



TURYSTYKA KULINARNA

PODSTRATEGIA

RAPORT Z BADANIA INTENCJI WSPÓŁPRACY
INTERESARIUSZY W PROJEKCIE PODSTRATEGII TURYSTYKI
KULINARNEJ.

POZNAŃ-WARSZAWA MAJ 2025

**POLSKIE
STOWARZYSZENIE
TURYSTYKI KULINARNEJ**



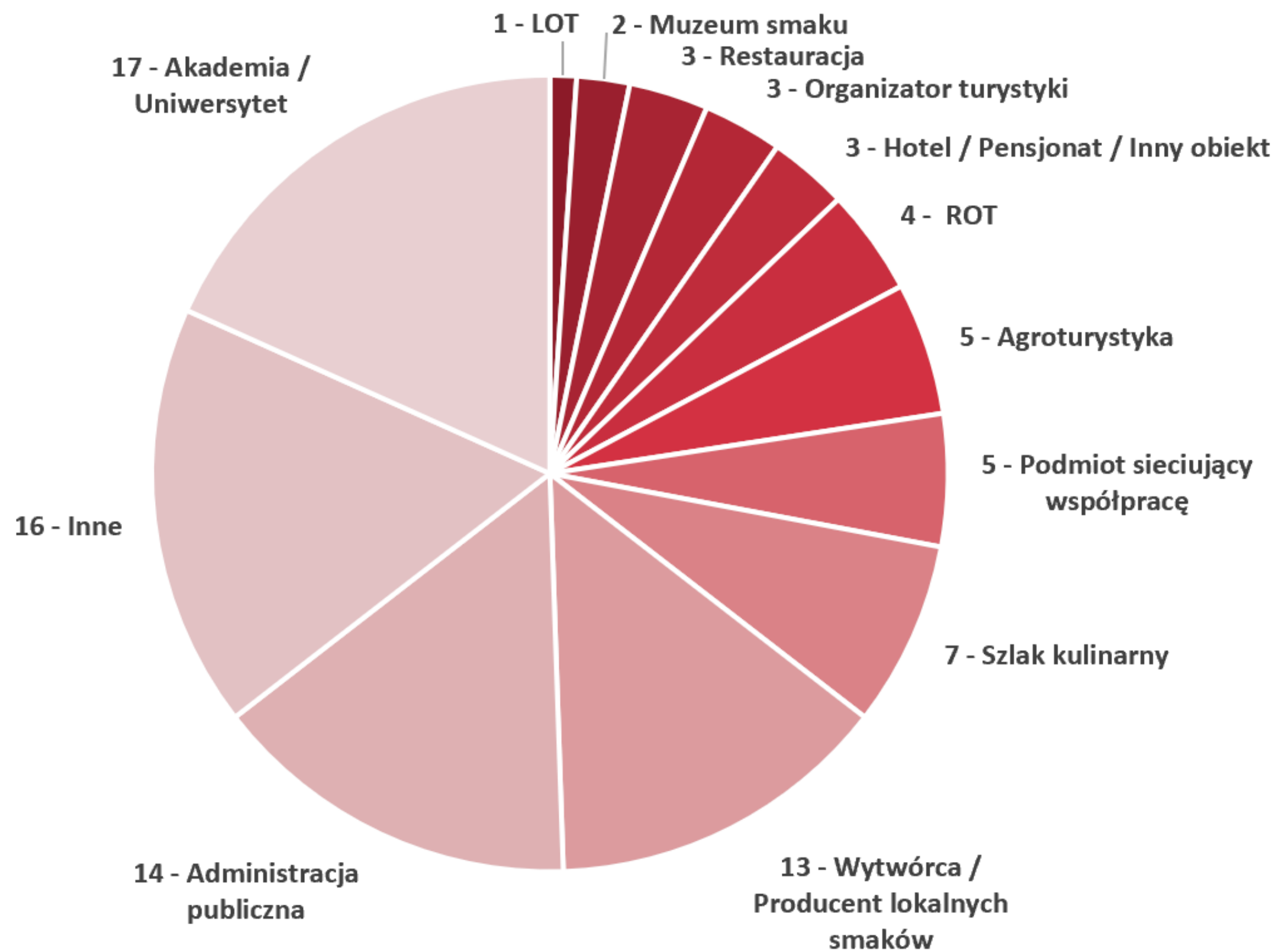
Ministerstwo
Sportu i Turystyki

Zadanie publiczne pn. „Podstrategie turystyczne - dzielenie się wiedzą”
Tytuł zadania *Podstrategia turystyki kulinarnej*” dofinansowano ze środków
Ministerstwa Sportu i Turystyki.

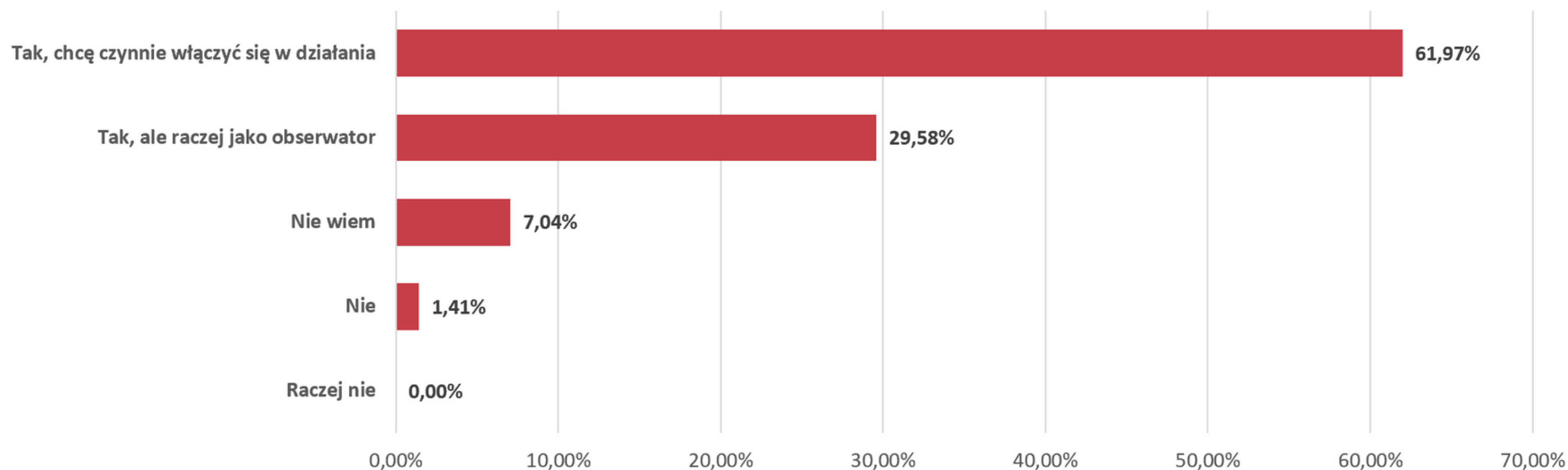
O BADANIU INTENCJI WSPÓŁPRACY INTERESARIUSZY

- Badanie miało na celu dotarcie do zróżnicowanego grona interesariuszy, zbadanie ich chęci współpracy i potrzeb dotyczących wsparcie rozwoju. Jest jednym z kluczowych elementów mającym zaradzić wysokiemu rozproszeniu i rozdrobnieniu działań w branży turystyki kulinarnej.
- Do badania zaproszono około 400 podmiotów w tym: wszystkie Regionalne ORGANIZACJA TURYSTYCZNE, LOKALNE ORGANIZACJE TURYSTYCZNE, SZLAKI KULINARNE, MUZEA SMAKU, CZŁONKÓW SZLAKÓW KULINARNYCH, Uczestników i Radę Programową Konferencji Turystyka Kulinarna jako formuła promocji polskiej żywności i dziedzictwa kulturowego organizowanej przez Szkołę Główną Turystyki i Hotelarstwa Vistula w Warszawie.
- Uzyskano odpowiedzi od 78 respondentów.
- Każdy z respondentów mógł należeć do więcej niż jednej kategorii.
- Badanie zrealizował zespół: Paulina Brzeska-Gonera, Hubert Gonera, Martyna Dominiczak, przy Konsultacjach z dr hab. Karoliną Buczkowską-Gołąbek

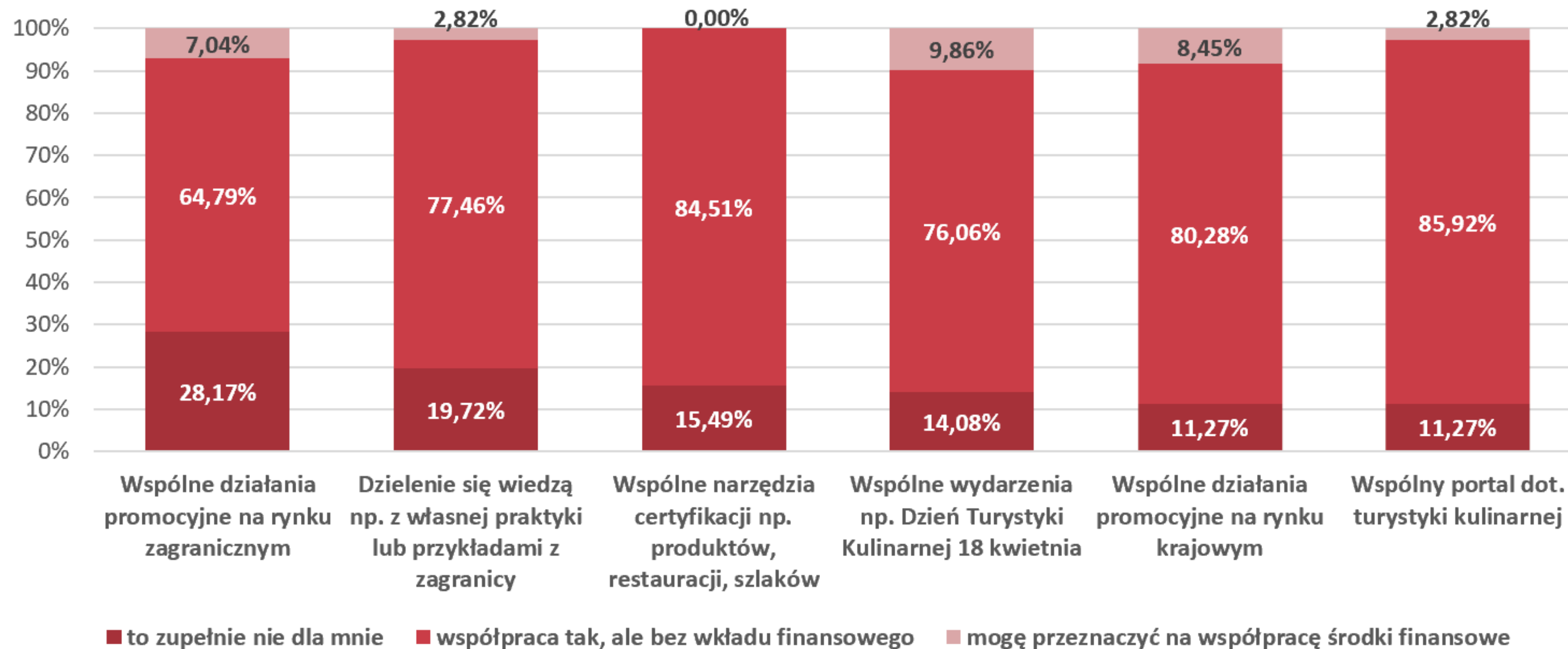
PODMIOTY REPREZENTOWANE PRZEZ UCZESTNIKÓW BADANIA



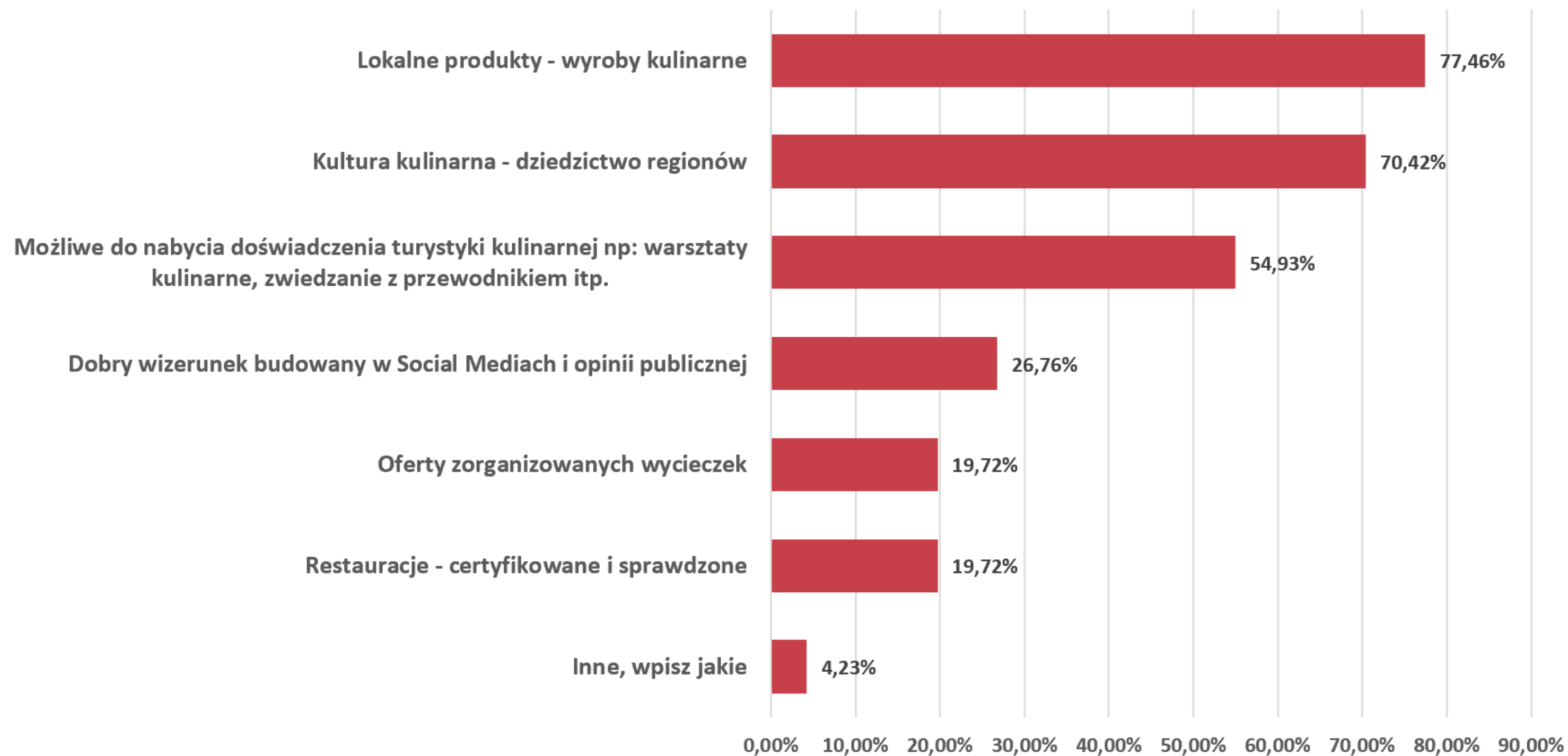
ZAINTERESOWANIE WSPÓŁPRACĄ PRZY TWORZENIU PODSTRATEGII TURYSTYKI KULINARNEJ DLA POLSKI



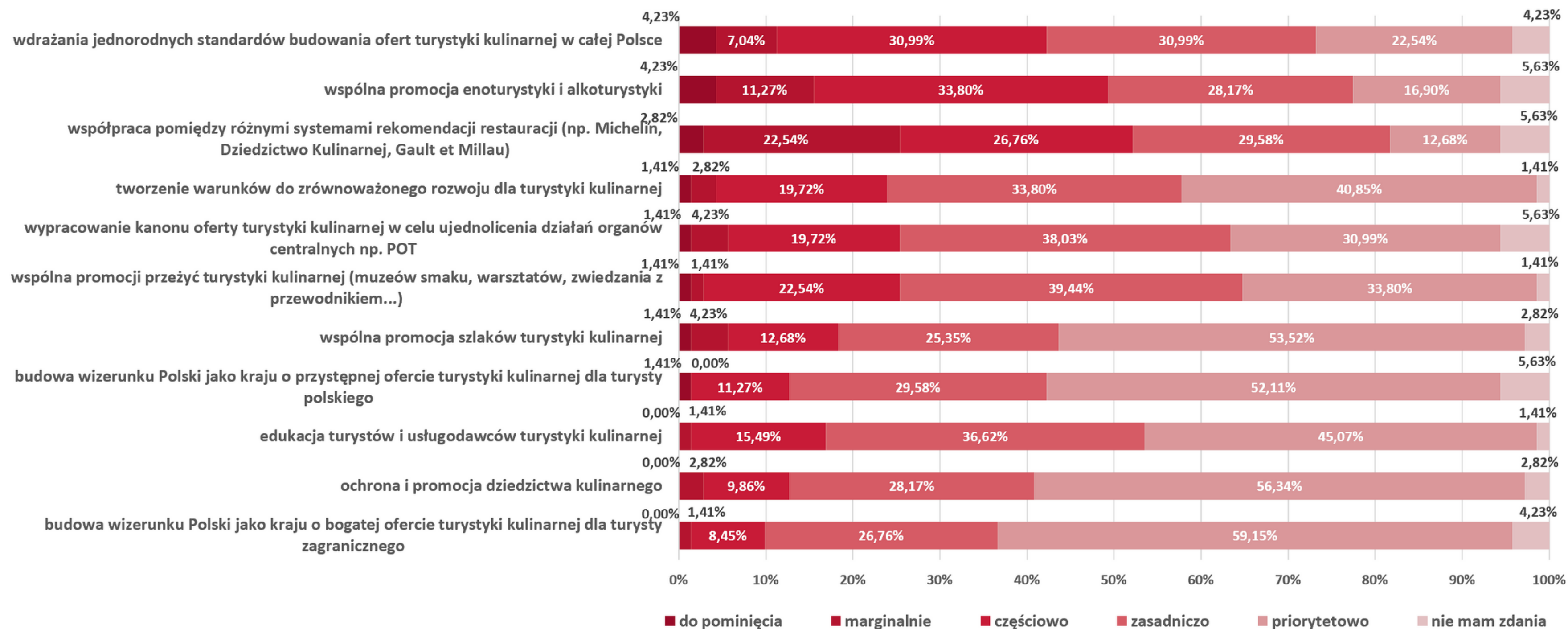
GOTOWOŚĆ DO ZAANGAŻOWANIA WE WDRAŻANIE PODSTRATEGII TURYSTYKI KULINARNEJ



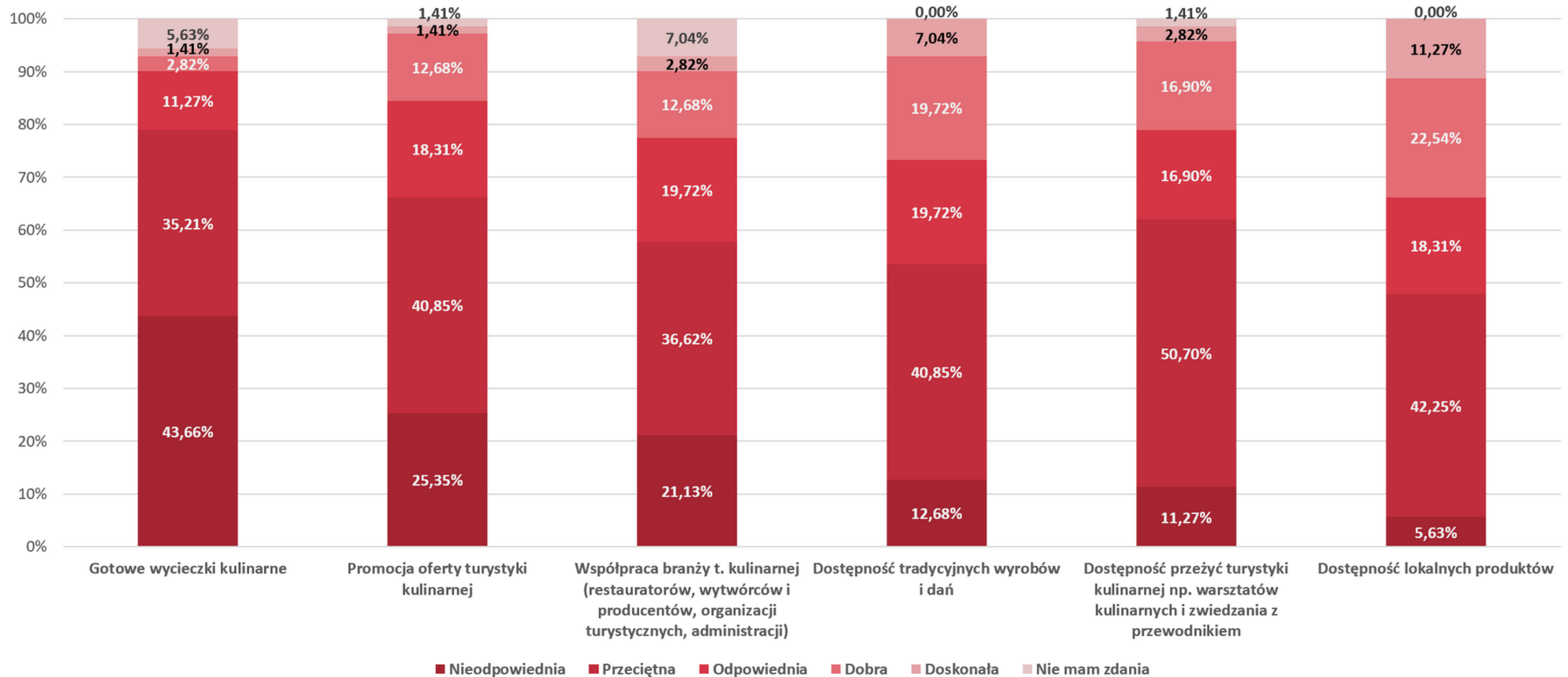
PRIORYTETY W POLSKIEJ TURYSTYCE KULINARNEJ



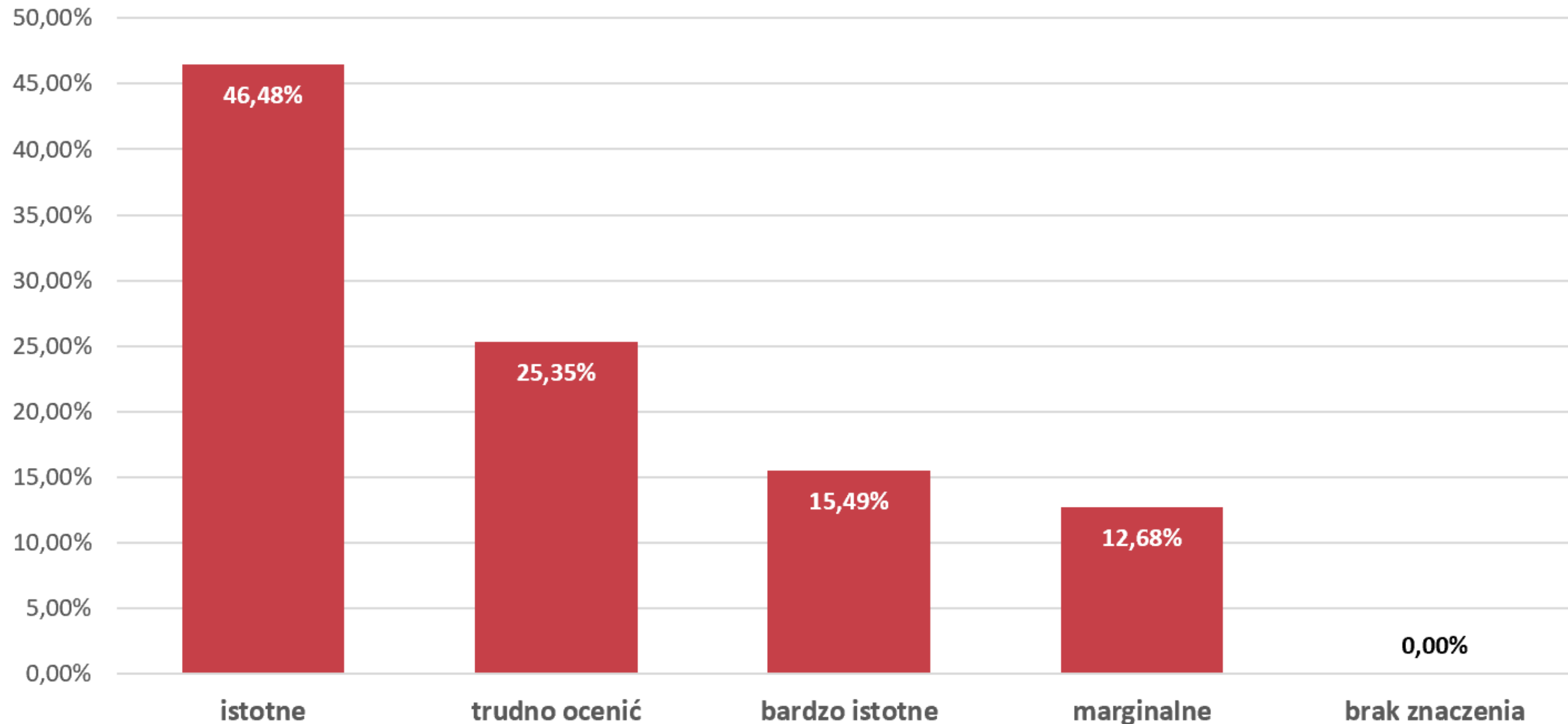
OCENA ISTOTNOŚCI WYZWAŃ DLA PODSTRATEGII TURYSTYKI KULINARNEJ



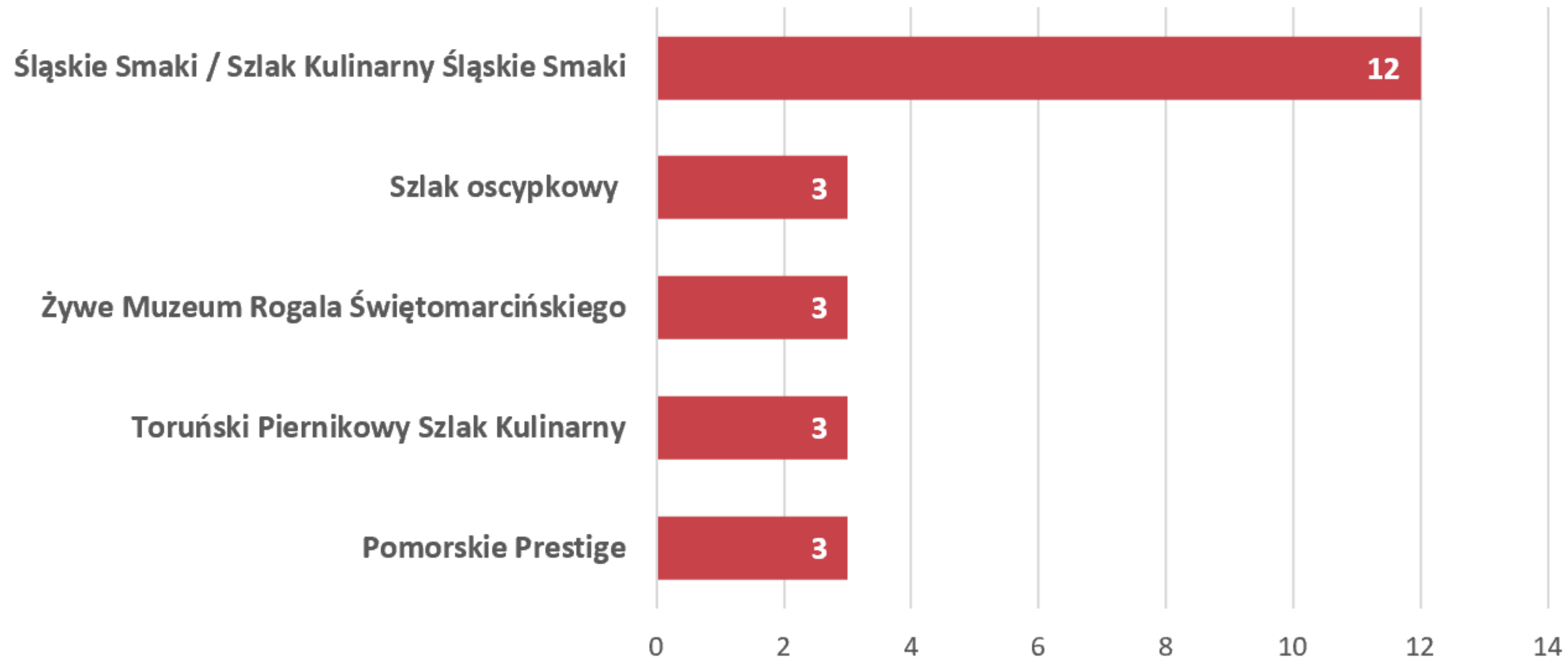
OCENA TURYSTYKI KULINARNEJ W WOJEWÓDZTWACH



OCENA ISTOTNOŚCI TURYSTYKI KULINARNEJ DLA GOSPODARKI WOJEWÓDZTW



MODELOWE PRZYKŁADY TURYSTYKI KULINARNEJ W POLSCE



WYBRANE WNIOSKI Z BADANIA

- Ponad 60% respondentów oceniło turystykę kulinarną jako istotną składową gospodarki regionów.
- Istnieje wysoki potencjał społeczny do współpracy - ponad 60% ankietowanych zamierza czynnie brać udział w pracach nad podstrategią turystyki kulinarnej.
- Najchętniej badani zaangażowaliby się we wdrażanie: wspólnego portalu dot. turystyki kulinarnej, wspólne działania promocyjne na rynku krajowym oraz wspólne narzędzia certyfikacji.
- Priorytetowe w polskiej turystyce kulinarnej zdaniem badanych są: Lokalne produkty - wyroby kulinarne, Kultura kulinarna - dziedzictwo regionów, Możliwe do nabycia doświadczenia turystyki kulinarnej np: warsztaty kulinarne, zwiedzanie z przewodnikiem itp.
- Podstrategia Turystyki Kulinarnej powinna skupić się priorytetowo na: budowie wizerunku Polski jako kraju o bogatej ofercie turystyki kulinarnej dla turysty zagranicznego, ochronie i promocji dziedzictwa kulinarnego, wspólnej promocji szlaków turystyki kulinarnej.

STRATEGIA@PSTK.PL



Ministerstwo
Sportu i Turystyki

Zadanie publiczne pn. „Podstrategie turystyczne - dzielenie się wiedzą”
Tytuł zadania *Podstrategia turystyki kulinarnej*” dofinansowano ze środków
Ministerstwa Sportu i Turystyki.

**POLSKIE
STOWARZYSZENIE
TURYSTYKI KULINARNEJ**