala wypracować przewagę konkurencyjną i wzrost pozycji rynkowej.

Definicja innowacyjności nie posiada w literaturze jednakowej wykładni. W przypadku pojęcia innowacyjności prezentowane są ujęcia zarówno wąskie, jak i szerokie. Niemniej jednak dominuje ujęcie szerokie, zaproponowane przez Josepha Schumpetera (Schumpeter, 1908). Ujęcie wąskie dotyczy zmian bazujących na nowej lub niewykorzystanej do tej pory wiedzy oraz komercjalizacji produktu czy procesu. Ujęcie szerokie kładzie nacisk m.in. na wykorzystywanie wiedzy do tworzenia nowej wiedzy, wprowadzania czegoś nowego, nowych sposobów zaspokajania ludzkich potrzeb czy też korzystnych zmian wynikających z potrzeb i obserwacji środowiska naturalnego.

W prezentowanej pracy przyjęto, że innowacje to wszelka, z założenia korzystna, twórcza i oryginalna zmiana w różnych obszarach działalności organizacji, wnosząca nowość i postęp w stosunku do stanu istniejącego, ocenianego pozytywnie w świetle kryteriów efektywności organizacji (Kozioł, Karaś, 2015, s. 69–70). Często ma ona charakter ewolucyjnego poprawiania rzeczy istniejących.

Innowacyjność w turystyce wiejskiej polega na wprowadzaniu istotnych zmian w oferowanych wiejskich produktach turystycznych, tworzeniu nowych, ciekawych produktów oraz implementacji lepszych rozwiązań w procesach obsługi klientów. Warto zaznaczyć, że innowacyjność na wsi z reguły pojawiała się znacznie później niż w przemyśle czy usługach (Kamińska, 2015). Z kolei innowacyjność organizacji mierzymy liczbą i strukturą rodzajową wprowadzonych innowacji. Istnieją różne podejścia do klasyfikowania innowacji. Według *Podręcznika Oslo* możemy wyróżnić innowacje (Podręcznik Oslo, 2008): produktowe, procesowe, marketingowe, organizacyjne.

Innowacje produktowe polegają na wprowadzeniu nowego produktu lub znaczącego ulepszenia oferowanych uprzednio towarów bądź usług w odniesieniu do ich charakterystyk lub przeznaczenia. Przykładem innowacji produktowej w branży turystycznej może być tworzenie w wioskach tematycznych gier terenowych bez korzystania z porad ekspertów zewnętrznych.

Innowacje procesowe stanowią zmiany w stosowanych przez organizację metodach wytwarzania, które usprawniają i zwiększają efektywność produkcji oraz ułatwiają dotarcie do finalnego odbiorcy. Do innowacji procesowych w turystyce wiejskiej można zaliczyć proces przygotowania mieszkańców wsi do prowadzenia zajęć w wiosce tematycznej.

W minimalnym stopniu odbywa się to przez standardowe szkolenia. Zwykle prowadzone są szkolenia metodą uczenia się w działaniu, w realnych sytuacjach.

Innowacyjność marketingowa jest związana ze zmianą strategii marketingowej, która może być skorelowana z promocją cenową lub polityką cenową w celu przyciągnięcia klientów. Tego rodzaju innowacyjność może także dotyczyć modyfikacji wizerunku produktu, opakowania czy też znaku towarowego. Wioski tematyczne w ograniczony sposób korzystają z płatnych reklam, koncentrując się na promocji wspólnej oraz starając się zainteresować media poprzez zdarzenia i opowieści. Wioskami tematycznymi interesowały się najważniejsze gazety i tygodniki ogólnopolskie, prezentowały je ogólnopolskie stacje telewizyjne i radiowe.

Innowacyjność organizacyjna stanowi usprawnienie organizacji pracy i produkcji oraz miejsca pracy i relacji zewnętrznych. Innowacje organizacyjne mogą wpływać na stan bezpieczeństwa i higieny pracy oraz koszty działalności (*outsourcing*) (Matusiak, 2011).

Wioski tematyczne to przykład turystyki opartej na społeczności lokalnej i kreowanej przez tę społeczność. W turystyce tej wykorzystywane są lokalne zasoby przyrodnicze i kulturowe (Idziak, 2011). Ze względu na niedostatki finansowe przy tworzeniu wiosek tematycznych główny nacisk kładziony jest na tworzenie produktów niematerialnych i ograniczanie wydatków na infrastrukturę. Dąży się przy tym do wykorzystania istniejących budynków i do ratowania przed dewastacją niepotrzebnych już stodoł, obór i innych tego typu obiektów. Turyści są przyjmowani najczęściej bez noclegów, na kilka godzin.

3. Geneza i korzenie wiosek tematycznych

Pomysł na zakładanie wiosek tematycznych na świecie nie jest wytworem ostatnich lat. W Europie Zachodniej załóżków wiosek tematycznych można doszukiwać się już w pierwszej połowie lat 90. XX wieku (Biziuk, 2009). Pierwsze wioski tematyczne w Europie powstały na terenie Dolnej Austrii. Ich kreowanie miało związek z programem odnowy wsi i poprawą ich sytuacji gospodarczej. Przykład mogą stanowić miejscowości Krummnussbaum (wioska orzecha włoskiego), Ybbsitz (wioska kowalska) czy też Armschlag (wioska maku). Do dzisiaj, poza Austrią, największą popularnością cieszą się w Niemczech, Belgii, a także we Francji i Portugalii. W przypadku krajów pozaeuropejskich występują często m.in. w USA, Kanadzie, Australii, Chinach, Korei Południowej.

Pierwsze wioski tematyczne w Polsce na większą skalę zaczęły powstawać na początku XXI wieku. Korzystano przy tym często z doświadczeń państw zachodnich. Szczególnie pomyślny okres ich rozkwitu przypadł na lata 2003–2007. Natomiast biorąc pod uwagę lata 2003–2013, powstało w Polsce aż 55 nowych wiosek tematycznych (tabela 1).

Tabela 1. Liczba wiosek tematycznych w Polsce powstałych w latach 2003–2013
 (Table 1. The number of newly created thematic villages in Poland in the years 2003–2013)

Województwo (Province)	Liczba wiosek (Number of villages)
kujawsko-pomorskie	10
warmińsko-mazurskie	10
lubelskie	8
podlaskie	8
zachodniopomorskie	8
pomorskie	4
dolnośląskie	3
opolskie	3

Źródło: opracowanie własne na podstawie: <http://www.wioskitematyczne.org.pl/>.

Dane zawarte w tabeli 1 wyraźnie wskazują duży przyrost wiosek tematycznych w słabiej rozwiniętych, typowo rolniczych regionach ściany wschodniej Polski. Panują tam najkorzystniejsze warunki do ich zakładania.

Inicjatywy tworzenia tej formy aktywności pochodzą zarówno ze strony samorządów lokalnych, jak i samych mieszkańców. Dużą rolę w inicjowaniu działalności w ramach wiosek tematycznych odgrywają organizacje pozarządowe, w tym lokalne grupy działania. Nie należy zapominać również o Gminnych Ośrodkach Pomocy Społecznej, które bezpośrednio kierują do pracy w wioskach tematycznych osoby bezrobotne.

Proces kreowania wiosek tematycznych ma charakter dynamiczny. W trakcie jej powstania może zmienić się istniejący porządek czy role społeczne. Jednak biorąc pod uwagę aspekty ekonomiczne, przeważają ich zwolennicy.

Pionierem wiosek tematycznych w Polsce była w 1998 roku gmina Wierzbinek w województwie wielkopolskim. Ta mało znana miejscowość postanowiła postawić na wierzbę i organizację Targów Wierzby i Wikliny „Salix” (Czapiewska, 2011). Pierwszym regionem w Polsce, w którym pojawiły się wioski tematyczne na większą skalę, było województwo zachodniopomorskie (Idziak, 2013). Były to miejscowości:

- Dąbrowa – wioska zdrowego życia,
- Iwęcino – wioska końca świata,
- Paproty – wioska labiryntów i źródeł,
- Podgórkki – wioska baśni i zabawy,
- Sierakowo Sławieńskie – wioska hobbitów.

Wszystkie wymienione miejscowości to ośrodki, które w wyniku przemian ustrojowych znalazły się w trudnej sytuacji gospodarczej. Są zlokalizowane w pobliżu Koszalina, jednak nie leżą w pasie wybrzeża Bałtyku i w związku z tym nie mogą liczyć na dochody z tytułu

wakacyjnej turystyki wypoczynkowej. Część wiosek tematycznych w Polsce tworzy współpracujące ze sobą skupiska. Oprócz wyżej wymienionych, z taką sytuacją mamy do czynienia w okolicach Elbląga, Hrubieszowa, Borów Tucholskich czy też na Opolszczyźnie.

4. Charakterystyka polskich wiosek tematycznych

W Polsce i wielu innych krajach od dłuższego czasu daje się zauważyć spadek zatrudnienia w rolnictwie, który nie jest kompensowany wzrostem liczby miejsc pracy w usługach czy przemyśle na terenach wiejskich (Duczkowska-Małysz, 2007). W zaistniałej sytuacji pomysł tworzenia wiosek tematycznych może stanowić istotną pomoc w rozwiązaniu problemów bezrobocia agrarnego (Gangewere, 1999). W jednej wiosce tematycznej pracę przy obsłudze może znaleźć od czterech do 20 osób.

Wioski tematyczne można inaczej nazwać **w s i a m i z m o t y w e m p r z e w o d n i m**. Koncentrują się wokół jednego pomysłu i tematu przewodniego. Stanowią innowacyjny sposób na ożywienie gospodarki wiejskiej oraz zapewnienie mieszkańcom wsi alternatywnych i często znaczących dochodów. Ich zakładanie nie wiąże się z ponoszeniem wysokich kosztów, a wspólna praca angażuje całe rodziny wiejskie. Podnosi się przy tym także poziom estetyki polskich wsi.

Oferta wsi tematycznych polega na wykorzystywaniu istniejących zasobów przyrodniczych, kulturowych i historycznych danej miejscowości (Idziak, 2008). Pozwala przyciągnąć na tereny wiejskie turystów oraz zintegrować mieszkańców wsi wokół wspólnego projektu. Dotychczas działające w pojedynkę gospodarstwa agroturystyczne jednoczą potencjał i wspólnie tworzą **m a r k ę m i e j s c o w o ś c i i l o k a l n y c h p r o d u k t ó w**. Idea wiosek tematycznych pozwala w szczególności ożywić ruch turystyczny na obszarach i w miejscowościach o skromnej waloryzacji turystycznej. Do innych korzyści możemy zaliczyć:

- wzmocnienie poczucia wartości wśród mieszkańców;
- przeciwdziałanie ucieczce osób młodych;
- możliwość pozyskiwania inwestorów i środków zewnętrznych.

W skład oferty zapewnianej przez wioski tematyczne wchodzi takie atrakcje jak np.:

- ścieżki edukacyjne,
- gry terenowe,
- zajęcia warsztatowe,
- wizyty w gospodarstwach, w tym w gospodarstwach edukacyjnych.

Każda wioska tematyczna stara się przyciągnąć do siebie unikatowym produktem turystycznym i nowatorskimi pomysłami. I tak np. Dulowa w Małopolsce proponuje zwiedzanie pierwszego w Polsce „Kamienego Szlaku Zaginionych Zawodów” wraz z bogatą ofertą warsztatową i edukacyjną. Kuniów na Opolszczyźnie zachęca do podążania szlakiem kościołów drewnianych i przejazdów drezyną po nieczynnym szlaku kolejowym. Natomiast w Suchaczu w województwie warmińsko-mazurskim powstała pierwsza polska wioska kaperska, której tematem przewodnim jest piractwo w basenie Morza Bałtyckiego i Morza Północnego. Do innych interesujących wiosek tematycznych w Polsce możemy zaliczyć:

- Adamkowo – Ptasią Wioskę,
- Czarną Wieś Kościelną – Wieś Ducha Puszczy,

- Dzięciołówkę – Wioskę Tematyczną Truskawkową,
- Karwno – Wioskę Fantazji,
- Krzywogoniec – Wioskę Grzybową,
- Podzamek Golubski – Wieś Orzechową,
- Rudą – Wioskę Chleba z Przygodą,
- Starą Wieś – Wioskę Karate,
- Wylatowo – Wioskę UFO.

Większość wiosek tematycznych w Polsce buduje swój produkt turystyczny, opierając się na regionalnych produktach gastronomicznych i rolnych. Inne starają się przyciągnąć aktywnością sportową, a także tematyką związaną z baśniami czy legendami. Każdy odwiedzający ma możliwość nie tylko oglądania, lecz również uczestniczenia w wytwarzaniu produktów, ich próbowania oraz dotykania wyrobów rękodzieła (Idziak, 2009).

Promocja wsi z motywem przewodnim odbywa się w różnorodny sposób. Wykorzystuje się przy tym media elektroniczne, Internet, a także wzajemne polecanie. Bardzo ważną rolę w promocji produktów turystyki wiejskiej odgrywają imprezy wystawiennicze. Cyklicznie organizowane Targi Agroturystyczne w Kielcach stały się istotnym medium promocyjnym polskich wsi tematycznych. Każdy odwiedzający ma możliwość nie tylko poznać foldery czy katalogi, ale też spróbować miejscowych specjałów lub posłuchać regionalnej muzyki.

5. Bałtów jako modelowy przykład wioski tematycznej

Bałtów to niewielka miejscowość położona we wschodniej części województwa świętokrzyskiego, nieopodal Gór Świętokrzyskich. Do 2004 roku była miejscem mało znanym w Polsce, do czego przyczyniało się stosunkowo skromne zagospodarowanie turystyczne i nikła promocja (Cieszkowski, 2007). W wyniku przemian ustrojowych nastąpił w dodatku upadek wielu zakładów przemysłowych i wzrost bezrobocia w 2003 roku do poziomu 32%. Niekorzystny obraz dopełniały zaniedbania w infrastrukturze, w tym brak kanalizacji i systemu gospodarowania odpadami, a nawet znikomy dostęp społeczności wiejskiej do komputerów (Kuba, 2011). Sytuacja uległa zdecydowanej zmianie od roku 2004. Dzięki inwestycjom dokonany ze środków unijnych, a także wspólnej współpracy mieszkańców, samorządu i organizacji doradczych Bałtów stał się jednym z najchętniej odwiedzanych miejsc województwa świętokrzyskiego. Na terenie miejscowości powstała jedna z najciekawszych w Polsce wiosek tematycznych. Jako wioska z motywem przewodnim oferuje turystom zwiedzanie pierwszego w Polsce Jura Parku z naturalnej wielkości figurami dinozaurów. Trzeba zaznaczyć, że jest to jedyna tego typu inwestycja w Polsce Wschodniej. Spośród wielu innych atrakcji proponowanych obecnie turystom w ramach wioski tematycznej należy wymienić:

- spływ tratwami rzeką Kamienną,
- stok narciarski Szwajcaria Bałtowska,
- zwierzyniec Bałtowski,
- ośrodek jazdy konnej „Kraina Koni”,
- wioska czarownic „Sabatówka”,
- kino emocji,

- rollercoaster,
- prehistoryczne oceanarium.

Biorąc pod uwagę liczbę mieszkańców Bałtowa, która nie przekracza 800 osób, a całej gminy 4000 osób, oferta turystyczna jest imponująca i innowacyjna. W całym województwie świętokrzyskim byłoby trudno znaleźć drugą tej wielkości wieś o tak bogatej waloryzacji. Każda z wymienionych atrakcji przyczynia się do wzrostu liczby gości i pobudza mieszkańców do działania. Do tego należy dodać organizowanie licznych imprez cyklicznych i projektów. Rocznie Bałtów odwiedza średnio ponad 200 tys. turystów. Wyjątkowo udane dla miejscowości były lata 2013 i 2014, kiedy liczba turystów wyniosła odpowiednio 310 tys. i 300 tys. osób. Produkt turystyczny świętokrzyskiej wsi nieustannie się poszerza. Planuje się stworzenie nowych atrakcji, które zatrzymają odwiedzających na dłużej (Koral, Rościszewska, 2007).

Innowacyjność Bałtowa polega również na propagowaniu nowych, mało znanych, lecz interesujących rodzajów turystyki. Należy do tego zaliczyć możliwość uprawiania *questingu* (Fedas, Florys, 2010). Jest to nowoczesna i atrakcyjna metoda odkrywania dziedzictwa miejsca, polegająca na tworzeniu nieoznakowanych szlaków, którymi można wędrować, kierując się informacjami zawartymi w wierszowanych wskazówkach. Kolejne miejsca na trasie odnajduje się poprzez znalezienie odpowiedzi na zagadkę i wyszukanie w terenie odpowiadającego jej miejsca. Na końcu szlaku jest umieszczona skrzyneczka, a w niej pieczętka, której odbicie potwierdza pokonanie całej trasy (Clark, Glazer, 2004). Bałtów należy do inicjatorów tego rodzaju aktywności w Polsce i jest często nazywany w mediach „stolicą polskiego *questingu*”.

Questing przypomina nieco harcerską zabawę w podchody. Umożliwia w nietuzinkowy sposób zwiedzanie mało znanych miejsc i poznanie ciekawych, powiązanych z nimi historii. Gwarantuje również bezpośredni kontakt z przyrodą dla całych rodzin i uczestników indywidualnych. Jego „bezobsługowy charakter”, niskie wymagania co do infrastruktury i uczestników, czynią go interesującym pomysłem na aktywizację turystyczną zwłaszcza w ośrodkach o niskiej waloryzacji turystycznej.

Pierwszy zorganizowany w Bałtowie *quest* był zatytułowany „Tropem książęcych lwów”. Jego motywem przewodnim była historia rodu Druckich-Lubeckich, zasłużonego w rozwoju przemysłu i hutnictwa na tych terenach. Prowadził on po wzgórzu pałacowym. Następny w kolejności *quest*, zatytułowany „Śladami historii w Żydowskim Jarze”, dotyczył malowniczego wąwozu, w którym znaleziono ślady dinozaurów z okresu górnej jury. Tym *questem* podążyło już ponad 1500 osób.

Tylko w 2011 roku powstało 10 *questów* przy współpracy mieszkańców, młodzieży i organizacji pozarządowych. W związku z dużym zainteresowaniem planuje się już stworzenie 20 następnych.

Inkubatorem przedsiębiorczości i inicjatyw turystycznych, w tym również wioski tematycznej w Bałtowie, są stowarzyszenia „Delta” oraz „Bałt” z Jarosławem Kubą na czele. Dzięki swojej aktywności organizacje przyczyniają się do pobudzenia gospodarczego mało znanej miejscowości i stworzenia podwalin pod rozwój turystyki. Korzyści odnoszą też osoby prowadzące działalność gospodarczą.

Pozytywne przemiany pobudziły rozwój bazy noclegowej i gastronomicznej. Obecnie w Bałtowie funkcjonuje około 30 gospodarstw agroturystycznych, dwa zajazdy, gościniec, kemping i wiele innych obiektów turystycznych. Dzięki takim projektom jak „Wieś miejscem mojego biznesu” czy „Integracja poprzez tradycję” każdy chętny może uzyskać pomoc w zakresie zakładania lub poszerzania własnej działalności gospodarczej. Stowarzyszenie zabiega także o promocję i reklamę miejscowości w mediach elektronicznych i tradycyjnych.

Rezultatami pozytywnych zmian w Bałtowie są m.in. niskie bezrobocie na poziomie 7–8%, wzrost dochodów gminy z 4,5 do 9 mln zł rocznie oraz diametralna zmiana wizerunku zewnętrznego (Koral, Rościszewska, 2007).

6. Podsumowanie

Idea wiosek tematycznych stanowi atrakcyjną propozycję zarówno dla wsi o skromniejszym potencjale turystycznym i mniejszych szansach rozwojowych, jak również dla miejscowości o wysokiej waloryzacji turystycznej. W pierwszym przypadku idea ta umożliwia znaczący awans rozwojowy i cywilizacyjny dla wielu wsi. W drugim przypadku następuje podniesienie atrakcyjności turystycznej i wzrost dochodów z turystyki.

Wymaga to jednak działań prowadzących od koncentrowania się na interesie prywatnym do inicjatyw gospodarczych o charakterze wspólnotowym. Może się to okazać trudne ze względu na złe skojarzenia związane z ideą spółdzielczości i pracy społecznej rodem z czasów socjalizmu. Dodatkowo zadanie to utrudnia stosunkowo skromny poziom kapitału ludzkiego i społecznego polskiej wsi.

Przykład Bałtowa może stanowić modelowy wzór do naśladowania dla innych miejscowości wiejskich w Polsce. Pozytywne wzorce w zakresie innowacyjności mogą się przyczynić do popularyzacji pomysłów wiosek tematycznych w Polsce, ale i za granicą. Ze względu na oczywiste korzyści należy się spodziewać ich dalszego rozwoju na terenie Polski i świata.

Bibliografia

- Bałtowski Kompleks Turystyczny. (2016). Oficjalna strona internetowa [online, dostęp: 2016-06-29]. Dostępny w Internecie: <http://www.juraparkbaltow.pl/>.
- Biziuk, D. (2009). Wioski tematyczne: inny świat [online, dostęp: 2016-06-28]. *Gazeta Współczesna*, 29 stycznia. Dostępny w Internecie: <http://www.wspolczesna.pl/archiwum/art/5665962,wioski-tematyczne-inny-swiat,id,t.html>.
- Cieszkowski, T. (red.). (2007). *Świętokrzyskie. Przewodnik po regionie. Kompendium dla turysty i inwestora*. Starachowice; Sandomierz: Oficyna Wydawnicza ATUT. ISBN 9788391586624.
- Clark, D., Glazer, S. (2004). *Questing. A Guide to Creating Community Treasure Hunts*. Hanover; London: University Press of New England. ISBN 1584653345.
- Czapiewska, G. (2011). Wpływ środków Unii Europejskiej na pobudzenie inicjatyw społeczności wiejskich obszarów peryferyjnych województwa zachodniopomorskiego. W: M. Wesołowska (red.). *Wiejskie obszary peryferyjne – uwarunkowania i czynniki aktywizacji*. Warszawa: PTG PAN; IGiPZ. ISBN 9788362089161.
- Duczowska-Małysz, K. (2007). Obszary wiejskie – przestrzeń problemów czy cywilizacyjna szansa Europy? W: M. Kłodziński, M. Bład, R. Wilczyński (red.). *Odnowa wsi w integrującej się Europie*. Warszawa: IRWiR PAN. ISBN 8389900203.
- Fedas, M., Florys, M. (2010). *Poszukiwanie skarbów na greenways*. Kraków: Fundacja Partnerstwo dla Środowiska.

- Gangewere, R.J. (1999). Theme City: Imagining Pittsburgh [online, dostęp: 2016-06-28]. *Inside Carnegie*, September/October. Dostępny w Internecie: http://www.carnegiemuseums.org/cmag/bk_issue/1999/se-poct/feat6.html.
- Idziak, W. (2008). *Wymyślić wieś od nowa: wioski tematyczne*. Koszalin: Alta Press. ISBN 9788392501060.
- Idziak, W. (2009). Zarządzanie przestrzenią wsi przez dodawanie jej wartości. W: Z. Kuriata (red.). *Polskie krajobrazy wiejskie dawne i współczesne* (s. 198–205). Sosnowiec: Komisja Krajobrazu Kulturowego Polskiego Towarzystwa Geograficznego. ISBN 9788361695035.
- Idziak, W. (2011). *Turystyka społeczna – nowe znaczenia i możliwości*. W: A. Stasiak (red.). *Perspektywy i kierunki rozwoju turystyki społecznej w Polsce*. Łódź: Wydawnictwo WSTH. ISBN 9788393319701.
- Idziak, M. (2013). *Wioski tematyczne w Polsce w latach 1997–2013* [online, dostęp: 2016-06-28]. Dostępny w Internecie: <http://www.wioskitematyczne.org.pl/files/Wioski%20tematyczne%201997%20-%202013.pdf>.
- Kamińska, W. (red.). (2015). *Innowacyjność w turystyce wiejskiej a nowe możliwości zatrudnienia na obszarach wiejskich*. Warszawa: KPZK PAN. ISBN 9788363563455.
- Koral, J., Rościszewska, E. (2007). *Bałtów – gmina, którą ożywiły dinozaury* [online, dostęp: 2016-06-28]. Warszawa: Fundacja Inicjatyw Społeczno-Ekonomicznych. ISBN 83-85928-27-8. Dostępny w Internecie: http://www.ekonomiaspoleczna.pl/files/ekonomiaspoleczna.pl/public/Atlas_dobrych_praktyk/1Atlas_Dobrych_Praktyk_Baltow.pdf.
- Koszalińskie Towarzystwo Społeczno-Kulturalne. (2016). Wioski tematyczne: wieś aktywna, wieś kreatywna – strona internetowa [online, dostęp: 2016-06-28]. Dostępny w Internecie: <http://www.wioskitematyczne.org.pl/>.
- Koziół, L., Karaś, A. (2015). The Concept of the Tourism Enterprise Innovation Analysis. *Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego. Ekonomiczne Problemy Turystyki*, 32(4), 19–29.
- Kuba, J. (2011). *Rozwój gminy Bałtów w oparciu o idee ekonomii społecznej i partnerstwa trójsektorowego* [online, dostęp: 2016-06-08]. Dostępny w Internecie: http://www.efs.rops.rzeszow.pl/dokumenty/aktualnosci/konferencja_27102011/rozwoj_gminy_baltow.pdf.
- Matusiak, K.B. (red.). (2011). *Innowacje i transfer technologii – słownik pojęć*. Warszawa: Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości. ISBN 9788376331645.
- Miejscowości tematyczne w Małopolsce. (2016). Strona internetowa projektu realizowanego przez Fundację Biuro Inicjatyw Społecznych, Elbląskie Stowarzyszenie Wspierania Inicjatyw Pozarządowych ESWIP i Małopolską Sieć LGD [online, dostęp: 2016-07-02]. Dostępny w Internecie: <http://www.mt.bis-krakow.pl/o-idei/30-mt-w-austrii.html>.
- Podręcznik Oslo* (2008). Pomiar działalności naukowej i technicznej: zasady gromadzenia i interpretacji danych dotyczących innowacji. Wspólna publikacja OECD i Eurostatu. Warszawa: Ministerstwo Nauki i Szkolnictwa Wyższego, Departament Strategii i Rozwoju Nauki. ISBN 9788361100133.
- Questing Bałtów (2016). Strona internetowa projektu „Bałtów – polską stolicą questingu” [online, dostęp: 2016-07-02]. Dostępny w Internecie: <http://baltow.questing.pl/>.
- Schumpeter, J.A. (1908). *Das Wesen und der Hauptinhalt der theoretischen Nationalökonomie*. Leipzig: Duncker & Humblot.
- Targi Kielce. (2016). Oficjalna strona internetowa [online, dostęp: 2016-06-28]. Dostępny w Internecie: <http://www.targikielce.pl/pl/agrotravel.htm>.

Thematic villages as an example of innovativeness in rural tourism

Abstract: The aim of the publication is to characterise thematic villages as an example of innovation in the tourism industry in Poland. The article presents the origin and conditions of the development of this kind of

activity in Poland, which is growing in popularity. The paper characterises thematic villages on the example of Bałtów. It describes their development, economic importance and the most important achievements illustrat-

ing innovativeness. The article also contains statistical data and their analysis in relation to the changes which have taken place in this respect in recent years. The publication also attempts to forecast the future situation of thematic villages in Poland. This article was written using book materials, statistical data, as well as metho-

graphic information. The research method used in the publication is the literary criticism and an analysis of the existing data. The research findings positively verify the thesis that thematic villages significantly contribute to the growth of innovativeness of the Polish countryside.

Key words: innovativeness, tourism, thematic villages
