JAN KRUPA, ŁUKASZ STOKŁOSA
Wyższa Szkoła Informatyki i Zarządzania w Rzeszowie

Winnice oraz imprezy winiarskie atrakcją turystyczną regionu

Wprowadzenie

Turystyka winiarska stała się bardzo modnym zjawiskiem, a dane statystyczne pokazują, iż jest obecnie najszybciej rozwijającą się gałęzią światowego przemysłu turystycznego. W regionie podkarpackim z każdym rokiem wzrasta liczba winnic, jak i gospodarstw zajmujących się enoturystyką, co staje się stałym elementem krajobrazu regionu, a nie tylko chwilową modą, przeniesioną z innych krajów.¹

W rozwoju winiarstwa dużą rolę odegrały kupieckie szlaki winiarskie, dzięki którym nastąpił rozwój niektórych miast. Doskonałym przykładem jest Krosno, które w 1559 roku otrzymało prawo do składowania wina i pozostałych towarów sprowadzonych z Węgier. Utworzone w regionie podkarpackim szlaki winne są dobrym elementem promocji enoturystyki oraz szeroko pojętego winiarstwa na tym obszarze.

Enoturystyka związana jest nie tylko ze zwiedzaniem winnic czy winiarni i degustowaniem win. Są to również różnego rodzaju prezentacje i szkolenia związane z zakładaniem winnicy, uprawą winorośli, zbiorem owoców oraz produkcją wina i jego przechowywaniem. Droga do sukcesu podkarpackich winiarni prowadzi m.in. przez rozwój enoturystyki oraz tworzenie szlaków winnych jako atrakcji turystycznej oraz szansy na dodatkowe źródło dochodów dla małych

¹ J. Krupa, M. Dul, *Perspektywy rozwoju turystyki winiarskiej w woj. podkarpackim, w Przestrzenne, gospodarcze i humanistyczne aspekty turystyki*, red. M. Gwóźdź, K. Szpara, Wydawnictwo Konsorcjum Akademickie, Kraków–Rzeszów–Zamość 2009, s. 55–70.

go gospodarstwa winiarskiego. Takie oferty stają się bardzo popularnym i ważnym produktem turystycznym na całym świecie. To także dobry i powszechnie wykorzystywany sposób promocji regionów.

Celem artykułu było przedstawienie istoty oraz znaczenia rozwoju gospodarstw winiarskich i enoturystyki jako alternatywy wzbogacającej gospodarkę agro-eko-turystyczną w regionie podkarpackim.

Podjęto próbę uzyskania od mieszkańców Rzeszowa i okolic informacji dotyczących opinii i wiedzy w zakresie determinantów rozwoju enoturystyki, głównych motywów podróży oraz atrakcyjności oferty w gospodarstwach winiarskich. Ponadto pozyskano informacje dotyczące uczestnictwa w imprezach winiarskich, znajomości produktów turystycznych związanych z winem, jakimi są m.in. szlaki winne.

W niniejszym badaniu posłużono się podstawową metodą badań, jaką jest sondaż ankietowy oraz obserwacja własna. Narzędziem badawczym był anonimowy kwestionariusz ankiety złożony z 17 pytań o charakterze zamkniętym i metryczki. Dobór próby badawczej był losowy. Dokonano przeglądu materiałów źródłowych z problematyki winiarstwa oraz enoturystyki. Z uwagi na ograniczone możliwości wydawnicze analiza danych dotyczy tylko wybranych zagadnień.

1. Enoturystyka – szczególny rodzaj turystyki kulinarnej

Turystyka winiarska (enoturystyka) jest stosunkowo nową formą turystyki w Polsce, gdyż dopiero w przeciągu ostatnich kilkunastu lat zdobyła uznanie wśród turystów oraz producentów wina. Cechą charakterystyczną enoturystyki jest jej związek z elementami kultury regionalnej oraz lokalnej, gdyż obejmuje również udział turysty w licznych imprezach kulturowych oraz zwiedzanie zabytkowych obiektów, umożliwiając tym samym poznanie dziedzictwa kulturowego danego regionu².

Turystykę winiarską definiuje się jako podróże mające na celu zdobywanie informacji związanych z szeroko rozumianą kulturą winiarską oraz rozwojem posiadanej wiedzy winiarskiej. Enoturysty, którzy biorą udział w różnego

² B. Dec, J. Krupa, *Możliwości wzbogacenia oferty turystycznej w obszarze turystyki winiarskiej na Podkarpaciu*, w: *Zrównowazona turystyka szansą ochrony środowiska naturalnego, dziedzictwa kulturowego i rozwoju gospodarczego gmin Pogórza Dynowskiego*, red. J. Krupa, Związek Gmin Turystycznych Pogórza Dynowskiego, Dynów 2014, s. 151–162.

rodzaju wyprawach, posiadają wspólne zainteresowania i upodobania, mające związek z podróżowaniem. Zazwyczaj koncentrują się na częstszych, kilkudniowych wyjazdach w ciągu roku, a nie na jednym długim wyjeździe wakacyjnym. Najczęstszym miejscem noclegowym są dla nich pensjonaty i hotele o wysokim standardzie, interesuje ich lokalna kuchnia, kultura, zabytki i sztuka, a przed wyjazdem próbują dowiedzieć się jak najwięcej o miejscu, do którego zmierzają. Najczęstszymi motywami, jakimi kierują się w podjęciu decyzji o wyjeździe enoturystycznym są: chęć poznania regionalnych win, ich degustacja oraz zakup, który dokonywany jest zazwyczaj w winnicy, kontakt z lokalną kuchnią, tradycjami kulinarnymi i winiarskimi. Jest to okazja do poznania konkretnych producentów i win, przyjrzenia się procesowi winifikacji, zwiedzenia zakładów produkujących wina oraz szansa odpoczynku od miasta w malowniczych terenach wiejskich, w gronie najbliższych.

Imprezy winiarskie stanowią nieodłączny element turystyki winiarskiej. Wspomagają promocję regionu, winnic, a przede wszystkim rodzimych win. W ramach enoturystyki organizuje się cykliczne imprezy różnego typu: festiwale, targi wina, degustacje itd. Wino doskonale komponuje się z potrawami kuchni regionalnej, dlatego też często prezentowane jest podczas imprez promujących potrawy tradycyjne i regionalne.

Region podkarpacki jest obecnie najbardziej liczącym się polskim regionem winiarskim, obejmującym trzy duże skupiska winnic: obszar wokół Jasła i Dębicy, wokół Rzeszowa w dolinie Wisłoka oraz tereny w dolinie Sanu wokół Jarosławia i Przemyśla. Łącznie w regionie występuje ponad 150 winnic. Na rozwoju enoturystyki najwięcej korzystają małe gospodarstwa winiarskie³, których właściciele zainteresowani są organizacją płatnych usług z zakresu edukacji winiarskiej (szkolenia) oraz udostępnianiem do zwiedzania winnicy wraz z degustacją połączoną z informacjami z zakresu produkcji i przechowywania win.

Efektom dobrej współpracy winiarzy w regionie podkarpackim było utworzenie Podkarpackiego Szlaku Winnic w 2008 r. (obejmującego ponad 50 winnic) i Jasielskiego Szlaku Winnego w 2014 r. (rys. 1) oraz organizowanie cyklicznych, kilkudniowych imprez związanych z winem, takich jak:

³ M. Dul, J. Krupa, *Winnice jako atrakcja turystyczna województwa podkarpackiego*, w: red. J. Rak, *Środowisko przyrodnicze i walory turystyczne południowo-wschodniej Polski i Zachodniej Ukrainy*, Wydawnictwo Muzeum Regionalnego w Brzozowie, Brzozów 2011, s. 41–63.

Międzynarodowe Dni Wina w Jasle oraz Festiwal Win Węgierskich im. Portiusa i Wyszehradzki Festiwal Wina i Turystyki w Krośnie⁴.

Rysunek 1. Jasielski Szlak Winny

Źródło: <http://www.podkarpackie.travel/pl/jasielski-szlak-winny> (17.10.2014).

⁴ J. Krupa, *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, s. 279–313.

W ramach imprez przygotowywane są dla turystów i mieszkańców dodatkowe atrakcje związane z serwowaniem specjałów regionalnej kuchni, kiermaszem sztuki ludowej i rękodzieła artystycznego, konkursami z nagrodami oraz prezentacją zespołów folklorystycznych z kraju i zagranicy, a uzupełnieniem całości są wieczorne koncerty w wielobarwnym klimacie. Należy nadmienić, że równie ważnym i znanym zagłębiem winiarstwa w Polsce jest region zielonogórski. W ramach Dni Zielonej Góry organizowana jest impreza pn. „Winobranie”, największe święto wina w Polsce.

2. Wyniki badań i ich omówienie

W okresie kwiecień–maj 2014 roku wśród mieszkańców Rzeszowa i okolic zostały przeprowadzone badania ankietowe, w których wzięło udział 113 respondentów. Strukturę badanej próby przedstawiono w tabeli 1.

Tabela 1

Charakterystyka respondentów

Wyszczególnienie cech	Liczba osób (N)	Wartość procentowa
Płeć		
Kobieta	69	61,1
Mężczyzna	34	38,9
Wiek		
18–25	18	15,9
26–35	27	23,9
36–45	41	36,3
46–60	21	18,6
61 lat i powyżej	6	5,3
Miejsce zamieszkania		
Miasto	71	62,8
Wieś	42	37,2

Źródło: opracowanie własne.

Kobiety stanowiły 61,1%, natomiast mężczyźni 38,9%. Wśród ankietowanych przeważały osoby w przedziale wiekowym 26–45 lat (60,2%), natomiast

18,6% respondentów stanowiły osoby w wieku 46–60 lat. Przeważali respondenci mieszkający w mieście (62,8%).

Kwestionariusz ankiety zawierał 17 pytań o charakterze zamkniętym oraz 3 pytania metryczkowe. Analiza uzyskanych danych wskazuje, że zarówno kobiety (55%), jak i mężczyźni (57%) interesują się zagadnieniami związanymi z winiarstwem i enoturystyką. Nieco mniejszy odsetek osób nie wyraża zainteresowania tą tematyką, ale wykazuje chęć poznania specyfiki tej formy turystyki, tj. wśród kobiet – 35% i mężczyzn – 25%. Niewielka liczba osób w ogóle nie jest zainteresowana tematyką winiarstwa (kobiety – 10%, mężczyźni – 18%). W związku z powyższym można stwierdzić, że nie zauważono wpływu płci na zainteresowanie winiarstwem.

Jak wynika z badań, zarówno osoby mieszkające na wsi, jak i w mieście, w większości interesują się winiarstwem (odpowiednio: 54 i 58%). Nieco mniej osób ze wsi i miasta zdecydowanie nie interesuje się winiarstwem (odpowiednio: 33 i 27%), zaś jeszcze mniejszy odsetek w obu grupach nie interesuje się tą tematyką, jednakże wykazuje chęć zapoznania się z nią (odpowiednio: ze wsi – 13%, z miasta – 15%). Można stwierdzić, iż miejsce zamieszkania nie wpływa na zainteresowanie winiarstwem.

Większość badanych (56%) interesuje się winiarstwem, z czego najwięcej osób (39%) od kilku kilkunastu lat. 44% osób wyraziło brak zainteresowania, w tym 14% ankietowanych całkowicie nie interesuje się winiarstwem i nie zamierza zapoznawać się z tą tematyką.

W odpowiedzi na pytanie dotyczące uczestnictwa w wyjazdach enoturystycznych (możliwość wyboru nie więcej niż dwóch odpowiedzi) większość ankietowanych potwierdziła swój pobyt w winnicy oraz w imprezach winiarskich (57,5%) z możliwością degustacji regionalnych win. Najbardziej znane badanym osobom oferowane usługi i wyroby w zakresie turystyki winiarskiej były: degustacja oraz zakup wina u producenta (23% wskazań) oraz możliwość zwiedzania gospodarstwa, tj. winnicy i winiarni (21%).

Co ósmy respondent zna enoturystyczną ofertę pobytu, tj. możliwość noclegu i wyżywienia (13%) oraz uczestnictwa w spotkaniach i konkursach winiarskich (12%). Z kolei co dziesiąta osoba słyszała o możliwości uczestniczenia w programach edukacyjnych (np. szkolenie w zakresie uprawy winorośli, produkcji i przechowywania wina).

Odpowiedzi na pytanie dotyczące głównych motywów wyjazdów do gospodarstw enoturystycznych (przy możliwości wyboru tylko dwóch odpowiedzi) zamieszczono w tabeli 2.

Ankietowani wyrażali różne opinie na temat głównego motywu, decydującego o wyborze turystyki winiarskiej. Co trzeci badany wybrał motyw zakupu wina bezpośrednio u producenta. Znaczący odsetek badanych wskazał na motyw poznawania regionów winiarskich i lokalnych tradycji oraz kulinarnych specjalów (26,5%). Ponadto wskazano na chęć poszerzenia swojej wiedzy na temat produkcji wina i jego walorów (23,9%), odbycie wycieczki szlakiem winnic oraz doznanie specyficznej atmosfery miejsc, gdzie powstaje wino (30,1%). Najmniej osób za ważny motyw uznało potrzebę spotkania z prawdziwym winiarzem.

Tabela 2

Motywy wyjazdów enoturystycznych

Wyjazdy enoturystyczne	Liczba wskazań	Wartość procentowa
Poznanie nowych i rodzimych win oraz ich degustacja	24	21,2
Zakup wina z polskiej winnicy	33	29,2
Poznanie polskich tradycji i regionów winiarskich oraz kulinarnych specjalów	30	26,5
Okazja do wypoczynku i spędzenia czasu w odmienny sposób	32	28,3
Poszerzenie swojej wiedzy na temat wina	27	23,9
Spotkanie z prawdziwymi winiarzami	16	14,2
Wycieczka szlakiem winnic i specyficzna atmosfera miejsc, gdzie powstaje wino	34	30,1

Źródło: opracowanie własne.

Większość badanych (56%) nigdy nie słyszała, że w województwie podkarpackim istnieje Podkarpacki Szlak Winnic oraz że planowane jest utworzenie Jasielskiego Szlaku Winnego. Niewielki procent respondentów potrafił wymienić nazwy stowarzyszeń skupiających producentów wina w regionie podkarpackim, tj. Stowarzyszenia Winiarzy Podkarpacia (rok założenia 2008 r.) oraz Stowarzyszenia Winnice Doliny Sanu (2006 r.).

Niemal połowa respondentów (49%) uczestniczyła w Rzeszowskich Targach Wina, zaś co piąty badany w Międzynarodowych Dniach Wina w Jaśle

(19%). W pozostałych wymienionych w ankiecie imprezach winiarskich uczestniczył stosunkowo niewielki odsetek badanych osób.

Za najbardziej atrakcyjne, dodatkowe usługi oferowane w winnicy – prowadzonej jako gospodarstwo agro-enoturystyczne, duża liczba respondentów uznała możliwość skorzystania z noclegu, degustacji potraw kuchni regionalnej (38,9%) oraz udziału w imprezie przy ognisku i grillu (28,3%). Znaczący odsetek badanych, tj. 23,0%, skorzystałby również z jazdy konnej oraz możliwości pracy w gospodarstwie lub winnicy (15,9%) (tab. 3).

Tabela 3

Dodatkowa oferta usług w winnicy/gospodarstwie agroturystycznym

Dodatkowe usługi	Liczba wskazań	Wartość procentowa
Nocleg	50	44,2
Kuchnia regionalna	44	38,9
Ognisko i grill	32	28,3
Jazda konna	26	23,0
Łowienie ryb	7	6,2
Wypożyczenie sprzętu rekreacyjnego	12	10,6
Możliwość pomocy w pracach w winnicy	18	15,9

Źródło: opracowanie własne.

W kwestii długości pobytu w gospodarstwie enoturystycznym, najczęściej wybieraną przez respondentów odpowiedzią był kilkudniowy wyjazd (69%), rzadziej jednodniowy. Podczas pobytu respondenci chcieliby poznać walory przyrodnicze i kulturowe najbliższej okolicy (46%), korzystać z ośrodków sportu (23%) oraz uczestniczyć w lokalnych i regionalnych imprezach (21%). Co trzeci badany uważa, że takie wyjazdy powinny być organizowane przez właścicieli winnic i winiarni, a nie przez biura podróży (14%) oraz powinny mieć charakter indywidualny (24%).

Zdecydowana większość badanych (67%) uważa, że obecna enoturystyka w regionie nie jest dostatecznie rozpropagowana. Zaledwie 7% z nich było odmiennej zdania. Z kolei co czwarty badany (26%) nie ma zdania na ten temat. W opinii respondentów enoturystyka jest interesującą formą spędzania czasu wolnego, zwłaszcza dla amatorów dobrego jedzenia i picia (30%) oraz dla każdego, kto jest ciekaw świata (32%). Znacząca część badanych wskazywała, iż enoturystyka jest idealnym rozwiązaniem dla firm na wyjazdy motywacyjne lub integracyjne (18%) oraz rodzin z dziećmi na wspólne wycieczki poza miasto (17%).

Grupa badanych (37%) wyraziła opinie, że za sprawą turystyki winiarskiej rozwija się lokalna i regionalna kultura. 23% ankietowanych wskazało na rozwój bazy gastronomicznej, a co dziesiąty badany na rozwój bazy noclegowej (11%) oraz rozwój infrastruktury sportowo-rekreacyjnej (10%). Innymi korzyściami płynącymi z rozwoju enoturystyki jest tworzenie nowych miejsc pracy oraz poprawa jakości życia mieszkańców regionów winiarskich. Jedynie 13% respondentów uważa, że turystyka winiarska nie ma wpływu na rozwój regionu, lecz służy interesom indywidualnym.

Wśród korzyści społecznych wynikających z rozwoju enoturystyki ankietowani najczęściej wskazywali promowanie tożsamości regionów (40,7%) oraz poszerzenie wiedzy o życiu i kulturze różnych środowisk (31%). Zdaniem 27,4% osób korzyścią dla regionu jest wzmacnianie więzi ze środowiskiem, nawiązywanie stosunków interpersonalnych oraz aktywizacja zarobkowa mieszkańców (15,9%). Wzrost aktywności społecznej jednostki jest korzyścią społeczną wynikającą z enoturystyki w opinii 13,3% ankietowanych, zaś powstrzymywanie migracji w celach zarobkowych – tylko 10,6% badanych. Nieliczni respondenci wskazywali na przenikanie wzorów zachowań i wartości do społeczności lokalnej (8%).

Zdaniem 52% ankietowanych władze samorządowe oraz polityka rządu nie wspierają promocji i rozwoju winnic oraz turystyki winiarskiej. Odmiennej opinii było zaledwie 4% badanych. Z kolei 44% osób nie ma zdania w tej kwestii. Co trzeci respondent jest zdania, że informacje dotyczące enoturystyki można uzyskać z mass mediów (telewizji, radia, internetu, prasy) lub bezpośrednio od właścicieli winnic i osób zainteresowanych tematem winiarskim.

Podsumowanie

Turystyka winiarska, określana jako enoturystyka, to stosunkowo nowy produkt turystyczny nie tylko dla regionu, ale również dla całego kraju. Po dotarciu do Polski przyjęła się jako nowy typ współczesnej formy turystyki kulturowej⁵. Winiarze zaczęli postrzegać tę formę spędzania wolnego czasu jako dodatkowe źródło dochodów dla swoich gospodarstw.

⁵ Z. Kruczek, *Współczesne formy turystyki kulturowej*, Rozdział XIII *Enoturystyka*, AWF Poznań 2009, s. 22–30.

Ewa Wawro⁶, sekretarz Stowarzyszenia Winiarzy Podkarpacia twierdzi, iż gospodarstwo winiarskie odwiedzane przez enoturystów może rozwinąć typowe usługi agroturystyczne, jak noclegi i wyżywienie. Usługi typu „pokój ze śniadaniem” oferuje w tej chwili większość gospodarstw winiarskich. W warunkach Podkarpacia bardzo wysoki standard oferty turystyki winiarskiej nie jest tak bardzo wymagany. Współczesny enoturysta oczekuje głównie czystego, wygodnego pokoju z własną łazienką i małym aneksem kuchennym.

Rozwijające się szlaki enoturystyczne, takie jak Podkarpacki Szlak Winnicy czy Jasielski Szlak Winny to również, dobry i powszechnie wykorzystywany sposób promocji regionu. Materiały promujące szlaki zawierają nie tylko informacje o winnicach i winiarzach, ale także notki odnoszące się do geograficznych, historycznych i kulturowych ciekawostek danego regionu⁷.

Pomimo tego, iż enoturystyka jest stosunkowo nową formą turystyki w Polsce, ma ona już zauważalny wpływ na rozwój miejscowości związanych z uprawą winorośli i produkcją wina. Stwarza nowe możliwości dochodów nie tylko gospodarstwom winiarskim i agroturystycznym, ale także społeczności lokalnej zaangażowanej w świadczenie usług okołoturystycznych.

Z roku na rok winiarze starają się nie tylko modernizować swoje zaplecze przydatne do produkcji wina, ale także ulepszają i powiększają swoją ofertę enoturystyczną. Wkładają mnóstwo wysiłku, aby sprostać coraz to wyższym wymaganiom turystów. Można stwierdzić, że niewielkie gospodarstwa winiarskie stają się trwałym elementem krajobrazu regionu.

Wnioski

1. Enoturystyka rozwija się w Polsce, a zwłaszcza w regionie podkarpackim w szybkim tempie i cieszy się coraz większym zainteresowaniem. Może stanowić specyficzny oraz rozpoznawalny produkt turystyczny.
2. Enoturystyka jest szansą promocji małych miasteczek i regionów, które nie mają do zaoferowania turystyce nic szczególnego, poza walorami przyrodniczymi i nielicznymi zabytkami.

⁶E. Wawro, *Winnice w Polsce*, Mulico Oficyna Wydawnicza, Warszawa 2011, s. 32–33.

⁷B. Dec, J. Krupa, *Promocja regionu poprzez enoturystykę*, w: *Wpływ zasobów przyrodniczych oraz dziedzictwa kulturowego, kulinarnego i przemysłowego na atrakcyjność turystyczną regionu Karpaty – Podkarpacie – Roztocze*, red. J.R. Rak, Muzeum Regionalne w Brzozowie, Brzozów 2014.

3. Rozwój enoturystyki przyczynia się do powstawania nowych miejsc pracy oraz do wzrostu świadomości kultury winiarskiej i wiedzy o winie.
4. Zauważa się brak spójnych przepisów prawnych i podatkowych, ułatwiających prowadzenie gospodarstw winiarskich i sprzedaż wina.
5. Zauważa się, jak na razie, małe zainteresowanie biur podróży i hoteli organizowaniem *wine tours*, a funkcjonujące w Polsce firmy turystyczne nie traktują tej formy turystyki jako ważnego profilu swojej działalności.
6. Droga do sukcesu podkarpackich winiarzy prowadzi m.in. przez rozwój enoturystyki oraz tworzenie szlaków winnych jako atrakcji turystycznych, elementu promocji oraz szansy na dodatkowe źródło dochodów dla małych gospodarstw winiarskich.

Bibliografia

- Dec B., Krupa J., *Możliwości wzbogacenia oferty turystycznej w obszarze turystyki winiarskiej na Podkarpaciu*, w: *Zrównoważona turystyka szansą ochrony środowiska naturalnego, dziedzictwa kulturowego i rozwoju gospodarczego gmin Pogórza Dynowskiego*, red. J. Krupa, Związek Gmin Turystycznych Pogórza Dynowskiego, Dynów 2014.
- Dec B., Krupa J., *Promocja regionu poprzez enoturystykę*, w: *Wpływ zasobów przyrodniczych oraz dziedzictwa kulturowego, kulinarnego i przemysłowego na atrakcyjność turystyczną regionu Karpaty – Podkarpacie – Rostocze*, red. J.R. Rak, Muzeum Regionalne w Brzozowie, Brzozów 2014.
- Kruczek Z., *Współczesne formy turystyki kulturowej*, Rozdział XIII, *Enoturystyka*, AWF, Poznań 2009.
- Krupa J., Dul M., *Perspektywy rozwoju turystyki winiarskiej w woj. podkarpackim*, w: *Przestrzenne, gospodarcze i humanistyczne aspekty turystyki*, red. M. Gwóźdź, K. Szpara, Wydawnictwo Konsorcjum Akademickie, Kraków–Rzeszów–Zamość 2009.
- 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.
- Wawro E., *Winnice w Polsce*, Mulico Oficyna Wydawnicza, Warszawa 2011.

Vineyards and wine events as a tourist attraction of the region

Summary

Podkarpackie region is currently the most interesting place on the wine map of Poland. For many years Jasło is referred to as “the capital of reborn Polish winemaking”. The rapid development of enotourism in the region indicates the great potential of this industry, expressed by the growing number of wineries, wine trails, as well as the increasing number of events related to wine tourism.

The aim of this article is to present the essence of enotourism and the opinions of the respondents in terms of the purpose and conditions of development of enotourism farms in the Podkarpackie region, the attractiveness of emerging wine trails and wine events organized as a network tourist product. In addition, the presentation of winemaking as an alternative enriching the agri-eco-tourism economy in the region.

Translated by: *Lukasz Stokłosa*