



POLSKA
ORGANIZACJA
TURYSTYCZNA

Konferencja pt.

„Zrównoważony rozwój jako warunek funkcjonowania turystyki wiejskiej”

10 kwietnia 2026 roku, Kielce

Zrównoważony rozwój turystyki w zapisach podstrategii sektorowych: m.in. turystyka wiejska, przyrodnicza, kulinarna, rowerowa

Dr hab. Michał Roman, prof. SGGW



**Ministerstwo
Sportu i Turystyki**

Zadanie publiczne pn. „Zrównoważony rozwój turystyki wiejskiej”
dofinansowano ze środków Ministerstwa Sportu i Turystyki

Wstęp

- zrównoważony rozwój turystyki staje się jednym z kluczowych wyzwań współczesnego świata, w którym rosnąca mobilność społeczeństw musi iść w parze z troską o środowisko naturalne, dziedzictwo kulturowe i dobro lokalnych społeczności,
- w odpowiedzi na te potrzeby coraz większą rolę odgrywają podstrategie sektorowe, które precyzują kierunki rozwoju poszczególnych rodzajów turystyki, uwzględniając zasady odpowiedzialności i równowagi.

Wstęp

- celem prezentacji jest omówienie, w jaki sposób idea zrównoważonego rozwoju została uwzględniona w wybranych podstrategiach sektorowych, takich jak: turystyka przyrodnicza, rowerowa i kulinarna,
- każda z tych form turystyki posiada unikalny potencjał, ale także specyficzne wyzwania związane z ochroną zasobów, autentycznością doświadczeń oraz wsparciem lokalnych gospodarek,
- analiza tych obszarów pozwoli lepiej zrozumieć, w jaki sposób planowanie strategiczne może wspierać rozwój turystyki w sposób odpowiedzialny, długofalowy i korzystny zarówno dla turystów, jak i regionów, które odwiedzają.



Ministerstwo
Sportu i Turystyki



PROGRAM ROZWOJU TURYSTYKI WIEJSKIEJ W POLSCE NA LATA 2025-2035 podstrategia sektorowa dla turystyki wiejskiej



STRATEGIA ROZWOJU TURYSTYKI PRZYRODNICZEJ W POLSCE DO 2035 ROKU



Ministerstwo
Sportu i Turystyki



Fundacja
Dziedzictwo
Przyrodnicze

KRAJOBRAZ



Podstrategia Turystyki Rowerowej



Zbuduj

Zarządzaj

Zarabiaj

Zadanie publiczne pn. „Naturą i ku przyszłości – podstrategia rozwoju turystyki przyrodniczej w Polsce” dofinansowano ze środków Ministerstwa Sportu i Turystyki zgodnie z zawartą umową nr 2025/0008/4513/U001/01BP/1C z dn. 29.05.2025

Podstrategia rozwoju turystyki kulinarnej



„Zadanie publiczne pn. „PODSTRATEGIA TURYSTYKI KULINARNEJ Działanie służące powstaniu sektorowego dokumentu rozwojowego dla turystyki kulinarnej w Polsce na kolejne lata, opracowanie mające na celu analizę stanu aktualnego i stworzenie propozycji wizerunku oraz założeń kierunkowych”, dofinansowano ze środków Ministerstwa Sportu i Turystyki zgodnie z zawartą umową nr 2025/0013/4916/U001/01BP/1S z dnia 3 czerwca 2025 r.”



Ministerstwa Sportu i Turystyki zgodnie z zawartą umową nr 2025/0008/4513/U001/01BP/1C z dn. 29.05.2025

Podstrategie

- „Strategia rozwoju **turystyki przyrodniczej**” jest pierwszym kompleksowym, ogólnopolskim dokumentem strategicznym poświęconym dziedzinie turystyki przyrodniczej.
- Celem „Podstrategii **turystyki rowerowej**” jest ukazanie rozwoju turystyki rowerowej w Polsce.
- W „Podstrategii rozwoju **turystyki kulinarnej**” wskazano na rekomendacje i wizje jej rozwoju w Polsce.

Struktura zarządzania Strategią rozwoju turystyki przyrodniczej w Polsce do 2035 roku



<https://znakczasu.pl/czy-przyroda-zostala-zaprojektowana/>

1. Ministerstwo Sportu i Turystyki

- Pełni kluczową rolę, kierując zarządzaniem i wdrażaniem strategii.
- W cyklu pięcioletnim sporządza ocenę stopnia wykonania i aktualności strategii.

2. Zespół ds. wdrażania Strategii Rozwoju Turystyki Przyrodniczej w Polsce

- Interdyscyplinarna grupa wspomagająca właściwego ministra w zakresie przygotowania, prowadzenia oraz oceny wdrażania zapisów strategii.
- Celem działania jest zarówno opiniowanie spraw dotyczących turystyki przyrodniczej, jak również doradztwo w tym zakresie.

Struktura zarządzania Strategią rozwoju turystyki przyrodniczej w Polsce do 2035 roku

3. Koordynator Strategii

- Niezwykle istotnym elementem decydującym o efektywności systemu wdrażania Strategii Rozwoju Turystyki Przyrodniczej jest jego koordynacja.
- Zharmonizowanie szerokiego wachlarza działań strategicznych realizowanych z bardzo różnych źródeł finansowania przez możliwie szerokie spektrum podmiotów jest podstawowym zadaniem koordynacji.

4. Wydział/Departament Finansowy

- Odpowiada za wymiar finansowy procesu wdrażania strategii.
- W jego gestii leżą m.in. ujęcie zaplanowanych zadań w budżecie ministerstwa, monitorowanie przepływów finansowych w zakresie realizacji przedsięwzięć, dokonywanie niezbędnych zmian w budżecie.

Przedsięwzięcia strategiczne

1. „Dziki dzień w szkole” – rozbudowa terenowej edukacji przyrodniczej w programie nauczania szkolnego.
2. „Kodeks Turysty Przyrodniczego” – stworzenie dekalogu zasad zachowania w przyrodzie oraz kampanii społecznej, promującej odpowiedzialne zachowania w naturze.
3. „Dzika Polska” – zintegrowana marka i platforma (portal + aplikacja + społeczność + system zgłoszeń i interwencji).
4. „Ambasadorzy Natury” – stworzenie systemu wsparcia liderów społeczności lokalnych i systemu certyfikacji dla przewodników, edukatorów i animatorów lokalnych.
5. Wzmocnienie sieci lokalnych centrów informacji przyrodniczej przy parkach narodowych i krajobrazowych.
6. „Zanocuj w lesie” – rozszerzenie programu Lasów Państwowych.
7. Stworzenie ogólnopolskiej sieci bezobsługowych miejsc biwakowych dla turystów pieszych, rowerowych, zmotoryzowanych, kajakarzy oraz camperów.
8. Rozwój spójnej, zróżnicowanej sieci szlaków turystycznych. Ujednolicenie standardów wyznaczania szlaków.

Przedsięwzięcia strategiczne

9. „Wzornik turystyczny” – katalog dobrych praktyk dla projektantów infrastruktury.
10. Wprowadzenie systemów monitoringu ruchu turystycznego. Wyznaczenie limitów odwiedzin w wybranych lokalizacjach.
11. Utworzenie funduszu celowego na rozwój turystyki przyrodniczej.
12. Wzmocnienie narzędzi do egzekwowania przepisów w zakresie ochrony przyrody.
13. „Zielone Zachęty” – system motywacji do odpowiedzialnej turystyki przyrodniczej.
14. „Big Five” i nie tylko – stworzenie kampanii medialnych i społecznościowych. promujących Polskę jako kraj dzikiej natury.
15. Tworzenie turystycznych pakietów edukacyjno-przyrodniczych.
16. „Lokalne mikroprzygody” – wspieranie mikroturystyki przyrodniczej blisko miejsca zamieszkania.
17. Stworzenie grupy koordynacyjnej ds. turystyki przyrodniczej przy MSiT.

| Projekt | Odpowiedzialny | Wykonawcy | Konsultowany | Informowany |
|--|----------------------------------|---|---|----------------------------------|
| 3.1 Dziki dzień w szkole | MEN | MEN, szkoły, centra edukacji ekologicznej | MKiŚ, MSiT, LP, PN/PK, NGO, PTTK, samorządy | POT, media, ROT/LOT |
| 3.2 Kodeks Turysty Przyrodniczego | MSiT | MSiT, GDOŚ, LP, PN/PK, POT, służby ratunkowe (GOPR/TOPR/WOPR) | MEN, NGO, samorządy, środowiska przewodnickie, media/influencerzy | Policja, PSP, ROT/LOT |
| 3.3 Dzika Polska (portal + aplikacja + Bezpieczny Szlak) | MSiT | POT (wdrożenie), zespół IT/GIS, LP, PN/PK, ROT/LOT | GOPR/TOPR/WOPR, PSP, Policja, samorządy, NGO, uczelnie, GDOŚ | Media, branża turystyczna, GUS |
| 3.4 Ambasadorzy Natury | MKiŚ | GDOŚ, PN/PK, LP, NGO, uczelnie, POT (promocja) | Samorządy, szkoły, media | MSiT, ROT/LOT |
| 3.5 Sieć lokalnych centrów informacji przyrodniczej | MKiŚ | GDOŚ, PN/PK, LP, samorządy, POT/ROT | NGO, uczelnie, centra edukacji | MSiT, media |
| 3.6 Zanocuj w Lesie (rozszerzenie) | Lasy Państwowe | LP (nadleśnictwa), MKiŚ | GDOŚ, PN/PK, samorządy, NGO, POT | GOPR/TOPR/WOPR, Policja, media |
| 3.7 Sieć bezobsługowych miejsc biwakowych (w tym dla camperów) | Lasy Państwowe | LP, samorządy, ROT/LOT] | MKiŚ, GDOŚ, PN/PK, branża carawaningowa, NGO | POT, media, lokalne społeczności |
| 3.8 Spójna sieć szlaków + standardy | MSiT | PTTK, LP, samorządy, PN/PK, GDOŚ, POT (baza cyfrowa) | NGO, środowiska rowerowe/piesze/kajakowe, uczelnie | GOPR/TOPR/WOPR, Policja, ROT/LOT |
| 3.9 Wzornik turystyczny (katalog dobrych praktyk) | MSiT | GDOŚ, NIAIU, IWP, LP, PN/PK, POT | Samorządy, uczelnie, organizacje branżowe (arch./krajob.) | ROT/LOT, projektanci, media |
| 3.10 Monitoring ruchu + limity odwiedzin | MSiT (monitoring), MKiŚ (limity) | GDOŚ, PN/PK, LP, IOP PAN/uczelnie, POT/IT, GUS | Samorządy, NGO, branża turystyczna | Służby rat., media, ROT/LOT |

| Projekt | Odpowiedzialny | Wykonawcy | Konsultowany | Informowany |
|--|----------------|---|---|-------------------------------|
| 3.11 Fundusz celowy na turystykę przyrodniczą | MKiŚ | NFOŚiGW, MFiPR, MSiT, LP, POT (obsługa naborów) | PN/PK, samorządy, NGO, instytucje badawcze | Media, ROT/LOT |
| 3.12 Wzmocnienie egzekwowania przepisów ochrony przyrody | MKiŚ | GDOŚ, GIOŚ/WIOŚ, LP Straż, PN Straż, Policja, PSP, SG | Samorządy, NGO, sądy/prokuratura (konsult.) | POT, media, ROT/LOT |
| 3.13 Zielone Zachęty | MSiT | POT, MKiŚ, LP, PN/PK, samorządy, partnerzy prywatni | NGO, uczelnie, ROT/LOT | Media, branża turystyczna |
| 3.14 Big Five – kampania medialna | POT | POT (produkcja i zakup mediów), MSiT, MKiŚ, GDOŚ, LP, PN/PK, media publiczne, agencje | PTTK, NGO, regiony/ROT, przewodnicy | Branża turystyczna, samorządy |
| 3.15 Pakiety edukacyjno-przyrodnicze | MSiT | MKiŚ, MEN, LP, PN/PK, POT, NGO, centra edukacji | Samorządy, uczelnie, media | ROT/LOT, szkoły |
| 3.16 Lokalne Mikroprzygody | MSiT | Samorządy, LP, PN/PK, NGO, LGD, POT/ROT | Szkoły, media lokalne, przedsiębiorcy lokalni | GDOŚ, MEN |
| 3.17 Grupa koordynacyjna przy MSiT | MSiT | Sekretariat grupy, członkowie: MKiŚ, GDOŚ, LP, POT | PN/PK, ROT/LOT, NGO, nauka, branża turystyczna, samorządy | Media, opinia publiczna |

Cele i zakres podstrategii

Krok nr 1 – Zbuduj

Główny produkt: Krajowa Sieć Tras Rowerowych – spójna, bezpieczna i komfortowa;

Cel nr 1: Spójna i dostępna sieć tras rowerowych

Cel nr 2: Bezpieczeństwo i komfort użytkowników

Krok nr 2 – Zarządzaj

Główny produkt: Polskie Centrum Turystyki Rowerowej, koordynujące współdziałanie wszystkich interesariuszy;

Cel nr 3: Profesjonalne zarządzanie, współpraca i badania

Cel nr 4: Integracja transportu publicznego i turystyki rowerowej

Krok nr 3 – Zarabiaj

Główny produkt: Portal Turystyki Rowerowej oferujący atrakcyjne produkty;

Cel nr 5: Dostępna informacja i nowoczesna komunikacja

Cel nr 6: Komerccjalizacja, rozwój usług i wsparcie lokalnej gospodarki

Podstrategia turystyki rowerowej



<https://www.jeleniastuga.pl/atrakcje/turystyka-rowerowa>

Interesariusze systemu turystyki rowerowej w Polsce



| Nr działania | Działanie | Szacunkowy koszt |
|--------------|---|------------------|
| 4.1 | Cel nr 1: Spójna i dostępna sieć tras rowerowych | |
| 4.1.1 | Przygotowanie krajowego systemu tras rowerowych (działanie kluczowe) | wysoki |
| 4.1.2 | Uproszczenie i przyspieszenie przygotowania i realizacji inwestycji rowerowych (działanie kluczowe) | niski |
| 4.1.3 | Realizacja sieci tras przez samorzady województw (działanie kluczowe) | bardzo wysoki |
| 4.1.4 | Współpraca instytucji i jednostek państwowych przy realizacji inwestycji | niski |
| 4.1.5 | Certyfikacja tras | umiarkowany |
| 4.1.6 | Edukacja w zakresie standardów rowerowych | niski |
| 4.2 | Cel nr 2: Bezpieczeństwo i komfort użytkowników | |
| 4.2.1 | Utrzymanie infrastruktury rowerowej (działanie kluczowe) | wysoki |
| 4.2.2 | Bezpieczeństwo ruchu drogowego (działanie kluczowe) | umiarkowany |
| 4.2.3 | Spójny i czytelny system oznakowania | umiarkowany |
| 4.2.4 | Powszechna edukacja rowerowa | wysoki |
| 4.2.5 | Dostępność turystyki rowerowej dla osób ze szczególnymi potrzebami | umiarkowany |
| 4.3 | Cel nr 3: Profesjonalne zarządzanie, współpraca i badania; | |
| 4.3.1 | Utworzenie Polskiego Centrum Turystyki Rowerowej (działanie kluczowe) | umiarkowany |
| 4.3.2 | Obserwatorium Danych Turystyki Rowerowej (działanie kluczowe) | umiarkowany |
| 4.3.3 | Prowadzenie Narodowego Centrum Koordynacji EuroVelo (NECC) | umiarkowany |
| 4.3.4 | Utworzenie Komitetu Pilotażowego wdrażania Podstrategii Turystyki Rowerowej | niski |
| 4.3.5 | Tworzenie partnerstw samorządów ze stroną społeczną i biznesem | niski |

| | | |
|------------|---|-------------|
| 4.4 | Cel nr 4: Integracja transportu i turystyki rowerowej | |
| 4.4.1 | Przewóz rowerów w pociągach i autobusach | umiarkowany |
| 4.4.2 | Dostęp do dworców i przystanków transportu publicznego | umiarkowany |
| 4.5 | Cel nr 5: Dostępna informacja i nowoczesna komunikacja | |
| 4.5.1 | Promocja i portal turystyczny (działanie kluczowe) | umiarkowany |
| 4.5.2 | Ogólnopolska mapa turystycznych tras rowerowych i baza danych Krajowej Infrastruktury Rowerowej | umiarkowany |
| 4.5.3 | Identyfikacja, rozwój i promocja krain rowerowych | niski |
| 4.6 | Cel nr 6: Komerccjalizacja, rozwój usług i wsparcie lokalnej gospodarki; | |
| 4.6.1 | Krajowa certyfikacja Miejsc Przyjaznych Rowerzystom | umiarkowany |
| 4.6.2 | Wsparcie i edukacja przedsiębiorców branży turystycznej | niski |
| 4.6.3 | Trasy rowerowe jako produkt turystyczny – tworzenie i komercjalizacja | umiarkowany |
| 4.6.4 | Rozwój kolarstwa górskiego | niski |

Noclegi



Gastronomia



Usługi



Atrakcje



**Krajowy system
Miejsc Przyjaznych
Rowerzystom
(przykładowe obiekty)**



Podstrategia rozwoju turystyki kulinarnej



<https://rosnijznami.pl/turystyka-kulinarna-w-polsce-szlaki-regionalnych-smakow>

Turystyka kulinarna jako jeden z kluczowych kierunków rozwoju w ramach krajowych strategii turystycznych.

Działania:

1. Znaczenie gastronomii jako elementu atrakcyjności turystycznej.
2. *Slow tourisme* i agroturystyka.
3. Wsparcie dla restauracji i hoteli-restauracji.
4. Rozwój turystyki opartej o tożsamość lokalną i regionalne wzmocnienie dziedzictwa kulinarnego w regionach co wiąże się z promocją kuchni regionalnej i produktów lokalnych jako części doświadczenia turystycznego.
5. Turystyka oparta na doświadczeniu. Wydłużanie pobytów poprzez turystykę opartą na doświadczeniu, np. poprzez udział w aktywnościach kulinarnych, poznawanie lokalnych technik produkcji żywności.

Działania:

6. Spójna narracja marketingowa (branding, storytelling, wyróżniki).
7. Dedykowana witryna internetowa lub zakładka w narodowym portalu turystycznym.
8. Baza danych i mapa produktów kulinarnych oraz wydarzeń.
9. Obecność w mediach społecznościowych i zróżnicowane działania marketingowe.
10. Wsparcie POT / ROT / LOT w procesie tworzenia i komercjalizacji ofert turystyki kulinarnej jako elementów uwiarygadniających i podnoszących konkurencyjność ofertę każdej destynacji turystycznej.

Działania:

11. Rozwój zrównoważonych doświadczeń turystyki kulinarnej opartych o dziedzictwo kulinarne i turystykę doświadczeń w polskich regionach i miastach.
12. Integracja oferty turystyki kulinarnej i enoturystyki – szlaków, projektów sieciowych, festiwali, przeżyć na poziomie kraju poprzez stworzenie bazy danych i portalu on-line.
13. Zwiększenie obecności polskiej oferty turystyki kulinarnej na świecie i współpracy w tym zakresie z innymi krajami regionu bałtyckiego i Europy Środkowschodniej np. poprzez udział w programach międzynarodowych.
14. Wypromowanie wybranych, służących podkreśleniu atrakcyjności turystycznej oznaczeń kulinarnych wśród turystów. Powiązanie ich z poszczególnymi markami destynacji turystycznych.
15. Wymiana doświadczeń z krajami świadomie stawiającymi na rozwój turystyki kulinarnej, posiadającymi i realizującymi strategię rozwoju turystyki kulinarnej np. Słowenia Finlandia.

Współpraca

Pomocna w budowaniu jednolitego wizerunku wydaje się być platforma współpracy krajowej i regionalnej w zakresie turystyki kulinarnej, integrująca działania:

- Ministerstwa Sportu i Turystyki,
- Ministerstwa Rolnictwa i Rozwoju Wsi,
- Polskiej Organizacji Turystycznej,
- organizacji branżowych,
- partnerów lokalnych.

Taka platforma mogłaby również koordynować szkolenia, certyfikacje oraz działania promocyjne na rynkach zagranicznych.

Podsumowanie

- analiza podstrategii sektorowych, obejmujących turystykę wiejską, przyrodniczą, kulinarną i rowerową, pokazuje, że skuteczne wdrażanie zasad zrównoważonego rozwoju wymaga integracji działań na wielu poziomach – od ochrony środowiska, przez wspieranie lokalnych społeczności, aż po budowanie świadomych postaw wśród turystów.

Podsumowanie

- każda z omawianych rodzajów turystyki wnosi istotny wkład w rozwój regionów, jednocześnie podkreślając znaczenie autentyczności, odpowiedzialności i dbałości o zasoby naturalne oraz kulturowe,
- kluczowe jest, aby rozwój ten odbywał się w sposób przemyślany i długofalowy, minimalizując negatywne skutki oraz maksymalizując korzyści dla wszystkich interesariuszy.

Podsumowanie

- w przyszłości to właśnie spójność strategii, współpraca międzysektorowa i rosnąca świadomość ekologiczna będą decydować o tym, czy turystyka stanie się siłą wspierającą zrównoważony rozwój, czy też źródłem nowych wyzwań,
- dlatego tak ważne jest konsekwentne wdrażanie założeń zawartych w podstrategiach sektorowych i ich ciągłe doskonalenie.

Dziękuję za uwagę

Dr hab. Michał Roman, prof. SGGW

Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie

Instytut Ekonomii i Finansów

Katedra Turystyki, Komunikowania Społecznego i Doradztwa

michal_roman@sggw.edu.pl