

DZIAŁALNOŚĆ WIOSEK TEMATYCZNYCH W POLSCE I WSTĘPNA OCENA JEJ EFEKTÓW

Anna Kłoczko-Gajewska

Katedra Ekonomii i Polityki Gospodarczej Szkoły Głównej Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie
Kierownik katedry: dr hab. Alina Daniłowska, prof. SGGW

Słowa kluczowe: wioski tematyczne, rozwój obszarów wiejskich, odnowa wsi

Key words: thematic villages, rural development, rural renewal

S y n o p s i s. Zmiany zachodzące na obszarach wiejskich w Polsce zmuszają do poszukiwania nowych rozwiązań, pozwalających na stworzenie dodatkowych form zarobkowania przy zachowaniu charakteru wsi. Jedną z inicjatyw w nurcie odnowy wsi jest tworzenie wiosek tematycznych, w których aktywność mieszkańców jest podporządkowana konkretnemu hasłu. Powstające od kilkunastu lat w Polsce wioski tematyczne mają ciekawą ofertę dla turystów i stwarzają możliwość aktywizacji społecznej mieszkańców oraz pozyskania dochodów z turystyki.

WSTĘP

Liczba gospodarstw rolnych w Polsce jest zdecydowanie wyższa niż w innych krajach Unii Europejskiej (UE) o podobnej wielkości. Dominują niewielkie gospodarstwa, często o charakterze samozapotrzeniowym lub niskotowarowym [Wąs 2013]. Wzrasta polaryzacja gospodarstw, bowiem gospodarstwa o wielkości od 5 ha do 15 ha albo są powiększane, aby sprostać wymogom rynku, albo ulegają zmniejszeniu i produkują głównie na potrzeby rolnika i jego rodziny [Ziętara 2008]. Jednocześnie liczba osób pracujących w gospodarstwach rolnych maleje, podobnie jak w pozostałych nowych krajach członkowskich UE [Kłoczko-Gajewska 2012], ale spadek zatrudnienia w rolnictwie nie jest kompensowany przez wzrost liczby miejsc pracy w usługach i przemyśle na terenach wiejskich [Wilkin 2011]. Problemy ze znalezieniem pracy na obszarach wiejskich niezwiązanej bezpośrednio z rolnictwem są pogłębiane przez zazwyczaj niski poziom kwalifikacji zawodowych mieszkańców wsi [Raczkowska 2012].

Szacuje się, że w przyszłości wielu mieszkańców peryferyjnych obszarów wiejskich nie będzie w stanie utrzymać się z działalności rolniczej. Jedną z metod mających złagodzić konsekwencje spadku zarobków w rolnictwie jest wielofunkcyjny rozwój obszarów wiejskich, ze szczególnym naciskiem na ochronę różnorodności kulturowej i przyrodniczej społeczności lokalnych [Wilkin 2005]. Może to odbywać się w ramach nurtu odnowy wsi, w którym dąży się do poprawy warunków życia na wsi przy jednoczesnym zachowaniu jej swoistego charakteru (unikanie umiastowienia) [Idziak, Wilczyński 2013]. W ramach tego nurtu od kilkunastu lat tworzone są wioski tematyczne – początkowo w Austrii, potem

również w innych krajach. Znalezienie tematu, swoistej myśli przewodniej do dalszego rozwoju danej wsi, ma ułatwić samookreślenie oraz zwiększyć poczucie własnej wartości jej mieszkańców, a ponadto stworzyć dodatkowe źródło dochodu z turystyki. Założenia leżące u podstaw tworzenia takich wiosek są różnorodne, poczynając od ekonomicznych (zwiększenie dochodu dzięki turystom, których zainteresuje silna, rozpoznawalna marka) i społecznych (lepsze zgranie społeczności dzięki wspólnemu, ważnemu celowi), kończąc na organizacyjnych (koncentracja na silnych stronach organizacji przyczynia się do jej sukcesu). Mieszkańcy wspólnie wybierają temat wsi, a następnie przygotowują ofertę turystyczną, angażując gości we wspólną zabawę i naukę [Idziak 2011]. Warto zwrócić uwagę, że zazwyczaj miejsce, którego mieszkańcy chcą zarabiać na turystyce, powinno charakteryzować się obiektywnymi walorami turystycznymi, np. zabytkami lub ciekawą architekturą, jeziorem, lasem. Ważne są też dogodny dojazd oraz adekwatne zaplecze turystyczne (miejsca noclegowe, punkty gastronomiczne, itp.) [Ferens 2013]. Natomiast wieś, w której ma powstać wioska tematyczna nie musi spełniać żadnych kryteriów, gdyż jej atrakcyjność zależy przede wszystkim od ciekawej oferty stworzonej przez mieszkańców. W ostatnich latach liczba wiosek tematycznych w Polsce systematycznie wzrastała, zatem zasadne wydaje się przedstawienie ich charakterystyki oraz sposobu działania¹.

METODY BADAWCZE

Badanie przeprowadzono w lipcu 2013 roku. W celu stworzenia możliwie pełnej listy wiosek tematycznych działających w Polsce posłużono się listą 55 wiosek wymienionych na portalu internetowym promującym tę ideę. Oprócz tego wykorzystano metodę śnieżnej kuli, która polegała na podawaniu przez respondentów nazw znanych im wiosek tematycznych. Ponadto poszukiwano informacji w internecie. Ostatecznie na liście znalazło się 106 nazw wiosek tematycznych²; listę skonsultowano z dr. Wacławem Idziakiem, który jest ekspertem w tej dziedzinie.

Za pomocą internetu szukano numerów telefonu do liderów wiosek tematycznych. Jeżeli znalezienie ich numeru telefonu nie było możliwe, telefonowano do urzędu gminy, aby uzyskać numer do lidera lub sołtysa, ewentualnie innej osoby dobrze poinformowanej. Jeżeli dana wieś faktycznie działała jako wioska tematyczna, przeprowadzano wywiad telefoniczny (najczęściej z liderem, w niektórych przypadkach z sołtysem, opiekującym się wioską animatorem z lokalnej organizacji pozarządowej lub dobrze poinformowanym pracownikiem urzędu gminy). Wywiady były przeprowadzone z wykorzystaniem listy pytań otwartych.

W okresie przeprowadzania wywiadów potwierdzono działalność 78 wiosek tematycznych. Ponadto 14 próbowało tej działalności, ale z niej zrezygnowało (czasem z powodu konfliktu wewnątrz wsi lub pomiędzy liderem a władzami gminy, czasem przyczyną były kłopoty zdrowotne liderów albo zdobycie przez osoby zajmujące się wioską angażującej czasowo pracy), trzy czasowo zawiesiły działalność, a dwie *de facto* nie były wioskami tematycznymi. Kolejne 7 dopiero przygotowywało ofertę, a z pięcioma nie udało się skontaktować. Ostatecznie przeprowadzono wywiady z przedstawicielami 63 wiosek tematycznych. Badane wsie liczyły od 50 do około 2500 mieszkańców i były położone w 12 województwach.

¹ Część materiałów zamieszczonych w tym artykule wcześniej opublikowano w artykule pt. *General characteristics of thematic villages in Poland*, „Visegrad Journal on Bioeconomy and Sustainable Development”, vol. 2, 2013, no. 2, s. 60-63.

² Szacunki z czerwca 2015 roku wskazują, że co najmniej 140 wsi podjęło próbę założenia wioski tematycznej, z czego działa aktywnie około 100.

Badanie miało charakter eksploracyjny, a jego celem było stworzenie opisu aktualnego stanu i sposobu działania wiosek tematycznych w Polsce oraz wstępne przedstawienie społeczno-ekonomicznych efektów ich działania. Wydaje się to potrzebne ze względu na rosnące zainteresowanie tego typu działalnością, zarówno ze strony mieszkańców wsi, jak władz lokalnych, przy jednoczesnym braku badań przekrojowych z tego zakresu. W opublikowanych dotychczas opracowaniach o tej tematyce można znaleźć głównie porady dotyczące metod zakładania wiosek tematycznych [Idziak 2008] oraz studia przypadków poszczególnych wiosek lub ich grup [Bielski 2011, Czapiewska 2012, Maćkowiak, Seelieb 2009]. Scharakteryzowanie znacznej liczby wiosek tematycznych w ujęciu przekrojowym może być punktem wyjścia do pogłębionych badań wybranych aspektów tej działalności, m.in. z punktu widzenia turystyki, rozwoju lokalnego czy aktywizacji społecznej. Może też być wskazówką dla praktyków planujących lub już prowadzących taką działalność. Nie postawiono żadnej hipotezy wstępnej.

TWORZENIE WIOSEK TEMATYCZNYCH

Pierwsze wioski tematyczne w Polsce zaczęły aktywnie działać w 2003 roku, a od 2007 roku można zaobserwować wyraźny wzrost ich liczby. Początkowo zdarzało się, że to władze samorządowe proponowały mieszkańcom nowy pomysł na rozwój wsi, właśnie w formie wioski tematycznej. Z czasem coraz częściej sami mieszkańcy wychodzili z taką inicjatywą, gdy usłyszeli o pozytywnych efektach działalności tego typu w innej wsi. Zazwyczaj od sformułowania pomysłu do utworzenia wioski tematycznej upływało kilka miesięcy (najkrótszy okres obejmował kilka tygodni, a najdłuższy kilka lat). Rozpoczęcie aktywnej działalności wioski zdefiniowano jako moment, w którym była gotowa oferta dla turystów.

Na pytanie, czy pomysł utworzenia wioski tematycznej wysunął któryś z mieszkańców, czy ktoś z zewnątrz, odpowiedzi rozkładały się mniej więcej po połowie, ponadto w wielu przypadkach było to trudne do określenia. Mieszkańcy najczęściej proponowali takie rozwiązanie, gdy zetknęli się z już działającymi wioskami tematycznymi (krajowymi lub zagranicznymi) lub dowiedzieli się o nich na szkoleniach organizowanych przez lokalne stowarzyszenia. Zdarzały się również sytuacje, gdy grupa aktywnych mieszkańców wsi szukała inspiracji do rozwoju wsi i dostawała od kogoś z zewnątrz informację o wioskach tematycznych. W niektórych wypadkach z propozycją utworzenia wioski tematycznej występowały inne podmioty, np. lokalna organizacja pozarządowa, lokalna grupa działania, urząd gminy (np. przy okazji opracowywania strategii odnowy wsi). Liderami częściej były kobiety, np. członkinie koła gospodyń wiejskich, osoby oferujące usługi agroturystyczne lub po prostu aktywne społecznie.

Według respondentów, w kilkunastu wsiach nie trzeba było mieszkańców przekonywać do współpracy, w pozostałych zaś najczęściej (ponad 20 wiosek) zachęcano przez organizowanie warsztatów lub szkoleń; dotyczyły one nie tylko działalności wiosek tematycznych, ale też innych dziedzin, np. rękodzieła. Drugą najczęściej stosowaną formą przekonywania (prawie 20) były nieformalne rozmowy lub formalne spotkania. Ponadto zachętą były wyjazdy studyjne do istniejących już wiosek tematycznych, poznanie dobrych praktyk i organizowanie festynów. Pojedynczy respondenci podkreślali znaczenie szkoły, która za pośrednictwem dzieci włączała mieszkańców w inicjatywę, oraz zwiększenie motywacji do działania dzięki znalezieniu informacji o własnej wsi w lokalnych mediach (prasa, telewizja, radio).

Tematy wybierano w różny sposób. Cztery wsie (6%) zrobiły użytek z charakterystycznej nazwy (Przygodziczki – wioska przygody, Aniołowo – wioska anielska, Stare Jabłonki – wioska jabłkowych smaków, Motyle – wioska kolorów). W przypadku 12 (19%) w miejscowości istniała silna tradycja, która w zasadzie narzuciła temat – zazwyczaj był to rodzaj wykonywanej pracy (garncarstwo, pszczelarstwo, produkcja mleka), ale również pozostałości mniejszości etnicznej (wieś tatarska i wieś menonicka). W przypadku 32 tematów (51%) potrzebne były długie dyskusje wsparte analizą SWOT wsi i jej otoczenia. Pozostałe 15 tematów (24%) wybrano z innych przyczyn, takich jak prywatne zainteresowanie lidera, wydarzenie historyczne lub przypadkowy pomysł.

Kolejnym badanym zagadnieniem były kluczowe czynniki sukcesu. Respondenci udzielili różnych odpowiedzi na to pytanie. Najczęściej jako źródła sukcesu wymieniano cechy społeczności lub sposób działania podczas organizowania wioski tematycznej. Były to: zaangażowana grupa konsekwentnie działająca mimo początkowych trudności (23 odpowiedzi, co stanowiło 37% respondentów), silny lider (7 odpowiedzi; 11%), otwartość mieszkańców na nowości (5; 8%), zaangażowanie młodzieży oraz indywidualne zachęcanie do aktywności, np. sprzedawania własnych wyrobów kulinarnych na festynach (po 3; 5%), wykorzystanie pośrednictwa szkoły do zainteresowania dorosłych poprzez działalność dzieci (2; 3%), a ponadto warsztaty, wizyty studyjne oraz „człowiek, który umie zdobywać pieniądze” (po 1 odpowiedzi).

Druga grupa czynników, które przyczyniły się do powodzenia, była powiązana z tematem przewodnim działania wioski – albo uznano, że był on dobrze dobrany, chwytliwy (5 odpowiedzi; 8%), albo wręcz wskazano na utożsamianie się mieszkańców z tematem, co wynikało z silnej tradycji (4; 6%). Kolejna grupa odpowiedzi obejmowała nadzieje związane z powstaniem wsi tematycznej: chęć zarobienia pieniędzy dzięki turystom (5; 8%), chęć poznania nowych ludzi (4; 6%), szukanie możliwości rozwoju przy braku innych perspektyw (2; 3%), obietnica wybudowania drogi dojazdowej, jeżeli wieś się zaktywizuje (1 odpowiedź).

Wskazywano też na widoczne efekty działania wioski tematycznej oraz pierwszy widoczny sukces, np. ciekawy festyn lub powstanie konkretnego obiektu (7 odpowiedzi; 11%), poczucie mieszkańców, że stworzyli coś wartościowego (5; 8%), dowartościowanie mieszkańców i ogólna aktywizacja wsi (5; 8%), pojawienie się pierwszych klientów (1 odpowiedź). W niektórych wypadkach ważną rolę w osiągnięciu sukcesu było wsparcie udzielone przez organizacje pozarządowe (5; 8%) oraz władze lokalne (2; 3%).

DZIAŁALNOŚĆ WIOSEK TEMATYCZNYCH

W 2013 roku 57% procent wiosek tematycznych działało w formie stowarzyszenia. Warto nadmienić, że w przypadku 9 wiosek (14%) stowarzyszenia istniały już wcześniej i były nastawione na rozwój wsi. Wówczas stworzenie wioski tematycznej było po prostu kolejnym pomysłem ukierunkowującym działalność członków stowarzyszenia. W pozostałych przypadkach stowarzyszenia stworzono po rozpoczęciu działalności wioski tematycznej. Około 1/3 wiosek działała bez rejestracji w formie prawnej, ale część z nich planowała założenie stowarzyszenia w przyszłości, gdy działalność nieco okrzepnie. Niektóre korzystały z pomocy zaprzyjaźnionych stowarzyszeń, gdy z przyczyn formalnych wymagana była forma prawna (np. w przypadku ubiegania się o dofinansowanie – taką pomoc uzyskiwały od lokalnych oddziałów ochotniczej straży pożarnej, kółek rolniczych albo gminnych ośrodków kultury). Wśród zbadanych wiosek trzy miały formę prywatnych przedsiębiorstw, a trzy inną formę prawną (np. fundacja).

Tabela 1. Oferta wiosek tematycznych w Polsce w 2013 roku (n = 63)

Rodzaj oferowanej usługi	Częstość [%]
Warsztaty	86
Gry terenowe	44
Lekcje i pokazy	38
Festyny, biesiady	35
Zwiedzanie z przewodnikiem	24
Gry i zabawy, konkursy	21
Ścieżki edukacyjne	19

Źródło: opracowanie własne.

masła lub wyrób twarogu, pieczenie chleba i tradycyjnych ciast), rękodzieła (garncarstwo, robienie ozdób i pamiątek ze słomy, kamieni, papieru, filcu), dawnych sportów (strzelanie z łuku) i wiele innych. Niektóre spośród tych warsztatów były ściśle powiązane z tematem wioski, a inne miały z nim niewiele wspólnego. Prawie połowa wiosek oferowała różnego rodzaju gry terenowe, zbliżone do podchodów lub gier fabularnych typu RPG, przy czym w części wsi organizowano szeroko reklamowane doroczne imprezy, na których mieszkańcy wioski przebierali się za baśniowe postacie (czarownice, krasnoludki, anioły, Hobbitów).

Prawie 40% wiosek miało w ofercie lekcje i pokazy. W jednej z nich można było obserwować pracę kowala, w innej odwiedzić dwie obory: tradycyjną z ręcznym udodem krów oraz nowoczesną, sterowaną komputerowo. Popularne były również spacerzy z przewodnikiem po ścieżkach edukacyjnych oraz multimedialne pokazy, np. dotyczące przyrody. Podobna liczba wiosek organizowała festyny i biesiady – albo w stałych terminach, albo na zamówienie dużych, zorganizowanych grup turystów. W niektórych wsiach tradycyjnie były organizowane festyny dla mieszkańców. Niektóre wioski miały bardzo szeroką i zróżnicowaną ofertę, podczas gdy w innych koncentrowano się na wybranych aktywnościach albo oferta dopiero była w fazie rozwoju.

Większość badanych podmiotów (59 spośród 63, czyli 94%) ubiegała się o finansowanie z zewnątrz i prawie wszystkie je uzyskały. Kwoty zdobyte w ten sposób były bardzo różnej wysokości – od niewielkich sum na zakup farby do odmalowania świetlicy, do sfinansowania budowy nowych obiektów. Środki finansowe otrzymywano od władz samorządowych (wojewódzkich, gminnych i powiatowych), organizacji pozarządowych (najczęściej wymieniano Fundusz Inicjatyw Obywatelskich, Fundację Wspomagania Wsi i Europejski Fundusz Rozwoju Wsi Polskiej) oraz w ramach różnych funduszy z Unii Europejskiej (m.in. PROW, POKL i EQUAL). W 11 przypadkach pomocy udzielili sponsorzy – duże firmy wspierające finansowo lub lokalni przedsiębiorcy oferujący swoje produkty na festyny. Wioski bez osobowości prawnej nie mogły same starać się o granty, ale w takich przypadkach zwykle prosiły o pośrednictwo zaprzyjaźnione stowarzyszenia. Niektóre wioski bardzo aktywnie występowały o dofinansowanie swoich inicjatyw, co może wywoływać mieszane uczucia. Z jednej strony świadczy o operatywności osób zaangażowanych w te działania oraz o umiejętności radzenia sobie we współczesnym świecie, z drugiej jednak strony może zachodzić obawa o uzależnienie się od zewnętrznego finansowania oraz przewagę motywacji zewnętrznej (zdobycie środków) nad wewnętrzną (robienie wspólnie czegoś ciekawego i rozwijającego). Warto nadmienić, że zdaniem re-

Dwie spośród badanych wiosek intencjonalnie nie miały oferty dla turystów, gdyż jej liderzy chcieli skoncentrować się na rozwoju wsi. Pozostałe przygotowały taką ofertę: 31 (49%) wyłącznie dla grup zorganizowanych, a 30 (48%) zarówno dla grup, jak i dla turystów indywidualnych (przy czym oferta dla pojedynczych rodzin lub osób była zazwyczaj uboższa). Najczęściej oferowane usługi zaprezentowano w tabeli 1.

W ofercie najczęściej można było znaleźć różnego rodzaju warsztaty – dotyczące przygotowywania tradycyjnych potraw lub produktów żywnościowych (np. ręczne ubijanie

spontentów łatwiej było ubiegać się o dofinansowanie działalności wioski tematycznej niż organizacji typu stowarzyszenie miłośników konkretnej wsi pozbawionej tak wyrazistego motywu przewodniego, łatwiej było też pokonywać bariery biurokratyczne.

EFEKTY DZIAŁANIA

Większość wiosek tematycznych działała zaledwie od kilku lat, z tego względu trudno określić ich długofalowy wpływ na wieś i jej mieszkańców. Niemniej jednak warto pokrótce nakreślić zmiany, jakie zaszły w tych wsiach od czasu zaangażowania się w tworzenie wioski tematycznej. Należy podkreślić, że były to zmiany, które zaobserwowano od czasu założenia wioski tematycznej, natomiast nie ma jednoznacznych danych, które pozwoliłyby mieć pewność, że były one skutkiem obrania tej drogi rozwoju, a nie innych czynników.

Respondenci poproszeni o wskazanie zmian, które zauważyli we wsi od czasu założenia wioski tematycznej (tab. 2.), w 81% wymienili wygląd wsi. Około 1/4 respondentów zauważyło zmianę w zachowaniu mieszkańców wsi – zazwyczaj nabierali pewności siebie, chętniej angażowali się we wspólne przedsięwzięcia, poczuli dumę z własnej wsi, jednak w kilku przypadkach doszło do konfliktu wewnątrz wsi pomiędzy zwolennikami i przeciwnikami tworzenia wioski tematycznej.

Trzecią z kolei odpowiedzią było pojawienie się zarobków – najczęściej niewielkich i sezonowych. W niektórych przypadkach pozwalały one tylko na pokrycie kosztów działalności, w innych umożliwiały odmalowanie świetlicy albo zorganizowanie wycieczki autokarowej dla mieszkańców, w trzech wsiach udało się stworzyć stałe miejsca pracy. Część wiosek przeznaczała zarobek na cele wspólne, a inne dzieliły go pomiędzy osoby zaangażowane. Około 1/3 respondentów zauważyła, że dzięki założeniu wioski tematycznej poszerzyły się ich kontakty zewnętrzne: z innymi wioskami tematycznymi, organizacjami pozarządowymi (np. lokalnymi grupami działania), a w kilku przypadkach ze specjalistycznymi instytucjami, gdy temat wsi wymagał konsultacji (wioska średniowieczna, park dinozaurów, specjalistyczne ziołowe kosmetyki). Troje respondentów nie zauważyło we wsi żadnych zmian, chociaż wioski działały aktywnie od ponad dwóch lat.

W tych przypadkach, w których deklarowano zmiany w wyglądzie wsi (tab. 3.), najczęściej wymieniano posprzątanie podwórzy oraz zagospodarowanie przestrzeni wspólnej wsi (po 43%). Większa dbałość o otoczenie wynikała często z tego, że mieszkańcy nie chcieli się wstydzić przed turystami. Poprawiło to komfort życia mieszkańców, a jednocześnie mogło wspomagać ruch turystyczny. Koreponduje to z badaniami ARiMR, z których wynika, że do inwestycji w rozwój turystyki można zaliczyć również zagospodarowanie siedliska i terenu wokół domu [Majewska 2015]. W przypadku prawie 1/3 wsi zainwestowano w ogólną infrastrukturę, która może służyć zarówno mieszkańcom, jak i turystom (zbudowano place zabaw, postawiono ławki, wyremontowano świetlice). Tablice informacyjne postawiono w 1/4 wsi, a w niewiele mniejszej ich liczbie przygotowano ozdoby i tablice powitalne związane z tematem wioski. W 14% wiosek zbudowano specjalne budynki służące podejmowaniu

Tabela 2. Deklarowane zmiany we wsi od czasu założenia wioski tematycznej w Polsce w 2013 roku (n = 63)

Deklarowane zmiany	Częstość [%]
Zmiana w wyglądzie wsi	81
Zmiana w zachowaniu ludzi	76
Zarobki	60
Kontakty zewnętrzne	35
Brak jakichkolwiek zmian	5

Źródło: opracowanie własne.

Tabela 3. Deklarowane zmiany w wyglądzie wsi od momentu założenia wioski tematycznej w Polsce w 2013 roku (n = 51)

Deklarowane zmiany w wyglądzie wsi	Częstość [%]
Zagospodarowanie wspólnych obszarów wsi (kwietniki, porządkowanie skwerów, itp.)	43
Posprzątanie zagród	43
Ogólna infrastruktura wsi (plac zabaw, ławki, remont świetlicy)	31
Tablice informacyjne	25
Ozdoby, znaki rozpoznawcze związane z tematem wioski	22
Specjalne budynki związane z działalnością wioski tematycznej	14

Źródło: opracowanie własne.

noclegowych, zaangażowanie większej liczby mieszkańców, zwiększenie liczby ozdób we wsi, wykorzystanie nowych form promocji (stron internetowych, ulotek).

turystów, takie jak kuźnia, chata kryta strzechą lub park dinozaurów, czyli były to już poważne inwestycje w rozwój turystyki.

Większość respondentów miała przygotowane plany dotyczące przyszłego rozwoju wioski tematycznej (brak planu zadeklarowało tylko 5 respondentów). Ponad 40% zamierzało poszerzyć ofertę dla turystów. Po 20% chciało poprawić drobną infrastrukturę wsi albo zainwestować w specjalny budynek związany z działalnością. W deklarowanych planach rozwoju znalazło się m.in. zorganizowanie miejsc

PODSUMOWANIE I WNIOSKI

Tworzenie wiosek tematycznych staje się w Polsce coraz bardziej popularne. Zazwyczaj przybierają one formę stowarzyszenia lub nieformalnej grupy inicjatywnej, często współpracującej z innymi lokalnymi organizacjami. Ofertę mają zróżnicowaną, aktywizującą turystów, zazwyczaj łączącą zabawę z edukacją. Wpisuje się to w ogólny trend wzrostu popytu na turystykę doznań i doświadczeń, w której rozrywka idzie w parze z edukacją i emocjami [Majewska 2015]. Według respondentów, po zaangażowaniu się mieszkańców w tworzenie wsi tematycznych zaobserwowano poprawę wyglądu wsi, wzrost aktywności społecznej ich mieszkańców oraz poczucie dumy ze swojego miejsca zamieszkania. Dodatkowe dochody były raczej niewielkie i sezonowe, ale być może będą one rosły wraz z rozwojem oferty wioski. Widoczna jest tu szansa na różnicowanie dochodów ludności wiejskiej, ale należałoby to dokładniej zbadać po kilku lub nawet kilkunastu latach od momentu rozpoczęcia działalności. Większość liderów ma plany związane z przyszłym rozwojem wioski. W dłuższym okresie może to skutkować dalszym rozwojem turystyki i związanym z nim wzrostem zarobków oraz pojawianiem się nowych miejsc pracy, co zaobserwowano w kilku austriackich wioskach tematycznych [Thieme, Birkigt 2006]. Należy jednak pamiętać, że część wsi po pewnym okresie rezygnuje z tej formy działalności. W tych przypadkach powinno nastąpić przekierowanie aktywności społecznej mieszkańców na inne pola. Ze względu na rosnącą popularność idei wiosek tematycznych wskazane jest dalsze śledzenie ich rozwoju, także z wykorzystaniem bardziej wymiernych wskaźników, które należałoby opracować na podstawie dostępnej literatury przedmiotu. Wioski tematyczne należą do działalności o charakterze niszowym, gdyż zainteresowanie nimi wynika z ich odmienności i różnorodności, jednak mogą być popularne wśród pewnej grupy konsumentów.

LITERATURA

- Bielski Piotr, 2011: *Karwno – w stronę wsi uczącej się*, „Zrównoważony Rozwój. Zastosowania”, nr 2, s. 38-49.
- Czapiewska Gabriela, 2012: *Wioski tematyczne sposobem na aktywizację gospodarczą i społeczną regionu*, „Studia i Materiały. Miscellanea Oeconomicae”, vol. 1, s. 109-123.
- Ferens Ewa, 2013: *Turystyka jako element wielofunkcyjnego rozwoju obszarów wiejskich na przykładzie województwa mazowieckiego*, „Zeszyty Naukowe SGGW w Warszawie. Ekonomika i Organizacja Gospodarki Żywnościowej”, nr 102, s. 113-125.
- Idziak Waclaw, 2008: *Wymyślić wieś od nowa. Wioski tematyczne*, Wydawnictwo Alta Press, Koszalin, s. 132.
- Idziak Waclaw, 2011: *Turystyka społeczna – inspiracje dla turystyki wiejskiej*, „Folia Pomeranae Universitatis Technologiae Stetinensis. Oeconomica”, vol. 288(64), s. 9-18.
- Idziak Waclaw, Wilczyński Ryszard, 2013: *Odnowa wsi. Przestrzeń, ludzie, działania*, FAPA, Warszawa, s. 160.
- Kłoczko-Gajewska Anna, 2012: *Rola gospodarki rolnej i przemysłu spożywczego w nowoprzyjętych krajach Unii Europejskiej*, „Zeszyty Naukowe SGGW w Warszawie. Ekonomika i Organizacja Gospodarki Żywnościowej”, nr 98, s. 79-90.
- Maćkowiak Magdalena, Seelieb Paweł, 2009: *Wioski tematyczne jako forma aktywizacji turystycznej obszarów wiejskich*, [w] *Turystyczne funkcje obszarów wiejskich*, Izabella Sikorska-Wolak (red.), SGGW, Warszawa, s. 35-44.
- Majewska Iwona, 2015: *Kierunki rozwoju turystyki na obszarach wiejskich w nowej perspektywie finansowej Unii Europejskiej*, [w] *Turystyka wiejska bez granic*, Cezary Jastrzębski (red.), Wyższa Szkoła Ekonomii, Prawa i Nauk Medycznych, Kielce, s. 39-48.
- Raczkowska Małgorzata, 2012: *Ekсклюza społeczna na obszarach wiejskich w Polsce*, „Roczniki Ekonomii Rolnictwa i Rozwoju Obszarów Wiejskich”, t. 99, z. 4, s. 49-55.
- Thieme Markus, Birkigt Kay-Uwe, 2006: *Dorfentwicklung mit wirtschaftlichen Leitbildern zur Erhöhung der lokalen Wertschöpfung (Themendörfer)*, „Infodienst der Sächsischen Landesanstalt für Landwirtschaft“, 2/2006, Dresden, s. 15-21.
- Wąs Adam, 2013: *Modelowanie przemian strukturalnych polskiego rolnictwa*, Wydawnictwo SGGW, Warszawa, s. 166.
- Wilkin Jerzy 2005: *O potrzebie i założeniach długookresowej wizji rozwoju wsi w Polsce*, [w] *Rozwój obszarów wiejskich. Doświadczenia krajów europejskich*, Katarzyna Zawalińska (red.), IRWiR PAN, Warszawa, s. 45-56.
- Wilkin Jerzy, 2011: *Wielofunkcyjność wsi i rolnictwa a rozwój zrównoważony*, „Wieś i rolnictwo”, nr 153(4), s. 27-39.
- Ziętara Wojciech 2008: *Uwagi o przyszłości polskich gospodarstw*, [w] *Wyzwania przed obszarami wiejskimi i rolnictwem w perspektywie lat 2014-2020*, IRWiR PAN, Warszawa, s. 215-217.

Anna Kłoczko-Gajewska

ACTIVITIES OF THEMATIC VILLAGES IN POLAND AND PRELIMINARY ASSESSMENT
OF THEIR EFFECTS

Summary

In recent years rural areas in Poland undergo significant changes. As a result, small and medium-scale farmers, who cannot compete with large farms, are looking for additional, off-farm sources of income. One of the ways to revive feeling of a common goal and cooperation and at the same time get additional income is creating a thematic village, whose development is focused on a certain topic (local food, craft, history, or some other ideas). It seems that this idea gives a chance for strengthening social activeness and self-confidence of the villagers, and in some cases also for getting additional income.

Adres do korespondencji:
dr Anna Kłoczko-Gajewska
Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego, Katedra Ekonomii i Polityki Gospodarczej
ul. Nowoursynowska 166, 02-787 Warszawa
e-mail: anna_kloczko_gajewska@sggw.pl