

Iwona Borowińska

Szlak Romański jako przykład produktu turystycznego województwa łódzkiego¹

Wstęp

Obiekty romańskie w województwie łódzkim stanowią oryginalną, a jednocześnie niezwykle cenną grupę walorów turystycznych. Ich powstanie przypada na okres średniowiecza, tj. między X a XIII w. (Ciekliński 1972).

Obszar dzisiejszego województwa łódzkiego, składający się wówczas z kilku mniejszych fragmentów zwanych ziemiami, był położony w centrum dawnej monarchii piastowskiej. Zachowane do dzisiaj obiekty, reprezentujące w całości lub fragmentarycznie styl romański, ze względu na swoją unikalność i wartość historyczną są najcenniejszymi zabytkami nie tylko w skali województwa, ale i kraju.

Na skutek reformy administracyjnej z 01.01.1999 r. w granicach województwa łódzkiego znalazło się siedem obiektów romańskich. Są to:

- 1) kościół p.w. św. Idziego w **Inowłodzu**,
- 2) dzwonnica i kościół p.w. św. św. Piotra i Pawła w **Krzyworzece**,
- 3) kościół p.w. NMP i św. Wojciecha w **Rudzie Wieluńskiej**,
- 4) kościół p.w. św. Urszuli i Jedenastu Tysięcy Dziewic w **Strońsku**,
- 5) opactwo Cystersów z kościołem p.w. NMP i św. Tomasza Becketa w **Sulejowie-Podklasztorzu**,
- 6) kolegiata p.w. NMP i św. Aleksego w **Tumie k. Łęczycy**,
- 7) kościół p.w. św. Mikołaja w **Żarnowie**.

¹ Artykuł powstał na podstawie pracy magisterskiej pt. *Szlak Romański jako przykład produktu turystycznego województwa łódzkiego*, przygotowanej przez autorkę w Katedrze Geografii Miast i Turyzmu Uniwersytetu Łódzkiego (filia w Tomaszowie Mazowieckim) pod kierunkiem dra Bogdana Włodarczyka.

Powstałe w 1999 r. w Łodzi Stowarzyszenie Miłośników Kultury Średniowiecza „Piastowska Droga Romańska” (SMKŚ PDR) przygotowało projekt programu turystyczno-oświatowego zatytułowanego „Europa romańska – Polska”, mającego promować średniowieczne zabytki naszego kraju. Jednym z elementów tego projektu było wytyczenie ogólnopolskiej trasy turystycznej „Piastowska Droga Romańska”, przebiegającej przez kilka województw, m.in. przez województwo łódzkie (Bednarek 2000). Projekt opracowano na podstawie istniejących w wielu krajach europejskich szlaków o podobnej tematyce (m.in. *Strasse der Romanik* i *Wege in die Romanik* w Niemczech, Szlak Pielgrzymkowy do Santiago de Compostela).

Tworzenie szlaku zbiegło się z przygotowaniem do uroczystych obchodów 1000 rocznicy Zjazdu Gnieźnieńskiego. Patronat naukowy nad przedsięwzięciem objął łódzki oddział Polskiej Akademii Nauk oraz Stowarzyszenie *Patria Polonorum*. Do prac włączyły się archidiecezje: łódzka i gnieźnieńska, diecezje: łowicka, włocławska i radomska oraz samorządy lokalne (Bednarek 2003).

Trasa, mająca w przyszłości przebiegać przez całą Polskę, została podzielona na kilka odcinków regionalnych i od 1999 r. prowadzone są działania związane z tworzeniem szlaku i jego zagospodarowaniem. W pierwszej kolejności zaplanowano połączyć szlakiem ponad 30 obiektów znajdujących się w województwach centralnej Polski (łódzkim, kujawsko-pomorskim, mazowieckim oraz wielkopolskim).

Po uzyskaniu zgody różnych instytucji (m.in. Krajowego Zarządu Dróg, Wojewódzkiego Konserwatora Zabytków) i przychylności gospodarzy zabytkowych obiektów (proboszcza parafii i biskupa diecezji, do której należy parafia) Stowarzyszenie przystąpiło do sporządzenia dokumentacji i oznakowania szlaku. Ten etap przedsięwzięcia został sfinansowany przez urzędy gmin, starostwa powiatowe, parafie, na terenie których znajdują się zabytkowe świątynie, oraz przez sponsorów (Bednarek 2003).

Do momentu, w którym autorka zakończyła zbieranie materiałów (maj 2003 r.²), szlak nie został wytyczony w terenie. Znaki informujące o Szlaku Romańskim, bo taką nazwę nadano wszystkim regionalnym odcinkom, pojawiły się na terenie wybranych gmin, w których znajduje się obiekt romański oraz przy samych obiektach (Rys. 1).

² Zakres czasowy pracy stanowi okres od lipca 2002 r. do maja 2003 r.



Rys. 1. Logo Szlaku Romańskiego (folder *Europa romańska. Województwo łódzkie*)

Fig. 1. The logo of the Romanesque Route (folder *Romanesque Europe. Łódź region*)

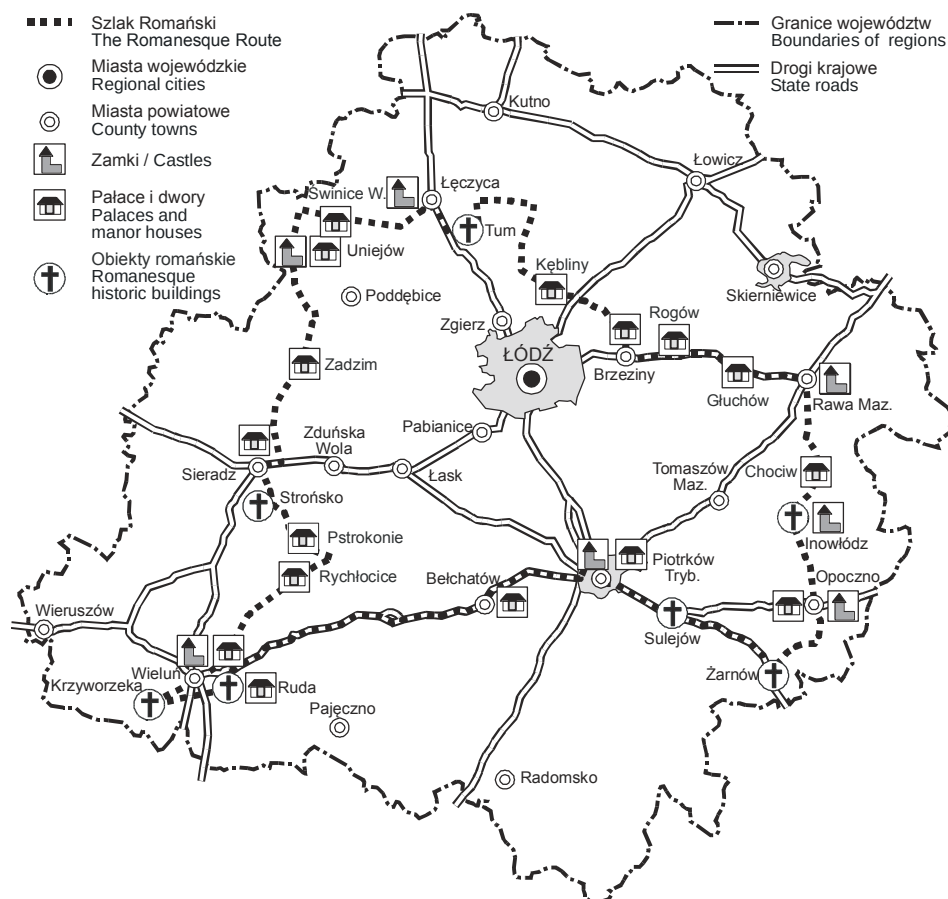
Na potrzeby pracy magisterskiej autorka połączyła siedem miejscowości węzłowych³ i w ten sposób powstała trasa turystyczna o obwodzie 452 km, która biegnie przez dawną Ziemię Łęczycką, Sieradzką, Mazowsze i Sandomierszczyznę (Rys. 2). Trasa zaczyna się i kończy w Tumie, a jej przebieg jest następujący: **Tum** (0 km) – Łęczyca (3 km) – Świnice Warckie (25 km) – Uniejów (40 km) – Sieradz (89 km) – **Strońsko** (103 km) – Widawa (118 km) – Wieluń (156 km) – **Krzywoczeka** (163 km) – **Ruda Wieluńska** (172 km) – Osjaków (187 km) – Szczerców (207 km) – Bełchatów (226 km) – Piotrków Trybunalski (251 km) – **Sulejów** (265 km) – Paradyż (281 km) – **Żarnów** (290 km) – Opoczno (309 km) – **Inowłódz** (327 km) – Rawa Mazowiecka (355 km) – Jeżów (377 km) – Brzeziny (392 km) – Stryków (409 km) – Piątek (435 km) – Tum (452 km).

Charakterystyka obiektów tworzących Szlak Romański

Stan zachowania badanych obiektów romańskich jest zróżnicowany. Choć niektóre budowle możemy podziwiać w całości, to należy pamiętać, że na przestrzeni wieków ulegały one procesom niszczenia i wiele fragmentów zostało zrekonstruowanych i przebudowanych. Są też obiekty, które stanowią część współczesnych świątyń, a o średniowiecznej przeszłości innych świadczą jedynie detale architektoniczne (tympanon, portal) lub fragmenty ściany czy okna.

Archikolegiata NMP i św. Aleksego w Tumie powstała w XII w. i jest uważana za największą i najlepiej zachowaną bazylikę romańską w Polsce. Świątynia zbudowana jest z kostki granitowej oraz piaskowca wykorzystanego w narożach. Główne wejście ozdobione jest pięknym, bogato rzeźbionym uskokowym portalem z piaskowca. Wnętrze zachowało wiele cennych średniowiecznych elementów dekoracyjnych, m.in. malowidła ściennie, nagrobki.

³ Miejscowość węzłowa – miejscowość, w której znajduje się zabytek romański.

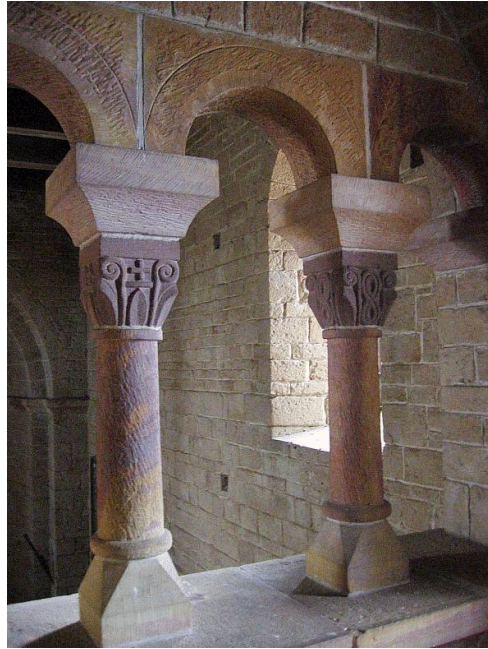


Rys. 2. Szlak Romański w województwie łódzkim

Fig. 2. The Romanesque Route in Łódź region

Na lewym brzegu Pilicy w **Inowłodzu** stoi obronny **kościół p.w. św. Idziego**. Świątynia została zbudowana podczas panowania Władysława Hermana jako wotum dziękczynne za urodzenie syna Bolesława Krzywoustego. Jednonawowa budowla wzniesiona z piaskowca zakończona jest z jednej strony absydą, a z drugiej cylindryczną wieżą. Dekorację skromnej bryły świątyni stanowią bliźniacze okna (biforia), fryz arkadkowy oraz profilowany gzyms.

Podobny układ przestrzenny posiadał romański **kościół św. Mikołaja w Żarnowie**. Do dzisiejszego dnia zachowały się jedynie fragmenty budowli, m.in. empora oraz wieża, trwale złączone z obecną świątynią.



Kościół p.w. św. Idziego w Inowłodzu
The church dedicated to St. Idzi in Inowódz



Romański portal kościoła p.w.
NMP i św. Aleksego w Tumie

Romanesque portal
of the Collegiate Church
dedicated to the Blessed Virgin
Mary and St. Alexy in Tum



Kościół p.w. św. Mikołaja w Żarnowie
The church dedicated to St. Nicolaus
in Żarnów

zdjęcia / photo: Iwona Borowińska



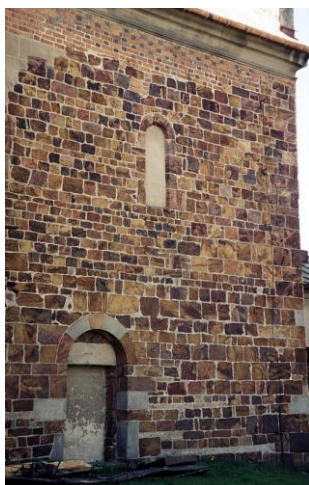
Opactwo Cystersów w Sulejowie-Podklasztorzu – Kościół p.w. NMP i św. Tomasza Becketa, po lewej stronie romański portal kościoła

The Cistercian Abbey with the church dedicated to the Blessed Virgin Mary and St. Thomas Becket in Sulejów-Podklasztorze, on the left Romanesque portal of the church



Kościół p.w. św. Urszuli i Jedenastu Tysięcy Dziewic w Strońsku

The church dedicated to St. Urszula and Eleven Thousand Virgins in Strońsk



Kościół p.w. NMP i św. Wojciecha w Rudzie Wieluńskiej

The church dedicated to the Blessed Virgin Mary and St. Wojciech in Ruda Wieluńska



Romańska dzwonnica przykościelna w Krzyworzece

The Romanesque belfry of the St. Peter and Paul's church in Krzyworzece

Jedno z najlepiej zachowanych w Europie cysterskich opactw obronnych znajduje się w **Sulejowie-Podklasztorzu**. Najcenniejszym obiektem założenia jest romańska **bazylika NMP i św. Tomasza Kantuaryjskiego** z pięknym portalem głównym i rozetami. Unikalny w skali kraju jest kapitułarz, przy którego budowie wykorzystano niezwykle śmiałe z punktu widzenia konstrukcyjnego sklepienie palmowe. Obecnie służy jako miejsce, w którym prezentowane są zabytki sztuki sakralnej. W dawnych obiektach gospodarczych opactwa znajduje się hotel oraz muzeum gromadzące eksponaty związane z przeszłością Sulejowa.

Prawdziwą perełką architektoniczną jest kościół **p.w. św. Urszuli i Jedenastu Tysięcy Dziewic w Strońsku**. Jednonawowa świątynia, zbudowana w XIII w., zaliczana jest do najstarszych budowli ceglanych w Polsce. Godny uwagi jest ponadto romański tympanon wykonany w piaskowcu, przedstawiający smoka pożerającego szarańczę.

Średniowieczną przeszłość kościoła kolegiackiego w **Rudzie Wieluńskiej** dokumentuje fragment romańskiej ściany z portalem i oknami. W pobliskiej **Krzyworzece** zachowała się kamienna dzwonnica z XIII w. oraz niewielka XII-wieczna świątynia, kilkakrotnie przebudowana.

Atrakcyjność turystyczna Szlaku Romańskiego

Atrakcyjność turystyczna jest podstawą rozwoju wszelkich form turystyki na określonym obszarze. Przejawia się ona poprzez istnienie określonej cechy charakterystycznej, przyciągającej turystów w pewne tereny dzięki walorom krajobrazu naturalnego, klimatu, pomników historii, a także różnych interesujących obiektów zagospodarowania turystycznego (Kruczek 2002).

O atrakcyjności Szlaku Romańskiego decydują walory turystyczne, dostępność komunikacyjna oraz zagospodarowanie turystyczne. Najważniejszą grupę walorów turystycznych stanowią obiekty romańskie będące podstawą wytyczenia szlaku. Ponadto na trasie znajduje się wiele innych atrakcji antropogenicznych, np. zabytkowe kościoły murowane i drewniane, zamki, pałace, dwory. Szlak przebiega także przez miejsca atrakcyjne pod względem przyrodniczym (parki krajobrazowe, rezerваты przyrody). Rozmieszczenie walorów turystycznych i pozostałych elementów składających się na atrakcyjność turystyczną omawianego obszaru jest nierównomierne (Rys. 2). Większość z nich (oprócz walorów przyrodniczych) występuje w ośrodkach miejskich, takich jak: Piotrków Trybunalski, Wieluń, Bełchatów. Przedstawiona

analiza SWOT (Tab. 1) atrakcyjności turystycznej Szlaku Romańskiego może być podstawą do definiowania produktu turystycznego oraz formułowania celów operacyjnych i strategicznych w czasie planowania rozwoju produktu turystycznego (Kaczmarek, Stasiak, Włodarczyk 2002).

Tabela 1. Analiza SWOT atrakcyjności turystycznej Szlaku Romańskiego
Table 1. SWOT analysis of tourist attractiveness of the Romanesque Route

Mocne punkty Strengths	Słabe punkty Weaknesses
Bogata przeszłość historyczna obszaru Zróżnicowanie obiektów romańskich pod względem formy i układu przestrzennego Zróżnicowanie zabytków architektury (obiekty sakralne, zamki, pałace, dwory, muzea) Dobre warunki do uprawiania różnorodnych form turystyki, w tym krajoznawczej Urozmaicony krajobraz Bogate i dobrze zachowane środowisko przyrodnicze Przebieg szlaku przez obszary chronionego krajobrazu Zróżnicowanie rodzajowe bazy noclegowej i gastronomicznej Sieć punktów informacji turystycznej Dogodne położenie geograficzne szlaku (w centrum kraju) Dobra samochodowa dostępność komunikacyjna miejscowości węzłowych leżących na Szlaku Romańskim Liczne szlaki turystyczne przebiegające przez obszar badań Dobra dostępność komunikacyjna dzięki przebiegowi większości szlaku drogami krajowymi i wojewódzkimi	Zły stan techniczny obiektów architektonicznych Mała liczba imprez kulturalnych związanych ze szlakiem Ograniczona możliwość zwiedzania obiektów romańskich Słaba promocja walorów turystycznych występujących na obszarze badań Duży odsetek sezonowo działających obiektów noclegowych Nierównomierne wyposażenie szlaku w obiekty noclegowe i gastronomiczne Ogólnie niski standard bazy noclegowej w stosunku do norm europejskich Niewystarczająca liczba hoteli Brak skategoryzowanych campingów Zbyt mało obiektów noclegowych nastawionych na obsługę grup zorganizowanych Duży odsetek niemodernizowanych od lat obiektów noclegowych Niewielkie zróżnicowanie usług dodatkowych świadczonych przez obiekty noclegowe Uboga oferta sezonowej bazy gastronomicznej Niewielki udział restauracji w ogólnej liczbie placówek gastronomicznych Niewystarczająca liczba urządzeń sanitarnych na szlaku Złe, niezgodne z normami europejskimi, oznakowanie szlaku Brak informacji o szlaku przy głównych drogach Brak kiosków z pamiątkami

Szlak Romański jako przykład produktu turystycznego

	Brak oferty turystycznej związanej z zabytkami romańskimi Zbyt mało parkingów (w tym leśnych) Zły stan dróg Brak połączeń kolejowych z Łodzi do miejscowości węzłowych Szlaku Romańskiego Niewiele wypożyczalni sprzętu turystycznego (przede wszystkim rowerów)
Szanse Opportunities	Zagrożenia Threats
Pozyskanie środków finansowych na rozwój Szlaku Romańskiego oraz infrastruktury turystycznej z funduszy Unii Europejskiej Przecięcie szlaku przez europejskie szlaki: Cystersów i Bursztynowy Dogodne położenie obszaru badań względem planowanych autostrad, a przez to wykorzystanie ruchu tranzytowego Powstanie nowych obiektów noclegowych Sprzedaż w biurach podróży pakietów turystycznych pod nazwą Szlak Romański Powstanie w hotelu Podklasztorze wyspecjalizowanego centrum informacji o Szlaku Romańskim Wytyczenie tras rowerowych Połączenie szlaku z ogólnopolską trasą Piastowska Droga Romańska Rozwój zagospodarowania turystycznego – wykorzystanie walorów turystycznych Szlaku Romańskiego dla rozwoju różnych form realizowania zajęć z edukacji regionalnej	Silna konkurencja produktów turystycznych oferowanych przez sąsiednie województwa (np. Szlak Orlich Gniazd, Szlak Piastowski) Powstanie na obszarze województwa łódzkiego innych produktów turystycznych Niepozyskanie funduszy unijnych na rozwój szlaku oraz infrastruktury turystycznej (ze względu np. na brak współpracy między SMKŚ PDR a jednostkami samorządu terytorialnego)

Źródło: Opracowanie własne.

Source: Author's own elaboration.

Ruch turystyczny na Szlaku Romańskim

Badania ruchu turystycznego zostały przeprowadzone przez autorkę w okresie od maja do listopada 2002 r. w wybranych miejscowościach leżących na Szlaku Romańskim: w Inowłodzu, Sulejowie i Tumie. O wyborze powyższych miejscowości zdecydowało przede wszystkim to, że obiekty romańskie, które się w nich znajdują, zalicza się do naj-

ważniejszych atrakcji województwa łódzkiego, a ponadto są one położone na trasie wielu wycieczek krajoznawczych.

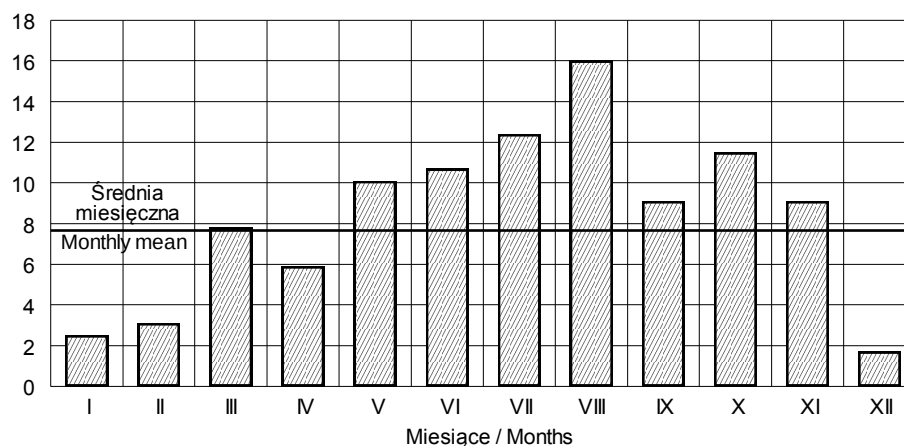
Określenie wielkości i sezonowości ruchu turystycznego na Szlaku Romańskim jest niezwykle trudne. Składa się na to kilka przyczyn. Główną z nich jest fakt, iż w żadnej świątyni romańskiej nie prowadzi się ewidencji zwiedzających. Autorce nie udało się ustalić danych szacunkowych również podczas wywiadów przeprowadzonych z gospodarzami kościołów. Jedyną placówką, która prowadzi ewidencję zwiedzających, jest Muzeum Regionalne w Sulejowie. Mieści się ono w zabytkowych wnętrzach dawnego opactwa cystersów, a gromadzone przez nie zbiory prezentujące historię konwentu wiążą się bezpośrednio ze szlakiem.

Na przestrzeni 2002 r. placówkę tę zwiedziło 4238 osób. Liczba zwiedzających została ustalona na podstawie ewidencji sprzedanych biletów (normalnych i ulgowych). Nie odpowiada ona jednak całkowitej wielkości ruchu turystycznego w muzeum, gdyż wśród zwiedzających znajdują się również osoby, które nie dokonują zakupu biletów (np. goście hotelowi). Danych tych nie można odnieść do wielkości ruchu turystycznego w kościele romańskim. Z obserwacji przeprowadzonych przez autorkę podczas badań terenowych wynika, że nie wszyscy turyści zwiedzający muzeum odwiedzają romański kościół NMP i św. Tomasza Becketa i odwrotnie (sytuację tę potwierdziła również kustosz muzeum). Zatem informacje o wielkości i sezonowości ruchu turystycznego w Muzeum Regionalnym w Sulejowie nie mogą być podstawą do uogólnień związanych z określeniem tych wskaźników zarówno dla całego Szlaku Romańskiego, jak i nawet do opactwa.

Rozkład osób odwiedzających muzeum na przestrzeni dwunastu miesięcy był nierównomierny. Średnio na każdy miesiąc przypadało 353 turystów (8,3% ogółu), przy czym najwięcej zwiedzających przybyło do muzeum w ciągu dwóch miesięcy wakacyjnych, tj. w lipcu i sierpniu 2002 r. (28,4%). Najmniej osób zwiedziło muzeum w grudniu i styczniu tego roku (4,2%). Uzyskane dane wskazują, że ruch turystyczny w tym obiekcie ma wyraźny charakter sezonowy (Rys. 3).

W sulejowskim muzeum wyraźnie zaznaczają się trzy sezony turystyczne. Pierwszy, określony przez autorkę jako „sezon główny”, trwa cztery miesiące i przypada na okres od maja do sierpnia, a jednocześnie skupia niemal połowę wszystkich zwiedzających. Wzrost liczby odwiedzających można tłumaczyć tym, że w okresie od maja do czerwca organizowane są wycieczki szkolne, a miesiące wakacyjne sprzyjają zwiedzaniu obiektu przez turystów indywidualnych oraz dzieci i młodzież wypoczywającą w Sulejowie i okolicy na koloniach oraz obozach.

Odsetek zwiedzających / Per cent of visitors



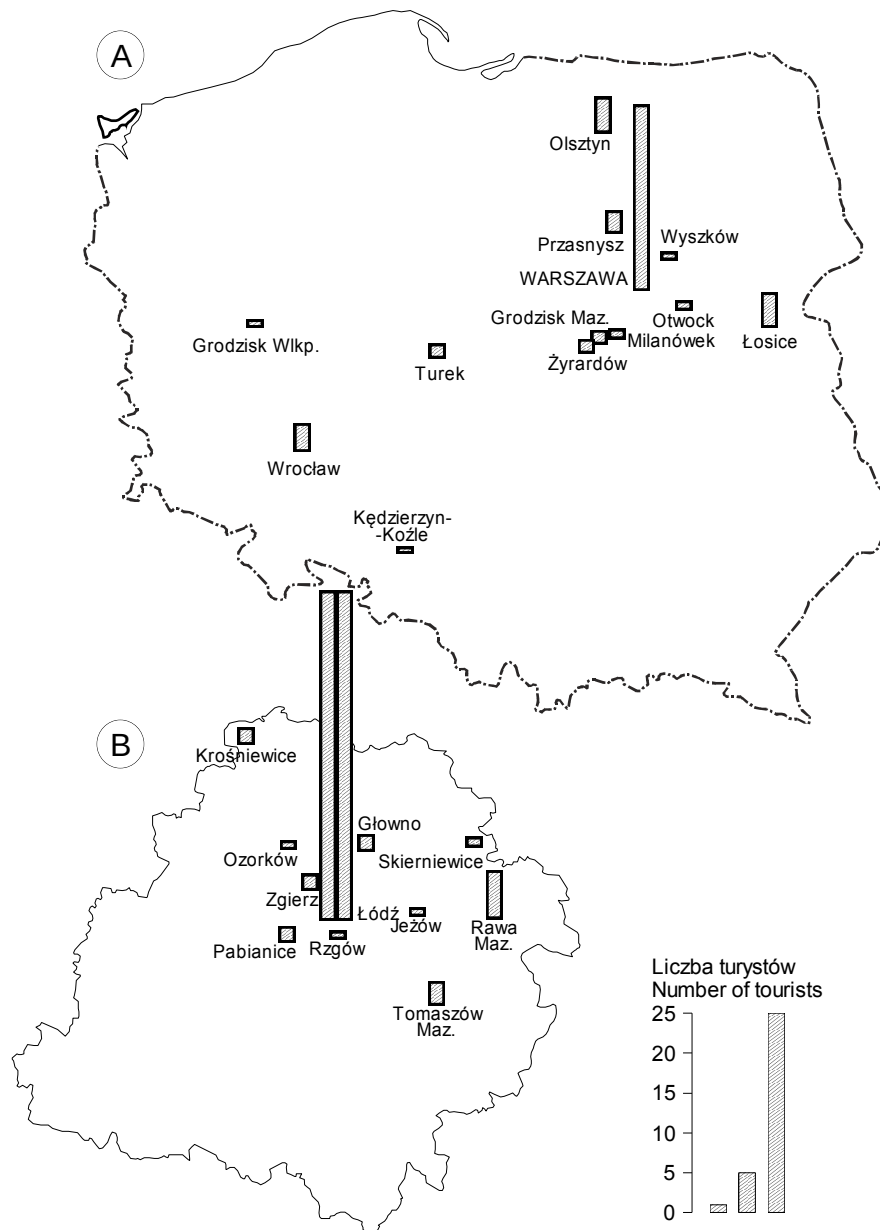
Rys. 3. Sezonowość ruchu turystycznego w Muzeum Regionalnym w Sulejowie-Podklasztorzu w 2002 r. (opracowanie własne na podstawie liczby sprzedanych biletów)

Fig. 3. The seasonal character of tourist movement in the Regional Museum in Sulejów-Podklasztorze in 2002 (the author's own elaboration on the basis of the number of tickets sold)

Kolejne okresy zwiększonego zainteresowania placówką zanotowano od września do listopada (wycieczki szkolne, zielone szkoły) oraz od marca do kwietnia. Gwałtowne spadki liczby turystów mające miejsce w grudniu i styczniu można tłumaczyć tym, iż miesiące te ze względu na panujące warunki pogodowe nie sprzyjają raczej wyjazdom turystycznym związanym ze zwiedzaniem zabytków. Podobny rozkład ruchu turystycznego w ciągu roku stwierdzono na podstawie obserwacji poczynionych przez autorkę podczas badań terenowych w Sulejowie.

Najliczniejszą grupę wśród ankietowanych turystów (65,5%) stanowili mieszkańcy województwa łódzkiego. Z województw ościennych, tj. mazowieckiego, wielkopolskiego i opolskiego pochodziło 28,6% osób, a z województw warmińsko-mazurskiego i dolnośląskiego niespełna 6% turystów (Rys. 4A). Turyści pochodzący z województwa łódzkiego to przede wszystkim mieszkańcy miejscowości wchodzących w skład aglomeracji łódzkiej⁴. Stanowili oni 87,3% wśród respondentów pochodzących z tego obszaru i jednocześnie 57,3% wśród ogółu ankietowanych (Rys. 4B).

⁴ Aglomeracja łódzka według J. Jakóbczyk-Gryszkiewicz (za: Liszewski 2001) obejmuje następujące miasta: Łódź, Pabianice, Zgierz, Aleksandrów Łódzki, Konstantynów Łódzki, Ozorków, Głowno, Stryków, Brzeziny, Koluszki, Tuszyń, Łask.



Rys. 4. Miejsce zamieszkania uczestników ruchu turystycznego na Szlaku Romańskim
A. w Polsce (bez województwa łódzkiego); B. w województwie łódzkim

Fig. 4. Place of residence of tourists on Romanesque Route
A. in Poland (without Łódź region); B. in Łódź region

Dominującą pozycję wśród turystów pochodzących z aglomeracji łódzkiej stanowili mieszkańcy Łodzi (powyżej 90%). W pozostałej grupie byli mieszkańcy Pabianic, Zgierza, Głowna (po 2,2%) oraz Ozorkowa i Strykowa (po 1,1%). Wobec takich wyników za główny rozrządowy ośrodek ruchu turystycznego dla Szlaku Romańskiego należy uznać aglomerację łódzką, a właściwie Łódź.

Pochodzenie terytorialne turystów świadczy o tym, że Szlak Romański posiada rangę regionalną. Sytuacja ta w przyszłości może jednak ulec zmianie. Oznakowanie wszystkich obiektów romańskich w województwie łódzkim i włączenie ich do ogólnopolskiej Piastowskiej Drogi Romańskiej, a ponadto przeprowadzenie kampanii promocyjnej na szerszą skalę, z pewnością przyczyni się do wzrostu zainteresowania szlakiem wśród osób z innych regionów Polski oraz wśród turystów zagranicznych.

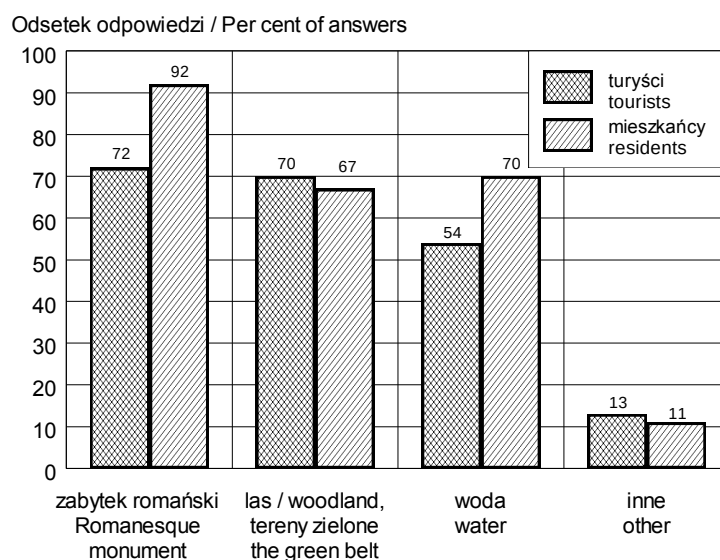
Na podstawie badań ankietowych udało się ponadto określić cechy społeczno-demograficzne turystów (np. wiek, płeć, wykształcenie), charakter ich pobytu oraz motywy, które zadecydowały o odwiedzeniu danej miejscowości. Dzięki temu możliwe stało się określenie sylwetki turysty wędrującego po Szlaku Romańskim. Jest to osoba:

- w młodym i średnim wieku (osoby od 18 do 54 roku życia stanowią prawie 70% ogółu ankietowanych),
- aktywna zawodowo (56%), ale należy pamiętać o znacznym udziale emerytów i rencistów,
- legitymująca się wykształceniem wyższym (55,8%) lub średnim (42%), najczęściej kierująca się motywami związanymi z turystyką krajoznawczą,
- podróżująca w ramach indywidualnych lub zorganizowanych wycieczek krajoznawczych (58%),
- poruszająca się własnym środkiem transportu (62%),
- przebywająca w miejscowościach węzłowych szlaku nie dłużej niż jeden dzień (72%),
- mieszkająca na stałe w dużym mieście, najczęściej w Łodzi.

Ocena znajomości Szlaku Romańskiego

Badania przeprowadzone przez autorkę wśród pięciu grup respondentów (turyści, mieszkańcy miejscowości węzłowych, przewodnicy PTTK, mieszkańcy aglomeracji łódzkiej oraz przedstawiciele władz samorządowych) pozwoliły na określenie stopnia znajomości Szlaku Romańskiego. Z uzyskanych wyników wynika, że obiekty romańskie postrzegane są jako dominująca atrakcja turystyczna miejscowości,

w której się znajdują. Uważało tak 72% ankietowanych turystów oraz 92% mieszkańców miejscowości węzłowych. Na kolejnych pozycjach znalazły się lasy i tereny zielone oraz rzeki (Rys. 5). W grupie innych walorów turystycznych najczęściej wymieniano czyste powietrze oraz pozostałe zabytki występujące w danej miejscowości (np. zamek, grodzisko, synagoga).



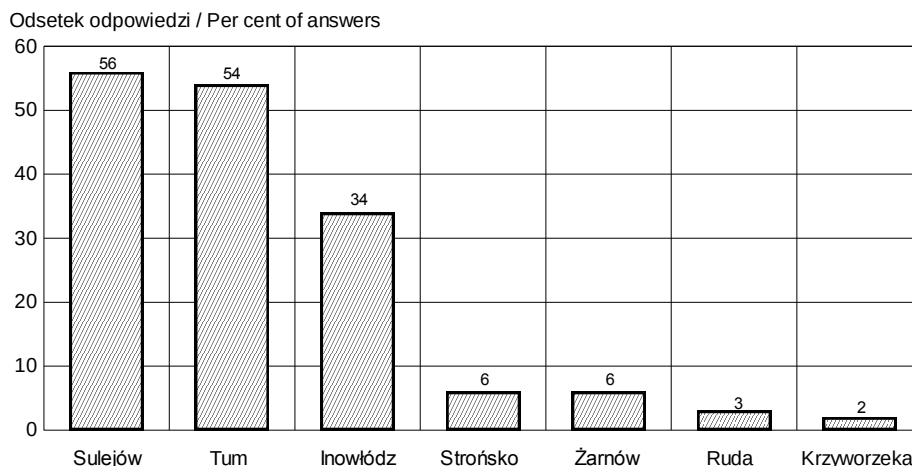
Rys. 5. Atrakcje turystyczne miejscowości węzłowych Szlaku Romańskiego według turystów i mieszkańców

Fig. 5. Tourist attractions of crucial places of Romanesque Routel according to tourists and residents

Jedynie połowa ankietowanych turystów przed przyjazdem do miejscowości węzłowej wiedziała, że przebiega przez nią Szlak Romański. Wszyscy z tej grupy potrafili wymienić przynajmniej dwie inne miejscowości leżące na szlaku, przy czym najwięcej osób wskazało Sulejów i Tum (po ponad 50%) oraz Inowódz (34%). Niewielu turystów wykazało się znajomością pozostałych miejscowości węzłowych szlaku (Rys. 6).

Ponad 40% mieszkańców miejscowości węzłowych (badania przeprowadzono jedynie w miejscowościach oznakowanych) wiedziało, że leży ona na Szlaku Romańskim, a jedynie 13% z nich potrafiło wymienić pozostałe ośrodki tworzące trasę. Do najczęściej wymienianych miej-

sowości należały Sulejów, Inowłódz i Tum. Należy zaznaczyć, że najczęściej wymieniane przez mieszkańców były miejscowości leżące w najbliższej okolicy, np. mieszkańcy Inowłódza wymieniali Sulejów i odwrotnie.



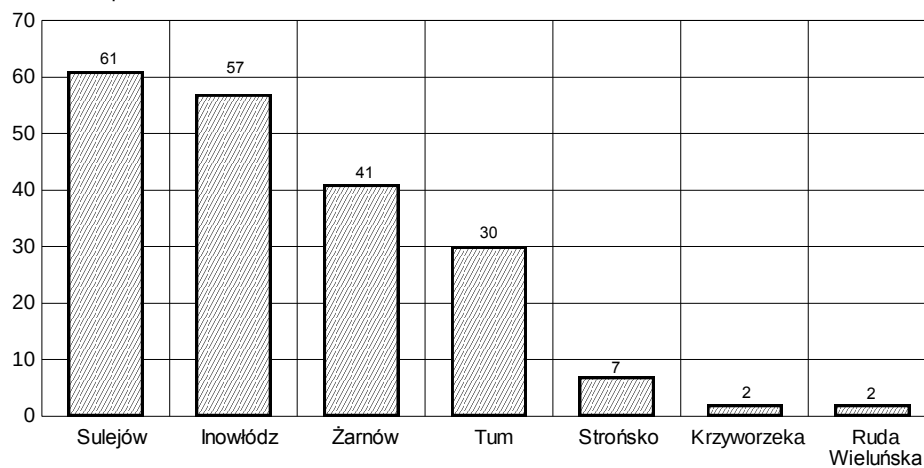
Rys. 6. Znajomość miejscowości węzłowych Szlaku Romańskiego wśród ankietowanych turystów

Fig. 6. The knowledge of crucial places of Romanesque Route among surveyed tourists

Zdecydowanie lepszą znajomością szlaku wykazali się lokalni decydenci (przedstawiciele władz samorządowych i urzędnicy). Niemal 80% z nich słyszało, że przez daną gminę przebiega szlak i większość (77%) potrafiła podać inne miejscowości, które na nim leżą (Rys. 7). Do najczęściej wymienianych miejscowości należy zaliczyć Sulejów, Inowłódz, Żarnów i Tum (30%). W mniejszym stopniu ankietowani wykazali się znajomością Strońska (7%), Krzywierzki i Rudy (po 2%). Dobra znajomość zagadnień związanych ze szlakiem wynika zapewne z faktu, że respondenci bezpośrednio uczestniczyli w oficjalnych spotkaniach z przedstawicielami SMKŚ PDR, podczas których zapadały decyzje o włączeniu miejscowości do projektu.

Prawie wszyscy ankietowani mieszkańcy Łodzi i województwa łódzkiego (86%) na przestrzeni dwóch ostatnich lat odwiedzili przynajmniej jeden obiekt romański tworzący szlak. Najwięcej osób zwiedziło Tum (76%), Sulejów (61%) oraz Inowłódz (57%). Na trasach wycieczek niewielu ankietowanych znalazły się pozostałe miejscowości, w których znajdują się zabytkowe kościoły romańskie (Rys. 8).

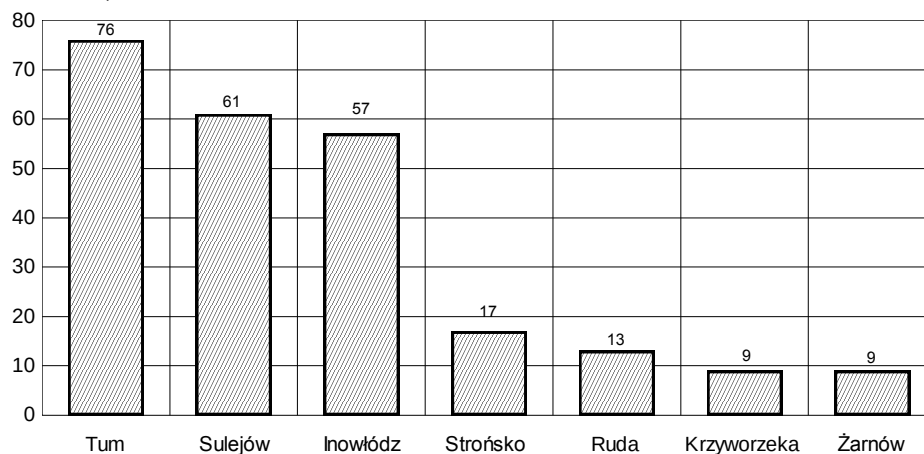
Odsetek odpowiedzi / Per cent of answers



Rys. 7. Znajomość miejscowości węzłowych Szlaku Romańskiego wśród przedstawicieli władz samorządowych i urzędników

Fig. 7. The knowledge of crucial places of Romanesque Route among representatives of local authorities and clerks

Odsetek odpowiedzi / Per cent of answers



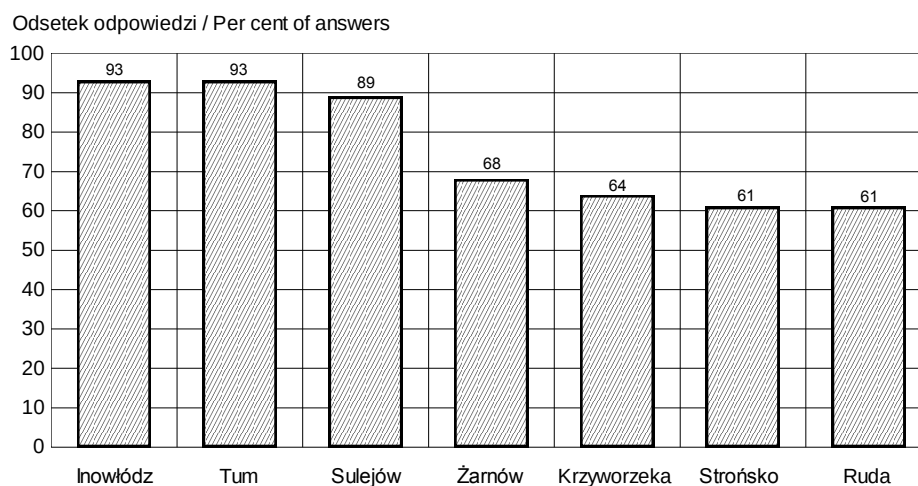
Rys. 8. Miejscowości węzłowe Szlaku Romańskiego odwiedzane przez mieszkańców aglomeracji łódzkiej w 2001 i 2002 r.

Fig. 8. Crucial places of Romanesque Route visited by residents of the Łódź conurbation in 2001–2002

Tylko niespełna połowa z ankietowanych mieszkańców Łodzi i aglomeracji łódzkiej (47%) jest świadoma, że miejscowości te leżą na Szlaku Romańskim, co świadczy o braku podstawowych informacji na temat przedsięwzięcia. Wśród najczęściej pojawiających się propozycji działań, mogących wpłynąć na poprawę tej sytuacji, wymieniano oznakowanie całego szlaku (78%) oraz wydanie informatora i przewodnika turystycznego po Szlaku Romańskim (69%).

Najlepszą znajomością szlaku wykazali się przewodnicy turystyczni z łódzkiego Oddziału PTTK. Z przeprowadzonych ankiet wynika, że tylko 7% z nich nie słyszało o Szlaku Romańskim. Większość przewodników uczestniczyła bowiem w prezentacji szlaku przeprowadzonej przez prezesa SMKŚ PDR oraz w wycieczce szkoleniowej, której tematem przewodnim były obiekty romańskie w województwie łódzkim. Pomimo to 4% ankietowanych przewodników nie potrafiło wymienić miejscowości węzłowych tworzących szlak.

Należy przy tym zaznaczyć, że tylko nieliczne osoby wykazały się znajomością wszystkich obiektów romańskich w województwie łódzkim. Najbardziej znane, gdyż najczęściej odwiedzane podczas wycieczek, są kościoły w Inowłodzu, Tumie oraz Sulejowie. Niewiele ponad połowę ankietowanych wykazała się znajomością pozostałych miejscowości węzłowych Szlaku Romańskiego (Rys. 9).



Rys. 9. Znajomość miejscowości węzłowych Szlaku Romańskiego wśród ankietowanych przewodników PTTK w Łodzi

Fig. 9. The knowledge of crucial places of Romanesque Route among surveyed tour guides of PTTK (Polish Tourist Society) in Łódź

Podsumowując zagadnienia dotyczące znajomości Szlaku Romańskiego wśród różnych grup ankietowanych, należy stwierdzić, że najbardziej popularnymi miejscowościami węzłowymi są Tum, Inowłódz i Sulejów. Wynika to zapewne z faktu, że miejscowości te ze względu na doskonałe położenie komunikacyjne są odwiedzane podczas wycieczek krajoznawczych po regionie łódzkim. Mniejszą popularnością cieszą się obiekty romańskie znajdujące się w Strońsku czy w Żarnowie. Pomimo że posiadają one dużą wartość architektoniczną (np. kościół w Strońsku jest zaliczany do jednych z pierwszych na ziemiach polskich sakralnych budowli ceglanych), ze względu na oddalenie od drogi głównej lub położenie na krańcu województwa łódzkiego, nie są umieszczane w programach wielu imprez turystycznych.

Znacznie gorzej wypadła wśród ankietowanych znajomość Szlaku Romańskiego. Jedynie przewodnicy PTTK oraz przedstawiciele władz lokalnych wykazali się znajomością szlaku w zadowalającym stopniu. Dla około połowy osób z każdej z pozostałych grup respondentów tematyka związana ze szlakiem była zupełnie obca.

Propozycje działań promocyjnych związanych ze Szlakiem Romańskim

Na podstawie obserwacji działań związanych ze Szlakiem Romańskim (od momentu pojawienia się w prasie pierwszych informacji o przedsięwzięciu po badania terenowe przeprowadzone przez autorkę w 2002 i 2003 r.) można określić fazę rozwoju produktu turystycznego – Szlak Romański. Mając na uwadze, że:

- nie wszystkie obiekty tworzące szlak w województwie łódzkim zostały oznakowane,

- nie wyznaczono przebiegu szlaku,

autorka przyjęła, że nadal znajduje się on na etapie pozarynkowym w fazie rozwoju idei. Jest to etap, w którym produkt jest jeszcze w trakcie projektowania, testowania i modyfikowania, a nakłady ponoszone przez organizatorów związane z przygotowaniem, produkcją i promocją realizowanego projektu są znaczne. W fazie tej nie odnosi się zysku finansowego. Według J. Kaczmarka i in. (2002) na etapie tym istotne jest wykorzystanie oryginalnych pomysłów i nieschematycznego sposobu myślenia. Efektem podejmowanych działań powinna być własna, unikalna propozycja sprzedaży (USP – *Unique Selling Proposition*). W tym okresie niezwykle ważną rolę odgrywa promocja, która powinna ułatwić wprowadzenie nowego produktu turystycznego na rynek.

Autorka opracowała propozycje kilku działań promocyjnych, które powinny zostać przeprowadzone w okresie poprzedzającym wprowadzenie produktu turystycznego na rynek. Do działań tych należą:

- informator i mapa Szlaku Romańskiego w województwie łódzkim,
- kilkuodcinkowy program telewizyjny o zabytkach tworzących Szlak Romański w województwie łódzkim,
- nowe oznakowanie szlaku z wykorzystaniem aktualnego logo oraz wykonanie kilku tablic, które powinny zostać umieszczone w miejscowościach węzłowych oraz przy drogach krajowych nr 1, 8, 72,
- cykl wykładów dla młodzieży o Szlaku Romańskim (w ramach zajęć z edukacji regionalnej),
- wycieczka studialna dla dziennikarzy krajowych reprezentujących branżę turystyczną,
- relacje z wycieczki studialnej w prasie turystycznej, np. w *Podróżach*, *Poznaj swój kraj*, *Spotkaniach z Zabytkami*,
- upominki firmowe w postaci długopisów z logo szlaku i adresem strony internetowej.

Przedstawione propozycje obejmują działania z zakresu reklamy, *public relations* oraz promocji uzupełniającej. Zdaniem autorki, włączenie tych propozycji do kampanii promocyjnej może w przyszłości przyczynić się do wzrostu zainteresowania Szlakiem Romańskim.

Ponadto został przygotowany harmonogram prac na najbliższe dwa lata. Tyle bowiem czasu, zdaniem autorki, potrzeba na pełne wprowadzenie na rynek produktu turystycznego pod nazwą Szlak Romański.

Propozycje realizacji produktu turystycznego Szlak Romański

Podstawowa wersja szlaku łączącego zabytkowe kościoły romańskie w województwie łódzkim została zaprojektowana jako trasa samochodowa. Przebiega ona w większości drogami krajowymi oraz wojewódzkimi. Jej długość wynosi 452 km (Rys. 2). Ponieważ szlak tworzy pętlę, zwiedzanie można rozpocząć w dowolnym miejscu. Wyznaczona przez autorkę trasa rozpoczyna się i kończy w Tumie. Szlak biegnie przez historyczne obszary województwa łódzkiego: Ziemię Łęczycką i Sieradzką, część Mazowsza i Sandomierszczyzny. Oprócz obiektów romańskich, które są przewodnim tematem, na trasie znalazło się wiele innych walorów turystycznych, m.in.:

- zabytkowe świątynie reprezentujące wiele stylów architektonicznych,
- zamki (np. w Łęczycy, Uniejowie, Piotrkowie Trybunalskim),

- pałace i dwory (np. w Rogowie, Brzezinach, Sieradzu),
- zabytkowe zespoły urbanistyczne (np. w Łęczycy, Piotrkowie Trybunalskim, Wieluniu),
- muzea (np. w Sulejowie, Wieluniu, Łęczycy, Rawie Mazowieckiej),
- liczne atrakcje przyrodnicze (pomniki i rezerваты przyrody, parki krajobrazowe).

Aby zapewnić właściwe funkcjonowanie szlaku bardzo ważną sprawą jest jego oznakowanie. Znaki, które obecnie znajdują się przy drogach dojazdowych oraz w miejscowościach węzłowych Szlaku Romańskiego, ze względu na niewielkie rozmiary są słabo widoczne. Poza tym są niezgodne z obowiązującym od 28 października 2002 r. *Rozporządzeniem Ministrów Infrastruktury oraz Spraw Wewnętrznych i Administracji w sprawie znaków i sygnałów drogowych* (DzU nr 170, poz. 1393). Ten system znaków od kilku lat stosowany jest w krajach Unii Europejskiej.



Rys. 10. Przykład istniejącego oznakowania Szlaku Romańskiego

Fig. 10. An example of the existing marking of Romanesque Route

W myśl rozporządzenia szlaki samochodowe powinny być oznakowane dwoma rodzajami znaków (informujących o rozpoczęciu szlaku oraz o obiektach, które na nim występują). Ponadto, biorąc pod uwagę zamiary SMKŚ PDR dotyczące połączenia szlakiem wszystkich obiektów romańskich w Polsce i przedłużenia szlaku na inne kraje Europy, autorka zaproponowała nowy system znaków.

Pierwszy typ znaków informuje o początku samochodowej trasy turystycznej Szlak Romański (Rys. 11).



Rys. 11. Przykład znaku drogowego informującego o samochodowym szlaku turystycznym (opracowanie własne na podstawie *Rozporządzenia Ministrów Infrastruktury oraz Spraw Wewnętrznych i Administracji w sprawie znaków i sygnałów drogowych* z wykorzystaniem logo SMKŚ PDR)

Fig. 11. An example of a road sign informing about motor tourist route (the author's own elaboration on the basis of the *Order of the Minister of Infrastructure, Home Office and Administration concerning road signs and signs* with the use of SMKŚ PDR logo)

Na znaku oprócz nazwy zostało umieszczone logo szlaku (przedstawiające bryłę bazyliki romańskiej). Ponadto można zamieścić na nim symbol organizacji wytyczającej szlak. Zdaniem autorki znak powinien znajdować się m.in. przy drodze nr 703 prowadzącej z Tumu do Łęczycy i Piątku oraz w Łęczycy przy drodze krajowej nr 1 (w miejscu skrzyżowania z drogą nr 703).

Drugi rodzaj znaków drogowych informuje o jednej z atrakcji położonych na Szlaku Romańskim. Na tablicy znajduje się symbol przedstawiający kościół św. Idziego w Inowłodzu (Rys. 12).



Rys. 12. Przykład znaku drogowego informującego o obiekcie na samochodowym szlaku turystycznym (opracowanie własne na podstawie *Rozporządzenia Ministrów Infrastruktury oraz Spraw Wewnętrznych i Administracji w sprawie znaków i sygnałów drogowych* z wykorzystaniem logo SMKŚ PDR)

Fig. 12. An example of a road sign informing about a tourist attraction on the motor tourist route (the author's own elaboration on the basis of the *Order of the Minister of Infrastructure, Home Office and Administration concerning road signs and signals* with the use of SMKŚ PDR logo)

Znak wskazuje nazwę i rodzaj obiektu oraz informuje, jaka odległość dzieli turystę od atrakcji. Ten rodzaj tablic powinien zostać umieszczony na odcinkach szlaku między miejscowościami węzłowymi. Zapropono-

wany przez autorkę system oznakowań jest skierowany przede wszystkim do turystów indywidualnych poruszających się samochodem lub rowerem.

Na drogach krajowych nr 1, 8, 72 oraz w miejscowościach węzłowych warto byłoby umieścić tablice informujące o szlaku, głównych atrakcjach oraz o zagospodarowaniu turystycznym obszaru.

Do innych propozycji, które według autorki uatrakcyjnią produkt turystyczny Szlak Romański, należą:

- przy wszystkich zabytkowych obiektach romańskich powinny funkcjonować punkty sprzedaży map i przewodników dotyczących całego szlaku oraz miejscowości węzłowych, a ponadto pamiątek związanych z zabytkowymi obiektami, np. pocztówki, miniaturki kościołów, znaczki, kubeczki i *t-shirty* z logo szlaku;

- zadaniem osoby zajmującej się sprzedażą (mógłby nią być członek SMKŚ PDR lub osoba miejscowa), będzie ponadto udostępnianie obiektu oraz oprowadzanie grup turystycznych; pozyskane w ten sposób środki zasilą konto stowarzyszenia;

- w wybranych placówkach w każdej miejscowości węzłowej (punkty sprzedaży pamiątek, punkty informacji turystycznej, urzędy gminy) turyści będą mogli otrzymać pieczątki z logo szlaku, potwierdzające zwiedzenie zabytku; na podstawie zabranych pieczętek będzie można otrzymać złotą, srebrną lub brązową odznakę Szlak Romański; regulamin zdobycia odznaki będzie wydawany bezpłatnie;

- pieczątki będą umieszczane w paszporcie, który będzie można zakupić w miejscowościach węzłowych oraz w siedzibie SMKŚ PDR; znajdują się w nim informacje o przebiegu szlaku, atrakcjach i zagospodarowaniu turystycznym; na podstawie paszportu turyści będą mogli otrzymać знижки na zakup pamiątek lub nocleg w wybranych obiektach; paszport powinien być przygotowany również w językach obcych;

- w obiektach romańskich organizowane będą wystawy związane z architekturą romańską w Polsce i w Europie, w okresie letnim w zabytkowych świątyniach będą się odbywać koncerty muzyki dawnej, dla grup turystycznych będą organizowane biesiady średniowieczne i turnieje rycerskie;

- w każdym obiekcie turyści będą mogli otrzymać bezpłatnie pocztówkę przedstawiającą budowlę romańską oraz przebieg szlaku.

Podstawą zaproponowanego produktu turystycznego są unikatowe obiekty romańskie, połączone w tematyczną trasę: Szlak Romański. Produkt ten może być ważnym elementem aktywności turystycznej w następujących rodzajach turystyki:

- a) turystyka weekendowa:
 - krajoznawcze wycieczki rodzinne; wytyczenie tras rowerowych umożliwi połączenie wypoczynku ze zwiedzaniem; punktem startu tych tras mogą być miejsca wypoczynkowe, np. Inowłódz, Sulejów;
- b) turystyka wycieczkowa:
 - wycieczki krajowe, głównie szkolne (realizowane np. w ramach zajęć z regionalizmu); z przeprowadzonych badań wynika, że istnieje potrzeba organizowania wycieczek z Łodzi na całą trasę lub jej poszczególne fragmenty;
 - zagraniczne wycieczki objazdowe (wprowadzenie do programu wycieczek obiektów romańskich, a w przyszłości organizowanie wycieczek tematycznych związanych z poznawaniem miejscowości leżących na ogólnopolskim szlaku Piastowska Droga Romańska);
- c) turystyka pielgrzymkowa i religijna – wykorzystująca istniejące w województwie łódzkim świątynie i sanktuaria; trasy wycieczek można poszerzyć o miejscowości w województwach ościennych;
- d) turystyka wypoczynkowa – wykorzystująca walory wypoczynkowe takich miejscowości, jak: Inowłódz, Sulejów czy Strońsko;
- e) turystyka biznesowa i konferencyjna – wykorzystująca ośrodki wypoczynkowe i hotele, np. hotel Podklasztorze w Sulejowie;
- f) turystyka tranzytowa – doskonałe położenie komunikacyjne szlaku przy drogach krajowych nr 1, 8, 72 może stać się magnesem przyciągającym na szlak turystów tranzytowych.

Tworząc nowy produkt turystyczny należy pamiętać o tym, że ma być on przede wszystkim zbiorem użyteczności, przyjemności, satysfakcji oraz zadowolenia dla nabywcy (Mruk, Rutkowski 1999, Kaczmarek i in. 2002). Projektując produkt turystyczny – Szlak Romański autorka założyła, że jego zakup przez turystów umożliwi osiągnięcie następujących korzyści:

- poznanie województwa łódzkiego i jego historii,
- poznanie obiektów reprezentujących styl romański,
- zdobycie odznaki turystycznej (dla wytrwałych),
- atrakcyjnie spędzony czas,
- wspomnienia.

Ponadto zakłada się, że rozwój turystyki będący efektem wytyczenia szlaku przyniesie regionowi i miejscowościom, przez które przebiega następujące korzyści:

- poprawę „turystycznego wizerunku” województwa łódzkiego,
- ożywienie obiektów romańskich poprzez organizowanie w nich wystaw,

- wzrost zainteresowania zabytkami położonymi w małych miejscowościach,
- stworzenie dodatkowych możliwości zarobkowania dla miejscowej ludności (dodatkowa działalność związana z obsługą ruchu turystycznego),
- integrację społeczności lokalnych wokół wspólnej sprawy (promocja szlaku, informacja, zarobek),
- rozwój infrastruktury turystycznej.

Produkt turystyczny – Szlak Romański to kilka rodzajów imprez turystycznych, a ich główną atrakcją są zabytkowe obiekty romańskie. Podstawowymi kanałami dystrybucji pakietów⁵ będą:

- a) kanały bezpośrednie – organizator szlaku, który zajmie się sprzedażą wycieczek dla dzieci i młodzieży,
- b) kanały pośrednie:
 - biura podróży, m.in. w Łodzi, Piotrkowie Trybunalskim, Zduńskiej Woli, Sieradzu oraz w województwach ościennych,
 - ośrodki wypoczynkowe i hotele, m.in. w Sulejowie, Inowłodzu, Spale.

Podsumowanie

Na podstawie przeprowadzonych badań stwierdzono, że zabytki romańskie są zaliczane przez ankietowanych do grupy najważniejszych zabytków województwa łódzkiego. Większość z nich jednak nie słyszała o istnieniu Szlaku Romańskiego. Jego znajomością wykazały się jedynie osoby, które miały bezpośredni kontakt z pomysłodawcą szlaku – Stowarzyszeniem Miłośników Kultury Średniowiecza „Piaستowska Droga Romańska”.

Analiza ruchu turystycznego w trzech wybranych miejscowościach węzłowych szlaku wykazała, że dominującą grupę wśród turystów zwiedzających obiekty romańskie stanowią mieszkańcy Łodzi (ponad połowa ogółu badanych). Zasięg przestrzenny ruchu turystycznego wskazuje więc na regionalną rangę Szlaku Romańskiego.

Proces uruchomienia szlaku trwa od 1999 r., a głównym koordynatorem działań jest SMKŚ PDR. Podejmowane przez stowarzyszenie

⁵ Za S. Medlikiem (1995), pakiet turystyczny jest kombinacją dwóch lub więcej elementów sprzedawanych jako jeden produkt po zryczałtowanej cenie, w której koszty poszczególnych pozycji nie są wyodrębnione; w podróżach i turystyce termin ten używany jest jako synonim podróży zryczałtowanej (*inclusive tour*).

działania, a także próby współpracy z różnymi instytucjami, np. samorządami lokalnymi czy parafiami, nie mają często stałego charakteru i źle wpływają na funkcjonowanie trasy. Biorąc pod uwagę, że szlak łączący miejscowości węzłowe przebiega przez znaczną część terytorium województwa łódzkiego, działania organizacyjno-promocyjne powinny być nadzorowane przez Regionalną Organizację Turystyczną we współpracy ze stowarzyszeniami, parafiami, gminami, powiatami. Do współpracy należy ponadto zaprosić lokalną społeczność, dla której rozwój turystyki związany ze szlakiem może być źródłem dodatkowych dochodów. Szlak Romański należy potraktować jako produkt turystyczny całego województwa i promować go w sposób całościowy. Ponadto w przyszłości można go włączyć do Banku Produktów Turystycznych promowanych przez Polską Organizację Turystyczną oraz do grupy Produktów Markowych Turystyki Polskiej (PMTP).

Jak wykazały przeprowadzone przez autorkę badania terenowe nie wszystkie działania promocyjne związane ze szlakiem przyniosły oczekiwane efekty. Autorka ma tu na myśli przede wszystkim niezbyt czytelne oznakowanie szlaku, które sprawia, że nie jest on postrzegany zarówno przez turystów, jak i mieszkańców miejscowości, przez które przebiega.

Nieznajomość zagadnień związanych z trasą wśród ankietowanych wynika ponadto z braku publikacji na ten temat. Istnieje potrzeba opublikowania przewodnika/informatora oraz mapy szlaku. Wydawnictwa te powinny być dostępne przede wszystkim w punktach informacji turystycznej w miejscowościach węzłowych. Działalność tych placówek może w przyszłości odegrać ogromną rolę w obsłudze turystów poruszających się po szlaku.

Połączenie obiektów romańskich w tematyczną trasę nie czyni jeszcze z niej produktu turystycznego, który może być oferowany na rynku. Szlak należy obudować wieloma elementami, które mogą go uatrakcyjnić (np. imprezami kulturalnymi). Współczesny turysta poszukuje bowiem produktów ciekawych i oryginalnych. Szlak Romański może stać się w przyszłości interesującą propozycją nie tylko w skali regionu, ale także kraju, pod warunkiem umiejętnego zarządzania jego potencjałem.

Literatura

- Bednarek G., 2000, *Piastowska Droga Romańska*, Spotkania z Zabytkami, 5.
Bednarek G., 2003, *Droga Romańska*, Ziemia Łódzka. Pismo samorządowe województwa łódzkiego, 1 (28).

- Ciekliński Z., 1972, *Zabytki województwa łódzkiego. Sztuka romańska*, Łódzkie Zakłady Graficzne, Łódź.
- Kaczmarek J., Stasiak A., Włodarczyk B., 2002, *Produkt turystyczny albo jak organizować poznawanie świata*, podręcznik + ćwiczenia, Wyd. UŁ, Łódź.
- Kruczek Z., 2002, *Geografia atrakcji turystycznych Polski*, Proksenia, Kraków.
- Liszewski S. (red.), 2001, *Zarys monografii województwa łódzkiego*, ŁTN, Łódź.
- Medlik S., 1995, *Leksykon podróży, turystyki i hotelarstwa*, PWN, Warszawa.
- Mruk H., Rutkowski I.P., 1999, *Strategia produktu*, PWE, Warszawa.
- Rozporządzenie Ministrów Infrastruktury oraz Spraw Wewnętrznych i Administracji z dnia 13 lipca 2002 r.*, 2002, DzU nr 170, poz. 1393.
- Statut Stowarzyszenia Miłośników Kultury Średniowiecza Piastowska Droga Romańska*, 1999, Sąd Rejonowy dla Łodzi Śródmieścia XX Wydział KRS, Łódź.

The Romanesque Route as an example of the tourist product in Łódź region

Summary

The present article has been based on the master's thesis entitled *The Romanesque Route as an example of the tourist product in Łódź region* prepared by the author in the Department of Urban Geography and Tourism, University of Łódź (Tomaszów Mazowiecki branch) supervised by Bogdan Włodarczyk, PhD.

Within the boundaries of Łódź region there are seven Romanesque historical buildings. They are the following:

- the church dedicated to St. Idzi in **Inowłódz**,
- the belfry and St. Peter and Paul's church in **Krzyworzeka**,
- the church dedicated to the Blessed Virgin Mary and St. Wojciech in **Ruda Wieluńska**,
- the church dedicated to St. Urszula and Eleven Thousand Virgins in **Strońsk**,
- the Cistercian Abbey with the church dedicated to the Blessed Virgin Mary and St. Thomas Beckett in **Sulejów-Podklasztorze**,
- the Collegiate Church dedicated to the Blessed Virgin Mary and St. Alexy in **Tum**,
- the church dedicated to St. Nicolaus in **Żarnów**.

Existing historical buildings inspired Stowarzyszenie Miłośników Kultury Średniowiecza Piastowska Droga Romańska (the Association of Medieval Culture Lovers, Romanesque Route of Piast Dynasty) (SMKŚ PDR) to design a project of a tourist-educational programme called "Romanesque Europe – Poland". One of elements of this programme was to mark out an all-Poland tourist route – The Romanesque Route of Piast Dynasty. The route was divided into regional segments and since the beginnings of 1999 it has been developed and adapted. Till May 2003 the route was not marked out in the whole region, merely on the premises of chosen districts where the Romanesque monuments

are located, and signs informing about "The Romanesque Route" appeared next to historic buildings. For the needs of the master's thesis, the author connected places with Romanesque monuments creating in this way a tourist route of 452 km. in perimeter running through Łęczyca, Sieradz, Sandomierz regions and Mazovia. The route starts and finishes in Tum.

Tourist values, its accessibility and tourist infrastructure decided about attractiveness of "The Romanesque Route". The most significant tourist values are Romanesque historic buildings due to which the route has been created. Moreover, on the route there are many other anthropogenic attractions such as historic brick and wooden churches, castles, palaces and manor houses. The route runs also through attractive places in the respect of nature (scenic parks, nature reserves, etc.). The distribution of tourist values and other elements comprising the tourist attractiveness of the discussed region is uneven.

To evaluate the size and the seasonal character of the tourist movement on "The Romanesque Route" is extremely difficult because of several reasons. One of them is the fact that none of the Romanesque churches keeps records of visitors. The author of the paper has failed to establish approximate data during interviews conducted with hosts of the churches. The only institution that keeps records of its visitors is the Regional Museum in Sulejów. However, these data cannot be used for generalizations for the whole route.

The origin of tourists indicates on the regional scope of "The Romanesque Route".

Surveys by questionnaire conducted among different respondents' groups have showed that Romanesque monuments are considered to be the most significant monuments of Łódź region. However, most people have never heard of "The Romanesque Route". Only those people who were directly in contact with the originator of the route had some knowledge of that issue. "The Romanesque Route" despite the fact that it is connected with the oldest history of the Łódź region, and monuments, which constitute the route are vital elements of cultural heritage, is not a significant element in regional education.

Considering the information achieved during the research work and observing activities related to the trail's organization, the author concluded that the tourist product i.e. the Romanesque Route had reached the off-market stage and she had an impression that it still has been in the phase of development of an idea. The process of activating the route has not been completed since 1999 and its main coordinator has been SMKŚ PDR (see above). Taking into consideration the fact that the route connecting main places runs through a vast territory of Łódź region, the author thinks that organizational and promotional activities should be supervised by the Regional Tourist Organization together with associations, parishes, local authorities of counties and districts. Moreover, local communities, for which the development of tourism related to the route may constitute the source of additional income, should be invited to cooperate. "The Romanesque Route" should be treated as a tourist product of the whole region and be promoted in an overall way.

Combining Romanesque historic buildings in a theme route does not turn it

into a tourist product, which can be introduced onto the market. The route should be enriched with many elements which can make it more attractive (e.g. cultural events). A contemporary tourist is looking for fascinating and unique products and "The Romanesque Route" may become an interesting offer not only in the region but also in our country and even in Europe, provided its potential is skilfully handled.

Translated by Elżbieta Lubińska