

**Prace Komisji Geografii Przemysłu
Polskiego Towarzystwa Geograficznego**
kwartalnik naukowy

**Studies of the Industrial Geography Commission
of the Polish Geographical Society**
a scientific quarterly

**WYBRANE METODY BADAŃ
USŁUG TURYSTYCZNYCH**

pod redakcją
Zbigniewa Ziolo i Tomasza Rachwał

**SELECTED METHODS
OF TOURISM INDUSTRY RESEARCH**

edited by
Zbigniew Ziolo and Tomasz Rachwał

DOI 10.24917/20801653.353

35(3) • 2021

Polskie Towarzystwo Geograficzne – Komisja Geografii Przemysłu
Polish Geographical Society – Industrial Geography Commission

Uniwersytet Pedagogiczny im. Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie
– Instytut Geografii, Katedra Przedsiębiorczości i Gospodarki Przestrzennej
Pedagogical University of Krakow
– Institute of Geography, Department of Entrepreneurship and Spatial Management

**PRACE KOMISJI GEOGRAFII PRZEMYSŁU
POLSKIEGO TOWARZYSTWA GEOGRAFICZNEGO**

**STUDIES OF THE INDUSTRIAL GEOGRAPHY COMMISSION
OF THE POLISH GEOGRAPHICAL SOCIETY**

35(3)

Redaktor naczelny / Editor-in-chief: Zbigniew Ziolo

Zastępca redaktora naczelnego – redaktor prowadzący / Associate – managing editor: Tomasz Rachwał

Rada Redakcyjna / Editorial Board

Felix Arion, György Csomós, Paweł Czaplński, Ben Derudder, Wiesława Gierańczyk, Anatol Jakobson, Wioletta Kilar, Ana Mariá Liberali, Tadeusz Marszał, Tomasz Rachwał (wiceprzewodniczący/vice-chair), Piotr Raźniak, Eugeniusz Rydz, Anatoly V. Stepanov, Tadeusz Strykiewicz, Yolanda Carbajal Suárez, Natalia M. Syssoeva, Zdeněk Szczyrba, Anna Tobolska, Géza Tóth, Krzysztof Wiedermann, Nuri Yavan, Zbigniew Ziolo (przewodniczący/chair)

Lista recenzentów dostępna na stronie internetowej czasopisma / The list of reviewers is available on the journal's website

Redaktor prowadzący z Wydawnictwa / Publishing House managing editor: Dariusz Pohl

Redaktor językowy / Language editor: Joanna Grzeszczuk, Iwona Górny, Anna Sikierska

Tłumaczenie i korekta w języku angielskim / Translation and proofreading of English texts: Richard Bolt, Aleksandra Zaparucha, Agata Ziółowska.

Deklaracja wersji pierwotnej / Definition of primary version

Wersja drukowana jest wersją pierwotną publikacji / The primary version of the journal is the printed version.

Czasopismo jest indeksowane w bazach / Journal is abstracted and indexed in:

BazEkon, BazHum, CEJSH (The Central European Journal of Social Sciences and Humanities), DOAJ (Directory of Open Access Journals), ERIH PLUS (The European Reference Index for the Humanities and the Social Sciences), IndexCopernicus, PBN – Polska Bibliografia Naukowa / Polish Scientific Bibliography, Pedagogiczna Biblioteka Cyfrowa / Pedagogical Digital Library, POL-index, Web of Science Core Collection Emerging Sources Citation Index (ESCI)

Strona internetowa czasopisma z informacjami dla autorów i dostępem do pełnych tekstów archiwalnych artykułów w wersji elektronicznej / Journal website with information for authors and access to the full-text electronic versions of archive papers: www.prace-kgp.up.krakow.pl, ISSN (ON-LINE): 2449–903X

Kontakt z redakcją / Journal contact

Sekretarze Redakcji (Editorial Secretary):

Wioletta Kilar, Karolina Smętkiewicz

Katedra Przedsiębiorczości i Gospodarki Przestrzennej, Instytut Geografii

Uniwersytet Pedagogiczny w Krakowie, ul. Podchorążych 2, 30–084 Kraków, p. 437

tel. (+48) 12 662 62 55, faks (+48) 12 662 62 43, e-mail: pracekgp@up.krakow.pl

ISSN 2080–1653

© Copyright by Wydawnictwo Naukowe UP, Kraków 2021

Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego [Studies of the Industrial Geography Commission of the Polish Geographical Society] – rozszerzenie zasięgu międzynarodowego czasopisma – zadanie finansowane w ramach umowy 737/P-DUN/2019 ze środków Ministra Nauki i Szkolnictwa Wyższego przeznaczonych na działalność upowszechniającą naukę.



Ministerstwo Nauki
i Szkolnictwa Wyższego

Wydawca/Publisher

Uniwersytet Pedagogiczny im. Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie

– Instytut Geografii, Katedra Przedsiębiorczości i Gospodarki Przestrzennej

Pedagogical University of Krakow

– Institute of Geography, Department of Entrepreneurship and Spatial Management

Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Pedagogicznego w Krakowie

e-mail: wydawnictwo@up.krakow.pl; <http://www.wydawnictwoup.pl>

Współwydawca/Co-publisher

Polskie Towarzystwo Geograficzne – Komisja Geografii Przemysłu

Polish Geographical Society – Industrial Geography Commission

Druk/Printed by Zespół Poligraficzny WN UP

WPROWADZENIE

W rozwoju nauki istotne znaczenie ma poznawanie procesów przemian dokonujących się w przestrzeni geograficznej poprzez podejmowanie nowej problematyki badawczej i ciągłe doskonalenie metod analitycznych. Pozwalają one na coraz precyzyjniejsze poznawanie mechanizmów zachodzących przemian procesów przyrodniczych, społecznych, gospodarczych i kulturowych. Mają one duże znaczenie dla określania tendencji rozwoju w określonej perspektywie czasowej. Osiągnięte wyniki stwarzają możliwości wykorzystania ich w procesie podejmowania decyzji na różnym szczeblu władzy centralnej, władz samorządowych regionalnych i lokalnych, a także w pracach decydentów różnych sektorów gospodarczych. Do tej idei nawiązują prezentowane w niniejszym tomie prace podejmujące ważną problematykę zastosowania wybranych metod badawczych i rozwoju turystyki jako ważnego sektora gospodarki, wywierającego znaczący wpływ na rozwój krajów, regionów, a także układów lokalnych.

We wstępnym artykule dokonano przeglądu metod badań atrakcji turystycznych i oceny ich jakości, m.in. systematyki i typologii atrakcji turystycznych, jakości produktów turystycznych, poziomu satysfakcji zwiedzających atrakcje turystyczne, a także zarządzania atrakcjami (G. Czapiewska). Omówiono i wykorzystano wskaźniki rozwoju funkcji turystycznej: Baretje'a-Deferta, gęstości bazy noclegowej, wskaźnik Schneidera i Deferta, dla określenia stopienia rozwoju funkcji turystycznej województw (P. Pilichowska, A. Głądała). Dokonano przeglądu problematyki i metod badawczych ruchu turystycznego w polskich parkach narodowych. Zwrócono uwagę na duże zróżnicowanie metodyczne pomiaru ruchu turystycznego, będącego podstawą do prowadzenia badań jakościowych (B. Zawilińska). Podjęto nową problematykę funkcjonowania grup wirtualnych działających w ramach portali społecznościowych (A.I. Szymańska). Omówiono koncepcję transgranicznego kompleksu turystycznego, którą wykorzystano do analizy rozwijającego się regionu Bukowina-Besarabia, wzdłuż granicy Ukrainy z Rumunią i Mołdawią (Z. Buchko). Zaprezentowano metodę badawczą stadium przypadku i wykorzystano ją do analizy produktu turystycznego Szlak Architektury Drewnianej (M. Zdon-Korzeniowska). Przedstawiono możliwość wykorzystania metody zdarzeń krytycznych do oceny antecedenencji i efektów doświadczeń konsumentów w parkach rozrywki, na przykładzie Parku Energylandia w Zatorze (M. Klimaszuk, M. Olszewski). Podjęto próbę oceny metod bonitacji punktowej waloryzacji geostanowisk. Dla zmniejszenia subiektywizmu w ocenach, zaproponowano nową metodę triangulacji eksperckiej (A. Chrobak).

Analizując główne czynniki rozwoju turystyki podkreślono znaczenie dostępności transportowej. Problematykę tę przeanalizowano na przykładzie województw. Nie została potwierdzona hipoteza, że województwa, które charakteryzują się najwyższym stopniem intensywności ruchu turystycznego, cechują się najbardziej rozbudowaną infrastrukturą transportową (P. Pilichowska, A. Głądała). Wskazano, że duże znaczenie w rozwoju turystyki mają zdarzenia losowe. Dzięki zastosowaniu analizy pola

semantycznego podjęto próbę wskazania sposobów przeciwdziałania skutkom kryzysu gospodarczego, które wywołała pandemia COVID-19 (I. Manczak, I. Gruszka). Dla oceny wpływu tej pandemii na europejską branżę turystyczną przyjęto pięć wartości zmiennych określających zmiany w zakresie: udzielonych noclegów w obiektach, międzynarodowym ruchu turystycznym, wpływów finansowych z turystyki, zatrudnienia w turystyce i obłożenia netto miejsc noclegowych. Następnie wykorzystując metodę Perkala określono w tym zakresie pozycję krajów w strukturze rangowej (B. Korinth, J.A. Wendt).

Zaprezentowano także metody analizy wpływu turystyki na rozwój układów przestrzennych. Określono wpływ obiektów światowego dziedzictwa UNESCO na rozwój ruchu turystycznego poszczególnych krajów. Wykorzystując metody korelacji wartości badanych cech stwierdzono, że ich liczba ma bezpośredni wpływ na konkurencyjność turystyczną poszczególnych krajów (V. Ivanunik, H. Krul, S. Bryk). Podjęto nową problematykę badawczą dotyczącą dziedzictwa przemysłowego jako ważnego zasobu turystycznego oraz dokonano jej identyfikacji na przykładzie historycznego potencjału przemysłowego, zlokalizowanego w dolinie rzeki Kamiennej (A. Kulawiak) oraz wskazano na unikatowe walory antropogeniczne ziemi kłodzkiej (D. Sikorski). Turystyka obok wielu pozytywnych zmian, które dokonują się w sferze społecznej i gospodarczej, przynosi także i negatywne skutki, np. w postaci nadmiernej komercjalizacji oraz degradacji atrakcyjnych i unikatowych przestrzeni, co częściowo zidentyfikowano na przykładzie opinii mieszkańców miasta Hel (A. Kulawiak, K. Smętkiewicz). Podejmując problematykę oceny rozwoju stacji narciarskich, wyróżniono grupy miejscowości, różniących się stopniem wyposażenia w zakresie infrastruktury i rozmiaru ruchu turystycznego (K. Krzesiwo).

Na tle przeglądu problematyki wykluczeń społecznych podjęta została próba zarysowania tego zagadnienia w zakresie możliwości korzystania z usług turystycznych przez wybrane grupy społeczne (D.J. Olszewski-Strzyżowski). Wobec postępującego procesu starzenia się społeczeństw przyjęto, że turystyka jest jednym ze sposobów aktywizacji osób w wieku senioralnym. Zaprezentowane wyniki badań mogą okazać się przydatne dla branży turystyczno-hotelarskiej, która powinna docenić potencjał turystyki senioralnej, zwłaszcza w kontekście funkcjonowania ośrodków turystycznych poza głównym sezonem wakacyjnym (A. Kolasińska, J. Sporek).

W świadczeniu usług turystycznych istotne znaczenie ma jakość interakcji pomiędzy pracownikami a klientami. Wywierają one istotny wpływ na budowanie przewagi konkurencyjnej na rynku (M. Bednarska, P. Łuka). Wobec rosnącego zainteresowania turystyką motorową podjęto próbę doprecyzowania tego pojęcia oraz określenia motywów wzrostu zainteresowania tą formą podróżowania (S. Dorocki).

Zaprezentowane prace podnoszą ważną problematykę badawczą, kładąc główny akcent na nowe, często autorskie ujęcie metodologiczne i metodyczne, ich identyfikację problemową oraz analizę funkcji usług turystycznych w aktywizacji gospodarczej, szczególnie układów lokalnych. Wobec znaczącej roli tego sektora w rozwoju społeczno-gospodarczym i kulturowym zachęcamy Państwa do dyskusji i rozwijania podjętej przez Autorów problematyki badawczej oraz dzielenia się wynikami swoich badań na łamach naszego czasopisma.

Zbigniew Ziolo, Tomasz Rachwał

INTRODUCTION

In the development of science, it is important to learn about the processes of changes taking place in the geographical space, by taking up new research issues and continuously improving analytical methods. They allow for more and more precise learning of the mechanisms of ongoing changes in natural, social, economic, and cultural processes. They are of great importance for determining development trends in a specific time perspective. The results achieved create opportunities to use them in the decision-making process at various levels of central, regional and local government authorities, as well as in the work of decision-makers from various economic sectors. This idea is referred to in the works presented in this issue, which deal with the important issue of the application of selected research methods and tourism development as an important sector of the economy, exerting a significant impact on the development of countries, regions and local systems.

The introductory article reviews the methods of researching tourist attractions and assessing their quality, among others the systematics and typology of tourist attractions, quality of tourist products, level of satisfaction of visitors of tourist attractions, as well as management of attractions (G. Czapiewska). Indicators of the development of the tourist function were discussed and used: Baretje-Defert index, density of accommodation base, Schneider and Defert index, to determine the level of development of the tourist function of Polish voivodeships (P. Pilichowska, A. Głądała). A review of the issues and research methods of tourist traffic in Polish national parks was carried out. Attention was drawn to the large methodological diversity of the measurement of tourist traffic, which is the basis for conducting qualitative research (B. Zawilińska). A new issue of the functioning of virtual groups operating within social networks was addressed (A. I. Szymańska). The concept of a cross-border tourist complex was discussed, which was used to analyse the developing region of Bukovina-Bessarabia, along the Ukraine's border with Romania and Moldova (Z. Buchko). The research method of case study was presented and used to analyse the tourist product Wooden Architecture Route in Poland (M. Zdon-Korzeniowska). The possibility of using the critical incident technique to assess the antecedence and effects of consumer experiences in amusement parks was presented on the example of the Energylandia Park in Zator, Poland (M. Klimaszyk, M. Olszewski). An attempt was made to evaluate the scoring methods of geosites valorisation. To reduce subjectivity in evaluations, a new method of expert triangulation was proposed (A. Chrobak).

Analysing the main factors of tourism development, the importance of transport accessibility was emphasized. This issue was analysed based on the example of Polish voivodeships. The hypothesis that the voivodeships characterized by the highest degree of intensity of tourist traffic are also characterized by the most extensive transport infrastructure has not been confirmed (P. Pilichowska, A. Głądała). It was pointed out that random events are of great importance in the development of tourism. Thanks to

the analysis of the semantic field, an attempt was made to indicate ways to counteract the effects of the economic crisis caused by the COVID-19 pandemic (I. Manczak, I. Gruszka). To assess the impact of the COVID-19 pandemic on the European tourism industry, five variable values were used to determine the changes in terms of: accommodation provided in facilities, international tourist traffic, financial revenues from tourism, employment in tourism and net occupancy of accommodation. Then, using the Perkal index, the position of countries in the rank structure was determined in this respect (B. Korinth, J.A. Wendt).

Methods of analysing the impact of tourism on the development of spatial systems were also presented. The impact of UNESCO World Heritage Sites on the development of tourist traffic of individual countries was determined. Using the methods of correlation of the values of the examined characteristics, it was found that their number has a direct impact on the tourist competitiveness of individual countries (V. Ivanunik, H. Krul, S. Bryk). A new research issue concerning industrial heritage as an important tourist resource was taken up and identified based on the example of the historical post-industrial potential located in the valley of the Kamienna River, Poland (A. Kulawiak) and the unique anthropogenic values of the Kłodzko region, Poland (D. Sikorski) were pointed out. Tourism, in addition to many positive changes that are taking place in the social and economic sphere, also brings negative effects, e.g. in the form of excessive commercialisation and degradation of attractive and unique spaces, which was partially identified based on the example of the opinion of the inhabitants of the town of Hel, Poland (A. Kulawiak, K. Smętkiewicz). Taking up the issue of assessing the development of ski resorts, a number of groups of towns were distinguished, differing in the degree of equipment in terms of infrastructure and the size of tourist traffic (K. Krzesiwo).

Against the background of the review of the issue of social exclusions, an attempt was made to outline this issue in terms of the possibility of using tourist services by selected social groups (D.J. Olszewski-Strzyżowski). In view of the progressing process of aging of societies, it has been assumed that tourism is one of the ways of activating people of senior age. The presented research results may prove useful for tourism and hotel industry, which should appreciate the potential of senior tourism, especially in the context of the functioning of tourist centres outside the main holiday season (A. Kolasińska, J. Sporek).

In the provision of travel services, the quality of interaction between employees and customers is important. It has a significant impact on building a competitive advantage on the market (P. Łuka, M. Bednarska). In view of the growing interest in motor tourism, an attempt was made to clarify this concept and to determine the motives for the increase in interest in this form of travel (S. Dorocki).

The presented works raise important research issues, placing the main emphasis on the new, often original methodological and methodical approach, their problem identification and analysis of the function of tourist services in economic activation, especially of local systems. In view of the significant role of this sector in socio-economic and cultural development, we encourage you to discuss and develop the research issues undertaken by the authors and share the results of your research in our journal.

Zbigniew Zioto, Tomasz Rachwał

GABRIELA CZAPIEWSKA
Akademia Pomorska, Słupsk, Polska
Pomeranian University, Słupsk, Poland

Wybrane metody badań i oceny jakości atrakcji turystycznych

Selected methods of researching and assessing the quality of tourist attractions

Streszczenie: Wśród różnorodnych uwarunkowań rozwoju współczesnej turystyki kluczową rolę odgrywają atrakcje turystyczne, będące jednym z ważniejszych elementów składowych systemu turystyki. Celem opracowania jest zaprezentowanie wybranych metod badania i oceny jakości atrakcji turystycznych. Artykuł ma charakter przeglądowy. W pracy uwypuklono normy definicyjne atrakcji turystycznych, a także dorobek badawczy w tym zakresie. Zastosowano analizę krytyczną literatury krajowej i zagranicznej z zakresu podjętej problematyki badawczej. Badania nad atrakcjami turystycznymi mają nie tylko aspekt teoretyczny, ale również praktyczny (rynkowy). Przeprowadzona analiza metod badań atrakcji turystycznych i oceny ich jakości wykazała istnienie kilku obszarów analiz naukowych: systematyki i typologii atrakcji, jakości atrakcji oraz usług turystycznych, poziomu satysfakcji zwiedzających atrakcje turystyczne, a także zarządzania atrakcjami.

Abstract: Among the various conditions for the development of modern tourism, tourist attractions play an important role, being one of the most important components of the tourism system. The aim of the study is to present selected methods of research and evaluation of the quality of tourist attractions. The article is a review. The paper presents definition standards for tourist attractions, as well as research achievements in this area. A critical analysis of domestic and foreign literature in the field of the undertaken research issues was applied. Research on tourist attractions has not only a theoretical aspect, but also a practical (market) aspect. The conducted analysis of the methods of researching tourist attractions and assessing their quality showed the existence of several areas of scientific analysis: systematics and typology of attractions, product quality of tourist attractions and services, the level of satisfaction of visitors to tourist attractions, as well as management of attractions.

Słowa kluczowe: atrakcja turystyczna; jakość usług turystycznych; metody badań; ocena jakości
Keywords: quality assessment; quality of tourism services; research method; tourist attraction

Otrzymano: 22 lipca 2021

Received: 22 July 2021

Zaakceptowano: 12 września 2021

Accepted: 12 September 2021

Sugerowana cytacja / Suggested citation:

Czapiewska, G. (2021). Wybrane metody badań i oceny jakości atrakcji turystycznych. *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego*, 35(3), 7–23, doi: <https://doi.org/10.24917/20801653.353.1>

WSTĘP

Wśród różnorodnych uwarunkowań rozwoju współczesnej turystyki kluczową rolę odgrywają atrakcje turystyczne, będące jednym z ważniejszych elementów składowych systemu turystyki (Botti, Peypoch, Solonandrasana, 2008; Kruczek, 2002, 2005, 2011; Leiper, 1990; Lew, 1987; Nowacki, 2012; Richards, 2003; Wiza, 2004). Stanowią siłę napędową ruchu turystycznego, a jednocześnie są magnesem przyciągającym turystów do celu podróży (Lipianin-Zontek, Szewczyk, 2014).

Atrakcje turystyczne są przedmiotem zainteresowania zarówno nauk społecznych, jak i ekonomicznych czy przestrzennych. Badania na tej płaszczyźnie prowadzi się zarówno w skali makro, dokonując porównań, systematyki lub oceny atrakcyjności miejscowości, destynacji, kraju lub regionu międzynarodowego, jak i w skali pojedynczej atrakcji, gdzie badania podejmowane są przez lub na zlecenie menedżerów atrakcji (badania marketingowe). Mają one na celu poznanie potrzeb, motywów, opinii, preferencji, zadowolenia, profilu społeczno-demograficznego osób zwiedzających atrakcje. Natomiast prowadzone badania pojedynczych atrakcji mogą wpłynąć na poprawę jakości istniejącego produktu atrakcji turystycznej bądź pomóc w opracowaniu nowej oferty (Nowacki, 2012, 2014; Wall, 1977).

Metody stosowane przez badaczy atrakcji można sprowadzić do różnego rodzaju ich wartościowania poprzez tworzenie list rankingowych, prowadzenie analiz rozmieszczenia, badań marketingowych oraz behawioralnych. Podejmowano także próby oceny ich jakości, traktując atrakcje jako jądro produktu turystycznego. W badaniach nad atrakcjami wykorzystywane są różnego rodzaju skale, np. Skala Likerta, Szkocki Kwestionariusz Atrakcji.

W artykule dokonano przeglądu wybranych metod badań i oceny jakości atrakcji turystycznych. W tym celu wskazano na ujęcie teoretyczne z zakresu podjętej problematyki badawczej. Uwypuklono normy definicyjne atrakcji turystycznych, a także dorobek badawczy w tym zakresie. Bazując na literaturze krajowej i zagranicznej, stwierdzić należy, iż w definicjach atrakcji turystycznych wskazuje się zwykle na konieczność występowania „siły przyciągającej turystów” (Gołembski, 2002; Gunn, 1972; Middleton, Clarke, 2001; Nowacki, 2005, 2012; Wang i in., 2016), elementów tworzących atrakcję (Kruczek, 2011; Lew, 1987; MacCannell, 2002; Mill, Morrison, 2002; Podemski, 2004) czy też relacji społecznych między stroną patrzącą i oglądaną, które J. Urry (2007) nazywa „spojrzeniem turystycznym”.

DEFINICJA ATRAKCJI TURYSTYCZNYCH

W literaturze przedmiotu trudno odnaleźć powszechnie zaakceptowaną definicję atrakcji turystycznych. Zdaniem badaczy przedmiotu problematycznym jest ustalenie momentu, od którego obiekt lub miejsce można już nazwać „atrakcją”, a wcześniej tylko „walorem” (Kozuchowski, 2005; Nowacki, 2012; Swarbrooke, 2002). Problem definicyjny pogłębia także drugi człon nazwy – „turystyczne”, ponieważ jak podkreśla Z. Nowacki (2007, 2014), w literaturze anglojęzycznej częściej mamy do czynienia z „atrakcjami dla odwiedzających” (ang. *visitor attractions*) niż z „atrakcjami turystycznymi” (ang. *tourist attractions*) i są one postrzegane w dwojaki sposób:

- w sensie szerokim (ang. *tourist attractions*) – jako wszystkie cechy i elementy środowiska (miejsca, obiekty, obszary), które przyciągają do siebie turystów;

- w sensie wąskim (ang. *visitor attractions*) – jako miejsca lub obiekty posiadające formę organizacyjną, zarządzane ze względu na swoją wartość i funkcjonujące przez cały rok.

C. Gunn (1972) zdefiniowała atrakcje jako przyrodnicze i historyczne cechy, posiadające wewnętrzną zdolność przyciągania. Z kolei E. Cohen (1972) w artykule *Toward a Sociology of International Tourism* wskazuje na powstawanie sztucznie tworzonych, dokładnie zaaranżowanych i przygotowanych na przyjęcie masowego turysty elementów turystyki, zwanych atrakcjami turystycznymi. Pejoratywny charakter nadaje im otaczająca je infrastruktura, rekonstrukcje, inscenizacje i zarządzanie, ukierunkowane na masowego turystę (Nowacki, 2014). W dość lapidarny sposób ujmuje atrakcje D. Lundberg (1985), określając je jako coś, co zaciekawia turystów. W opisowy sposób określa atrakcję również B. Goodall (1990) – miejsce charakterystyczne, często unikalne, np. naturalne środowisko, zabytek historyczny, wydarzenia (festiwale i imprezy sportowe). Zdaniem J. Potockiej (2009) definicja atrakcji turystycznej jest często utożsamiana z definicją walorów turystycznych.

Pojęcie „atrakcja turystyczna” jest szerokie, obejmuje nie tylko elementy przyrody i kultury, ale także poziom cen, postawy ludności miejscowej wobec turystów i turystyki, urządzenia turystyczne wraz z całą infrastrukturą techniczną, warunki do uprawiania różnych form aktywności, jak i związane z nimi przeżycia (Lew, 1987; Podemski, 2004). Wiele nowego wnosi do dyskusji nad istotą atrakcji turystycznych systemowa definicja MacCannella (2002). Jego zdaniem atrakcja turystyczna jest empiryczną relacją pomiędzy turystą, widokiem (ang. *sight*), a oznacznikiem (ang. *marker*) – informacją dotyczącą miejsca¹. Obiekt (widok) nabiera charakteru atrakcji dopiero poprzez dodanie oznacznika. Koncepcję MacCannella rozwinął N. Leiper (1990), twierdząc, iż atrakcją turystyczną jest system składający się z trzech elementów: turysty (czynnik ludzki), jądra (czynnik główny) i oznacznika (czynnik informacyjny). Według J. Swarbrooke’a (2002: 4–5) „atrakcje to pojedyncze jednostki organizacyjne, miejsca lub inne wyraźnie zdefiniowane, niewielkie obszary, które są dostępne i motywują większą liczbę osób do podjęcia podróży na pewną odległość od domu, zwykle w czasie wolnym, w celu odwiedzenia ich na krótki i ograniczony okres czasu. [...] atrakcje są to podmioty, które mogą być wydzielone w przestrzeni i zarządzane”. Z. Kruczek (2011) podkreśla, że atrakcje turystyczne są także elementem subiektywnym z uwagi na fakt, iż ich obecność na rynku, a także w świadomości potencjalnego turysty wymaga odpowiednich zabiegów organizacyjnych oraz promocji. Wydaje się to szczególnie istotne wobec grup turystycznych czy klientów o specjalistycznym przygotowaniu zawodowym, mających potencjalnie bardziej krytyczne nastawienie do odwiedzanych miejsc czy obiektów atrakcji turystycznych.

W przytoczonych powyżej definicjach atrakcji turystycznych można więc wskazać na powtarzające się elementy. Należą do nich:

- zdolność do przyciągania odwiedzających (Gunn, 1972; Lew, 1987; Lundberg, 1985; Mill, Morrison, 2002);

¹ Oznaczniki mogą mieć zróżnicowaną formę generowania informacji. Bezpośrednio informują turystę o danym obiekcie widoczne w terenie elementy czy formy zagospodarowania turystycznego (np. tabliczki informacyjne, znaki graficzne) oraz stosowane formy i narzędzia promocji (np. przewodniki, tabliczki informacyjne, reklama obiektu, Internet itp.).

- system złożony z trzech elementów: jądra (widoku), turysty i oznacznika (markera) (Gunn, 1972; Leiper, 1990; MacCannell, 2002);
- określony, ogrodzony, istniejący fizycznie teren, obiekt (wykluczający wydarzenia, krajobrazy, rozległe obszary chronione – jak np. parki narodowe) (Middleton, Clarke, 2001; Scottish Tourist Board, 1991; Swarbrooke, 2002);
- posiadanie formy organizacyjnej (Kruczek, 2011; Leask, 2002; Swarbrooke, 2002).

Na szczególną uwagę badaczy atrakcyjności turystycznej obiektów zasługują turystyczne imponderabilia, czyli rzeczy lub wartości nieuchwytnie, niedające się zważyć, zmierzyć, dokładnie określić, trudne do oceny ilościowej, mogące oddziaływać, mieć znaczenie i wpływ oraz będące specyfiką danej atrakcji turystycznej, którą ocenia lub turystycznie penetruje turysta (Fedyk i in, 2014).

METODY BADAŃ ATRAKCJI TURYSTYCZNYCH

Istotną rolę, głównie marketingową, przypisuje się metodom oceny wartości atrakcji turystycznych. W Polsce dużą popularność zyskały metody oceny atrakcyjności turystycznej (Warszyńska, Jackowski, 1978; Wyrzykowski, 1986) oraz inwestycyjnej (Gołębowski, 2002). Służą one jednak wyłącznie ocenie miejscowości lub regionów, a nie pojedynczych atrakcji turystycznych (Potocka, 2009).

Organizatorzy turystyki potrzebują uznanych, wysoko cenionych atrakcji dla tworzenia ofert turystycznych. W tym celu wykorzystują często oficjalne listy, tworzone przez organizacje międzynarodowe (np. listy UNESCO), rządowe (np. Lista Pomników Historii), czy kreowane przez media, dziennikarzy bądź uznane autorytety (np. listy cudów świata – od starożytnych 7 cudów poprzez cuda natury, techniki). Tworzone są listy 100 najciekawszych miejsc na świecie, najbardziej atrakcyjnych miast, budowli, obiektów przyrody itp.² Te listy mają duże znaczenie dla promocji miejsc, w których zlokalizowane są atrakcje, jak i dla samych atrakcji (Kruczek, 2005; Purchla, 2011). Wiele badań wskazuje także na korzyści marketingowe, jakie atrakcje mogą uzyskać chociażby w efekcie wpisania na listy UNESCO (Hall, Piggini, 2002; Leask, 2010; Leask, Fyall, 2012). Za kryterium znaczenia atrakcji można przyjąć siłę ich oddziaływania na turystów, mierzoną liczbą osób odwiedzających daną atrakcję. Zdaniem Z. Kruczka (2005) uznane obiekty „nie narzekają” na brak turystów.

Marketing atrakcji turystycznych jest jednym ze sposobów wzmocnienia pozycji rynkowej i zapewnienia sukcesu atrakcji (Byszewska-Dawidek, Kulesza, 2004). Współpraca z innymi obiektami tego typu jest możliwa przez tworzenie koalicji, łańcuchów czy szlaków tematycznych, łączących poszczególne atrakcje, dzięki którym możliwe będą wspólne marketing, starania i lobbing w celu pozyskania środków publicznych lub prywatnych. Korzyści, jakie mogą osiągnąć atrakcje turystyczne dzięki współpracy, to m.in (Fyall, 2003; Nowacki, 2014):

- możliwość wspólnego promowania marki, tematu i produktu w regionie turystycznym;
- wzmocnienie wizerunku atrakcji, prowadzenie wspólnych kampanii marketingowych i badań, uczestnictwo w forach atrakcji turystycznych;

² Najczęściej używane w branży turystycznej rankingi atrakcji to: Lista Dziedzictwa Kultury i Natury UNESCO, Lista Rezerwatów Biosfery UNESCO, Lista Pomników Historii Polski, Wielkie Centra Krajoznawcze Polski, Ranking wg frekwencji odwiedzających atrakcje turystyczne.

- obniżenie ryzyka i niepewności przez wymianę informacji rynkowej;
- sumowanie się zasobów (czas zwiedzania, finanse, wiedza ekspercka, zarządzanie kapitałem ludzkim, szkolenia);
- okazja do podjęcia przedsięwzięć, mających na celu zharmonizowanie kierunków działania małych, średnich i dużych atrakcji.

W niektórych studiach regionalnych stosuje się kompleksowe metody oceny atrakcji turystycznych, uwzględniając w badaniach kilka etapów. Przykładem może być zaproponowana przez J. Denga, B. Kinga i T. Bauera (2002) metoda klasyfikacji atrakcji przyrodniczych (parków narodowych), w której wykorzystano Proces Analizy Hierarchicznej (ang. *Analytic Hierarchy Process*), opracowany przez R. W. Saaty'ego (1987). Pierwsza faza badań polegała na ustaleniu hierarchicznej struktury elementów atrakcji, złożonej z pięciu grup (atrakcji na obrzeżach, dostępności, zasobów, infrastruktury, społeczności lokalnej), które podzielono kolejno na podgrupy, a następnie parami porównano między sobą poszczególne elementy uzyskanej struktury. Na tej podstawie ustalono wagi dla wyodrębnionych elementów i przetransportowano je na system 100-punktowy, który był m.in. rekomendowany przez Departament Rolnictwa Stanów Zjednoczonych do oceny wykorzystania środowiska (Banai-Kashani, 1989). W kolejnym etapie badań ustalono kryteria i wskaźniki odpowiadające poszczególnym elementom struktury atrakcji i umożliwiające ocenę ich wartości, dokonano wyboru atrakcji do analiz przypisując im punkty, a następnie zaklasyfikowano badane atrakcje do czterech kategorii na podstawie liczby przydzielonych im punktów (Nowacki, 2007). N. Shoval i A. Raveh (2004) jako zmienne klasyfikujące atrakcje wykorzystali cechy charakteryzujące zwiedzających: liczbę wizyt i długość pobytu w danym miejscu oraz jedną cechę atrakcji – propozycję wizyt turystów. Skupienia atrakcji z wykorzystaniem zmiennych uzyskano przy użyciu metody *co-plot* (rozwiązania skalowania).

A. Lew (1987) w badaniach atrakcji turystycznych wykorzystuje trzy perspektywy: ideograficzną (opisowa), organizacyjną (rozwojowa) lub kognitywną (percepcyjną). Pierwsza z nich obejmuje badania polegające na opisie unikatowych cech atrakcji (naturalne piękno, klimat, kultura, zwyczaje, cechy społeczne), pomijając przy tym cechy uniwersalne i abstrakcyjne. Zgodnie z tym kierunkiem atrakcje można uporządkować na kontinuum od naturalnych (przyrodniczych) do kulturowych (antropogenicznych). Perspektywa organizacyjna obejmuje badania dotyczące analizy przestrzennej atrakcji, ich położenia w przestrzeni turystycznej, badania pojemności lub okresów funkcjonowania. Atrakcje klasyfikowane są jako kontinuum przestrzennego rozproszenia (np. pojedyncze – połączone) i w relacjach z innymi atrakcjami (np. indywidualne – zespolone). Trzecia z perspektyw – kognitywna – to badania percepcji i doświadczeń osób odwiedzających atrakcje.

Celem prowadzenia analiz w obszarze atrakcji turystycznych są dość często badania osób zwiedzających, które dostarczają licznych informacji o turystach, m.in. ich cechach społeczno-demograficznych, motywacjach, aktywności czy sposobach spędzania czasu wolnego. Wiele prac dotyczy także wiedzy nabywanej podczas zwiedzania atrakcji (Diamond, 1999; Jia i in., 2015; Light, 1995; Nowacki, 2006, 2007; Prentice, Witt, Hamer, 1998). W wyniku badań skonstruowano modele efektywnego uczenia się w atrakcjach: „ważnego zwiedzającego” (Moscardo, 1999) i konstruktywistyczny (Hein, 2004).

Jednym z etapów badań osób zwiedzających atrakcje turystyczne jest grupowanie ich w segmenty o podobnych cechach, np.: geograficznych, demograficznych, psychograficznych (klasa społeczna, styl życia, osobowość) czy behawioralnych (motywy,

korzyści). Od początku XXI wieku badania w tym zakresie skupiają się na weryfikacji modeli zależności pomiędzy zmiennymi charakteryzującymi proces zwiedzania atrakcji turystycznych (np. motywacja, wrażenia, zadowolenie, korzyści, intencje behawioralne) z zastosowaniem wielowymiarowych metod analizy statystycznej (modelowanie równań strukturalnych, analiza regresji wielokątnej, analiza czynnikowa) (Baker, Crompton, 2000; Nowacki, 2007; Yoon, Uysal, 2003).

Jedną z metod behawioralnych oceny odbioru atrakcji turystycznych jest test różnicowania semantycznego. Metoda ta (często stosowana w badaniach marketingowych), służy do budowania profili semantycznych i stosowana jest w sytuacji pozyskania opinii konsumentów (turystów) o cechach produktów³. Test stosuje się również dla określenia wyobrażenia turystów o produkcie turystycznym, obiekcie, regionie czy mieście. Profil semantyczny budować można także w oparciu o ocenę różnorodnych cech danego produktu turystycznego, jak np: wielkość i standard bazy noclegowej, różnorodność infrastruktury rekreacyjnej, jakość kadr obsługujących, nastawienie ludności miejscowej do turystów. W odniesieniu do zastosowanej skali, metoda ta pozwala pozyskać informacje o odczuciach turystów (m.in. różnej narodowości) co do poziomu świadczonych usług. Na tej podstawie ocenia się obraz produktu i kierunki poprawy jego rozwoju (Kruczek, 2002, 2005, 2011; Nowacki, 2009).

W badaniach nad wrażeniami wykorzystuje się tzw. Spektrum Sposobności Rekreacyjnych (ang. *Recreation Opportunity Spectrum*). Jest to ciąg determinujących się wzajemnie i następujących po sobie zdarzeń: aktywności realizowanej w konkretnych warunkach, podczas której doznaje się określonych wrażeń (zadowolenie z obcowania z naturą, ucieczka od stresorów fizycznych, uczenie się, dzielenie wspólnymi wartościami, kreatywność) i w wyniku której uzyskuje się określone korzyści – wrażenia „nastroju”. W badaniach M. Nowackiego (2003) jako wstępną metodę wybrano podejście fenomenologiczne – poszukiwanie znaczenia zdarzeń, a nie ich przyczyn. Badania miały charakter jakościowy, a ich zadaniem było wstępne rozpoznanie rodzajów wrażeń towarzyszących zwiedzaniu atrakcji turystycznych (Kruczek, 2005). W wyniku analizy wypowiedzi badanych osób udało się wyodrębnić 13 grup wrażeń doznawanych podczas zwiedzania atrakcji turystycznych⁴.

W badaniach nad atrakcjami wykorzystywana jest często skala Likerta, będąca praktycznym sposobem na poznanie opinii ludzi w sondażach oraz badaniach społecznych. Opiera się na stwierdzeniach powiązanych z badanym zjawiskiem. Skala Likerta jest najczęściej stosowanym narzędziem pomiaru postaw, m.in. turystów. W metodologii badań społecznych jest ona pięciostopniowa, stosowana w wywiadach i kwestionariuszach ankiet (Jezior, 2013).

Podkreślić należy, iż znaczący wzrost liczby badań poświęconych atrakcjom turystycznym nastąpił w latach 90. XX w. Badania te dotyczyły głównie zarządzania atrakcjami i ruchem zwiedzających (Fyall, Garrod, Leask, 2003; Garrod, 2003; Moscardo, 1999;

³ Metoda polega na wyborze par skrajnych cech produktu, np: ładny – brzydki, wygodny – niewygodny, czysty – brudny, bezpieczny – niebezpieczny, atrakcyjny – nieatrakcyjny, tani – drogi, odległy – bliski itd. Respondenci wybierają na określonej skali pomiędzy przedziałami krańcowymi pozycje, które według ich odczucia odpowiadają produktom (Kruczek, 2005).

⁴ Wrażenia doznawane przez turystów podczas zwiedzania atrakcji turystycznych: estetyczne, edukacyjne, aktywnej rekreacji, relaksacyjne, retrospektywne, romantyczne i emocjonalne, interakcji społecznych, zabawy, introspekcji i kontemplacji, ucieczki, związane z zakupami, zbieraniem pamiątek, penetracją terenu.

Walsh-Heron, Stevens, 1990), doświadczeń odwiedzających (Nowacki, 2003; Prentice, Beeho, 1995; Vittersø i in, 2000), uczenia się podczas zwiedzania atrakcji (Hein, 2004; Nowacki, 2006), jakości atrakcji turystycznych (Augustyn, Ho, 1998; Gołembski, 1999; Jaremen, 2008; Kruczek, 2011; Nowacki, 2001, 2002), modeli zmiennych determinujących zadowolenie (Baker, Crompton, 2000; Nowacki, 2005, 2009; Tomas, Scott, Crompton, 2002) oraz zarządzania kapitałem ludzkim (Watson, McCracken, Hughes, 2004).

BADANIA I OCENA JAKOŚCI ATRAKCJI TURYSTYCZNYCH

Jakość jako kategoria interdyscyplinarna jest rozważana przez wiele dyscyplin naukowych, dlatego definiowana jest w różnorodny sposób. Pojęcie jakości jest stosowane nie tylko w nauce, ale także w życiu codziennym. W ujęciu ekonomicznym jakość jest rozpatrywana jako jedna z kategorii gospodarczych i jest analizowana wraz z innymi kategoriami, takimi jak wartość użytkowa i użyteczność. Są to kategorie wyjściowe dla określania pojęcia jakości, wyrażającego stopień zaspakajania potrzeb przez określony produkt rzeczowy lub usługę w sposób obiektywny lub subiektywny. W ujęciu marketingowym jakość należy rozumieć jako zespół cech: walorów, atrybutów użytkowych i emocjonalnych, które decydują o stopniu, w jakim produkt zaspakaja potrzeby odbiorców (Fraś, 2014).

Jakość usług definiowana jest przez wielu badaczy jako różnica między oczekiwaniami klientów wobec usługi, a jej percepcją (Nowacki, 2002, 2007; Parasuraman, Zeithalm, Berry, 1988, 1990). Zdaniem Chadee i Mattssona (1995), percepcja jakości jest różnicowana w zależności od typu turystów, a szczególnie od ich pochodzenia kulturowego. Ch. Grönroos (1982) wyróżnia dwa rodzaje jakości: techniczną (ang. *tech-quality*) – to, co nabywca otrzymuje w procesie usługi, efekt świadczenia usługi; i funkcjonalną (ang. *touch-quality*) – sposób, w jaki klient jest obsługiwany, metoda dostarczania usługi. Oba ujęcia pozwalają dostrzec główne wartości, na które należy zwracać uwagę przy określaniu poziomu jakości usług turystycznych (Chračhol, Peszko, 2015). Ocena jakości usług zależy zatem przede wszystkim od oczekiwań turysty, a jego satysfakcja z nabywanej usługi jest funkcją spełnionych oczekiwań. Zdaniem M. Kozaka i M. Rimmingtona (2000) to zwykle zadowolenie turysty z atrakcji turystycznych bardziej niż z pozostałych elementów infrastruktury turystycznej decyduje o ponownym odwiedzeniu destynacji. M. Augustyn i S.K. Ho (1998: 71) twierdzą, że „jakość środowiska, możliwości nauczenia się czegoś nowego, kompleksowość i autentyczność doznań będzie decydować o wyborze przez turystów destynacji”. W tym kontekście fundamentalnego znaczenia nabiera jakość atrakcji turystycznych i umiejętność właściwego zarządzania nimi w celu dostarczenia turystom satysfakcji i zaspokojenia ich potrzeb (Nowacki, 2002).

Instrumenty pomiaru jakości usług można rozpatrywać według dwóch głównych kryteriów: metody ilościowe i jakościowe. Wspólnym mianownikiem dla metod ilościowych jest kwestionariusz ankiety, który przeprowadza się wśród klientów usług turystycznych. Metody jakościowe polegają na ocenie wybranych obszarów działalności turystycznej przedsiębiorstwa według wyznaczonych standardów jakości (Fraś, 2014). Należy podkreślić, iż metody ilościowe umożliwiają poznanie opinii klientów na temat jakości usług, natomiast metody jakościowe pozwalają wychwycić niedociągnięcia i obszary braku satysfakcji klientów z nabywanych usług turystycznych.

SERVQUAL (ang. *Service Quality*) to skala pomiaru jakości usług opracowana przez trzech amerykańskich naukowców i badaczy: A. Parasuramana, V. Zeithaml oraz L.L.

Berry'ego (1988, 1990). Wykorzystywana jest przede wszystkim w doskonaleniu jakości i badaniu poziomu satysfakcji klientów. Pozwala ona na zestawienie oczekiwań konsumentów – kształtowanych w wyniku informacji słownych, osobistych potrzeb, doświadczeń, informacji handlowych – z ich poziomem satysfakcji (jakości oczekiwanej z jakością doświadczoną).

Autorzy skali identyfikują szereg luk (niezgodności) w łańcuchu relacji między konsumentem a usługodawcą (Jain, Gupta, 2004; Nowacki, 2002). W wyniku wywiadów prowadzonych w grupach (ang. *focus grup*) wyodrębniono 10 determinant percepcji jakości usług⁵, a na ich bazie zaproponowano pięciowymiarową skalę do pomiaru jakości usług (Parasuraman, Zeithaml, Berry, 1988):

- wymiar materialny (urządzenia, infrastruktura, wyposażenie, ekwipunek, wygląd personelu);
- rzetelność (zdolność do zapewnienia oferowanych usług w sposób niezawodny, dokładność i rzetelność);
- wrażliwość (skłonność i gotowość do świadczenia klientom usług);
- pewność (wiedza, grzeczność i zdolność do wzbudzania u klientów zaufania);
- empatia (dbałość o klienta, uwaga poświęcona pojedynczemu klientowi, indywidualizacja usługi).

Podział kryteriów na pięć grup pozwala na pełne zidentyfikowanie czynników mających wpływ na jakość oraz uporządkowanie systemu oceny jakości. Skala SERVQUAL została zaadaptowana do oceny jakości usług w wielu działach gospodarki, w tym również turystycznej (Kouthouris, Alexandris, 2005). A. Cliff i C. Ryan (1997) zaadaptowali skalę do pomiaru jakości usług biur podróży, a Y. Ekinci i M. Riley (2001) do pomiaru jakości usług hoteli. Analizowano także jakość produktu turystycznego regionu, nie uwzględniając przy tym jakości konkretnej atrakcji turystycznej (Augustyn, Ho, 1998; Danaher, Arweiler, 1996; Gołębowski, 1999). Do oceny atrakcji turystycznych w Polsce przystosował skalę M. Nowacki (2002), przeprowadzając badania w zespole pałacowo-parkowym w Rogalinie na próbie 102 respondentów. Opracował kwestionariusz z 36 pozycjami tworzącymi 7 wymiarów: otoczenie atrakcji, recepcja, sprzedaż pamiątek, ekspozycja, gastronomia, toalety i ogólne wrażenie. Badania turystów przeprowadzono przed zwiedzaniem atrakcji (oczekiwania) i po zwiedzaniu (percepcja). Zaproponowany sposób pomiaru pozwolił na analizę wyników na dwuwymiarowej macy działań (ang. *Action Grid*) i uchwycenie elementów ważnych dla zwiedzających, a zaniedbanych przez menedżerów atrakcji (Nowacki, 2007; Oh, 2001).

W literaturze zawarto także propozycje modyfikacji omawianej metody (Stoma, 2012; Urbaniak, 2014). Często wprowadzany jest system wag, który umożliwia prowadzenie badań porównawczych (Kosmaczewska, 2012). Zmodyfikowaną – przez J.J. Cronina i S.A. Taylora (1994) – formą SERVQUAL jest metoda SERFPERF (ang. *Service*

⁵ 1) materialne: urządzenia, ekspozycje, wygląd personelu; 2) rzetelność: zdolność do świadczenia usług w sposób niezawodny, dokładny, dotrzymywanie obietnic; 3) wrażliwość: chęć i gotowość do udzielania klientom pomocy, świadczenia usług; 4) komunikacja: dostarczanie klientowi informacji w zrozumiałym dla niego języku; 5) zaufanie: uczciwość i prawdomówność; 6) bezpieczeństwo: zapewnienie klientowi bezpieczeństwa fizycznego i finansowego; 7) kompetencje: posiadanie potrzebnej wiedzy i umiejętności przez personel; 8) grzeczność: uprzejmość, respekt i przyjazny stosunek do klienta; 9) zrozumienie: zrozumienie zwiedzających i ich potrzeb; 10) dostępność: przystępność i nawiązywanie kontaktu z klientem (Parasuraman, Zeithaml, Berry, 1990).

Performance), którą warunkuje założenie, iż klienci oczekują najwyższej jakości towaru (dążenie do doskonałości), a jakość usługi jest jakością postrzeganą przez klientów/turystów (Adil, Al Ghaswyneh, Albkour, 2013; Jaremen, 2008). Metoda SERVPERF pozwala dostrzec, które elementy jakości są na poziomie odpowiadającym bądź zbliżonym do oczekiwań turystów, a które należy poprawić, aby usprawnić świadczenie usługi i podnieść jej jakość postrzeganą przez odbiorców (Urbaniak, 2014).

Począwszy od lat 80. XX wieku, kiedy powstała pierwsza koncepcja pomiaru i oceny jakości usług (SERVQUAL), opisano w literaturze wiele metod mających zastosowanie w badaniach atrakcji turystycznych i ocenie ich jakości, które mogą być wykorzystywane do pomiaru satysfakcji konsumentów usług turystycznych.

Szkocki Formularz Oceny Atrakcji (ang. *Scottish Tourist Board*) jest techniką badawczą atrakcji turystycznych, polegającą na prowadzeniu obserwacji uczestniczącej (metoda sędziów kompetentnych), której wyniki zapisywane są w formie kodowanych ocen na specjalnie przygotowanym formularzu oceny. Zaproponowany formularz oceny atrakcji turystycznych dotyczy sześciu głównych części atrakcji: wstępu, wejścia, prezentacji tematyki, gastronomii, sklepu i toalet. Elementy te oceniane są na jedena-stopniowej skali od 0 do 10. Wartość oceny atrakcji turystycznej stanowi średnia ocen jej sześciu głównych części (Kruczek, 2005). Każdej poddanej ocenie atrakcji przyznano kategorię, stosując czterostopniową skalę⁶. Metodę tę zastosował Nowacki (2002), dokonując analizy i oceny 23 atrakcji turystycznych z terenu środkowozachodniej Polski.

Istotną grupę metod badawczych nad atrakcjami turystycznymi stanowią badania marketingowe. Przykładem jest metoda analizy ASEB/SWOT, zaproponowana przez R.C. Prentice'a i A.J. Beeho (1995). Stanowi ona rozbudowanie tradycyjnej analizy SWOT (możliwości, zagrożenia, silne i słabe strony). Została opracowana w celu stymulowania rozwoju i promocji zarządzanych atrakcji turystycznych (m.in. muzea) i koncentruje się głównie na potrzebach, motywach, wrażeniach i satysfakcji zwiedzających. R.C. Prentice (1995) zaproponował uzupełnienie klasycznej analizy SWOT dodatkowym wymiarem – poziomami hierarchii wymagań, co spowoduje uwypuklenie potrzeb osób zwiedzających daną atrakcję turystyczną. Odnosząc się do przykładu muzeum, wyróżnił cztery hierarchiczne poziomy oczekiwania turysty:

- poziom pierwszy – utożsamiany z wymaganiami stawianymi w życiu w danym miejscu (różnorodnym formom aktywności, specyficznym motywom, które zadecydowały o odwiedzeniu obiektu, percepcji satysfakcji);
- poziom drugi – odnoszący się do kontekstu oczekiwań zwiedzających wobec miejsca aktywności (organizacyjnych, społecznych, środowiskowych);
- poziom trzeci – przeżycia – związany z doznaniem turysty, który podejmuje określoną aktywność w danym miejscu (reakcje, wrażenia, uczucia, myśli);
- poziom czwarty – korzyści (psychiczne lub społeczne), odnoszone w wyniku uczestnictwa w danej aktywności.

Znaczącą rolę odgrywają badania nad satysfakcją turystów pojmowaną jako rezultat porównania tego, czego się spodziewamy w danym miejscu, z tym, co tam zastajemy (Buczak, Zientalska, 2015; van Raaij, 1986; Ryan, 1995). Satysfakcja jest procesem

⁶ 0 – jakość nie do zaakceptowania (bez gwiazdek); 1 – jakość akceptowalna, z wieloma uwagami (*); 2 – jakość akceptowalna, z drobnymi uwagami (**); 3 – jakość bardzo dobra, bez zastrzeżeń (***)

poznawczym, prowadzącym do pewnego stanu emocjonalnego, który może być rezultatem wpływającym zarówno z samego produktu, jak i z jego doświadczania. Wielu autorów wskazuje także na przydatność teorii „przepływu” (ang. *flow*) M. Csikszentmihaly’ego (2003) w identyfikacji wrażeń turystyczno-rekreacyjnych (spektrum odczuwanych przez turystę doświadczeń subiektywnych jak ocena, preferencje, humory, emocje). Została ona opracowana i wykorzystana po raz pierwszy w Norwegii w odniesieniu do sześciu atrakcji turystycznych tego kraju (wystawy, muzea). E.L. Dunn Ross i S.E. Iso-Ahola (1991), badając zadowolenie turystów z wycieczek krajoznawczych, zidentyfikowali sześć determinant satysfakcji: uzyskaną wiedzę, poczucie ucieczki, tempo zwiedzania, interakcje w grupie, bezpieczeństwo społeczne i aspekty praktyczne. A. Geva i A. Goldman (1991), badając wycieczki krajoznawcze z Izraela do Europy i USA, stwierdzili zależność pomiędzy satysfakcją turystów a organizacją wycieczki, interakcjami turystów, lokalnymi usługami i hotelami. S. Haber i M. Lerner (1999) zaproponowali model turystycznej satysfakcji, gdzie zmiennymi niezależnymi były: atrakcyjność położenia przedsięwzięcia turystycznego, oferta i liczba oferowanych przez przedsiębiorstwo usług, umiejętności menadżera i postawa obsługi. K. Weiermair i M. Fuchs (1999), badając determinanty satysfakcji turystów z pobytu w kurorcie narciarskim, zidentyfikowali następujące wymiary zadowolenia (w kolejności rang): urozmaicenie, dowolność wyboru, autentyczność, dostępność, zorientowanie usług, estetyka i bezpieczeństwo. Y. Ekinci i M. Riley (2001) zidentyfikowali sześć wymiarów jakości usług hotelowych: jakość fizyczna I (dekoracja), jakość fizyczna II (czystość), postawa i zachowanie obsługi, jakość końcowa (całościowa), dostępność, punktualność i rzetelność. Przy czym jedynie wymiar całościowej jakości okazał się pozytywnie skorelowany z chęcią powtórzenia wizyty w hotelu. D.A. Baker i J. L. Crompton (2000) w swoich badaniach podkreślają, że ocena jakości jest oparta na percepcji przez turystę działań usługodawcy. Satysfakcja zaś przeciwnie – odnosi się do stanu emocjonalnego umysłu turysty po zwiedzaniu (Nowacki, 2002).

Do najczęściej wykorzystywanych w praktyce metod ilościowych pomiaru satysfakcji należy Indeks Satysfakcji Klienta (CSI, ang. *Customer Satisfaction Index*). W klasycznym modelu można wyróżnić jego dwie fazy – eksploracyjną i diagnostyczną. W pierwszej z nich identyfikuje się czynniki decydujące o zadowoleniu bądź niezadowoleniu klienta z danej usługi lub produktu. W celu ich wyodrębnienia wykorzystywana jest wiedza eksperta, przeprowadzane są zogniskowane wywiady grupowe (techniką burzy mózgów, tzw. FGI) oraz pogłębione wywiady indywidualne z konsumentami (IDI). W dalszej kolejności ustala się istotność wyłonionych czynników i te najbardziej istotne umieszcza w kwestionariuszu. Metoda CSI, podobnie jak SERVQUAL, opiera się na badaniach ankietowych. W fazie diagnostycznej mierzy się metodami ankietowymi poziom zadowolenia konsumentów ze świadczonych usług i oferowanych produktów. O ile faza eksploracyjna ma na celu rekonstrukcję mechanizmu generującego zadowolenie lub niezadowolenie turystów, o tyle faza diagnostyczna koncentruje się na zebraniu i analizie ocen⁷ (Buczak, Zientalska, 2015).

⁷ Metoda daje możliwości uzyskania odpowiedzi w istotnych obszarach szerzonej usługi: jakie są oczekiwania klienta względem usługi; które oczekiwania odgrywają najistotniejszą rolę w odczuciu klienta; w jakim stopniu usługa spełnia oczekiwania jej odbiorcy; które elementy usługi należy rozwijać, i odwrotnie.

Europejski Indeks Satysfakcji Klientów (EISK) został opracowany w 1998 roku jako wspólny standard europejski do pomiaru satysfakcji i lojalności turystów. W pracach nad modelem wykorzystano wcześniej stworzone wskaźniki satysfakcji, takie jak np. Szwedzki Indeks Satysfakcji Klientów i Niemiecki Barometr Satysfakcji Klientów. Model bazuje na dobrze ugruntowanych teoriach i podejściach rozwijanych w zakresie zachowań konsumentów. Składa się z powiązanych ze sobą zmiennych, które można podzielić na czynniki wyjaśniające kształtowanie indeksu (wizerunek, oczekiwania turysty, postrzegana jakość, postrzegana wartość) oraz zmienną wynikową (lojalność odbiorców usługi) (ECSI Technical Committee, 1998). W modelu EISK satysfakcja turysty jest reakcją na otrzymaną wartość, szacowaną na podstawie postrzeganej jakości skonfrontowanej z jego oczekiwaniami i wizerunkiem usługodawcy. Lojalność lub jej brak jest skutkiem – odpowiednio – satysfakcji lub niezadowolenia konsumenta.

Metoda zdarzeń krytycznych (CIT, ang. *Critical Incident Technique*), nazywana również Technika Krytycznych Przypadków, bada satysfakcję z usług, nie rozdzielając kwestii wartości i jakości. Metoda polega na gromadzeniu informacji od klientów korzystających z danej usługi lub oferty danego usługodawcy. Badanie to ma charakter wywiadu zogniskowanego, podczas którego usługobiorca opowiada o zdarzeniach „krytycznych”, czyli najbardziej zapadających mu w pamięć podczas korzystania z usługi i mających wpływ na odczuwaną przez niego satysfakcję (Krzyżanowska, Wajner, 2000). Dane zebrane w ten sposób są znacznie trudniejsze do analizy, ale dostarczają informacji w bardzo szerokim zakresie, niemożliwym do uzyskania poprzez badanie ankietowe (Buczak, Zientalska, 2015). Metoda CIT poprzez identyfikację zdarzeń krytycznych umożliwia analizę czynników mających znaczący wpływ na jakość świadczonej usługi, odczuwanej przez klienta jako satysfakcja lub niezadowolenie. Rezultatem zastosowania metody jest podział incydentów (pozytywnych i negatywnych) na 12 kategorii połączonych w 3 grupy tematyczne (Dziadkowiec, 2006).

Mystery Shopping to metoda badania jakości, która powstała jako alternatywa wobec badań ankietowych konsumentów. Stanowi uzupełnienie badań konsumenckich i umożliwia nie tylko uzyskanie bardziej obiektywnych wyników, ale przede wszystkim stworzenie podstaw systemu zarządzania jakością (Erstad, 1998). Dokonując konsumenckiej oceny jakości, nie ma możliwości wyeliminowania klienta z tego procesu. Jednak ankietowanie klientów ma wiele wad i często ocenia jedynie chwilowe odczucia, nie dając obrazu faktycznej jakości usługi. W metodzie tej miejsce klienta zajął wykwalifikowany ankieter – *Mystery Shopper* (z ang., Tajemniczy Klient), który korzysta z usług tak, jak zwykły klient, a następnie wypełnia ankietę, oceniając poszczególne aspekty usługi (Dziadkowiec, 2000). W ten sposób zostają wyeliminowane dwie najczęstsze przyczyny zafałszowania wyników – pracownik nie wie, że jest badany, więc nie stara się wypaść lepiej niż zwykle. Ograniczona do minimum zostaje także zmienność wynikająca z subiektywności klienta, gdyż *Mystery Shopper* jest obiektywny i zawsze ten sam (lub zawsze tak samo przeszkolony), a fakt, że nie jest osobiście zainteresowany usługą, powoduje, że może kierować się w ocenie nie emocjami, lecz faktami (Dziadkowiec, 2006).

Zaproponowana przez Ch.T. Ennewa (1996) metoda oceny jakości usług – Metoda analizy kary-nagrody (ang. *penalty-reward factors*) opiera się na przekonaniu o istnieniu czynników, które, jeśli nie zostaną spełnione, powodują niezadowolenie (ang. *penalty factors*) i takich, których realizacja wywoła dodatkowe zadowolenie z danej usługi (ang. *reward factors*). Autor wyodrębnił trzy kategorie wymagań klientów:

- wymagania podstawowe – minimum określone przez klientów, którego niespełnienie spowoduje brak satysfakcji i „karę” z ich strony;
- wymagania rzetelnego wykonania – większość oczekiwań związanych z konsumpcją usługi, których spełnienie zostanie „nagrodzone”, a niezrealizowanie „ukarane”;
- wymagania wyjątkowe – oczekiwania ponadstandardowe, których niespełnienie nie spowoduje „kary” i braku satysfakcji.

Podobną w założeniach metodę zaproponował już wcześniej N. Kano i in. (1984). Została ona nazwana jego nazwiskiem (metoda Kano). Autor zauważył, że dostępne metody analizy zadowolenia konsumentów nie pozwalają na dostateczne wyjaśnienie odczuwanej przez nich satysfakcji, ponieważ nie ma liniowej zależności pomiędzy satysfakcją częściową i globalną. Punktem wyjścia do nowego spojrzenia na teorię i pomiar satysfakcji było założenie, że nie wszystkie cechy usługi są dla konsumenta tak samo ważne. Wyodrębniono trzy grupy cech, według których klienci oceniają jakość usług: cechy jednowymiarowe (ang. *satisfiers, one dimensional requirements*), konieczne (ang. *dissatisfiers, must be requirements*) oraz przyciągające (ang. *delighters, attractive requirements*). Model Kano jest wykorzystywany do badania opinii konsumentów na temat cech usługi lub produktu, a wyniki badań są szczególnie przydatne na etapie kształtowania cech nowych usług i produktów przed ich wprowadzeniem na rynek, ale również w sytuacji konieczności lepszego dopasowania istniejącego produktu do oczekiwań konsumentów. Grupowanie cech warunkujących satysfakcję zgodnie z metodą Kano znajduje także zastosowanie w badaniach jakości atrakcji i usług turystycznych.

PODSUMOWANIE

Rozwój gospodarki turystycznej prowadzi do coraz większej konkurencji na rynku turystycznym. W przypadku turystyki krajoznawczej głównym kryterium wyboru miejsc docelowych są atrakcje turystyczne (Nowacki, 2012). Stosowane metody badań nad atrakcjami turystycznymi oparte są przede wszystkim na warsztacie metodologicznym nauk społecznych (metody behawioralne) lub związane z metodami marketingowymi. Zdaniem Z. Kruczka (2005), istnieje możliwość łączenia tych dwóch podejść w zintegrowaną procedurę badawczą. Badania nad atrakcjami turystycznymi mają nie tylko aspekt teoretyczny, ale również praktyczny (rynkowy). Wszystkie prezentowane metody, jak wynika z kwerendy literatury z zakresu podjętej problematyki badawczej, były stosowane w praktyce i wykazana została ich skuteczność. Wybór konkretnej metody zależy jednak od specyfiki atrakcji, rodzaju świadczonej usługi oraz celu badania. Należy zauważyć, że pomimo różnego stopnia uniwersalności prezentowanych metod, żadna z nich nie jest gotowym narzędziem, które można bezkrytycznie stosować.

Przeprowadzona analiza metod badań atrakcji turystycznych i oceny ich jakości wykazała istnienie kilku obszarów analiz naukowych: systematyki i typologii atrakcji, jakości produktu atrakcji i usług turystycznych, poziomu satysfakcji zwiedzających atrakcje turystyczne, zarządzania atrakcjami. Prowadzone są one z różnokierunkowych perspektyw badawczych i przez przedstawicieli odmiennych dyscyplin naukowych (społecznych, przyrodniczych), którzy w badaniach atrakcji turystycznych wykorzystują często własne metody i techniki badawcze. Jak podkreśla M. Nowacki (2007), atrakcje turystyczne ze względu na złożony charakter przedmiotu, jak i podmiotu badań (osób zwiedzających), wymagają kompleksowego podejścia, uwzględniającego zarówno czynnik ludzki, materialne aspekty produktu turystycznego atrakcji, jak

i uwarunkowania środowiskowe. Jedynie holistyczne podejście badawcze może dać efekt w postaci pełnego wyjaśnienia zjawisk towarzyszących zwiedzaniu obiektów turystycznych.

Obserwując intensywny rozwój badań atrakcji turystycznych od lat 90. XX w., ale przede wszystkim w ostatnich latach, należy zwrócić uwagę na najbardziej obiecujące ich kierunki – badania wrażeń, aktywności i satysfakcji zwiedzających (z wykorzystaniem kwestionariuszy zawierających złożone skale pomiarowe) oraz badania bazujące na modelach zależności między zmiennymi (z wykorzystaniem wielowymiarowych metod statystycznych).

Badania atrakcji turystycznych, prowadzone w najbliższej przyszłości, powinny objąć zarówno porównania pomiędzy atrakcjami (*benchmarking* atrakcji turystycznych), badania jakościowe i wywiady otwarte, prowadzone wśród menadżerów atrakcji i odwiedzających, jak też badania ilościowe w zakresie percepcji atrakcji oraz doświadczeń uzyskiwanych podczas zwiedzania przez osoby z różnych segmentów rynku. M. Fuchs i K. Weiermair (2004), M. Nowacki (2007) oraz A. Leask, A. Fyall i P. Barron (2013) podkreślają, iż istotnym kierunkiem badawczym w tym zakresie będzie również analiza wpływu technologii cyfrowych i Internetu na zachowania konsumentów zwiedzających atrakcje turystyczne, a zwłaszcza badanie segmentu generacji Y (pokolenie wyżu demograficznego z lat 80. i 90. XX w.) o specyficznych preferencjach, która wykazuje wysoki stopień cyfrowej empatii i internetowej immersji. Badania takie umożliwiłyby zidentyfikowanie optymalnych metod oceny jakości atrakcji turystycznych.

Literatura

References

- Adil, M., Al Ghaswyneh, O.F.M., Albkour, A.M. (2013). SERVQUAL and SERVPERF: A Review of Measures in Services Marketing Research. *Global Journal of Management and Business Research Marketing*, 13(6), 64–76.
- Augustyn, M., Ho, S.K. (1998). Service quality and tourism. *Journal of Travel Research*, 37(1), 71–75.
- Baker, D.A., Crompton, J.L. (2000). Quality, satisfaction and behavioral intentions. *Annals of Tourism Research*, 27(3), 785–804.
- Banai-Kashani, R. (1989). A new method for site suitability analysis: The analytic hierarchy process. *Environmental Management*, 13, 685–693.
- Botti, L., Peypoch, N., Solonandrasana, B. (2008). Time and tourism attraction. *Tourism Management*, 29(3), 594–596.
- Buczak, T., Zientalska, D. (2015). Badanie satysfakcji konsumentów usług turystycznych. W: E. Dziedzic (red.), *Badanie konsumentów usług turystycznych w regionach*. Warszawa: Polska Organizacja Turystyczna, 110–138.
- Byszewska-Dawidek, M., Kulesza, I. (2004). *Krajowy rynek atrakcji turystycznych*. Warszawa: Instytut Turystyki.
- Chadee, D., Matson, J. (1995). Customer Satisfaction in Tourist Service Encounters. W: K. Grant, I. Walker (red.), *Proceedings of the 1995 World Marketing Congress*. Coral Gables: Academy of Marketing Science.
- Chrażchol, U., Peszko, K. (2015). Jakość usług i metody jej pomiaru. *Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego. Problemy Zarządzania, Finansów i Marketingu*, 37, 33–43.
- Cliff, A., Ryan, C. (1997). Do travel agencies measure up to customer expectation? An empirical investigation of travel agencies' service quality as measured by SERVQUAL. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 6(2), 1–3.
- Cohen, E. (1972). Toward a Sociology of International Tourism. *Social Research*, 39(1), 164–182.

- Cronin, J.J., Taylor, S.A. (1994). Serpverf versus Servqual: Reconciling Performance-Based and Perceptions-Minus-Expectations Measurement of Service Quality. *Journal of Marketing*, 58(1), 125–131.
- Csikszentmihalyi, M. (2003). *Good business: leadership, flow, and the making of meaning*. New York: Viking.
- Danaher, P.J., Arweiler, N. (1996). Customer satisfaction in the tourist industry: A case study of visitors to New Zealand. *Journal of Travel Research*, 35(1), 89–93.
- Deng, J., King, B., Bauer, T. (2002). Evaluating natural attractions for tourism. *Annals of Tourism Research*, 29(2), 422–438.
- Diamond, J. (1999). *Practical evaluation guide: tools for museums and other informal educational settings*. Walnut Creek: AltaMira Press.
- Dunn Ross, E.L., Iso-Ahola, S.E. (1991). Sightseeing Tourists' Motivation and Satisfaction. *Annals of Tourism Research*, 18(2), 226–237.
- Dziadkowiec, J. (2000). Wykorzystanie programu Mystery Shopping w konsumenckiej ocenie jakości w biurach turystycznych. *Folia Turistica*, 9, 69–87.
- Dziadkowiec, J. (2006). Wybrane metody badania i oceny jakości usług. *Zeszyty Naukowe Akademii Ekonomicznej w Krakowie*, 717, 23–35.
- ECSI Technical Committee. (1998). *European Customer Satisfaction Index, Foundation and Structure for Harmonized National Pilot Projects*. Report prepared for the ECSI Steering Committee.
- Ekinci, Y., Riley, M. (2001). Validating Quality Dimensions. *Annals of Tourism Research*, 28(1), 202–223.
- Ennew, Ch.T. (1996). Good and bad customers: the benefits of participating in the banking relationship. *International Journal of Bank Marketing*, 14(2), 5–13.
- Erstad, M. (1998). Mystery Shopping Programmes and Human Resource Management. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 10(1), 34–38.
- Fedyk, W., Cieplik, J., Smolarski, T., Gruszka, I. (2014). Atrakcyjność turystyczna i komercjalizacja wybranych obiektów turystycznych w opinii specjalistycznej grupy konsumentów. *Rozprawy Naukowe Akademii Wychowania Fizycznego we Wrocławiu*, 46, 3–15.
- Frańś, J. (2014). Wybrane instrumenty pomiaru jakości usług logistycznych. *Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego. Finanse, Rynki Finansowe, Ubezpieczenia*, 66, 297–317.
- Fuchs, M., Weiermair, K. (2004). Destination Benchmarking: An Indicator-System's Potential for Exploring Guest Satisfaction. *Journal of Travel Research*, 42(3), 212–225 doi: 10.1177/0047287503258827
- Fyall, A. (2003). Marketing visitor attractions: a collaborative approach. W: A. Fyall, B. Garrod, A. Leask (red.), *Managing Visitor Attractions. New Directions*. Oxford: Butterworth-Heinemann, 236–252.
- Fyall, A., Garrod, B., Leask, A. (red.). (2003). *Managing Visitor Attractions. New Directions*. Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Garrod, B. (2003). Managing visitor impacts. W: A. Fyall, B. Garrod, A. Leask (red.), *Managing Visitor Attractions. New Directions*. Oxford: Butterworth-Heinemann, 124–139.
- Geva, A., Goldman, A. (1991). Satisfaction measurement in guided tours. *Annals of Tourism Research*, 18(2), 177–185.
- Gołembski, G. (1999). Integrated Quality Management – kształtowanie jakości produktu turystycznego w regionie. *Ruch prawniczy, ekonomiczny i socjologiczny*, 4(3), 221–231.
- Gołembski, G. (red.). (2002). *Metody stymulowania rozwoju turystyki w ujęciu przestrzennym*. Poznań: Wyd. Akademii Ekonomicznej.
- Goodall, B. (1990). The Dynamics of Tourism Place Marketing. W: B. Goodall, G. Ashworth, (red.). *Marketing Tourism Places*. London: Routledge, 259–279
- Grönroos, Ch. (1982). *Strategic Management and Marketing in the Service Sector*. Helsingfors: Swedish School of Economics and Business Administration.
- Gunn, C.A. (1972). *Vacationscape: designing tourist regions*. Austin: Bureau of Business Research, University of Texas at Austin.
- Haber, S., Lerner, M. (1999). Correlates of Tourist Satisfaction. *Annals of Tourism Research*, 26(1), 197–201.

- Hall, C.M., Pigginn, R. (2002). Tourism business knowledge of World Heritage sites: a New Zealand case study. *International Journal of Tourism Research*, 4(5), 401–411. doi: 10.1002/jtr.391
- Hein, G.E. (2004). *Learning in the Museum. Museum Meanings*. London – New York: Routledge.
- Jain, S.K., Gupta, G. (2004). Measuring Service Quality: SERVQUAL vs. SERVPERF Scales. *Vikalpa*, 29(2), 25–38.
- Jaremen, D.E. (2008). Metody i techniki oceny jakości w sferze usług turystycznych. *Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu*, 8(2), 133–144.
- Jezior, J. (2013). Metodologiczne problemy zastosowania skali Likerta w badaniach postaw wobec bezrobocia. *Przegląd Socjologiczny*, 62, 117–138.
- Jia, Z., Yang, Y., Gao, W., Chen, X. (2015). *User-based collaborative filtering for tourist attraction recommendations*. IEEE International Conference on Computational Intelligence & Communication Technology, IEEE. doi: 10.1109/CICT.2015.20
- Kano, N., Seraku, N., Takahashi, F., Tsuji, S. (1984). Attractive Quality and Must-Be Quality. *The Journal of the Japanese Society for Quality Control*, 14(2), 147–156.
- Kosmaczewska, J. (2012). Wykorzystanie metody SERVQUAL w monitoringu jakości usług agroturystycznych w Polsce – założenia teoretyczne. *Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego. Ekonomiczne Problemy Turystyki*, 3(19), 9–18.
- Kouthouris, C., Alexandris, K. (2005). Can Service Quality Predict Customer Satisfaction and Behavioral Intentions in the Sport Tourism Industry? An Application of the SERVQUAL Model in an Outdoors Setting. *Journal of Sport and Tourism*, 10(2), 101–111.
- Kozak, M., Rimmington, M. (2000). Tourist Satisfaction with Mallorca, Spain, as an Off-Season Holiday Destination. *Journal of Travel Research*, 38(3), 260–270.
- Koźuchowski, K. (2005). *Walory przyrodnicze w turystyce i rekreacji*. Poznań: Wydawnictwo Kurpisz.
- Kruczek, Z. (2005). Metody badań atrakcji turystycznych. W: R. Winiarski, W. Alejski (red.), *Turystyka w badaniach naukowych*. Kraków: Wyd. AWF; Rzeszów: Wyd. WSliZ, 35–46.
- Kruczek, Z. (2011). *Atrakcje turystyczne. Fenomen, typologia, metody badań*. Kraków: Proksenia.
- Kruczek, Z. (2002). Atrakcje turystyczne. Metody oceny ich odbioru – interpretacja. *Folia Turistica*, 13, 37–61.
- Krzyżanowska, M., Wajner, R. (2000). CIT – metoda badania jakości usług. *Problemy Jakości*, 11, 9–12.
- Leask, A. (2002). The nature and purpose of visitor attractions. W: A. Fyall, B. Garrod, A. Leask (red.), *Managing Visitor Attractions. New Directions*. London: Routledge, 26–36.
- Leask, A. (2010). Progress in visitor attraction research: Towards more effective management. *Tourism Management*, 31(2), 155–166. doi: 10.1016/j.tourman.2009.09.004
- Leask, A., Fyall, A. (2012). *Managing World Heritage Sites*. Francis, Taylor.
- Leask, A., Fyall, A., Barron, P. (2013). Generation Y: An Agenda for Future Visitor Attraction Research. *International Journal of Tourism Research*, 16(5), 462–471. doi: 10.1002/jtr.1940
- Leiper, N. (1990). Tourist attraction system. *Annals of Tourism Research*, 17(3), 367–384.
- Lew, A.A. (1987). A Framework of Tourist Attraction Research. *Annals of Tourism Research*, 14, 533–575.
- Light, D. (1995). Heritage as informal education. W: D.T. Herbert (red.), *Heritage, Tourism and Society*. London: Mansel, 117–145.
- Lipianin-Zontek, E., Szewczyk, I. (2014). Postrzeganie i ocena atrakcji turystycznych przez turystów jako czynnik implikujący programy rozwoju i promocji produktów turystycznych regionu. *Turystyka i Rozwój Regionalny*, 1, 57–67.
- Lundberg, D.E. (1985). *The Tourist Business*. New York: Van Nostrand Reinhold.
- MacCannell, D. (2002). *Turysta: nowa teoria klasy próżniaczej*. Warszawa: Wyd. Muza S.A.
- Middleton, V.T.C., Clarke, J. (2001). *Marketing in Travel and Tourism*. London: Routledge.
- Mill, R.C., Morrison, A.M. (2002). *The Tourism System*. Kendall/Hunt Publishing company.
- Moscardo, G. (1999). *Making Visitors Mindful. Principles for Creating Quality Sustainable Visitor Experiences through Effective Communication*. Champaign, Illinois: Sagamore Publishing.
- Nowacki, M. (2001). Analiza jakości produktu atrakcji turystycznych na przykładzie muzeów i innych obiektów dziedzictwa zachodniej Polski. *Muzealnictwo*, 43, 78–86.
- Nowacki, M. (2002). Ocena jakości produktu atrakcji turystycznej z wykorzystaniem metody SERVQUAL. *Turyzm*, 12(1), 55–73.

- Nowacki, M. (2003). Wrażenia osób zwiedzających atrakcje turystyczne. *Folia Turistica*, 14, 117–132.
- Nowacki, M. (2005). Motywy, korzyści i zadowolenie osób zwiedzających atrakcje krajoznawcze. *Folia Turistica*, 16, 89–104.
- Nowacki, M. (2006). Visitor learning at heritage sites. *Studies in Physical Culture and Tourism*, 13(1), 49–58.
- Nowacki, M. (2007). Metody i kierunki badań atrakcji turystycznych. *Problemy Turystyki*, 30(1–4), 59–72.
- Nowacki, M. (2009). Quality of visitor attractions, satisfaction, benefits and behavioural intentions of visitors: Verification of a model. *International Journal of Tourism Research*, 11(3), 297–309.
- Nowacki, M. (2012). *Atrakcje turystyczne: koncepcje, stan, determinanty zadowolenia osób zwiedzających*. Poznań: Wyd. AWF.
- Nowacki, M. (2014). Zarządzanie atrakcjami turystycznymi w świetle aktualnych badań. *Folia Turistica*, 31, 31–51.
- Oh, H. (2001). Revisiting importance-performance analysis. *Tourism Management*, 22(6), 617–627.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V., Berry, L.L. (1988). SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12–40.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V., Berry, L.L. (1990). *Delivering Quality Service*. New York: Free Press.
- Podemski, K. (2004). *Socjologia podróży*. Poznań: Wyd. Naukowe UAM.
- Potocka, J. (2009). Atrakcyjność turystyczna i metody jej identyfikacji. W: Z. Młynarczyk, A. Zajadacz (red.), *Uwarunkowania i plany rozwoju turystyki*, t. 3. *Walory i atrakcje turystyczne, potencjał turystyczny, plany rozwoju turystyki*. Poznań: Wydawnictwo Naukowe, 19–31.
- Prentice, R.C., Beeho, A.J. (1995). Evaluating the Experiences and Benefits Gained by Tourists Visiting a Socio-Industrial Heritage Museum: An Application of ASEB Grid Analysis to Blists Hill Open-Air Museum, the Ironbridge Gorge Museum, United Kingdom. *Museum Management and Curatorship*, 14(3), 229–251.
- Prentice, R.C., Witt, S.F., Hamer, C. (1998). Tourism as Experience: The Case of Heritage Parks. *Annals of Tourism Research*, 25(1), 1–24.
- Purchla, J. (red.). (2011). *Zarządzanie miejscami wpisanymi na Listę Światowego Dziedzictwa UNESCO w Polsce i w Norwegii*. Kraków: Międzynarodowe Centrum Kultury.
- Richards, W.L. (2003). *Marketing atrakcji turystycznych: jak zwiększyć frekwencję i dochody*. Pearson Longan. Warszawa: Polska Organizacja Turystyczna.
- Ryan, C. (1995). *Researching tourist satisfaction. Issues, concepts, problems*. London, New York: Routledge.
- Saaty, R.W. (1987). The analytic hierarchy process – what it is and how it is used. *Mathematical Modeling*, 9(3–5), 161–176.
- Scottish Tourist Board. (1991). *Tourist Attractions: A Development Guide*. Edinburgh: Scottish Tourist Board.
- Shoval, N., Raveh, A. (2004). Categorisation of tourist attraction and the modeling of tourist cities: based on the co-plot method of multivariate analysis. *Tourism Management*, 25(6), 741–750.
- Stoma, M. (2012). *Modele i metody pomiaru jakości usług*. Lublin: Q&R Polska.
- Swarbrooke, J. (2002). *Development and Management of Visitor Attractions*. Oxford: Reed Educational and Professional Publishing Ltd.
- Tomas, S., Scott, D., Crompton, J. (2002). An investigation of the relationships between quality of service performance, benefits sought, satisfaction and future intention to visit among visitors to a zoo. *Managing Leisure*, 7(4), 239–250.
- Urbaniak, A.M. (2014). Zastosowanie metody SERVPERF w ocenie jakości usług rekreacyjnych ze szczególnym uwzględnieniem usług świadczonych przez parki wodne. *Acta Universitatis Nicolai Copernici. Zarządzanie*, 41(1), 55–65. doi: 10.12775/AUNC_ZARZ.2014.004
- Urry, J. (2007). *Spojrzenie turysty*. Warszawa: PWN.
- Van Raaij, W.F. (1986). Expectations, Actual Experience and Satisfaction. A Reply. *Annals of Tourism Research*, 14, 141–142.
- Vittersø, J., Vorkinn, M., Vistad, O.I., Vaagland, J. (2000). Tourist Experiences and Attractions. *Annals of Tourism Research*, 27(2), 432–450.

- Wall, G. (1977). Tourism attractions: points, lines, and areas. *Annals of Tourism Research*, 24(1), 240–243.
- Walsh-Heron, J., Stevens, T. (1990). *The management of tourist attractions and events*. New Jersey: Prentice-Hall.
- Wang, X., Li, X.R., Zhen, F., Zhang, J. (2016). How smart is your tourist attraction?: Measuring tourist preferences of smart tourism attractions via a FCEM-AHP and IPA approach. *Tourism Management*, 54, 309–320. doi: 10.1016/j.tourman.2015.12.003
- Warszyńska, J., Jackowski, A. (1978). *Podstawy geografii turystyki*. Warszawa: PWN.
- Watson, S., McCracken, M., Hughes, M. (2004). Scottish visitor attractions: managerial competence requirements. *Journal of European Training*, 28(1), 39–66.
- Weiermair, K., Fuchs, M. (1999). Measuring Tourist Judgment on Service Quality. *Annals of Tourism Research*, 26(4), 1004–1021.
- Wiza, A. (2004). Atrakcje turystyczne w kontekście współczesnej turystyki. W: S. Bosiacki, J. Grell (red.), *Gospodarka turystyczna w XXI w. Szanse i bariery rozwoju w warunkach integracji międzynarodowej*. Poznań: Wyd. AWF, 195–198.
- Wyrzykowski, J. (1986). Geograficzne uwarunkowania rozwoju urlopowej turystyki wypoczynkowej w Polsce. *Acta Universitatis Wratislaviensis. Studia Geograficzne*, 935, 228–246.
- Yoon, Y., Uysal, M. (2003). An examination of the effects of motivation and satisfaction on destination loyalty: a structural model. *Tourist Management*, 26(1), 45–56.

Gabriela Czapiewska, dr, Akademia Pomorska w Słupsku, Instytut Geografii Społeczno-Ekonomicznej i Turystyki. Zainteresowania naukowo-badawcze i tematyka publikacji koncentrują się wokół problemów rolnictwa oraz wielofunkcyjnego i zrównoważonego rozwoju obszarów wiejskich. Badania autorki obejmują także zagadnienia z zakresu geografii regionalnej.

Gabriela Czapiewska, PhD, Pomeranian University in Słupsk, Institute of Socio-Economic Geography and Tourism. Research issues, as well as publication themes concentrate on the problems of agriculture and multifunctional and sustainable development of rural areas. Author's research also covers issues related to regional geography.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5638-9831>

Adres/address:

Akademia Pomorska w Słupsku
Instytut Geografii Społeczno-Ekonomicznej i Turystyki
ul. Partyzantów 27
76-200 Słupsk
e-mail: gabriela.czapiewska@apsl.edu.pl

PAULINA PILICHOWSKA

Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu, Polska
Wrocław University of Economics and Business, Poland

ALEKSANDRA GŁAŻAŁA

Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu, Polska
Wrocław University of Economics and Business, Poland

Ocena poziomu rozwoju funkcji turystycznej w województwach Polski

Assessment of the level of development of the tourist function of Polish Voivodeships

Streszczenie: Złożone zjawisko, jakim jest turystyka, warunkuje rozwój lokalny i regionalny. Działalność turystyczną najczęściej postrzega się przez pryzmat komplementarności w stosunku do podstawowych dziedzin życia społeczno-gospodarczego danego obszaru. Do obszarów pełniących funkcję turystyczną zalicza się te, które ze względu na posiadane walory, infrastrukturę turystyczną i komunikacyjną stanowią punkt docelowy ruchu turystycznego. Celem opracowania jest klasyfikacja oraz ocena zróżnicowania województw Polski ze względu na stopień rozwoju funkcji turystycznej. W badaniu wykorzystano wskaźniki rozwoju funkcji turystycznej: Baretje'a-Deferta, gęstości bazy noclegowej, wskaźnik Schneidera i Deferta. W oparciu o ich wartości ustalono pozycje określające stopień rozwoju funkcji turystycznej w 16 województwach Polski. Zakres czasowy badań, z uwagi na dostępność danych wykorzystanych w opracowaniu, obejmuje lata 2015 i 2019. Analizę przeprowadzono na podstawie informacji statystycznych pochodzących z bazy danych GUS.

Abstract: The complex phenomenon of tourism determines local and regional development. Tourism activity is most often perceived through the prism of complementarity with the basic areas of socio-economic life in a given area. Areas with a tourist function include those which, due to their values, tourist and communication infrastructure, are a destination for tourist traffic. The aim of the study is to classify and assess the diversity of Polish voivodeships in terms of the degree of development of the tourist function. The study used indicators of the development of the tourist function: Baretje-Defert, accommodation density, Schneider and Defert index. Based on their values, positions determining the degree of development of the tourist function in 16 voivodeships of Poland were established. The time range of the research, due to the availability of data used in the study, covers the years 2015 and 2019. The analysis was based on statistical information from the Central Statistical Office database.

Słowa kluczowe: funkcja turystyczna; stopień rozwoju funkcji turystycznej; wskaźniki rozwoju funkcji turystycznej

Keywords: indicators of the development of the tourist function; the degree of development of the tourist function; tourist function

Otrzymano: 10 lipca 2021

Received: 10 July 2021

Zaakceptowano: 3 sierpnia 2021

Accepted: 3 August 2021

Sugerowana cytacja / Suggested citation:

Pilichowska, P., Gładka, A. (2021). Ocena poziomu rozwoju funkcji turystycznej w województwach Polski. *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego*, 35(3), 24–40, doi: <https://doi.org/10.24917/20801653.353.2>

WSTĘP

Turystyka stanowi istotny czynnik warunkujący rozwój lokalny i regionalny. Jest traktowana jako zjawisko złożone, które swoim zasięgiem obejmuje sferę ekonomiczną, społeczną, przestrzenną, a także kulturową. Działalność turystyczną najczęściej postrzega się przez pryzmat komplementarności w stosunku do podstawowych dziedzin życia społeczno-gospodarczego danego obszaru. Współcześnie jej głównym celem jest stymulowanie rozwoju na obszarach, gdzie proces rozwoju funkcji turystycznej znajduje się w fazie początkowej lub jeszcze się nie rozpoczął (Przybylska, 2010; Synówka-Bejenka, 2017).

Funkcja turystyczna (wypoczynkowa) obszaru w literaturze przedmiotu najczęściej określana jest jako szeroko rozumiana działalność społeczno-ekonomiczna, pełniona przez określony obszar i skierowana na obsługę turystów. W tradycyjnym, dość wąskim ujęciu, przyjmuje się, że jeśli turystyka na danym obszarze pełni dominującą rolę, wówczas pełni on funkcje turystyczne, a więc można go określić mianem regionu turystycznego. W szerokim ujęciu przyjmuje się, że obszar, który charakteryzuje się w pełni wykształconą funkcją turystyczną to taki obszar, gdzie występują walory i zagospodarowanie turystyczne oraz który jest odwiedzany przez turystów (Derek, 2008; Szromek, 2012). Funkcja turystyczna, która w danych regionach czy miejscowościach stanowi funkcję podstawową, prowadzi obecnie do szeregu przekształceń w zakresie całej gospodarki (Hendel, 2016).

Określenie wartości funkcji turystycznej w aspekcie ekonomicznym następuje poprzez wykorzystanie wskaźników, których syntetyczna wartość pozwala na sprecyzowanie czy poziom rozwoju funkcji turystycznej danego regionu lub miejscowości można uznać za wysoki (Piotrowski, 2015: 59–60). Do grupy podstawowych miar służących ocenie rozwoju funkcji turystycznej danego obszaru zalicza się (Stec, 2013; Szromek 2012; Niemczyk, Zaćlona, 2013; Widz, 2020):

- wskaźnik funkcji turystycznej Baretje’a-Deferta (W_{BD}) – wyrażony liczbą turystycznych miejsc noclegowych przypadającą na liczbę stałych mieszkańców;
- wskaźnik gęstości bazy noclegowej¹ (W_{GBN}) – wyrażony liczbą turystycznych miejsc noclegowych w przeliczeniu na 1 km² powierzchni;
- wskaźnik intensywności ruchu turystycznego według Schneidera (W_{Sch}) – wyrażony liczbą turystów w przeliczeniu na 100 mieszkańców;
- wskaźnik funkcji turystycznej Deferta (W_D) – wyrażony liczbą turystów w przeliczeniu na 1 km² powierzchni.

¹ W skład bazy noclegowej w Polsce wliczane są obiekty noclegowe, wśród których zgodnie z GUS wyróżnia się hotele, motele, pensjonaty, inne obiekty hotelowe, domy wycieczkowe, schroniska, ośrodki wczasowe, kolonijne, szkoleniowo-wypoczynkowe, domy pracy twórczej, zespoły domków turystycznych, campingi, pola biwakowe, hostele, zakłady uzdrowiskowe, kwatery prywatne, agroturystyki oraz pozostałe obiekty niesklasyfikowane.

Powyższe wskaźniki pozwalają na pomiar poziomu zagospodarowania przestrzennego (W_{BD} i W_{GBN}) oraz intensywności ruchu turystycznego (W_{Sch} i W_D) (Niemczyk, Załona, 2013: 14).

CEL PRACY, HIPOTEZA BADAWCZA, METODY I OBSZARY BADAŃ

Głównymi celami opracowania było:

1. Uporządkowanie województw Polski ze względu na wskaźniki określające poziom zagospodarowania turystycznego (W_{BD} i W_{GBN}) oraz intensywność ruchu turystycznego (W_{Sch} i W_D).
2. Klasyfikacja województw Polski ze względu na stopień rozwoju funkcji turystycznej. Postawiono następującą hipotezę badawczą: województwa Polski wykazują duże zróżnicowanie ze względu na stopień rozwoju funkcji turystycznej.

Badaniem objęto 16 województw Polski w latach 2015 i 2019.

Do realizacji postawionych celów i zweryfikowania hipotezy badawczej posłużono się kwerendą literatury przedmiotu oraz danymi statystycznymi pochodzącymi z bazy danych GUS.

Pomiar rozwoju funkcji turystycznej został dokonany przy pomocy tradycyjnych wskaźników funkcji turystycznej:

1. Wskaźnik Baretje'a Deferta:

$$W_{BD} = \frac{\text{liczba turystycznych miejsc noclegowych}}{\text{liczba stałych mieszkańców}} \quad (1)$$

2. Wskaźnik gęstości bazy noclegowej:

$$W_{GBN} = \frac{\text{liczba turystycznych miejsc noclegowych}}{1 \text{ km}^2 \text{ powierzchni}} \quad (2)$$

3. Wskaźnik Schneidera:

$$W_{Sch} = \frac{\text{liczba turystów}}{100 \text{ mieszkańców}} \quad (3)$$

4. Wskaźnik Deferta:

$$W_D = \frac{\text{liczba turystów}}{1 \text{ km}^2 \text{ powierzchni}}$$

Postępowanie badawcze składało się z następujących etapów: po zebraniu danych statystycznych i ocenie ich kompletności, obliczono wartości wskaźników. Na ich podstawie opracowano ranking województw Polski ze względu na analizowane zmienne, by następnie w oparciu o wartość wskaźnika (W_{RFT}) określić pozycję rozwoju funkcji turystycznej w poszczególnych województwach (tabela 1). Pozycje te pozwoliły na interpretację stopnia rozwoju funkcji turystycznej, o który uzupełniono tabelę 1.

W badaniach empirycznych posłużono się podstawowymi parametrami opisowymi. Wyniki badań zaprezentowano w postaci opisu tabelarycznego i graficznego.

Tabela 1. Kryteria klasyfikacji funkcji turystycznej obszarów wraz z kryterium syntetycznym

Pozycja określająca stopień rozwoju funkcji turystycznej – stymulanta ($P_{RFT}(P_x)$)	Poziom zagospodarowania turystycznego		Intensywność ruchu turystycznego		Wskaźnik rozwoju funkcji turystycznej (W_{RFT})	Stopień rozwoju funkcji turystycznej
	Wskaźnik Baretje'a-Deferta (W_{BD})	Wskaźnik gęstości bazy noclegowej (W_{GNB})	Wskaźnik Schneidera (W_{Sch})	Wskaźnik Deferta (W_D)		
	Miejsca noclegowe na 100 mieszkańców	Miejsca noclegowe na 1 km ² powierzchni	Liczba turystów na 100 mieszkańców	Liczba turystów na 1 km ² powierzchni	$(P_{BD} + P_{GNB} + P_{Sch} + P_D) / 16$	
0	0,00–0,78	0,00–0,78	0,0–7,8	0,0–15,6	0,00–0,10	brak
1	0,78–6,25	0,78–6,25	7,8–62,5	15,6–125	0,10–0,30	niski
2	6,25–25,00	6,25–25,00	62,5–250	125–500	0,30–0,60	średni
3	25,00–50,00	25,00–50,00	250–500	500–1000	0,60–0,80	wysoki
4	50,00 i więcej	50,00 i więcej	500 i więcej	1000 i więcej	0,80–1,00	bardzo wysoki

P_{RFT} – pozycja określająca stopień rozwoju funkcji turystycznej

W_{BD} – wskaźnik Baretje'a-Deferta: liczba miejsc noclegowych przypadająca na 100 mieszkańców

W_{GNB} – wskaźnik gęstości bazy noclegowej: liczba miejsc noclegowych przypadających na 1 km²

W_{Sch} – wskaźnik Schneidera: liczba turystów przypadająca na 100 mieszkańców

W_D – wskaźnik Deferta: liczba turystów przypadająca na 1 km² powierzchni

W_{RFT} – wartość wskaźnika rozwoju funkcji turystycznej

P_{BD} – pozycja określająca poziom zagospodarowania przestrzennego mierzona wskaźnikiem Baretje'a-Deferta

P_{GNB} – pozycja określająca poziom zagospodarowania przestrzennego mierzona wskaźnikiem gęstości bazy noclegowej

P_{Sch} – pozycja określająca poziom intensywności ruchu turystycznego mierzona wskaźnikiem Schneidera

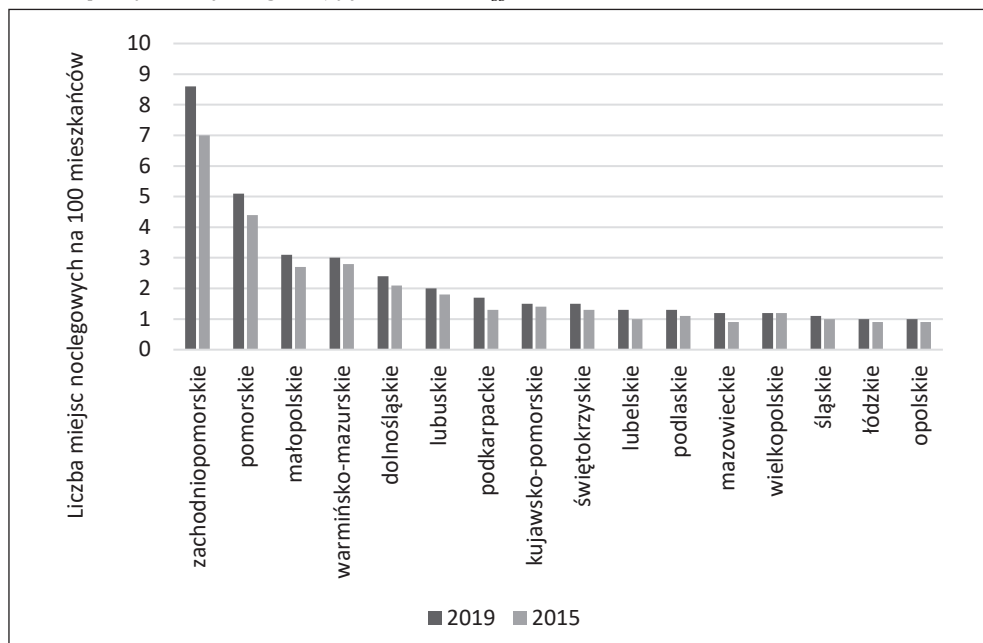
P_D – pozycja określająca poziom intensywności ruchu turystycznego mierzona wskaźnikiem Deferta

Źródło: opracowanie własne na podstawie: Szromek (2012)

WYNIKI BADAŃ

Na rycinie 1 przedstawiono liczbę miejsc noclegowych przypadających na 100 mieszkańców (W_{BD}) w poszczególnych województwach Polski, uporządkowaną wg malejących wartości w 2019 roku. Z analizy danych wynika, że największą liczbę miejsc noclegowych na 100 mieszkańców w obu analizowanych latach posiadały województwo zachodniopomorskie i pomorskie. Województwo małopolskie, które w 2019 roku zajmowało 3 pozycję, w 2015 roku znalazło się na pozycji 4 za województwem warmińsko-mazurskim. Najmniejszą liczbę miejsc noclegowych na 100 mieszkańców w 2019 roku odnotowano w województwach opolskim, łódzkim i śląskim. W 2015 roku oprócz województwa opolskiego i łódzkiego najmniej miejsc noclegowych w przeliczeniu na 100 mieszkańców posiadało województwo mazowieckie.

Rycina 1. Liczba miejsc noclegowych na 100 mieszkańców (W_{BD}) w województwach w Polsce w latach 2015 i 2019, uporządkowanych wg malejących wartości W_{BD} w 2019 r.



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS

W tabeli 2 przedstawiono lokaty polskich województw ze względu na liczbę miejsc noclegowych przypadających na 100 mieszkańców (W_{BD}).

Z analizy danych wynika, że liczba miejsc noclegowych przypadająca na 100 mieszkańców najbardziej wzrosła w województwie zachodniopomorskim: z 7 miejsc noclegowych w 2015 roku do 8,6 miejsca w 2019 roku. Województwo to w badanym okresie zajmowało najwyższą, 1 lokatę. Równie wysoką, 2 lokatę w obu badanych latach zajmowało województwo pomorskie. Województwo mazowieckie przesunęło się w górę tabeli o 3 lokaty, co nieznacznie poprawiło jego niską pozycję: z 15 w 2015 roku na pozycję 12 w 2019 roku. Województwo lubelskie poprawiło swoją pozycję o 2 lokaty, a województwa małopolskie i podkarpackie o 1. Najniższą, 16 lokatę w badanych

Tabela 2. Lokaty województw Polski ze względu na liczbę miejsc noclegowych przypadających na 100 mieszkańców w latach 2015 i 2019

Lp.	Województwo	Rok 2015		Rok 2019		Zmiany w lokatach 2015–2019	
		W_{BD}	Lokata	W_{BD}	Lokata	Województwo	Zmiany
1	dolnośląskie	2,1	5	2,4	5	dolnośląskie	0
2	kujawsko-pomorskie	1,4	7	1,5	8	kujawsko-pomorskie	-1
3	lubelskie	1,0	12	1,3	10	lubelskie	2
4	lubuskie	1,8	6	2,0	6	lubuskie	0
5	łódzkie	0,9	14	1,0	15	łódzkie	-1
6	małopolskie	2,7	4	3,1	3	małopolskie	1
7	mazowieckie	0,9	15	1,2	12	mazowieckie	3
8	opolskie	0,9	16	1,0	16	opolskie	0
9	podkarpackie	1,3	8	1,7	7	podkarpackie	1
10	podlaskie	1,1	11	1,3	11	podlaskie	0
11	pomorskie	4,4	2	5,1	2	pomorskie	0
12	śląskie	1,0	13	1,1	14	śląskie	-1
13	świętokrzyskie	1,3	9	1,5	9	świętokrzyskie	0
14	warmińsko-mazurskie	2,8	3	3,0	4	warmińsko-mazurskie	-1
15	wielkopolskie	1,2	10	1,2	13	wielkopolskie	-3
16	zachodniopomorskie	7,0	1	8,6	1	zachodniopomorskie	0

Legenda: W_{BD} – wskaźnik Baretje'a-Deferta; liczba miejsc noclegowych przypadająca na 100 mieszkańców

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS

latach zajęło województwo opolskie. Województwo wielkopolskie przesunęło się w dół tabeli o 3 pozycje, mimo iż wartość analizowanej zmiennej nie zmniejszyła się i w badanych latach wyniosła 1,2. Większość województw nieznacznie zwiększyło lub utrzymało swoją pozycję z roku bazowego.

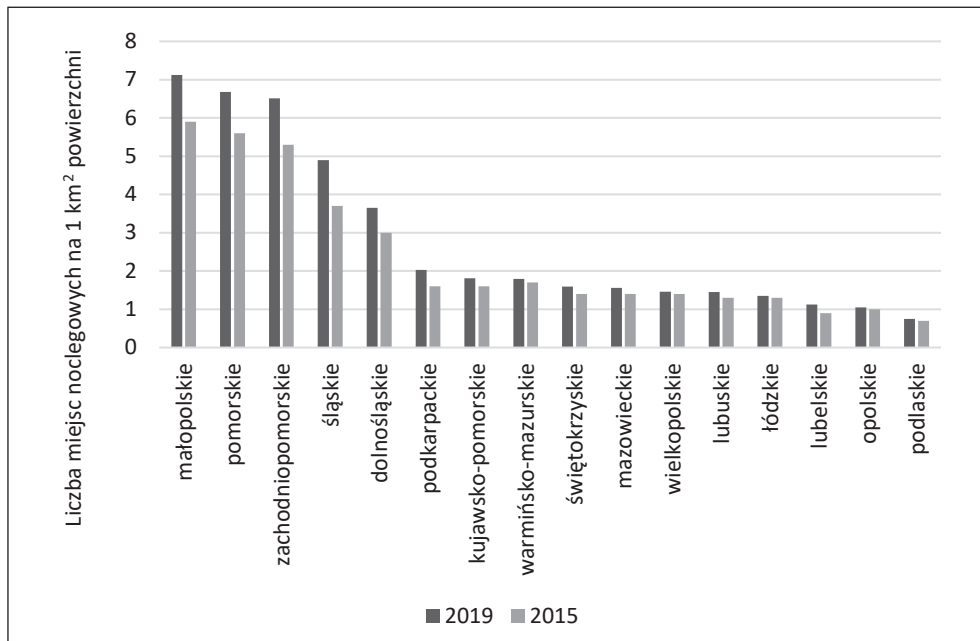
Na rycinie 2 przedstawiono liczbę miejsc noclegowych przypadających na 1 km² powierzchni w województwach w Polsce, uporządkowaną wg malejących wartości w 2019 roku (W_{GN}).

Analiza danych pokazała, że największą liczbę miejsc noclegowych na 1 km² powierzchni w roku bazowym i w 2019 roku posiadają województwa: małopolskie, pomorskie i zachodniopomorskie. Najmniej miejsc noclegowych na 1 km² powierzchni znajduje się w województwach podlaskim, opolskim i lubelskim.

W tabeli 3 przedstawiono lokaty województw Polski ze względu na liczbę miejsc noclegowych przypadających na 1 km² powierzchni (W_{GN}).

Z analizy zawartych w niej danych wynika, że województwo podkarpackie jako jedyne poprawiło swoją pozycję o 2 lokaty, nieznacznie zwiększając liczbę miejsc noclegowych przypadających na 1 km² powierzchni z 1,6 w 2015 roku do 2,0 w 2019 roku. Województwo podlaskie zarówno w roku 2015, jak i w 2019 zajmowało ostatnią – 16. lokatę. Województwa, które zajmowały najwyższe lokaty i nie obniżyły ich w 2015 i w 2019 roku to: małopolskie (1 lokata), pomorskie (2 lokata) i zachodniopomorskie (3 lokata). Liczba miejsc noclegowych przypadająca na 1 km² powierzchni w badanych latach zwiększyła się tam średnio o ponad 20%.

Rycina 2. Liczba miejsc noclegowych na 1 km² powierzchni (W_{GBN}) w województwach w Polsce w latach 2015 i 2019, uporządkowanych wg malejących wartości W_{GBN} w 2019 r.



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS

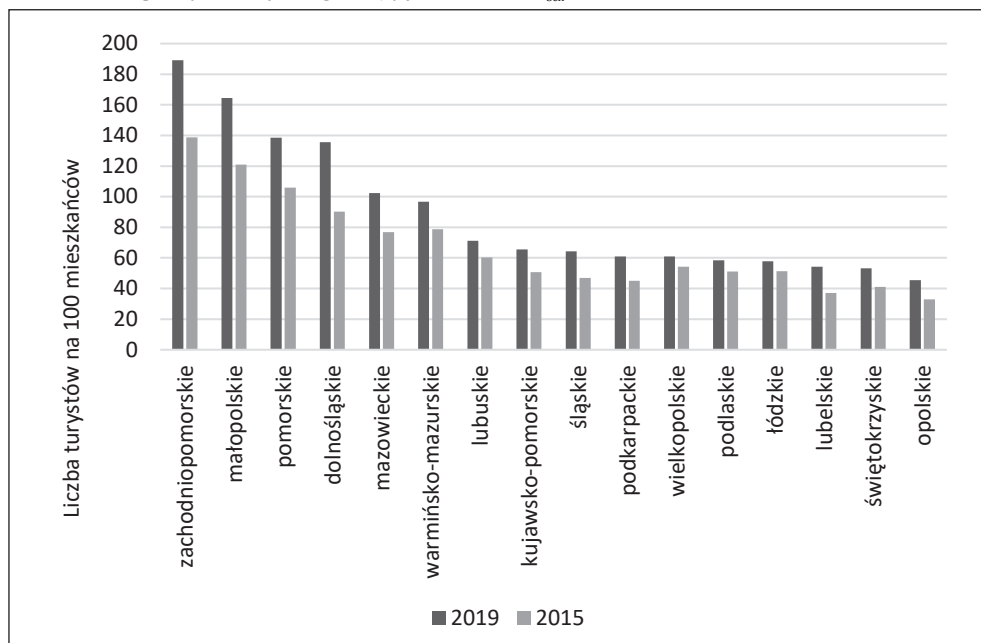
Tabela 3. Lokaty województw Polski ze względu liczbę miejsc noclegowych przypadającą na 1 km² powierzchni w latach 2015 i 2019

Lp.	Województwo	Rok 2015		Rok 2019		Zmiany w lokatach 2015-2019	
		W_{GBN}	Lokata	W_{GBN}	Lokata	Województwo	Zmiany
1	dolnośląskie	3,0	5	3,7	5	dolnośląskie	0
2	kujawsko-pomorskie	1,6	7	1,8	7	kujawsko-pomorskie	0
3	lubelskie	0,9	15	1,1	14	lubelskie	1
4	lubuskie	1,3	12	1,5	12	lubuskie	0
5	łódzkie	1,3	13	1,4	13	łódzkie	0
6	małopolskie	5,9	1	7,1	1	małopolskie	0
7	mazowieckie	1,4	9	1,6	10	mazowieckie	-1
8	opolskie	1,0	14	1,1	15	opolskie	-1
9	podkarpackie	1,6	8	2,0	6	podkarpackie	2
10	podlaskie	0,7	16	0,8	16	podlaskie	0
11	pomorskie	5,6	2	6,7	2	pomorskie	0
12	śląskie	3,7	4	4,9	4	śląskie	0
13	świętokrzyskie	1,4	10	1,6	9	świętokrzyskie	1
14	warmińsko-mazurskie	1,7	6	1,8	8	warmińsko-mazurskie	-2
15	wielkopolskie	1,4	11	1,5	11	wielkopolskie	0
16	zachodniopomorskie	5,3	3	6,5	3	zachodniopomorskie	0

W_{GBN} – wskaźnik gęstości bazy noclegowej; liczba miejsc noclegowych przypadających na 1 km²

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS

Rycina 3. Liczba turystów przypadających na 100 mieszkańców (W_{Sch}) w województwach w Polsce w latach 2015 i 2019, uporządkowanych wg malejących wartości W_{Sch} w 2019 r.



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS

Na rycinie 3 przedstawiono liczbę turystów przypadających na 100 mieszkańców (W_{Sch}) w województwach w Polsce, uporządkowaną wg malejących wartości w 2019 roku.

Z analizy danych wynika, że w 2019 roku i w 2015 roku największą liczbę turystów odnotowano w województwie zachodniopomorskim. Liczba turystów przypadających na 100 mieszkańców wzrosła tu o ponad 36%: z 138,7 w 2015 roku do 189,1 w 2019 roku. Wysokie pozycje zajmowały również województwa małopolskie i pomorskie. Najmniejsza liczba turystów w badanych latach odwiedziła województwo opolskie, świętokrzyskie i lubelskie.

W tabeli 4 przedstawiono kształtowanie się lokat województw Polski ze względu na liczbę turystów przypadających na 100 mieszkańców (W_{Sch}).

Tabela 4. Lokaty województw Polski ze względu na liczbę turystów przypadających na 100 mieszkańców w latach 2015 i 2019

Lp.	Województwo	Rok 2015		Rok 2019		Zmiany w lokatach 2015–2019	
		WSch	Lokata	WSch	Lokata	Województwo	Zmiany
1	dolnośląskie	90,2	4	135,6	4	dolnośląskie	0
2	kujawsko-pomorskie	50,6	11	65,5	8	kujawsko-pomorskie	3
3	lubelskie	37,1	15	54,3	14	lubelskie	1
4	lubuskie	60,4	7	71,2	7	lubuskie	0
5	łódzkie	51,3	9	57,9	13	łódzkie	-4
6	małopolskie	120,9	2	164,4	2	małopolskie	0
7	mazowieckie	76,9	6	102,3	5	mazowieckie	1

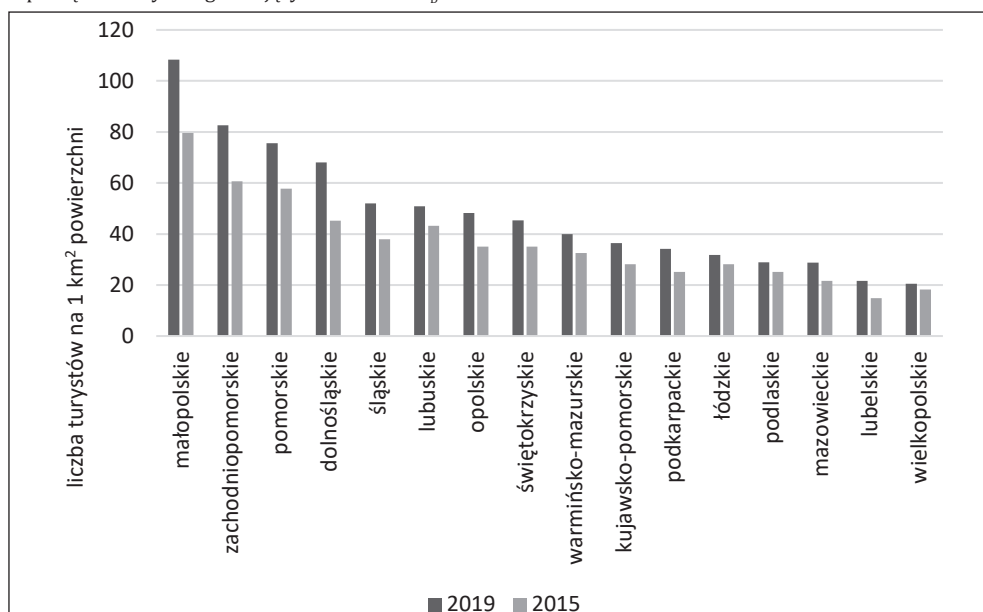
8	opolskie	32,9	16	45,4	16	opolskie	0
9	podkarpackie	45,0	13	61,0	10	podkarpackie	3
10	podlaskie	51,0	10	58,4	12	podlaskie	-2
11	pomorskie	105,8	3	138,5	3	pomorskie	0
12	śląskie	46,9	12	64,2	9	śląskie	3
13	świętokrzyskie	41,1	14	53,1	15	świętokrzyskie	-1
14	warmińsko-mazurskie	78,7	5	96,6	6	warmińsko-mazurskie	-1
15	wielkopolskie	54,2	8	61,0	11	wielkopolskie	-3
16	zachodniopomorskie	138,7	1	189,1	1	zachodniopomorskie	0

W_{sch} – wskaźnik Schneidera: liczba turystów przypadająca na 100 mieszkańców

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS

Najwyższą – 1 i 2 lokatę w roku 2015 roku i w 2019 zajmowały województwa zachodniopomorskie i małopolskie, w których liczba turystów przypadająca na 100 mieszkańców w badanych latach wzrosła o ponad 36%. Województwo pomorskie i dolnośląskie zajmowały wysoką 3 i 4 lokatę. W badanych okresie o 50% wzrosła liczba turystów przypadająca na 100 mieszkańców w województwie dolnośląskim (z 90,2 w 2015 roku do 135,6 w 2019). O 40% liczba ta zwiększyła się w województwie opolskim, które niezależnie od tego w analizowanych latach zajmowało ostatnią – 16 lokatę. Województwa kujawsko-pomorskie, podkarpackie i śląskie poprawiły w 2019 roku swoje lokaty o 3 pozycje w stosunku do roku bazowego. Województwa, które obniżyły swoje pozycje w badanych latach to łódzkie – o 4 lokaty i wielkopolskie o 3 lokaty. Większość województw Polski w 2019 roku utrzymało swoją pozycję z roku bazowego lub nieznacznie ją poprawiło.

Rycina 4. Liczba turystów na 1 km² powierzchni (W_p) w województwach w Polsce w latach 2015 i 2019, uporządkowanych wg malejących wartości W_p w 2019 r.



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS

Na rycinie 4 przedstawiono liczbę turystów przypadających na 1 km² powierzchni w województwach Polski, uporządkowanych wg malejących wartości w 2019 roku (W_D).

Z tej analizy wynika, że w obu badanych latach na pozycję lidera wysunęło się województwo małopolskie, przed województwami zachodniopomorskim i pomorskim. Najmniej turystów w przeliczeniu na 1 km² powierzchni w 2019 i w 2015 roku odwiedziło województwo wielkopolskie, lubelskie i mazowieckie.

W tabeli 5 przedstawiono lokaty województw Polski ze względu na liczbę turystów przypadających na 1 km² powierzchni (W_D).

Tabela 5. Lokaty województw Polski ze względu na liczbę turystów przypadających na 1 km² powierzchni w latach 2015 i 2019

Lp.	Województwo	Rok 2015		Rok 2019		Zmiany w lokatach 2015-2019	
		WD	Lokata	WD	Lokata	Województwo	Zmiany
1	dolnośląskie	45,2	4	68,0	4	dolnośląskie	0
2	kujawsko-pomorskie	28,1	10	36,4	10	kujawsko-pomorskie	0
3	lubelskie	14,8	16	21,6	15	lubelskie	1
4	lubuskie	43,2	5	50,9	6	lubuskie	-1
5	łódzkie	28,1	11	31,8	12	łódzkie	-1
6	małopolskie	79,6	1	108,3	1	małopolskie	0
7	mazowieckie	21,6	14	28,8	14	mazowieckie	0
8	opolskie	35,0	8	48,2	7	opolskie	1
9	podkarpackie	25,2	12	34,2	11	podkarpackie	1
10	podlaskie	25,2	13	28,9	13	podlaskie	0
11	pomorskie	57,8	3	75,6	3	pomorskie	0
12	śląskie	38,0	6	52,0	5	śląskie	1
13	świętokrzyskie	35,1	7	45,3	8	świętokrzyskie	-1
14	warmińsko-mazurskie	32,6	9	40,0	9	warmińsko-mazurskie	0
15	wielkopolskie	18,2	15	20,5	16	wielkopolskie	-1
16	zachodniopomorskie	60,6	2	82,6	2	zachodniopomorskie	0

W_D – wskaźnik Deferta: liczba turystów przypadająca na 1 km² powierzchni

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS

W badanych latach najwyższe lokaty zajęły województwa: małopolskie (1 lokata), zachodniopomorskie (2 lokata) i pomorskie (3 lokata). Największy wzrost liczby turystów przypadających na 1 km² powierzchni (o ponad 50%) nastąpił w województwie dolnośląskim: z 45,2 w 2015 roku do 68,0 w 2019 roku. Większość z województw podanych analizie nie zmieniła swojej pozycji lub poprawiła ją o 1 lokatę.

W tabeli 6 przedstawiono podstawowe parametry opisowe umożliwiające ocenę stopnia zróżnicowania województw Polski ze względu na badane wskaźniki oraz zmiany zachodzące w ich wartościach.

Analiza wykazała, że najmniejsze wartości ze względu na wskaźnik WGNB zaobserwowano w województwie podlaskim: 0,7 miejsca na 1 km² w roku 2015 i 0,8 miejsca na 1 km² w roku 2019. Największe wartości dotyczyły WSch i zwiększyły się w województwie zachodniopomorskim ze 138,7 turystów przypadających na 100 mieszkańców w roku bazowym do 189,1 turystów w roku 2019. Największy rozstęp (różnice między największą i najmniejszą wartością) można zaobserwować ze względu na W_{Sch}

(gdzie zwiększył się on o 37,9 turystów w 2019 roku w stosunku do 2015). Najwyższe wartości mediany wystąpiły w W_{Sch} : od roku 2015 wzrosła jej wartość z 52,8 do 64,9, co oznacza, że w ponad 50% województw liczba korzystających z noclegów w przeliczeniu na 100 mieszkańców równała się lub wynosiła więcej niż 64,9. Najniższe wartości mediany wystąpiły w W_{BD} i wyniosły odpowiednio 1,3 miejsca noclegowego w przeliczeniu na 100 mieszkańców w roku 2015 i 1,5 miejsca noclegowego w roku 2019. Z analizy wartości współczynnika zmienności wynika, że zróżnicowanie to było bardzo duże i zwiększyło się w roku 2019 w stosunku do bazowego ze względu na wszystkie analizowane cechy. Zdecydowanie najbardziej województwa różniły się ze względu na W_{BD} , następnie ze względu na W_{GBN} i mniej ze względu na pozostałe wskaźniki.

Tabela 6. Wartości parametrów opisowych dla analizowanych wartości wskaźników w latach 2015 i 2019

Parametry opisowe	W_{BD}		W_{GBN}		W_{Sch}		W_D	
	2015	2019	2015	2019	2015	2019	2015	2019
Minimum	0,9	1,0	0,7	0,8	32,9	45,4	14,8	20,5
Maksimum	7,0	8,6	5,9	7,1	138,7	189,1	79,6	108,3
Rozstęp	6,1	7,6	5,2	6,4	105,8	143,7	64,8	87,8
Mediana	1,3	1,5	1,5	1,7	52,8	64,9	33,8	42,7
Współczynnik zmienności (%)	82,5	86,2	75,1	79,3	46,6	50,4	46,9	50,3

W_{BD} – wskaźnik Baretje’a-Deferta: liczba miejsc noclegowych przypadająca na 100 mieszkańców

W_{GBN} – wskaźnik gęstości bazy noclegowej: liczba miejsc noclegowych przypadających na 1 km²

W_{Sch} – wskaźnik Schneidera: liczba turystów przypadająca na 100 mieszkańców

W_D – wskaźnik Deferta: liczba turystów przypadająca na 1 km² powierzchni

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS

W tabeli 7 przedstawiono zestawienie województw ze względu na poziomy opisywanych wskaźników (P_{RFT}) oraz ze względu na wartość wskaźnika rozwoju funkcji turystycznej (W_{RFT}).

Analiza pozycji ze względu na poziom zagospodarowania przestrzennego mierzona wskaźnikiem Baretje’a-Deferta (W_{BD}) pokazała, że jedynie województwo zachodniopomorskie osiągnęło w 2015 roku i w 2019 roku poziom 2, co oznacza, że charakteryzowało się średnim stopniem rozwoju funkcji turystycznej. Pozostałe województwa ze względu na poziom zagospodarowania przestrzennego mierzone W_{BD} zajmowały pozycję 1, co oznacza, że stopień rozwoju funkcji turystycznej był niski.

Kolejny wskaźnik, mierzący poziom zagospodarowania przestrzennego – gęstość bazy noclegowej (W_{GBN}) pokazał, że w 2015 roku województwo podlaskie osiągnęło pozycję 0, a pozostałe województwa pozycję 1. Stopień rozwoju funkcji turystycznej ze względu na poziom zagospodarowania przestrzennego województwa podlaskiego w 2019 roku poprawił się o 1 pozycję. Na pozycję 2 przesunęły się województwa małopolskie, pomorskie i zachodniopomorskie.

Analiza pozycji ze względu na intensywność ruchu turystycznego mierzona wskaźnikiem Schneidera (W_{Sch}) wykazała, że w 2015 roku województwa dolnośląskie, małopolskie, mazowieckie, pomorskie, warmińsko-mazurskie i zachodniopomorskie osiągnęły poziom 2, co oznacza średni stopień rozwoju funkcji turystycznej. Województwa te utrzymały ten poziom w 2019 roku. W roku bazowym pozostałe województwa osiągnęły

Tabela 7. Pozycje określające stopień rozwoju funkcji turystycznej oraz wartości wskaźników rozwoju funkcji turystycznej w roku 2015 i 2019

Lp.	Woj.	2015						2019							
		Poziomy określające wskaźniki zagospodarowania przestrzennego			Poziomy określające wskaźniki intensywności ruchu turystycznego			W _{RFT}	P _{RFT}	Poziomy określające wskaźniki zagospodarowania przestrzennego			Poziomy określające wskaźniki intensywności ruchu turystycznego		
		P _{BD}	P _{GBN}	P _{Sch}	P _D	P _{Sch}	P _D			P _{BD}	P _{GBN}	P _{Sch}	P _D	P _{RFT}	W _{RFT}
1	DŚL	1	1	2	1	0,31	1	1	1	1	2	1	0,31	2	
2	K-P	1	1	1	1	0,25	1	1	1	1	2	1	0,31	2	
3	LBL	1	1	1	0	0,19	1	1	1	1	1	1	0,25	1	
4	LBU	1	1	1	1	0,25	1	1	1	1	2	1	0,31	2	
5	ŁDZ	1	1	1	1	0,25	1	1	1	1	1	1	0,25	1	
6	MŁP	1	1	2	1	0,31	2	1	2	2	2	1	0,38	2	
7	MAZ	1	1	2	1	0,31	2	1	1	2	2	1	0,31	2	
8	OPO	1	1	1	1	0,25	1	1	1	1	1	1	0,25	1	
9	PKR	1	1	1	1	0,25	1	1	1	1	1	1	0,25	1	
10	PDL	1	0	1	1	0,19	1	1	1	1	1	1	0,25	1	
11	POM	1	1	2	1	0,31	2	1	2	2	2	1	0,38	2	
12	ŚL	1	1	1	1	0,25	1	1	1	2	1	1	0,31	2	
13	ŚW	1	1	1	1	0,25	1	1	1	1	1	1	0,25	1	
14	W-M	1	1	2	1	0,31	2	1	1	2	1	1	0,31	2	
15	WLKP	1	1	1	1	0,25	1	1	1	1	1	1	0,25	1	
16	ZPM	2	1	2	1	0,38	2	2	2	2	2	1	0,44	2	

dolnośląskie – DŚL, kujawsko-pomorskie – K-P, lubelskie – LBL, lubuskie – LBU, łódzkie – ŁDZ, małopolskie – MŁP, mazowieckie – MAZ, opolskie – OPO, podkarpackie – PKR, podlaskie – PDL, pomorskie – POM, śląskie – ŚL, świętokrzyskie – ŚW, warmińsko-mazurskie – W-M, wielkopolskie – WLKP, zachodniopomorskie – ZPM

P_{RFT} – pozycja określająca stopień rozwoju funkcji turystycznej

W_{RFT} – wartość wskaźnika rozwoju funkcji turystycznej

P_{BD} – pozycja określająca poziom zagospodarowania przestrzennego mierzona wskaźnikiem Barette' a-Deferta

P_{GBN} – pozycja określająca poziom zagospodarowania przestrzennego mierzona wskaźnikiem gęstości bazy noclegowej

P_{Sch} – pozycja określająca poziom intensywności ruchu turystycznego mierzona wskaźnikiem Schneidera

P_D – pozycja określająca poziom intensywności ruchu turystycznego mierzona wskaźnikiem Deferta

Źródło: opracowanie własne na podstawie: Szromek (2012: 159)

poziom 1, a więc charakteryzowały się niskim stopniem rozwoju funkcji turystycznej ze względu na analizowany wskaźnik. W 2019 roku poziom 2 osiągnęły województwa kujawsko-pomorskie, lubuskie i śląskie. Województwa lubelskie, łódzkie, opolskie, podkarpackie, podlaskie, świętokrzyskie i wielkopolskie pozostały na poziomie 1.

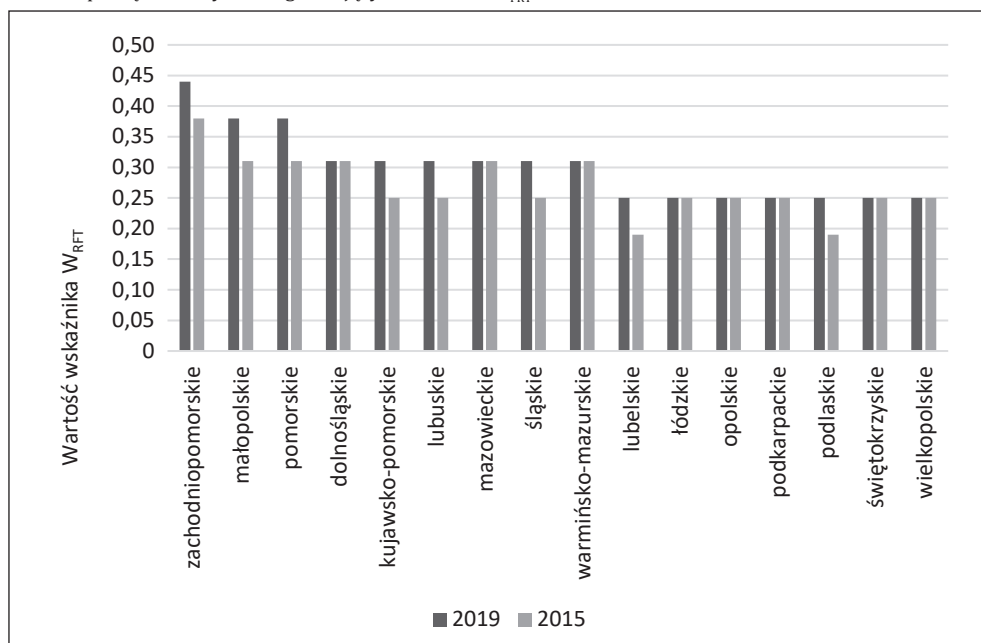
Pozycja województwa lubelskiego w 2015 roku analizowana pod kątem intensywności ruchu turystycznego, który zmierzony został wskaźnikiem Deferta (W_D), wyniosła 0, co oznacza, że funkcja turystyczna w tym województwie nie rozwinęła się.

Z analizy wartości wskaźnika rozwoju funkcji turystycznej (W_{RFT}) wynika, że średni poziom rozwoju funkcji turystycznej (pozycja 2) osiągnęły w obu badanych latach województwa: małopolskie, mazowieckie, pomorskie, warmińsko-mazurskie i zachodniopomorskie. Najwyższą wartością w badanym okresie charakteryzowało się województwo zachodniopomorskie: 0,38 w 2015 roku i 0,44 w 2019 roku. Do grupy województw, które poprawiły wartości wskaźnika rozwoju funkcji turystycznej w 2019 roku w stosunku do roku 2015 zalicza się województwo dolnośląskie, kujawsko-pomorskie, lubuskie i śląskie.

Na rysunku 5 przedstawiono wartość wskaźnika rozwoju funkcji turystycznej (W_{RFT}) w województwach Polski w latach 2015 i 2019, uporządkowany według malejących wartości 2019 roku.

Analiza wykazała, że wszystkie województwa Polski ze względu na wartość wskaźnika rozwoju funkcji turystycznej (W_{RFT}) poprawiły swoją pozycję w 2019 roku w stosunku do 2015 roku. W obu badanych latach najwyższą wartość osiągnęły województwa zachodniopomorskie, małopolskie i pomorskie. Wartość wskaźnika

Rycina 5. Wartość wskaźnika rozwoju funkcji turystycznej (W_{RFT}) w województwach Polski w latach 2015 i 2019, uporządkowany według malejących wartości W_{RFT} w 2019 r.



W_{RFT} – wartość wskaźnika rozwoju funkcji turystycznej

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS

rozwoju funkcji turystycznej w 2015 roku była najniższa w województwach lubelskim i podlaskim.

DYSKUSJA

Na danym obszarze funkcja turystyczna jest w pełni wykształcona, jeśli charakteryzuje się on odpowiednimi walorami turystycznymi, zagospodarowaniem turystycznym i jest odwiedzany przez turystów.

Analiza danych pokazała, że w polskich województwach zwiększyła się liczba miejsc noclegowych przypadających na 100 mieszkańców, a największa pozytywna zmiana dotyczyła województwa zachodniopomorskiego, które znalazło się na 1 miejscu w rankingu, w obu analizowanych latach. Województwo zachodniopomorskie z uwagi na walory środowiskowe, różnorodne formy turystyki i rekreacji oraz tradycje rozwoju ruchu turystycznego, jest zaliczane do jednego z najbardziej atrakcyjnych turystycznie regionów w Polsce. Według raportu GUS (2020) to właśnie w tym województwie udostępniono najwięcej noclegów – 16,1 mln (o prawie 1 mln więcej niż w 2018 roku), a stopień wykorzystania miejsc noclegowych² w 2019 roku wyniósł 51,5%. Ponadto w tym samym roku odnotowano tam największą liczbę ośrodków wczasowych (32,3%) i domków turystycznych (25,4%), co z pewnością ma wpływ na wzrost liczby miejsc noclegowych. Warto podkreślić, że z uwagi na usytuowanie geograficzne tego województwa i wynikającą z niego bliskość granicy z Niemcami, zachodniopomorskie przoduje w liczbie noclegów udzielanych turystom zagranicznym; w 2020 roku mimo panującej pandemii COVID-19 udzielono tam łącznie 2,032 mln noclegów. Położenie nad Morzem Bałtyckim i różnorodne atrakcje turystyczne, to niewątpliwe atuty również województwa pomorskiego, które z uwagi na analizowany wskaźnik zajmowało wysoką pozycję – 2 lokata w obu badanych latach. Województwo małopolskie to kolejny region, który z uwagi na liczbę miejsc noclegowych przypadających na 100 mieszkańców zajął wysokie pozycje w rankingu: 4 lokata w 2015 roku i 3 lokata w 2019 roku. Kraków, Oświęcim, Zakopane, Wieliczka to małopolskie miasta, które przyciągają turystów z Polski i zagranicy, co pozytywnie wpływa na rozwój bazy noclegowej. Zajmujące w badanych latach odpowiednio 3 i 4 lokatę województwo warmińsko-mazurskie to „zielone płuca Polski i Europy”, z wyjątkowym środowiskiem przyrodniczym i niskim wskaźnikiem zaludnienia, który może wpływać na wartość analizowanego wskaźnika. Województwo opolskie, mimo iż cechuje się wysoką dostępnością komunikacyjną, to jedno z województw, w którym liczba miejsc noclegowych w przeliczeniu na 100 mieszkańców jest bardzo niska. Przyczyną może być to, iż województwo to postrzegane jest w głównej mierze jako region o silnym potencjale przemysłowym (chemicznym, spożywczym, metalowym) opartym na długoletniej tradycji, a nie jako region, gdzie turystyka stanowi podstawę działalności gospodarczej. Ponadto opolskie wyludnia się i mierzy z ogólnopolskim problemem, jakim jest starzenie się ludności.

W województwach Polski zwiększyła się liczba miejsc noclegowych przypadających na 1 km² powierzchni. Analiza pokazała, że województwa małopolskie, pomorskie i zachodniopomorskie znalazły się ponownie w czołówce rankingu. Mniejsza powierzchnia województwa małopolskiego w porównaniu z pomorskim i zachodniopomorskim spowodowała, że województwo to zajmowało pierwszą pozycję w obu

² W obiektach posiadających 10 lub mniej miejsc noclegowych.

badanych latach (Świsłak, Świątkowska, 2016). Ze względu na wskaźnik gęstości bazy noclegowej najniższe pozycje w rankingu zajęły województwa podlaskie, opolskie i lubelskie. Na liczbę miejsc noclegowych w województwie opolskim z pewnością niekorzystnie wpływa fakt, że posiada ono w stosunku do innych województw najmniejszą powierzchnię, czego nie można powiedzieć o województwie podlaskim, którego powierzchnia wynosi 20 187 km². Jest ono jednak w 30% pokryte lasami i na jego terenie znajdują się liczne obiekty chronione, co nie wpływa pozytywnie na rozwój bazy noclegowej. Turystyka w województwie lubelskim rozwija się na takim samym poziomie jak rolnictwo, dlatego podobnie jak w przypadku województwa podlaskiego szansą na rozwój bazy noclegowej jest rozwój agroturystyki, turystyki wiejskiej, ekoturystyki oraz inwestycje w rozbudowę kompleksów uzdrowiskowo-leczniczych.

Województwa zachodniopomorskie, pomorskie i małopolskie to województwa, w których liczba turystów w przeliczeniu na 100 mieszkańców była najwyższa. W badanych latach najmniej turystów odwiedziło województwo opolskie, które zajmowało ostatnią – 16 lokatę. Ta niska pozycja może wynikać z faktu, że województwo opolskie traci część ruchu turystycznego na rzecz sąsiadujących z nim województw dolnośląskiego i śląskiego. Podobną sytuację można zaobserwować w województwie lubelskim, które traci turystów na rzecz województwa mazowieckiego, a ponadto mały ruch turystyczny w tym województwie jest wynikiem słabo rozwiniętej sieci drogowej. Województwo świętokrzyskie również nie charakteryzowało się intensywnym ruchem turystycznym w badanych latach. Znaczne oddalenie od granic zewnętrznych Polski oraz peryferyjność tego regionu pod względem dostępności transportu lotniczego ogranicza intensywność ruchu turystycznego. Niekorzystny wpływ mają także liczne ograniczenia w rozwoju infrastruktury turystycznej, wynikające z dużego udziału obszarów chronionych.

Ze względu na liczbę turystów przypadających na 1 km² powierzchni bardzo wysoko ponownie uplasowały się województwa zachodniopomorskie, pomorskie i małopolskie, które tym razem zajęły 1 lokatę w 2015 i w 2019 roku. Województwo małopolskie posiada znacznie mniejszą powierzchnię niż pomorskie i zachodniopomorskie, o czym wspomniano już w niniejszym opracowaniu, a co może mieć wpływ na analizowany wskaźnik. Ponownie wśród województw, które zajęły najniższe pozycje znalazło się województwo lubelskie. Zaskoczeniem mogą wydawać się bardzo niskie lokaty województwa wielkopolskiego (lokata 15 w 2015 roku i lokata 16 w 2019 roku) oraz mazowieckiego (lokata 14 w obu badanych latach). Na niską wartość analizowanego wskaźnika w tych województwach wpływa fakt, iż są to największe województwa w Polsce. Ponadto w województwie mazowieckim przeważa turystyka biznesowa, którą charakteryzują pobyty jednodniowe, często nie ujmowane w różnego rodzaju statystykach.

Turystyka to jedna z dziedzin gospodarki najbardziej narażonej na rozwój tzw. „szarej strefy” – działalności, z której nie ponosi się należnych opłat i podatków, a czerpane są z niej dochody. W Polsce szczególnie widoczna jest ona w wynajmie kwater. Jednym z największych wyzwań w szacowaniu tego zjawiska są problemy z jego bezpośrednim pomiarem. Pozytywny wpływ na występowanie „szarej strefy” miało wprowadzenie w Polsce bonu turystycznego. Można nim zapłacić za pobyt jedynie wtedy, gdy obiekt turystyczny znajduje się w rejestrze obiektów turystycznych zarejestrowanych przez gminy. Według danych GUS od 2020 roku, kiedy wprowadzono bon, odnotowano wzrost liczby obiektów turystycznych o 20%.

WNIOSKI

W świetle przeprowadzonych badań można sformułować następujące wnioski. Uporządkowanie województw Polski ze względu na wskaźniki określające poziom zagospodarowania turystycznego oraz intensywność ruchu turystycznego pokazało, że w grupie liderów znalazły się województwa zachodniopomorskie, pomorskie i małopolskie. Do grupy tej z pewnością nie można zaliczyć województw opolskiego i lubelskiego, które z uwagi na analizowane zmienne można określić jako obszary o bardzo niskim poziomie zagospodarowania turystycznego i małym ruchu turystycznym.

Zgodnie z klasyfikacją województw Polski ze względu na stopień rozwoju funkcji turystycznej województwem o najwyższej wartości wskaźnika rozwoju funkcji turystycznej jest zachodniopomorskie. W grupie województw, gdzie wartość W_{RFT} była również wysoka znalazły się województwa pomorskie i małopolskie. Najniższym stopniem rozwoju funkcji turystycznej w 2015 roku charakteryzowały się województwa podlaskie i lubelskie. W 2019 roku prawie 50% analizowanych województw posiadało bardzo niską wartość rozwoju wskaźnika funkcji turystycznej.

Potwierdzono hipotezę, w której założono na wstępie, że województwa Polski wykazują duże zróżnicowanie ze względu na stopień rozwoju funkcji turystycznej. Analiza współczynnika zmienności pokazała, że zróżnicowanie to było bardzo duże i zwiększyło się w roku 2019 w stosunku do roku bazowego ze względu na wszystkie analizowane cechy. Zdecydowanie najbardziej województwa różniły się ze względu na wskaźnik Baretje'a-Deferta, następnie ze względu na wskaźnik gęstości bazy noclegowej i mniej ze względu na pozostałe wskaźniki.

Z uwagi na ograniczoną objętość niniejszego opracowania do zbadania poziomu rozwoju funkcji turystycznej wykorzystano najczęściej stosowane wskaźniki, dlatego zasadnym wydaje się rozszerzenie i uzupełnienie badań w oparciu np. o wskaźnik Charvata czy wskaźnik wykorzystania pojemności bazy noclegowej, a także poddać badaniu mniejsze obszary administracyjne np. powiaty czy gminy.

Literatura

References

- Derek, M. (2008). Funkcja turystyczna jako czynnik rozwoju lokalnego w Polsce, maszynopis pracy doktorskiej, Uniwersytet Warszawski. Pozyskano z http://www.wgsr.uw.edu.pl/uploads/f_turyzm/1_pdfsam_doktorat_w_pdf.pdf (dostęp 07.07.2021).
- GUS. (2020). *Turystyka w 2019 roku*. Pozyskano z <https://stat.gov.pl/obszary-tematyczne/kultura-turystyka-sport/turystyka/turystyka-w-2019-roku,1,17.html> (dostęp 05.07.2021).
- Hendel, M. (2016). Przydatność wskaźników funkcji turystycznej w ocenie rozwoju turystycznego obszaru na przykładzie gminy Ustroń. *Zeszyty Naukowe Politechniki Śląskiej*, 87, 157–170.
- Niemczyk, A., Zaćlona, T. (2013). Funkcja turystyczna polskich makroregionów w świetle kryzysu gospodarczego XXI w. *Współczesne Zarządzanie*, 1, 11–20.
- Piotrowski, P. (2015). Zmiany poziomu rozwoju funkcji turystycznej w rejonach turystycznych województwa śląskiego. *Studia Ekonomiczne. Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach*, 215, 57–73.
- Przybylska, A. (2010). Relacja pomiędzy funkcją turystyczną a nakładami finansowymi na regionalny rozwój turystyki w powiecie międzyrzeckim. *Ekonomiczne Problemy Usług*, 53, 735–745.
- Stec, A. (2013). Rozwój funkcji turystycznej a zmiany na rynku podmiotów świadczących usługi turystyczne w latach 2004–2012 w województwie podkarpackim. *Modern Management Review*, 20(4), 203–214.

- Synówka-Bejenka, E. (2017). Nowa propozycja wskaźnika rozwoju funkcji turystycznej. *Studia Ekonomiczne. Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach*, 335, 64–76.
- Szromek, A.R. (2012). Wskaźniki funkcji turystycznej. Koncepcja wskaźnika funkcji turystycznej i uzdrowiskowej. Gliwice: Wydawnictwo Politechniki Śląskiej.
- Szromek, A.R. (2013). Pomiar funkcji turystycznej obszarów za pomocą wskaźników funkcji turystycznej na przykładzie obszarów państw Unii Europejskiej. *Studia Ekonomiczne. Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach*, 132, 91–103.
- Świstak, E., Świątkowska, M. (2016). Zróżnicowanie przestrzenne bazy noclegowej jako determinanta ruchu turystycznego w Polsce. *Ekonomiczne Problemy Turystyki*, 34(2), 201–210.
- Widz, M. (2020). Application of Tourist Function Indictaors in Tourism Development. Case Study of Tunisia. *Annales UMCS. Geographia, Geologia, Mineralogia et Petrographia*, 75, 143–160.

Paulina Pilichowska, mgr, doktorantka, Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu, Katedra Gospodarki Regionalnej. Zainteresowania naukowe autorki skupiają się wokół tematyki rozwoju lokalnego i regionalnego.

Paulina Pilichowska, MSc, PhD student, Wrocław University of Economics and Business, Department of Regional Economy. The author's research interests focus on the subject of local and regional development.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0806-3367>

Adres/address:

Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu, Filia w Jeleniej Górze
Katedra Gospodarki Regionalnej
ul. Nowowiejska 3
58–500 Jelenia Góra, Polska
e-mail: paulina.pilichowska@ue.wroc.pl

Aleksandra Gładała, mgr, doktorantka, Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu, Katedra Zarządzania Strategicznego i Logistyki. Zainteresowania naukowe autorki skupiają się wokół tematyki polityki transportowej i zrównoważonego transportu.

Aleksandra Gładała, MSc, PhD student, Wrocław University of Economics and Business, Department of Strategic Management and Logistics. The author's research interests focus on the subject of transport policy and sustainable transport.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6416-060X>

Adres/address:

Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu, Filia w Jeleniej Górze
Katedra Zarządzania Strategicznego i Logistyki
ul. Nowowiejska 3
58–500 Jelenia Góra, Polska
e-mail: aleksandra.gladala@ue.wroc.pl

BERNADETTA ZAWILIŃSKA

Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie, Polska
Cracow University of Economics, Poland

Metody badania ruchu turystycznego i konsumpcji usług turystycznych w polskich parkach narodowych

Methods of analysing tourist traffic and the consumption of tourist services in Polish national parks

Streszczenie: Artykuł ma charakter przegląadowy, jego celem jest charakterystyka zakresu problemowego oraz metodyki prowadzenia badań ruchu turystycznego i konsumpcji usług turystycznych w polskich parkach narodowych. Pracę oparto na analizie materiałów zastanych oraz wywiadach z osobami odpowiedzialnymi za monitoring ruchu turystycznego i/lub działalność naukową w każdym z parków. W pierwszej kolejności uwagę skupiono na metodach pomiaru ruchu turystycznego, będącego podstawą do prowadzenia dalszych badań o charakterze jakościowym. Zwrócono uwagę na duże zróżnicowanie metodyczne w tym zakresie, które powoduje, że publikowane dane dotyczące poszczególnych parków narodowych nie są porównywalne. W dalszej części pracy dokonano przeglądu badań prowadzonych wśród turystów. Zaobserwowano charakterystyczny dla zdecydowanej większości parków brak ciągłości badań oraz brak koordynacji w zakresie stosowanej metodyki, które utrudniają lub uniemożliwiają opracowywanie analiz w szerszych skalach czasowych i przestrzennych (dla wielu parków). Problematyka badawcza jest zróżnicowana, liczne są prace określające profil turystów odwiedzających poszczególne parki narodowe, a także ich aktywność przestrzenną i motywy przyjazdów. Sporadycznie natomiast podejmowane są analizy preferencji i zachowań konsumpcyjnych gości na miejscowych rynkach turystycznych oraz zmian zachodzących w tym zakresie, a także oceny ekonomicznego znaczenia turystyki w rozwoju lokalnym.

Abstract: This work is a review paper aimed to identify the research area and methodology of analysing tourist traffic and the consumption of tourist services in Polish national parks. The study is based on desk research and interviews with persons responsible for monitoring tourist traffic and/or research work in particular parks. The paper focuses on the methods of measuring tourist traffic – a basis for conducting further qualitative research. Attention is given to the diversified methodology in this area, which results in inconsistent information in published data concerning particular national parks. The further part of the work presents a review of research studies conducted among tourists. The majority of parks lack continuous studies and coordinated methodology, which hinders analyses carried out in a broader time and space frame (for many parks). The range of research issues is diversified, and there are a number of works which identify the profile of tourists visiting particular parks, as well as their space-related behaviour and motivation. However, there are few analyses focused on visitors' preferences and consumer behaviour in local tourism markets and changes in this area, or assessments of the economic significance of tourism in local development.

Słowa kluczowe: metody badań; monitoring ruchu turystycznego; parki narodowe; turystyka
Keywords: monitoring of tourism; national parks; research methods; tourism

Otrzymano: 31 sierpnia 2021

Received: 31 August 2021

Zaakceptowano: 14 września 2021

Accepted: 14 September 2021

Sugerowana cytacja / Suggested citation:

Zawilińska, B. (2021). Metody badania ruchu turystycznego i konsumpcji usług turystycznych w polskich parkach narodowych. *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego*, 41–61, doi: <https://doi.org/10.24917/20801653.353.3>

WSTĘP

Parki narodowe obejmują cenne pod względem przyrodniczym obszary, które wyróżniają się często wysoką atrakcyjnością turystyczną. Przyjazdy turystów na te tereny wywierają duży wpływ zarówno na przyrodę i możliwości jej ochrony, jak również na miejscowe społeczności i lokalną gospodarkę. Prowadzenie wieloaspektowych badań ruchu turystycznego jest niezbędne dla skutecznego zarządzania parkami narodowymi (Eagles, McCool, 2002; Lockwood, Worboys, Kothari, 2012). W szczególności prowadzi do rozpoznania zagrożeń dla środowiska przyrodniczego, co daje możliwość przeciwdziałania negatywnym skutkom lub ich łagodzenia. Dostarcza także informacji niezbędnych do zarządzania ruchem turystycznym i zapobiegania konfliktom przestrzennym, planowania inwestycji, dostosowania infrastruktury i oferty turystycznej do potrzeb i oczekiwań odwiedzających. Dzięki informacji o społecznych i ekonomicznych efektach przyjazdów sprzyja maksymalizacji korzyści w tym zakresie oraz budowaniu poparcia mieszkańców dla funkcjonowania parków. Szeroką argumentację dotyczącą potrzeb prowadzenia badań w zakresie turystyki w obszarach chronionych przedstawiają m.in. Cessford, Muhar, 2003; Eagles, 2002; Kajala i in., 2007; Leung i in., 2018; Spenceley i in., 2021. Zdaniem Spenceley i in. (2021) tylko wówczas, gdy zarządzający obszarami chronionymi poznają liczbę gości, zrozumieją ich zachowania oraz generowane przez nich dochody i koszty, będą mogli podejmować świadome decyzje dotyczące strategii i planów zarządzania turystyką.

Cessford i Muhar (2003), Jodłowski (2020) oraz Kajala i in. (2007) zauważają, że w krajach europejskich nie ma wypracowanych systemów regularnego monitoringu ruchu turystycznego w obszarach chronionych. W wielu parkach narodowych monitoring ogranicza się do badań podejmowanych *ad hoc*, często jednodniowych pomiarów i incydentalnych badań ankietowych, na których opiera się późniejsze decyzje planistyczne. Kajala i in. (2007) zwracają ponadto uwagę na brak współpracy pomiędzy parkami narodowymi w zakresie metodyki monitorowania ruchu turystycznego, co z kolei powoduje, że uzyskiwane dane są nieporównywalne. Autorzy, opierając się na dotychczasowych doświadczeniach krajów nordyckich i bałtyckich, zaproponowali koordynację działań badawczych w ośmiu krajach tego regionu i ujednoczenie metodyki. W formie podręcznika przygotowali szczegółowe instrukcje prowadzenia pomiarów ruchu turystycznego i badań ankietowych wśród odwiedzających, opracowania raportów i interpretacji danych, a także zalecenia dotyczące wykorzystania wyników.

W Polsce nie powstały dotychczas analogiczne, szczegółowe opracowania dotyczące metodyki badania ruchu turystycznego odnoszące się do wszystkich parków narodowych. A. Matczak (2002) zauważając, że wiedza na temat klienta odwiedzającego parki narodowe jest fragmentaryczna i rozproszona, postulował zbudowanie ogólnokrajowego systemu monitoringu ruchu turystycznego na obszarach prawnie chronionych. System ten miał być oparty na pomiarach ruchu i badaniach ankietowych prowadzonych na terenie parków (tj. w obszarach podaży) oraz badaniach ankietowych w miejscu zamieszkania potencjalnych klientów (tj. w obszarach popytu). Pytania związane z odwiedzaniem obszarów chronionych miały być włączone do ogólnopolskich badań dotyczących zagadnień społecznych. Autor proponował również stworzenie ogólnokrajowej bazy danych obejmującej wyniki monitoringu oraz inne możliwe do pozyskania dane dotyczące wszystkich parków narodowych i krajobrazowych, a także publikowanie corocznych raportów dotyczących ruchu turystycznego w tych parkach. Koncepcja ta nie została zrealizowana, nie wdrożono również innych programów ani projektów badawczych, obejmujących kompleksowo zagadnienia ruchu turystycznego i konsumpcji usług turystycznych w parkach narodowych. Polskie parki narodowe nie publikują też wspólnych opracowań, ukazujących w sposób zbiorczy zagadnienia turystyki na ich obszarach.

Każdy z parków wypracował własny system monitoringu ruchu turystycznego, oparty na różnych źródłach danych i technikach ich pozyskiwania, ponadto zakres merytoryczny i systematyczność prowadzonych badań są bardzo zróżnicowane (Rogowski, 2018b; Spychała, Graja-Zwolińska, 2014). Nieliczne są opracowania ukazujące szczegółowo metodykę monitoringu w poszczególnych parkach. Jako przykłady takich prac można podać m.in.: Rogowski, Małek (2016) i Rogowski (2020) – PN Gór Stołowych, oraz Prędko (2012) i Prędko, Demko (2015, 2018) – Bieszczadzki PN. Publikacje naukowe dotyczące zagadnień turystyki w polskich parkach narodowych zawierają najczęściej charakterystyki uwarunkowań rozwoju turystyki (zwłaszcza walorów turystycznych), analizy ruchu turystycznego oparte na statystykach udostępnianych przez dyrekcje parków lub publikowanych w opracowaniach GUS, wyniki badań dotyczących wpływu turystyki na środowisko przyrodnicze oraz prowadzonych w sposób incydentalny badań ankietowych wśród turystów.

Niedobór zbiorczych opracowań dotyczących badań nad turystyką w polskich parkach narodowych był przesłanką dla przygotowania niniejszej pracy, w której za cel przyjęto charakterystykę zakresu problemowego oraz metodyki prowadzenia badań ruchu turystycznego i konsumpcji usług turystycznych w tych obszarach chronionych. Pracę oparto na analizie materiałów zastanych, która obejmowała kwerendę literatury przedmiotu i analizę dokumentów źródłowych (w tym zarządzeń dyrektorów parków dotyczących zasad udostępniania i opłat) oraz wywiadach, które przeprowadzono w dyrekcjach wszystkich parków narodowych z osobami odpowiedzialnymi za monitoring ruchu turystycznego i/lub działalność naukową.

TURYSTYKA W PARKU NARODOWYM JAKO PRZEDMIOT BADAŃ

Turystyka jako zjawisko społeczne, przestrzenne, ekonomiczne, kulturowe, psychologiczne, stanowi przedmiot zainteresowania przedstawicieli różnych nauk. Badania nad turystyką cechuje w związku z tym bardzo duża różnorodność poruszanej problematyki, podejść badawczych i stosowanych metod (Alejziak, 2008; Kurek, Mika, 2007).

Różnorodność ta jest widoczna również w przypadku parków narodowych, gdzie zjawisko turystyki jest analizowane wieloaspektowo, m.in. w kontekście jego oddziaływania na środowisko przyrodnicze, zmian przestrzennych, skutków społecznych i gospodarczych czy motywacji, potrzeb i zachowań turystów. Prace badawcze są prowadzone przeważnie na obszarach recepcyjnych (w parkach narodowych i ich sąsiedztwie) i są kluczowe z punktu widzenia zarządzania turystyką w parku. Istnieją także przykłady badań realizowanych na obszarach generujących ruch turystyczny (w miejscu zamieszkania turystów), a także niezwiązane z miejscem (analizy danych zastanych, badania internetowe). Prace mają zarówno charakter ilościowy (np. określenie wielkości ruchu, struktur turystów, generowanych efektów ekonomicznych), jak i jakościowy (np. rozpoznanie motywacji, zachowań i opinii turystów).

W opracowaniach metodycznych dotyczących zarządzania parkami narodowymi podkreślana jest konieczność prowadzenia stałego monitoringu turystyki (Eagles, McCool, 2002). Jego zakres tematyczny powinien obejmować przede wszystkim kwestie podstawowe, takie jak wielkość ruchu, rozkład przestrzenny i czasowy, strukturę odwiedzających oraz efekty przyjazdów, w tym wpływ na środowisko przyrodnicze, wrażenia zwiedzających i korzyści ekonomiczne (Vuorio, Emmelin, Sandell, 2003). Szeroko omawiają tę tematykę m.in. Cessford, Muhar, 2003; Hornback, Eagles, 1999; Kajala i in., 2007; Muhar, Arnberger, Brandenburg, 2002; Spenceley i in., 2021; Vuorio, Emmelin, Sandell, 2003; Watson i in., 2000. Autorzy ci prezentują kompleksowy przegląd metod badań stosowanych w monitoringu ruchu turystycznego w parkach narodowych i innych obszarach przyrodniczych oraz rekomendują zakres tematyczny, jaki powinny obejmować badania ruchu turystycznego i jego efektów.

Pod względem tematycznym w badaniach można wydzielić cztery podstawowe grupy zagadnień:

- pomiary wielkości, rozkładu przestrzennego i czasowego ruchu turystycznego;
- rozpoznanie profilu odwiedzających i charakterystyka ich zachowań;
- rozpoznanie opinii odwiedzających;
- rozpoznanie skutków przyrodniczych oraz społecznych i ekonomicznych ruchu turystycznego.

Pomiary ruchu turystycznego mogą być prowadzone poprzez bezpośrednie obserwacje (np. liczenie turystów w terenie, nagrania z kamer), na podstawie źródeł pośrednich (np. opłat za wstęp) lub w sposób zautomatyzowany (za pomocą czujników ruchu, telefonów komórkowych, odbiorników GPS; Cessford, Muhar, 2003). Kwestię pomiarów ruchu za pomocą czujników elektronicznych i mechanicznych omawiają szczegółowo Vuorio, Emmelin, Sandell (2003). Przykład wykorzystania danych od operatora telefonii komórkowej stanowią badania przeprowadzone w Karkonoskim PN po stronie czeskiej (*Badania socjoekonomiczne...*, 2019). Szerokie możliwości badania ruchu turystycznego dał rozwój technologii GPS, która pozwala nie tylko na rozpoznanie zachowań czasowo-przestrzennych turystów, ale pośrednio również ich preferencji. Badania takie były prowadzone zarówno z wykorzystaniem zapisów śladów udostępnionych przez turystów na potrzeby analiz (np. Beeco, Hallo, 2014; Stamberger i in., 2018; Taczanowska i in., 2015), jak i na podstawie danych zastanych – geotagowanych zdjęć i śladów GPS publikowanych w serwisach społecznościowych (Barros, Moya-Gómez, Gutiérrez, 2020; Riungu i in., 2019).

Badania profilu odwiedzających (m.in. charakterystyki społeczno-demograficznej, miejsca zamieszkania, motywacji), zachowań (np. szczegółów organizacji przyjazdu,

form aktywności) oraz opinii prowadzone są przeważnie metodami kwestionariuszowymi, przede wszystkim techniką tradycyjną (wywiady bezpośrednie w obszarach recepcyjnych). Kwestie te omawiają szczegółowo m.in. Cessford i Muhar (2003) oraz Kajala i in. (2007), zwracając uwagę na szereg problemów metodycznych, związanych m.in. z doбором próby badawczej, konstrukcją kwestionariusza, przygotowaniem osób ankietujących.

Badania społeczne i ekonomiczne dotyczące skutków ruchu turystycznego w parkach narodowych dotyczą najczęściej zmian w miejscowych społecznościach, powodowanych przez przyjazdy gości, konfliktów społecznych, a także wpływu turystyki na miejscową gospodarkę. Popularność tych badań wzrasta wraz z ewolucją poglądów dotyczących społecznych funkcji obszarów chronionych (Mika, Pawlusiński, Zawilińska, 2015). Badania zachowań konsumpcyjnych i wydatków turystów są obecnie włączane do programów stałego monitoringu prowadzonego w parkach narodowych. Szczegóły metodyczny dotyczące realizacji takich badań prezentują m.in. Driml, McLennan (2010); Driml, Brown, Moreno Silva, (2020); Kajala i in. (2007), Spenceley i in. (2021) oraz Stynes i in. (2000).

METODY POMIARU RUCHU TURYSTYCZNEGO W POLSKICH PARKACH NARODOWYCH

Monitoring ruchu turystycznego prowadzony jest we wszystkich parkach narodowych w Polsce, lecz różna jest metodyka badań i zakres pozyskiwanych informacji. Ponadto większość parków nie publikuje szczegółowych wyników pomiarów i innych badań terenowych. Dane pochodzące z pomiarów mają zazwyczaj charakter wewnętrzny (Jodłowski, 2020). W statystyce publicznej podawane są jedynie dane dotyczące zagospodarowania turystycznego (w tym długości szlaków turystycznych, ścieżek dydaktycznych i nartostrad, liczby schronisk i schronów przeciwdeszczowych) oraz liczby turystów i odbiorców oferty dydaktycznej (Ochrona środowiska..., 2020). Nieliczne parki publikują na swoich stronach internetowych dane źródłowe, ukazujące rozkład przestrzenny i czasowy ruchu turystycznego wraz z metodyką ich pomiaru (np. Tatrzański PN).

Zgodnie z danymi GUS łączna liczba turystów w parkach narodowych w 2019 r. wyniosła 14,1 mln. osób. Najwyższą frekwencję odnotował Tatrzański PN, a najniższą Narwiański PN (tabela 1.). Zestawienie tych danych nasuwa jednak pytanie: w jaki sposób oszacowano liczbę odwiedzających poszczególne parki? Wywiady przeprowadzone z pracownikami parków narodowych odpowiedzialnymi za prowadzenie statystyk dotyczących ruchu turystycznego ukazały, że w każdym z parków stosowana jest inna metodyka, oparta na różnych źródłach danych. Biorąc pod uwagę źródła danych, metody pomiaru liczby turystów można podzielić na cztery grupy:

- oparte na danych ze sprzedaży biletów wstępu i innych opłat za udostępnianie terenu parku;
- wykorzystujące pomiary automatyczne;
- bazujące na bezpośrednich pomiarach ruchu turystycznego w terenie;
- oparte na badaniach infrastruktury noclegowej.

W większości parków dla określenia łącznej liczby turystów stosuje się metody mieszane, wykorzystujące różne źródła danych (tabela 1.). Oprócz metod, na podstawie których szacowana jest roczna frekwencja turystów na całym obszarze, parki

narodowe stosują metody uzupełniające, dzięki którym określają rozkład przestrzenny ruchu, mierzą frekwencję odwiedzających w określonych miejscach czy liczbę turystów uprawiających różne formy turystyki.

Tabela 1. Liczba turystów, miejsca i okres pobierania opłat oraz metody pomiaru liczby turystów w polskich parkach narodowych

Park narodowy	Liczba turystów (w tys.)	Miejsca i trasy objęte opłatą za wstęp na podstawie rozporządzenia ministra	Okres pobierania opłat za wstęp	Obiekty objęte dodatkową opłatą za wstęp	Metoda pomiaru liczby turystów
Babiogórski	150,00	wyszczególnione odcinki szlaków turystycznych	od ostatniego weekendu marca do 30.11	Wystawa Stała	liczba biletów wstępu do parku powiększona o szacunkową liczbę wejść niebiletowanych
Białowiecki	173,50	obszar ochrony ścisłej w obwodzie ochronnym Sierganowo	cały rok	Rezerwat Pokazowy Żubrów Muzeum Przyrodniczo-leśne Ośrodek Edukacji Przyrodniczej	bilety wstępu do Rezerwatu Pokazowego Żubrów
Biebrzański	82,95	cały obszar	cały rok	brak	bilety wstępu do parku i licencje wędkarskie
Bieszczadzki	572,00	cały obszar	16.04–15.11	brak	bilety wstępu do parku
Bory Tucholskie	35,25	wyszczególnione obwody ochronne z wyjątkiem określonych miejsc	cały rok	brak	szacunek na podstawie pojemności bazy noclegowej
Drawieński	20,30	brak	nie dotyczy	Rzeka Drawa (turystyka wodna) Centrum Edukacji i Turystyki	opłaty za spływ Drawą i licencje wędkarskie
Gorczański	90,00	wyszczególnione odcinki szlaków turystycznych i wyszczególnione ścieżki przyrodnicze	cały rok	ekspozycja przyrodnicza w Ośrodku Edukacyjnym	liczba biletów wstępu do parku powiększona o szacunkową liczbę wejść niebiletowanych
Gór Stołowych	907,00	brak	nie dotyczy	trasy turystyczne: Szczeliniec Wielki i Błędne Skały	automatyczne pomiary

Kampinoski	1 000,00	brak	nie dotyczy	brak	szacunek na podstawie frekwencji w obiektach parku i obserwacji w terenie
Karkonoski	2 160,00	cały obszar	cały rok z wyjątkiem wyszczególnionych dni	brak	liczba biletów wstępu do parku powiększona o szacunkową liczbę wejść niebiletowanych
Magurski	50,00	cały obszar	1.05-31.10	Ośrodek Edukacyjno-Muzealny	szacunek na podstawie liczby biletów wstępu do parku i na ścieżki przyrodnicze oraz monitoringu w terenie
Narwiański	12,82	cały obszar	cały rok	Ośrodek Edukacji Przyrodniczej Młynarzówka	bilety wstępu do parku
Ojcowski	440,00	brak	nie dotyczy	Jaskinie Ciemna i Łokietka Zamek w Ojcowie ekspozycja przyrodnicza w Centrum Edukacyjno-Muzealnym	bilety wstępu do obiektów parku i zamku w Pieskowej Skale
Pieniński	982,00	brak	nie dotyczy	ruiny Zamku Czorsztyn wystawa przyrodnicza w Dyrekcji Parku galerie widokowe na szczytach Trzech Koron i Sokolicy	bilety wstępu do miejsc objętych opłatą i pomiary automatyczne
Poleski	135,50	wyszczególnione ścieżki przyrodnicze	cały rok	Ośrodek Dydaktyczno-Muzealny w Starym Załuczu	liczba biletów wstępu na ścieżki przyrodnicze powiększona o szacunkową liczbę wejść niebiletowanych
Roztoczański	238,15	wyszczególniona ścieżka przyrodnicza i trasa rowerowa	cały rok	Ośrodek Edukacyjno-Muzealny	automatyczne pomiary, liczba biletów wstępu, badania ruchu turystycznego w terenie

Słowiński	334,50	wyszczególnione obwody ochronne	1.05-30.09	Muzeum SPN w Czołpinie Filia Muzeum SPN w Rowach Filia Muzeum SPN w Rąbce Wieża widokowa Rowokół Latarnia morska w Czołpinie	liczba biletów wstępu do parku
Świętokrzyski	120,00	wyszczególnione odcinki szlaków turystycznych	cały rok	Muzeum Przyrodnicze ŚPN na Świętym Krzyżu galeria widokowa na gołoborzu na Łysej Górze	liczba biletów wstępu do parku
Tatrzański	3 947,35	cały obszar	cały rok	brak	liczba biletów wstępu do parku i na kolej na Kasprowy Wierch powiększona o liczbę wejść zwolnionych z opłat
Ujście Warty	58,40	brak	nie dotyczy	wieża widokowa w Chyrzynie	szacunek na podstawie pomiarów automatycznych, liczby biletów wstępu na wieżę widokową, licencji wędkarskich, uczestników zajęć edukacyjnych oraz monitoringu w terenie
Wielkopolski	1 000,00	brak	nie dotyczy	Muzeum Przyrodnicze WPN w Jeziorach	szacunek na podstawie pomiarów automatycznych, opłat parkingowych i ewidencji grup zorganizowanych
Wigierski	140,00	cały obszar	cały rok	Muzeum Wigier	szacunek na podstawie pomiarów automatycznych, liczby biletów wstępu i obserwacji terenowych

Woliński	1 500,00	brak	nie dotyczy	Zagroda Pokazowa Żubrów	szacunek na podstawie pomiarów automatycznych i liczby biletów wstępu do obiektu parku
Razem	14 149,72				

Źródło: opracowanie własne na podstawie: 1) Ochrona środowiska..., 2020; 2) Rozporządzenie..., 2013; 3-4) zarządzenia dyrektorów parków narodowych w sprawie pobierania opłat, dostępne na stronach internetowych parków (stan na 15.07.2021); 5) wywiady w dyrekcjach parków.

Pomiary ruchu turystycznego w parkach narodowych ułatwiają wynikające z regulacji ustawowych: ograniczenie udostępniania ich obszaru wyłącznie do wyznaczonych miejsc (co w praktyce oznacza, że turyści poruszają się jedynie po szlakach turystycznych i wyszczególnionych drogach) oraz możliwość pobierania opłat za udostępnianie parku lub niektórych jego obszarów (Ustawa z dnia 16 kwietnia 2004 r. o ochronie przyrody, art. 12), które zostały wprowadzone w niemal wszystkich parkach.

Najprostszą i najbardziej powszechnie stosowaną metodą jest pomiar wielkości ruchu turystycznego na podstawie liczby sprzedanych biletów wstępu do parku lub do określonych miejsc i obiektów parku. Metoda ta znajduje zastosowanie, odkąd zaczęto ustanawiać w parkach płatne wejścia. Przykładami mogą być parki Kampinoski i Tatrzański, w których pomiary ruchu turystycznego w oparciu o sprzedaż biletów wstępu prowadzone są od 1993 r. (Pociask-Karteczka, Baścik, Czubernat, 2007; Skawiński, 2010; Wieniawska-Raj, 2007). Za wzór w zakresie stosowania tej metody postawić można Bieszczadzki PN, w którym opracowana została szczegółowa metodyka badania, a pomiary są konsekwentnie prowadzone od 1997 r. i regularnie publikowane w *Rocznikach Bieszczadzkich* (liczne opracowania, m.in. Prędkie, 1999, 2012; Prędkie, Demko, 2015, 2018). Dane pochodzące z 18 punktów informacyjno-kasowych niosą informacje nie tylko o łącznej frekwencji turystów, ale również rozkładzie czasowym (w tym godzinowym) i przestrzennym.

Niestety metoda ta natrafia na ograniczenia w wielu parkach, gdzie nie obowiązują opłaty lub są one pobierane tylko na niektórych szlakach i w określonych okresach roku. Na podstawie Rozporządzenia Ministra Środowiska (Rozporządzenie..., 2013) płatny wstęp ustanowiono w 15 parkach narodowych, przy czym tylko w siedmiu przypadkach objęto nim cały obszar. Ponadto tylko 11 parków prowadzi sprzedaż biletów wstępu w ciągu całego roku (tabela 1.). Jako dodatkowe źródło informacji o frekwencji odwiedzających służą inne opłaty ustanowione na mocy zarządzeń dyrekcji. Miejsca (głównie ośrodki edukacyjne), do których wstęp jest płatny, istnieją w 17 parkach narodowych. Część parków pobiera ponadto inne opłaty, np. za licencje wędkarskie, parkingi, wynajem pokoi, wjazd rowerem, udostępnianie miejsc do wspinaczki. Jedynym parkiem narodowym, który nie wprowadził żadnych opłat za wstęp, jest Kampinoski PN.

Abstrahując od miejsc i okresów poboru opłat, pracownicy parków, z którymi przeprowadzono wywiady, zwracali uwagę na inne problemy związane z określeniem liczby turystów na podstawie biletów wstępu. Przede wszystkim podkreślano brak pełnych statystyk dotyczących liczby osób zwolnionych z opłat (np. mieszkańców miejscowych gmin, posiadaczy Karty Dużej Rodziny), które nie zawsze zgłaszają wejście na teren parku, a także trudności z oszacowaniem liczby wejść w przypadku biletów długookresowych (na problem ten zwracają również uwagę Pociask-Karteczka, Baścik,

Czubernat, 2007). Ponadto wielu turystów unika opłat (np. wchodząc przed otwarciem kas lub nie uiszczając obowiązkowych opłat w miejscach, gdzie nie ma kas przy wejściach na szlaki). Unikanie opłat jest częste głównie w tych parkach, w których bilet wstępu obowiązuje na całym terenie, lecz punkty kasowe są nieliczne (np. Biebrzańskim, Magurskim, Narwiańskim). W każdym z tych parków istnieje wprawdzie możliwość zakupu biletu przez Internet, lecz nie wszyscy turyści korzystają z tej opcji. Szybko rozwijająca się internetowa oferta sprzedaży biletów¹ jest niewątpliwie bardzo praktyczna z punktu widzenia turystów, trzeba jednak zauważyć, że nie daje ona możliwości monitorowania przestrzennego rozkładu ruchu turystycznego ani frekwencji odwiedzających w ciągu dnia (bilety można zakupić z dowolnego miejsca, w dowolnym czasie). Jako korzyść można natomiast przyjąć budowanie bazy danych osób odwiedzających parki, która stanowi potencjał do prowadzenia badań w przyszłości.

Drugą z wydzielonych grup stanowią metody bazujące na pomiarach automatycznych, do których wykorzystywane są obecnie przede wszystkim czujniki ruchu (tzw. migratory), oparte na technologii pyroelektrycznej podczerwieni pasywnej, rejestrujące turystów pieszych, konnych, rowerowych, narciarzy i kajakarzy, oraz pętle indukcyjne umożliwiające liczenie pojazdów (rowerów, samochodów osobowych i autobusów). Metody te dają możliwość ciągłego, całodobowego zapisu ruchu z rozróżnieniem jego kierunku. W polskich parkach narodowych nie stosowano dotychczas pomiarów ruchu turystycznego wykorzystujących technologię telefonii komórkowej; metodę takich pomiarów dla regionów i miejscowości turystycznych opracował Alejski (2009). Technologię GPS wykorzystywano jedynie na niewielką skalę, rejestrując trasy przejeżdżających osób objętych badaniami w Tatrzańskim PN (Bielański i in., 2018; Taczanowska i in., 2015).

Czujniki pyroelektryczne jako pierwsze w Polsce zainstalowały parki narodowe Babiogórski i Tatrzański (Buchwał, Fidelus, 2010). W ostatniej dekadzie pomiary automatyczne rozpowszechniły się i z wywiadów przeprowadzonych w dyrekcjach wynika, że są stosowane w 14 parkach. Ponadto w czterech kolejnych czujniki były zainstalowane, lecz nie są obecnie użytkowane. Tylko w PN Gór Stołowych automatyczne pomiary stanowią podstawę określania ogólnej wielkości ruchu turystycznego, w kolejnych sześciu parkach są wykorzystywane jako jedno ze źródeł informacji. Metoda monitorowania ruchu w PN Gór Stołowych oraz wyniki badań prowadzonych w oparciu o 36 czujników zostały omówione przez Rogowskiego i Małką (2016) oraz Rogowskiego (liczne publikacje, m.in. 2018b, 2020). Rezultaty automatycznych pomiarów w innych parkach narodowych prezentowali m.in. Buchwał i Fidelus (2010) – w parkach Babiogórskim i Tatrzańskim; Hibner (2014); Zwijacz-Kozica, Zięba, Grocholski, (2015) – w Tatrzańskim PN; Prędko i Demko (2015) – w Bieszczadzkiem PN oraz Rogowski (2018a) – w Karikonoskim PN. Autorzy przedstawili szereg korzyści i możliwości, jakie stwarza stosowanie pomiarów automatycznych. Stały monitoring, obejmujący całodobowy zapis ruchu, w połączeniu z konsekwentnie stosowaną metodyką analizy danych pozwala na ukazanie zmian zachodzących w czasie i przestrzeni oraz konstruowanie prognoz wielkości ruchu turystycznego w poszczególnych miejscach parku, w zależności od dnia,

¹ Czternaście parków narodowych stworzyło możliwość zakupu biletów na specjalnie przygotowanej platformie eParki.pl, ponadto opłaty do części parków można uiszczać za pośrednictwem aplikacji SkyCash i mPay lub poprzez stronę internetową parku.

godziny i sytuacji pogodowej (Rogowski, 2018b). Niestety w większości parków narodowych nie prowadzi się pogłębionych analiz pomiarów i dane te nie są publikowane.

Opinie pracowników parków narodowych, z którymi przeprowadzono wywiady, na temat zastosowania automatycznych pomiarów były bardzo zróżnicowane. Rozmówcy dostrzegali zalety tej metody i uważali, że w przyszłości jej znaczenie będzie rosło. Zwracali jednak uwagę na szereg ograniczeń w jej zastosowaniu. Przede wszystkim w przypadku parków o rozproszonym ruchu turystycznym i wielu punktach wejściowych, monitoring wymagałby zastosowania licznych czujników, co ze względów finansowych i kadrowych nie jest możliwe. Z kolei na obszarach, gdzie oprócz turystów obserwowana jest wysoka frekwencja mieszkańców, pomiary za pomocą czujników nie dawałyby możliwości określenia wielkości ruchu turystycznego. Ponadto w kilku przypadkach podkreślono problem ruchu pieszych poza szlakami (zwłaszcza w okresach zbiorów grzybów i jagód). Rozmówcy zwracali także uwagę na niedogodności związane z obsługą czujników (w części urzędzeń konieczność ręcznego czytania danych w terenie) oraz podawali przykłady wielu zdarzeń losowych i błędów czujników, które uniemożliwiały pozyskiwanie wiarygodnych danych. Opinie te potwierdzają badania przeprowadzone w Tatrach (Hibner, 2014; Zwijacz-Kozica, Zięba, Grocholski, 2015), które ukazały, że interpretacja danych z pomiarów automatycznych wymaga ich weryfikacji, w tym także poprzez tradycyjne, bezpośrednie pomiary liczby odwiedzających.

Najstarszą spośród stosowanych w parkach narodowych metod monitoringu są bezpośrednie obserwacje ruchu turystycznego w terenie (w tym zliczanie odwiedzających przez obserwatorów). W Tatrzańskim PN po raz pierwszy taką formę pomiaru zastosowano w 1963 r., kiedy zorganizowano dwudniową akcję liczenia turystów na całym obszarze parku (Zwijacz-Kozica, Zięba, Grocholski, 2015). Oprócz prowadzonych okresowo pomiarów na szlakach turystycznych, większość parków narodowych rejestruje także frekwencję turystów w obiektach, do których wstęp nie jest płatny (np. w punktach informacyjnych). Często również notowana jest liczba samochodów na parkingach, stale rejestrowane są wyjścia taternicze. Bezpośrednie pomiary są mniej lub bardziej regularnie prowadzone we wszystkich parkach narodowych. Służą zazwyczaj weryfikacji danych pochodzących ze sprzedaży biletów wstępu lub pomiarów automatycznych, szacowaniu liczby turystów na szlakach, gdzie nie są pobierane opłaty (np. w parkach narodowych Babiogórskim, Gorceńskim, Magurskim) oraz badaniom natężenia ruchu turystycznego w granicach parku (Czochoński, 2002; Czochoński, Szydarowski, 2000; Semczuk, 2012; Warcholik i in., 2010a, 2010b). Szczegółowo metodykę pomiarów bezpośrednich prowadzonych w Pienińskim PN omówili Warcholik i in. (2010a, 2010b), podkreślając, że przeprowadzenie tak pełnego pomiaru ruchu w ciągu doby było możliwe tylko dzięki niewielkim rozmiarom parku. Jedynym parkiem narodowym w Polsce, który ze względu na brak opłat za wstęp oraz brak pomiarów automatycznych opiera szacowanie wielkości ruchu turystycznego wyłącznie na bezpośrednich obserwacjach i pomiarach, jest Kampinoski PN. Szczegółowe problemy ruchu turystycznego w tym parku wraz z propozycją metody obliczania frekwencji turystów zaprezentowała Dzioban (2013), poddając jednocześnie w wątpliwość wcześniejsze szacunki.

Pomiary ruchu turystycznego w terenie, ze względu na wysoką czasochłonność i konieczność zaangażowania wielu osób, nie są regularnie prowadzone i rzadko wykonują je sami pracownicy parków (Mrocza, Krauz, 2010). W wielu przypadkach ich

realizacja jest możliwa dzięki zaangażowaniu wolontariuszy i studentów (Bołoz, Jucha, 2016; Jankowski, 2005; Warcholik i in., 2010a, 2010b; Zwijacz-Kozica, Zięba, Grocholski, 2015). Niewątpliwą zaletą pomiarów w terenie jest natomiast możliwość łączenia ich z badaniami ankietowymi wśród turystów (Jastrzębski, 2009; Popko-Tomasiewicz, 2002; Semczuk, Majewski, Gil, 2014; Wieniawska-Raj, 2007).

Bezpośrednie pomiary ruchu turystycznego mogą być prowadzone także z wykorzystaniem nowoczesnych technologii (np. zapisów kamer zainstalowanych w parkach lub nagrań z dronów). Przykład pomiaru natężenia ruchu turystycznego na podstawie serii zdjęć wykonanych z budynku górnej stacji kolejki na Kasprowy Wierch zaprezentowały Hibner i Chlipała (2015). Szczególną formą wykorzystania nowoczesnych technologii są tzw. fotopułapki (urządzenia do automatycznej rejestracji obrazów), stosowane w parkach narodowych głównie w celach monitorowania fauny, ale także ruchu turystów poza szlakami turystycznymi (Zwijacz-Kozica, Zięba, Grocholski, 2015).

W przypadku braku pomiarów tradycyjnych lub automatycznych oraz braku możliwości określenia liczby turystów na podstawie sprzedaży biletów, frekwencję w parku można określić, opierając się na innych metodach pośrednich, takich jak np. pojemność bazy noclegowej w sąsiedztwie. Metoda ta jest stosowana w jednym parku (tabela 1.). Należy jednak podkreślić, że jej użycie powinno być oparte na regularnych wywiadach w bazie noclegowej i wśród turystów, zmierzające do określenia miejsc noclegu przyjezdnych, liczby nocujących w obiektach oraz częstotliwości ich odwiedzin w parku. Brak takich badań wiąże się bowiem z wysokim błędem szacunku. Innymi źródłami danych, mogącymi dostarczać pomocniczych statystyk, ułatwiających szacowanie wielkości ruchu turystycznego w parkach narodowych oraz jego rozkładu czasowego, mogą być m.in. opłaty klimatyczne, bilety wstępu do obiektów położonych w sąsiedztwie, ilość wytwarzanych odpadów. Przykładowo w Tatrzańskim PN przed wprowadzeniem biletów wstępu wielkość ruchu turystycznego szacowano na podstawie liczby gości w Zakopanem, a tę z kolei ustalano w oparciu o wielkość sprzedaży chleba (Skałwiński, 2010). Z kolei sezonowość ruchu turystycznego w parkach narodowych Karpat Zachodnich B. Krakowiak (2000) oceniała na podstawie miesięcznych danych pozyskanych w schroniskach górskich. Stosując różne metody, oparte na pośrednich źródłach danych, należy mieć świadomość, że przyjęta metodyka w istotnym stopniu wpływa na wyniki badań, czego przykład przedstawił J. Wrona (1983), badając ruch turystyczny w Bieszczadach.

Podsumowując zestawienie metod pomiaru ruchu turystycznego stosowanych w polskich parkach narodowych, należy zauważyć, że każda ze stosowanych metod posiada zalety i wady (tabela 2.). Bardzo zróżnicowane uwarunkowania poszczególnych parków narodowych sprawiają, że obecnie ujednoczenie metodyki pomiaru łącznej liczby odwiedzających nie jest możliwe i każdy z parków powinien stosować indywidualnie opracowane procedury pomiaru, oparte w większości przypadków na łączeniu różnych źródeł danych. Trzeba jednak podkreślić konieczność sprecyzowania ogólnych założeń pomiarów ruchu turystycznego, gdyż w obecnej sytuacji dane udostępniane przez poszczególne parki narodowe są nieporównywalne. Część z nich prezentuje jedynie liczbę sprzedanych biletów wstępu, a inne pełną frekwencję odwiedzających (liczbę wejść zarówno turystów, jak i mieszkańców), lecz oszacowaną różnymi metodami.

Tabela 2. Główne metody pomiaru ruchu turystycznego w polskich parkach narodowych ze względu na źródła danych

Źródła danych	Zalety	Ograniczenia i wady
Bilety wstępu i inne opłaty	<ul style="list-style-type: none"> – łatwość pozyskania danych – brak dodatkowych kosztów – szczegółowa informacja dot. liczby biletów i dziennego rozkładu ruchu turystycznego, a w części parków również rozkładu przestrzennego (w przypadku sprzedaży biletów przy wejściach na szlaki) 	<ul style="list-style-type: none"> – brak opłat w niektórych parkach narodowych, częściach parków lub okresach roku – zwolnienia z opłat części odwiedzających – unikanie opłat przez część turystów – brak możliwości określenia rozkładu ruchu turystycznego wewnątrz parku
Pomiary automatyczne	<ul style="list-style-type: none"> – pełny pomiar ruchu z całodobowym zapisem, dający możliwość szczegółowych analiz czasowych i przestrzennych – brak konieczności angażowania osób przy pomiarach 	<ul style="list-style-type: none"> – wysokie koszty czujników – konieczność zainstalowania wielu czujników – wysokie zagrożenie błędami pomiarów – konieczność zaangażowania wykwalifikowanego pracownika do obsługi urządzeń i przetwarzania danych – pomiar obejmuje całość ruchu (nie tylko turystów)
Badania ruchu turystycznego w terenie	<ul style="list-style-type: none"> – pełny i precyzyjny pomiar ruchu w dniach prowadzenia badań – możliwość rozpoznania rozkładu przestrzennego i czasowego ruchu, a także obserwacji struktury i zachowań turystów – możliwość łączenia z badaniami ankietowymi 	<ul style="list-style-type: none"> – wysoka czasochłonność badań – konieczność zaangażowania wielu osób – ograniczenie badań do wybranych dni w roku (brak możliwości prowadzenia stałych pomiarów na wszystkich szlakach)
Badania bazy noclegowej	<ul style="list-style-type: none"> – brak kosztów – stosunkowo niska pracochłonność 	<ul style="list-style-type: none"> – brak danych dotyczących miejsc noclegu osób odwiedzających park, liczby osób nocujących w bazie oraz częstotliwości ich odwiedzin w parku – wysoki błąd pomiaru wielkości ruchu turystycznego w parku

Źródło: opracowanie własne.

BADANIA PROFILU TURYSTÓW I KONSUMPCJI USŁUG TURYSTYCZNYCH

W Polsce nie prowadzono dotychczas badań profilu turystów ani konsumpcji usług turystycznych w skali wszystkich parków narodowych. W najszerszej skali przestrzennej zagadnienie to analizowała Prószyńska-Bordas, ankietując odwiedzających w kilkunastu parkach (liczne publikacje, m.in. 2010, 2013, 2017). Strukturę turystów w czterech górskich parkach narodowych analizowała także Hibner (2013). Zgodnie z informacją udzieloną przez pracowników, regularne badania ankietowe wśród odwiedzających są prowadzone w pięciu parkach. W pozostałych prace takie były realizowane w sposób incydentalny przez dyrekcję, współpracując z parkiem uczelnie (w ramach projektów badawczych, praktyk studenckich i zajęć terenowych lub działalności kół naukowych) oraz studentów przygotowujących prace dyplomowe. W ostatnim przypadku problem

stanowi dostępność wyników badań, gdyż przeważnie nie były one publikowane i nie zawsze były przekazywane dyrekcjom parków.

Przykładem parku narodowego, w którym wprowadzony został kompleksowy system monitoringu ruchu turystycznego oparty na danych ilościowych i jakościowych, jest PN Górze Stołowych. W parku, oprócz omówionych wcześniej automatycznych pomiarów ruchu, od 2016 r. są konsekwentnie realizowane badania ankietowe wśród turystów. Zmierzają one do rozpoznania struktury społeczno-ekonomicznej turystów, a także ich motywacji, preferencji i zachowań (Rogowski, Małek, 2016; Rogowski, 2020). Regularny monitoring prowadzony według niezmiennych metodyki daje możliwość analizy zachodzących zmian i trendów w turystyce, a jego wyniki mogą być źródłem informacji dla lokalnych decydentów i przedstawicieli branży turystycznej w zakresie kształtowania oferty turystycznej w otoczeniu parku narodowego (Rogowski, 2015, 2020). Stały monitoring profilu turystów oraz ich zachowań konsumpcyjnych na lokalnym rynku stanowi ponadto podstawę dla dalszych badań ekonomicznego znaczenia turystyki przyjazdowej do parku (Mika, Pawlusiński, Zawilińska, 2015). Rogowski (2020) podkreśla także korzyści z łączenia automatycznych pomiarów ruchu turystycznego z badaniami ankietowymi wśród turystów, jako przykład pokazujący zależność pomiędzy poziomem satysfakcji turystów z pobytu w parku a okresowym natężeniem ruchu turystycznego w miejscu badania.

Przed wprowadzeniem regularnego monitoringu w PN Górze Stołowych były prowadzone badania ankietowe wśród turystów, lecz ich charakter był epizodyczny, a różnice metodyczne utrudniały dokonywanie porównań i wyciąganie wniosków dotyczących zmian w czasie (Prószyńska-Bordas, 2008). Na podobny problem zwracają uwagę Semczuk, Majewski i Gil (2014), analizując kierunki zmian ruchu turystycznego w Gorczańskim PN poprzez zestawienie wyników monitoringu przeprowadzonego w 2014 r. z badaniami realizowanymi we wcześniejszych latach. Wyniki sondaży wśród turystów są w dużej mierze uzależnione od sposobu doboru próby badawczej, jej wielkości, wyboru miejsca i czasu prowadzenia wywiadów, sposobu zadawania pytań. Wyrwykowy charakter realizowanych badań i brak zgodności w zakresie stosowanej metodyki utrudniają lub zupełnie uniemożliwiają dokonywanie analiz zmian w czasie oraz porównywanie wyników z różnych parków.

Badania profilu turystów oraz ich preferencji konsumpcyjnych odbywają się przeważnie w granicach parków lub w ich bezpośrednim sąsiedztwie i są realizowane w formie tradycyjnego wywiadu kwestionariuszowego (PAPI – Paper & Pen Personal Interview) wśród osób odwiedzających dany park. Coraz częściej spotyka się także ankiety w formie cyfrowej (w tym zamieszczane na stronach internetowych parków, np. Parzych, 2014). Nieliczne są przykłady badań prowadzonych w miejscach emisji ruchu turystycznego. Analizy te dotyczą zazwyczaj wąskich grup respondentów, np. mieszkańców jednego miasta, studentów (Adach, Adach, 2010; Bąk, Zbarszewski, 2014; Czarnecki, 2009; Miedzińska, 2002; Nitkiewicz-Jankowska, 2012). Zważywszy na zasięg przestrzenny, warto wyróżnić badania dotyczące turystyki transgranicznej w obszarach chronionych pogranicza polsko-niemieckiego (w tym PN Ujście Warty), w których brali udział mieszkańcy dwóch województw (Mayer i in., 2019).

Badania ankietowe prowadzone na obszarach recepcyjnych zmierzają przede wszystkim do określenia profilu turystów odwiedzających dany park narodowy (charakterystyka społeczno-demograficzna, miejsce zamieszkania, formy uprawianej turystyki, organizacja pobytu), ich aktywności przestrzennej, a także motywów przyjazdów

i ocen atrakcyjności turystycznej parku (m.in. Kiryluk, Borkowska-Niszczoła, 2009; Prószyńska-Bordas, 2013; Semczuk, Majewski, Gil, 2014; Żyto, 2019; Żyto, Gręda, Mastalerz, 2019). Badania takie dają możliwość dokonania segmentacji rynku turystycznego i wydzielenia grup odwiedzających, charakteryzujących się zbliżonymi cechami (geograficznymi, demograficznymi, ekonomicznymi i in.) oraz potrzebami i preferencjami (Bąk, Oesterreich, Zbaraszewski, 2014; Mika, Zawilińska, 2016; Prószyńska-Bordas, 2017).

Rozpoznanie konsumpcji dóbr i usług związanej z przyjazdami do parków narodowych przeważnie nie jest celem opracowań, lecz większość stosowanych kwestionariuszy ankiet zawiera pytania, które pozwalają na zdiagnozowanie części zachowań konsumpcyjnych odwiedzających. Jako przykłady można podać liczbę dni pobytu, częstotliwość wizyt, miejsce noclegu i rodzaj obiektu noclegowego, wykorzystywane środki transportu czy odwiedzane atrakcje turystyczne. W części kwestionariuszy pojawiają się także prośby o ocenę oferty turystycznej parku i otoczenia (np. Matuszewska, 2002; Prószyńska-Bordas, 2013; Rogowski, 2015; Warcholik, Majewski, Kiszka, 2010a; Wieniawska, 2004; Żyto, Rogowski, 2018). Nieliczne są prace, w których głównym celem wywiadów było szczegółowe rozpoznanie preferencji dotyczących określonych usług oraz ich ocena (Sokół, 2012).

Przegląd publikowanych prac prowadzi do wniosku, że stosunkowo dobrze rozpoznany jest profil turystów odwiedzających poszczególne parki narodowe i często pojawiają się analizy jakościowe dotyczące nabywanych usług (rozkład przestrzenny, czasowy, rodzaje usług). Brakuje natomiast pomiarów wielkości wydatków odwiedzających i efektów ekonomicznych wywoływanych przez przyjazdy turystyczne do parków narodowych. Z wywiadów przeprowadzonych wśród pracowników wynika, że w dotychczas prowadzonych badaniach ankietowych, które były realizowane przez dyrekcję lub współpracujące z parkiem instytucje naukowe, wydatki turystyczne były rozpoznawane tylko w pięciu parkach. Pierwsze szczegółowe badania w tym zakresie przeprowadzili Mika, Pawlusiński i Zawilińska (2015), analizując wpływ Babiogórskiego PN na gospodarkę lokalną. Częścią prac badawczych było określenie ekonomicznej roli turystyki przyjazdowej. Na podstawie wywiadów kwestionariuszowych oraz inwentaryzacji terenowej usług turystycznych autorzy określili wielkość i strukturę wydatków turystów odwiedzających park oraz rozpoznali zakres powiązań ekonomicznych, powstających w związku z wydatkowaniem środków finansowych w najbliższym otoczeniu przestrzennym parku. W badaniu uwzględniono podział wydatków zarówno na rodzaj nabywanych usług lub towarów, jak i na ich lokalizację przestrzenną (miejscowości). Autorzy zwrócili uwagę na wiele kwestii metodycznych wpływających na wyniki badań. Przede wszystkim rozróżnili wydatki deklarowane od faktycznie poniesionych, weryfikując kwoty po zakończeniu wyjazdu (zastosowano technikę dzienniczka wydatków).

Przykładem innego podejścia do badania konsumpcji usług turystycznych w parkach narodowych są wyceny ekonomicznej wartości parków, oparte na rozpoznaniu wysokości wydatków odwiedzających. Dokonywane są one z wykorzystaniem metody kosztów podróży bazującej na założeniu, że konsumenci ujawniają wartość danego obszaru poprzez wydatki na podróż. W tej sytuacji badane są wszystkie wydatki (ponoszone nie tylko w parku i jego sąsiedztwie), a także czas poświęcony na wyjazd (Panasiuk, 2001; Zydróż, Pruchlat, 2014).

PODSUMOWANIE

W Polsce nie funkcjonuje jednolity system monitoringu ruchu turystycznego w parkach narodowych i nie są publikowane zbiorcze opracowania dotyczące tej tematyki. Każdy z parków prowadzi własne pomiary oraz analizy jakościowe, które realizuje w oparciu o indywidualnie przyjętą metodykę. Zakres merytoryczny pozyskiwanych danych oraz systematyczność badań są bardzo różne, lecz zdecydowana większość parków sporadycznie realizuje pogłębione badania wśród turystów. Zróznicowanie uwarunkowań przestrzennych i organizacyjnych sprawia, że wypracowanie jednej metody pomiarów ruchu dla wszystkich parków narodowych nie jest możliwe, jednakże wskazane wydaje się przygotowanie ogólnych zaleceń i ram metodycznych. Obecnie bowiem dostępne dane ilościowe dotyczące wielkości ruchu turystycznego w poszczególnych parkach nie niosą tej samej informacji. Szybki rozwój technologii pozwalającej na prowadzenie automatycznych pomiarów sprawił, że są one stosowane już w większości parków narodowych, przeważnie jednak stanowią uzupełniające źródło informacji. Dominujące znaczenie mają tradycyjne formy pomiaru, oparte na danych ze sprzedaży biletów wstępu oraz organizowanych – zazwyczaj incydentalnie – badań terenowych. Szerokie możliwości interpretacyjne, które stwarzają pomiary automatyczne, zapowiadają szybki wzrost ich wykorzystania, co da możliwość weryfikacji i uszczegółowienia dotychczas prowadzonych badań.

Tylko w kilku parkach narodowych stosowany jest, rekomendowany w światowej literaturze, model monitoringu opartego na stałych pomiarach ruchu turystycznego uzupełnionych cyklicznie prowadzonymi badaniami ankietowymi. Brak ciągłości badań i brak koordynacji w zakresie stosowanej metodyki pomiędzy parkami utrudnia lub uniemożliwia opracowywanie analiz w szerszych skalach czasowych i przestrzennych. Oprócz badań monitoringowych prowadzonych przez dyrekcje parków i współpracujące z nimi instytucje, tematy badawcze z zakresu turystyki realizowane są w ramach działalności naukowej podmiotów zewnętrznych. Podejmowana problematyka jest bardzo zróżnicowana, jej przegląd ukazuje stosunkowo dobre rozpoznanie profilu odwiedzających poszczególne parki narodowe oraz ich aktywności przestrzennej i motywów przyjazdów. Znacznie rzadziej prowadzi się analizy zachowań konsumpcyjnych gości na miejscowych rynkach turystycznych oraz ich preferencji i ocen. W szczególności brakuje badań dotyczących wydatków turystycznych oraz ekonomicznych skutków rozwoju turystyki przyjazdowej do parków narodowych. Dostrzegając rosnące zainteresowanie środowisk naukowych i dyrekcji parków narodowych zagadnieniami społeczno-gospodarczych skutków funkcjonowania tych obszarów, wśród których turystyka odgrywa ważną rolę (Mika, Pawlusiński, Zawilińska, 2015; Walas, 2019; Zbarszewski, 2017), należy przypuszczać, że badania w tym zakresie będą coraz częściej podejmowane.

Literatura

References

- Adach, O., Adach, J. (2010). Atrakcyjność polskich parków narodowych w oczach mieszkańców Poznania. *Problemy Ekologii Krajobrazu*, 27, 15–22.
- Alejziak, W. (2008). Metodologia badań w turystyce. W: R. Winiarski (red.), *Turystyka w naukach humanistycznych*. Warszawa: PWN, 140–164.

- Aleziak, W. (2009). TelSKART© – nowa metoda badań oraz pomiaru wielkości ruchu turystycznego. *Folia Turistica*, 21, 95–144.
- Badania socjoekonomiczne frekwencji w karkonoskich parkach narodowych. Raport analityczny z badań.* (2019). Praga: MindBridge Consulting a.s.
- Barros, C., Moya-Gómez, B., Gutiérrez, J. (2020). Using geotagged photographs and GPS tracks from social networks to analyse visitor behaviour in national parks. *Current Issues in Tourism*, 23(10), 1291–1310. doi: 10.1080/13683500.2019.1619674
- Bąk, I., Oesterreich, M., Zbaraszewski, W. (2014). Turystyka transgraniczna na obszarach chronionych w świetle badań w Wolińskim Parku Narodowym. W: W. Zbaraszewski, D. Pieńkowski, W. Steingrube (red.), *Spoleczno-ekonomiczne uwarunkowania turystyki transgranicznej na obszarach przyrodniczo cennych*. Greifswald – Szczecin: Bogucki Wydawnictwo Naukowe.
- Bąk, I., Zbaraszewski, W. (2014). Woliński Park Narodowy według opinii mieszkańców Szczecina. Analiza statystyczna. *Folia Pomer. Univ. Technol. Stetin. Oeconomica*, 74, 29–40.
- Beeco, J.A., Hallo, J.C. (2014). GPS tracking of visitor use: factors influencing visitor spatial behavior on a complex trail system. *Journal of Park and Recreation Administration*, 32(2), 43–61.
- Bielański, M., Taczanowska, K., Muhar, A., Adamski, P., González, L.-M., Witkowski, Z. (2018). Application of GPS tracking for monitoring spatially unconstrained outdoor recreational activities in protected areas – A case study of ski touring in the Tatra National Park, Poland. *Applied Geography*, 96, 51–65. doi: 10.1016/j.apgeog.2018.05.008
- Bołoz, G., Jucha, W. (2016). Rozkład przestrzenny ruchu turystycznego na szlakach pieszych w Pienińskim Parku Narodowym (Monitoring Studenckiego Koła Naukowego Uniwersytetu Pedagogicznego w Krakowie w latach 2007–2012). *Pieniny – Przyroda i Człowiek*, 14, 133–143.
- Buchwał, A., Fidelus, J. (2010). Monitoring ruchu turystycznego przy użyciu czujników ruchu na przykładzie Tatrzańskiego i Babiogórskiego Parku Narodowego. W: Z. Krzan (red.), *Nauka a zarządzanie obszarem Tatr i ich otoczeniem*, t. 3, *Człowiek i środowisko*. Zakopane: Tatrzański Park Narodowy, 45–46.
- Cessford, G., Muhar, A. (2003). Monitoring options for visitor numbers in national parks and natural areas. *Journal for Nature Conservation*, 11(4), 240–250. doi: 10.1078/1617-1381-00055
- Czarnecki, K. (2009). Atrakcyjność turystyczna i ruch turystyczny w parkach narodowych województwa podlaskiego. *Zeszyty Naukowe Szkoły Głównej Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie*, 73, 165–175.
- Czochoński, J.T., Szydarowski, W. (2000). Diagnoza stanu i zróżnicowanie przestrzenno-czasowe użytkowania szlaków turystycznych w TPN. W: J.T. Czochoński, D. Borowiak (red.), *Z badań geograficznych w Tatrach Polskich. 25-lecie badań Uniwersytetu Gdańskiego (1974–1999)*. Gdańsk: Wyd. Uniwersytetu Gdańskiego, 207–228.
- Czochoński, J.T. (2002). Ruch turystyczny w Tatrzańskim Parku Narodowym. W: J. Partyka (red.), *Użytkowanie turystyczne parków narodowych*. Ojców: Ojcowski Park Narodowy, 385–404.
- Driml, S., Brown, R., Moreno Silva, C. (2020). Estimating the value of national parks to the Queensland economy. *Discussion Paper Series*, 636.
- Driml, S., McLennan, C. (2010). *Handbook on Measuring the Economic Value of Tourism to National Parks*. Gold Coast: CRC for Sustainable Tourism.
- Dzioban, K. (2013). Wielkość ruchu turystycznego w Kampinoskim Parku Narodowym. *Studia i Materiały CEPL w Rogowie*, 37(4), 90–96.
- Eagles, P.F.J., McCool, S.F. (2002). *Tourism in national parks and protected areas: planning and management*. CABI. doi: 10.1079/9780851995892.0000
- Eagles, P.F.J. (2002). Tourism use measurement and reporting in parks and protected areas. *Parks*, 12(1), 3–10.
- Hibner, J. (2014). Monitoring ruchu turystycznego w rejonie Kasprowego Wierchu – metody i problem badawcze. W: P. Krąż (red.), *Współczesne problemy i kierunki badawcze w geografii*, t. 2. Kraków: Instytut Geografii i Gospodarki Przestrzennej, Uniwersytet Jagielloński, 33–47.
- Hibner, J., Chlipała B. (2015). Natężenie ruchu turystycznego w rejonie Kasprowego Wierchu na podstawie analizy zdjęć. W: A. Chrobak, T. Zwijacz-Kozica (red.), *Nauka Tatrom. Materiały V Konferencji „Przyroda Tatrzańskiego Parku Narodowego a Człowiek”*, t. 3, *Człowiek i Środowisko*. Zakopane: Wydawnictwa Tatrzańskiego Parku Narodowego, 55–61.

- Hibner, J. (2013). Struktura ruchu turystycznego w polskich górskich parkach narodowych należących do sieci „Człowiek i Biosfera”. W: P. Krąż, J. Hibner, J. Koj, J. Balon (red.), *Współczesne problemy i kierunki badawcze w geografii*. Kraków: Instytut Geografii i Gospodarki Przestrzennej Uniwersytetu Jagiellońskiego, 73–88.
- Hornback, K.E., Eagles, P.F.J. (1999). *Guidelines for public use measurement and reporting at parks and protected areas*. Gland: IUCN.
- Jankowski, I. (2005). Natężenie i struktura ruchu turystycznego na szlakach Świętokrzyskiego Parku Narodowego. W: A. Hibszer, J. Partyka (red.), *Między ochroną przyrody a gospodarką – bliżej ochrony. Konflikty człowiek – przyroda na obszarach prawnie chronionych w Polsce*. Katowice [Sosnowiec – Ojców]: Polskie Towarzystwo Geograficzne – Oddział Ojców, Ojcowski Park Narodowy, 373–384.
- Jastrzębski, C. (2009). Ruch turystyczny w Świętokrzyskim Parku Narodowym. *Studia i Materiały Centrum Edukacji Przyrodniczo-Leśnej*, 23(4), 199–205.
- Jodłowski, M. (2020). *Udostępnianie górskich parków narodowych w Europie*. Kraków: Instytut Geografii i Gospodarki Przestrzennej Uniwersytetu Jagiellońskiego w Krakowie.
- Kajala, L., Almik, A., Dahl, R., Dikšaitė, L., Erkkonen, J., Fredman, P., Jensen, F.S., Karoles, K., Sievänen, T., Skov-Petersen, H., Vistad, O.I., Wallsten, P. (2007). *Visitor monitoring in nature areas – a manual based on experiences from the Nordic and Baltic countries*. Stockholm: TemaNord, Swedish Environmental Protection Agency.
- Kiryłuk, H., Borkowska-Niszczota, M. (2009). Ocena atrakcyjności walorów turystycznych Biebrzańskiego Parku Narodowego w świetle badań ankietowych. *Ekonomia i Zarządzanie*, 1(1), 63–87.
- Krakowiak, B. (2000). Charakterystyka ruchu turystycznego w parkach narodowych Karpat Zachodnich – typy funkcjonalne parków. *Turyzm*, 10(1), 5–37. doi: 10.18778/0867-5856.10.1.01
- Kurek, W., Mika, M. (2007). Turystyka jako przedmiot badań naukowych. W: W. Kurek (red.), *Turystyka*. Warszawa: PWN, 11–49.
- Leung, Y.-F., Spenceley, A., Hvenegaard, G., Buckley, R. (red.). (2018). *Tourism and visitor management in protected areas. Guidelines for sustainability. Best Practice Protected Area Guidelines*. Gland: IUCN.
- Lockwood, M., Worboys, G.L., Kothari, A. (red.). (2012). *Managing protected areas: a global guide*. London Sterling: Earthscan.
- Matczak, A. (2002). Metodyka badań ruchu turystycznego na obszarach chronionych. W: J. Partyka (red.), *Użytkowanie turystyczne parków narodowych*. Ojców: Ojcowski Park Narodowy, 17–22.
- Matuszewska, D. (2002). Ochrona przyrody a turystyka w Słowińskim Parku Narodowym w opiniach turystów i rekreantów. W: J. Partyka (red.), *Użytkowanie turystyczne parków narodowych*. Ojców: Ojcowski Park Narodowy, 351–372.
- Mayer, M., Zbaraszewski, W., Pieńkowski, D., Gach, G., Gernert, J. (2019). *Cross-border tourism in protected areas. Potentials, pitfalls and perspectives*. Cham: Springer.
- Miedzińska, I. (2002). Park narodowy w świadomości przyszłych operatorów turystyki. Perspektywa Poznania. W: J. Partyka (red.), *Użytkowanie turystyczne parków narodowych*. Ojców: Ojcowski Park Narodowy, 133–140.
- Mika, M., Pawlusiński, R., Zawilińska, B. (2015). *Park narodowy a gospodarka lokalna. Model relacji ekonomicznych na przykładzie Babiogórskiego Parku Narodowego*. Kraków: Instytut Geografii i Gospodarki Przestrzennej Uniwersytetu Jagiellońskiego.
- Mika, M., Zawilińska, B. (2016). Przestrzeń chroniona parku narodowego jako czynnik atrakcyjności turystycznej i lokalnego rozwoju turystyki. Przykład regionu Babiej Góry. *Prace i Studia Geograficzne*, 61(3), 85–94.
- Mroczka, A., Krauz, K. (2010). Dobowa struktura frekwencji turystów w Magurskim Parku Narodowym. *Problemy Ekologii Krajobrazu*, 27, 469–472.
- Muhar, A., Arnberger, A., Brandenburg, Ch. (2002). Methods for visitor monitoring in recreational and protected areas: an overview. W: A. Arnberger, Ch. Brandenburg, A. Muhar, (red.), *Monitoring and Management of Visitor Flows in Recreational and Protected Areas. Conference Proceedings*. Vienna: Bodenkultur University, 1–6.
- Nitkiewicz-Jankowska, A. (2012). Oferta turystyczna parków narodowych jako ważny czynnik rozwoju krajowego ruchu turystycznego. *Ekonomiczne Problemy Usług*, 84, 511–525.

- Ochrona środowiska 2020. (2020, 30 listopada). GUS. Pozyskano z: <https://stat.gov.pl/obszary-tematyczne/srodowisko-energia/srodowisko/ochrona-srodowiska-2020,1,21.html> (dostęp: 19.08.2021)
- Panasiuk, D. (2001). Wycena środowiska metodą kosztów podróży w praktyce. Wartość turystyczna Pienińskiego Parku Narodowego. W: F. Piontek (red.), *Ekonomia a rozwój zrównoważony*, t. 2, *Wdrażanie*. Białystok: Wydawnictwo „Ekonomia i Środowisko”, 264–277.
- Parzych, K. (2014). Wybrane cechy ruchu turystycznego w Słowińskim Parku Narodowym na podstawie badań ankietowych. *Journal of Health Sciences*, 4(13), 246–256. doi: 10.5281/zenodo.14874
- Pociask-Karteczka, J., Baścik, M., Czubernat, S. (2007). Ruch turystyczny w Tatrzańskim Parku Narodowym w latach 1993–2005. W: W. Kurek, M. Mika (red.), *Studia nad turystyką. Tradycje, stan obecny i perspektywy badawcze*. Kraków: Instytut Geografii i Gospodarki Przestrzennej Uniwersytetu Jagiellońskiego w Krakowie.
- Popko-Tomasiewicz, K. (2002). Ruch turystyczny w Gorceńskim Parku Narodowym. W: J. Partyka (red.), *Użytkowanie turystyczne parków narodowych*. Ojców: Ojcowski Park Narodowy, 219–230.
- Prędko, R. (1999). Monitoring dynamiki ruchu turystycznego – ocena funkcjonowania punktów kontrolnych BdPN za lata 1997–1999. *Roczniki Bieszczadzkie*, 8, 333–342.
- Prędko, R. (2012). Ruch turystyczny w Bieszczadzkim Parku Narodowym w latach 2009–2011. *Roczniki Bieszczadzkie*, 20, 358–377.
- Prędko, R., Demko, T. (2015). Ruch turystyczny w Bieszczadzkim Parku Narodowym w latach 2012–2014. *Roczniki Bieszczadzkie*, 23, 367–385.
- Prędko, R., Demko, T. (2018). Ruch turystyczny w Bieszczadzkim Parku Narodowym w latach 2015–2017. *Roczniki Bieszczadzkie*, 26, 249–266.
- Prószyńska-Bordas, H. (2008). Cechy ruchu turystycznego w Parku Narodowym Gór Stołowych i ich przemiany w okresie dziesięcioletnim w świetle badań ankietowych. *Turystyka i Rekreacja*, 4, 19–28.
- Prószyńska-Bordas, H. (2013). Organizacja turystyki w parkach narodowych w opinii odwiedzających. *Studia i Materiały CEPL w Rogowie*, 34(1), 207–216.
- Prószyńska-Bordas, H. (2017). Visitor segmentation in the national parks based on motivations and benefits obtained during the stay. *Ekonomia i Środowisko*, 2(61), 149–162.
- Prószyńska-Bordas, H. (2010). Korzystanie z oferty edukacyjnej wybranych parków narodowych przez młodzież i dorosłych w świetle badań ankietowych. *Studia i Materiały CEPL w Rogowie*, 1(24), 108–122.
- Riungu, G.K., Peterson, B.A., Beeco, J.A., Brown, G. (2019). Understanding visitors' spatial behavior: a review of spatial applications in parks. *Tourism Geographies*, 20(5), 833–857. doi: 10.1080/14616688.2018.1519720
- Rogowski, M. (2015). Preferencje turystów w Polskich Karkonoszach jako podstawa tworzenia produktu turystycznego obszaru. *Rozprawy Naukowe AWF we Wrocławiu*, 50, 152–163.
- Rogowski, M. (2018a). Czasoprzestrzenny rozkład ruchu turystycznego na szczycie Śnieżki w 2015 r. *Prace Geograficzne*, 154, 107–125.
- Rogowski, M. (2018b). System monitoringu ruchu turystycznego (SMRT) w Parku Narodowym Gór Stołowych dla potrzeb badań przestrzeni turystycznej. *Prace i Studia Geograficzne*, 63(3), 153–172.
- Rogowski, M. (2020). Monitoring System of tourist traffic (MSTT) for tourists monitoring in mid-mountain national park, SW Poland. *Journal of Mountain Science*, 17(8), 2035–2047. doi: 10.1007/s11629-019-5965-y
- Rogowski, M., Małek, B. (2016). Monitoring ruchu turystycznego w Parku Narodowym Gór Stołowych – założenia projektu i wstępne wyniki badań. W: Z. Młynarczyk, A. Zajadacz (red.), *Uwarunkowania i plany rozwoju turystyki. Turystyka przyrodnicza i uwarunkowania jej rozwoju*. Poznań: Bogucki Wydawnictwo Naukowe, 79–97.
- Rozporządzenie Ministra Środowiska z dnia 18 marca 2013 roku w sprawie parków narodowych lub niektórych ich obszarów, gdzie za wstęp pobiera się opłaty. Dz.U. 2013 poz. 400.
- Semczuk, M., Majewski, K., Gil, A. (2014). Uwarunkowania i kierunki zmian ruchu turystycznego w Gorceńskim Parku Narodowym. *Ochrona Beskidów Zachodnich*, 5, 47–60.

- Semczuk, M. (2012). Ruch turystyczny w Gorceńskim Parku Narodowym. *Ochrona Beskidów Zachodnich*, 4, 98–110.
- Skawiński, P. (2010). Zarządzanie ruchem turystycznym w Tatrzańskim Parku Narodowym. *Folia Turistica*, 22, 25–34.
- Sokół, J.L. (2012). Działalność gospodarstw agroturystycznych na obszarze Narwiańskiego Parku Narodowego w ocenie turystów i ich nowe wyzwania. *Ekonomia i Zarządzanie*, 4(3), 118–128.
- Spenceley, A., Schägner, J.P., Engels, B., Cullinane Thomas, C., Engelbauer, M., Erkkonen, J., Job, H., Kajala, L., Majewski, L., Mayer, M., Metzler, D., Rylance, A., Scheder, N., Smith-Christensen, C., Souza, T.B., Woltering, M. (2021). *Visitors count! Guidance for protected areas on the economic analysis of visitation*. United Nations Educational. Paris – Bonn: Scientific and Cultural Organization, German Federal Agency for Nature Conservation.
- Spychała, A., Graja-Zwolińska, S. (2014). Monitoring ruchu turystycznego w parkach narodowych. *Barometr Regionalny. Analizy i prognozy*, 4(38), 171–177.
- Stamberger, L., van Ripper, C.J., Keller, R., Brownlee, M., Rose, J. (2018). A GPS tracking study of recreationists in an Alaskan protected area. *Applied Geography*, 93, 92–102. doi: 10.1016/j.apgeog.2018.02.011
- Stynes, D.J., Propst, D.B., Chang, W.H., Sun, Y. (2000). *Estimating regional economic impacts of park visitor spending: Money Generation Model Version 2 (MGM2)*. Michigan: Department of Park, Recreation and Tourism Resources, Michigan State University.
- Taczanowska, K., Zięba, A., Brandenburg, C., Muhar, A., Preisel, H., Zięba, S., Krzeptowski, J., Hibner, J., Makaruk, W., Sostmann, H., Latosińska, B., Graf, C., Benitez, R., Bolos, V., Gonzalez, L.M., Garcia, X., Toca-Herra, J.L., Ziobrowski, S. (2015). Czasoprzestrzenny rozkład ruchu w rejonie kopuły Kasprowego Wierchu w sezonie letnim 2014. W: A. Chrobak, T. Zwijacz-Kozica (red.), *Nauka Tatrom*, t. 3, *Człowiek i Środowisko*. Zakopane: Wydawnictwa Tatrzańskiego Parku Narodowego, 127–136.
- Ustawa z dnia 16 kwietnia 2004 r. o ochronie przyrody. Dz.U. 2004 Nr 92 poz. 880 z późn. zm.
- Vuorio, T., Emmelin, L., Sandell, K. (2003). *Methods for monitoring outdoor recreation and tourism in large nature areas – the case of Södra Jämtlandsfjällen*. Östersund: ETOUR.
- Walas, B. (red.). (2019). *Model optymalizacji funkcjonowania parków narodowych w Polsce w otoczeniu społeczno-gospodarczym*. Sucha Beskidzka: Wyższa Szkoła Turystyki i Ekologii.
- Warcholik, W., Majewski, K., Kiszka, K. (2010a). Ruch turystyczny w Pienińskim Parku Narodowym. *Pieniny – Przyroda i Człowiek*, 11, 149–156.
- Warcholik, W., Semczuk, M., Baranowski, M. (2010b). Monitoring ruchu turystycznego w Pienińskim Parku Narodowym. *Annales Universitatis Paedagogicae Cracoviensis Studia Geographica*, 93, 49–57.
- Watson, A.E., Cole, D.N., Turner, D.L., Reynolds, P.S. (2000). *Wilderness recreation use estimation: a handbook of methods and systems*. Ogden: Rocky Mountain Research Station, Forest Service, US Department of Agriculture. doi: 10.2737/RMRS-GTR-66
- Wieniawska-Raj, B. (2007). Dynamika ruchu turystycznego w Karkonoskim Parku Narodowym. *Opera Corcontica*, 44(2), 593–602.
- Wieniawska, B. (2004). Socjologiczna analiza ruchu turystycznego na terenie Karkonoskiego Parku Narodowego. *Opera Corcontica*, 41, 537–544.
- Wrona, J. (1983). Ruch turystyczny w Bieszczadach. *Zeszyty Naukowe Akademii Ekonomicznej w Krakowie*, 163, 169–205.
- Zbarszewski, W. (2017). Regionalne efekty ekonomiczne z turystyki w parkach narodowych. *Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu*, 478, 455–462.
- Zwijacz-Kozica, T., Zięba, S., Grocholski, Sz. (2015). Okiem, obiektywem, czy czujnikiem: czym badać ruch turystyczny? W: A. Chrobak, T. Zwijacz-Kozica (red.), *Nauka Tatrom*, t. 3, *Człowiek i Środowisko*. Zakopane: Wydawnictwa Tatrzańskiego Parku Narodowego, 147–152.
- Zydroń, A., Pruchlat, O. (2014). Określenie społecznej wartości Wielkopolskiego Parku Narodowego metodą kosztów podróży. *Barometr Regionalny. Analizy i prognozy*, 4(38), 155–164.
- Żyto, A. (2019). Charakterystyka turystów odwiedzających Woliński Park Narodowy. W: A. Niezgoda, Ł. Nawrot (red.), *Kierunki rozwoju współczesnej turystyki*. Poznań – Kraków: Wydawnictwo Proksenia, 95–107.

- Żyto, A., Gręda, P., Mastalerz, K. (2019). Profil współczesnego turysty w Parku Narodowym Gór Stołowych – na podstawie badań sondażowych z lat 2015–2018. W: A. Niezgoda, Ł. Nawrot (red.), *Kierunki rozwoju współczesnej turystyki*. Poznań – Kraków: Wydawnictwo Proksenia, 81–94.
- Żyto, A., Rogowski, M. (2018). Profil turysty odwiedzającego Karkonoski Park Narodowy. W: P. Gryszel, *Spojrzenie na współczesną turystykę*. Wrocław: Uniwersytet Ekonomiczny, 166–180.

Publikacja została sfinansowana ze środków subwencji przyznanej Uniwersytetowi Ekonomicznemu w Krakowie.

Bernadetta Zawilińska, dr, Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie, Kolegium Gospodarki i Administracji Publicznej, Instytut Gospodarki Przestrzennej i Studiów Miejskich, Katedra Geografii Społeczno-Ekonomicznej. Doktor nauk o Ziemi w zakresie geografii, absolwentka studiów magisterskich i doktoranckich w Instytucie Geografii i Gospodarki Przestrzennej Uniwersytetu Jagiellońskiego w Krakowie. Obecnie adiunkt w Katedrze Geografii Społeczno-Ekonomicznej Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie. Specjalizuje się w problematyce rozwoju społeczno-ekonomicznego w skali lokalnej i regionalnej, ze szczególnym uwzględnieniem zagadnień związanych z turystyką. Badania koncentruje zwłaszcza na terenach cennych przyrodniczo, studiując ich wpływ na rozwój lokalny, zagadnienia związane z zarządzaniem tymi terenami oraz rozwojem turystyki.

Bernadetta Zawilińska, PhD, Cracow University of Economics, Collegium of Economy and Public Administration, Institute of Spatial Development and Urban Studies, Department of Social and Economic Geography. Doctor of Earth Sciences in Geography (graduate of the Jagiellonian University in Krakow), currently assistant professor of the Department of Socio-Economic Geography at the Cracow University of Economics. She specialises in research on local and regional development, with particular interest in tourism development. She focuses her attention especially on naturally valuable areas, studying their impact on the local economy, issues of management of these areas and tourism development.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4291-4519>

Adres/address:

Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie
Instytut Gospodarki Przestrzennej i Studiów Miejskich
Katedra Geografii Społeczno-Ekonomicznej
ul. Rakowicka 27
31-510 Kraków
e-mail: bernadetta.zawilinska@uek.krakow.pl

ANNA IRENA SZYMAŃSKA
Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie, Polska
Cracow University of Economics, Poland

Modele biznesu w *sharing economy* w kontekście grup społecznościowych działających w cyberprzestrzeni

Sharing economy business models in the context of social groups operating in cyberspace

Streszczenie: Idea *sharing economy* wiąże się z udostępnianiem dóbr, informacji bądź umiejętności przez określone osoby innym osobom na zasadach *non profit*, profit lub barteru przy wykorzystaniu przystosowanych do tego celu wirtualnych narzędzi. Przedsięwzięcia podejmowane w tym obszarze charakteryzują się dużym zróżnicowaniem, które ma swoje odzwierciedlenie w różnych sposobach klasyfikacji modeli biznesu *sharing economy*. Przyjmując jako kryterium klasyfikacji owych modeli obszary współdzielenia, można wyszczególnić cztery ich kategorie: recykulacja towarów, zwiększenie wykorzystania aktywów trwałych, wymiana usług oraz udostępnienie aktywów wytwórczych. Wspomniane kryterium i oparta na nim klasyfikacja stały się podstawą dalszych analiz i badań empirycznych. Celem niniejszego artykułu była analiza specyfiki funkcjonowania grup wirtualnych działających w ramach portali społecznościowych umożliwiającą potwierdzenie postawionej na wstępie tezy, zgodnie z którą: wirtualne grupy, pełniąc podobne funkcje jak platformy internetowe *sharing economy*, działają w oparciu o określone modele biznesowe, z tą różnicą, że nie pobierają opłat za dostęp i umożliwianie tworzenia się relacji między partnerami transakcji. W artykule podjęto również próbę identyfikacji kluczowych cech modeli biznesu *sharing economy* charakterystycznych dla grup społecznościowych działających w cyberprzestrzeni. W badaniach zastosowano metodę triangulacji (analiza literatury przedmiotu, obserwacja bierna i obserwacja uczestnicząca ukryta).

Abstract: The idea of sharing economy is associated with the provision of goods, information or skills by some people to other people on a *non-profit*, profit or barter basis using virtual tools adapted for this purpose. Actions taken in the area of sharing economy are highly diversified, which is reflected in different ways of classifying sharing economy business models. Assuming the area of sharing as the model classification criterion, four categories can be distinguished: recirculation of goods, increasing the use of fixed assets, exchange of services and making production assets available. The mentioned criterion and the classification based on it became the basis for further analyses and empirical research. The aim of this article was to analyse the functioning of virtual groups that operate within social networking sites. This made it possible to confirm the following thesis: virtual groups, performing similar functions to sharing economy internet platforms, operate on the basis of specific business models, with the difference that they do not charge for access and

for enabling relationships between transaction partners. The article also attempts to identify the key features of sharing economy business models characteristic of social groups operating in cyberspace. The research used the triangulation method (literature analysis, passive observation and covert participant observation).

Słowa kluczowe: ekonomia współdzielenia; grupy internetowe; grupy społecznościowe; modele biznesu; obserwacja bierna; obserwacja uczestnicząca ukryta; platformy internetowe; sharing economy

Keywords: business models; covert participant observation; internet groups; internet platforms; passive observation; sharing economy; social groups

Otrzymano: 6 kwietnia 2021

Received: 6 April 2021

Zaakceptowano: 26 czerwca 2021

Accepted: 26 June 2021

Sugerowana cytacja / Suggested citation:

Szymańska, A.I. (2021). Modele biznesu w *sharing economy* w kontekście grup społecznościowych działających w cyberprzestrzeni. *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego*, 35(3), 62–75, doi: <https://doi.org/10.24917/20801653.353.4>

WSTĘP

Obserwowany powszechnie postęp techniczny, technologiczny i informacyjny w znaczącym stopniu poszerzył granice możliwości przedsiębiorstw w zakresie dostarczania wartości klientom. We współczesnym, silnie konkurencyjnym otoczeniu, przedsiębiorstwa stoją przed wyzwaniem radzenia sobie z dużą ilością danych, koniecznością podejmowania szybkich decyzji i uelastycznianiem procesów produkcyjnych. Przemianom tym towarzyszy powstawanie kolejnych koncepcji modeli biznesu, które umożliwiają opisanie, scharakteryzowanie i analizę obszarów funkcjonowania oraz otoczenia określonego podmiotu gospodarczego, a także wyszczególnienie potencjalnych źródeł osiągnięcia przewagi konkurencyjnej (Falencikowski, 2012).

Nowe usługi w środowisku nowych technologii mogą prowadzić do kształtowania się modeli e-biznesu, charakteryzujących się innowacyjnością, elastycznością, otwartością i generowaniem wartości dla interesariuszy. Uwagę zwraca ponadto innowacyjne podejście do finansowania, serwisy społecznościowe, angażujące internautów we współtworzenie dóbr i usług, usługi mobilne, cloud computing, a także dwu- lub wielostronne modele biznesowe. Biznes elektroniczny (*electronic business, e-business*) najczęściej definiowany jest jako „wykorzystanie Internetu do powiązania (łączenia) oraz ułatwiania prowadzenia (wykonywania) przedsięwzięć biznesowych, handlu elektronicznego, komunikacji i współpracy wewnątrz firmy oraz z jej klientami, dostawcami i innymi partnerami biznesowymi” (Nojszewski, 2006: 1). Przedsięwzięcia e-biznesowe realizowane są zazwyczaj z wykorzystaniem Internetu, intranetu, ekstranetu i innych rodzajów sieci do wspierania realizowanych procesów gospodarczych (Combe, 2006).

Obserwacja aktualnych trendów rozwoju najnowocześniejszych serwisów wskazuje na ewoluowanie modeli e-biznesowych w kierunku wirtualnych rynków czy sieci powiązań, w ramach których producenci i konsumenci poszukują i łączą się dynamicznie, krótkoterminowo, jedynie na czas realizacji transakcji biznesowej lub w celu osiągnięcia innych zamierzonych celów biznesowych. Zwiększa się również różnorodność i skala podejmowanych działań gospodarczych w cyberprzestrzeni, prowadząc w efekcie do znacznego skomplikowania modeli, według których funkcjonują przedsiębiorstwa.

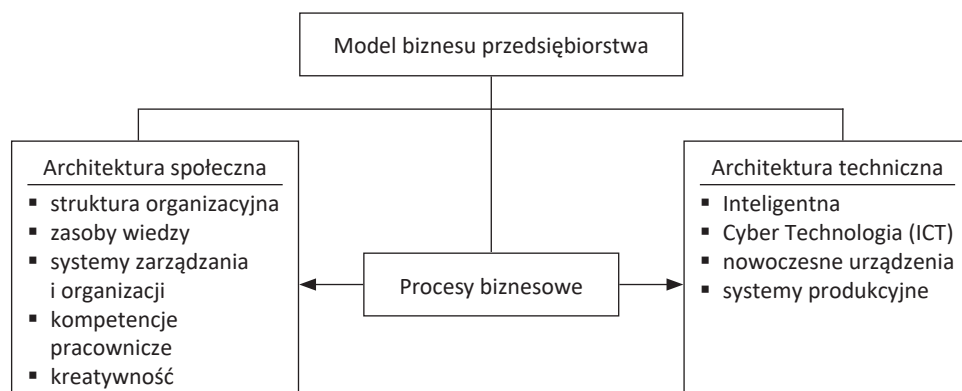
Szczególną odmianą modeli e-biznesu są modele związane z ekonomią współdzielenia (*sharing economy*). Zazwyczaj są to platformy oparte na współpracy (*collaboration platforms*) pobierające opłatę za dostęp oraz korzystanie z narzędzi wspierania relacji między partnerami. Idea *sharing economy* polega na udostępnianiu dóbr, informacji bądź umiejętności przez określone osoby innym osobom na zasadach *non profit*, profit lub barteru z wykorzystaniem przystosowanych do tego wirtualnych narzędzi¹ (Płaziak, Szymańska 2019; Szymańska, 2017, 2018, 2020). Przedsięwzięcia postrzegane jako działania w obszarze *sharing economy* charakteryzują się dużym zróżnicowaniem, co jest rezultatem niejednoznaczności w definiowaniu *sharingu*. Z drugiej strony dostrzega się jednak pewne prawidłowości i podobieństwa w ramach podejmowanych aktywności.

Zasadniczym celem artykułu była analiza specyfiki funkcjonowania grup wirtualnych działających w ramach portali społecznościowych, a w rezultacie potwierdzenie postawionej tezy, zgodnie z którą wirtualne grupy pełnią podobne funkcje jak platformy internetowe *sharing economy* działają w oparciu o określone modele biznesowe, z tą różnicą, że nie pobierają opłat za dostęp i umożliwianie tworzenia się relacji między partnerami transakcji. Ponadto podjęto również próbę identyfikacji kluczowych cech modeli biznesu *sharing economy* grup działających w cyberprzestrzeni. Należy tu podkreślić, że prezentowane badania mają charakter nowatorski. Opisywane w literaturze przedmiotu badania zazwyczaj koncentrują się jedynie na funkcjonowaniu platform internetowych w obszarze *sharingu* nierozpatrując grup wirtualnych, które mogą przecież pełnić podobne funkcje.

MODELE BIZNESU W OBSZARZE SHARING ECONOMY

Modele biznesu stanowią konfigurację procesów biznesowych łączących i rozwijających zasoby, ukształtowane w formie architektury społecznej („miękkiej”) i technicznej przedsiębiorstwa („twardej”) (rycina 1).

Rycina 1. Model biznesowy przedsiębiorstwa



Źródło: opracowanie własne

¹ Zgodnie z definicją Komisji Europejskiej *sharing economy* to „łączenie osób fizycznych i prawnych za pomocą platform internetowych, aby umożliwić im świadczenie usług lub wspólne korzystanie z aktywów, zasobów, czasu, umiejętności lub kapitału, nierzadko w ograniczonym czasie i bez przekazywania praw własności” (PwC Polska, 2016).

Powstają jako reakcja podmiotów gospodarczych na różnorodne wymagania stawiane im przez otoczenie, co więcej, definiują sposób zarabiania pieniędzy przez poszczególne podmioty (Johnson, 2010). W literaturze przedmiotu można odnaleźć wiele definicji modeli biznesowych (w tym też e-biznesowych) i wiele propozycji ich klasyfikacji. Często stosowane kryteria ich podziału to m.in.: cel biznesowy, poziom awansowania technologicznego, sposób konfiguracji dobra i usługi, czy źródła generowania dochodów (Poniatowska-Jaksch, 2013). Istotą modelu zazwyczaj jest wartość, jaką otrzymują klienci, jak również wartość samego przedsiębiorstwa. Budowane są w oparciu o różne kryteria, np. relacje podmiotów rynkowych, czy też źródła budowania przewagi konkurencyjnej. Zazwyczaj założenia panujące w danej branży traktowane są jako wyznaczniki dla określonego modelu. Wraz ze zmianami w funkcjonowaniu branży obserwuje się zmiany w modelach biznesowych, które mogą dokonać się przez:

- renowację istniejącego, obecnego modelu biznesu,
- zbudowanie nowego modelu biznesu (lub modeli) „obok” już istniejących i stopniowe przechodzenie od jednego do drugiego (Gajdzik, Grabowska, 2018).

W modelach biznesu dużą wagę przywiązuje się do kreowania, dostarczania i przechwytywania wartości oraz tworzenia relacji z klientami (Osterwalder, Pigneur, 2012). Modele te informują, w jaki sposób organizacja buduje wartość dla klienta, tworząc jednocześnie wartość dla samej siebie (Johnson, 2013). Na problematyce wartości opiera się również koncepcja firmy-idei, zgodnie z którą celem organizacji nie jest lepsze zaspokajanie potrzeb klienta, a jego upodmiotowienie i włączenie w społeczny proces wytwarzania wartości firmy. W podejściu tym wartości pozaekonomiczne służą kreacji wartości ekonomicznej (Hausner, Zmysłony, 2015). Podobne współzależności dostrzegalne są także w modelach biznesu *sharing economy*, gdzie jednym z elementów sukcesu jest właśnie tworzenie wartości dla klienta, rozpatrywane w ujęciu ekonomicznym, społecznym, praktycznym i środowiskowym (Poniatowska-Jaksch, 2016; Rude, 2016). Bez wątplenia głównym stymulatorem procesu kreacji wartości oraz tworzenia nowych relacji z klientami jest dynamiczny rozwój sieci technologicznych (Internet) i społecznych (sieci społeczne). Sieci te tworzą współczesne środowisko biznesowe, w ramach którego ich użytkownicy tworzą społeczności *online*, oparte na wspólnych interesach, często umożliwiające wymianę bądź dostęp do określonych dóbr bez konieczności nabywania ich na własność.

Rozpatrując modele biznesu *sharing economy* nie sposób nie wspomnieć o klasyfikacji modeli zaproponowanej przez Weilla i Vitale, której podstawą są relacje występujące między firmą a konsumentami, klientami, sojusznikami i dostawcami, a także bezpośrednio powiązane z nimi przepływy produktów, informacji, pieniędzy oraz korzyści dla współuczestników modelu (Weill, Vitale, 2001). Znajduje tu zastosowanie model ukierunkowany na klienta oraz model pośrednika. Model ukierunkowany na klienta cechuje występowanie bezpośredniej komunikacji między kupującym a sprzedającym (klientem może być zarówno osoba fizyczna, jak i przedsiębiorstwo). W przypadku modelu pośrednika są to portale, agenci, aukcje itp., ułatwiające nawiązanie relacji między sprzedającymi i kupującymi.

Modele biznesu *sharing economy* można również podzielić ze względu na: obszar współdzielenia, orientację rynkową (*non profit* lub *for profit*), czy skalę działania (lokalna, międzynarodowa). Klasyfikacja ze względu na obszar współdzielenia odnosi się zwykle do podziału na aktywa materialne/rzeczowe (wynajem pokoi, pojazdów) oraz aktywa niematerialne (*crowdfunding*, banki czasu). Przyjmując nieco bardziej

szczegółowe podejście do obszarów współdzielenia można wyszczególnić takie cztery kategorie jak recyrkulacja towarów (aukcje internetowe, wymiana rzeczy – zabawek, książek, sprzętu sportowego), zwiększenie wykorzystania aktywów trwałych (wynajem pokoi, odpłatne użyczenie sprzętu domowego użytku, wynajem pojazdów), wymiana usług (banki czasu – nauka języków obcych czy gry na instrumentach, doradztwo podatkowe) oraz udostępnienie aktywów wytwórczych (udostępnianie narzędzi i miejsc do pracy – *coworking*) (Poniatowska-Jaksch, 2016; Schor, 2014).

OBSERWACJA UCZESTNICZĄCA W BADANIU ZACHOWAŃ INTERNAUTÓW

Obserwacja zachowań respondentów w ich naturalnym środowisku przebywania należy do grupy metod z zakresu badań etnograficznych. W badaniach empirycznych stanowiących podstawę weryfikacji postawionej na wstępie tezy zastosowano dwie metody jakościowe: obserwację bierną oraz obserwację uczestniczącą ukrytą². Obserwacja bierna opiera się na uczestnictwie biernym lub peryferyjnym, w ramach którego badacz jedynie przygląda się aktywności użytkowników, nie wchodzi natomiast w interakcje i nie wpływa swoją obecnością na ich zachowania. W przypadku obserwacji czynnej badacz sam staje się użytkownikiem usług internetowych (czat, portal, sklep internetowy, czy medium społecznościowe tj.: blog, vlog, mikroblog, wirtualny świat tzw. *Second Life*, serwis społecznościowy, jak np. Facebook, Instagram) i staje się pełnoprawnym członkiem danej społeczności a tym samym wtapia się w środowisko, które chce poznać.

W literaturze przedmiotu występuje wiele definicji obserwacji uczestniczącej, z których każda podkreśla wybrane aspekty tej techniki badawczej. Według Schwartza „obserwacja uczestnicząca jest procesem badawczym, w którym obserwator przebywa w środowisku społecznym dla celów badań naukowych. Obserwator jest w bezpośrednich, bliskich stosunkach z obserwowanymi i współuczestnictwo w ich naturalnym życiu dostarcza mu materiałów badawczych” (Doktor, 1964: 43). Technika obserwacji uczestniczącej jest dość często wykorzystywana na gruncie nauk społecznych i wiązana jest z podejściem naturalistycznym, zgodnie z którym „jeśli to tylko możliwe, świat społeczny powinien być badany w jego ‘naturalnym’ stanie, niezakłóconym przez badacza” (Hammersley, Atkinson, 2000: 16). Prowadzenie badań w środowisku naturalnym zwiększa prawdopodobieństwo zrozumienia badanej rzeczywistości, umożliwia zbliżenie się do doświadczeń życiowych uczestników w większym stopniu, niż przy zastosowaniu obserwacji biernej (Chomczyński, 2006; Prus, Grills, 2003: 24). Idea obserwacji uczestniczącej wywodzi się z badań etnograficznych i antropologicznych, w ramach których koncentrowano się na poznaniu zwyczajów kulturowych plemion (Babbie 2003: 309; Chomczyński, 2006; Shaughnessy, Zechmeister, Zechmeister, 2002: 106).

Odmianą obserwacji uczestniczącej jest obserwacja uczestnicząca ukryta, nazywana również zamaskowaną obserwacją uczestniczącą (Shaughnessy, Zechmeister, Zechmeister, 2002: 106). Badacz wykorzystujący tę technikę w trakcie badania ukrywa swoją tożsamość przed wszystkimi lub niektórymi podmiotami obserwacji (Hammersley, Atkinson, 2000: 81, 270). W literaturze podkreśla się jej relatywnie szerokie

² Trzecim wariantem jest obserwacja pośrednia, podczas której badacz jest aktywny, podejmuje działania w obrębie grupy, ale nie angażuje się w pełni, nie wpływa na system wartości grupy, realizowane cele.

stosowanie w badaniach poświęconych funkcjonowaniu różnego rodzaju mniej lub bardziej formalnych grup (Chomczyński, 2006). Uzasadnieniem stosowania tej metody może być powszechne wśród badaczy przekonanie, że ujawnienie celu badań zniweczyłoby wszelkie próby poznania prawdy. Zakłada się, że osoby mające świadomość tego, iż są obserwowane nie będą zachowywały się swobodnie, co w efekcie wpłynie na zniekształcenie wyników badania (Chomczyński, 2006; Farrington, Robinson, 1999: 180; Hammersley, Atkinson, 2000: 270; Konecki, 2000: 149; Shaughnessy, Zechmeister, Zechmeister, 2002: 106).

Wykorzystanie obserwacji (zarówno biernej, jak i uczestniczącej) jako techniki badawczej wydaje się być właściwym wyborem w badaniach społeczności funkcjonujących w świecie wirtualnym, umożliwiającym dogłębne ich poznanie na wielu płaszczyznach. Dla przykładu, badania prowadzone w ramach takich nauk społecznych, jak etnografia, geografia i socjologia, umożliwiają pogłębienie wiedzy w zakresie powstawania, funkcjonowania, czy rozwoju grup internetowych. Mogą dotyczyć m.in. zagadnień tożsamości społeczności, czynników i stopnia integracji oraz ewolucji. Zastosowanie obserwacji w badaniach marketingowych może być przydatne m.in. w przewidywaniu przyszłych trendów, postrzeganiu marki, podejmowaniu działań w zakresie kreowania, wdrażania i rozwoju nowych produktów, komunikacji marketingowej, monitorowania kanałów między konsumentami w celu identyfikacji potencjalnego popytu na określone produkty itp. (Cichocki, Jędrkiewicz, Zydel, 2012; Płaziak, 2020).

Wyróżnia się pięć elementów/kryteriów obserwacji, które powinny zostać uwzględnione w procesie badawczym przez obserwatora uczestniczącego, zanurzonego w badanej społeczności: organizacja czasu i przestrzeni, obiekty, aktorzy społeczni, interakcje, wydarzenia (Ciesielska, Wolanik Boström, Öhlander, 2012; Płaziak, 2020) – tabela 1.

Uwzględnienie w prowadzonych badaniach omówionych powyżej elementów/kryteriów obserwacji, warunkuje prawidłowe i kompleksowe przeprowadzenie badania pozwalając na szerokie spektrum poznania badanej społeczności, a jednocześnie zawężając obszar, czas i uczestników badania.

Tabela 1. Charakterystyka kluczowych elementów/kryteriów obserwacji w procesie badawczym cyberprzestrzeni

Lp.	elementy/kryteria obserwacji	Charakterystyka w odniesieniu do cyberprzestrzeni
1.	Organizacja czasu i przestrzeni	Spotkania odbywają się w cyberprzestrzeni, brak ograniczenia czasowego, w dyskusję można włączyć się w dowolnej chwili, wyjątkiem może być sytuacja, gdy wyznaczono terminy wideokonferencji, spotkań na czacie lub relacji online, zazwyczaj istnieje możliwość odtworzenia i skomentowania w dogodnym czasie.
2.	Obiekty – ich lokalizacja i dostępność	Przez lokalizację należy tu rozumieć adresy sieciowe forów, stron internetowych, blogów, grup utworzonych w ramach określonych serwisów społecznościowych (np. Facebook, Instagram, Twiter), skupiających w cyberprzestrzeni osoby, które łączą wspólne zainteresowania, pasje, reprezentowane w danej dziedzinie poglądy, względy ekonomiczne, czy konkretne terytorium (np. miasto, dzielnica, osiedle) i związane z nim wydarzenia, problemy, wspomnienia itp. W procesie badawczym wykorzystywane jest konkretne medium internetowe, które charakteryzują takie elementy, jak: dostępność (otwarta lub ograniczona poprzez login i hasło), struktura i szata graficzna, czy stopień skomplikowania w obsłudze i użytkowaniu.

3.	Aktorzy społeczni	Ograniczona możliwość wglądu w zachowania (mimika twarzy, język ciała, gesty) poszczególnych członków społeczności ze względu na utrudniony lub niemożliwy kontakt wzrokowy – zazwyczaj w ramach społeczności wirtualnych brak jest możliwości prowadzenia rozmów z wykorzystaniem wizji. Konieczne wnioskowanie na podstawie tekstów, symboli, znaków umieszczanych przez poszczególnych członków społeczności, wskazane jest tu ograniczone zaufanie co do prawdziwości wypowiedzi internautów, konieczne weryfikowanie z wypowiedziami innych członków.
4.	Interakcje	Najczęściej brak możliwości rejestracji niektórych werbalnych i niewerbalnych zachowań ze względu na ograniczony do minimum kontakt „face to face” (lub wręcz całkowity jego brak). Identyfikacja emocji, intencji, opinii, poziomu zaangażowania poszczególnych członków badanej społeczności w konkretną sprawę lub problem, prowadzona na podstawie użytych zwrotów, wyrazów, znaków interpunkcyjnych, emotikonów itp., konieczność tzw. „czytania między wierszami”.
5.	Wydarzenia	Wydarzenia odbywają się w cyberprzestrzeni, będą to więc zazwyczaj opinie czy wymiany poglądów. Nawet w sytuacji, gdy będzie to protest czy akcja charytatywna, będzie się odbywać w inny sposób niż taka aktywność w przestrzeni realnej. W sieci dostęp do informacji częstokroć jest łatwiejszy i nieograniczony czasowo.

Źródło: opracowanie własne na podstawie Płaziak (2020)

METODYKA PROWADZONYCH BADAŃ

W okresie od lutego do czerwca 2020 roku przeprowadzono badania bezpośrednie, w ramach których obserwacji poddano 90 grup internetowych utworzonych na platformach Facebook i Instagram, działających w obszarze *sharing economy* i zrzeszających głównie młodych ludzi. W badaniach zastosowano metodę triangulacji obejmującą: analizę literatury przedmiotu z zakresu funkcjonowania wirtualnych społeczności w obszarze ekonomii współdzielenia, jak również obserwację bierną i obserwację uczestniczącą ukrytą. Analizy uzyskanych wyników dokonano w oparciu o autorski warsztat badawczy opracowany na podstawie literatury metodologicznej traktującej o badaniach jakościowych.

Należy tu zwrócić uwagę na fakt, iż platformy internetowe, takie jak Facebook czy Instagram, określane również mianem serwisów społecznościowych, służą zwyczajnej wymianie informacji. W ramach świadczeń wykonywanych przez administratorów tego rodzaju platform nie dostrzega się specyficznych cech, które wskazywałyby na związek z ekonomią współdzielenia. Mogą być one jednak wykorzystywane przez użytkowników do współdzielenia w celu realizacji wartości uznawanych za konstytutywne dla ekonomii współdzielenia. Ponadto coraz częściej obserwuje się, iż administratorzy platform z obszaru *sharingu* tworzą profile w ramach serwisów społecznościowych. Stanowią one wówczas uzupełnienie głównej działalności realizując funkcję informacyjną i komunikacyjną z użytkownikami danej platformy. Grupy wirtualne zakładane są także przez osoby korzystające z oferty platform, stanowiąc przestrzeń do wymiany wiedzy i doświadczeń związanych użytkowaniem platformy. Owa różnorodność intencji tworzenia grup wirtualnych, prowadząca do realizacji działań w obszarze *sharing economy*, stanowiła przyczynek do podjęcia badań empirycznych.

Zasadniczym celem badań była analiza specyfiki funkcjonowania grup wirtualnych działających w ramach portali społecznościowych umożliwiającą potwierdzenie tezy, zgodnie z którą wirtualne grupy pełniąc podobne funkcje jak platformy internetowe *sharing economy* działają w oparciu o określone modele biznesowe, z tą różnicą, że nie

pobierają opłat za dostęp i umożliwianie tworzenia się relacji między partnerami transakcji. Realizują podobne zadania, mimo iż z prawnego punktu widzenia nie stanowią działalności gospodarczej. Ponadto podjęto próbę identyfikacji kluczowych cech modeli biznesu *sharing economy* grup działających w cyberprzestrzeni.

Punktem wyjścia przy przeprowadzaniu obserwacji o charakterze jakościowym było przeanalizowanie poszczególnych stadiów przygotowania i przeprowadzenia obserwacji. Procedura badawcza obejmowała następujące etapy: opracowanie koncepcji obserwacji, dokonanie wyboru miejsca prowadzenia obserwacji, zaprojektowanie narzędzia badawczego, przeprowadzenie szkolenia badaczy wspierających, pozyskanie zgody na przeprowadzenie obserwacji w badanej przestrzeni, realizacja obserwacji wstępnych, przeprowadzenie badań właściwych i analiza uzyskanych wyników badań (tabela 2).

Tabela 2. Etapy przeprowadzenia badań empirycznych z wykorzystaniem obserwacji jako metody badawczej

Lp.	Etapy badania	Charakterystyka
1.	Opracowanie koncepcji obserwacji	Analiza literatury przedmiotu, opracowanie koncepcji badań, sformułowanie celu i pytań badawczych, wyszczególnienie obszarów badawczych mieszczących się w przestrzeni <i>sharing economy</i> , w ramach których prowadzono badania (transport, nieruchomości, gastronomia, finanse, wymiana dóbr i wiedzy, banki czasu/umiejętności).
2.	Wybór miejsca prowadzenia obserwacji	Miejsce prowadzenia obserwacji stanowiła przestrzeń wirtualna – portale społecznościowe (Facebook, Instagram).
3.	Zaprojektowanie narzędzia badawczego	Ujednolicony arkusz umożliwiający ustrukturalizowaną charakterystykę badanych grup wirtualnych, służący do pomiaru obserwowanych zjawisk. Zawierał szczegółowe polecenia dotyczące zarówno obserwacji biernej, jak również obserwacji uczestniczącej ukrytej.
4.	Przeprowadzenie szkolenia badaczy wspierających	Funkcję badaczy wspierających pełnili wybrani studenci uczelni ekonomicznej, którzy zostali przeszkoleni, a także wyposażeni w ujednolicony arkusz badawczy oraz szczegółową procedurę dot. prawidłowego prowadzenia obserwacji biernej i uczestniczącej ukrytej w środowisku wirtualnym.
5.	Pozyskanie zgody na przeprowadzenie obserwacji w badanej przestrzeni	Procedura pozyskania zgody na przeprowadzenie obserwacji obejmowała trzy etapy: 1) zgłoszenie chęci stania się członkiem wybranej grupy internetowej; 2) akceptacja regulaminu grupy przez badacza; 3) przyjęcie go przez administratora do grupy wirtualnej poddanej badaniu.
6.	Realizacja obserwacji wstępnych	Przeprowadzenie obserwacji kilku wybranych grup internetowych, mające na celu weryfikację poprawności narzędzia badawczego.
7.	Przeprowadzenie badań właściwych – obserwacji biernej, a następnie obserwacji uczestniczącej ukrytej	Zogniskowana obserwacja bierna i uczestnicząca ukryta (zawężenie badań do wybranych grup w oparciu o przyjęte kryteria) – składająca się z następujących etapów: wyszukanie grup wirtualnych w ramach wyznaczonych obszarów, zapisanie się badacza do wybranych grup, szczegółowa analiza informacji dot. wyszukanych grup (rok założenia, liczba członków, poziom aktywności członków – liczba postów umieszczanych dziennie, tematyka postów), wybór grup o największym natężeniu aktywności, mieszczących się w wybranej tematyce, obserwacja bierna wybranych grup, obserwacja czynna grup, polegająca na umieszczeniu min. 3 postów w ramach obserwowanych grup i stymulowanie dyskusji przez ok. tydzień, ponadto komentowanie wypowiedzi innych członków grup.

Źródło: opracowanie własne

Kluczowym punktem na etapie opracowania koncepcji planowanych badań empirycznych było wyszczególnienie głównych obszarów badawczych w przestrzeni *sharing economy*, które miały zostać objęte dalszymi badaniami. W toku pogłębionej analizy literatury przedmiotu wyszczególniono takie obszary jak: transport, nieruchomości, gastronomia, finanse, wymiana dóbr i wiedzy, banki czasu/umiejętności. Badania empiryczne rozpoczęto od wyszukania grup wirtualnych funkcjonujących w ramach takich portali społecznościowych jak Facebook i Instagram i mieszczących się tematycznie w wyszczególnionych obszarach badawczych. Wspomniane grupy wyszukiwane były przede wszystkim poprzez stosowanie słów kluczowych adekwatnych dla poszczególnych obszarów badawczych. Na tym etapie wyszukano łącznie 455 grup wirtualnych, zarówno polsko-, jak i angielskojęzycznych. Szczegółowa analiza informacji dot. wyszukanych grup (rok założenia, liczba członków), ocena poziomu aktywności członków, a także tematyka zamieszczanych postów pozwoliły na wybór 90 grup o największym natężeniu aktywności, mieszczących się w wybranej tematyce. Grupy następnie zostały poddane obserwacji biernej, a w kolejnym etapie obserwacji czynnej polegającej na stymulowaniu dyskusji, a także komentowaniu wypowiedzi innych członków grup.

WYNIKI BADAŃ

Analiza grup społecznościowych działających w cyberprzestrzeni z perspektywy pięciu elementów/kryteriów obserwacji (organizacja czasu i przestrzeni, obiekty, aktorzy społeczni, interakcje, wydarzenia) umożliwiła dokonanie pogłębionej ich charakterystyki (tabela 3).

Tabela 3. Charakterystyka grup wirtualnych działających w ramach *sharing economy*

Lp.	Elementy/kryteria obserwacji	Charakterystyka obserwowanych grup wirtualnych działających w ramach <i>sharing economy</i>
1.	Organizacja czasu i przestrzeni	<p>Czym charakteryzuje się sposób organizacji spotkań z perspektywy ich czasu i przestrzeni?</p> <p>Członkowie obserwowanych grup wirtualnych spotykają się w cyberprzestrzeni, możliwe jest umieszczanie postów oraz komentowanie wypowiedzi innych osób w dogodnym czasie.</p>
2.	Obiekty	<p>Jaka jest lokalizacja i dostępność obiektów – przestrzeni spotkań?</p> <p>Grupy wirtualne funkcjonujące w ramach takich serwisów społecznościowych jak Facebook, Instagram itp., skupiające osoby, których łączy wspólne zainteresowania, pasje, reprezentowane w danej dziedzinie poglądy (np. ochrona środowiska), względy ekonomiczne.</p> <p>W świecie wirtualnym występują tu dwie kategorie przestrzeni: przestrzeń publiczna dostępna dla każdego użytkownika platformy społecznościowej oraz prywatna – wymagana akceptacja administratora, w obu przypadkach przeważnie konieczna jest akceptacja regulaminu grupy.</p> <p>W związku z realizacją założonych celów członkowie wybranych grup spotykają się również w świecie realnym – np. wymiana dóbr, oddanie rzeczy za opłatą, wspólne korzystanie lub użyczenie aktywów trwałych innym grupowiczom. Wówczas dostępność przestrzeni i sposobu jej użytkowania regulowana bieżącymi ustaleniami obu stron transakcji.</p>

3.	Aktorzy społeczni	<p>Jakie unikatowe cechy można przypisać obserwowanej społeczności jako całości? Co odróżnia badaną społeczność od innych społeczności tego typu?</p> <p>Członkowie wybranych, poddanych badaniu, grup wirtualnych to w przeważającej większości osoby młode w przedziale wiekowym 18–35 lat, mający wspólne zainteresowania i pasje, zaangażowani, otwarci na innych, o zdecydowanych przekonaniach, inteligentni, chcący się stale rozwijać i dokształcać, charakteryzujący się bardzo szeroką, a w wielu przypadkach wręcz unikatową wiedzą w danym obszarze (np. pielęgnacja roślin, włosów, decoupage itp.) i chętnie się nią dzielący, przedsiębiorczy, poszukujący okazji, społecznicy – żywo angażujący się w życie danej społeczności.</p> <p>Podstawową cechą odróżniającą członków tych społeczności tych grup z pewnością jest zaangażowanie w realizowany cel.</p>
4.	Interakcje	<p>Jak działania i zachowania członków społeczności wpływają na rozwój społeczności i jej otoczenia w cyberprzestrzeni, ale również w świecie realnym?</p> <p>Specyfika obszaru, w którym działają grupy wymusza dość wysoki poziom interakcji między jej członkami w świecie wirtualnym, wysoki poziom aktywności w ramach grupy, relatywnie częste spotkania w świecie realnym w celu realizacji założeń statutowych grupy.</p>
5.	Wydarzenia	<p>Czy wydarzenia wpływają pozytywnie czy negatywnie na rozwój samej społeczności w cyberprzestrzeni oraz czy mają wpływ na zmiany dokonywane w przestrzeni realnej?</p> <p>Wydarzenia odbywające się w cyberprzestrzeni zazwyczaj mają charakter wymiany poglądów, opinii czy wiedzy. Mają więc pozytywny wpływ na członków danej społeczności.</p> <p>Spotkania w świecie realnym mogą przynosić korzyści obu stronom wymiany, mogą również wpływać na rozwój lokalnej społeczności, czy korzystne przemiany w obszarze infrastrukturalnym.</p>

Źródło: opracowanie własne

Zastosowanie w badaniach zarówno obserwacji biernej, jak również obserwacji czynnej polegającej na stymulowaniu aktywności członków grup umożliwiło identyfikację tematów poruszanych w dyskusjach, charakteru podejmowanych aktywności, przedmiotu (rzeczy, informacje, usługi) wymiany, charakteru wymiany (*for profit, nonprofit*). Zebrany materiał badawczy pozwolił na wyszczególnienie typowych cech charakterystycznych dla poszczególnych modeli biznesu oraz ich klasyfikację według przyjętych kryteriów.

W związku z powyższym można powiedzieć, że grupy internetowe działające w obszarze *sharing economy* wyróżniają się pewnymi wspólnymi cechami:

- są przestrzeniami publicznymi lub prywatnymi,
- funkcjonują w ramach określonego serwisu społecznościowego,
- tworzone są w określonym celu,
- dysponują określonym regulaminem postępowania, który musi zostać zaakceptowany i przestrzegany przez wszystkich jej członków,
- zarządzane są przez administratora, który dba o przestrzeganie regulaminu grupy i stosuje odpowiednie sankcje w przypadku niestosowania się do niego,
- ich członkowie nie muszą wносить żadnych opłat za możliwość podejmowania działań w tej przestrzeni,
- umożliwiają komunikację, wymianę informacji, dóbr i usług zarówno między osobami prywatnymi (P2P), przedsiębiorcami i osobami prywatnymi (B2P), między różnymi przedsiębiorcami (B2B), jak również między osobami prywatnymi i przedsiębiorcami (P2B),

- aktywność podejmowana w ramach grupy może mieć charakter zarobkowy (*for profit*), jak również *non profit*.

Przeprowadzone badania empiryczne pozwoliły również na podział obserwowanych grup wirtualnych na cztery główne kategorie. Podział ten zgodny jest z klasyfikacją modeli biznesu *sharing economy* ze względu na obszar współdzielenia (tabela 4).

Tabela 4. Klasyfikacja modeli biznesu *sharing economy* wg obszarów współdzielenia

Lp.	Obszar współdzielenia	Przykładowe platformy internetowe	Przykładowe grupy wirtualne działające w ramach serwisu społecznościowego
1.	Recykulacja towarów	eBay	Kraków/Nowa Huta się dzieli/Is Sharing Oddam za darmo, wymienię, pomogę Rośliny – zamienię – oddam – Kraków Mysie, Pysie i inne Stokrotki
2.	Zwiększenie wykorzystania aktywów trwałych	Uber, Lyft, Airbnb	Couchsurfing Kraków Kierowcy Uber & Bolt & Free Now Polska Tarnów w Krakowie Airbnb Polska
3.	Wymiana usług	BankCzasu.org	Language Exchange Club Krakow Tandem językowy Duolingo Wymiana umiejętności
4.	Udostępnienie aktywów wytwórczych	ShareSpace	Wytwórnia Krakow Made to Create – Creative Community Saturday Art Classes Kraków Miastem Startupów

Źródło: opracowanie własne

Analiza pozyskanego materiału badawczego pozwoliła również na zidentyfikowanie kluczowych charakterystyk różnicujących grupy działające w cyberprzestrzeni w ramach poszczególnych modeli biznesu, do których zostały przydzielone (tabela 5). Podstawowe elementy różnicujące poszczególne modele to: poza komunikacją via grupa internetowa również spotkania w świecie realnym lub online (np. z wykorzystaniem takich narzędzi jak ZOOM, Messenger, MS Teams, Skype itp.), przedmiot wymiany, forma płatności, waluta, charakter *non profit* lub *for profit*.

Tabela 5. Charakterystyka modeli biznesu *sharing economy* wg obszarów współdzielenia

Lp.	Obszar współdzielenia	Przedmiot wymiany w ramach grup internetowych	Charakterystyczne cechy
1.	Recykulacja towarów	aukcje internetowe, wymiana rzeczy – zabawek, książek, odzieży, sprzętu sportowego, roślin, żywności	komunikacja w ramach grupy internetowej, ale również spotkania w świecie realnym związane z fizyczną wymianą towarów, wymiana barterowa, oddanie za darmo lub za opłatą, przeważa charakter <i>non profit</i> , skala działania lokalna, regionalna, krajowa, międzynarodowa (poczta, kurier)
2.	Zwiększenie wykorzystania aktywów trwałych	wynajem pokoi, odpłatne użyczenie sprzętu domowego użytku, wynajem pojazdów, współdzielenie kosztów przejazdu	komunikacja w ramach grupy internetowej, ale również spotkania w świecie realnym związane z fizycznym użyczeniem dobra trwałego użytku, za opłatą, wspólnego użytkowania dobra i współdzielenia kosztów, charakter <i>non profit</i> lub ukierunkowany na zysk, skala działania lokalna, regionalna, krajowa, międzynarodowa

3.	Wymiana usług	banki czasu / wymiana umiejętności i wiedzy – nauka języków obcych, gry na instrumentach, szycia, decoupage i innych umiejętności i wiedzy, doradztwo podatkowe	komunikacja w ramach grupy internetowej, ale również spotkania online bądź w świecie realnym związane z dzieleniem się wiedzą, umiejętnościami, walutą jest tu czas, charakter <i>non profit</i> , lokalna skala działania, regionalna, krajowa, międzynarodowa
4.	Udostępnienie aktywów wytwórczych	udostępnianie narzędzi i przestrzeni do pracy – <i>co-working</i>	komunikacja w ramach grupy internetowej, ale również spotkania w świecie realnym związane z udostępnianiem narzędzi i przestrzeni do pracy, za opłatą, działalność ukierunkowana na zysk, lokalna skala działania

Źródło: opracowanie własne

PODSUMOWANIE

Modele biznesu związane z ekonomią współdzielenia stanowią szczególną odmianę modeli, których działanie oparte jest zwykle o platformy internetowe wyposażone w narzędzia wspierania relacji między partnerami. Co ciekawe, grupy internetowe tworzone w ramach platform (serwisów społecznościowych), dedykowanych zwykle wymianie informacji, mogą być również wykorzystywane przez użytkowników do współdziałania w celu realizacji wartości uznawanych za konstytutywne dla ekonomii współdzielenia.

W oparciu o analizę literatury przedmiotu oraz badania wstępne postawiono tezę, którą następnie potwierdzono w toku badań empirycznych (obserwacja bierna i obserwacja uczestnicząca ukryta). Wirtualne grupy pełniąc podobne funkcje jak platformy internetowe *sharing economy* działają w oparciu o określone modele biznesowe, z tą różnicą, że nie pobierają opłat za dostęp i umożliwianie tworzenia się relacji między partnerami transakcji. Badania umożliwiły ponadto identyfikację kluczowych cech modeli biznesu *sharing economy* grup działających w cyberprzestrzeni. Z pewnością modele te różnicowane mogą być ze względu na obszar współdzielenia (recykulacja towarów, zwiększenie wykorzystania aktywów trwałych, wymiana usług oraz udostępnienie aktywów wytwórczych), orientację rynkową (*non profit, for profit*), skalę działania (lokalna, regionalna, krajowa, międzynarodowa), występowanie spotkań w świecie realnym lub ich brak, formę wymiany i płatności (barter, czas, pieniądz), relacje między podmiotami wymiany (P2P, B2P, B2B, P2B).

Należy tu nadmienić, iż w związku z faktem, iż badania prowadzone były w okresie pandemii COVID-19 zauważono interesujące tendencje. Otóż prowadzone obserwacje wykazały istotne zmiany w charakterze aktywności internautów – np. w grupach dotyczących transportu – wygaśnięcie aktywności, w grupach dotyczących turystyki – zmiana formatu na reklamowy, w grupach dotyczących wymiany dóbr, czasu i umiejętności – istotny wzrost aktywności, w pewnych sytuacjach przechodzący w poszukiwanie nowych form zarobkowania.

Literatura

References

- Babbie, E. (2003). *Badania społeczne w praktyce*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
 Chomczyński, P. (2006). Wybrane problemy etyczne w badaniach. Obserwacja uczestnicząca ukryta. *Przeгляд Socjologii Jakościowej*, 2(1), 68–87.

- Ciesielska, M., Wolanik Boström, K., Öhlander, M. (2012). Obserwacja. W: D. Jemielniak (red.), *Badania jakościowe. Metody i narzędzia. 2*, 41–67.
- Cichocki, P., Jędrkiewicz, T., Zydel, R. (2012). Etnografia wirtualna. W: D. Jemielniak (red.), *Badania jakościowe. Metody i narzędzia. 2*, 204–220.
- Combe, C. (2006). *Introduction to e-business, management and strategy*. Amsterdam i in. Butterworth-Heinemann.
- Doktór, K. (1964). *Przedsiębiorstwo przemysłowe. Studium socjologiczne Zakładów Przemysłu Metalowego „Cegielski”*. Warszawa: Książka i Wiedza.
- Falencikowski T. (2012). Strategia a model biznesu – podobieństwa i różnice. *Prace Naukowe Wydawnictwa Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu*, 260, 80–93.
- Farrington, A., Robinson, W.P. (1999). Homelessness and strategies of identity maintenance. A participant observation study. *Journal of Community & Applied Social Psychology*, 9(3), 175–194.
- Gajdzik, B., Grabowska, S. (2018). Modele biznesowe w przedsiębiorstwach 4.0 – próba identyfikacji założeń użytych do wyznaczenia nowych modeli biznesu. *Zarządzanie Przedsiębiorstwem*, 21(3), 2–8. doi: 10.25961/ent.manag.21.03.01.
- Hammersley, M., Atkinson, P. (2000). *Metody badań terenowych*. Poznań: Wydawnictwo Zysk i S-ka. Hausner, J., Zmysłony, M. (2015). *FIRMA-IDEA – nowe podejście do wartości w biznesie*. Sopot: Agencja Artystyczna GAP. Pozyskano z http://www.kulturairozwoj.pl/doki/spis/KIR-0/kir_0-06.pdf (dostęp 14.03.2021).
- Johnson, M. (2010). *Seizing the white space. Business model innovation for growth and renewal*. Boston: Harvard Business School Publishing.
- Johnson, M. (2013). *Rozwój przez innowacje w modelu biznesowym*. Rozmawiał W. Jankowski *Harvard Business Review Polska*.
- Konecki, K.T. (2000). *Studia z metodologii badań jakościowych. Teoria ugruntowana*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Nojszewski, D. (2006). *Przegląd modeli e-biznesowych. 1. E-mentor*, 5. Pozyskano z <http://www.e-mentor.edu.pl/artukul/index/numer/17/id/375> (dostęp 18.03.2021).
- Osterwalder, A., Pigneur, Y. (2012). *Tworzenie modeli biznesowych*. Gliwice: Onepress.
- Płaziak, M. (2020). Obserwacja uczestnicząca w badaniach internetowych dotyczących wirtualnych społeczności lokalnych. W: K. Mazurek-Łopacińska, M. Sobocińska (red.), *Badania marketingowe w gospodarce cyfrowej*. Wrocław: Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu, 223–234.
- Płaziak, M., Szymańska, A.I. (2019). Preferencje młodych użytkowników przestrzeni miejskiej Krakowa w zakresie wyboru alternatywnych form transportu. *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego*, 33(3), 36–57. doi: 10.24917/20801653.333.3
- Poniatowska-Jaksch, M. (2013). Sieciowe modele biznesu. W: M. Duczkowska-Piasecka (red.), *Model biznesu. Nowe myślenie strategiczne*, Warszawa: Difin.
- Poniatowska-Jaksch, M. (2016). Modele biznesu w sharing economy. W: M. Poniatowska-Jaksch, R. Sobiecki (red.), *Sharing economy (gospodarka współdzielenia)*, Warszawa: Oficyna Wydawnicza SGH.
- Prus, R., Grills, S. (2003). *The Deviant Mystique. Involvements, Realities and Regulation*. Westport, CT; London: Praeger.
- PwC Polska. (2016). *(Współ)dziel i rządz! Twój nowy model biznesowy jeszcze nie istnieje*. Pozyskano z <https://www.pwc.pl/pl/pdf/ekonomia-wspoldzielenia-1-raport-pwc.pdf> (dostęp 18.03.2021).
- Rude, L. (2016). *4 Keys to a Successful Sharing Economy Business Model*. Pozyskano z <https://www.text100.com/articles/technology/successful-sharing-economy-business-model/> (dostęp 17.03.2016).
- Shaughnessy, J.J., Zechmeister, E., Zechmeister, J.S. (2002). *Metody badawcze w psychologii*. Gdańsk: Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne.
- Schor, J. (2014). *Debating the Sharing Economy, Great Transition Initiative. Toward a Transformative Vision and Praxis*. Pozyskano z http://www.tellus.org/pub/Schor_Debating_the_Sharing_Economy.pdf (dostęp 18.03.2021).

- Szymańska, A.I. (2017). *Sharing economy* jako nowy trend w zachowaniach konsumentów. *Marketing i Rynek*, 23(9), 417–425.
- Szymańska, A.I. (2018). Zastosowanie modelowania ścieżkowego w badaniu konsumpcji kolaboratywnej. *Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu*, 525, 68–82. doi: 10.15611/pn.2018.525.06.
- Szymańska, A.I. (2020). Focus Group Interviews Employed in the Research Analysing Young Adults' Behaviour on the Market of Alternative Means of City Transport. *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego*, 34(3), 84–95. doi: <https://doi.org/10.24917/20801653.343.6>.
- Weill, P., Vitale, M.R. (2001). *Place to space, migrating to ebusiness models*. Boston, MA: Harvard Business School Press.

Anna Irena Szymańska: dr, adiunkt, Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie, Instytut Zarządzania, Katedra Handlu i Instytucji Rynkowych. Zainteresowania badawcze autorki oscylują wokół problematyki potrzeb, preferencji i zachowań rynkowych konsumentów, konsumpcji kolaboratywnej i innych form alternatywnego dostępu do dóbr, nowych trendów w konsumpcji oraz ich implikacji dla strategii biznesowych przedsiębiorstw. Ponadto zajmuje się problematyką przedsiębiorczości i innowacyjności przedsiębiorstw ze szczególnym uwzględnieniem sektora MŚP oraz gospodarki cyrkularnej.

Anna Irena Szymańska: Ph.D., assistant professor, Cracow University of Economics, Institute of Management, Department of Trade and Market Institutions. Her research interests are related to the issue of consumer needs, preferences and market behaviour, collaborative consumption and other forms of access-based consumption, new trends in consumption and their implications for business strategies, as well as issues in the area of entrepreneurship and innovation with particular emphasis on the SME sector and circular economy.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1973-2696>

Adres/address:

Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie
Instytut Zarządzania
Katedra Handlu i Instytucji Rynkowych
ul. Rakowicka 27
31–510 Kraków
e-mail: szymanska@uek.krakow.pl

ZHANNA BUCHKO

Yury Fedkovych Chernivtsi National University, Chernivtsi, Ukraine

Transborder recreational tourism complexes (TBRTC) as a result of international collaboration

Abstract: The paper discusses the notion of a transborder recreational tourism complex (TBRTC) as a geographic and as a wider multidisciplinary concept and describes such complexes within transborder tourism regions in Western Ukraine. A TBRTC is introduced as a spatial formation that arises within tourism-specific transborder collaboration. A TBRTC combines three necessary components: the entirety of all tourism-attracting resources in a specific transborder region; the travel-enabling infrastructure, including transborder-specific features like border-crossing checkpoints; and informational and coordination resources such as tour operating services and defined tourist routes. The paper explains basic terminology and key principles for formation and existence of TBRTCs. The authors start by explaining the unique characteristics of transborder tourism in Europe and in tourism-oriented formations called Euro-zones. A principal model of TBRTC is proposed, including the list of factors necessary for its formation, the key structural modules of a complex; and the causal connectivity map between these modules applied to different types of tourism. The concept of a TBRTC is illustrated using the example of the TBRTC forming in Bukovina-Bessarabia transborder region along part of Ukraine-Romania-Moldova border. This region offers multiple types of tourism activities, which translates into the emergence of a robust transborder tourism recreation complex that started forming in the late 1990s and continues to be shaped until this time.

Keywords: Euro-Region; recreational tourism complex; tourism; transborder cooperation; transborder tourism

Received: 18 April 2021

Accepted: 4 June 2021

Suggested citation:

Buchko, Z. (2021). Transborder recreational tourism complexes (TBRTC) as a result of international collaboration. *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego [Studies of the Industrial Geography Commission of the Polish Geographical Society]*, 35(3), 76–89, doi: <https://doi.org/10.24917/20801653.353.5>

INTRODUCTION

Transborder tourism is a subclass of international tourism that includes travelling across the border of neighbouring countries and significant presence of the traveller in the near-border region with recreational, health and wellness, educational or other

motives and without performing paid work. Geography literature uses both “transborder tourism” and “cross-border tourism” in similar contexts, e.g. Leimgruber (1998) and Gramberger (1999). We will consistently adhere to the former term.

The objectives of transborder tourism research are analysis and systematisation of origins, advancement, and operation of tourism in near-border territories. Geographical features of such areas create unique ways of economic and cultural development through implementation of various forms of transborder collaboration between neighbours. These factors contribute to the development of robust tourism services market, especially with additional support from the government and in open economic environment (Gramberger, 1999; Boonchai and Freathy, 2020). Convenient territorial location and rich historical and cultural resources make Ukraine a prime candidate for developing transborder tourism.

An important concept partially overlapping with tourism is transborder collaboration: combination of all political, cultural, commercial, or other societal activities that occur on both sides of the border of neighbouring countries and pursue common or coordinated goals, as described both in more general works cited above and on a specific example of destination marketing in Kozak and Buhalis (2019).

International tourism research in Eastern Europe has been presented in a range of publications in the fields of geography, economics, and political science. In particular, Livandovschi (2017) studied cross-border tourism and its significance for tourism destinations. Pirozhnik (2020) studied tourism clusters as a factor in activating cross-border spatial development. Summary studies of transborder collaboration in several Eastern European countries are presented in Więckowski (2010), Rudawska and Fedorowski (2016), Żemła and Ziółkowska-Weiss (2017), Dołzbłasz (2018), Więckowski and Saarinen (2019), Korol and Skutar (2019).

Polish-Slovak border tourism was studied by Klamár and Mika (2015), Buczek-Kowalik and Mitura (2018); Polish-Russian border tourism by Studzieniecki, Palmowski and Korneevetsc (2016). Examples of published research on cross-border collaborations in Poland include Polish-German border tourism analysis by Krätke (2002), Ried and Marschall (2016), Studzieniecki and Spiriajevas (2019). Cross-border cooperation between Poland and Czechia and the development of the tourism functions of the region was analysed by Kołodziejczyk (2020).

This paper relies on the constructive geography work on transborder tourism previously published by us, including work on Ukraine-Romania transborder collaboration (Buchko 2018), Ukraine-Hungary transborder collaboration (Bozhuk and Buchko, 2018), and Ukraine-Poland collaboration (Buchko 2020). Prior research on tourism in Northern Romania is presented in Buchko (2015) and in Tătar et al (2020).

In this paper, we focus on transborder recreation-tourism complexes (TBRTCs), socio-economic structures that arise as the result of travel-related transborder collaboration. We define what TBRTCs are and explain how they play the vital role in sustaining and growing tourist-oriented market and tourism in general. We focus on TBRTCs that arise in Ukraine in the context of the country’s Euro-integration and the growth of Ukraine’s attractiveness as an international tourism destination.

The *aim* of our work is to introduce and develop the notion of a TBRTC as a convenient systematising tool for understanding the role of transborder tourism in economic, cultural, and political aspects of life in near-border regions, and illustrate the new concept using an example. The main *research questions* are answered in the three separate

sections of the main body of this article: what are transborder tourism and transborder collaborations; what are the definition and key components of a TBRTC; and how a TBRTC is formed, explained based on an existing example.

METHODS AND DATA SOURCES

The object of the research is the combination of general principles of formation and territorial organisation of TBRTCs and their impact on Euro-integration and sustained development of tourism in Ukraine. Our research of geospatial structure of transborder tourism has been performed using both systems approach and territorial approach. More specifically, our work is structured in the following way: first, we consider the specific features of transborder tourism and systematise its key distinctions from other types of tourism. The notion of a Euro-region is explained in that context. Next, we justify the introduction of transborder recreation-tourism complex as the unifying concept of tourism-related economy and politics. In addition to defining a complex, we itemize the factors that influence the formation of a TBRTC, the different types of tourism that contribute to it, and describe in detail all of its components. Finally, we elaborate on all of the proposed definitions and systematisations by applying them to the real-life example of Bukovina-Bessarabia transborder region in Ukraine, Romania, and Moldova.

The data sources of the proposed document include information from the literature, including several earlier works from the author, and analysis of formal policy documents published by the government of Ukraine: Ukraine's Cabinet of Ministers-approved "Strategy of development of tourism and recreation until 2026", "State strategy of transborder collaboration development for 2021–2027", "State strategy of regional development until 2027", "Strategy project of sustained development of Ukraine until 2030", all four documents are listed in the Bibliography by their titles.

TRANSBORDER TOURISM IN UKRAINE

As stated in the introduction, transborder tourism is a sub-category of tourism, which occurs in direct vicinity of state borders and extends across these borders, thus having interterritorial, interregional, and transborder qualities. It is more than a mere fact of travelling across the border to seek recreation in another country. It must involve tourism activities in the transborder territory, whereas crossing the border is only a necessary requirement.

Transborder tourism is both a benefactor and a driver of transborder collaboration. Applied to tourism, transborder collaboration encompasses a range of commercial, social, and cultural activities focused on developing the necessary infrastructure and on creation and maintenance of designated tourist routes in transborder and neighbouring regions. Infrastructure development, demand for tourism-specific services, and new customer base increase profitability of local businesses and bring positive change to the regions. Overall, tourism-related collaboration is an important mechanism for establishing and strengthening international relations, both political and economic.

Transborder tourism research focuses on characteristic features of the specific region being studied. How transborder tourism region is formed is determined by a complex and interconnected set of natural, socioeconomic, and psychological factors. Natural factors ensure the geographical possibility to create continuous and logical

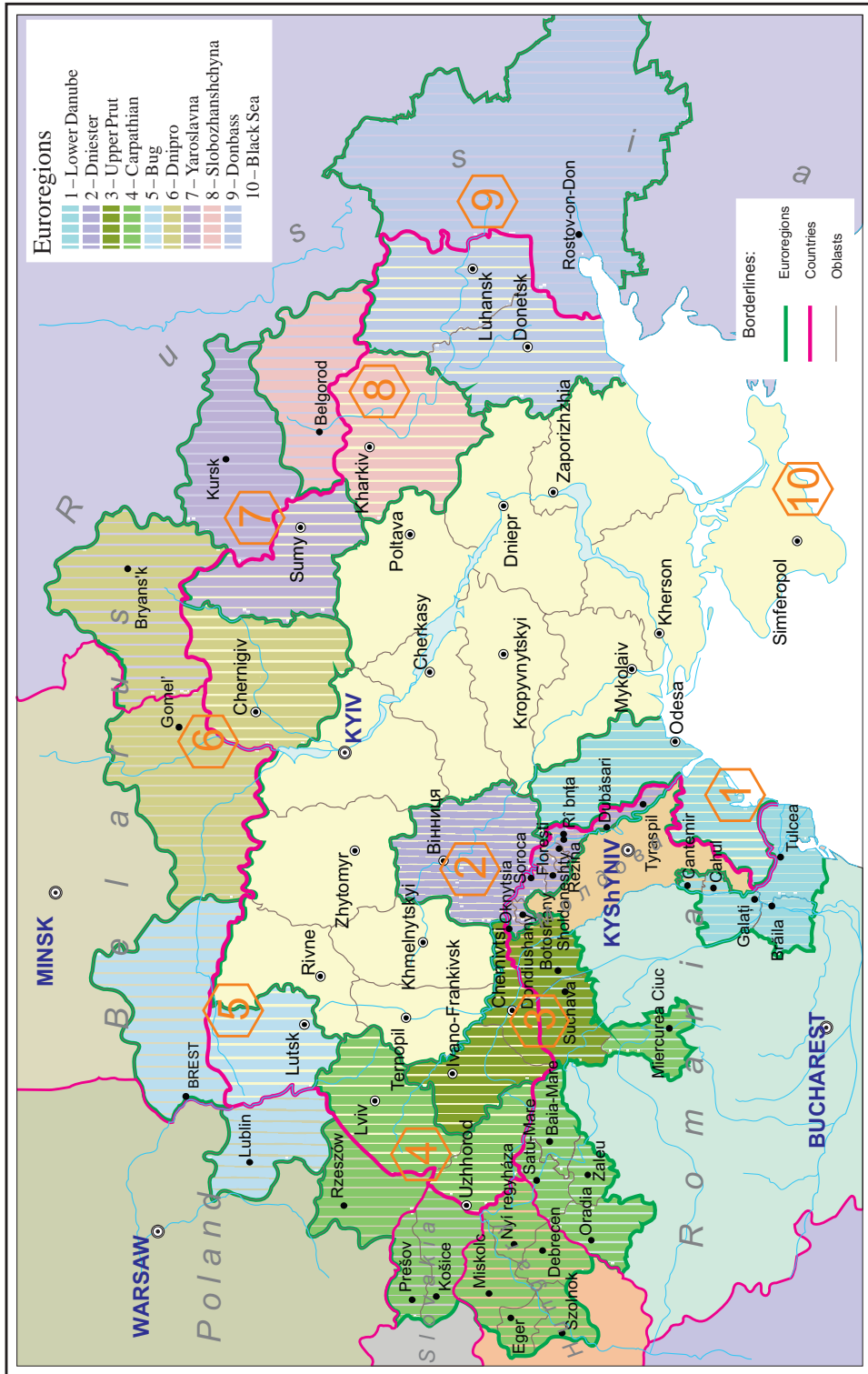


Figure 1. Transborder regions of Ukraine (map developed by the author)

recreational tourist complexes. Socioeconomics factors support the homogeneity of transborder space by synchronising the development of tourism infrastructure and maintaining active tourist flows (Stoffelen, 2017). Psychological factors define the demand for products and resources in neighbouring regions (Stoffelent, Vanneste, 2019; Karatabanov, Janaleyeva, Pashkov, 2020).

A commonly used concept important for understanding tourism in Europe is a Euro-region: a territorial formation within parts of one or more countries, which is held together by historical, social, political, economic, or nature-related links ("Regulation (EC)", 2006). Ten Euro-regions has been created along the borders of Ukraine in 1993–2015: Bug, Upper Prut, Lower Danube, Carpathians, Dnipro, Slobozhanshchyna, Yaroslavna, Donbass, Dniester, and Black Sea (Mikula, 2006). Each of these regions defines the organisational form of collaboration between administrative-territorial units of the bordering countries. These regions are created within Vinnytsia, Volhynian, Donetsk, Transcarpathian, Ivano-Frankivsk, Luhansk, Lviv, Odessa, Sumy, Kharkiv, Chernivtsi, and Chernihiv regions (Fig. 1).

Recreation and tourism are identified as important directions of transborder collaboration for most of the Euro-regions in Ukraine. Preservation of cultural and natural heritage as significant tourism resources is an important subcomponent of regional policy, especially in Euro-regions of Upper Prut, Carpathians, and Bug. For a range of Euro-regions, particularly, in Western Ukraine, an important factor is taking into account local ethno-cultural traditions when organising tourism services. In all of the Euro-regions, a key direction of tourism development is improving the necessary infrastructure: roads and public transport, food service, and boarding. Another pressing issue is the development of border-crossing infrastructure such as checkpoints with simplified crossing procedures, such as pedestrian-only checkpoints.

Euro-regions such as Bug, Upper Prut, Lower Danube and Carpathians are poised to support the development of transborder folklore, cultural, ethnic, religious, rural, and ecological kinds of tourism as the most effective ways of utilising unique landscape-recreational potential of the region. In these Euro-regions, tourism is a major source of employment and a major factor in attracting foreign investments and credits, a vehicle for adapting business experience from the foreign partners, and a driver for developing transportation and other infrastructure. To large extent, Euro-regions define local and regional politics related to transborder collaboration.

At this stage, the government of Ukraine started developing the "Concepts of strategic development of transborder regions", which includes European-wide, national, and regional priorities. These "Concepts" are built taking into account regionals and state-wide strategies of socioeconomic development.

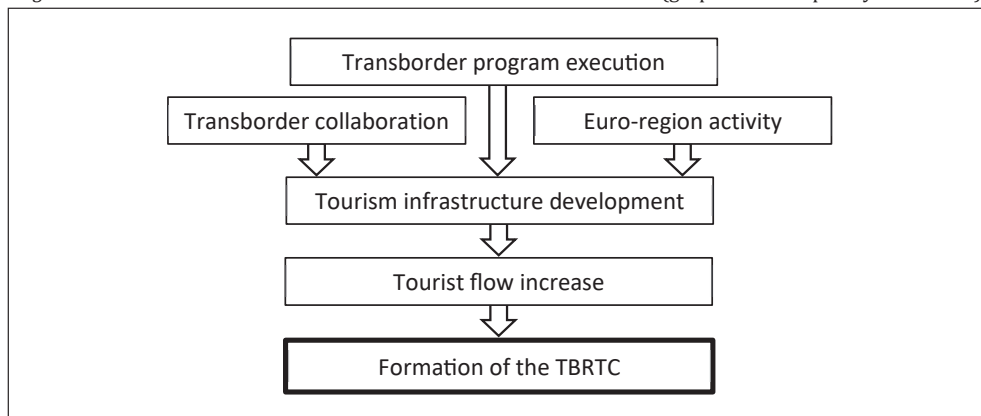
TRANSBORDER RECREATION TOURISM COMPLEXES

A general recreation-tourism complex (RTC) is a combination of geographical features and commercial and administrative structures within a tourist destination region. One can claim that an RTC has formed if a territory has a combination of (a) tourist-attracting resources; (b) infrastructure to support tourist flows; and (c) travel information and coordination structures. A transborder recreation-tourism complex (TBRTC) is an extension of the above concept to transborder tourism. An RTC within a single country may arise on its own provided open and robust economy that can respond to market

demand by forming material and information infrastructure around a tourist attraction. In transborder case, the infrastructural challenges are multiplied manifold, which isolates TBRTCs into a separate category that needs to be studied on its own.

A TBRTC is both the result of transborder collaboration in support of tourism and travel and a key factor for sustaining and growing tourism activity. Such a complex arises when a transborder area has natural, cultural, commercial or other resources that can draw in visitors. The material infrastructure necessary to support travellers includes both standard factors such as food and accommodation services and local transportation, and special challenges such as international transportation and border crossing checkpoints. Similarly, informational infrastructure development requires collaboration of different countries' administrations and coordination of local structures on both sides of the border. Any structures that aid transborder collaboration such as Euro-regions or international tourism development programs help to solve these infrastructural challenges. In Figure 2, we summarise the causal flow of forming of TBRTCs in Ukraine and its neighbours.

Figure 2. Transborder tourism within wider transborder collaboration (graphics developed by the author)



Source: graphics developed by the author

Formation of a TBRTC depends on a range of factors, both external and internal, further subdivided by the type of impact. We propose the following categorisation to describe the influencing factors of transborder recreational tourism complex formation:

External (exogenous) factors:

- **Demographic changes** including changes in age distribution, urban/rural population distribution, and ethnic and racial distributions due to migration. Such changes impact both the availability and cost of labour for tourism-oriented businesses and the existence and buying power of local consumers and potential tourists.
- **Socio-financial changes**, such as changes in buying power of people due to changes in personal wealth of both visitors and the local population, as well as changes in access and types of external capital.
- **Socioeconomic changes** are the transformations in the society influenced by shifts in incomes and types of occupation, as well as changes in popular priorities of spending time and other resources. A good example of such factor is how a change in a typical

work week structure may translate into increased (or decreased) ability to travel locally as a tourist or to join a small business that would service tourists.

- **Political and legal changes** include more formal aspects of the ongoing transition from the old socialist and early post-socialist systems, as well as more recent legislative developments such as changes in laws and policies in response to new social and environmental challenges.
- **Technological changes** include both developments that impact travel directly, such as GPS and online map technology driving the change in tourist route access and need for guides, and all indirect influences such as implicit expectation of broadband Internet access or electric-car-charging infrastructure availability.
- **Euro-integration processes** include aspects of all of the above, directed at modern region-formation processes dictated by the unique European political dynamic of peaceful and voluntary re-integration of previously divided societies. Local tourism is often the first step in such reintegration. One can argue that significant increase in tourist flows, including transborder tourists, was an important stage in the process which culminated in adding new European Union members.

Internal (endogenous) factors

- **Extensive factors** (scale growth):
 - *Workforce growth* due to demographic changes and changes in the structure of local economies. This factor directly mirrors the above-mentioned endogenous demographic changes explanation with the only distinction being that the changes are internal and not caused by migration.
 - *Tourism-related capital investment growth* from all sources, state, local, and international investors.
 - *New tourist destinations and attractions* discovered, created, or moved to a specific tourism-target region. This can include both developing existing resources into tourist attractions such as restoring an ancient castle or temple, or building tourist-attracting businesses such as amusement parks, health resorts, or shopping malls.
- **Intensive factors** (productivity growth):
 - *Improvement in personnel skills* in local tourism services can either occur “naturally” through accumulation of experience, translation of experience from other locations, or via targeted education in tourism-related trades.
 - *Development of professional qualification certification structure*, either local or trans-national, ranging from restaurant ratings to ski instructor certifications.
 - *Diversification of the spectrum of tourism-related services* can either occur locally as businesses respond to new demands or be driven by larger entities, either governmental or corporate, an example of the latter being a hotel or a restaurant chain moving into the region.
 - *Rational use of existing material resources* such as renewable and low-footprint outdoor tourism. Transborder tourism is often encouraging preservation and restoration of local cultural and historic heritage by increasing demand for products of historically existing crafts and trades; providing motivation to recover and sustain local musical and dance traditions; and so on.

– **Impeding factors:**

- *Political and/or financial instability*, unfortunately still prevalent across Eastern Europe with cases of high inflation or frequent power structure overhauls made possible by the lack of political culture and tradition.
- *Unemployment* impacts the tourism primarily by driving down the safety and well-being of the region, thus reducing its attractiveness as a tourist destination.
- *Adverse ecological/environmental changes* driven by climate change, and non-sustainable agricultural or industrial activity. This includes both the increased caution of potential travellers because of chemical or radioactive pollution and impact of environmental factors on infrastructure, for example, bridges and roads ruined by floods caused by climate change.
- *Local military conflicts* and their consequences such as increased refugee flows. In the case of Ukraine, the annexation of Crimea and Russia-supported separatist war in Donbass impacted tourism even in parts of the country that are far away from the location of military activities.
- *Inadequate border-crossing infrastructure*, potentially the hardest of all logistical challenges, as it requires coordinated structural, administrative, and legislative efforts from both participating countries.

In terms of their functionality, we propose to categorise the components of a TBRTC as basic and complementary, as listed below. Most of these components are self-explanatory, for some of the potentially vague ones we provide a brief clarification:

List of functional components of a TBRTC

– **Basic infrastructure**

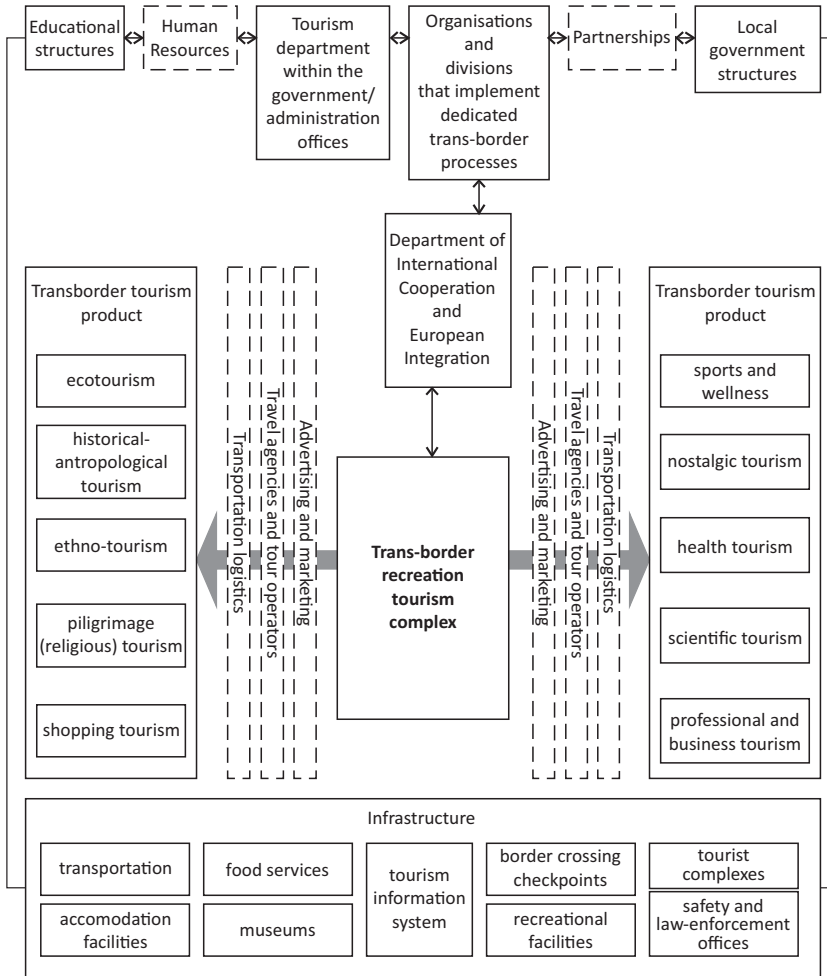
- Tour-operating services
- Boarding accommodation facilities
- Food establishments
- Travel information services
- Recreational complexes (combined delivery of entertainment or other recreational services and all or any of the components above it)
- Management (meaning management of these resources in order to make them available for tourists)

– **Complementary TBRTC components**

- Transportation services
- Border-crossing infrastructure
- Travel banking and insurance
- Tourism-related goods production
- Educational services for tourism-specific industries
- Security and law enforcement

The key elements of each TBRTC are the object of tourism infrastructure, which enable the tourist services existence. Tour operations services ensure that the comprehensive tourism product is delivered to the customers. A significant impact on tourism development within a specific region comes from dedicated transborder tourism projects funded by governments and international funds. A defining role in introducing and implementing these projects and thus in establishing tourism market in a region belongs to institutions and organisation that are the projects applicants. In Euro-regions of Ukraine, these projects are coordinated by regional administrations department of

Figure 3. Schematic model of a transborder recreational tourism complex (graphics developed by the author)



Source: graphics developed by the author

International Collaboration and European Integration. The complete model of a TBRTC takes into account all of the influencing factors and functional components within a specific transborder territory as shown in Figure 3.

TBRTC EXAMPLE IN BUKOVINA-BESSARABIA TRANSBORDER REGION

The transborder-region of Bukovina-Bessarabia is aligned with Chernivtsi region of Ukraine; North Bukovina/Suceava region of Romania; and north-western regions of Moldova. The region offers a variety of types of tourism and related services making it a good example introducing the concepts of transborder tourism and the related TBRTC. Below, we list the existing and emerging kinds of tourism in Bukovina-Bessarabia region along with a brief definition and a few sample destinations for each kind.

Ecological tourism. Minimum nature-footprint travel within different ecosystems: the Carpathian Mountains, Dniester-river canyon.

Historical-anthropological tourism. Visiting and exploring historically important landmarks: Khotyn Fortress, Residence of Bukovinian and Dalmatian Metropolitans (now a structure within Chernivtsi National University).

Ethno-cultural tourism. Exploring and participating in traditional events, celebrations, and festivals: Malanka (pre-reform New Year Eve) and Ascent to the Polonyna (traditional annual celebration of moving the cattle herds to the high pastures, or “polonynas”, for the summer season).

Pilgrimage tourism. Visiting temples and monasteries: Sucevița and Moldovița monasteries in Southern Bukovina.

Shopping tourism. Visiting shopping destinations of all kinds: “Kalynivka” outdoor market in Chernivtsi, supermarkets and trade outlets in Suceava.

Active tourism. Participating or viewing different kinds of sports active outdoor activities: mountain trekking, white-water rafting in the Carpathian Mountains.

Nostalgic tourism. Visiting family, ancestral residences, cemeteries where ancestors or family are buried: multiple locations.

Health and wellness tourism. Travelling to benefit from differences in healthcare services prices and to access health and recreation resorts. Salt mines recreational resort in Solca and Cacica in Romania.

Scientific tourism. Visiting academic and research institutions. Yury Fedkovych Chernivtsi National University and Ștefan del Mare University of Suceava.

Professional and business tourism. Business trips within commercial and other types of transborder collaborations and travel to conferences and professional shows: multiple locations.

The transborder recreational tourism complex in Bukovina and Bessarabia exhibited remarkable growth in the recent decades. As recently as in the late 1990s, this TB-TRC was practically non-existent. Tourist-oriented business was in its infancy despite the demand and significant flow of cross-border travellers in both directions. The rapid growth of last twenty years is explained by the combination of two factors. The first factor is the general change in economies of all participating countries from pre-1990s socialist system, which was dysfunctional and incapable of reacting to market demands in a robust and flexible manner. The second factor is the dedicated effort to develop tourism specifically, which came from a number of grant-funded tourism programs and their support from local administrations and non-government organisations. Unfortunately, we are not aware of systemic analysis of tourism developments along Ukraine-Moldova-Romania borders published in research literature in English. The systematisation above has been prepared by the author and the author’s colleagues. Earlier results and used statistic have been published in Ukrainian and in Russian in Puric (2007), Efros et al. (2015), and Buchko (2015a); the first of the cited works has extensive description of the impact of tourism on the Romanian side of the border.

As of early 2020, the information services and the food and accommodation services infrastructure supporting the above-described tourist destinations have been sufficiently developed to support the existing tourism flows. Transportation infrastructure is less developed, yet significant progress has been achieved. The part of the complex that needs the most work is the border-crossing structure, whose development has been upended by the Covid-19-related travel restrictions. However, if the business and

political trends of the last two decades continue, one can expect that the missing part of the infrastructure will form successfully once the pandemic-era restrictions are lifted.

Similar TBRTC-related processes can be observed in all transborder regions in the western part of Ukraine. These dynamics are reflected in the quantitative and qualitative growth of tourism in Ukraine (Buchko 2018; Buchko, 2020; Bozhuk and Buchko, 2018). Developing tourism is one of the primary implementation directions of the following governmental programs aimed at improving the socioeconomic situation in the transborder union: "Poland-Belarus-Ukraine" program (Volhynian, Transcarpathian, and Lviv regions); "Hungary-Slovakia-Ukraine" program (Transcarpathian region); "Romania-Ukraine-Moldova" program (Transcarpathian, Ivano-Frankivsk, Odessa, and Chernivtsi regions). The result of implementing these programs is improvement in communications and transportation, optimisation of travel information services, improved tourism infrastructure and quality of tourism services, and increase in the volume of international tourist flows.

DISCUSSION

The presented study systematises both the fundamental research in the geography of tourism and the knowledge accumulated by the author during personal participation in the range of international projects on transborder tourism. Unfortunately, some of the latter includes facts that have not been presented in internationally recognised research journals, only in local academic sources and conference materials. We feel that the wider research community would benefit if anyone prepared a thorough review of such smaller publications and findings, yet such undertaking is clearly outside of the scope of a simple research article. In here, we limit our presentation to referencing the existing local and international information sources.

One partial limitation of the presented research is that it is based only on transborder regions which include Ukraine as one of their parts. We feel that it might be extremely educational to observe TBRTCs created in transborder regions of different countries. We are most interested in seeing such analyses for transborder regions where the border crossings are not regulated by visa and citizenship requirements, such as regions that are fully within the European Union. Our hypothesis is that the lack of border-crossing infrastructural bottlenecks and travel impediments may translate into significantly faster and more efficient development of tourism-recreational complexes. A related partial limitation is that most of the local details of transborder tourism that we describe are related to the Ukrainian side of the border. Some of the cited literature has limited statistics of the changes on the other side, such as Puric (2007), however, we believe that much of the locally-relevant information has simply not been published in the internationally-available sources yet. We are actively developing collaborations with geography of tourism scholars from Romania and Moldova and aim to release a more comprehensive analysis of tourism in Bukovina-Bessarabia transborder region in the future.

This paper is our introduction of TBRTC concept and, as such, is only the starting point of a larger direction of research we plan to conduct in our future work. We plan to collect more detailed statistics of economic and political changes in the transborder regions extending further into the past, in order to build a better model of how transborder collaboration impacts life and business on all sides of the border. We also plan to

study TBRTCs in other Euro-regions across the western border of Ukraine and analyse any similarities and differences between them.

CONCLUSION

We have introduced and described the notion of a transborder recreational tourism complex or TBRTC. A general recreational tourism complex is the combination of tourism-motivating resources such as tourist attractions of different kinds; tourism-enabling infrastructure such as transportation, accommodation, or food services; and tourism-oriented informational services such as tour guides, travel bureaus and so on. In the case of transborder tourism, establishing such a complex poses additional requirements such as a separate category of infrastructure related to border-crossings and high-level of transborder collaboration – political and economic relationship between the near-border regions of the neighbouring countries. We list the basic components of a TBRTC such as food and hotel services and other infrastructure and a number of complimentary components ranging from law enforcement to tourism-oriented education needs. We also systematise different external and internal influences that can impact the formation of a TBRTC, including different demographic, economic, technical, and political factors.

Sustaining the level of transborder tourism within a region is closely related to the formation of TBRTCs. Several such complexes emerged in transborder regions along the western part of Ukraine in the late 1990s in response to the rise of transborder tourism within the former Socialist Block countries and continue to form allowing to sustain and grow active transborder tourism in the region. We use Bukovina-Bessarabia region, which extends across territories of Ukraine, Romania, and Moldova, to illustrate some of the basic concepts of a TBRTC. We find that TBRTC is a convenient tool for modelling both tourism-driven political, economic, social, and cultural changes in near-border regions of neighbouring countries, as well as for understanding the evolution of tourism in response to such political and other changes.

References

- Boonchai, P., Freathy P. (2020). Cross-border tourism and the regional economy: a typology of the ignored shopper. *Current Issues in Tourism*, 23(5), 626–640.
- Bozhuk, T., Buchko, Z. (2018). Cross-Border Ukrainian-Hungarian Cooperation in the Sphere of Tourism. *Journal Geology. Geography. Geoecology*, 27(1), 35–42.
- Buchko, Z. (2015). Festivals and traditional holidays in the ethnic tourism in Chernivtsi region. *Tourist Bucovina*, 1, 128–133.
- Buchko, Z. (2015a). Transkordonnii turizm u konteksti yevrointehratsii Ukrainy [Transborder tourism in the context of Euro-integration of Ukraine], *Naukovyi visnyk Chernivetskoho universytetu: zbirnyk naukovykh prats. Heohrafiia*, 744–745, 109–111 (in Ukrainian).
- Buchko, Z. (2018). Cross-border tourism in Bukovina. *Scientific Review of Physical Culture*, 8(1), 37–42.
- Buchko, Z. (2020). Cross-Border Ukrainian–Polish Cooperation in the Sphere of Tourism. *Economic and Regional Studies*, 13(3), 271–283.
- Buczek-Kowalik, M., Mitura, T. (2018). Cross-border cooperation of the Polish-Slovak borderland – examples of joint tourism initiatives. *Folia Geographica*, 60(2), 62–82.
- Dołzbłasz, S. (2018). A network approach to transborder cooperation studies as exemplified by Poland's eastern border. *Geographia Polonica*, 91(1), 63–76.
- Efros, V., Buchko, Z., Rudenko, V. (2015). Dosvid realizatsii transkordonnnykh proektiv u haluzi turyzmu na Bukovyni [Our experience in implementation of trans-border tourist projects in

- Bukovina]. *Heohrafiia, ekolohiia, turizm: teoriia, metodolohiia, praktyka. Materialy mizhnarodnoi naukovo-praktychnoi konferentsii*, 307–309 (in Ukrainian).
- Gramberger, M.R. (1999). Rise in cross-border tourism seen as biggest impact of the Euro for citizens in a border region. *EUI Review*, 1, 14–15.
- Karatabanov, R.A., Janaleyeva, K.M., Pashkov, S.V. (2020) Kazakhstan's Multiethnicity: Factor of Inter-Ethnic Tension and Development of Cross-Border Tourism. *GeoJournal of Tourism and Geocities*, 29(2), 732–745.
- Klamár, R., Mika, M. (2015). Foreign tourism in the regions of Slovakia with a focus on Polish visitors. *Folia Geographica*, 57(2), 40–60.
- Kołodziejczyk, K. (2020) Cross-border public transport between Poland and Czechia and the development of the tourism functions of the region. *Geographia Polonica*, 93(2), 261–285.
- Korol, O., Skutar, T. (2019). Theoretical Approaches in the Research of Inbound Tourism: The Case of Bulgaria. *GeoJournal of Tourism and Geosites*, 26(3), 887–904.
- Kozak, M., Buhalis, T. (2019). Cross-border tourism destination marketing: Prerequisites and critical success factors. *Journal of Destination Marketing & Management*, 14, 100392.
- Krätke, S. (2002). Cross-Border Cooperation and Regional Development in the German-Polish Border Area. *Globalization, Regionalization and Cross-Border Regions: scales, discourses and governance*, 125–147.
- Leimgruber, W. (1998) Defying Political Boundaries: Transborder Tourism in a Regional Context. *Visions in Leisure and Business*, 17(3), Article 3, 8–29.
- Livandovschi, R. (2017). Cross-Border Tourism and its Significance for Tourism Destinations. *Eastern European Journal for Regional Studies (EEJRS), Center for Studies in European Integration (CSEI), Academy of Economic Studies of Moldova (ASEM)*, 3(1), 31–40.
- Mikula, N. (2004). Mizhterytorialne ta transkordonne spivrobitnytstvo [Interterritorial and transborder collaboration]. *Publication of Institute of Regional Research, National Academy of Science of Ukraine*, 395(7), Lviv (in Ukrainian).
- Pirozhnik, I. (2020). Tourist Clusters as a Factor in Activating Cross-Border Spatial Development. *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego*, 34(3), 7–21.
- Puric, S., (2007). Rumyno-ukrainskoe transhranichnoe sotrudnichestvo. Shahi k dobrososedstvu [Romanian-Ukrainian trans-border collaboration. Steps to good neighbour relations]. *Viche*, 6, 74–87 (in Russian)
- “Register of European Groupings of Territorial Cooperation”. *Committee of the Regions*. Retrieved from <https://portal.cor.europa.eu/egtc/CoRActivities/Pages/egtc-map.aspx>
- “Regulation (EC) No 1082/2006 of the European Parliament and of the Council of 5 July 2006 on a European grouping of territorial cooperation (EGTC)”. *European Union Official Website*. URL: [http://ec.europa.eu/regional_policy/sources/docoffic/official/regulation/pdf/2007/gect/ce_1082\(2006\)_en.pdf](http://ec.europa.eu/regional_policy/sources/docoffic/official/regulation/pdf/2007/gect/ce_1082(2006)_en.pdf).
- Ried, W., Marschall, P. (2016). Potential Benefits of Crossborder Health Care: The Case Of Poland And Germany. *Economics and Sociology*, 9(3), 14–27.
- Rudawska, I., Fedorowski, J. (2016). Cross-Border Care and Cooperation. *Economics and Sociology*, 9(3), 11–13.
- Sofield, T.H.B. (2006) Border Tourism and Border Communities: An Overview. *Tourism Geographies*, 8(2), 102–121.
- Stoffelen, A. (2017) Tourism and Cross Border Regional Development: Insights in European Contexts. *European Planning Studies*, 25(6), 1013–1033.
- Stoffelen, A., Vanneste, D. (2018) The role of history and identity discourses in cross-border tourism destination development: A Vogtland case study. *Journal of Destination Marketing & Management*, 8, 204–213.
- State strategy of regional development until 2027* (2020). Kyiv: Verkhovna Rada of Ukraine. Retrieved from <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/695-2020-п#Text>
- State strategy of transborder collaboration development for 2021–2027* (2021). Kyiv: Ver-khovna Rada of Ukraine. Retrieved from <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/408-2021-п#Text>
- Strategy of development of tourism and recreation until 2026* (2017). Kyiv: Verkhovna Rada of Ukraine. Retrieved from <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/168-2017-п#Text>
- Strategy project of sustained development of Ukraine until 2030* (2018). Kyiv: Legislation of Ukraine. Retrieved from http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/JH6YF00A.html

- Studzieniecki, T, Palmowski, T, Korneevetsc, V. (2016). The system of cross-border tourism in the Polish-Russia borderland. *Procedia Economics and Finance*, 39, 545–552.
- Studzieniecki, T, Spiriajevas, E. (2019). Cross-Border Tourist Destinations In Europe - Genesis, Essence And Promotion. *Proceedings of Varazdin 46th International Scientific Conference on Economic and Social Development – "Sustainable Tourist Destinations"*, 341–354.
- Tătar, C., Studzieniecki, T., Czimre, K., Péntzes, J. (2020) Marketing awareness of crossborder destination -the case study of bihor-hajdu/bihar euroregion. *Geojournal of Tourism and Geosites*, 28(1), 95–103.
- Więckowski, M. (2010). Tourism development in the borderlands of Poland. *Geographia Polonica*, 83(2), 67–81.
- Więckowski, M., Saarinen, J. (2019). Tourism transitions, changes, and the creation of new spaces and places in Central-Eastern Europe. *Geographia Polonica*, 92(4), 369–377.
- Żemła, M., Ziółkowska-Weiss, K. (2017). Turystyka między krajami grupy Wyszehradzkiej. Wybrane problemy i perspektywy na przyszłość. *Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu*, 473, 637–647.

Zhanna Buchko, PhD is a professor and the Head of the Department of Social Geography and Recreational Nature Management of the Yuriy Fedkovych Chernivtsi National University in Chernivtsi, Ukraine. Dr. Buchko's interests in geography span from cartography to branches of economic geography related to geography of tourism. Her main areas of research are transborder tourism, ecotourism, ethno-tourism, and aesthetic potential of landscapes, primarily applied to border regions of Western Ukraine. She is a member of the Ukrainian Geographical Society.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0066-9284>

Address:

Yuriy Fedkovych Chernivtsi National University
2 Kotsyubynskyi Str.
58012 Chernivtsi, Ukraine
e-mail: zh.buchko@chnu.edu.ua

MAŁGORZATA ZDON-KORZENIOWSKA
Uniwersytet Pedagogiczny w Krakowie, Polska
Pedagogical University of Krakow, Poland

Zastosowanie metody studium przypadku w analizie kształtowania produktu turystycznego na przykładzie Szlaku Architektury Drewnianej

Application of the case study method in the analysis of formation of tourist product based on the example of the Wooden Architecture Route

Streszczenie: W naukach ekonomicznych studium przypadku jest uznaną metodą wykorzystywaną w dydaktyce już od ponad wieku. Od kilku dekad zaobserwowować można również znaczący wzrost zainteresowania tą metodą w nauce jako metodą badań jakościowych. Celem niniejszego artykułu jest przedstawienie metody studium przypadku jako metody badawczej oraz przykładu jej zastosowania w turystyce w odniesieniu do analizy procesu kształtowania produktu turystycznego jakim jest Szlak Architektury Drewnianej. Turystyka jako dziedzina badań naukowych, ale również jako dziedzina gospodarcza, charakteryzuje się szczególnie dużą interdyscyplinarnością, złożonością i unikatowością. Zatem wykorzystanie metody studium przypadku z powyższych względów wydaje się być tu szczególnie pożądane.

Abstract: In economics and management, the case study has been a recognised teaching method for over a century. For several decades, a significant increase in interest in this method in science as a method of qualitative research has also been observed. The aim of this article is to present the case study method as a research method and an example of its application to tourism in relation to the analysis of the process of forming the tourist product, which is the Wooden Architecture Route. Tourism as a field of academic research, but also as a field of economy, is characterised by particularly high interdisciplinarity, complexity and uniqueness. Therefore, the use of the case study seems to be particularly desirable here.

Słowa kluczowe: metoda badawcza; proces kształtowania produktu turystycznego; studium przypadku; Szlak Architektury Drewnianej

Keywords: case study; process of forming the tourist product; research method; Wooden Architecture Route

Otrzymano: 9 lipca 2021

Received: 9 July 2021

Zaakceptowano: 8 sierpnia 2021

Accepted: 8 August 2021

Sugerowana cytacja / Suggested citation:

Zdon-Korzeniowska, M. (2021). Zastosowanie metody studium przypadku w analizie kształtowania produktu turystycznego na przykładzie Szlaku Architektury Drewnianej. *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego*, 35(3), 90–99. doi: <https://doi.org/10.24917/20801653.353.6>

WSTĘP

Turystyka jako obszar eksploracji naukowej charakteryzuje się szczególną interdyscyplinarnością. Zachodzące w ramach niej zjawiska i procesy są obiektem zainteresowania badaczy z różnych dziedzin i dyscyplin naukowych: geografii, socjologii, ekonomii, zarządzania i jakości, kultury fizycznej, psychologii, prawa, medycyny i in. W wymiarze praktycznym turystyka jest niewątpliwie coraz bardziej znaczącą dziedziną gospodarczą wymagającą skutecznych narzędzi pomiaru, ale i efektywnego zarządzania zachodzącymi w ramach niej procesami i funkcjonującymi w ramach niej podmiotami. Samo zagadnienie produktu turystycznego wskazuje na szczególną niejednorodność i nietypowość zjawisk turystycznych wymagających całościowego i pogłębionego podejścia do analizowanych problemów.

Współcześnie w naukach o zarządzaniu ważnym trendem staje się „wykorzystywanie metod jakościowych, pozwalających na bardziej precyzyjne uchwycenie specyfiki zjawisk i uwzględniające wpływ zmiennych niemierzalnych lub trudno mierzalnych na procesy zarządzania współczesnymi organizacjami” (Matejun, 2011: 203). Jedną z metod jakościowych pozwalającą na eksplorację i zrozumienie złożonych zagadnień jest metoda analizy przypadku, czyli case study – wykorzystywana coraz częściej, zarówno jeśli chodzi o poszukiwanie rozwiązań problemów naukowych, jak i przekazywania wiedzy.

Celem niniejszego artykułu jest przedstawienie metody studium przypadku jako metody badawczej oraz przykładu jej zastosowania w turystyce w odniesieniu do analizy procesu kształtowania produktu turystycznego jakim jest Szlak Architektury Drewnianej. Przedmiotem refleksji i charakterystyki są przeprowadzone przez autorkę w latach 2006–2007 badania z wykorzystaniem tej właśnie metody.

STUDIUM PRZYPADKU JAKO METODA BADAWCZA

Metoda analizy przypadku, nazywana inaczej studium przypadku lub z ang. *case study* jest metodą badań jakościowych, której głównym celem jest jak najpełniejsze zobrazowanie pewnego zjawiska, obiektu, działania, czyli zgodnie z nazwą – konkretnego przypadku. Przez Lee (1989) porównywana jest do naturalnego eksperymentu. Metoda ta jest stosowana w wielu dziedzinach nauki – często jest wykorzystywana np. w naukach prawnych czy medycznych. Początki zastosowania tej metody w dziedzinie nauk o zarządzaniu sięgają początków XX wieku, kiedy w Stanach Zjednoczonych w Harvard Business School po raz pierwszy wykorzystano tę metodę w dydaktyce (Pietrzak, Baran, 2007). Od lat 80./90. ubiegłego wieku stosowana jest również w naukach o zarządzaniu jako metoda naukowa (Chiucchi, 2009; Eisenhardt, 1989; Eisenhardt, Graebner, 2007), ciesząc się jednocześnie niestałym zainteresowaniem jako metoda edukacji menedżerskiej (Grzegorzcyk, 2015).

Grzegorzcyk (2015: 10) w odniesieniu do nauk o zarządzaniu definiuje studium przypadku jako „szczegółowy opis, zazwyczaj rzeczywistego, zjawiska gospodarczego, np. organizacji, procesu zarządzania, jego elementów lub otoczenia organizacji, w celu sformułowania wniosków o przyczynach i rezultatach jego przebiegu”. Jak wskazuje Autor, metoda ta ma charakter empiryczny, ponieważ analizuje i ocenia zjawiska zachodzące w rzeczywistości i jest stosowana zwłaszcza dla tematów badawczych o charakterze opisowym. Pozwala ona udzielić odpowiedzi na pytanie – co, gdzie i w jaki

sposób się wydarzyło. Tego typu badanie naukowe skupia się w większym stopniu na dogłębnym zrozumieniu zjawiska niż na analizie zmiennych. Yin (2009) rekomenduje użycie metody studium przypadku w celu znalezienia odpowiedzi na pytania mające charakter odkrywczy, a więc dotyczące tego, „jak” i „dlaczego” dane zjawisko występuje. Yin (1984) definiuje metodę studium przypadku jako empiryczny wgląd, który pozwala zbadać współcześnie zachodzące zjawisko w jego rzeczywistym kontekście, gdy granice pomiędzy zjawiskiem a kontekstem nie są wyraźne, podkreślając, że jest to metoda, w której wykorzystuje się wielorakie źródła danych.

Mimo rosnącego zainteresowania tą metodą badawczą, nie słabną głosy krytyczne i kontrowersje związane m.in. z uprawnieniem do uogólniania wniosków na podstawie pojedynczego lub kilku pojedynczych przypadków. Czasami można spotkać się z twierdzeniem, że studium przypadku to jest poprostu opis przykładu – przykład jakiegoś zjawiska – takie podejście mija się z istotą i dogłębnym zrozumieniem tego, czym tak naprawdę jest, i czemu służy ta metoda. Jak podkreśla Zainal (2007) metoda studium przypadku umożliwia badaczowi dokładne przeanalizowanie i zweryfikowanie danych w określonym kontekście. Autor wskazuje, że metoda ta w swojej istocie polega na badaniu i dogłębnym rozpatrywaniu faktycznie istniejącego zjawiska poprzez szczegółową, kontekstową analizę ograniczonej liczby zdarzeń czy uwarunkowań oraz ich relacji. Zdaniem Grzegorzycy (2015) studium przypadku umożliwia bardzo dokładny opis i analizę badanego zjawiska przy uwzględnieniu dużej liczby zmiennych i zależności między nimi, niejednokrotnie znacznie bardziej wszechstronne i dokładniejsze niż te uzyskane w badaniach ilościowych. Poprawne przeprowadzenie badań z wykorzystaniem tej metody może prowadzić do odkrywczych wniosków, i jak wskazuje Wójcik (2013; za Eisenhardt i in., 2011) może być szczególnie przydatne w opisie, testowaniu lub tworzeniu nowej teorii. W tabeli 1 zestawione zostały najczęściej wskazywane atuty i mankamenty studium przypadku jako metody badawczej.

Tabela 1. Atuty i mankamenty studium przypadku jako metody badawczej

Atuty	Mankamenty
<ul style="list-style-type: none"> – badanie i analiza danych dokonywana jest przy jednoczesnym uwzględnieniu ich kontekstu, uwarunkowań i relacji między nimi; – możliwość gromadzenia i analizy danych zarówno za pomocą metod jakościowych, jak i ilościowych; – szczegółowe sprawozdania jakościowe często tworzone w studiach przypadków nie tylko pomagają badać lub interpretować dane w prawdziwym/realnym środowisku (a więc z uwzględnieniem kontekstu), ale także pomagają wyjaśnić złożoność rzeczywistych sytuacji, których nie można uchwycić za pomocą badań eksperymentalnych lub ankietowych. 	<ul style="list-style-type: none"> – brak pewnego rygoru metodologicznego, co często powoduje niestaranność i dopuszczanie niejednoznacznych dowodów lub stronniczych opinii, a przez to wpływanie na kierunek ustaleń i wniosków; – brak podstaw do naukowego uogólniania wniosków; – zbyt długa i trudna do przeprowadzenia metoda, wiążąca się koniecznością analizy i przygotowaniem dużej ilości dokumentacji.

Źródło: opracowanie własne na podstawie: Zainal (2007)

Sztandarowym zarzutem kierowanym pod adresem metody studium przypadku jest trudność w otrzymaniu ogólnych wniosków na podstawie pojedynczego przypadku. Jednak jak podkreśla Grzegorzycy (2015) wnioski z przeprowadzonego *case study* mogą być uogólniane na przypadki charakteryzujące się podobnymi zmiennymi i uwarunkowaniami. Zainal (2007) wskazuje, że jednym ze sposobów przewyciężenia

tego problemu jest triangulacja badania w celu wzmocnienia wiarygodności procesu badawczego.

Mimo podkreślanych mankamentów, studium przypadku jest atrakcyjną i chętnie wykorzystywaną metodą badawczą. Współcześnie akceptowaną w wielu prestiżowych czasopismach naukowych np. z dziedziny zarządzania takich jak "Academy of Management Review", "Academy of Management Journal" czy "Journal of Strategic Management" (Wójcik, 2013).

PROJEKTOWANIE BADANIA METODĄ STUDIUM PRZYPADKU

Ponieważ studium przypadku, jako narzędzie badawcze, spotkało się z krytyką ze względu na zarzucany mu brak solidności, dlatego właściwe zaprojektowanie badania ma tutaj duże znaczenie. W zależności od podjętego problemu oraz zdefiniowanego celu można przyjąć, przy realizacji badań tą metodą, model oparty o pojedynczy (*single-case*) lub wielokrotny (*multiple-case*) przypadek (Zainal, 2007). Przeprowadzenie pojedynczego studium przypadku jest uzasadnione w sytuacji braku dostępności innych przypadków, a zwłaszcza wtedy, gdy przypadek jest krytyczny z punktu widzenia teorii, ekstremalny (wyjątkowy), typowy, odkrywczy lub gdy badane zjawisko ma charakter długotrwały (Wójcik, 2013).

Metoda wielokrotnego studium przypadku, jak wskazuje nazwa, opiera się na analizie wielu przypadków. Badanie tą metodą powinno być przeprowadzone zgodnie z logiką replikacji analitycznej, a nie statystycznej (losowym doбором próby) (Wójcik, 2013). Dominujący w literaturze pogląd sugeruje przeprowadzenie od czterech do dziesięciu przypadków (Eisenhardt, Graebner, 2007; Wójcik, 2013 za: Eisenhardt, 1991; Yin, 2009). Rozwijanie teorii na podstawie kilku przypadków uznawane jest za bardziej rzetelne niż na podstawie pojedynczego przypadku.

Studium przypadku przyjmuje najczęściej formę opisową, często wzbogaconą prezentacją wybranego aspektu analizowanego zjawiska w formie filmu, fotografii czy innych form graficznych. Jak wskazuje wielu autorów, badanie z wykorzystaniem studium przypadku jest metodą czasochłonną, wymagającą dużego nakładu pracy (Grzegorzczak, 2015; Yin, 1984; Zainal, 2007). Wiąże się z koniecznością zgromadzenia odpowiednio bogatego materiału badawczego, często pozyskania wielu dokumentów i informacji, a następnie ich analizy i opracowania. Wymaga to systematyczności i odpowiedniej organizacji.

W ustrukturalizowaniu i usystematyzowaniu działań podejmowanych w ramach tego typu metody badawczej pomocny wydaje się być odnajdywany w literaturze przedmiotu proces budowania studium przypadku (Grzegorzczak, 2015 za: Skorek, Trojanowski, Wilczak, 2010) obejmujących siedem następujących etapów:

- Etap 1 – ustalenie tematyki/problemu badawczego i celów *case study* – określenie rozwiązania jakich problemów/dylematów ma dotyczyć przypadek;
- Etap 2 – określenie przedmiotu studium przypadku – ustalenie, czy będzie to jeden obiekt czy większa ich liczba. Przedmiotem studium przypadku może być osoba (lub grupa osób, np. zespół pracowników/zadaniowy), z punktu widzenia nauk o zarządzaniu może to być przedsiębiorstwo czy inna organizacja (stowarzyszenie, urząd, instytucja kultury itp.) – ich grupy lub części (np. komórki czy jednostki organizacyjne), może to być również wybrany element procesu organizacyjnego. Przedmiotem studium przypadku może być również wydarzenie, program,

strategia czy inny obiekt, np. w zakresie turystyki może nim być tematyczny szlak turystyczny czy obszar destynacji turystycznej;

- Etap 3 – nawiązanie kontaktu z przedmiotem studium przypadku – jeśli jest to przedsiębiorstwo lub inna organizacja, to konieczna jest wizyta i rozmowa z kierownictwem, jeśli jest to inny obiekt, to nawiązanie kontaktu z podmiotem odpowiedzialnym za nadzór i zarządzanie nim. Niezbędne jest ustalenie zakresu pożądanych informacji, które badacz chciałby uzyskać i konfrontacja z rzeczywistymi możliwościami ich uzyskania, a także ustalenie harmonogramu i formy gromadzenia danych. Możliwe formy to np. udostępnianie materiałów i danych statystycznych, analiza dokumentacji (np. strategii), wywiady pogłębione z menedżerami, obserwacja uczestnicząca, ankiety itp.;
- Etap 4 – określenie struktury studium przypadku – z jakich części będzie składać się *case study* i co będą zawierać poszczególne rodziały, w tym niezbędne dokumenty;
- Etap 5 – gromadzenie informacji dla opracowania studium przypadku – niezbędne informacje mogą pochodzić z różnych źródeł. Mogą to być zarówno źródła zewnętrzne wobec przedmiotu (np. informacje prasowe, informacje dotyczące branży i rynku, na którym działa przedsiębiorstwo, różnego rodzaju opracowania, raporty dotycząc otoczenia analizowanego w ramach *case study* podmiotu/przedmiotu), jak i wewnętrzne (tzn. opracowywane i pochodzące od danego podmiotu/przedmiotu np. przedsiębiorstwa, informacje – mogą być one gromadzone poprzez analizę dokumentacji, udostępnianie danych i statystyk dotyczących funkcjonowania przedmiotu, wywiady, ankietowanie, obserwację uczestniczącą itp.);
- Etap 6 – weryfikacja i ocena zgromadzonego materiału badawczego – polega na uprządkowaniu, weryfikacji i ocenie zgromadzonego materiału badawczego pod kątem możliwości opracowania studium przypadku pozwalającego na weryfikację tez zdefiniowanych w ramach określonego na wstępie problemu badawczego.
- Etap 7 – pisanie studium przypadku – zgodnie z przyjętym układem obejmującym: wprowadzenie, poszczególne rodziały, podsumowanie, bibliografię. W studium przypadku przygotowywanym na potrzeby dydaktyki konieczne jest również określenie problemów do rozwiązania przez czytelników.

Wydaje się, że zaproponowany wyżej model procesu budowy studium przypadku może być użyteczny do konstruowania tego narzędzia zarówno na potrzeby weryfikacji problemów naukowych, jak i edukacji.

Jak wspomniano wyżej, studium przypadku jest metodą bazującą na szerszym, uwzględniającym kontekst, badaniu danego zjawiska lub podmiotu. Metodą, w ramach której ze względu na wymienioną wyżej właściwość, wykorzystywane są różnorakie techniki i narzędzia gromadzenia oraz analizy danych. Dzięki uwzględnieniu zarówno danych ilościowych, jak i jakościowych studium przypadku pomaga wyjaśnić zarówno przebieg (proces), jak i wynik danego zjawiska poprzez pełną obserwację, rekonstrukcję i analizę badanych kwestii (Zainal, 2007 za: Tellis, 1997).

PRZYKŁAD WYKORZYSTANIA STUDIUM PRZYPADKU W ODNIESIENIU DO KSZTAŁTOWANIA PRODUKTU TURYSTYCZNEGO, JAKIM JEST SZLAK ARCHITEKTURY DREWNIANEJ

Jako przykład zastosowania metody studium przypadku można wskazać badania przeprowadzone w zakresie kształtowania regionalnego produktu turystycznego jakim jest Szlak Architektury Drewnianej (Szlak AD) w latach 2006–2007 (Zdon-Korzeniowska, 2009: 166–185). Celem podjętych badań było określenie metodyki kształtowania regionalnego produktu turystycznego – w rozumieniu działań podejmowanych przez podmioty odpowiedzialne za jego współtworzenie. Uzasadnieniem dla wyboru studium przypadku, jako jednej z głównych metod badawczych, dla realizacji tak nakreślonego celu były:

- brak teorii w zakresie kształtowania zdeterminowanych przestrzennie produktów turystycznych i potrzeba weryfikacji opracowanego na podstawie literatury przedmiotu logicznego procesu kształtowania regionalnego produktu turystycznego;
- nietypowość i unikatowość regionalnych produktów turystycznych – za regionalny produkt turystyczny uznaje się bowiem zarówno określony obszar (miejscowość, region), szlak turystyczny czy imprezę lokalną, jak również pojedynczy wyrób – stanowiący wytwór miejscowych tradycji przetwórczych czy rzemieślniczych lub też materialny element kultury danego miejsca;
- złożoność i wielowymiarowość produktów turystycznych i trudność w ustaleniu jednoznacznych granic/zasięgu.

We wspomnianych badaniach przeprowadzono diagnozę stanu i przegląd regionalnych produktów turystycznych kształtowanych w poszczególnych województwach, co pozwoliło na zarysowanie pewnego „krajobrazu” i struktury tych produktów w Polsce. Celem podjętego studium przypadku była pogłębiona analiza sposobu kształtowania jednego z tych produktów w aspekcie zdefiniowanego w oparciu o literaturę przedmiotu logicznego modelu kształtowania regionalnych produktów turystycznych. Wybór Szlaku Architektury Drewnianej jako obiektu badań podyktowany był następującymi przesłankami:

- związanymi z reprezentatywnością: w grupie zidentyfikowanych w ramach badań ankietowych „regionalnych produktów turystycznych” kształtowanych w poszczególnych województwach Polski, najbardziej licznie reprezentowaną kategorią były produkty mające właśnie postać szlaku turystycznego. Szlak Architektury Drewnianej był więc produktem z grupy najszerszej reprezentowanych; ponad to, tematyczne szlaki kulturowe stały się popularną formułą prezentowania różnego rodzaju zabytków (Gaweł, 2011, Zdon-Korzeniowska, Noviello, 2019);
- definicyjnymi: Szlak AD odpowiadał (przynajmniej w założeniach) przyjętej w badaniach, szerokiej optyce definiowania regionalnego produktu turystycznego ujmującej go jako produkt przestrzenny, integrujący działania wielu współtworzących go podmiotów. Ponadto, Szlak AD jest to produkt o charakterze regionalnym, zbudowany w oparciu o regionalne atrakcje, a więc obiekty architektury drewnianej, świadczące nie tylko o historii budowlanej regionu, ale także o losach mieszkańców tych ziem. Atrakcje te stanowią zatem, istotną częśći historycznego i kulturowego dziedzictwa regionu. Ponadto, w założeniach Szlak AD miał mieć docelowo postać pełnego, zintegrowanego produktu turystycznego;

- długością czasu trwania: stosunkowo długi okres funkcjonowania Szlaku Architektury Drewnianej – co pozwoliło na identyfikację i analizę działań podejmowanych w zakresie kształtowania tego produktu;
- praktycznymi: związane z dostępnością obiektu badań, a w związku z tym lepszą możliwością organizacji i przeprowadzeniem badań terenowych.

Aby zapewnić bogaty materiał informacyjny na potrzeby rzetelnej analizy, badanie przeprowadzono w następujących etapach:

1. Studiowanie materiałów zastanych: folderów, prezentacji multimedialnych, map, przewodników i innych materiałów promocyjnych wydawanych przez urzędy marszałkowskie województw, przez które przebiega Szlak AD, a także materiałów wewnętrznych tych urzędów dotyczących Szlaku AD.
2. Przeprowadzenie badań ankietowych wśród pracowników jednostek ds. turystyki urzędów marszałkowskich, przez które przebiega Szlak AD, tj. województw: małopolskiego, podkarpackiego i śląskiego.
3. Przeprowadzenie wywiadów:
 - wywiady swobodne z przedstawicielami jednostek ds. turystyki oraz ds. ochrony dziedzictwa kulturowego w Urzędzie Marszałkowskim w Krakowie;
 - wywiady swobodne i ustrukturalizowane z przedstawicielami jednostek ds. turystyki w Urzędach Marszałkowskich w Krakowie, Rzeszowie i Katowicach;
 - wywiad ustrukturalizowany z przedstawicielem Diecezjalnego Centrum Informacji, Promocji i Turystyki w Krakowie.
4. Obserwacja uczestnicząca – polegająca na planowym gromadzeniu spostrzeżeń o funkcjonowaniu Szlaku AD z punktu widzenia konsumenta – turysty zwiedzającego Szlak AD.

Przeprowadzona analiza przypadku Szlaku Architektury Drewnianej w województwie małopolskim, umożliwiła spojrzenie na proces kształtowania regionalnego produktu turystycznego w wymiarze realnym. Po pierwsze, przeprowadzona analiza przypadku pozwoliła na identyfikację działań rzeczywiście podejmowanych na rzecz tworzenia i kształtowania regionalnych produktów turystycznych. Po drugie, pozwoliła na zidentyfikowanie grup podmiotów realnie biorących udział w tworzeniu i kształtowaniu tego rodzaju produktu oraz doprecyzowanie zakresu ich kompetencji i odpowiedzialności. Pozwoliła również na rozpoznanie obszarów współdziałania tych podmiotów na rzecz tworzenia pełnej, zintegrowanej oferty produktu turystycznego oraz potencjalnych, a ówczesnie niewykorzystywanych obszarów kooperacji między nimi.

Jednym z najistotniejszych wniosków wynikających z przeprowadzonej analizy było to, że w strukturze działań podejmowanych na rzecz kształtowania produktu turystycznego: Szlak AD – istnieją liczne, niewykorzystane i wymagające aktywizacji obszary, zarówno, jeśli chodzi o zakres podejmowanych działań marketingowych, jak i zakres współpracy podmiotów współwytworzających ten produkt. Dostrzeżono konieczność bardziej spójnego i planowego podejścia, obejmującego całość działań koniecznych do realizacji w związku z kształtowaniem produktu turystycznego Szlaku AD, w sposób bardziej procesowy niż, jak się wydaje dominujący ówczesnie, projektowy. Brak integracji i koordynacji, chociażby w zakresie poszczególnych instrumentów marketingowych, powoduje, że można mówić raczej o działaniach taktycznych i „przy-padkowych”, niż zintegrowanej strategii marketingowej w zakresie kształtowania produktu turystycznego: Szlak AD.

Analiza działań podejmowanych przez Urząd Marszałkowski Województwa Małopolskiego w zakresie kształtowania produktu turystycznego Szlaku AD wskazała na przewagę działań promocyjnych i na rzecz kształtowania wizerunku, w stosunku do tych związanych z tworzeniem pełnej, zintegrowanej oferty produktu turystycznego Szlaku AD czy też związanych z jego dostępnością. Dostępność produktu bowiem, czy też możliwość skorzystania z oferty w momencie rozpoczęcia i prowadzenia działań związanych z promocją produktu, są warunkiem jego efektywnej komercjalizacji. Istotnym jest więc, aby propozycje te zostały włączone do całościowej oferty Szlaku AD, a skorzystanie z nich było możliwe w określonym, dostępnym dla turystów miejscu i czasie.

Ponadto, zakres podejmowanych działań nie obejmował stosownych badań marketingowych np.: dotyczących opinii i preferencji turystów. Co więcej, wydaje się, że w niewielkim lub znikomym stopniu, przy kształtowaniu oferty Szlaku AD, wykorzystywano dostępne wyniki badań i wtórne dane dotyczące zachowań i potrzeb klientów (np. badania dotyczące monitoringu ruchu turystycznego w województwie małopolskim).

Aby działania w zakresie kształtowania oferty Szlaku AD przyniosły zamierzony cel, należałoby sformułować strategię marketingową lub przynajmniej plan marketingowy, uwzględniający odpowiednio skomponowany zestaw instrumentów marketingowego oddziaływania. O sukcesie decyduje jednak spójność ich zastosowania i nie preferowanie jednego instrumentu kosztem innego. W przypadku działań marketingowych związanych z kształtowaniem produktu turystycznego: Szlak AD, zdecydowanie przeważały działania na rzecz promocji Szlaku i, jak się wydaje, kosztem dostępności tego produktu.

PODSUMOWANIE

Często rozwiązanie problemu badawczego może wymagać zastosowania metody jakościowej. Ilościowa metoda może okazać się bowiem niewystarczająca, zwłaszcza w sytuacji, kiedy celem jest poznanie okoliczności i przyczyn występowania danego zjawiska oraz określenie zależności między konstruktami teoretycznymi (Wójcik, 2013). Atrakcyjną metodą pozwalającą zaradzić w takiej sytuacji jest studium przypadku. Głównymi przesłankami dla zastosowania tej metody są: wyjątkowość/nietypowość zjawiska oraz potrzeba dogłębnego zrozumienia danego zagadnienia/problemu z uwzględnieniem kontekstu jego występowania. Niektórzy wskazują na wagę tej metody jako podejścia na poziomie, czy w skali mikro, w przeciwieństwie do analizy ilościowej, która pozwala na obserwację zjawisk na poziomie makro na podstawie częstotliwości ich występowania (Yin, 1993; Zainal, 2007).

Zainteresowanie studium przypadku jako metodą naukową zauważalne jest również wśród polskich badaczy zjawisk związanych z turystyką – zwłaszcza, jeśli chodzi o analizy przypadków działań podejmowanych na rzecz kształtowania produktów turystycznych (zob. Krogmann i in., 2020; Pałka-Łebek, Kudła, 2017; Zdon-Korzeniowska, 2009), czy opisu dobrych praktyk działań marketingowych i koncepcji rozwojowych realizowanych na poziomie różnej skali jednostek terytorialnych (miejsc destynacji turystycznej) – miast, gmin czy regionów (Czarnecka, 2014; Ponikowska, 2019; Zajadacz, Kosińska 2015). Problematyka związana z funkcjonowaniem produktów turystycznych czy miejsc destynacji turystycznej ze względu na ich różnorodność, złożoność i unikatowość wydaje się być obszarem, w którym potrzeba zastosowania jakościowych metod

pomiaru i badania wydaje się być szczególnie uzasadniona, a metoda studium przypadku szczególnie użyteczna. W niniejszej pracy starano się wykazać jej przydatność w odniesieniu do poszerzania wiedzy nt. unikatowego i bardzo zindywidualizowanego problemu kształtowania produktów turystycznych.

Jeśli chodzi o turystykę, to studium przypadków jest również metodą wykorzystywaną w zakresie analizy funkcjonowania przedsiębiorstw turystycznych (Dorocki, Szymańska, Zdon-Korzeniowska, 2016). Stają się także atrakcyjnym narzędziem dydaktycznym pozwalającym studentom na praktyczne wykorzystanie wiedzy w zakresie kreowania produktów turystycznych, zarządzania rozwojem miejsc destynacji turystycznej czy przedsiębiorstw turystycznych.

Literatura

References

- Chiucchi, M. (2009). Adopting the case study method in business research. W: M. Strzyżewska (red.), *Selected Methodological Issues for Doctoral Students*. Warszawa: Oficyna Wydawnicza SGH.
- Czarnecka, M. (2014). Idea miasta-ogrodu a turystyka kulturowa – studium przypadku dzielnicy Włochy m.st. Warszawy. *Turystyka Kulturowa*, 5, 78–89.
- Dorocki, S., Szymańska, A.I., Zdon-Korzeniowska, M. (2016). Agricultural Tourism Farms in Poland. How the Farmers Improve their Businesses – a Case Study. W: G. Micek (red.), *Understanding Innovation in Emerging Economic Spaces. Global and Local Actors, Networks and Embeddedness*. London; New York: Routledge, 247–262.
- Eisenhardt, K.M. (1989). Building Theories from Case Study Research. *Academy of Management Review*, 14(4).
- Eisenhardt, K.M., Graebner, M.E. (2007). Theory building from cases. Opportunities and challenges. *Academy of Management Journal*, 50(1), 25–32.
- Gaweł, Ł. (2011). Zarządzanie Szlakiem Architektury Drewnianej w kontekście profesjonalizacji szlaków kulturowych. *Turystyka Kulturowa*, 1, 4–18.
- Grzegorzczak, W. (2005). *Marketing na rynku międzynarodowym*. Kraków: Oficyna Ekonomiczna.
- Grzegorzczak, W. (2015). Studium przypadku jako metoda badawcza i dydaktyczna w naukach o zarządzaniu. W: W. Grzegorzczak (red.), *Wybrane problemy finansów i zarządzania. Studia przypadków*. Łódź: Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, 9–16.
- Krogmann, A., Mróz, F., Dvořáková, Z.L., Dubcová, A., Nemčíková, M., Oremusová, D. (2020). Possibilities of Beer Routes in Slovakia. *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego*, 34(3), 36–52. doi: <https://doi.org/10.24917/20801653.343.3>.
- Lee, A. (1989). Case studies as natural experiments. *Human Relations*, 42.
- Matejun, M. (2011). Metoda studium przypadku w pracach badawczych młodych naukowców z zakresu nauk o zarządzaniu. *Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego. Problemy Zarządzania, Finansów i Marketingu*, 19, 203–213.
- Pałka-Łebek, E., Kudła, N. (2017). Wykorzystanie lokalnych zasobów wsi w kształtowaniu markowych produktów turystycznych. Studium przypadku bałtowskiego kompleksu turystycznego. *Studia Obszarów Wiejskich*, 47, 129–144.
- Pietrzak, M., Baran, J. (2007). *Podstawy zarządzania. Studia przypadków i inne ćwiczenia aktywizujące*. Warszawa: Wydawnictwo SGGW.
- Ponikowska, K. (2019). Cittaslow ideas as elements of building a territorial brand. A case study of Kalety. *Zarządzanie Publiczne*, 2(26), 119–129.
- Skorek, N., Trojanowski, M., Wilczak, A. (2010). *Studium przypadku w nauczaniu marketingu. Marketing w realiach współczesnego rynku. Strategie i działania marketingowe*. Warszawa: PWE.
- Tellis, W. (1997). Introduction to Case Study. *The Qualitative Report*, 3(2).
- Wójcik, P. (2013). Znaczenie studium przypadku jako metody badawczej w naukach o zarządzaniu. *E-mentor*, 1. Pozyskano z <http://www.e-mentor.edu.pl/artukul/index/numer/48/id/983> (dostęp 13.08.2019).

- Yin, R.K. (1984). *Case Study Research. Design and Methods*. Beverly Hills, CA: Sage Publications.
- Yin, R.K. (1993). *Application of Case Study Research*. Beverly Hills, CA: Sage Publishing.
- Yin, R.K. (1994). *Case study research. Design and methods (2nd ed.)*. Beverly Hills, CA: Sage Publishing.
- Yin, R.K. (2009). *Case study research. Design and methods*. Thousand Oaks: Sage.
- Zainal, Z. (2007). Case study as a research method. *Jurnal Kemanusiaan*, 9, 1–6.
- Zajadacz, A., Kosińska, A. (2015). Problemy rozwoju turystyki w skali regionalnej – studium przypadku Wielkopolski. *Zeszyty Naukowe Wyższej Szkoły Bankowej w Poznaniu*, 64.
- Zdon-Korzeniowska, M. (2009). *Jak kształtować regionalne produkty turystyczne. Teoria i praktyka*. Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego.
- Zdon-Korzeniowska, M., Noviello, M. (2019). The Wooden Architecture Route as an Example of a Regional Tourism Product in Poland. *Sustainability*, 11(18). doi: <https://doi.org/10.3390/su11185128>.

Małgorzata Zdon-Korzeniowska, dr, adiunkt, Uniwersytet Pedagogiczny w Krakowie, Instytut Geografii, Katedra Przedsiębiorczości i Gospodarki Przestrzennej. Zainteresowania naukowe obejmują: orientację rynkową samorządów terytorialnych, marketing terytorialny, zarządzanie turystyką na poziomie lokalnym i regionalnym, regionalne produkty turystyczne.

Małgorzata Zdon-Korzeniowska, PhD, assistant professor in the Department of Entrepreneurship and Spatial Management in the Institute of Geography of the Pedagogical University of Krakow. Her research interest include: market orientation of local government, territorial marketing, management of tourism at local and regional level, regional tourism products.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4970-0310>

Adres / address:

Uniwersytet Pedagogiczny im. Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie
Instytut Geografii
Katedra Przedsiębiorczości i Gospodarki Przestrzennej
ul. Podchorążych 2
30-084 Kraków
e-mail: malgorzata.zdon-korzeniowska@up.krakow.pl

MARTA KLIMASZYK

Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu, Polska
Poznań University of Economics and Business, Poland

MARCIN OLSZEWSKI

Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu, Polska
Poznań University of Economics and Business, Poland

Wykorzystanie metody zdarzeń krytycznych do oceny doświadczeń konsumentów w parkach rozrywki

Critical Incident Technique application for customer experience evaluation in theme parks

Streszczenie: Celem artykułu jest identyfikacja możliwości wykorzystania metody zdarzeń krytycznych do oceny antecedencji i efektów doświadczeń konsumentów w parkach rozrywki. Na przykładzie Parku Energylandia w Zatorze zidentyfikowano charakter doświadczeń i przeprowadzono ich autorską typologizację. W badaniu analizie poddano 295 zdarzeń zidentyfikowanych w 150 komentarzach pozostawionych przez odwiedzających park rozrywki na portalu TripAdvisor. Artykuł składa się z 4 części poprzedzonych wstępem. Na początku przybliżono znaczenie zarządzania doświadczeniem konsumenta. W kolejnej części przedstawiono istotę parków rozrywki i ich typologię. Następnie opisano metodę zdarzeń krytycznych wraz z przykładami jej zastosowań w turystyce oraz przedstawiono metodologię autorskiego badania, wyniki i wnioski. Wykorzystana metoda badawcza pozwoliła na pogłębioną ocenę doświadczeń klientów parku rozrywki wraz ze wskazaniem ich charakteru, a także uwarunkowań. W pracy wskazano także rekomendacje dla praktyki i kierunki dalszych badań wykorzystujących metodę zdarzeń krytycznych do oceny doświadczeń w turystyce.

Abstract: The aim of the article is to identify the possibility of using the critical incident technique to assess the antecedence and effects of consumer experiences in amusement parks. Based on the example of the Energylandia Park in Zator, the nature of the experiments was identified and their original typologisation was carried out. The study analysed 295 incidents identified in 150 comments left by visitors to the amusement park on the TripAdvisor portal. The article consists of 4 parts preceded by an introduction. At the beginning, the importance of managing the consumer experience was introduced. The next part presents the essence of amusement parks and their typology. Then the technique of critical incident was introduced, along with examples of its applications in tourism, and the methodology of the original research, results and conclusions were presented. The research method used allowed for an in-depth assessment of the experiences of the amusement park customers along with an indication of their nature and conditions. The paper also indicates recommendations for further research using the critical incident technique to assess experiences in tourism.

Słowa kluczowe: doświadczenie; metoda zdarzeń krytycznych; parki rozrywki; usługi turystyczne

Keywords: critical incident technique; experience; theme parks; tourism services

Otrzymano: 10 lipca 2021

Recived: 10 July 2021

Zaakceptowano: 23 lipca 2021

Accepted: 23 July 2021

Sugerowana cytacja / Suggested citation:

Klimaszyk, M., Olszewski, M. (2021). Wykorzystanie metody zdarzeń krytycznych do oceny doświadczeń konsumentów w parkach rozrywki. *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego*, 35(3), 100–115, doi: <https://doi.org/10.24917/20801653.353.7>

WSTĘP

Doświadczenie konsumenta w turystyce jest zjawiskiem badanym od wielu lat (Agapito, Mendes, Valle, 2013; Tung, Ritchie, 2011). Dotychczasowe prace poświęcone były doświadczeniom w hotelarstwie (Gilmore, Pine, 2002), gastronomii (Arora, 2012), czy w regionach turystycznych (Cetin, Bilgihan, 2016). Jednym z podmiotów, w którym rola doświadczeń jest szczególnie istotna, są parki rozrywki (Fu i in., 2020; Wei i in., 2021).

Doświadczenie w odniesieniu do turystyki definiowane jest dwojako (Adhikari, Bhattacharya, 2016). Z jednej strony rozumiane jest jako produkt i jego atrybuty (Gilmore, Pine, 2002). Z drugiej strony, traktuje się je jako efekt interakcji konsumenta z elementami materialnymi i ludźmi – personelem lub innymi konsumentami (Kastenholz, Davis, Paul, 1999). Innym sposobem klasyfikacji doświadczenia jest podział na podejście prospektywne i retrospektywne (Adhikari, Bhattacharya, 2016). W tym pierwszym doświadczenie postrzegane jest jako oczekiwanie klienta związane z jego zaangażowaniem sensorycznym w produkt lub interakcję, którą ma przeżyć. Badacze definiujący doświadczenie klienta z perspektywy retrospektywnej zajmują się doświadczeniem klienta w trakcie lub po konsumpcji produktu lub interakcji sensorycznej (Bos, McCabe, Johnson, 2013).

Jak zauważają Stangierska i Górską-Warsewicz (2016: 128) ważne jest pojmowanie doświadczenia jako wewnętrznej i subiektywnej odpowiedzi na bezpośrednią lub pośrednią interakcję zachodzącą między przedsiębiorstwem a konsumentem podczas trwania ich wzajemnej relacji. Prowadzi to do zaangażowania konsumentów nie tylko na poziomie racjonalnym, ale również emocjonalnym, zmysłowym, fizycznym i duchowym. Złożona struktura zdobywanego doświadczenia sprawia, że każde, pojedyncze doświadczenie jest inne i z tego powodu należy próbować łączyć doświadczenia w grupy o podobnych cechach. Takiemu założeniu odpowiada opracowana przez Schmitt'a (1999) koncepcja strategicznych modułów doświadczeń, w skład której wchodzi:

- moduł sensoryczny (*sense*) – odwołuje się do ludzkich zmysłów (wzroku, słuchu, węchu, smaku i dotyku) w celu tworzenia zmysłowych doświadczeń. W tym wypadku istotne jest wykorzystywanie wszystkich bodźców w sposób zapewniający spójność poznawczą i zmysłową różnorodność;
- moduł emocjonalny (*feel*) – odwołuje się do ludzkich uczuć i emocji w celu wywołania afektywnych doświadczeń, które oscylują od umiarkowanie pozytywnych nastrojów po silne emocje. W tym wypadku istotne jest określenie, jakie bodźce pobudzają emocje, a także, jakie są to emocje i jaki wpływ wywierają na konsumenta;

- moduł intelektualny (*think*) – odwołuje się do ludzkiego intelektu w celu wywołania doświadczeń poznawczych wymagających myślenia i twórczego zaangażowania ze strony konsumentów. W tym wypadku istotne jest precyzyjne określenie odbiorcy komunikacji i kontekstu, w jakim będzie się odbywać;
- moduł behawioralny (*act*) – odwołuje się do racjonalnego sposobu myślenia, bądź dostarcza motywacji, inspiracji lub wskazuje wzorce w celu wzbogacenia życia konsumentów poprzez doświadczenia natury fizycznej, pozwalające na odkrycie i zmianę stylu życia, zachowań, interakcji, czy sposobów wykonywania określonych działań;
- moduł relacyjny (*relate*) – odwołuje się do występowania powiązań pomiędzy jednostką a innymi ludźmi bądź grupami społecznymi, wykracza jednak poza indywidualne interakcje wynikające z pozostałych modułów i przedstawia konsumenta w szerszym społeczno-kulturowym kontekście w celu budowania relacji pomiędzy nim a społecznym znaczeniem marki.

Złożony charakter doświadczeń sprawia, że ich pomiar staje się poważnym wyzwaniem i wymaga dalszych badań (Adhikari, Bhattacharya, 2016). Istotne jest nie tylko określenie, jaki charakter mają doświadczenia konsumenta w przedsiębiorstwie (pozytywny czy negatywny), ale także jaka jest ich struktura (Otto, Ritchie, 1996). Pomiar doświadczeń jest szczególnie ważny w parkach rozrywki, których produkt Adhikari i Bhattacharya (2016) określili jako czyste doświadczenie (*pure experience*). Do pomiaru doświadczeń stosuje się różne metody. Jedną z nich jest metoda zdarzeń krytycznych, która pozwala na uchwycenie najbardziej zapamiętanych aspektów doświadczenia. Jej zastosowanie we wcześniejszych badaniach nad doświadczeniem w parkach rozrywki nie jest częste (np. Niu, Park, Kirilenko, 2019), jednak zalety tej metody (Gremler, 2004) pozwalają uznać ją jako obiecującą do pogłębionej analizy doświadczeń klientów parków rozrywki.

Biorąc powyższe pod uwagę, celem artykułu jest identyfikacja możliwości wykorzystania metody zdarzeń krytycznych do oceny doświadczeń konsumentów w parkach rozrywki. Na przykładzie Parku Energylandia w Zatorze zidentyfikowano charakter doświadczeń i przeprowadzono ich autorską typologizację, a także wskazano ich antecedenje i oczekiwane efekty.

PARKI ROZRYWKI JAKO PRZYKŁAD ATRAKCJI TURYSTYCZNYCH

Obecnie, zarówno w Polsce, jak i na całym świecie, można zaobserwować coraz większe zainteresowanie atrakcjami typu parki rozrywki, które oferują zróżnicowane i intensywne doświadczenia dla klientów (Wei i in., 2021). Przykłady na świecie pokazują, że pomimo ogromnej kapitałochłonności, zwłaszcza na etapie budowy parku, zwrot poniesionych kosztów jest niemal pewny (Doroz-Tomasik, Jankowski, 2016). Poza wymiarem finansowym ważny jest też aspekt społeczny. Parki tematyczne są czynnikiem aktywizacji społeczności lokalnych, pobudzając inicjatywy: prywatne, komunalne; stając się środkiem w poszukiwaniu nowych dróg rozwoju i rozwiązywania problemów społecznych, gospodarczych, demograficznych. Samorządy terytorialne coraz częściej sięgają po nie, walcząc z problemami finansowymi, bezrobociem czy wykluczeniem społecznym mieszkańców (Rzeńca, 2012: 411).

Pierwowzorem parków tematycznych (*theme park*), zwanych też parkami rozrywki (*amusement park*) były wesołe miasteczka z kolejkami (*roller coaster*) oraz

różnymi interesującymi eksponatami do oglądania (Kruczek, 2012). Główną różnicą pomiędzy nimi a obecnymi parkami jest skala. Parki rozrywki rozciągają się na ogromnych terenach, często zajmują obszar porównywalny z małymi miastami. Poza tym jest w nich więcej atrakcji, na ogół bardziej ekscytujących i technicznie bardziej zaawansowanych niż w tradycyjnych wesołych miasteczkach.

Kruczek (2012: 30) za: Pearce (2003), definiuje park rozrywki jako „kapitałochłonne, wysoko rozwinięte, samodzielne przestrzenie rekreacyjne, które pobierają opłatę za wstęp”. Autor powyższej definicji podkreśla też znaczenie tematu czy motywu przewodniego takich obiektów oraz funkcje, jaką mają one pełnić – ucieczka od codzienności. Parki rozrywki to przestrzenie rekreacyjne pełniące określone funkcje (w tym funkcję rozrywkową), zaaranżowane zgodnie z tematem lub tematami przewodnimi; przestrzenie te są wyraźnie wydzielone z otaczającego krajobrazu poprzez specyficzny styl infrastruktury i urządzeń, a ich izolacja potęgowana jest wyznaczeniem wyraźnych granic (Doroz-Tomasik, Jankowski, 2016: 24). Większość dochodów w parkach rozrywki pochodzi ze sprzedaży biletów wstępu, które nie obejmują strefy gastronomicznej, zazwyczaj towarzyszącej tego typu obiektom (Kruczek, 2012). Park rozrywki jest zatem kompleksem zawierającym różne strefy tematyczne, oferujące turystom liczne atrakcje turystyczne w postaci kolejek górskich, rodzinnych, czy rollercoasterów o zróżnicowanym stopniu dostarczanych wrażeń. Jest to miejsce, w którym kupując jeden bilet wstępu, uzyskuje się dostęp do większości atrakcji, a strefy towarzyszące są dodatkowo płatne. Obiekty te zlokalizowane są najczęściej w okolicy małych miasteczek, z racji na ogromny teren, jaki zajmują. Doroz-Tomasik i Jankowski (2016) proponują podział parków na 5 typów:

1. Rozrywkowe parki tematyczne, których funkcją jest wyłącznie dostarczanie odwiedzającym zabawy i wrażeń podnoszących poziom adrenaliny, za pomocą wykorzystania różnego rodzaju kolejek typu rollercoaster.
2. Edukacyjne parki rozrywki, czyli obiekty, które oferują przede wszystkim naukę przez zabawę. Jak wskazuje nazwa, najważniejszą funkcją takich parków jest funkcja edukacyjna.
3. Historyczne parki tematyczne, łączące interaktywność zwiedzania z pielęgnowaniem regionalnego dziedzictwa kulturowego. Główną funkcją jest również edukacja.
4. Parki aktywnej rekreacji, gdzie dominująca jest funkcja rekreacyjna, a dokładniej możliwość uprawiania różnego rodzaju aktywności fizycznej, np. parki wodne.
5. Mieszane parki tematyczne, gdzie nie można jednoznacznie określić funkcji. Najczęściej łączą kilka naraz, np. edukacyjną z rekreacyjną.

Tchorek, Kulykovets, Górska-Warsewicz (2016: 287) za Clave (2007) zaproponowały inną typologię parków rozrywki biorąc pod uwagę skalę oddziaływania i atrakcyjność parku. Są nimi:

1. „Parki destynacje – specjalnie zaprojektowane, aby przyciągnąć jak największą liczbę turystów z pobliskich miast i dalszych miejscowości, których pobyt nastawiony jest także na nocleg w danej destynacji, a odwiedziny obiektu są głównym powodem przyjazdu turysty.
2. Regionalne parki – funkcjonujące w określonym terminie, przyciągające znaczną liczbę turystów w ciągu kilku godzin dziennie. Większość odwiedzających park pochodzi z miejscowości oddalonych o 100–200 km.

3. Parki lokalne – odwiedzane głównie przez mieszkańców pobliskich miejscowości. Są uboższe tematycznie, czasem zorientowane na tematykę lokalną.
4. Niszowe parki rozrywki – nieprzystosowane do dużej liczby odwiedzających. Ich funkcjonowanie uwarunkowane jest poziomem rozwoju miejscowej infrastruktury. Potencjał turystyczny parku jest niewielki, a lista atrakcji – uboga. Często takie parki zorientowane są na ofertę wakacyjną”.

De Groote (2011) zaproponował klasyfikację atrakcji, które można spotkać w parkach rozrywki. Są nimi atrakcje z dreszczykiem emocji (*thrill ride*), np. karuzele, huśtawki, wieże swobodnego spadania i diabelskie młyny, rollercoastery (kolejki górskie), atrakcje wykorzystujące wodę i obiekty pływające (*water attractions*), przejażdżki w zadaszonych miejscach (*indoor dark rides*), np. domy strachu oraz atrakcje dostępne dla wszystkich grup wiekowych (*family ride*), np. kolejki i karuzele.

Kluczem do sukcesu parków rozrywki jest zdolność do tworzenia unikalnych doświadczeń. Dotychczasowe badania prowadzone wśród klientów parków rozrywki koncentrowały się na identyfikacji źródeł zadowolenia klientów. Ma i in. (2013) na podstawie badania 645 respondentów zidentyfikowali ścieżki prowadzące do zachwyty gości w parku rozrywki. Dong i Siu (2013) przebadali 366 osób w dwóch parkach poszukując antecedencji i efektów doświadczeń związanych z obsługą klienta dla odwiedzających parki rozrywki. Niu, Park i Kirilenko (2019) wykorzystując ponad 40 tysięcy opinii na portalu TripAdvisor zidentyfikowali główne wątki pojawiające się w recenzjach trzech parków rozrywki USA.

Zarządzanie doświadczeniem klienta w parkach rozrywki nakłada na prowadzących takie obiekty konieczność badania tego, jak je postrzegają goście. Kluczowe jest poznanie, jaki charakter mają doświadczenia konsumentów, co o nich decyduje, czego dotyczą, a także jakie skutki mogą z nich wynikać. Jednym z potencjalnych narzędzi takiego badania jest metoda zdarzeń krytycznych. Możliwość jej zastosowania do oceny doświadczeń w parkach rozrywki sprawdzone zostały w badaniu przeprowadzonym na potrzeby tego artykułu.

METODA ZDARZEŃ KRYTYCZNYCH I JEJ ZASTOSOWANIE W TURYSTYCE

Metoda zdarzeń krytycznych (*critical incident technique – CIT*) została opracowana przez Flanagan (1954) w celu doboru i klasyfikacji załóg lotniczych. Zdaniem jej autora zdarzenie to „każde obserwowalne działanie ludzkie” (Flanagan, 1954: 1). Staje się ono krytyczne, gdy jest możliwe do oceny i powoduje pozytywny lub negatywny wkład w cel działania. Sama metoda jest bardzo ogólnie definiowana przez jej twórcę jako „procedura zbierania ważnych faktów dotyczących zachowania w określonych sytuacjach” (Flanagan, 1954: 9). Jej celem jest zrozumienie zdarzenia z perspektywy jednostki, z uwzględnieniem elementów poznawczych, afektywnych i behawioralnych (Gremler, 2004).

W odniesieniu do badania doświadczeń konsumenta można przyjąć, że polega ona na analizowaniu (rekonstruowaniu) kluczowych interakcji, jakie zachodzą pomiędzy klientem a usługodawcą. Wszelkie interakcje mogą mieć dla konsumenta usługi wydźwięk pozytywny (są źródłem satysfakcji), bądź negatywny (są źródłem frustracji). CIT jest metodą identyfikującą problemy występujące w przedsiębiorstwie, która bazuje w głównej mierze na obserwacji i analizie zachowań ludzkich. W ramach tego podejścia respondenci proszeni są o opowiedzenie historii o doświadczeniu, które ich

spotkało (Gremler, 2004). Aby zdarzenie zostało uznane za krytyczne, muszą zajść następujące przesłanki (Dziadkowiec, 2006):

- występuje interakcja pomiędzy klientem a pracownikiem przedsiębiorstwa,
- zdarzenie jest bardzo zadowalające lub bardzo niezadowolające z punktu widzenia klienta,
- zdarzenie jest odrębnym epizodem,
- zdarzenie jest na tyle odrębnym faktem, że prowadzący badanie jest w stanie je sobie wyobrazić.

W turystyce metoda ta stosowana była do oceny zdarzeń krytycznych w hotelach, restauracjach, czy w transporcie (Baker, Kim, 2016; Jackson, White, Schmierer, 1996; Jackson, 2019; Zainol, Lockwood, 2014). Jednym z podstawowych wyzwań stojących przed badaczami wykorzystującymi metodę zdarzeń krytycznych jest określenie sposobu klasyfikacji i interpretacji doświadczeń.

Pearce i Caltabiano (1983) do analizy doświadczeń wykorzystali model potrzeb Masłowa. Jak wynika z tych badań, struktura pozytywnych i negatywnych doświadczeń nie jest identyczna. Turyści postrzegali pozytywne doświadczenia przede wszystkim na podstawie trzech potrzeb: fizjologicznych (hedonistyczne aktywności), miłości i przynależności (wzmocnienie istniejących relacji), oraz potrzeb samorealizacji (lepsze zrozumienie siebie i kultury kraju goszczącego). W przypadku negatywnych doświadczeń, turyści skupiali się na błędach w zapewnieniu podstawowych potrzeb (np. w usługach takich jak transport, noclegi i wyżywienie).

Jackson, White i Schmierer (1996) podzielili przypadki na wewnętrzne (osobowe), międzyludzkie i związane ze środowiskiem zewnętrznym (otoczenie). Pozytywne przypadki dotyczyły czynników wewnętrznych (zrozumienie kultury i dziedzictwa, wolność i możliwość relaksu), czynników interpersonalnych (pozytywne relacje między gospodarzem a turystą, przyjazne relacje międzyludzkie) oraz zewnętrznych (obecność środowiska naturalnego, i dziedzictwa kulturowego). Te trzy czynniki zdominowały również najbardziej negatywne (najgorsze) doświadczenia turystyczne. Na przykład, czynniki osobowe obejmowały m.in. doświadczanie strachu, czy dyskomfortu emocjonalnego związanego z odkrywaniem nowych miejsc. Czynniki interpersonalne obejmowały szeroki zakres negatywnych relacji międzyludzkich (rodzina, przyjaciele, inni turyści, gospodarze i przedstawiciele branży turystycznej). Wreszcie, negatywne doświadczenia związane z zewnętrznymi czynnikami środowiskowymi obejmowały niesprzyjającą pogodę, niski standard zakwaterowania lub awarie.

Jackson (2019) wykorzystując metodę CIT na podstawie teorii atrybucji potwierdził występowanie tzw. błędu atrybucji, który zakłada, że pozytywne doświadczenia wyjaśniane są przede wszystkim czynnikami wewnętrznymi, a negatywne doświadczenia – czynnikami tkwiącymi w otoczeniu.

Do kluczowych zalet metody zdarzeń krytycznych w kontekście oceny doświadczeń należą: zróżnicowane możliwości pozyskiwania danych (ankiety, wywiady, dane wtórne), niskie koszty, prostota, szeroki zakres pozyskanych informacji oraz możliwość identyfikacji przyczyn problemów, a nie tylko ich przejawów (Gremler, 2004; Jackson, 2019). Ważne jest także to, że dane są zbierane z perspektywy respondenta, jego własnymi słowami. Stosując tę metodę nie wtłacza się respondentów w żadne ramy teoretyczne i można zidentyfikować nawet rzadkie zdarzenia, które mogłyby zostać przeoczone przez inne metody, koncentrujące się tylko na zdarzeniach powszechnych.

METODOLOGIA BADANIA

W tej części przedstawiona została procedura autorskiego badania przeprowadzonego w oparciu o metodę zdarzeń krytycznych. Pozwoliło ono uzyskać odpowiedź na następujące pytania:

- Co składa się na doświadczenie klienta parku rozrywki? Jakie są antecedencje doświadczeń?
- Jakie są deklarowane skutki doświadczeń? Co z nich może wynikać dla przedsiębiorstw?
- W jakim stopniu zastosowana metoda zdarzeń krytycznych może przyczynić się do identyfikacji antecedencji i efektów doświadczeń klientów parków rozrywki?

Przyjęta procedura badania została opracowana na podstawie pracy Zainol i Lockwood (2014) i obejmowała 3 etapy: zbieranie danych; analiza, interpretacja i wnioskowanie. Postępując zgodnie z przyjętą procedurą, w pierwszej kolejności zgromadzono materiał w postaci komentarzy umieszczonych na portalu TripAdvisor pod profilem parku rozrywki Energylandia w Zatorze, która stanowi zakres podmiotowy analizy. Wykorzystanie portali internetowych do badania pozwala na wgląd w faktyczne historie opowiedziane przez klientów, nie wymaga kosztownego pozyskiwania danych w terenie i nie wiąże się z błędami związanymi z obecnością badacza. Metoda ta, ze względu na swoje zalety, bywa wykorzystywana do badań doświadczeń (Niu, Park, Kirilenko, 2019). Dane gromadzono w maju 2021 roku, a zakres czasowy badania został ustalony na rok 2019, od 1 stycznia do 31 grudnia tj. ostatni pełny rok normalnej działalności parku.

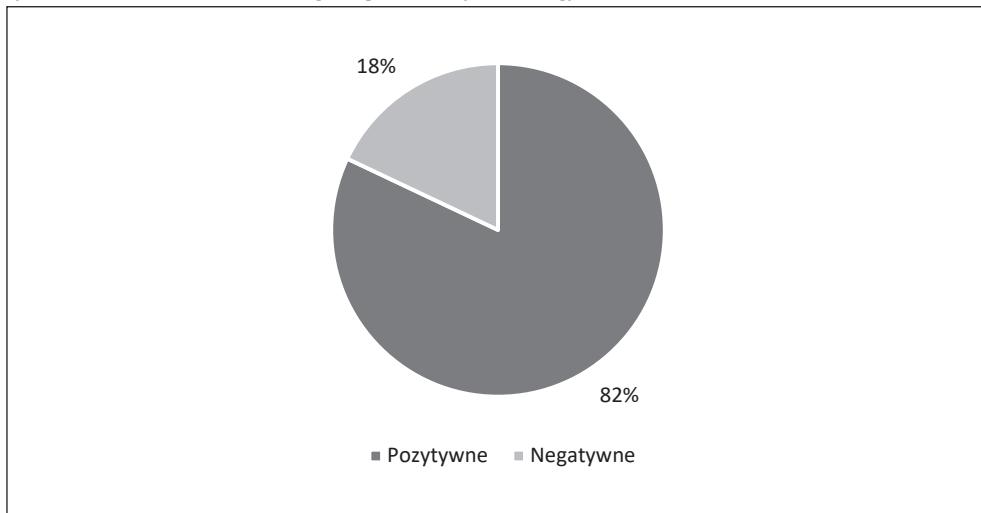
Do określenia liczebności badanych przypadków zastosowano zasadę „nasyceńa treści”; tj. jeśli kolejny komentarz nie wnosi nowej treści, a jedynie odnosi się do wcześniej już wspomnianych aspektów, należy badanie zakończyć (Baker, Kim, 2016). W efekcie selekcji do badania zakwalifikowano 150 przypadków opisujących różne doświadczenia. Łączna liczba zdarzeń umieszczonych w badanych komentarzach wyniosła 295.

Kolejnym etapem badania było ustalenie sposobu kategoryzacji wydarzeń, czy doświadczeń, które zostały wskazywane przez klientów w umieszczanych przez nich komentarzach. Za punkt wyjście do klasyfikacji przypadków wybrano typologię zaproponowaną przez Pikkemaat i Schuckerta (2007), którzy na podstawie przeglądu literatury wyodrębnili kluczowe czynniki sukcesu istotne z punktu widzenia parków rozrywki. Stały się one punktem wyjścia do analizy w niniejszym badaniu i pozwoliły na typologizację antecedencji doświadczeń gości parku rozrywki Energylandia w Zatorze.

WYNIKI BADANIA

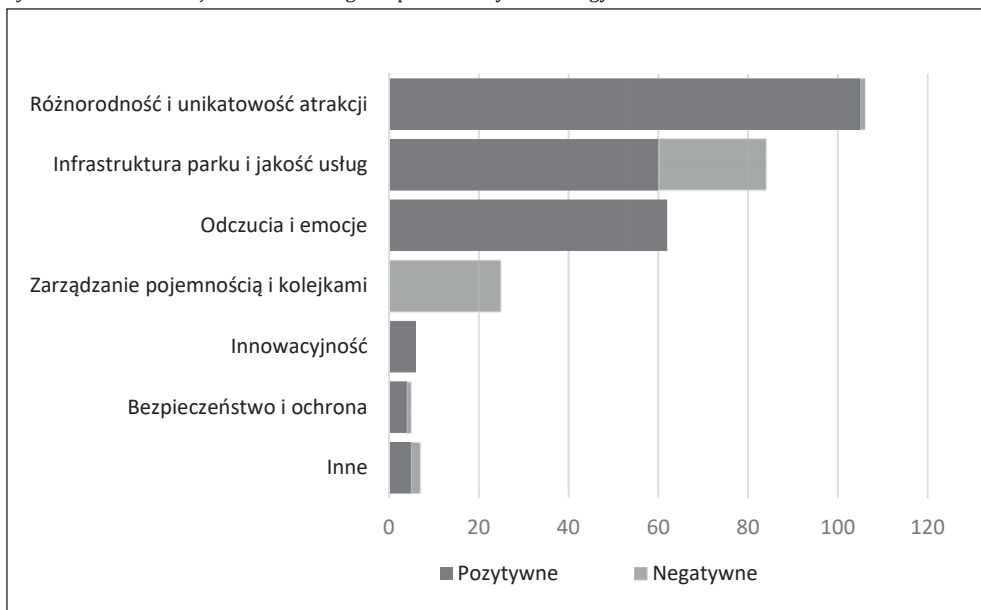
Prezentacja wyników badania obejmuje następujące trzy aspekty: prezentację charakteru doświadczeń (pozytywne vs. negatywne), określenie ich źródeł (antecedencji) i wskazanie efektów doświadczenia. W pierwszym etapie ustalono, jaki charakter miały doświadczenia poprzez ich klasyfikację do grupy zdarzeń pozytywnych lub negatywnych. Jak wynika z ryciny 1 82,03% opisanych doświadczeń miała charakter pozytywny.

Rycina 1. Charakter doświadczeń gości parku rozrywki Energylandia



Źródło: opracowanie własne

Rycina 2. Antecedencje doświadczeń gości parku rozrywki Energylandia



Źródło: opracowanie własne

Przedstawione na rycinie 2 antecedencje wskazują na te aspekty, które były najczęściej wspominane w komentarzach jako źródła doświadczeń. Wartości zaprezentowane na wykresie określają znaczenia poszczególnych typów zdarzeń w całości doświadczeń gości parku Energylandia. Bardzo często pozostawione opinie dotyczyły kilku aspektów, dlatego jeden komentarz mógł być przypisany jednocześnie do kilku kategorii.

W ramach autorskiej kategoryzacji zdarzeń krytycznych wyróżniono następujące grupy antecedencji doświadczeń:

1. **Różnorodność i unikatowość atrakcji**, do której zostały zaklasyfikowane komentarze pokazujące znaczenie wybranych atrakcji, dla których warto odwiedzić park. Goście podkreślali wyjątkowość konkretnych atrakcji lub doceniali szeroki zakres oferty. Do tej kategorii przypisano łącznie 106 aspektów, co stanowi 35,93% łącznej liczby zdarzeń. Tylko jedno zdarzenie odnosiło się do tych negatywnych doznań. Przykładowe komentarze:

„Naprawdę fajne i pozytywne miejsce dla każdego. [...] Z kolejek najlepsza jest Zadra i Formuła 1. Polecam serdecznie”. Weronika L., Ostrów Wielkopolski, lipiec 2019.

„Największe wrażenie zrobiła na mnie Zadra. Jest potężna, majestatyczna, po prostu coś niesamowitego! Warto przejechać się na niej, wrażenie po przejeździe nie do opisanania ...”. Alina, październik 2019.

„Dawno nie była w tak rewelacyjnym miejscu, atrakcji tak duże, że ciężko zliczyć wszystkie, nawet przy małym ruchu turystycznym w tygodniu...”. Dagna, Meszno, wrzesień 2019.

Klienci odnosili się też do dostosowania oferty dla ludzi w każdym przedziale wiekowym, z podkreśleniem sformułowania „każdy znajdzie coś dla siebie” oraz zachwalali okazjonalne dekoracje.

„Pozycja obowiązkowa dla rodzin z dziećmi. Park jest nie lada atrakcją dla starszych i młodszych. Nikt nie będzie się nudził. Jeden z najlepszych parków, jak nie najlepszy. Polecam gorąco”. Kajtek, wrzesień 2019.

2. **Infrastruktura parku i jakość usług**, w ramach której turyści podkreślali kwestie związane z infrastrukturą wspierającą główne atrakcje parku np. z parkingiem, systemem szafek, warunkami sanitarno-higienicznymi na terenie obiektu i gastronomią. Ten segment obejmuje 60 aspektów pozytywnych oraz 24 negatywnych, co daje 28,47% udziału w całkowitej liczbie zdarzeń. Goście częściej doceniają przygotowanie infrastruktury parku podkreślając m.in.:

„Przed parkiem znajduje się duży parking dla autokarów i samochodów osobowych. Parkingowi sprawnie wskazują miejsce, logistyka na najwyższym poziomie. Przed wejściem na teren parku znajdują się bezpłatne toalety, na terenie parku również oraz szafki na telefon, czy wartościowe rzeczy...”. Wieczny Turysta, Toruń, czerwiec 2019.

„Szafki na pozostawienie rzeczy osobistych praktycznie przy każdej atrakcji”. Dagna, Meszno, wrzesień 2019.

„Wszystkie strefy idealnie rozplanowane i fantastycznie urządzone”. Andrzej, Toruń, sierpień 2019.

Jednak nie zawsze infrastruktura działa tak jak powinna:

„Chociaż nie do końca są uczciwi z szafkami na plecaki. [...] Nie informują, że szafka może być jedna na cały dzień”. Kinga M., Holandia, sierpień 2019.

Do najczęściej wskazywanych wad infrastruktury wspierającej doświadczenia należy gastronomia.

„...jedzenie to jakaś tragedia. W pierwszy dzień jedliśmy frytki i kęski serowe – o ile frytki nie były aż takie złe, to kęski spowodowały u nas bóle brzucha do końca dnia. Na drugi dzień skusiliśmy się na gofry – z myślą, że gofrów nie da się popsuć. Niestety, Pani przy nas wkładała wcześniej zrobione gofry do mikrofalówki, co spowodowało, że były one po prostu niedobre – ... Nie polecamy nic jeść, wstyd, żeby w takim miejscu nie można było zjeść nic świeżego”. Compass18043934227, Wrocław, wrzesień 2019.

Jakość usług odnosi się do zdarzeń związanych z poziomem obsługi pracowników kolejek oraz animatorów. Goście bardzo pozytywnie oceniają ich zaangażowanie:

„Bardzo fajni animatorzy, którzy rozweselą dzień”. Weronika L., Ostrów Wielkopolski, lipiec 2019.

„Atrakcje na bardzo wysokim poziomie, zaplecze gastronomiczne też w porządku, ale najlepszą i największą robotę robią pracujący tam ludzie. Byłam z dwoma 12-letnimi chłopcami. Niestety tuż przed zamknięciem parku synowi (przez nieuwagę) w trakcie wyjścia z wagonika (atrakcja Kopalnia Żłota) spadły okulary korekcyjne prosto do nurtu wody, po której płynął wagonik. Poinformowaliśmy personel, który naprawdę bardzo się przejął. Następnego dnia rano zadzwonił do nas Pan z biura z informacją, że okulary zostały znalezione. Godzinę później... kolejny telefon: jeden z pracowników Energylandii będzie w dniu dzisiejszym w Zabrze i ... może nam zabrać okulary (dziękujemy Panu Zbyszkowi). Jesteśmy bardzo wdzięczni i ... w 100% polecamy Energylandię”. Joanna M., wrzesień 2019.

3. **Odczucia i emocje**, jakie towarzyszyły gościom odwiedzającym park. W ramach tej kategorii możemy wyróżnić takie aspekty jak poziom frajdy, rozumiany jako zabawę, poziom adrenaliny oraz wspomnienia, które pozostaną na długo w pamięci dzięki doświadczanym emocjom. W tej kategorii znalazło się 62 zdarzeń, które stanowią 21,02% ogólnej liczby zdarzeń krytycznych. Jest to najczęściej wskazywana kategoria. Przykładowe komentarze:

„Najlepsza zabawa, jaką można sobie wyobrazić, najlepiej przyjść ze znajomymi, żeby poczuć moc wrażeń”. Dawid P., Zator, wrzesień 2019.

„Brak słów, żeby opisać zabawę w Energylandii, atrakcje i organizacja na najwyższym światowym poziomie. [...] Co do zabawy petarda, Zadra i Hyperion zdecydowanie trzeba mieć twarde serce [...]. Pozostałe atrakcje strefy ekstremalnej też mega”. Andrzej, Toruń, sierpień 2019.

„Emocje są nie do opisania. Jazda Hyperionem to coś, czego nie da się zapomnieć, ale tak, czy inaczej, Zadra to mój numer jeden”. Maciej O., Łódź, wrzesień 2019.

Warto podkreślić, że respondenci bardzo często nie byli w stanie nazwać swoich emocji, ponieważ często miały one charakter skrajny, bliski euforii. Jednocześnie niektórzy podkreślali, że jednocześnie doświadczali negatywnych emocji, np. strachu, które pod wpływem atrakcji przechodziły w emocje pozytywne. Na przykład:

„Wnuki zabrały mnie do Energylandii do Zatoru. Bardzo się bałam tak dużego parku, że będę zmęczona, ale poczułam w nim drugą młodość i dziecięcą radość. Polecam osobom w każdym wieku. Tam jest wspaniale”. Grażyna, Ciechocinek, sierpień 2019.

4. **Zarządzanie pojemnością i kolejkami**, ta kategoria obejmuje komentarze dotyczące tłoku oraz obłożenia w parku. Dodatkowo wielu odwiedzających używało sformułowania „Jeden dzień to za mało”, co może oznaczać przesylenie atrakcji. W ramach tej grupy wskazano 25 zdarzeń i wszystkie mają negatywny charakter. Stanowią 8,47% ogólnej liczby zdarzeń. Przykładowe komentarze pokazują, że goście mają czasami kłopot z wielkością parku i czasem oczekiwania.

„...W jeden dzień nie da się skorzystać z wszystkich atrakcji...”. Karolka K., sierpień 2019.

„Jedynie co to kolejki... Do reszty nie można się przyczepić... Powinien być limit w sprzedaży biletów. 5 min jazdy a stania 1,5 h”. Kinga M., Holandia, sierpień 2019.

„Park rozrywki – najlepiej odwiedzić w tygodniu i nie w wakacje. W takim miejscu trzeba przygotować się na kolejki do wszystkich atrakcji – od 10 do 70 minut”. Joanna Z., Łódź, sierpień 2019.

„W sezonie najlepiej udać się do wybranych atrakcji zaraz po otwarciu. Wtedy jeszcze nie ma kolejek. Między 12:00–16:00 w przypadku ładnej pogody czeka się od 1 do 1,5 h po to, aby przejechać się może 2 minuty. [...] W basenie masakra, ścisk straszny, wpuszcza się dzieci bez specjalnych pampersów do wody, nikt nie ma nad tym żadnej kontroli [...]”. Maja, Poznań, sierpień 2019.

Niektórzy respondenci wskazywali, że park próbuje rozwiązać problem okresowego przekraczania pojemności poprzez ciągłą rozbudowę i podejmując działania, które mogą ułatwić funkcjonowanie w warunkach dużej liczby odwiedzających. Na przykład:

„...plusem jest to, że otwiera się coraz więcej nowych atrakcji i można odwiedzić park wiele razy z rzędu”. Dagna, Meszno, wrzesień 2019.

„Czasy oczekiwania często pokazywane są na wyświetlaczach”. Joanna Z., Łódź, sierpień 2019.

Nie wszystkie działania przynoszą jednak oczekiwane rezultaty:

„...Nie pomagają nawet zadaszania, czekanie w upale jest męczące, nie ma nawet gdzie usiąść...”. Maja, Poznań, sierpień 2019.

5. **Innowacyjność** rozumianą jako ciągłą pracę nad atrakcjami oraz rozbudowywaniem stref o nowe kolejki, by klienci mogli wrócić, chociażby po to, aby je przetestować. Mamy tu tylko 6 adnotacji, co stanowi zaledwie 2,03% łącznej liczby doznań. Przykładowe komentarze:

„W Halloween Night byliśmy ze znajomymi w parku i skorzystaliśmy z promocji dla przebranych [...] No i ten klimat! Większość ludzi przebranych w klimacie Halloween...”. Crazy Wiewiora, Kielce, październik 2019.

„... Z niecierpliwością czekam na przyszły sezon i otwarcie nowej strefy. Mam nadzieję, że pozytywnie mnie zaskoczy...”. Basia, wrzesień 2019.

6. **Bezpieczeństwo i ochrona** związane są z kwestiami zabezpieczenia atrakcji i tym podobnych. Jedynie 5 zdarzeń wspomnianych w komentarzach, stanowi tę kategorię, dlatego też jej udział w całkowitej stanowi 1,69%. Przykładowe komentarze:

„Park bezpieczny, widać, że porządna robota”. Aleks K., wrzesień 2019.

„...na pewno kiedyś tam wrócimy, na pewno po to, aby mój za mały w czasie pobytu synek, został wpuszczony na atrakcje, z których nie mógł skorzystać – brawo za przestrzeganie zasad”. Małgorzata, wrzesień 2019.

„...Bezpieczne atrakcje, super aranżacje, czystość, pyszne jedzenie i niezapomniane wrażenia...” Bronisław, październik 2019.

7. **Inne**, które nie zostały przypisane do żadnej kategorii, ponieważ dotyczyły innych wątków, często ciężkich do dopasowania do którejkolwiek z kategorii. Te doświadczenia stanowią zaledwie 2,37%, a w ich skład wliczamy 5 pozytywnych i 2 negatywne.

Zbadano także efekty doświadczeń, które miały charakter deklaracji powrotu oraz polecenia parku przez odwiedzających. Wielu gości podkreślało także, że nie jest to ich pierwsza wizyta, i że planują kolejne w następnych sezonach. Z 150 umieszczonych komentarzy, aż 45 zawierało deklarację chęci powrotu lub rekomendacje dla innych klientów parku. Na przykład:

„Najlepsza rozrywka dla całych rodzin. [...] Polecamy, my za rok znów będziemy”. Monika, sierpień 2019.

„...jesteśmy bardzo zadowoleni, na pewno wrócimy w to miejsce...”. Agnieszka W., Katy Wrocławskie, sierpień 2019.

„ [...] za rok na pewno kupimy bilety dwudniowe”. Karina, lipiec 2019.

Deklaracje powrotu są bardzo cenne z perspektywy właścicieli obiektu. Mimo że popyt na tego typu atrakcje ma charakter restytucyjny, to malejąca krańcowa użyteczność konsumpcji prowadzi zwykle do potrzeby odwiedzania nowych miejsc i testowania innych atrakcji i parków. Stabilność lub nawet wzrost liczby odwiedzających można uzyskać z jednej strony docierając do nowych odbiorców, a z drugiej utrzymując grupę lojalnych i powracających gości. Warunkiem tego drugiego jest jednak zaoferowanie klientom niezapomnianych doświadczeń.

WNIOSKI

Ze względu na swój charakter parki rozrywki są kluczowym podmiotem gospodarki doświadczeń (Ellis, Rossman, 2008). Charakteryzuje je teatralność, zanurzenie w określonej tematyce i polisensoryczność atrakcji (obraz, ruch, woda, dźwięki, przeciążenia, smaki i zapachy). Kładą one nacisk na hedonistyczne i przyjemne doświadczenia, w których emocje odwiedzających odgrywają ważną rolę. Jednak jak

uważają Pikkemaat i Schuckert (2007: 201) parki rozrywki „są zaniedbywanym obszarem w badaniach nad turystyką”.

Analiza źródeł doświadczeń pozwala dostrzec trzy główne przyczyny pozytywnych i negatywnych doświadczeń. Rdzeniem doświadczeń są główne atrakcje – kolejki, karuzele i in. Ich wykorzystywanie jest źródłem emocji przechodzących od strachu w euforię. Warunkiem dobrej zabawy jest tzw. infrastruktura wspierająca (parkingi, gastronomia, szafki), która wzmacnia lub osłabia pozytywne doświadczenie związane z pobytem w parku.

Jak wynika z przeprowadzonego badania, bardzo duże znaczenie mają dla turystów odczucia i emocje, tj. poziom zabawy czy adrenalina. W ramach tej kategorii najczęściej używano sformułowań: „świetna zabawa”, „niezapomniane emocje”, „super wrażenia”. Porównując wyniki przeprowadzanej analizy z wcześniejszymi badaniami, można zauważyć podobieństwa w używanych sformułowaniach. Według Niu, Park i Kirilenko (2019) najczęstszymi przymiotnikami, które można było odczytać z komentarzy pozostawionych na portalu [tripadvisor.com](https://www.tripadvisor.com) pod profilami takich parków jak Universal Studios, Disney World, czy Sea World są *ang. great* – świetny, wspaniały czy *ang. amazing* – niezwykle, niesamowity. Tego typu wyrazów używano również bardzo często w komentarzach pod profilem Energylandii.

Przyglądając się negatywnym komentarzom, prawie połowa (47,17%) dotyczyła doświadczeń związanych ze stanem w kolejce do atrakcji. Ewidentnie jest to największy problem, z jakim boryka się park. Oczywiście ciężko jest rozładowywać kolejki, gdy pojemność jest ograniczona z powodu wymogów bezpieczeństwa. Należy jednak próbować szukać rozwiązania tej sytuacji, np. stosując nowoczesne rozwiązania bazujące na analizie lokalizacji i zarządzania czasem oczekiwania. Najłatwiejszą receptą w tej sytuacji wydają się usprawnienie systemów pokazujących czas oczekiwania na zjazd. Jednak można iść o krok dalej i wprowadzić innowacyjne rozwiązanie w postaci aplikacji, która na wgranej mapie parku pokazywałby, jaki jest przybliżony czas czekania w kolejce, przez co klient mógłby rozplanować sobie podróż po parku i korzystanie z jego atrakcji w łatwy i przyjemny sposób. Innym pomysłem na rozwiązanie problemu kolejek jest ciągła rozbudowa parku i wprowadzenie nowych atrakcji.

Zgodnie z teorią atrybucji ustalono, że do kluczowych antecedenencji pozytywnych doświadczeń należą emocje odczuwane przez korzystających z atrakcji. Do najważniejszych źródeł negatywnych doświadczeń należą problemy z czasem oczekiwania i gastronomią oferowaną na terenie parku. Wyniki te mogą być przydatne w projektowaniu doświadczeń gości odwiedzających nie tylko Energylandię w Zatorze, ale także inne parki rozrywki.

Ważnym aspektem, który został przebadany są efekty doświadczeń. Jak wynika z badania zadowoleni goście często deklarują chęć powrotu i rekomendowania parku innym. Komentarze zawierające wyrażenia „polecam”, czy „wrócę/wrócimy za rok” itp. pojawiły się w 45 opiniach, co oznacza, że około 30% osób, które umieściły komentarz, wyraża chęć powrotu. Stanowią one zapowiedź sukcesu w kolejnych latach działania przedsiębiorstwa, a jednocześnie świadczą o poziomie lojalności. Można z nich wywnioskować, że znacząca część turystów w przyszłym sezonie zaplanuje podróż do Energylandii, tym razem na przykład na dłużej lub w towarzystwie rodziny i znajomych.

Jak wynika z przeprowadzonego badania, zastosowanie metody zdarzeń krytycznych, opartej na danych z portali internetowych, pozwala na ocenę doświadczeń

konsumentów w parkach rozrywki. Dzięki zastosowaniu tego podejścia możliwe jest nie tylko określenie charakteru doświadczenia (pozytywne i negatywne), ale także jego struktury i spodziewanych efektów. Zastosowana metoda ma szereg zalet m.in. pozwala na uchwycenie opinii wyrażonych naturalnym językiem respondentów, identyfikację kluczowych wymiarów doświadczenia i ich kategoryzację, a także umożliwia sformułowanie rekomendacji działań naprawczych.

Przedstawione badanie oraz zastosowana metoda mają oczywiście pewne wady. Po pierwsze, dane gromadzone były tylko w pewnym wycinku czasu i nie mogą być traktowane jako pełne. Po drugie, metoda zdarzeń krytycznych, opiera się na subiektywnym sposobie klasyfikacji doświadczeń, co ma wpływ na uzyskane wyniki. Po trzecie, CIT jest retrospektywną metodą badawczą i w związku z tym jest obciążona błędami związanymi z pamięcią respondentów (Gremler, 2004). Dalsze badania powinny uwzględnić też bardziej zaawansowane metody grupowania, zliczania i prezentowania doświadczeń. Jak wynika z badania, największą wadą metody zdarzeń krytycznych, w kontekście stosowania do oceny doświadczeń, jest problem z interpretacją i porządkowaniem wydarzeń w kategorii. Jest to zadanie, które wymaga czasu oraz doświadczenia, co może być istotną barierą aplikacji tej metody w bieżącej działalności przedsiębiorstw.

Zastosowana metoda pozwoliła uchwycić heterogeniczne aspekty doświadczenia konsumpcyjnego w parkach rozrywki. Badanie doświadczeń przy wykorzystaniu metody zdarzeń krytycznych pozwala nie tylko określić istotne czynniki wpływających na doświadczenia (antecedencje), ale także przewidywać ich przyszłe zachowania związane z konkretnym usługodawcą.

Literatura

References

- Adhikari, A., Bhattacharya, S. (2016). Appraisal of literature on customer experience in tourism sector: review and framework. *Current Issues in Tourism*, 19(4), 296–321. doi: <https://doi.org/10.1080/13683500.2015.1082538>
- Agapito, D., Mendes, J., Valle, P. (2013). Exploring the conceptualization of the sensory dimension of tourist experiences. *Journal of Destination Marketing & Management*, 2(2), 62–73. doi: <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2013.03.001>
- Arora, R. (2012). A mixed method approach to understanding the role of emotions and sensual delight in dining experience. *Journal of Consumer Marketing*, 29(5), 333–343. doi: <https://doi.org/10.1108/07363761211247451>
- Baker, M.A., Kim, K. (2016). Other Customer Service Failures: Emotions, Impacts, and Attributions. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 42(7), 1067–1085. doi: <https://doi.org/10.1177/1096348016671394>
- Bigné, J.E., Andreu, L., Gnoth, J. (2005). The theme park experience: An analysis of pleasure, arousal and satisfaction. *Tourism Management*, 26(6), 833–844. doi: <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2004.05.006>
- Bos, L., McCabe, S., Johnson, S. (2013). Learning never goes on holiday. An exploration of social tourism as a context for experiential learning. *Current Issues in Tourism*, 18(9), 859–875. doi: <https://doi.org/10.1080/13683500.2013.790878>
- Cetin, G., Bilgihan, A. (2016). Components of cultural tourists' experiences in destinations. *Current Issues in Tourism*, 19(2), 137–154. doi: <https://doi.org/10.1080/13683500.2014.994595>
- De Groote, P. (2011). Globalisation of commercial theme parks case. The Walt Disney Company. *Applied Studies in Agribusiness and Commerce*, 5(3–4), 21–28. doi: <https://doi.org/10.19041/APSTRACT/2011/3-4/2>

- Dong, P., Siu, N.Y.M. (2013). Servicescape elements, customer predispositions and service experience. The case of theme park visitors. *Tourism Management*, 36, 541–551. doi: <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2012.09.004>
- Doroz-Tomasik, H., Jankowski, G. (2016). Parki tematyczne w Polsce – typologia i analiza globalnego sukcesu komercyjnego. *Geography and Tourism*, 4(1), 23–32
- Dziadkowiec, J. (2006). Wybrane metody badania i oceny jakości usług. *Zeszyty Naukowe Akademii Ekonomicznej w Krakowie*, 717, 23–35.
- Ellis, G. D., Rossman, J.R. (2008). Creating value for participants through experience staging: Parks, recreation, and tourism in the experience industry. *Journal of Park and Recreation Administration*, 26(4), 1–20.
- Flanagan, J.C. (1954). The critical incident technique. *Psychological Bulletin*, 51(4), 327–358. doi: <https://doi.org/10.1037/h0061470>
- Fu, X., Kang, J., Hahm, J.J., Wiitala, J. (2020). Investigating the consequences of theme park experience through the lenses of self-congruity and flow. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 32(3), 1181–1199. doi: <https://doi.org/10.1108/ijchm-06-2019-0522>
- Gilmore, J., Pine, J. (2002). Differentiating hospitality operations via experiences. Why selling services is not enough. *The Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 43(3), 87–96. doi: <https://doi.org/10.1177/0010880402433009>
- Gremler, D.D. (2004). The Critical Incident Technique in Service Research. *Journal of Service Research*, 7(1), 65–89. doi: <https://doi.org/10.1177/1094670504266138>
- Jackson, M.S., White, G.N., Schmierer, C.L. (1996). Tourism experiences within an attributional framework. *Annals of Tourism Research*, 23(4), 798–810. doi: [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(96\)00003-5](https://doi.org/10.1016/0160-7383(96)00003-5)
- Jackson, M. (2019). Utilizing attribution theory to develop new insights into tourism experiences. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 38, 176–183. doi: <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2018.04.007>
- Kastenholz, E., Davis, D., Paul, G. (1999). Segmenting Tourism in Rural Areas. The Case of North and Central Portugal. *Journal of Travel Research*, 37(4), 353–363. doi: <https://doi.org/10.1177/004728759903700405>
- Kruczek, Z. (2012). Parki tematyczne jako flagowe atrakcje turystyczne. Rozwój i globalizacja. *Turystyka kulturowa*, 3, 29–40.
- Ma, J., Gao, J., Scott, N., Ding, P. (2013). Customer delight from theme park experiences. *Annals of Tourism Research*, 42, 359–381. doi: <https://doi.org/10.1016/j.annals.2013.02.018>
- Niu, Y., Park, H., Kirilenko A. (2019). Theme Park Visitor Experience and Satisfaction. A Case of TripAdvisor Reviews of Three Theme Parks in Orlando. *Travel and Tourism Research Association: Advancing Tourism Research Globally*, 11. Pozyskano z https://scholarworks.umass.edu/ttra/2019/research_papers/11 (dostęp 19.08.2021).
- Otto, J.E., Ritchie, J. (1996). The service experience in tourism. *Tourism Management*, 17(3), 165–174. doi: [https://doi.org/10.1016/0261-5177\(96\)00003-9](https://doi.org/10.1016/0261-5177(96)00003-9)
- Pearce, P.L., Caltabiano, M.L. (1983). Inferring Travel Motivation from Travelers' Experiences. *Journal of Travel Research*, 22(2), 16–20. doi: <https://doi.org/10.1177/004728758302200203>
- Pikkemaat, B., Schuckert, M. (2007). Success factors of theme parks – An exploration study. *Preliminary Communication*, 55(2), 197–208.
- Rzeńca, P. (2012). Parki tematyczne jako czynnik rozwoju gospodarki. Identyfikacja zjawiska. *Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu*, 244, 405–415.
- Schmitt, B. (1999). Experiential Marketing. *Journal of Marketing Management*, 15(1–3), 53–67. doi: <https://doi.org/10.1362/026725799784870496>
- Stangierska, D., Górska-Warsewicz, H. (2016). Marketing tradycyjny, relacji i doświadczeń marek usługowych i produktowych – komunikacja z konsumentem na portalu Facebook. *Problemy Zarządzania*, 58(1/2), 125–137. doi: <https://doi.org/10.7172/1644-9584.58.9>
- Tchorek, Z., Kulykovets, O., Górska-Warsewicz, H. (2016). Theme Parks in Europe and Poland in the Tourists Perception. *Ekonomiczne Problemy Turystyki*, 34, 285–295. doi: <https://doi.org/10.18276/ept.2016.2.34-24>

- Tung, V.W.S., Ritchie, J.B. (2011). Exploring the essence of memorable tourism experiences. *Annals of Tourism Research*, 38(4), 1367–1386. doi: <https://doi.org/10.1016/j.annals.2011.03.009>
- Wei, W., Zheng, Y., Zhang, L., Line, N. (2021). Leveraging customer-to-customer interactions to create immersive and memorable theme park experiences. *Journal of Hospitality and Tourism Insights*, ahead-of(ahead-of-print). doi: <https://doi.org/10.1108/jhti-10-2020-0205>
- Wu, H.C., Li, M.Y., Li, T. (2014). A Study of Experiential Quality, Experiential Value, Experiential Satisfaction, Theme Park Image, and Revisit Intention. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 42(1), 26–73. doi: <https://doi.org/10.1177/1096348014563396>
- Zainol, N.A., Lockwood, A. (2014). Understanding Service Experience. A Critical Incident Technique Approach. *Academic Research International*, 5(4).

Marta Klimaszyk, absolwentka, Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu, Instytut Gospodarki Międzynarodowej, Katedra Międzynarodowych Stosunków Gospodarczych. W roku 2021 obroniła pracę dyplomową poświęconą zarządzaniu doświadczeniem konsumenta w parkach rozrywki. Jej zainteresowania badawcze obejmują problematykę konkurencyjności gospodarki turystycznej, zarządzania w turystyce oraz doświadczeń konsumentów.

Marta Klimaszyk, graduate Poznań University of Economics and Business, Institute of International Business and Economics, Department of International Economics. In 2021 she completed her diploma thesis on consumer experience management in theme parks. Her research interests include tourism industry competitiveness, tourism management and consumer experience.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8621-4493>

Adres/address:

Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu
Instytut Gospodarki Międzynarodowej
al. Niepodległości 10
61-875 Poznań
e-mail: marta.klimaszykk@gmail.com

Marcin Olszewski, dr, adiunkt, Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu, Instytut Gospodarki Międzynarodowej, Katedra Międzynarodowych Stosunków Gospodarczych. W 2011 r. obronił rozprawę doktorską poświęconą zarządzaniu wiedzą w procesie konkurowania przez jakość na rynku hotelarskim. Jego zainteresowania badawcze obejmują problematykę współpracy uczelni wyższych z przedsiębiorstwami, zarządzania wiedzą, transferu wiedzy, konkurencyjności gospodarki turystycznej. Brał udział w kilku krajowych i międzynarodowych projektach badawczych dotyczących gospodarki turystycznej (w tym finansowanych przez Ministerstwo Nauki i Szkolnictwa Wyższego i Narodowe Centrum Nauki).

Marcin Olszewski, PhD, is an assistant professor in the Poznań University of Economics and Business, Institute of International Business and Economics, Department of International Economics, Poland. He obtained his PhD in 2011 with a doctoral thesis on knowledge management in hospitality industry. His areas of research include university-industry collaboration, knowledge management, tourism industry competitiveness, economics of tourism enterprise. He has participated in several research projects on the tourism and hospitality industry (including those financed by the Ministry of Science and Higher Education and the National Science Center).

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9041-9953>

Adres/address:

Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu
Instytut Gospodarki Międzynarodowej
al. Niepodległości 10
61-875 Poznań
e-mail: marcin.olszewski@ue.poznan.pl

ANNA CHROBAK

Uniwersytet Pedagogiczny w Krakowie, Polska
Pedagogical University of Krakow, Poland

Przegląd metod waloryzacji obiektów przyrody nieożywionej wykorzystywanych w geoturystyce

Review of the assessment methods of abiotic nature sites used in geotourism

Streszczenie: Niniejszy artykuł ma charakter przeglądowy i jego celem jest analiza i ocena metod waloryzacji geostanowisk. Metody te są przedmiotem wielu artykułów naukowych. Do niniejszego artykułu zostało wybranych 60 różnorodnych metod waloryzacji, które są: 1) metodami autorskimi; 2) metodami wcześniej opisanymi w literaturze; 3) modyfikacjami jednej lub kilku wcześniejszych metod; 4) kompilacjami różnych metod lub 5) metodami bez ściśle zdefiniowanych kryteriów. Wszystkie te metody łączą fakt, iż należą one do metod bonitacji punktowej, a różni je liczba kryteriów, dokładność opisu tych kryteriów i zastosowana skala punktowa. Do najczęściej stosowanych grup kryteriów, wg których przeprowadzana jest waloryzacja geostanowisk, należą: kryteria naukowe, potencjał użytkowania wraz z kryteriami turystycznymi oraz kryteria dodatkowe (m.in. kulturowe i estetyczne). Wszystkie przedstawione do tej pory w literaturze metody waloryzacji są metodami subiektywnymi, a wynik waloryzacji w znaczącym stopniu zależy tylko od wiedzy i doświadczenia eksperta, który daną waloryzację przeprowadza. Autorka niniejszego artykułu proponuje zastosowanie metody triangulacji eksperckiej, aby zmniejszyć subiektywność otrzymywanych w wyniku waloryzacji wyników.

Abstract: The article is a review and its purpose is to analyse and evaluate the valorisation methods of geosites. These methods are the subject of numerous scientific articles. For this article, selected were sixty different assessment methods which are 1/ original methods; 2/ methods previously described in the literature; 3/ modifications of one or more previous methods; 4/ compilations of various methods; or 5/ methods without strictly defined criteria. What all these methods have in common is the fact that they belong to the scoring methods, and they differ in the number of criteria, the accuracy of the description of these criteria and the scoring used. The most frequently used groups of criteria, according to which valorisation of geosites is carried out include: scientific criteria, potential for use along with tourist criteria, and additional criteria (including cultural and aesthetic criteria). All the assessment methods presented so far in the literature are subjective methods, and the valorisation result largely depends only on the knowledge and experience of the expert who carries out the valorisation itself. The author of this article proposes to use the expert triangulation method to reduce the subjectivity of the results obtained as a result of valorisation.

Słowa kluczowe: bonitacja punktowa; geostanowisko; geoturystyka; metoda triangulacji; metoda waloryzacji
Keywords: assessment method; geomorphosite; geosite; geotourism; scoring methods; triangulation method

Otrzymano: 13 lipca 2021

Received: 13 July 2021

Zaakceptowano: 6 września 2021

Accepted: 6 September 2021

Sugerowana cytacja / Suggested citation:

Chrobak, A. (2021). Przegląd metod waloryzacji obiektów przyrody nieożywionej wykorzystywanych w geoturystyce. *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego*, 35(3), 116–145, doi: <https://doi.org/10.24917/20801653.353.8>

WSTĘP

Geoturystyka jako forma turystyki zarówno poznawczej, jak i kwalifikowanej, została po raz pierwszy zdefiniowana w latach 90. XX wieku (Hose, 1995). Jej celem jest podróżowanie do miejsc ciekawych przyrodniczo, szczególnie związanych z formami przyrody nieożywionej widocznymi w krajobrazie (np. Hose, 2000, 2011; Joyce, 2006; Newsome, Dowling, 2010; Ólafsdóttir, 2019; Słomka, Kicińska-Świdarska, 2004). Mimo iż historia geoturystyki nie jest długa, to jednak samo podróżowanie do miejsc ciekawych przyrodniczo rozwinęło się już w XV i XVI wieku poprzez odkrywanie nowych łądów, zdobywanie najwyższych szczytów czy poszukiwanie nieznanymi form rzeźby (wodospadów, jezior, źródeł rzek itp.). Niewątpliwie ważnym wydarzeniem w rozwoju geoturystyki było utworzenie pierwszego Parku Narodowego Yellowstone w 1872 roku i ochrona jego dziedzictwa geologicznego (Kurek, 2008).

Ideą geoturystyki jest przedstawienie form, a zarazem procesów przyrodniczych w jasny i przystępny sposób (Hose, 2008; Joyce, 2006), wykorzystując przy tym popularnonaukowe publikacje, mapy, przewodniki czy też aplikacje mobilne, wizualizacje 3D, rozszerzone rzeczywistości itd. (Hose, 2000; Newsome, Dowling, 2010; Ólafsdóttir, 2019). Udostępnianie obiektów, tzw. geostanowisk (Reynard, 2004), ma na celu zapewnienie im ochrony i zachowanie ich dziedzictwa przyrodniczego, a także popularyzację nauki i edukację (Alexandrowicz, Alexandrowicz, 2002; Hose, 2000).

Istotnym elementem, który służy wytypowaniu i ocenie geostanowisk, jest ich waloryzacja, opierająca się na metodzie bonitacji punktowej. W ciągu ostatnich dwudziestu lat w literaturze pojawiło się wiele metod waloryzacji, a niniejszy artykuł ma na celu ich analizę i ocenę. Autorka stawia następujące pytania badawcze: 1) Jakie grupy kryteriów służących ocenie geostanowisk występują najczęściej w analizowanych metodach? 2) Jaki jest stopień subiektywności poszczególnych metod? 3) Czy metoda triangulacji pozwoli w pewnym stopniu zmniejszyć subiektywność analizowanych metod?

Aby móc odpowiedzieć na powyższe pytania badawcze, autorka zastosowała następującą metodę porównawczą oraz analizę SWOT (ang. *Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*).

CHARAKTERYSTYKA METOD WALORYZACJI GEOSTANOWISK

Wraz z pojawieniem się szeroko rozumianej geoturystyki w literaturze naukowej na początku przeważały mniej bądź bardziej skomplikowane opisy różnorodnych form związanych z przyrodą nieożywioną (np. Alexandrowicz, 2004; Avanzini i in., 2005; Bartuś, 2015; Costa-Casais, Caetano Alves, 2013; Golonka i in., 2013; Golonka, Krobicki, 2007; Knapik i in., 2011; Krobicki, Golonka, 2008; Krzeszowska, 2013; Sansò i in., 2015; Vdovets,

Silantiev, Mozzherin, 2010; Wang, 2015). Później zaczęto te obiekty oceniać stosując różnorodne kryteria. Wszystkie dotychczas przedstawione w literaturze metody oceny czy też waloryzacji geostanowisk (ang. *geosites*) (Reynard, 2004) lub *geomorphosites* (Reynard, Panizza, 2005) opierają się na bardzo dobrze znanej metodzie bonitacji punktowej, w której poszczególnym kryteriom przypisuje się odpowiednie wartości punktowe, a ich suma daje ostateczną ocenę i pokazuje, czy waloryzowany obiekt jest godny zainteresowania, czy nie. Większość opisanych w literaturze metod waloryzacji i ewaluacji geostanowisk odnosi się do tych, które znajdują się w obszarach górskich lub podgórskich (Alexandrowicz i in., 1992; Brilha, 2016; Cocean, Cocean, 2017; Comănescu, Nedelea, Dobre, 2012; Coratza i in., 2011; Dmytrowski, Kicińska, 2011; Fassoulas i in., 2012; Koźma, 2008; Kubalíková, Kirchner, 2016; Panizza, Mennella, 2007; Pereira, Pereira, 2010; Reynard i in., 2007; Rodrigues, Fonseca, 2010; Rybár, 2010; Zgłobicki i in., 2019; Zouros, 2007). Ostatnio pojawiły się również metody waloryzacji geostanowisk zlokalizowanych w miastach, które opisują naturalne formy rzeźby terenu, które zostały wykorzystane przy lokalizacji miasta, bądź formy antropogeniczne, które powstały przy jego lokacji i późniejszej rozbudowie (tzw. *urban geomorphology*) (Comănescu, Nedelea, Stănoiu, 2017; Del Monte i in., 2013; Pica i in., 2016, 2017; Reynard, Pica, Coratza, 2017).

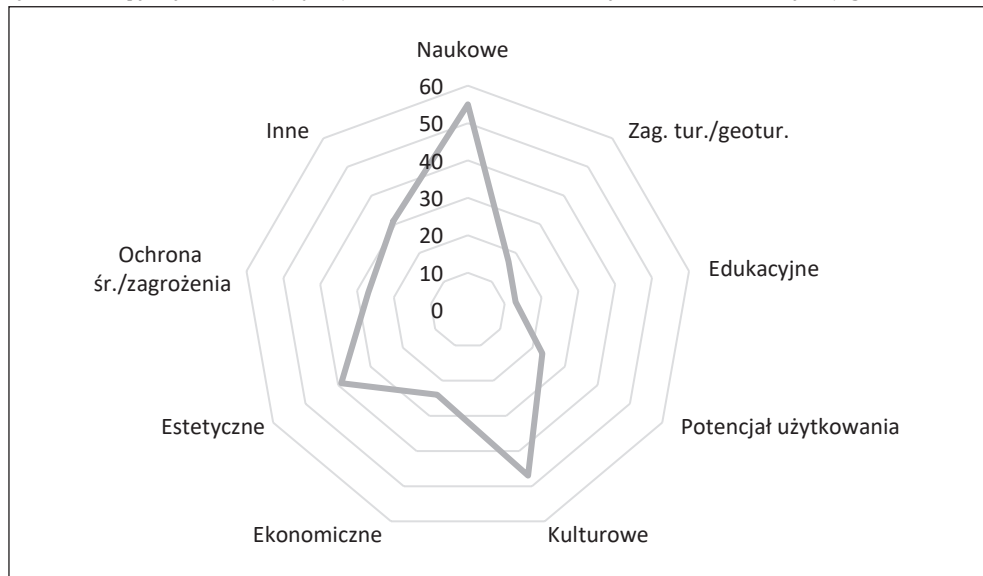
KRYTERIA OCENY GEOSTANOWISK

Kryteria ewaluacji w poszczególnych metodach waloryzacji zależą wyłącznie od wiedzy i doświadczenia autora przygotowującego formularz oceny. Grupy kryteriów, ich liczba, a także skala punktowa jest również kwestią indywidualną badacza, co może później powodować komplikacje przy próbie porównania wyników waloryzacji przy zastosowaniu różnych metod (Reynard, Brilha, 2018).

Analizując poszczególne kryteria waloryzacji geostanowisk można stwierdzić, iż w większości metod pojawiają się trzy główne ich grupy: kryteria naukowe, kryteria dodatkowe (kulturowe, estetyczne) oraz potencjał użytkowania (Reynard, Brilha, 2018) (tabela 1, rycina 1).

Dwa z wymienionych powyżej grup kryteriów (naukowe i dodatkowe) były użyte m.in. w pracach Comănescu, Nedelea, 2010; Feuillet, Sourp, 2011; Niculiță, Mărgărint, 2018; Reynard i in., 2007; Reynard, Coratza, Hobléa, 2016. Inne dwie grupy (nauka i potencjał użytkowania) znalazły się w pracach Bosson, Reynard, 2012; Del Monte i in., 2013; Pica i in., 2017; Zgłobicki i in., 2019. Wszystkie trzy grupy kryteriów, a także dodatkowo kryteria związane z zarządzaniem, znalazły się w pracach Comănescu, Nedelea, Dobre, 2012; Fassoulas i in., 2012; Serrano, González-Trueba, 2005; Zouros, 2007. Kryteria naukowe, turystyczne, potencjał użytkowania oraz dotyczące ochrony przyrody zostały użyte w pracach Coratza i in., 2011; Warowna i in., 2014. Kryteria naukowe dodatkowe, potencjał użytkowania i dotyczące ochrony przyrody, wykorzystali w swych pracach Kubalíková, Kirchner, 2016; Pereira, Pereira, Caetano Alves, 2007; Pereira, Pereira, 2010. Wielu autorów nowych metod waloryzacji, bazując na tych, które wcześniej pojawiły się w literaturze, stworzyło ich kompilacje (Chrobak, 2018; Comănescu, Nedelea, Dobre, 2012; Ilinca, Comănescu, 2011; Kubalíková, 2013; Maghsoudi, Rahmati, 2018; Reynard, Coratza, 2013; Safarabadi, Shahzeidi, 2018), wybierając ich zdaniem najlepsze kryteria z wielu innych. Niektóre metody waloryzacji nie grupują kryteriów, tylko wymieniają według autora najważniejsze, zazwyczaj w takich pracach liczba kryteriów nie przekracza 10 (np. Rybár, 2010) (tabela 1).

Rycina 1. Grupy kryteriów najczęściej stosowane w 60 analizowanych metodach waloryzacji geostanowisk



Źródło: opracowanie własne

W grupie kryteriów naukowych najczęściej oceniane są: unikatowość, reprezentatywność w skali analizowanego terenu badań oraz kraju, integralność rozumiana jako stan zachowania obiektu, wiedza naukowa na temat obiektu wyrażona liczbą i rodzajem publikacji, georóżnorodność, paleogeograficzne lub paleogeomorfologiczne znaczenie obiektu, aspekty edukacyjne i ekologiczne, powierzchnia, inne cechy geologiczne, czy warunki obserwacji obiektu z punktów widokowych (Mucivuna i in., 2019). W grupie kryteriów dodatkowych znalazły się: wpływ na środowisko wraz z ochroną obiektu pod kątem wartości ekologicznej, wartości kulturowe, znaczenia: historyczne, religijne, archeologiczne, artystyczne i literaturowe, geohistoryczne, które jest związane bezpośrednio z rolą obiektu w rozwoju nauk o Ziemi, reprezentatywność ikonograficzna oznaczająca przedstawienie obiektu przez artystów malarzy, ikonografików lub rzeźbiarzy, wartości symboliczne, wydarzenia kulturowe i artystyczne, jakie odbywają się w obiekcie lub w bezpośrednim jego sąsiedztwie, współgranie z elementami dziedzictwa kulturowego, estetyczne, kolorowy kontrast, punkty widokowe, struktura przestrzenna, roczna liczba turystów, atrakcyjność, potencjał ekonomiczny, naturalne ryzyka dla wartości ekonomicznych. Grupa kryteriów potencjału użytkowego (turystrycznych) składała się głównie z kryteriów: dostępności, widoczności, wykorzystania edukacyjnego, infrastruktury, wyposażenia i usług dodatkowych, średniej odległości od punktu widokowego, występowania produktów edukacyjnych, wykorzystania wartości kulturowych, obecnego wykorzystania innych przyrodniczych i/lub kulturowych wartości, obecnego wykorzystania wartości geomorfologicznych, reprezentatywności, wartości dodatkowych, statusu ochrony czy stosowania ograniczeń. Wreszcie w grupie kryteriów dotyczących zarządzania i ochrony środowiska znalazły się: wrażliwość, kruchość, stopień ochrony, występowanie zagrożeń lub potencjalne zagrożenia i wpływy, integralność, status stanowiska (Mucivuna i in., 2019) (tabela 1).

Tabela 1. Zestawienie analizowanych metod waloryzacji geostanowisk

Lp.	Autor/ Autorzy	Rok publikacji	KRYTERIA	Skala punktowa	Czy kryteria oceniania są zdefiniowane?	UWAGI
1	Panizza	2001	Naukowe	0–1 (co 0,25 pkt)	NIE	Tylko kryteria naukowe składające się z 3 zmiennych
2	Bruschi, Cendrero	2005	Naukowe (wyjątkowość, stopień wiadomości naukowych, przydatność jako proces/model, różnorodność elementów geomorfologicznych, stratygraficznych, paleontologicznych itp., typ obiektu, spójność z dziedzictwem historycznym, archeologicznym, artystycznym, status zachowania) Potencjał użytkowania (czynności, które można prowadzić, np. naukowe, turystyczne, edukacyjne, rekreacyjne itp.; warunki obserwacji, dostępność, powierzchnia, odległość do punktów usługowych, socjoekonomiczne wartości regionu) Potencjalne zagrożenia i potrzeba ochrony (liczba mieszkańców w okolicy, obecne lub potencjalne zagrożenia, możliwość zbierania próbek, związek z istniejącym planem zagospodarowania, zainteresowanie wydobyciem minerałów, własność terenu)	0–4 (co 1 pkt)	TAK	
3	Coratza, Giusti	2005	Naukowe Edukacyjne Turystyczne (zagospodarowanie) Inne	0–1 (co 0,25 pkt)	NIE	Prosta skala punktowa (wartości: niskie, średnie, wysokie, bardzo wysokie)
4	Costamagna	2005	Naukowe (integralność, reprezentatywność, rzadkość, wartość paleogeograficzne, literatura, elementy dodatkowe)	0–3 (co 1 pkt)	NIE	
5	De Waele, Di Gregorio, Pala	2005	Turystyczne (lokalizacja, stan geostanowiska) Naukowe (geologia, geomorfologia)	brak	NIE	skala opisowa
6	Geremia, Massoli-Novelli	2005	Dostępność, typ geostanowiska, dominujące procesy endo- i egzogeniczne, poziom zachowania geostanowiska	brak	NIE	skala opisowa
7	Orrù, Panizza, Ulzega	2005	Naukowe (geografia, geologia morza, stratygrafia, geologia strukturalna, mineralogia, geomorfologia, paleontologia, petrografia, pedologia, sedymentologia, wulkanizm) Inne (kulturowe, dydaktyczne, estetyczne...)	1 lub 2 punkty	TAK	Prosta punktacja, gdzie 1 oznacza najważniejszą wartość a 2 drugorzędną.

8	Pralong	2005	<p>Estetyczne (liczba geostanowisk, odległość do punktu widokowego, powierzchnia, różnica wysokości, kontrast kolorów)</p> <p>Naukowe (wartość paleogeograficzna, powierzchnia (%), reprezentatywność, unikatowość, integralność, wartość ekologiczna)</p> <p>Kulturowe (zwycięzcy kulturowe i historyczne, ikonografie, znaczenie historyczne i archeologiczne, znaczenie religijne i metafizyczne, wydarzenia artystyczne i kulturowe)</p> <p>Ekonomiczne (dostępność, zagrożenia naturalne, roczna liczba turystów w regionie, oficjalna forma ochrony, atrakcyjność)</p>	0–1 (co 0,25 pkt)	NIE	<p>Prosta skala punktowa (wartości: niskie, średnie, wysokie, bardzo wysokie)</p> <p>Algorytm: $V_{tour} = (V_{est} + V_{nauk} + V_{kult} + V_{ekon}) / 4$ $V_{est} = (Est1 + Est2 + Est3 + Est4 + Est5) / 5$ $V_{nauk} = (Nauk1 + Nauk2 + 0,5 \times Nauk3 + 0,5 \times Nauk4 + Nauk5 + Nauk6) / 5$ $V_{kult} = (Kult1 + 2 \times Kult2 + Kult3 + Kult4 + Kult5) / 6$ $V_{eko} = (Eko1 + Eko2 + Eko3 + Eko4 + Eko5) / 5$</p>
9	Serrano, González-Trueba	2005	<p>Naukowe (geneza, morfologia, dynamika, chronologia, litologia, struktury geologiczne, struktury sedimentologiczne)</p> <p>Kulturowe i dodatkowe (krajobraz i estetyka, kulturowe: związek z elementami dziedzictwa, treści kulturowe i historyczne; edukacyjne, naukowe: reprezentatywność; turystyczne)</p> <p>Ocena wartości użytkowania i zarządzania (dostępność, wrażliwość, intensywność użytkowania, zagrożenie zniszczeniem, status ochrony, wpływy, jakość obserwacji, granice dopuszczalnych zmian)</p>	Max 10 pkt (zależy od prowadzącego waloryzację). Wartości użytkowania – SKALA: 0, 1, 2 (wartości: niskie, średnie, wysokie)	TAK/NIE	<p>Opis poszczególnych kryteriów dokładny, ale bez przydzielonych punktów</p>
10	Pereira, Pereira, Caetano Alves	2007	<p>Naukowe (wyjątkowość w skali regionu, integralność, reprezentatywność procesów geomorfologicznych oraz ich wartość pedagogiczna, liczba interesujących cech geomorfologicznych, inne cechy geologiczne, wiedza naukowa dotycząca geostanowiska, wyjątkowość na tle kraju)</p> <p>Dodatkowe (kulturowe, estetyczne, ekologiczne)</p> <p>Użytkowe (dostępność, widoczność, współczesne wykorzystanie zainteresowania geomorfologicznego, współczesne wykorzystanie zainteresowania naturalnego i kulturowego, forma ochrony, wyposażenie i usługi dodatkowe)</p> <p>Ochrona przyrody (integralność, podatność na wykorzystanie jako geostanowiska)</p>	0–1 lub 0–0,5 (dokładnie zdefiniowane)	TAK	<p>Dokładnie opisane kryteria i liczba punktów przydzielonych za poszczególną cechę</p>

11	Reynard i in.	2007	Naukowe (integralność, reprezentatywność, unikatowość, wartość paleogeograficzna) Dodatkowe (ekologiczne, estetyczne, kulturowe, ekonomiczne) Synteza (edukacyjne, zagrożenia, zarządzanie)	0-1	NIE	Wartości punktowe zależą od waloryzującego
12	Zouros	2007	Naukowe i edukacyjne (integralność, unikatowość, reprezentatywność, wzorowość) Geoturystyczne Ekologiczne i estetyczne Kulturowe Potencjalne zagrożenia i potrzeba ochrony (oficjalna forma ochrony, wrażliwość) Potencjał użytkowania (rozpoznawalność, położenie geograficzne, dostępność, potencjał ekonomiczny)	0-10 pkt (waloryzujący decyduje ile punktów przyznać). Dla dwóch ostatnich grup kryteriów skala: 0-5 pkt	TAK/NIE	Opis poszczególnych kryteriów dokładny, ale bez przydzielonych punktów
13	Comănescu, Dobre	2009	Estetyczne (liczba punktów widokowych, średnia odległość pomiędzy punktami widokowymi, powierzchnia terenu (km2) w porównaniu z innymi podobnymi obiektami z tego samego terenu, wysokość względna, kontrast kolorystyczny) Naukowe (zainteresowanie paleogeograficzne, reprezentatywność, powierzchnia (%), wyjątkowość, integralność, zainteresowanie środowiskowe) Kulturowe (znaczenie symboliczne i dziedzictwo kulturowe; przedstawienia ikonograficzne; znaczenie archeologiczne i historyczne; znaczenie archeologiczne i religijne; wydarzenia kulturalne i artystyczne) Ekonomiczne (dostępność, zagrożenia naturalne, roczna liczba odwiedzających; oficjalny status ochrony; atrakcyjność)	0-1 (zależy od waloryzującego)	NIE	Brak szczegółowego opisu poszczególnych kryteriów za: Pralong, 2005
14	Comănescu, Nedelea, Dobre	2009	Estetyczne (liczba punktów widokowych, średnia odległość pomiędzy punktami widokowymi, powierzchnia terenu (km2) w porównaniu z innymi podobnymi obiektami z tego samego terenu, wysokość względna, kontrast kolorystyczny) Naukowe (zainteresowanie paleogeograficzne, reprezentatywność, powierzchnia (%), wyjątkowość, integralność, zainteresowanie środowiskowe) Kulturowe (znaczenie symboliczne i dziedzictwo kulturowe; przedstawienia ikonograficzne; znaczenie archeologiczne i historyczne; znaczenie archeologiczne i religijne; wydarzenia kulturalne i artystyczne) Ekonomiczne (dostępność, zagrożenia naturalne, roczna liczba odwiedzających; oficjalny status ochrony; atrakcyjność)	0-1 (zależy od waloryzującego)	NIE	Brak szczegółowego opisu poszczególnych kryteriów za: Pralong, 2005

15	Erhartič	2010	<p>Naukowe (integralność, reprezentatywność, unikatowość, wartość paleogeograficzna, wyjątkowość w skali regionu, reprezentatywność procesów geomorfologicznych oraz ich wartość pedagogiczna, liczba interesujących cech geomorfologicznych, inne cechy geologiczne, wiedza naukowa dotycząca geostanowiska, wyjątkowość na tle kraju, geneza, morfologia, dynamika, chronologia, litologia, struktury geologiczne, struktury sedimentologiczne)</p> <p>Ekologiczne</p> <p>Estetyczne</p> <p>Kulturowe (religijne, historyczne, literatura artystyczna, geohistoryczne, krajobraz i estetyka, kulturowe: związek z elementami dziedzictwa)</p> <p>Ekonomiczne</p> <p>Ochrona przyrody (integralność, podatność na wykorzystanie jako geostanowiska)</p> <p>Ocena wartości użytkowania i zarządzania (dostępność, wrażliwość, intensywność użytkowania, zagrożenie zniszczeniem, status ochrony, jakość obserwacji, granice dopuszczalnych zmian, widoczność, współczesne wykorzystanie zainteresowania geomorfologicznego, współczesne wykorzystanie zainteresowania naturalnego i kulturowego, forma ochrony, wyposażenie i usługi dodatkowe)</p>	0–1 (co 0,25 pkt)	TAK	<p>kompilacja metod: Pereira, Pereira, Caetano Alves, 2007; Pralong, 2005; Reynard i in., 2007; Serrano, González-Trueba, 2005</p>
16	Fattori, Mancinella	2010	<p>Reprezentatywność (korespondencja z modelem idealnym, osobliwości przyrodnicze, typowość, wielość interesów)</p> <p>Unikatowość (liczba takich samych obiektów, zasięg terytorialny obiektu)</p> <p>Estetyczne</p> <p>Kulturowo-historyczno-archeologiczne (status ochrony)</p> <p>Dostępność (stan zachowania, możliwość degradacji)</p>	0–5 (zdefiniowane)	TAK	
17	Nedelea, Comănescu, Marin	2010	<p>Naukowe (integralność, reprezentatywność, unikatowość, wartość paleogeograficzna)</p> <p>Ekologiczne</p> <p>Estetyczne</p> <p>Kulturowe (religijne, historyczne, literatura artystyczna, geohistoryczne)</p> <p>Ekonomiczne</p>	0–1 (zależy od waloryzującego)	NIE	<p>modyfikacja: Reynard i in., 2007</p>

18	Pereira, Pereira	2010	<p>Geomorfologiczne (naukowe: wyjątkowość w badanym obszarze, integralność reprezentatywność procesów geomorfologicznych i ich wartość pedagogiczna, liczba ciekawych cech geomorfologicznych, inne cechy geologiczne, publikacje naukowe, wyjątkowość w skali kraju; dodatkowe: kulturowe, estetyczne, ekologiczne)</p> <p>Zarządzanie (potencjał użytkowania: dostępność, wizualność, obecne wykorzystanie geomorfologicznego zainteresowania, obecne wykorzystanie naturalnego i kulturowego wykorzystania, forma ochrony, wyposażenie i usługi dodatkowe; ochrona przyrody: integralność, wrażliwość na użytkowanie jako geostanowiska)</p> <p>Kryteria dla obiektów naturalnych: własności geologiczne, unikatowość, dostępność, publikacje naukowe, warunki dla obserwacji, dostępne informacje nt. obiektu, wartości wizualne, wartości usług dodatkowych, obiekt w strefie turystycznej</p> <p>Kryteria dla obiektów antropogenicznych: wiek, wartość historyczna, wartość estetyczna, autentyczność, modernizacja szlaków kulturowych, doskonałość, wartość emocjonalna, wartość użytkowa, wartość oferowanych usług, kryteria bezpieczeństwa</p> <p>Naukowe (geneza, morfologia, dynamika, chronologia, litologia, struktury geologiczne, struktury sedimentologiczne, integralność, reprezentatywność, unikatowość, wartość paleogeograficzna)</p> <p>Kulturowe i dodatkowe (krajobraz i estetyka, kulturowe: związek z elementami dziedzictwa, treści kulturowe i historyczne; edukacyjne, naukowe: reprezentatywność; turystyczne, religijne, literatura artystyczna, geohistoryczne)</p> <p>Ocena wartości użytkowania i zarządzania (dostępność, wrażliwość, intensywność użytkowania, zagrożenie zniszczeniem, status ochrony, wpływy, jakość obserwacji, granice dopuszczalnych zmian)</p> <p>Ekologiczne Estetyczne Ekonomiczne</p>	0-2 (dokładnie zdefiniowane)	TAK	modyfikacja: Pereira, Pereira, Caetano Alves, 2007
19	Rybár	2010	<p>Kryteria dla obiektów naturalnych: własności geologiczne, unikatowość, dostępność, publikacje naukowe, warunki dla obserwacji, dostępne informacje nt. obiektu, wartości wizualne, wartości usług dodatkowych, obiekt w strefie turystycznej</p> <p>Kryteria dla obiektów antropogenicznych: wiek, wartość historyczna, wartość estetyczna, autentyczność, modernizacja szlaków kulturowych, doskonałość, wartość emocjonalna, wartość użytkowa, wartość oferowanych usług, kryteria bezpieczeństwa</p> <p>Naukowe (geneza, morfologia, dynamika, chronologia, litologia, struktury geologiczne, struktury sedimentologiczne, integralność, reprezentatywność, unikatowość, wartość paleogeograficzna)</p> <p>Kulturowe i dodatkowe (krajobraz i estetyka, kulturowe: związek z elementami dziedzictwa, treści kulturowe i historyczne; edukacyjne, naukowe: reprezentatywność; turystyczne, religijne, literatura artystyczna, geohistoryczne)</p> <p>Ocena wartości użytkowania i zarządzania (dostępność, wrażliwość, intensywność użytkowania, zagrożenie zniszczeniem, status ochrony, wpływy, jakość obserwacji, granice dopuszczalnych zmian)</p> <p>Ekologiczne Estetyczne Ekonomiczne</p>	0-8 (dokładnie zdefiniowane)	TAK	Podział na obiekty naturalne i antropogeniczne
20	Pellitero i in.	2011	<p>Naukowe (geneza, morfologia, dynamika, chronologia, litologia, struktury geologiczne, struktury sedimentologiczne, integralność, reprezentatywność, unikatowość, wartość paleogeograficzna)</p> <p>Kulturowe i dodatkowe (krajobraz i estetyka, kulturowe: związek z elementami dziedzictwa, treści kulturowe i historyczne; edukacyjne, naukowe: reprezentatywność; turystyczne, religijne, literatura artystyczna, geohistoryczne)</p> <p>Ocena wartości użytkowania i zarządzania (dostępność, wrażliwość, intensywność użytkowania, zagrożenie zniszczeniem, status ochrony, wpływy, jakość obserwacji, granice dopuszczalnych zmian)</p> <p>Ekologiczne Estetyczne Ekonomiczne</p>	0-10	TAK	kompilacja: Reynard i in., 2007; Serrano, González-Trueba, 2005

21	Coratza i in.	2011	Naukowe (wartości paleogeograficzne, unikatowość, reprezentatywność, integralność) Dodatkowe Ekologiczne (rola wsparcia ekologicznego, forma ochrony) Estetyczne (punkty widokowe, różnorodność kolorystyczna, spektakularność, naturalność) Kulturowe (znaczenie religijne, znaczenie historyczne, znaczenie artystyczne) Wartość użytkowa (dostępność, wizualność, usługi, znaczenie dla edukacji)	1–3 (zależy od waloryzującego)	TAK	modyfikacja: Reynard i in., 2007
22	Costa	2011	Geomorfologiczne (naukowe: wyjątkowość w badanym obszarze; integralność reprezentatywność procesów geomorfologicznych i ich wartość pedagogiczna, liczba ciekawych cech geomorfologicznych; inne cechy geologiczne, publikacje naukowe, wyjątkowość w skali kraju; dodatkowe: kulturowe, estetyczne, ekologiczne) Zarządzanie (potencjał użytkowania: dostępność, wizualność, obecne wykorzystanie geomorfologicznego zainteresowania, obecne wykorzystanie naturalnego i kulturowego wykorzystania, forma ochrony, wyposażenie i usługi dodatkowe; ochrona przyrody: integralność, wrażliwość na użytkowanie jako geostanowiska)	0–2 (dokładnie zdefiniowane)	TAK	za: Pereira, Pereira, 2010
23	Dóniz-Páez i in.	2011	Naukowe (geneza, morfologia, dynamika, chronologia, litologia, struktury geologiczne, struktury sedimentologiczne) Kulturowe i dodatkowe (krajobraz i estetyka, kulturowe: związek z elementami dziedzictwa, treści kulturowe i historyczne; edukacyjne, naukowe: reprezentatywność; turystyczne) Ocena wartości użytkowania i zarządzania (dostępność, wrażliwość, intensywność użytkowania, zagrożenie zniszczeniem, status ochrony, wpływy, jakość obserwacji, granice dopuszczalnych zmian)	0–10	TAK/NIE	Opis poszczególnych kryteriów dokładny, ale bez przydzielonych punktów za: Serrano, González-Trueba, 2005
24	Feuillet, Sourp	2011	Naukowe (wyjątkowość, wartości paleogeograficzne, reprezentatywność, wzorcowość, wartości wyrażone publikacjami naukowymi) Dodatkowe (kulturowe: wartości religijne, znaczenie historyczne, znaczenie artystyczne; wartości użytkowe: punkty widokowe, kontrast kolorów, dostępność, integralność, wrażliwość)	0–1 (co 0,25 pkt)	TAK	kompilacja: Coratza, Giusti, 2005; Pereira, Pereira, Caetano Alves, 2007; Reynard i in., 2007; Zouros, 2007

25	Ilinca, Comănescu	2011	Estetyczne (liczba punktów widokowych, średnia odległość pomiędzy punktami widokowymi, powierzchnia terenu (km2) w porównaniu z innymi podobnymi obiektami z tego samego terenu, wysokość względna, kontrast kolorystyczny) Naukowe (zainteresowanie paleogeograficzne, reprezentatywność, powierzchnia (%); wyjątkowość, integralność, zainteresowanie środowiskowe) Kulturowe (znaczenie symboliczne i dziedzictwo kulturowe; przedstawienia ikonograficzne; znaczenie archeologiczne i historyczne; znaczenie archeologiczne i religijne; wydarzenia kulturalne i artystyczne) Ekonomiczne (dostępność; zagrożenia naturalne, roczna liczba odwiedzających; oficjalny status ochrony; atrakcyjność)	0-1 (zależy od waloryzującego)	NIE	za: Comănescu, Nedelea, Dobre, 2009
26	Comănescu, Nedelea, Dobre	2011	Estetyczne (liczba punktów widokowych, średnia odległość pomiędzy punktami widokowymi, powierzchnia terenu (km2) w porównaniu z innymi podobnymi obiektami z tego samego terenu, wysokość względna, kontrast kolorystyczny) Naukowe (zainteresowanie paleogeograficzne, reprezentatywność, powierzchnia (%); wyjątkowość, integralność, zainteresowanie środowiskowe) Kulturowe (znaczenie symboliczne i dziedzictwo kulturowe; przedstawienia ikonograficzne; znaczenie archeologiczne i historyczne; znaczenie archeologiczne i religijne; wydarzenia kulturalne i artystyczne) Ekonomiczne (dostępność; zagrożenia naturalne, roczna liczba odwiedzających; oficjalny status ochrony; atrakcyjność)	0-1 (zależy od waloryzującego)	NIE	za: Comănescu, Nedelea, Dobre, 2009
27	Dmytrowski, Kicińska	2011	Merytoryczne (istotność obiektu w budowie geologicznej i geomorfologii regionu, występowanie osobliwych struktur geologicznych, występowanie skał o osobliwych cechach petrograficzno-mineralogicznych, zakres tematyczny obiektu, stan obiektu, wielkość obiektu, walory estetyczne, nagromadzenie tego samego typu obiektów w regionie) Lokalizacyjne (położenie względem szlaków komunikacyjnych, położenie względem szlaków turystycznych, położenie względem ośrodków turystyki, stopień trudności w zwiedzaniu)	1-3 (co 1 pkt)	TAK	Kryteria prosto zdefiniowane, skala 1-3: wartości niskie, średnie, wysokie

27			<p>Kulturowe (związek obiektu z historią regionu, związek obiektu z historią eksploatacji górniczej, związek obiektu z regionalnymi legendami)</p> <p>Zakres informacji i ich dostępność (dostępność i przystępność informacji o obiekcie w literaturze popularno-naukowej) i specjalistycznej oraz w internecie)</p> <p>Zagospodarowanie geoturystyczne (administrowanie i zarządzanie obiektem, tablica informacyjna przy obiekcie, trasa geoturystyczna, zagospodarowanie towarzyszące)</p>	0-13 (dokładnie zdefiniowane)	TAK	<p>Wyliczenia różnych algorytmów: naukowego, dodatkowego, globalnego, potencjału użytkowania, dostępności, edukacyjnego</p>
28	Bollati, Pelfini, Pellegrini	2012	<p>Naukowe (model ewolucji geomorfologicznej, model ewolucji paleogeograficznej, wartości edukacyjne, rozprzestrzenienie, różnorodność, wartości geo-historyczne, wartości ekologiczne, inne geologiczne cechy, integralność, wyjątkowość)</p> <p>Dodatkowe (kulturowe, estetyczne, socjoeconomiczne)</p>		NIE	<p>za: De Waele, Di Gregorio, Pala, 2005; Pralong, 2005; Reynard i in., 2007</p>
29	Bosson, Reynard	2012	<p>Naukowe (integralność, wartość paleogeograficzna, wyjątkowość, reprezentatywność)</p> <p>Geoturystyczne (edukacyjne, estetyczne, dodatkowe, dostępność, ryzyko związane z turystyką, infrastruktura turystyczna, wrażliwość jako obiekt turystyczny, popularność jako obiekt turystyczny)</p>	0-1 (zależy od waloryzującego)		
30	Comănescu, Nedelea, Dobre,	2012	<p>Estetyczne (wizualność, strukturyzacja przestrzeni, wysokość, względna, kontrast kolorystyczny)</p> <p>Naukowe (zainteresowanie paleogeograficzne, reprezentatywność, wyjątkowość, integralność, stopień zainteresowania naukowego, wartości edukacyjne, wartości ekologiczne, różnorodność)</p> <p>Kulturowe (wartości kulturowe, wartości historyczne, wartości religijne; przedstawienia ikonograficzne i literaturowe; festiwale, wydarzenia kulturowe, wartości symboliczne)</p> <p>Ekonomiczne (dostępność, infrastruktura, roczna liczba turystów, liczba i formy usług turystycznych, potencjał ekonomiczny)</p> <p>Zarządzanie i potencjał użytkowania (stopień zachowania, formy ochrony, wrażliwość, intensywność użytkowania, potencjał wartości estetycznych, kulturowych i ekonomicznych, związek z planem przestrzennego zagospodarowania)</p>	0-4 (zależy od waloryzującego)	NIE	<p>za: Pralong, 2005; Pereira, Pereira, Caetano Alves, 2007; Serrano, González-Trueba, 2005</p>

31	Fassoulas i in.	2012	Naukowe (historia geologiczna, reprezentatywność, georóżnorodność, wyjątkowość, integralność) Ekologiczne (wpływ ekologiczny, status ochrony) Kulturowe (etyczne, religijne, artystyczne) Estetyczne (punkty widokowe, różnicowanie krajobrazu) Ekonomiczne (liczba turystów, atrakcyjność, oficjalna forma ochrony) Potencjał użytkowania (intensywność użytkowania, wpływ, wrażliwość, dostępność, dopuszczalne zmiany)	0-10 (co 2,5 pkt)	TAK	Zdefiniowane wartości punktowe, ale ich zastosowanie zależy od waloryzującego
32	Bollati, Smiraglia, Pelfini	2013	Naukowe (model ewolucji geomorfologicznej, model ewolucji paleogeograficznej), wartości edukacyjne, rozprzestrzenienie, georóżnorodność, wartości geo-historyczne, wartości ekologiczne, inne geologiczne cechy, integralność, wyjątkowość Dodatkowe (kulturowe, estetyczne, socjoekonomiczne)	0-13 (różne dla każdego kryterium)	TAK	Wyliczenia różnych algorytmów: naukowego, dodatkowego, globalnego, potencjału użytkowania, dostępności, edukacyjnego za: Bollati, Pelfini, Pellegrini, 2012
33	Kubalíková	2013	Naukowe (znaczenie dla nauk o Ziemi oraz wyjątkowość miejsca, wiedza naukowa nt. obiektu, morfologia, różnicowanie terenu) Edukacyjne (wzorcowość i reprezentatywność obiektu, obecność wyposażenia edukacyjnego) Ekonomiczne (liczba, odległość i jakość usług turystycznych, dostępność) Stan zachowania (forma ochrony, zagrożenia, obecny status obiektu) Dodatkowe (kulturowe, ekologiczne, estetyczne)	0-1	NIE	Na podstawie przeglądu literatury, kompilacja wcześniejszych metod, słabo opisane kryteria za co ile punktów
34	Neheš	2013	Cechy zewnętrzne (widoczne): powierzchnia, wysokość, stopień zachowania, chromatyczność Cechy wewnętrzne (mniej widoczne): procesy egzogeniczne, dynamika procesów, dodatkowe cechy geomorfologiczne, dodatkowe cechy geologiczne Cechy własne: unikatowość, reprezentatywność	0-1 (co 0,25 pkt)	TAK	
35	Chrobák, Cebulski	2014	Naukowo-edukacyjne (unikatowość w regionie, stan zachowania, reprezentatywność procesów morfologicznych, obecność innych ciekawych elementów geologicznych, stopień rozpoznania naukowego, unikatowość w skali kraju) Dodatkowe (kulturowe, estetyczne, ekologiczne) Turystyczne (dostępność, widoczność, wykorzystanie jako geostanowiska, wykorzystanie jako atrakcja turystyczna, status ochrony, odległość od miejsc noclegowych) Status zachowania (stan obiektu, wrażliwość na antropopresję)	0-1 (co 0,25 pkt)	TAK	za: Pereira, Pereira, 2010; Reynard i in., 2007

36	Warowna i in.	2014	Naukowe (wiedza naukowa, unikatowość, różnorodność, stopień zdegradowania) Edukacyjne (reprezentatywność, zastosowanie edukacyjne, występowanie pomocy edukacyjnych) Funkcjonalne (dostępność, obecność infrastruktury turystycznej, lokalne produkty) Ochrona środowiska (status ochrony, status obiektu, obecne i potencjalne zagrożenia, wartości ekologiczne) Turystyczne (wartości kulturowe, dodatkowe atrakcje, wartości estetyczne, punkty widokowe)	0-1 (co 0,25 pkt)	TAK	za: Kubalíková, 2013
37	Costa-Casais, Alves, Blanco-Chao	2015	Reprezentatywność, typ obiektu, wiedza naukowa, status ochrony, warunki obserwacji, unikatowość, różnorodność, wartość edukacyjna, infrastruktura, gęstość zaludnienia, dostępność, wielkość obiektu, powiązanie z innymi elementami dziedzictwa przyrodniczego i/lub kulturowego, punkty widokowe, wartość edukacyjna, potencjał turystyczny i rekreacyjny, odległość do obiektów rekreacyjnych, wartości socjoekonomiczne	0-4 (dokładnie zdefiniowane)	TAK	
38	Alba	2016	Estetyczne (liczba punktów widokowych, odległość od punktów widokowych do geostanowiska, powierzcchnia, wysokość względna, kontrast kolorów) Naukowe (wartości paleogeograficzne, reprezentatywność, powierzcchnia, unikatowość, integralność, wartości ekologiczne) Kulturowe (obiekty historyczno-kulturowe, ikonografie, związki z historią i archeologią, religią i metafizyką, artystycznością i wydarzeniami kulturowymi) Ekonomiczne (dostępność, zagrożenia naturalne, liczba turystów w regionie, ochrona przyrody, atrakcyjność)	0-1 (co 0,25 pkt)	TAK	Modyfikacje metod od różnych autorów
39	Brilha	2016	Naukowe (reprezentatywność, wyróżnienie na listach geostanowisk, wiedza naukowa, integralność, georóżnorodność, unikatowość, zastosowanie limitów) Edukacyjne i potencjał turystyczny (wrażliwość, dostępność, zastosowane limity, bezpieczeństwo, logistyka, gęstość zaludnienia, związek z innymi wartościami, punkty widokowe, unikatowość, warunki obserwacji, potencjał dydaktyczny, georóżnorodność, potencjał interpretacyjny, wartość ekonomiczna, odległość od obiektów hotelarskich)	0-4 (co 1 pkt)	TAK	

40	Chrobak	2016	<p>Geomorfologiczne (naukowe: wyjątkowość w badanym obszarze, integralność reprezentatywność procesów geomorfologicznych i ich wartość pedagogiczna, liczba ciekawych cech geomorfologicznych; inne cechy geologiczne, publikacje naukowe, wyjątkowość w skali kraju; dodatkowe: kulturowe, estetyczne, ekologiczne)</p> <p>Zarządzanie (potencjał użytkowania: dostępność, wizualność, obecne wykorzystanie geomorfologicznego zainteresowania, obecne wykorzystanie naturalnego i kulturowego wykorzystania, forma ochrony, wyposażenie i usługi użytkowanie jako geostanowiska)</p> <p>Kryteria dla obiektów naturalnych: własności geologiczne, unikatowość, dostępność, publikacje naukowe, warunki dla obserwacji, dostępne informacje nt. obiektu, wartości wizualne, wartości usług dodatkowych, obiekt w strefie turystycznej)</p>	0–2 pkt i 0–8 pkt	TAK	porównanie metod: Pereira, Pereira, 2010 oraz Rybár, 2010
41	Jurj	2016	<p>Estetyczne (liczba geostanowisk, odległość do punktu widokowego, powierzchnia, różnica wysokości, kontrast kolorów)</p> <p>Naukowe (wartość paleogeograficzna, powierzchnia (%), reprezentatywność, unikatowość, integralność, wartość ekologiczna)</p> <p>Kulturowe (zwyczące kulturowe i historyczne, ikonografie, znaczenie historyczne i archeologiczne, znaczenie religijne i metafizyczne, wydarzenia artystyczne i kulturowe)</p> <p>Ekonomiczne (dostępność, zagrożenia naturalne, roczna liczba turystów w regionie, oficjalna forma ochrony, atrakcyjność)</p>	0–1 (co 0,25 pkt)	TAK	za: Pralong, 2005
42	Kubalíková, Kirchner	2016	<p>Naukowe (znaczenie dla nauk o Ziemi oraz wyjątkowość miejsca, wiedza naukowa nt. obiektu, morfologia, zróżnicowanie terenu)</p> <p>Edukacyjne (wzorcowość i reprezentatywność obiektu, obecność wyposażenia edukacyjnego)</p> <p>Ekonomiczne (liczba, odległość i jakość usług turystycznych, dostępność)</p> <p>Stopień zachowania (forma ochrony, zagrożenia, obecny status obiektu)</p> <p>Dodatkowe (kulturowe, ekologiczne, estetyczne)</p>	0–1	TAK	za: Kubalíková, 2013

43	Pica i in.	2016	<p>Reprezentatywność (korespondencja z modelem idealnym, osoblności przyrodnicze, typowość, wielość interesów)</p> <p>Unikatowość (liczba takich samych obiektów, zasięg terytorialny obiektu)</p> <p>Estetyczne</p> <p>Kulturowo-historyczno-archeologiczne (status ochrony)</p> <p>Dostępność (stan zachowania, możliwość degradacji)</p>	0-5	TAK	Kryteria rozbudowane, ale dokładnie zdefiniowane za: Fattori, Mancinella, 2010
44	Reynard, Coratza, Hobléa	2016	<p>Naukowe (integralność, reprezentatywność, unikatowość paleogeografia)</p> <p>Dodatki (ekologiczne, estetyczne, kulturowe)</p> <p>Potencjał użytkowania (status ochrony, dostępność, walory edukacyjne)</p>	0-1	TAK	
45	Artugyan	2017	<p>Estetyczne (liczba geostanowisk, odległość do punktu widokowego, powierzchnia, różnica wysokości, kontrast kolorów)</p> <p>Naukowe (wartość paleogeograficzna, powierzchnia (%), reprezentatywność, unikatowość, integralność, wartość ekologiczna)</p> <p>Kulturowe (zwyczaże kulturowe i historyczne, ikonografie, znaczenie historyczne i archeologiczne, znaczenie religijne i metafizyczne, wydarzenia artystyczne i kulturowe)</p> <p>Ekonomiczne (dostępność, zagrożenia naturalne, roczna liczba turystów w regionie, oficjalna forma ochrony, atrakcyjność)</p>	0-1 (co 0,25 pkt)	NIE	Opis kryteriów ogólny, wartości: niskie, średnie, wysokie, bardzo wysokie za: Prolong, 2005
46	Cocean, Cocean	2017	<p>Cechy wewnętrzne: geomorfologiczne (powstanie, etap na jakim jest proces, rozwój), cechy morfologiczne, cechy strukturalne); estetyczne (specyficzne aspekty morfologiczne, stan zachowania, widoczność); ekologiczne (fauna i flora, status ochrony)</p> <p>Cechy funkcjonalne: naukowe (istotność naukowa, źródło informacji, obecność cech paleontologicznych), kulturowe (historyczne i archeologiczne, architektoniczne, inne), turystyczne (zagospodarowanie turystyczne, oferta turystyczne, dostępność, usługi dodatkowe, elementy socjoekonomiczne w pobliżu)</p>	1-3	TAK	
47	Pica i in.	2017	<p>Reprezentatywność (korespondencja z modelem idealnym, osoblności przyrodnicze, typowość, wielość interesów)</p> <p>Unikatowość (liczba takich samych obiektów, zasięg terytorialny obiektu)</p> <p>Estetyczne</p> <p>Kulturowo-historyczno-archeologiczne (status ochrony)</p> <p>Dostępność (stan zachowania, możliwość degradacji)</p>	0-5 (dokładnie zdefiniowane)	TAK	za: Pica i in., 2017

48	Bouzekraoui i in.	2018	Naukowe (integralność, reprezentatywność, unikatowość, paleogeografia) Dodatkowe (kulturowe, ekologiczne, estetyczne, ekonomiczne) Potencjał użytkowania (status ochrony, dostępność, walory edukacyjne)	0–1	NIE	za: Reynard, Coratza, Hoblea, 2016
49	Clivaz, Reynard	2018	Naukowe (integralność, reprezentatywność, unikatowość paleogeografia) Dodatkowe (ekologiczne, estetyczne, kulturowe) Potencjał użytkowania (status ochrony, dostępność, walory edukacyjne)	0–1	TAK	za: Reynard, Coratza, Hoblea, 2016
50	Maghsoudi, Rahmati	2018	Estetyczne (wizualność, strukturyzacja przestrzeni, wysokość względna, kontrast kolorystyczny) Naukowe (zainteresowanie paleogeograficzne, reprezentatywność, wyjątkowość, integralność, stopień zainteresowania naukowego, wartości edukacyjne, wartości ekologiczne, różnorodność) Kulturowe (wartości kulturowe, wartości historyczne, wartości religijne; przedstawienia ikonograficzne i literaturowe; festiwale, wydarzenia kulturowe, wartości symboliczne) Ekonomiczne (dostępność, infrastruktura, roczna liczba turystów, liczba i formy usług turystycznych, potencjał ekonomiczny) Zarządzanie i potencjał użytkowania (stopień zachowania, formy ochrony, wrażliwość, intensywność użytkowania, potencjał wartości estetycznych, kulturowych i ekonomicznych, związek z planem przestrzennego zagospodarowania)	0–4 (zależy od waloryzującego)	NIE	za: Comănescu, Nedelea, Dobre, 2012
51	Mauerhofer i in.	2018	Naukowe (integralność, reprezentatywność, unikatowość paleogeografia) Dodatkowe (ekologiczne, estetyczne, kulturowe) Potencjał użytkowania (status ochrony, dostępność, walory edukacyjne)	0–1	TAK	za: Reynard, Coratza, Hoblea, 2016
52	Niculifă, Mărgărint	2018	Naukowe (stopień zachowania, poziom wiedzy naukowej, integralność, wzorowość, unikatowość, naturalność, paleogeografia, inne cenne elementy dziedzictwa, różnorodność elementów) Dodatkowe (ekologiczne, status ochrony, punkty widokowe) Estetyczne (struktura, kontrast kolorów, zainteresowanie krajobrazem w sztuce)	0–1 (co 0,25 pkt)	TAK	za: Bollati, Pelfini, Pellegrini, 2012; Bruschi, Cendrero, Albertos, 2011; Goratza, Giusti, 2005; Panizza, 2001; Pereira i in., 2007; Pereira, Pereira, 2010; Pralong, 2005; Reynard i in., 2007

52				Kulturowe (religijne, historyczne, artystyczne, geohistoryczne) Ekonomiczne (dostępność, rekreacja, istotność ekonomiczna) Synteza (ochrona środowiska, edukacyjne, zagrożenia, wrażliwość, relacje z działalnością człowieka, zarządzanie, obecne wykorzystanie)				
53	Safarabadi, Shahzeidi	2018		Naukowe (integralność, reprezentatywność, unikatowość, wartość paleogeograficzna) Dodatkowe (ekologiczne, estetyczne, kulturowe, ekonomiczne) Synteza (edukacyjne, zagrożenia, zarządzanie)	0-1 (zależy od waloryzującego)	TAK	za: Reynard i in., 2007	
54	Ciurej i in.	2019		Kryteria dla obiektów naturalnych: własności geologiczne, unikatowość, dostępność, publikacje naukowe, warunki dla obserwacji, dostępne informacje nt. obiektu, wartości wizualne, wartości usług dodatkowych, obiekt w strefie turystycznej	0-8	TAK	modyfikacja: Rybár, 2010 – tylko kryteria dla obiektów naturalnych Triangulacja ekspercka	
55	Pérez-Umaña i in.	2019		Naukowe (geneza, morfologia, dynamika, chronologia, litologia, struktury geologiczne, struktury sedimentologiczne) Kulturowe i dodatkowe (krajobraz i estetyka, kulturowe: związek z elementami dziedzictwa, treści kulturowe i historyczne; edukacyjne, naukowe: reprezentatywność; turystyczne) Ocena wartości użytkowania i zarządzania (dostępność, wrażliwość, intensywność użytkowania, zagrożenie zniszczeniem, status ochrony, wpływy, jakość obserwacji, granice dopuszczalnych zmian)	Max 10 liczba punktów (zależy od prowadzącego waloryzację) Wartości użytkowania: 0, 1, 2 (wartości: niskie, średnie, wysokie)	TAK/NIE	Opis poszczególnych kryteriów dokładny, ale bez przydzielonych punktów za: Serrano, González-Trueba, 2005	
56	Rypl, Kirchner, Ryplová	2019		Naukowe (znaczenie dla nauk o Ziemi oraz wyjątkowość miejsca, wiedza naukowa nt. obiektu, morfologia, zróżnicowanie terenu) Edukacyjne (wzorcowość i reprezentatywność obiektu, obecność wyposażenia edukacyjnego) Ekonomiczne (liczba, odległość i jakość usług turystycznych, dostępność) Stopień zachowania (forma ochrony, zagrożenia, obecny status obiektu) Dodatkowe (kulturowe, ekologiczne, estetyczne)	0-1	TAK	Na podstawie przeglądu literatury, kompilacja wcześniejszych metod za: Kubalíková, 2013	

57	Zgłobicki i in.	2019	<p>Naukowe (wiedza naukowa, unikatowość, georóżnorodność, stopień zdegradowania, stopień trudności zjawiska, widoczność, cechy edukacyjne, występowanie pomocy edukacyjnych, forma ochrony)</p> <p>Funkcjonalne (lokalizacja względem głównych ciągów komunikacyjnych, dostępność, obecność infrastruktury turystycznej, lokalne produkty, zagrożenia, status prawny własności)</p> <p>Turystyczne (wartości biotyczne, estetyczne, punkty widokowe, otaczający krajobraz, obecność szlaków turystycznych, lokalizacja względem głównych centrów turystycznych, usługi dodatkowe, potencjalny popyt)</p>	0-1	TAK	modyfikacja: Warowna i in., 2014
58	Chrobak, Witkowski, Szymańda	2020	<p>Naukowo-edukacyjne (wyjątkowość na tle terenu badań, integralność, reprezentatywność procesów geomorfologicznych, różnorodność, inne ciekawe cechy geologiczne, wiedza naukowa, dodatkowe: kulturowe, historyczne, archeologiczne)</p> <p>Podstawowe parametry (reprezentatywność, integralność, wyjątkowość, georóżnorodność, wiedza naukowa, warunki obserwacji, łatwość interpretacji)</p> <p>Dodatkowe (ekologiczne, kulturowe, estetyczne)</p> <p>Promocja (dostępność środkiem publicznym, dostępność samochodem, dostępność pieszo, naturalne zagrożenia, zagrożenia antropogeniczne, bezpieczeństwo, infrastruktura, turystyka w regionie)</p> <p>Ryzyko dewastacji (status ochrony, dostępność, wrażliwość na zmiany naturalne i antropogeniczne, konflikt interesów)</p>	0-10	TAK	Dokładnie opisane kryteria za: Brilha, 2016; Pereira, Pereira, 2010 Triangulacja ekspercka
59	Santos i in.	2020	<p>Naukowe (reprezentatywność, georóżnorodność, wyjątkowość, wiedza naukowa)</p> <p>Edukacyjne (łatwość interpretacji, jakość odsłonięcia)</p> <p>Ochrona przyrody (obecny status ochrony, poziom ochrony, wrażliwość, potencjalne siły)</p> <p>Dodatkowe (ekologiczne, kulturowe)</p> <p>Funkcjonalne (dostępność, czas podróży, odległość od innych atrakcji, środki transportu)</p>	0-1 (co 0,25 pkt)	TAK	Kompilacja wielu wcześniejszych metod
60	Tessema i in.	2021	<p>Naukowe (reprezentatywność, georóżnorodność, wyjątkowość, wiedza naukowa)</p> <p>Edukacyjne (łatwość interpretacji, jakość odsłonięcia)</p> <p>Ochrona przyrody (obecny status ochrony, poziom ochrony, wrażliwość, potencjalne siły)</p> <p>Dodatkowe (ekologiczne, kulturowe)</p> <p>Funkcjonalne (dostępność, czas podróży, odległość od innych atrakcji, środki transportu)</p>	0-1 (dokładnie zdefiniowane wagi)	NIE	Brak sumowania punktów – skala wagowa

Źródło: opracowanie własne

Ostateczny wskaźnik waloryzacji w większości metod tworzy suma poszczególnych kryteriów (Fassoulas i in., 2012; Kubalíková, Kirchner, 2016; Necheș, 2013; Pereira, Pereira, 2010; Rybár, 2010; Zouros, 2007) lub ich średnia arytmetyczna (Comănescu, Nedelea, Dobre, 2012; Niculiță, Mărgărint, 2018; Pralong, 2005; Reynard i in., 2007). Czasem ostateczny wskaźnik waloryzacji jest obliczany za pomocą średniej ważonej bądź dzięki nadaniu odpowiednich wag dla poszczególnych grup kryteriów (Chrobak, 2018; Coratza, Giusti, 2005; Coratza i in., 2011).

WYBÓR GEOSTANOWISK DO WALORYZACJI

Odpowiedni wybór, a także opis geostanowisk przeznaczonych do waloryzacji również jest istotny w metodyce. Wszystkie cytowane metody waloryzacji mają mniej bądź bardziej opisany sposób wyboru geostanowisk. Autorzy metod waloryzacji przy wyborze geostanowisk wykorzystują przede wszystkim przegląd literatury, prace terenowe, interpretacje map topograficznych, geologicznych i geomorfologicznych, ortofotomap, zdjęć satelitarnych oraz numerycznych modeli terenu, kartowanie geomorfologiczne, wykorzystanie wiedzy eksperckiej, interpretację źródeł historycznych czy przegląd publikacji turystycznych. Szczegółowy opis waloryzowanych geostanowisk pojawia się w cytowanej literaturze dość rzadko, mimo iż jest to bardzo istotny element wpływający na wartości przypisywanych punktów do poszczególnych kryteriów waloryzacji (Mucivuna i in., 2019).

SKALA PUNKTOWA

Założeniem każdej metody bonitacji punktowej, a zatem również i metod waloryzacji, jest odpowiednie zdefiniowanie skali punktowej w odniesieniu do wieku skał i procesów kształtujących dane geostanowisko, a także zagospodarowania jego bezpośredniego otoczenia. Mimo iż wiek skał i ogół procesów geologicznych odgrywają najważniejsze znaczenie w powstawaniu ciekawych obiektów przyrody nieożywionej, to w większości prac opisujących metody waloryzacji nie jest sprecyzowane, w jaki sposób zostały one wykorzystane w selekcji geostanowisk i ich ocenie jakościowej. Zagospodarowanie geostanowiska natomiast jest opisywane przede wszystkim w odniesieniu do jego bezpośredniego sąsiedztwa (infrastruktury turystycznej, wyposażenia w usługi hotelarskie, gastronomiczne i inne), a nie do skali oddziaływania samego geostanowiska, co pokazuje, że w większości metod waloryzacji nie jest zdefiniowana wielkość czy kompleksowość skali oddziaływania geostanowiska na jego otoczenie.

Podsumowując, przedstawione do tej pory w literaturze różne metody waloryzacji geostanowisk należą do jednej z pięciu grup, wg Mucivuna i in. (2019) są to:

- autorskie metody waloryzacji geostanowisk;
- metody wcześniej opisane w literaturze;
- metody wcześniej opisane w literaturze z późniejszymi zmianami;
- kompilacja różnych metod;
- metody bez ściśle zdefiniowanych kryteriów.

PRZYKŁAD ZASTOSOWANIA RÓŻNYCH METOD WALORYZACJI

Czasem podobne metody waloryzacji były stosowane w ocenie tych samych geostanowisk, ale przez to, że posiadały różnie zdefiniowane skale punktowe oraz kryteria

oceny, wyniki też były bardzo odmienne lub często nieporównywalne, co bardzo dobrze zostało przedstawione na przykładzie słowackich geostanowisk: skalnego miastka Dreveník zbudowanego z trawertynów, gejzeru zlokalizowanego w miejscowości Herľany oraz jaskini Domica (Štrba i in., 2014). Geostanowiska te zostały ocenione za pomocą sześciu metod waloryzacji (Baca, Schuster, 2011; Bruschi, Cendrero, Albertos, 2011; Fassoulas i in., 2012; Pereira, Pereira, Caetano Alves, 2007; Reynard i in., 2007; Rybár, 2010). Każda z tych metod dała odrębne wyniki waloryzacji, gdzie nawet jaskinia Domica, która otrzymała najwyższe oceny w czterech zastosowanych metodach, w pozostałych dwóch znalazła się na drugim miejscu, a gejzer w Herľanach oceniony w większości zastosowanych metod na 2 i 3 miejscu, wg metody Pereiry, Pereiry i Caetano Alvesa (2007) znalazł się na pierwszym miejscu.

Podobne porównanie dwóch metod waloryzacji (Pereira, Pereira, 2010; Rybár, 2010) na przykładzie 45 geostanowisk zlokalizowanych na terenie polskiej części Podtatry (Polska południowa) zostało przedstawione w pracy Chrobak (2016). Wyniki tego porównania dowodzą, iż waloryzowane obiekty, które nie są znane, są trudno dostępne i zostały opisane tylko w specjalistycznych publikacjach naukowych, otrzymały niskie wyniki waloryzacji wg obu zastosowanych metod. Natomiast obiekty, które zostały ocenione najwyżej, zdecydowanie różnią się w zależności od zastosowanej metody. Metoda wg Pereiry P. i Pereiry D. (2010) uwzględnia poza aspektami naukowymi również inne elementy, przez co najwyższe oceny otrzymały punkty widokowe, które zarówno pod kątem naukowym, jak i turystycznym oraz innymi są atrakcyjne. Metoda Rybára (2010) natomiast uwypukla przede wszystkim walory naukowe, przez co najwyżżej ocenionymi geostanowiskami zostały ciekawe odsłonięcia skalne ze skamieniałościami, przełomowe odcinki rzek czy torfowiska (Chrobak, 2016).

Zatem biorąc pod uwagę złożoność metod waloryzacji i ich stopień subiektywności, właśnie skala punktowa i precyzyjność opisu poszczególnych kryteriów oceny powinny być tymi elementami, które zostaną w metodzie najlepiej zdefiniowane.

UWAGI METODYCZNE DO WALORYZACJI GEOSTANOWISK

Przedstawiona poniżej analiza SWOT przedstawia mocne i słabe strony oraz szanse i zagrożenia, jakie wynikają z zastosowania metod waloryzacji (tabela 2).

Tabela 2. Analiza SWOT stosowania metod waloryzacji opisanych w literaturze

<p>Mocne strony:</p> <ul style="list-style-type: none"> - ocena ekspercka geostanowisk; - wskazanie wartości naukowej geostanowisk; - wyodrębnienie tych geostanowisk, które z punktu widzenia nauki i edukacji są najbardziej wartościowe 	<p>Słabe strony:</p> <ul style="list-style-type: none"> - subiektywność w ocenie; - trudności lub wręcz brak możliwości porównania wyników uzyskanych z różnych metod; - brak jednoznacznej definicji skali punktowej; - ocena oparta wyłącznie na wiedzy i doświadczeniu osoby oceniającej dane geostanowiska
<p>Szanse:</p> <ul style="list-style-type: none"> - udostępnienie geostanowisk o najwyższych wartościach waloryzacji; - próba hierarchizacji geostanowisk; - pokazanie możliwości udostępnienia geostanowisk o najwyższych współczynnikach waloryzacji naukowej 	<p>Zagrożenia:</p> <ul style="list-style-type: none"> - zastosowanie różnych metod waloryzacji nie daje podobnych wyników; - ocena geostanowisk nie jest obiektywna, szczególnie jeśli chodzi o kryteria naukowe; - udostępnienie geostanowisk o najwyższych walorach naukowych nie zawsze spotka się z pozytywnym odbiorem tego miejsca przez turystów

Największym problemem, jaki pojawia się przy waloryzacji geostanowisk, jest subiektywność oceny, która przede wszystkim zależy od wiedzy i doświadczenia eksperta, który ją przeprowadza. Aby zmniejszyć stopień subiektywności oceny, autorka zaproponowała następujące rozwiązanie. Waloryzację geostanowisk należy przeprowadzić według dwóch głównych grup kryteriów: naukowo-edukacyjnego (zawierającego też kryteria naukowe) oraz turystycznego. Pozostałe grupy kryteriów (dotyczące ochrony geostanowiska, estetyczności bądź aspektów ekonomicznych i kulturowych) mogą stać się częścią proponowanych grup lub mogą zostać pominięte, np. liczba turystów odwiedzająca dane geostanowisko stanowi o jego atrakcyjności turystycznej i dobrze przeprowadzonej promocji, a nie o jego wartości. Proponowane grupy mogą zawierać kompilację różnych kryteriów proponowanych przez innych autorów metod waloryzacji. Autorka dla oceny geostanowisk na terenie Podtatrza (terenów otaczających Tatry) zastosowała kompilację metod Pereiry P. i Pereiry D. (2010) oraz Fassoulassa i in. (2012). Skala punktowa, która jak już wspomniano jest bardzo istotnym elementem waloryzacji, została bardzo dokładnie zdefiniowana w zakresie 0–10, a zatem wartości punktowe opisane w metodzie Pereiry P. i Pereiry D. (2010) zostały 10-krotnie zwiększone.

Końcowy wskaźnik waloryzacji został obliczony przy pomocy średniej ważonej:

$$WK = 0,7_{WNE} + 0,3_{WT}$$

gdzie: WNE – wartości naukowo-edukacyjne; WT – wartości turystyczne.

Stosowanie średniej ważonej w tym przypadku jest szczególnie istotne, ponieważ to wartości naukowo-edukacyjne stanowią o wartości geostanowiska i są niezmiennie, natomiast na wartości turystyczne (tj. dostępność komunikacyjną, promocję, obecność różnorodnych usług) człowiek ma największy wpływ.

Dodatkowym zabiegiem nie stosowanym dotąd w ocenie geostanowisk było wzbogacenie waloryzacji o wydzielenie 4 grup geostanowisk o szczególnych, wysokich, średnich i niskich wartościach wskaźnika waloryzacji, obliczonych przy pomocy metody zaproponowanej przez J. Warszzyńską (Warszzyńska, 1970). Autorka proponuje, aby wartość końcowego wskaźnika waloryzacji została podzielona przez jego wartość maksymalną tak, aby wszystkie wartości mieściły się w przedziale od 0 do 1.

METODA TRIANGULACJI (EKSPERCKA)

Subiektywność w metodach waloryzacji nie odnosi się tylko do wyboru poszczególnych grup kryteriów i zdefiniowania skali punktowej, ale też do samej oceny poszczególnych geostanowisk. Jak w przypadku grupy kryteriów turystycznych odpowiednie zdefiniowanie skali punktowej wystarczy, aby ten stopień subiektywności zredukować, tak w przypadku grupy kryteriów naukowo-edukacyjnych może to być niewystarczające. Dlatego też w ocenie kryteriów naukowo-edukacyjnych warto zastosować metodę triangulacji (Denzin, 1970; Flick, 2011). Metoda triangulacji z definicji może być przeprowadzona na trzy sposoby. Pierwszy z nich to tzw. triangulacja ekspercka, która zakłada prowadzenie takich samych analiz przez kilku badaczy. Drugi sposób ma na celu rozwiązanie problemu badawczego za pomocą różnych metod. Trzeci sposób łączy natomiast różne rodzaje danych uzyskanych w różnych miejscach i odcinkach czasowych oraz przeprowadzonych na różnych populacjach. Metoda triangulacji pozwala podnieść

jakość badań poprzez ich wieloaspektową analizę (Flick, 2011), w tym również badań w turystyce (Čuka, 2011).

W ocenie kryteriów edukacyjnych zastosowano triangulację ekspercką, gdzie poza autorem waloryzacji oceny poszczególnych geostanowisk podejmują się minimalnie 2 inne osoby, najlepiej, aby były to osoby, które znają oceniane geostanowiska oraz reprezentują różne dyscypliny naukowe bądź specjalizują się w różnych dziedzinach. Autorka przeprowadziła taką waloryzację ekspercką dla geostanowisk zlokalizowanych na Orawie. Oprócz niej waloryzacji tych samych obiektów, według tych samych kryteriów, dokonało trzech innych naukowców specjalizujących się w geologii, geomorfologii i geografii regionalnej. Poniższa tabela przedstawia wyniki tej waloryzacji. Najmniejsze różnice w ocenie geostanowisk dotyczyły odsłonięcia wielobarwnych plejstoceńskich piasków rzecznych w miejscowości Lipnica Wielka, utworów formacji pienińskiej w kamieniołomie Halečkova oraz odsłonięcia eoceńskiego fliszu łupkowo-piaskowcowego w miejscowości Huty (nr 57). Natomiast największe różnice w ocenie dotyczyły geostanowisk: Pucovské zlepence w miejscowości Pucov, Františkovéj huty żelaza oraz Odsłonięcia lignitów w miejscowości Čimhová (tabela 3).

Tabela 3. Wyniki waloryzacji według oceny walorów edukacyjnych na Orawie

Lp.	Nazwa geostanowiska	Wartości waloryzacji według kryteriów edukacyjnych					Odchylenie standardowe	Wartości wskaźnika wg. Warszawskiej (1970)	GRUPA
		Autorka	Ekspert 1	Ekspert 2	Ekspert 3	Średnia arytmetyczna			
1	Wapienna skałka z Zamkiem Orawskim nad rzeką Orawa (nr 61)	57,5	37,5	56,6	64,2	53,95	9,94095	0,77	I
2	Czerwone wapienie jurajskie ze skamieniałościami w miejscowości Podbiel (nr 63)	56,7	32,6	45,8	60,9	49,00	10,9556	0,70	I
3	Torfowisko Przybojec w miejscowości Sucha Hora (nr 70)	47,6	b.d.	35,8	51,8	45,07	6,77315	0,64	II
4	Pucovské zlepence w miejscowości Pucov (nr 58)	54,2	25,8	42,5	56,7	44,80	12,2092	0,64	II
5	Jezioro Orawskie (nr 69)	40	39,1	56,7	38,3	43,53	7,63033	0,62	II
6	Ostrá skála i Tupá skála koło miejscowości Wyzni Kubin (nr 59)	41,7	18,3	37,4	45,9	35,83	10,5549	0,51	II
7	Biała Skala koło miejscowości Podbiel (nr 62)	42,5	25,9	27,5	43,4	34,83	8,15088	0,50	II

8	Odsłonięcie uwęglonych szczątków roślin w łąkach neogeńskich w potoku Lipnica (nr 72)	35,1	41,7	12,5	29,2	29,63	10,8308	0,43	III
9	Punkt widokowy na Kotlinę Orawsko-Nowotarską w miejscowości Liesek (nr 67)	29,2	20	34,2	30	28,35	5,18146	0,40	III
10	Odsłonięcie lignitów w miejscowości Čimhová (nr 68)	27,5	10	42,5	27,5	26,88	3,06298	0,38	III
11	Eoceński flisz łupkowo-piaskowcowy w miejscowości Huty (nr 57)	24,1	28,3	30,8	22,5	26,43	3,29649	0,38	III
12	Odsłonięcie wielobarwnych plejstoceńskich piasków rzecznych w miejscowości Lipnica Wielka (nr 71)	25,9	28,4	22,5	27,5	26,08	2,2499	0,37	III
13	Františkova huta żelaza (nr 64)	22,5	5,8	40	25	23,33	12,1312	0,33	III
14	Morskie i lądowe skamieniałości jurajskie w kamieniołomie Halečkova koło miejscowości Trstena (nr 66)	23,4	22,5	15,8	23,4	21,28	3,18228	0,30	III
15	Odsłonięcie warstw chochołowskich fliszu podhalańskiego w Orawicach (nr 65)	17,5	28,4	20,8	17,5	21,05	4,45225	0,30	III
16	Odsłonięcie skalne Jasenová (nr 60)	7,5	b.d.	15,8	8,3	10,53	3,73839	0,15	IV

Źródło: Chrobak, 2018 r.

Wyniki tej waloryzacji eksperckiej jednoznacznie wykazały, że wiedza, doświadczenie oraz specjalizacja eksperta dokonującego oceny wywiera ogromny wpływ na ilość przypisywanych punktów. Na przykład według ocen geologów najwyższe wartości waloryzacji osiągnęły odsłonięcia skalne, które z kolei nie zostały docenione aż w taki sposób przez geomorfologów. Z drugiej strony, geomorfolodzy najwyżej w tej kategorii ocenili punkty widokowe oraz fragmenty dolin rzecznych, a według geografów regionalnych geostanowiskami o najwyższej wartości naukowo-edukacyjnej są obiekty, które już są znanymi punktami turystycznymi, często ze względu na ich wysoką wartość kulturową i historyczną, a przy tej okazji są one bardzo dobrze zagospodarowane turystycznie.

PODSUMOWANIE

Podsumowując, przedstawiona w niniejszym artykule analiza 60 metod waloryzacji pozwoliła na wytypowanie najważniejszych grup kryteriów służących ocenie

geostanowisk, którymi są kryteria naukowe, turystyczne (potencjał użytkowania) oraz dodatkowe (w tym kulturowe i estetyczne).

Sama metodyka waloryzacji geostanowisk jest wciąż rzeczą problematyczną, zawierającą wiele aspektów wymagających dopracowania, z których najważniejszy jest stopień subiektywności. Analiza metod waloryzacyjnych wykazała, że 23 metody nie mają ściśle zdefiniowanych kryteriów i skali punktowej, co sprawia, że ocena geostanowisk według tych metod zależy wyłącznie od wiedzy i doświadczenia naukowca prowadzącego waloryzację.

Aspektami, które również wymagają udoskonalenia i ujednoczenia, są grupy kryteriów, jakie powinny być użyte w waloryzacji oraz skala punktowa, jaką należy zastosować i ją odpowiednio zdefiniować. Ujednoczenie tych aspektów umożliwi porównywanie wyników waloryzacji geostanowisk.

Mimo iż stworzenie optymalnej i obiektywnej metody waloryzacji geostanowisk na dzień dzisiejszy jest raczej niemożliwe, to zdaniem autorki zastosowanie metody triangulacji eksperckiej pozwoli zmniejszyć ich stopień subiektywności.

Podziękowania

Autorka niniejszego artykułu dziękuje recenzentom za cenne i wnikliwe uwagi przesłane do niniejszego artykułu.

Badania zostały sfinansowane ze środków na badania statutowe Uniwersytetu Pedagogicznego w Krakowie nr BN.610-408/PBU/2020 oraz BN.610-116/PBU/2020.

Literatura

References

- Alba, C.D. (2016). Geomorphosites with touristic value in the central – southern part of the Parâng Mountains. *Forum Geografic*, 15(1), 109–115. doi: 10.5775/fg.2016.054.i
- Alexandrowicz, Z. (2004). Important geosites of Poland in relation to the ecological network Natura 2000. *Polish Geological Institute Special Papers*, 13, 41–48.
- Alexandrowicz, Z., Alexandrowicz, S.W. (2002). Geoturystyka a promocja dziedzictwa geologicznego. W: J. Partyka (red.), *Użytkowanie Turystyczne Parków Narodowych ruch turystyczny – zagospodarowanie – konflikty – zagrożenia*. Ojców: Instytut Ochrony Przyrody PAN, Ojcowski Park Narodowy, 91–97.
- Alexandrowicz, Z., Kućmierz, A., Urban, J., Otęska-Budzyń, J. (1992). *Waloryzacja przyrody nieożywionej obszarów i obiektów chronionych w Polsce*. Warszawa: Wydawnictwo Państwowego Instytutu Geologicznego.
- Artugyan, L. (2017). Geomorphosites Assessment in Karst Terrains: Anina Karst Region (Banat Mountains, Romania). *Geoheritage*, 9(2), 153–162. doi: 10.1007/s12371-016-0188-x
- Avanzini, M., Carton, A., Seppi, R., Tomasoni, R. (2005). Geomorphosites in Trentino: A first census. *Alpine and Mediterranean Quaternary*, 18(1), 63–78.
- Baca, I., Schuster, E. (2011). Listing, evaluation and touristic utilisation of geosites containing archaeological artefacts. Case study: Ciceu ridge (Bistrita-Nasaud Country, Romania). *Revista Geografica Academica*, 5(1), 5–20.
- Bartuś, T. (2015). Geotourist maps of the Sudetic Geostrada Trail as a new form of popularization of geotourism in the Sudety Mts. *Geotourism*, 40–41(1–2), 3–18. doi: 10.7494/geotour.2015.40-41.3
- Bollati, I., Pelfini, M., Pellegrini, L. (2012). A geomorphosites selection method for educational purposes: A case study in Trebbia Valley (Emilia Romagna, Italy). *Geografia Fisica e Dinamica Quaternaria*, 35, 23–35. doi: 10.4461/GFDQ.2012.35.3
- Bollati, I., Smiraglia, C., Pelfini, M. (2013). Assessment and selection of geomorphosites and trails in the Miage Glacier area (Western Italian Alps). *Environmental Management*, 51, 951–967. doi: 10.1007/s00267-012-9995-2

- Bosson, J.B., Reynard, E. (2012). Geomorphological heritage, conservation and promotion in high-alpine protected areas. *Eco.Mont*, 4(1), 13–22. doi: 10.1553/eco.mont-4-1s13
- Bouzekraoui, H., Barakat, A., Touhami, F., Mouaddine, A., El Youssi, M. (2018). Inventory and assessment of geomorphosites for geotourism development: A case study of Ait Bou Oulli valley (Central High-Atlas, Morocco). *Area*, 50(3), 331–343. doi: 10.1111/area.12380
- Brilha, J. (2016). Inventory and quantitative assessment of geosites and geodiversity sites: a review. *Geoheritage*, 8(2), 119–134. doi: 10.1007/s12371-014-0139-3
- Bruschi, V.M., Cendrero, A. (2005). Geosite evaluation; can we measure intangible values? *II Quaternario*, 18(1), 293–306.
- Bruschi, V. M., Cendrero, A., Albertos, J.A.C. (2011). A statistical approach to the validation and optimisation of geoh heritage assessment procedures. *Geoheritage*, 3(3), 131–149. doi: 10.1007/s12371-011-0038-9
- Chrobak, A. (2016). Valorisation and categorisation of the geosites in the Podtatrze area (Southern Poland). *Geotourism*, 46–47(3–4), 3–26. doi: 10.7494/geotour.2016.46-47.3
- Chrobak, A. (2018). Analiza i ocena potencjału geoturystycznego Podtatrza [praca doktorska]. Kraków: Uniwersytet Pedagogiczny w Krakowie, Instytut Geografii.
- Chrobak, A., Cebulski, J. (2014). Landslides in the Polish Carpathians as the potential educational geosites. *Current Issues of Tourism Research*, 4(1), 38–49.
- Chrobak, A., Witkowski, K., Szmańda, J. (2020). Assessment of the educational values of geomorphosites based on the expert method, case study: The Białka and Skawa Rivers, the Polish Carpathians. *Quaestiones Geographicae*, 39(1), 45–57. doi: 10.2478/quageo-2020-0004
- Ciurej, A., Chrobak, A., Wolska, A., Kowalik, S. (2019). Valorization of geosites in Western Tatra Mountains (Chochołowska Valley) with focus on tourist activity of people with physical disabilities. *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego [Studies of the Industrial Geography Commission of the Polish Geographical Society]*, 33(3), 148–158. doi: 10.24917/20801653.333.10
- Clivaz, M., Reynard, E. (2018). How to integrate invisible geomorphosites in an inventory: a case study in the Rhone River Valley (Switzerland). *Geoheritage*, 10(4), 527–541. doi: 10.1007/s12371-017-0222-7
- Coccean, G., Coccean, P. (2017). An Assessment of Gorges for Purposes of Identifying Geomorphosites of Geotourism Value in the Apuseni Mountains (Romania). *Geoheritage*, 9(1), 71–81. doi: 10.1007/s12371-016-0180-5
- Comănescu, L., Dobre, R. (2009). Inventorying, evaluating and tourism valuating the geomorphosites from the central sector of the Ceahlău national park. *GeoJournal of Tourism and Geosites*, 3(1), 86–96.
- Comănescu, L., Nedelea, A. (2010). Analysis of some representative geomorphosites in the Bucegi Mountains: Between scientific evaluation and tourist perception. *Area*, 42(4), 406–416. doi: 10.1111/j.1475-4762.2010.00937.x
- Comănescu, L., Nedelea, A., Dobre, R. (2009). Inventorying and evaluation of geomorphosites in the Bucegi Mountains. *Forum Geografic*, 8(8), 38–43.
- Comănescu, L., Nedelea, A., Dobre, R. (2012). The Evaluation of geomorphosites from the Ponoare protected area. *Forum Geografic*, 11(1), 54–61. doi: 10.5775/fg.2067-4635.2012.037.i
- Comănescu, L., Nedelea, A., Dobre, R. (2011). Evaluation of geomorphosites in Vistea Valley (Fagaras Mountains-Carpathians, Romania). *International Journal of Physical Sciences*, 6(5), 1161–1168. doi: 10.5897/IJPS10.384
- Comănescu, L., Nedelea, A., Stănoiu, G. (2017). Geomorphosites and geotourism in Bucharest city center (Romania). *Quaestiones Geographicae*, 36(3), 51–61. doi: 10.1515/quageo-2017-0029
- Coratza, P., Bruschi, V.M., Piacentini, D., Saliba, D., Soldati, M. (2011). Recognition and assessment of geomorphosites in Malta at the Il-Majjistral Nature and History Park. *Geoheritage*, 3(3), 175–185. doi: 10.1007/s12371-011-0034-0
- Coratza, P., Giusti, C. (2005). Methodological proposal for the assessment of the scientific quality of geomorphosites. *II Quaternario*, 18(1), 305–311.
- Costa-Casais, M., Alves, M.I.C., Blanco-Chao, R. (2015). Assessment and management of the geomorphological heritage of Monte Pindo (NW Spain): A landscape as a symbol of identity. *Sustainability*, 7(6), 7049–7085. doi: 10.3390/su7067049

- Costa-Casais, M., Caetano Alves, M.I. (2013). Geological Heritage at Risk in NW Spain. Quaternary Deposits and Landforms of "Southern Coast" (Baiona-A Garda). *Geoheritage*, 5(4), 227–248. doi: 10.1007/s12371-013-0083-7
- Costa, F.L. (2011). Volcanic Geomorphosites Assessment of the Last Eruption, on April To May 1995, Within the Natural Park of Fogo Island, Cape Verde. *GeoJournal of Tourism and Geosites*, 8(2), 167–177.
- Costamagna, A. (2005). A geomorphosites inventory in central Piemonte (NW Italy): First results. *Il Quaternario. Italian Journal of Quaternary Sciences*, 18(1), 23–37.
- Čuka, P. (2011). *Základy teórie, metodológie a regionalizácie cestovného ruchu*. Vydavateľstvo Prešovskej Univerzity, Prešov 93.
- De Waele, J., Di Gregorio, F., Pala, A. (2005). Karst Geomorphosites of Monte Albo (north-east Sardinia). *Il Quaternario. Italian Journal of Quaternary Sciences*, 18(1), 143–151.
- Del Monte, M., Fredi, P., Pica, A., Vergari, F. (2013). Geosites within Rome City center (Italy): A mixture of cultural and geomorphological heritage. *Geografia Fisica e Dinamica Quaternaria*, 36, 241–257. doi: 10.4461/GFDQ.2013.36.20
- Denzin, N.K. (1970). *The Research Act*. Chicago: Aldine.
- Dmytrowski, P., Kicińska, A. (2011). Waloryzacja geoturystyczna obiektów przyrody nieożywionej i jej znaczenie w perspektywie rozwoju geoparków. *Problemy Ekologii Krajobrazu*, 29, 11–20.
- Dóniz-Páez, J., Becerra-Ramírez, R., González-Cárdenas, E., Guillen-Martin, C., Escobar-Lahoz, E. (2011). Geomorphosite and geotourism in volcanic landscape: the example of La Corona Del Lajial Cinder Cone (El Hierro, Canary Islands, Spain). *GeoJournal of Tourism and Geosites*, 8(2), 185–197.
- Erhartič, B. (2010). Geomorphosite assessment. *Acta Geographica Slovenica*, 50(2), 295–319. doi: 10.3986/ags50206
- Fassoulas, C., Mouriki, D., Dimitriou-Nikolakis, P., Iliopoulos, G. (2012). Quantitative Assessment of Geotopes as an Effective Tool for Geoheritage Management. *Geoheritage*, 4(3), 177–193. doi: 10.1007/s12371-011-0046-9
- Fattori, C., Mancinella, D. (2010). *La conservazione del patrimonio geologico del Lazio. Materiali, modelli, esperienze*. Roma: Edizioni ARP-Agenzia Regionale Parchi.
- Feuillet, T., Sourp, E. (2011). Geomorphological heritage of the Pyrenees National Park (France): Assessment, clustering, and promotion of geomorphosites. *Geoheritage*, 3(3), 151–162. doi: 10.1007/s12371-010-0020-y
- Flick, U. (2011). *Jakość w badaniach jakościowych*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Geremia, F., Massoli-Novelli, R. (2005). Coastal geomorphosites of the Isles of Lipari and Stromboli (Aeolian islands, Italy): New potential for geo-tourism. *Il Quaternario. Italian Journal of Quaternary Sciences*, 18(1), 233–244.
- Golonka, J., Krobicki, M. (2007). The Dunajec River rafting – one of the most interesting geotouristic excursions in the future trans-border PIENINY Geopark. *Geoturystyka*, 10(3), 29–44.
- Golonka, J., Krobicki, M., Miśkiewicz, K., Słomka, T., Waśkowska, A., Doktor, M. (2013). Geopark "Beskid Śląsko-Morawsko-Żywiecki" – najstarsze utwory Karpat fliszowych. *Przegląd Geologiczny*, 61(5), 277–285.
- Hose, T.A. (1995). Selling the story of Britain's stone. *Environ Interpretation*, 10(2), 16–17.
- Hose, T.A. (2000). European geotourism – geological interpretation and geoconservation promotion for tourists. W: D. Barretino, W.A.P. Wimbleton, E. Gallego (red.), *Geological Heritage: Its Conservation and Management*. Madrid: Instituto Tecnológico GeoMinero de Espana, 127–146.
- Hose, T.A. (2008). Towards a history of geotourism: definitions, antecedents and the future. *Geological Society. Special Publications*, 300(1), 37–60. doi: 10.1144/SP300.5
- Hose, T.A. (2011). The genesis of geotourism and its management implications. W: T. Słomka (red.), *Geotourism: a variety of aspects*. Kraków: Akademia Górniczo-Hutnicza, 23–38.
- Ilinca, V., Comănescu, L. (2011). Aspects concerning some of the geomorphosites with tourist valor from Vâlcea County (Romania). *GeoJournal of Tourism and Geosites*, 7(1), 22–32.
- Joyce, E.B. (2006). Geomorphological sites and the new geotourism in Australia. *Geological Society of Australia*. Pozyskano z: <http://earthsci.unimelb.edu.au/Joyce/heritage/geotourisminaustralia.html>

- Jurj, M.A. (2016). The geomorphosites of Roşia Montană. *Geographia Napocensis*, 10(1), 95–101.
- Knapik, R., Migoń, P., Szuszkiewicz, A., Aleksandrowski, P. (2011). Geopark Karkonosze – georóżnorodność i geoturystyka. *Przegląd Geologiczny*, 59(4), 311–322.
- Koźma, J. (2008). *Opracowanie zasad identyfikacji i waloryzacji geotopów dla potrzeb sporządzania dokumentacji projektowych geoparków w Polsce z zastosowaniem systemów GPS i GIS*. Warszawa, Wrocław: Archiwum Państwowego Instytutu Geologicznego.
- Krobicki, M., Golonka, J. (2008). Podhale Palaeogene Flysch as geotouristic attractive region – first look to its unique geological values. *Geoturystyka*, 13(2), 25–44.
- Krzyszowska, E. (2013). Selected geotourist attractions of Death Valley, USA. *Geotourism*, 32–33(1–2), 59–68.
- Kubalíková, L. (2013). Geomorphosite assessment for geotourism purposes. *Czech Journal of Tourism*, 2(2), 80–104. doi: 10.2478/cjot-2013-0005
- Kubalíková, L., Kirchner, K. (2016). Geosite and geomorphosite assessment as a tool for geoconservation and geotourism purposes: a case study from Vizovická vrchovina Highland (Eastern part of the Czech Republic). *Geoheritage*, 8(1), 5–14. doi: 10.1007/s12371-015-0143-2
- Kurek, W. (2008). *Turystyka*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Maghsoudi, M., Rahmati, M. (2018). Geomorphosites assessment of Lorestan Province in Iran by comparing of zouros and Comanescu's methods (case study: Poldokhtar area, Iran). *Geojournal of Tourism and Geosites*, 21(1), 226–238.
- Mauerhofer, L., Reynard, E., Asrat, A., Hurni, H. (2018). Contribution of a geomorphosite inventory to the geoheritage knowledge in developing countries: the case of the Simien Mountains National Park, Ethiopia. *Geoheritage*, 10(4), 559–574. doi: 10.1007/s12371-017-0234-3
- Mucivuna, V.C., Reynard, E., Garcia, M. da G.M. (2019). Geomorphosites assessment methods: comparative analysis and typology. *Geoheritage*, 11, 1799–1815. doi: 10.1007/s12371-019-00394-x
- Neches, I. (2013). From geomorphosite evaluation to geotourism interpretation. Case study: The sphinx of Romania's Southern Carpathians. *Geojournal of Tourism and Geosites*, 12(2), 145–162.
- Nedelea, A., Comănescu, L., Marin, M. (2010). Petrographical relief on the southern slope of the Făgăraş Mountains (the Argeş Basin, Romania) – premiss for identification of geomorphosites. *Geojournal of Tourism and Geosites*, 5(1), 33–43.
- Newsome, D., Dowling, R.K. (2010). *Geotourism. The tourism of Geology and Landscape*. Oxford: Goodfellow Publishers Limited. doi: 10.23912/978-1-906884-09-3-21
- Niculită, M., Mărgărint, M.C. (2018). Landslides and fortified settlements as valuable cultural geomorphosites and geoheritage sites in the Moldavian Plateau, North-Eastern Romania. *Geoheritage*, 10(4), 613–634. doi: 10.1007/s12371-017-0261-0
- Ólafsdóttir, R. (2019). Geotourism. *Geosciences*, 9, 48–55.
- Orrù, P., Panizza, V., Ulzega, A. (2005). Submerged Geomorphosites in the marine protected areas of Sardinia (Italy): Assessment and improvement. *Il Quaternario. Italian Journal of Quaternary Sciences*, 18(1), 167–174.
- Panizza, M. (2001). Geomorphosites: Concepts, methods and examples of geomorphological survey. *Chinese Science Bulletin*, 46, 4–5.
- Panizza, V., Mennella, M. (2007). Assessing geomorphosites used for rock climbing: the example of Monteleone Rocca Doria (Sardinia, Italy). *Geographica Helvetica*, 62(3), 181–191.
- Pellitero, R., González-Amuchastegui, M.J., Ruiz-Flaño, P., Serrano, E. (2011). Geodiversity and geomorphosite assessment applied to a natural protect area: the Ebro and Rudron gorges natural park (Spain). *Geoheritage*, 3(3), 163–174. doi: 10.1007/s12371-010-0022-9
- Pereira, P., Pereira, D. (2010). Methodological guidelines for geomorphosite assessment. *Geomorphologie: Relief, Processus, Environnement*, 16(2), 215–222. doi: 10.4000/geomorphologie.7942
- Pereira, P., Pereira, D., Caetano Alves, M.I. (2007). Geomorphosite assessment in Montesinho Natural Park (Portugal). *Geographica Helvetica*, 62(3), 159–168. doi: 10.5194/gh-62-159-2007

- Pérez-Umaña, D., Quesada-Román, A., De Jesús Rojas, J.C., Zamorano-Orozco, J.J., Dóniz-Páez, J., Becerra-Ramírez, R. (2019). Comparative analysis of geomorphosites in volcanoes of Costa Rica, Mexico, and Spain. *Geoheritage*, 11(2), 545–559. doi: 10.1007/s12371-018-0313-0
- Pica, A., Luberti, G.M., Vergari, F., Fredi, P., Del Monte, M. (2017). Contribution for an Urban Geomorphosite Assessment Method: Proposal from Three Geomorphosites in Rome (Italy). *Quaestiones Geographicae*, 36(3), 21–36. doi: 10.1515/quageo-2017-0030
- Pica, A., Vergari, F., Fredi, P., Del Monte, M. (2015). The *Aeterna Urbs* Geomorphological Heritage (Rome, Italy). *Geoheritage*, 8(1), 1–12. doi: 10.1007/s12371-015-0150-3
- Pralong, J.P. (2005). A method for assessing tourist potential and use of geomorphological sites. *Géomorphologie: Relief, Processus, Environnement*, 11(3), 189–196. doi: 10.4000/geomorphologie.350
- Reynard, E. (2004). Geosite. W: Goudie, A. (red.) *Encyclopedia of Geomorphology*, Taylor&Francis. Routledge, 440.
- Reynard, E., Brilha, J. (2018). *Geoheritage: assessment, protection, and management*. Amsterdam: Elsevier.
- Reynard, E., Coratza, P. (2013). Scientific research on geomorphosites. A review of the activities of the IAG working group on geomorphosites over the last twelve years. *Geografia Fisica e Dinamica Quaternaria*, 36(1), 159–168. doi: 0.4461/GFDQ.2013.36.13
- Reynard, E., Coratza, P., Hobléa, F. (2016). Current Research on Geomorphosites. *Geoheritage*, 8(1), 1–3. doi: 10.1007/s12371-016-0174-3
- Reynard, E., Fontana, G., Kozlik, L., Scapozza, C. (2007). A method for assessing “scientific” and “additional values” of geomorphosites. *Geographica Helvetica*, 62(3), 148–158. doi: 10.5194/gh-62-148-2007
- Reynard, E., Panizza, M. (2005). Geomorphosites: definition, assessment and mapping. *Géomorphologie: Relief, Processus, Environnement*, 11(3), 177–180. doi: 10.4000/geomorphologie.337
- Reynard, E., Perret, A., Bussard, J., Grangier, L., Martin, S. (2016). Integrated Approach for the Inventory and Management of Geomorphological Heritage at the Regional Scale. *Geoheritage*, 8(1), 43–60. doi: 10.1007/s12371-015-0153-0
- Reynard, E., Pica, A., Coratza, P. (2017). Urban geomorphological heritage. An overview. *Quaestiones Geographicae*, 36(3), 7–20. doi: 10.1515/quageo-2017-0022
- Rodrigues, M.L., Fonseca, A. (2010). Geoheritage assessment based on large-scale geomorphological mapping: contributes from a Portuguese limestone massif example. *Géomorphologie: Relief, Processus, Environnement*, 16(2), 189–198. doi: 10.4000/geomorphologie.7924
- Rybár, P. (2010). Assessment of attractiveness (value) of geotouristic objects. *Acta Geoturistica*, 1(2), 13–21.
- Rypl, J., Kirchner, K., Ryplová, R. (2019). Contribution to the assessment of geomorphosites in the Czech Republic (a case study of the north-eastern part of the Novohradské Mountains). *Geoheritage*, 11(2), 427–439. doi: 10.1007/s12371-018-0293-0
- Safarabadi, A., Shahzeidi, S.S. (2018). Tourism silence in geomorphosites: a case study of Ali-Sadr cave (Hamadan, Iran). *Geojournal of Tourism and Geosites*, 21(1), 49–60.
- Sansò, P., Margiotta, S., Mastronuzzi, G., Vitale, A. (2015). The geological heritage of Salento Leccese area (Apulia, southern Italy). *Geoheritage*, 7(1), 85–101. doi: 10.1007/s12371-013-0093-5
- Santos, D.S., Mansur, K.L., Seoane, J.C.S., Mucivuna, V.C., Reynard, E. (2020). Methodological proposal for the inventory and assessment of geomorphosites: An integrated approach focused on territorial management and geoconservation. *Environmental Management*, 66(3), 476–497. doi: 10.1007/s00267-020-01324-2
- Serrano, E., González-Trueba, J.J. (2005). Assessment of geomorphosites in natural protected areas: the Picos de Europa National Park (Spain). *Géomorphologie: Relief, Processus, Environnement*, 11(3), 197–208. doi: 10.4000/geomorphologie.364
- Słomka, T., Kicińska-Świdarska, A. (2004). Geoturystyka – podstawowe pojęcia. *Geoturystyka*, 1(1), 5–7.
- Štrba, L., Rybár, P., Baláž, B., Molokáč, M., Hvizdák, L., Kršák, B., ... Ferenčíková, J. (2014). Geosite assessments: comparison of methods and results. *Current Issues in Tourism*, 18(5), 496–510. doi: 10.1080/13683500.2014.882885

- Tessema, G.A., van der Borg, J., Minale, A.S., Van Rompaey, A., Adgo, E., Nyssen, J., ... Poesen, J. (2021). Inventory and assessment of geosites for geotourism development in the Eastern and Southeastern Lake Tana Region, Ethiopia. *Geoheritage*, 13(43). doi: 10.1007/s12371-021-00560-0
- Vdovets, M.S., Silantiev, V.V., Mozzherin, V.V. (2010). A national geopark in the Republic of Tatarstan (Russia): A feasibility study. *Geoheritage*, 2(1), 25–37. doi: 10.1007/s12371-010-0010-0
- Wang, G. (2015). Geoheritage Features in Xi'an, China: Cuihua Rock Avalanche Likely Originating from an Ancient Earthquake. *Geoheritage*, 7(3), 285–297. doi: 10.1007/s12371-014-0132-x
- Warowna, J., Zgłobicki, W., Gajek, G., Telecka, M., Kołodyńska-Gawrysiak, R., Zieliński, P. (2014). Geomorphosite assessment in the proposed geopark Vistula River gap (E Poland). *Quaestiones Geographicae*, 33(3), 173–180. doi: 10.2478/quageo-2014-0040
- Warszyńska, J. (1970). Waloryzacja miejscowości z punktu widzenia atrakcyjności turystycznej (zarys metody). *Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Jagiellońskiego. Prace Geograficzne* (27), 103–114.
- Zgłobicki, W., Poesen, J., Cohen, M., Del Monte, M., García-Ruiz, J.M., Ionita, I., ... Vergari, F. (2019). The potential of permanent gullies in Europe as geomorphosites. *Geoheritage*, 11(2), 217–239. doi: 10.1007/s12371-017-0252-1
- Zouros, N.C. (2007). Geomorphosite assessment and management in protected areas of Greece Case study of the Lesbos Island – coastal geomorphosites. *Geographica Helvetica*, 62(3), 169–180. doi: 10.5194/gh-62-169-2007

Anna Chrobak, dr, Uniwersytet Pedagogiczny w Krakowie, Instytut Geografii, Katedra Geologii. Prowadzi badania w następujących dziedzinach: 1) geografia fizyczna, zwłaszcza geomorfologia (procesy masowe – osuwiska); 2) analiza georóżnorodności wybranych obszarów w Europie; 3) geoturystyka – inwentaryzacja i ocena ilościowa geostanowisk oraz 4) preferencje turystów.

Anna Chrobak, PhD, Pedagogical University of Krakow, Institute of Geography, Department of Geology. Research is conducted in the following fields: 1) physical geography, especially geomorphology (mass processes – landslides); 2) geodiversity analysis of selected areas in Europe; 3) geotourism – inventory and quantitative assessment of geosites and 4) (geo)tourists preferences.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3124-8853>

Adres/address:

Uniwersytet Pedagogiczny im. KEN w Krakowie
Instytut Geografii, Katedra Geologii
ul. Podchorążych 2
30-084 Kraków
e-mail: anna.chrobak@up.krakow.pl

PAULINA PILICHOWSKA

Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu, Polska
Wrocław University of Economics and Business, Poland

ALEKSANDRA GŁAŻAŁA

Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu, Polska
Wrocław University of Economics and Business, Poland

Wyposażenie infrastruktury transportowej i intensywność ruchu turystycznego województw Polski w latach 2015–2019

Equipment of transport infrastructure and intensity of tourist traffic in Polish voivodeships in 2015–2019

Streszczenie: Ruch turystyczny, odpowiedni poziom zagospodarowania turystycznego oraz walory turystyczne to trzy najistotniejsze elementy, które muszą zaistnieć na danym obszarze, by można było powiedzieć, że pełni on funkcję turystyczną. Dostępność transportowa określana jest jako jeden z czynników wpływających na atrakcyjność turystyczną regionu. Wśród licznych metod jej pomiaru wyróżnia się zastosowaną w niniejszym opracowaniu dostępność mierzoną wyposażeniem infrastrukturalnym. Celem opracowania jest uporządkowanie województw Polski ze względu na intensywność ruchu turystycznego oraz dostępność wyposażenia infrastruktury transportowej, ocena ich zróżnicowania i zmian zachodzących w czasie. Badaniem objęto 16 województw Polski. Zakres czasowy badania obejmuje lata 2015 i 2019. Analizę przeprowadzono na podstawie informacji statystycznych pochodzących z bazy danych Głównego Urzędu Statystycznego. Analiza dowiodła, że województwa Polski wykazują duże zróżnicowanie zarówno ze względu na intensywność ruchu turystycznego, jak i wyposażenie infrastruktury transportowej. Nie potwierdzono hipotezy, że województwa Polski, które charakteryzują się najwyższym stopniem intensywności ruchu turystycznego, posiadają najbardziej rozbudowaną infrastrukturę transportową, natomiast województwa, które z uwagi na intensywność ruchu turystycznego zajęły ostatnie lokaty w rankingu, cechują się niskim stopniem wyposażenia infrastruktury transportowej.

Abstract: Tourist traffic, an appropriate level of tourism development and tourist values are the three most important elements that must exist in a given area in order to be able to say that it performs a tourist function. Transport accessibility is defined as one of the factors influencing tourist attractiveness of the region. Among the numerous methods of its measurement, accessibility measured in this study is distinguished by infrastructure equipment. The aim of the study is to organise Polish voivodeships in terms of the intensity of tourist traffic and the availability of transport infrastructure equipment, to assess their diversity and changes over time. The study covered 16 voivodeships of Poland. The time scope of the study covers the years 2015 and 2019. The analysis was carried out on the basis of statistical information from the database of the Central Statistical Office. The analysis showed that the Polish voivodeships are highly diversified both in terms of the intensity of tourist traffic and the equipment of the transport infrastructure. The hypothesis that the Polish voivodeships, which are characterised by the highest degree of intensity of tourist traffic, have the most developed transport infrastructure, while those which, due to the intensity of tourist traffic, have taken the last positions in the ranking, are characterised by a low level of transport infrastructure equipment has not been confirmed.

Słowa kluczowe: dostępność transportowa; intensywność ruchu turystycznego; wyposażenie infrastruktury transportowej

Keywords: tourist traffic intensity; transport accessibility; transport infrastructure equipment

Otrzymano: 20 lipca 2021

Received: 20 July 2021

Zaakceptowano: 12 września 2021

Accepted: 12 September 2021

Sugerowana cytacja / Suggested citation:

Pilichowska, P., Głądała, A. (2021). Wyposażenie infrastruktury transportowej i intensywność ruchu turystycznego województw Polski w latach 2015–2019. *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego*, 35(3), 146–163, doi: <https://doi.org/10.24917/20801653.353.9>

WSTĘP

Transport stanowi jeden z najistotniejszych elementów w rozwoju turystyki. Podstawowe funkcje transportu w turystyce obejmują zapewnienie dostępu do destynacji turystycznych oraz przemieszczania się w ich obrębie. Współcześnie transport może stanowić także główny element podróży turystycznej, gdy traktowany jest jako samodzielna atrakcja turystyczna. Infrastruktura transportowa obejmująca między innymi sieci drogowe, kolejowe, porty morskie czy lotnicze jest jednym z elementów wyznaczających poziom dostępności komunikacyjnej destynacji turystycznych. Rola i znaczenie transportu w rozwoju turystyki wydają się oczywiste, ale warto podkreślić, że rozwój turystyki (w tym wzrost ruchu turystycznego) wymusza istotne zmiany w sieci transportowej (Taylor, 2018; Więckowski, 2011; Wojdygowski, 2018).

Intensywność ruchu turystycznego w danym regionie zdeterminowana jest także poziomem dostępności komunikacyjnej, która w szerokim ujęciu obejmuje dostępność telekomunikacyjną (sprawny system informacji turystycznej) oraz dostępność transportową (Jaremen, Nawrocka, 2012). Do grupy podstawowych miar służących ocenie rozwoju funkcji turystycznej, pozwalających na pomiar intensywności ruchu turystycznego danego obszaru, zalicza się wykorzystane w niniejszym opracowaniu wskaźniki Schneidera (W_{sch}) i Deferta (W_D) (Niemczyk, Załona, 2013; Stec, 2013; Szromek, 2012; Widz, 2020).

Dostępność transportowa jest określana jako jeden z czynników wpływających na atrakcyjność turystyczną regionu. To stopień łatwości, z jakim można dostać się do danego miejsca dzięki istnieniu sieci infrastruktury i usług transportowych. Dany punkt obszaru jest tym dostępniejszy transportowo, im więcej jest innych punktów, do których można dotrzeć zadowalająco szybko, tanio i sprawnie. Wzrost dostępności może więc generować intensywność ruchu turystycznego. Słaba dostępność transportowa to jedna z głównych przyczyn odpływu turystów w rejony lepiej dostępne, a tym samym lepiej zorganizowane (Sierpiński, 2010; Więckowski i in., 2012). To również jeden z czynników, który ma istotny wpływ na poziom i jakość życia mieszkańców, jak i na atrakcyjność inwestycyjną (Guzik, 2014). Oprócz transportu drogowego i kolejowego, w zapewnianiu dostępności transportowej ważną rolę odgrywa także transport powietrzny, który zapewnia dynamiczny i racjonalny sposób przemieszczania się pomiędzy punktami podróży (Pomykała i in., 2019). Silne skorelowanie z turystyką rekreacyjną i biznesową ma pozytywny wpływ na poprawę dostępności, która wynika z modernizacji i rozbudowy infrastruktury tej gałęzi transportowej (Papatheodorou, 2021).

W literaturze przedmiotu istnieje wiele różnorodnych metod pomiaru dostępności transportowej. Wśród nich najczęściej wymienia się dostępność mierzoną wyposażeniem infrastrukturalnym, odległością, izochronami, maksymalizacją użyteczności, dostępnością potencjalną czy dostępnością mierzoną w geografii czasu. Jak wskazuje Sz. Wiśniewski, najczęściej wykorzystuje się cztery podstawowe podejścia, a mianowicie ilość i jakość infrastruktury transportowej, dostępność transportową w ujęciu czasowym lub ekonomicznym, a także potencjałowym (Wiśniewski, 2014). Wykorzystana w niniejszym opracowaniu metoda oparta na badaniu wyposażenia infrastrukturalnego danego obszaru, definiowana jest również jako dostępność określana za pomocą wskaźników prostych, do których zalicza się liczbę i jakość składników infrastruktury oraz poziom kongestii. Dostępność transportowa w badaniach może być traktowana jako wyposażenie danego regionu w infrastrukturę transportową, która może być wyrażona za pomocą gęstości sieci drogowej czy kolejowej (Rosik i in., 2013). Jej niewątpliwą zaletą jest duża dostępność danych wejściowych do analizy oraz stosunkowa łatwość wnioskowania na podstawie tych danych (Bocheński, 2018).

CEL, ŹRÓDŁA DANYCH I METODY BADAŃ

Jednym z istotnych elementów mających wpływ na intensywność ruchu turystycznego w regionie jest dostępność transportowa, która w niniejszym opracowaniu mierzona jest wyposażeniem infrastruktury transportowej.

Głównym celem niniejszego opracowania było uporządkowanie województw Polski ze względu na intensywność ruchu turystycznego i wyposażenie infrastruktury transportowej oraz ocena ich zróżnicowania i zmian w czasie zachodzących w tym zakresie.

Postawiono następujące hipotezy badawcze:

1. Województwa Polski wykazują duże zróżnicowanie ze względu na intensywność ruchu turystycznego oraz wyposażenie infrastruktury transportowej.
2. Województwa Polski charakteryzujące się najwyższym stopniem intensywności ruchu turystycznego posiadają najbardziej rozbudowaną infrastrukturę transportową, natomiast województwa, które z uwagi na intensywność ruchu turystycznego zajmują ostatnie lokaty w rankingu, cechują się niskim stopniem wyposażenia infrastruktury transportowej.

Badaniem objęto 16 województw w Polsce w latach 2015 i 2019. Przyjęty zakres czasowy badania podyktowany był dostępnością danych wykorzystanych w opracowaniu.

Do realizacji postawionych celów i zweryfikowania założonych hipotez badawczych posłużono się kwerendą literatury przedmiotu oraz danymi statystycznymi pochodzącymi z bazy danych Głównego Urzędu Statystycznego (GUS).

Jak wskazują liczne publikacje naukowe (Bąk, Wawrzyniak, 2012; Hendel, 2016; Szromek, 2013; Tracz, Bajgier-Kowalska, 2020), do pomiaru intensywności ruchu turystycznego wykorzystywane są m.in. wskaźniki Schneidera i Deferta, którymi posłużono się w niniejszym opracowaniu.

1. Wskaźnik Schneidera:

$$W_{Sch} = \frac{\text{liczba turystów}}{100 \text{ mieszkańców}} \quad (1)$$

2. Wskaźnik Deferta:

$$W_D = \frac{\text{liczba turystów}}{1 \text{ km}^2 \text{ powierzchni}} \quad (2)$$

Wyposażenie regionu w infrastrukturę transportową, wyrażone gęstością sieci drogowej lub kolejowej, to jedna z miar dostępności transportowej. Oprócz niej we współczesnych badaniach wymienia się dostępność kumulatywną i potencjałową (Rosik i in., 2013). Z uwagi na wskazaną we wstępie dużą dostępność danych wejściowych do analizy oraz stosunkową łatwość wnioskowania na podstawie tych danych, dokonano identyfikacji dostępności transportowej w oparciu o metodę polegającą na badaniu wyposażenia infrastrukturalnego. Analizie poddano:

1. długość dróg ekspresowych i autostrad na 1000 km² (DDEiA);
2. długość linii kolejowych ogółem na 1000 km² (DLK).

Po zebraniu danych i ocenie ich kompletności obliczono wartości wskaźników, na podstawie których opracowano rankingi województw Polski. W badaniach empirycznych posłużono się podstawowymi parametrami opisowymi oraz zmianami procentowymi wartości W_{Sch} , W_D , DDEiA, DLK w 2019 roku w porównaniu do roku 2015. Wyniki badań zaprezentowano w postaci opisu tabelarycznego i graficznego.

WYNIKI BADAŃ

Przeciętna liczba turystów przypadająca na 100 mieszkańców (W_{Sch}) w Polsce wzrosła z 70,10 w 2015 roku do 93,00 w roku 2019. Wartość tego wskaźnika w podziale na województwa Polski była różnorodna, co przedstawiono w tabeli 1.

Największą wartością liczby turystów na 100 mieszkańców charakteryzowały się takie województwa jak: zachodniopomorskie (lokata 1), małopolskie (lokata 2), pomorskie (lokata 3) oraz dolnośląskie (lokata 4). W województwie dolnośląskim o 50% w badanym okresie wzrosła liczba turystów przypadająca na 100 mieszkańców (z 90,20 w 2015 roku do 135,60 w 2019). Wysoką pozycję zajęły również województwa warmińsko-mazurskie (lokata 5 i 6) oraz mazowieckie (lokata 6 i 5). Województwo opolskie w obu badanych latach zajmowało ostatnią, 16 lokatę, lubelskie przesunęło się o jedną pozycję w górę (lokata 15 i 14), a świętokrzyskie obniżyło swoją pozycję o 1 lokatę (lokata 14 i 15). Największy spadek w tabeli zaobserwowano w województwie łódzkim (lokata 9 i 13) oraz wielkopolskim (lokata 8 i 11). Województwa kujawsko-pomorskie, podkarpackie i śląskie poprawiły w 2019 roku swoje pozycje o 3 lokaty w stosunku do roku bazowego. Większość województw w 2019 roku utrzymała swoją pozycję z roku bazowego lub nieznacznie ją poprawiła.

Tabela 1. Lokaty województw Polski ze względu na liczbę turystów przypadających na 100 mieszkańców (W_{Sch}) w latach 2015 i 2019

Lp.	Województwo	Rok 2015		Rok 2019		Zmiany w lokatach 2015–2019	
		W_{Sch}	Lokata	W_{Sch}	Lokata	Województwo	Zmiany
1	dolnośląskie	90,20	4	135,60	4	dolnośląskie	0
2	kujawsko-pomorskie	50,60	11	65,50	8	kujawsko-pomorskie	3
3	lubelskie	37,10	15	54,30	14	lubelskie	1
4	lubuskie	60,40	7	71,20	7	lubuskie	0

5	łódzkie	51,30	9	57,90	13	łódzkie	-4
6	małopolskie	120,90	2	164,40	2	małopolskie	0
7	mazowieckie	76,90	6	102,30	5	mazowieckie	1
8	opolskie	32,90	16	45,40	16	opolskie	0
9	podkarpackie	45,00	13	61,00	10	podkarpackie	3
10	podlaskie	51,00	10	58,40	12	podlaskie	-2
11	pomorskie	105,80	3	138,50	3	pomorskie	0
12	śląskie	46,90	12	64,20	9	śląskie	3
13	świętokrzyskie	41,10	14	53,10	15	świętokrzyskie	-1
14	warmińsko-mazurskie	78,70	5	96,60	6	warmińsko-mazurskie	-1
15	wielkopolskie	54,20	8	61,00	11	wielkopolskie	-3
16	zachodniopomorskie	138,70	1	189,10	1	zachodniopomorskie	0

Legenda:

W_{sch} – wskaźnik Schneidera: liczba turystów przypadających na 100 mieszkańców

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS

Przeciętna liczba turystów przypadająca na 1 km² powierzchni (W_D) w Polsce zwiększyła się z 22,4 w roku 2015 do 68,0 w roku 2019. Wartość tego wskaźnika w podziale na województwa w kraju była zróżnicowana (tabela 2). Największą wartością liczby turystów przypadających na 1 km² powierzchni charakteryzowały się takie województwa, jak: małopolskie (lokata 1), zachodniopomorskie (lokata 2), pomorskie (3 lokata) i województwo dolnośląskie (lokata 4), w którym odnotowano największy wzrost liczby turystów przypadających na 1 km² powierzchni (o ponad 50%; z 45,20 w 2015 roku do 68,00 w 2019 roku). Wysokie pozycje w badanym okresie zajęły również województwa lubuskie (lokata 5 i 6) oraz śląskie (lokata 6 i 5). Na ostatnich pozycjach znalazły się województwa lubelskie (lokata 16 i 15) i wielkopolskie (lokata 15 i 16). Województwa mazowieckie i podlaskie zarówno w roku bazowym, jak i w 2019 roku utrzymały niskie pozycje – odpowiednio lokata 13 i 14. Równie niskie pozycje zajmowały województwa podkarpackie (lokata 12 i 11) oraz łódzkie (11 i 12). Większość z województw poddanych analizie nie zmieniła swojej pozycji lub poprawiła ją o 1 lokatę.

Tabela 2. Lokaty województw Polski ze względu na liczbę turystów przypadających na 1 km² powierzchni (W_D) w latach 2015 i 2019

Lp.	Województwo	Rok 2015		Rok 2019		Zmiany w lokatach 2015–2019	
		W_D	Lokata	W_D	Lokata	Województwo	Zmiany
1	dolnośląskie	45,20	4	68,00	4	dolnośląskie	0
2	kujawsko-pomorskie	28,10	10	36,40	10	kujawsko-pomorskie	0
3	lubelskie	14,80	16	21,60	15	lubelskie	1
4	lubuskie	43,20	5	50,90	6	lubuskie	-1
5	łódzkie	28,10	11	31,80	12	łódzkie	-1
6	małopolskie	79,60	1	108,30	1	małopolskie	0
7	mazowieckie	21,60	14	28,80	14	mazowieckie	0
8	opolskie	35,00	8	48,20	7	opolskie	1
9	podkarpackie	25,20	12	34,20	11	podkarpackie	1
10	podlaskie	25,20	13	28,90	13	podlaskie	0

11	pomorskie	57,80	3	75,60	3	pomorskie	0
12	śląskie	38,00	6	52,00	5	śląskie	1
13	świętokrzyskie	35,10	7	45,30	8	świętokrzyskie	-1
14	warmińsko-mazurskie	32,60	9	40,00	9	warmińsko-mazurskie	0
15	wielkopolskie	18,20	15	20,50	16	wielkopolskie	-1
16	zachodniopomorskie	60,60	2	82,60	2	zachodniopomorskie	0

Legenda:

W_D – wskaźnik Deferta: liczba turystów przypadająca na 1 km² powierzchni

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS

Długość dróg ekspresowych i autostrad na 1000 km² (DDEiA) w Polsce zwiększyła się. W 2015 roku wynosiła 9,76, by w roku 2019 wzrosnąć do 13,14. Wartość tego wskaźnika w podziale na województwa Polski (tabela 3) była zróżnicowana.

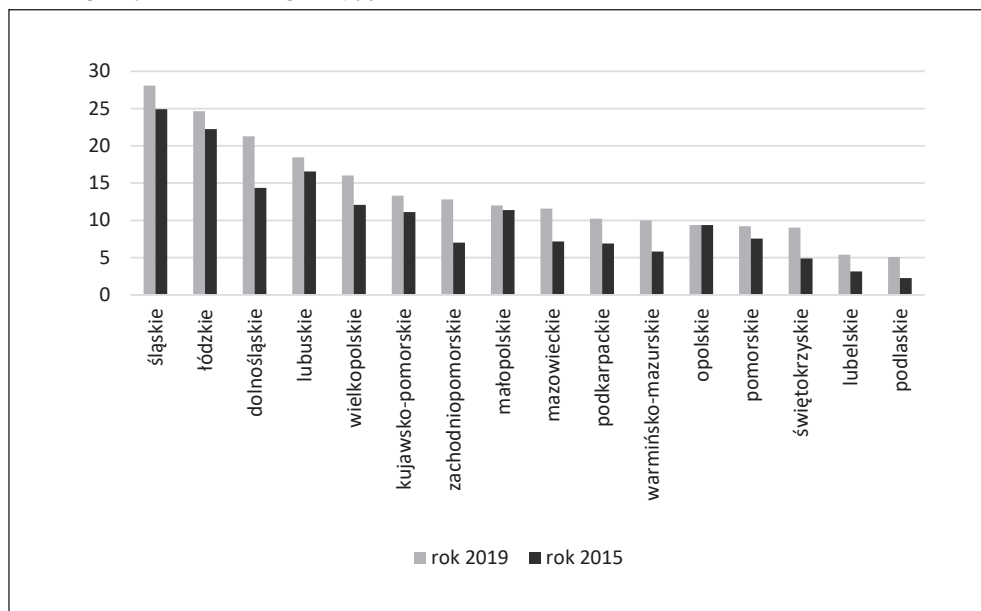
Najwyższe miejsca w rankingu zajmowały w obu badanych latach województwa śląskie (lokata 1) i łódzkie (lokata 2). Wysokie pozycje zajęły także województwa lubuskie (lokata 3 i 4), dolnośląskie (lokata 4 i 3) oraz wielkopolskie, które w 2015 i w 2019 roku zajmowało wysoką, 5 lokatę. Województwo zachodniopomorskie przesunęło się w górę tabeli o 4 lokaty. Województwa podkarpackie i warmińsko-mazurskie mimo poprawy pozycji o 2 lokaty zajęły niskie pozycje. Najniższe miejsca w rankingu w badanych latach zajęły województwa podlaskie (lokata 16), lubelskie (lokata 15) oraz świętokrzyskie (lokata 14). Większość poddanych analizie województw utrzymała lub nieznacznie poprawiła swoją pozycję w 2019 roku w stosunku do roku bazowego.

Tabela 3. Lokaty województw w Polsce ze względu na długość dróg ekspresowych i autostrad na 1000 km² (DDEiA) w latach 2015 i 2019

Lp.	Województwo	Rok 2015		Rok 2019		Zmiany lokat 2015/2019
		DDEiA	Lokata	DDEiA	Lokata	
1	dolnośląskie	14,35	4	21,28	3	1
2	kujawsko-pomorskie	11,13	7	13,32	6	1
3	lubelskie	3,16	15	5,40	15	0
4	lubuskie	16,56	3	18,44	4	-1
5	łódzkie	22,25	2	24,66	2	0
6	małopolskie	11,38	6	11,99	8	-2
7	mazowieckie	7,17	10	11,58	9	1
8	opolskie	9,36	8	9,36	12	-4
9	podkarpackie	6,89	12	10,23	10	2
10	podlaskie	2,27	16	5,10	16	0
11	pomorskie	7,55	9	9,23	13	-4
12	śląskie	24,92	1	28,08	1	0
13	świętokrzyskie	4,88	14	9,01	14	0
14	warmińsko-mazurskie	5,81	13	9,98	11	2
15	wielkopolskie	12,09	5	16,03	5	0
16	zachodniopomorskie	7,01	11	12,82	7	4

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS

Rycina 1. Długość dróg ekspresowych i autostrad na 1000 km² w województwach w Polsce, w latach 2015 i 2019, uporządkowane według malejących wartości w 2019 roku



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych z GUS

Na rycinie 1 przedstawiono długość dróg ekspresowych i autostrad na 1000 km² (DDEiA) w województwach w Polsce, w latach 2015 i 2019, uporządkowane według malejących wartości w 2019 roku.

Analiza danych pokazała, że długość dróg ekspresowych i autostrad na 1000 km² w 2019 i w 2015 roku była największa w województwach śląskim, łódzkim, dolnośląskim, lubuskim i wielkopolskim. Najniższe wartości z uwagi na analizowany wskaźnik w 2019 roku wystąpiły w województwach podlaskim, lubelskim, świętokrzyskim, pomorskim i opolskim. W 2015 roku w tej grupie, oprócz województwa podlaskiego, lubelskiego, świętokrzyskiego, znalazło się również warmińsko-mazurskie.

Długość linii kolejowych na 1000 km² (DLK) w Polsce w latach 2015–2019 nie zmieniła się i w obu badanych latach wynosiła 0,62. Podobną sytuację zaobserwowano w poszczególnych województwach Polski.

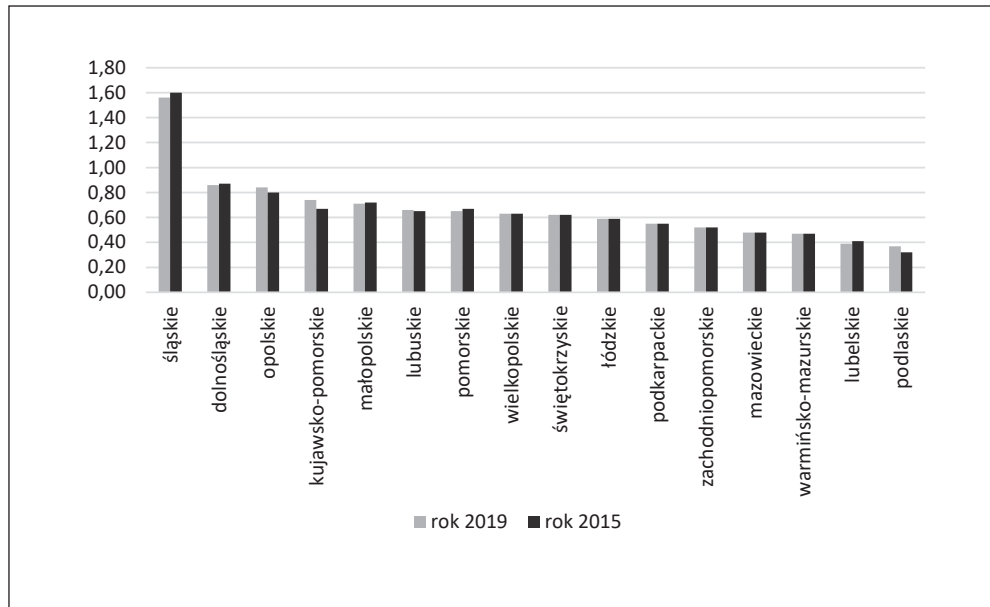
W tabeli 4 przedstawiono lokaty województw ze względu na długość linii kolejowych ogółem na 1000 km² (DLK), w latach 2015 i 2019. Najwyższe lokaty w obu badanych latach zajmowały województwa: śląskie z 1 lokatą, dolnośląskie z 2 lokatą, opolskie z lokatą 3. Województwo małopolskie utrzymało wysoką 4 lokatę w 2015 roku i 5 w 2019 roku. Wysokie pozycje zajmowały również kujawsko-pomorskie (lokata 5 i 4) oraz województwo pomorskie (lokata 6 i 7). Na najniższych pozycjach w obu badanych latach znajdowały się województwa podlaskie (lokata 16) i lubelskie (lokata 15). Większość z analizowanych województw nie zmieniła swojej pozycji lub nieznacznie, bo o 1 lokatę, podniosła lub obniżyła pozycje w rankingu.

Na rycinie 2 przedstawiono długość linii kolejowych ogółem na 1000 km² (DLK) w województwach w Polsce, w latach 2015 i 2019, uporządkowane według malejących wartości w 2019 roku.

Tabela 4. Lokaty województw w Polsce ze względu na długość linii kolejowych ogółem na 1000 km² (DLK) w latach 2015 i 2019

Lp.	Województwo	Rok 2015		Rok 2019		Zmiany lokat 2015/2019
		DLK	Lokata	DLK	Lokata	
1	dolnośląskie	0,87	2	0,86	2	0
2	kujawsko-pomorskie	0,67	5	0,74	4	1
3	lubelskie	0,41	15	0,39	15	0
4	lubuskie	0,65	7	0,66	6	1
5	łódzkie	0,59	10	0,59	10	0
6	małopolskie	0,72	4	0,71	5	-1
7	mazowieckie	0,48	13	0,48	13	0
8	opolskie	0,80	3	0,84	3	0
9	podkarpackie	0,55	11	0,55	11	0
10	podlaskie	0,32	16	0,37	16	0
11	pomorskie	0,67	6	0,65	7	-1
12	śląskie	1,60	1	1,56	1	0
13	świętokrzyskie	0,62	9	0,62	9	0
14	warmińsko-mazurskie	0,47	14	0,47	14	0
15	wielkopolskie	0,63	8	0,63	8	0
16	zachodniopomorskie	0,52	12	0,52	12	0

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych z GUS

Rycina 2. Długość linii kolejowych ogółem na 1000 km² w województwach w Polsce, w latach 2015 i 2019, uporządkowane według malejących wartości w 2019 roku

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych z GUS

Ze względu na analizowaną zmienną najwyższe pozycje zajmowały w 2019 roku i w 2015 roku województwa śląskie, dolnośląskie, opolskie, kujawsko-pomorskie oraz małopolskie. Ostatnią pozycję w obu badanych latach zajmowały województwa podlaskie, lubelskie, warmińsko-mazurskie, mazowieckie i zachodniopomorskie. Województwa śląskie, dolnośląskie, małopolskie, pomorskie i lubelskie znalazły się w grupie województw, w których długość linii kolejowych ogółem na 1000 km² w 2019 roku zmalała w stosunku do roku 2015.

W tabeli 5 przedstawiono zmiany procentowe wartości W_{Sch} i W_D .

Analiza danych wykazała, że we wszystkich województwach w roku 2019 w stosunku do roku 2015 liczba turystów zwiększyła się. Największy wzrost odnotowano w województwie dolnośląskim – o 50,33% ze względu na W_{Sch} i o 50,44% ze względu na W_D , oraz w województwie lubelskim – o 46,36% ze względu na W_{Sch} i o 45,95% ze względu na W_D . O ponad 30% liczba ta zwiększyła się w województwach małopolskim, mazowieckim, opolskim, podkarpackim, śląskim i zachodniopomorskim. Najmniejszy wzrost ze względu na W_{Sch} i W_D zaobserwowano w województwach wielkopolskim, łódzkim, podlaskim, lubuskim oraz warmińsko-mazurskim.

Tabela 5. Zmiany procentowe wartości W_{Sch} i W_D w 2019 roku w porównaniu do roku 2015

Lp.	Województwo	W_{Sch}		Zmiana 2019/2015 (w %)	W_D		Zmiana 2019/2015 (w %)
		2015	2019		2015	2019	
1	dolnośląskie	90,20	135,60	50,33	45,20	68,00	50,44
2	kujawsko-pomorskie	50,60	65,50	29,44	28,10	36,40	29,54
3	lubelskie	37,10	54,30	46,36	14,80	21,60	45,95
4	lubuskie	60,40	71,20	17,88	43,20	50,9	17,82
5	łódzkie	51,30	57,90	12,86	28,10	31,80	13,17
6	małopolskie	120,90	164,40	35,98	79,60	108,30	36,06
7	mazowieckie	76,90	102,30	33,02	21,60	28,80	33,33
8	opolskie	32,90	45,40	37,99	35,00	48,20	37,71
9	podkarpackie	45,00	61,00	35,55	25,20	34,20	35,71
10	podlaskie	51,00	58,40	14,50	25,20	28,90	14,68
11	pomorskie	105,80	138,50	30,90	57,80	75,60	30,80
12	śląskie	46,90	64,20	36,88	38,00	52,00	36,84
13	świętokrzyskie	41,10	53,10	29,19	35,10	45,30	29,06
14	warmińsko-mazurskie	78,70	96,60	22,74	32,60	40,00	22,70
15	wielkopolskie	54,20	61,00	12,54	18,20	20,50	12,64
16	zachodniopomorskie	138,70	189,10	36,33	60,60	82,60	36,30

Legenda:

W_{Sch} – wskaźnik Schneidera: liczba turystów przypadających na 100 mieszkańców

W_D – wskaźnik Deferta: liczba turystów przypadająca na 1 km² powierzchni

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS

W tabeli 6 przedstawiono zmiany procentowe wartości DDEiA oraz DLK w roku 2019 w stosunku do roku 2015.

Analiza danych wykazała, że długość dróg ekspresowych i autostrad na 1000 km² najbardziej zwiększyła się w województwach: świętokrzyskim o 84,63%, zachodniopomorskim o 82,88%, warmińsko-mazurskim o 71,77%, lubelskim o 70,89% i mazowieckim o 61,51%. Długość dróg ekspresowych i autostrad najmniej wzrosła

w województwach: małopolskim o 5,36%, łódzkim o 10,83%, lubuskim o 11,35%, śląskim o 12,68% oraz kujawsko-pomorskim o 19,68%. Wartość DDEiA nie uległa zmianie w roku 2019 w stosunku do roku 2015 w województwie opolskim. Długość linii kolejowych na 1000 km² wzrosła jedynie w województwach: podlaskim o 15,63%, kujawsko-pomorskim o 10,44%, opolskim o 5,00% oraz lubuskim o 1,54%. Długość linii kolejowych zmniejszyła się w województwach: lubelskim o 4,88%, pomorskim o 2,99%, śląskim o 2,50% oraz dolnośląskim o 1,15%. W pozostałych województwach długość linii kolejowych nie zmieniła się.

Tabela 6. Zmiany procentowe wartości DDEiA i DLK w 2019 roku w porównaniu do roku 2015

Lp.	Województwo	DDEiA		Zmiana 2019/2015 (w %)	DLK		Zmiana 2019/2015 (w %)
		2015	2019		2015	2019	
1	dolnośląskie	14,35	21,28	48,29	0,87	0,86	-1,15
2	kujawsko-pomorskie	11,13	13,32	19,68	0,67	0,74	10,44
3	lubelskie	3,16	5,40	70,89	0,41	0,39	-4,88
4	lubuskie	16,56	18,44	11,35	0,65	0,66	1,54
5	łódzkie	22,25	24,66	10,83	0,59	0,59	0,00
6	małopolskie	11,38	11,99	5,36	0,72	0,71	-1,39
7	mazowieckie	7,17	11,58	61,51	0,48	0,48	0,00
8	opolskie	9,36	9,36	0,00	0,80	0,84	5,00
9	podkarpackie	6,89	10,23	48,48	0,55	0,55	0,00
10	podlaskie	2,27	5,10	24,67	0,32	0,37	15,63
11	pomorskie	7,55	9,23	22,25	0,67	0,65	-2,99
12	śląskie	24,92	28,08	12,68	1,60	1,56	-2,50
13	świętokrzyskie	4,88	9,01	84,63	0,62	0,62	0,00
14	warmińsko-mazurskie	5,81	9,98	71,77	0,47	0,47	0,00
15	wielkopolskie	12,09	16,03	32,59	0,63	0,63	0,00
16	zachodniopomorskie	7,01	12,82	82,88	0,52	0,52	0,00

Legenda:

DDEiA – długość dróg ekspresowych i autostrad na 1000 km²

DLK – długość linii kolejowych na 1000 km²

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS

W tabeli 7 przedstawiono wartości parametrów opisowych dla DDEiA, DKL, W_{Sch} i W_D w latach 2015 i 2019.

Analiza wykazała, że największe wartości zaobserwowano ze względu na W_{Sch} , gdzie zwiększyły się one w województwie zachodniopomorskim ze 138,70 w roku bazowym do 189,10 w 2019 roku. Najmniejsze wartości dotyczyły DLK: w województwie podlaskim wzrosły one nieznacznie z 0,32 w 2015 roku do 0,37 w 2019 roku. Największy rozstęp (różnica między największą i najmniejszą wartością) można zaobserwować ze względu na W_{Sch} (gdzie zwiększyła się ona ze 105,80 w roku bazowym do 143,70 w 2019 roku). W W_{Sch} można również zaobserwować najwyższe wartości mediany: w badanych latach jej wartość wzrosła z 52,75 do 64,85, co oznacza, że w ponad 50% województw liczba turystów przypadających na 100 mieszkańców wyniosła więcej niż 64,85. Najniższe wartości mediany wystąpiły w DLK i w obu badanych latach wyniosły 0,63. Z analizy współczynnika zmienności wynika, że zróżnicowanie było największe ze względu na DDEiA, gdzie zmniejszyło się ono w 2019 roku w stosunku do

roku bazowego o 13,18 pkt proc. Najmniej województwa różniły się ze względu na DLK, gdzie współczynnik zmienności zmniejszył się w roku 2019 w stosunku do roku 2015 o 1,73 pkt proc.

Tabela 7. Wartości parametrów opisowych dla DDEiA, DLK, W_{Sch} , W_D w latach 2015 i 2019

Parametry opisowe	DDEiA		DLK		W_{Sch}		W_D	
	2015	2019	2015	2019	2015	2019	2015	2019
maksimum	24,92	28,08	1,60	1,56	138,70	189,10	79,60	108,30
minimum	2,27	5,10	0,32	0,37	32,90	45,40	14,80	20,50
średnia	10,42	13,53	0,66	0,67	67,61	88,66	36,77	48,32
mediana	8,46	11,79	0,63	0,63	52,75	64,85	33,80	42,65
odchylenie standardowe	6,44	6,58	0,29	0,28	31,53	44,65	17,24	24,31
współczynnik zmienności	61,81%	48,63%	43,47%	41,74%	46,64%	50,37%	46,88%	50,31%

Legenda:

DDEiA – długość dróg ekspresowych i autostrad na 1000 km²

DLK – długość eksploatowanych linii kolejowych na 1000 km²

W_{Sch} – liczba turystów na 100 mieszkańców

W_D – liczba turystów na 1 km²

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS

DYSKUSJA I WNIOSKI

Atrakcyjność turystyczna danego miejsca przesądza o ilości odwiedzających go osób, a dostępność transportowa obok walorów turystycznych, odpowiedniego zagospodarowania turystycznego i dobrego stanu środowiska to niezbędny element do rozwoju turystyki w danym regionie, aktywizujący ruch turystyczny (Cichocka, Krupa, 2017).

Analiza danych wykazała, że województwa zachodniopomorskie, małopolskie, pomorskie i dolnośląskie to regiony, gdzie intensywność ruchu turystycznego była najwyższa ze względu na W_{Sch} oraz W_D . Wysokie pozycje ze względu na W_{Sch} zajmowały województwa warmińsko-mazurskie oraz mazowieckie, a w grupie województw o wysokiej wartości W_D znalazły się województwa lubuskie i śląskie.

Położenie nad Morzem Bałtyckim to jeden z wielu atutów przyciągających turystów w zachodniopomorskie. Miejscowości nadmorskie oferują różnorodne formy turystyki, posiadają największą liczbę ośrodków wczasowych i domków turystycznych. Na ruch turystyczny w tym regionie mają istotny wpływ ośrodki, które łączą funkcję wypoczynkową z uzdrowską, np. Międzyzdroje, Świnoujście czy Kołobrzeg. Mimo pandemii koronawirusa i licznych obostrzeń z nią związanych, w 2020 roku najwięcej kuracjuszy leczyło się w uzdrowskach zlokalizowanych na terenie województwa zachodniopomorskiego (Pieniążek-Osińska, 2020). Na wzmożony ruch turystyczny w tym regionie z pewnością wpływa również przygraniczne położenie. W 2019 roku wśród osób przebywających w turystycznych obiektach noclegowych istotną grupę stanowili turyści zagraniczni, których liczba wyniosła 863,9 tys. osób (Turystyka w województwie zachodniopomorskim w 2019 r., 2020). Długość dróg ekspresowych i autostrad na 1000 km² w województwie zachodniopomorskim wzrosła w roku 2019 w stosunku do roku 2015 o 82,88%, natomiast długość linii kolejowych na 1000 km²

w tym województwie od roku bazowego do 2019 roku nie uległa zmianie. Przez teren województwa zachodniopomorskiego przebiegają zarówno linie kolejowe o znaczeniu lokalnym i ponadregionalnym, europejskie korytarze transportowe, jak i linie wchodzące w skład korytarza Bałtyk – Adriatyk, tworzące ciąg Świnoujście – Szczecin – Poznań. Korytarz ten biegnie dalej na południe Europy przez Wrocław, Opole, Ostrawę i Wiedeń. Większość linii jest modernizowana i rozbudowywana, co pozwala sądzić, że w ciągu kilku najbliższych lat dostępność transportowa w zachodniopomorskim zwiększy się, co pozytywnie wpłynie na rozwój turystyki.

W województwie pomorskim, podobnie jak w zachodniopomorskim, intensywność ruchu turystycznego była wysoka (3 lokata w obu analizowanych latach ze względu na W_{sch} i W_D). Dostęp do morza czy atrakcyjne pod kątem turystyki Gdańsk i Gdynia to jedne z elementów, które wpłynęły na ten dobry wynik. Dużym walorem województwa pomorskiego jest różnorodność krajobrazu – od prawie płaskich obszarów nizin nadwiślańskich, poprzez pagórkowaty teren pojezierny z licznymi kompleksami leśnymi, aż po przełomowe odcinki rzek. W regionie tym podobnie, jak w województwie zachodniopomorskim, na ruch turystyczny mają wpływ chętnie odwiedzający go turyści zagraniczni, wśród których w 2020 roku 29,8% stanowili Niemcy (Turystyka w województwie pomorskim w 2019 r., 2020). Ze względu na długość dróg ekspresowych i autostrad na 1000 km² województwo pomorskie w badanych latach zajmowało niską pozycję (lokata 9 i 13). Województwo to ma lepiej rozwiniętą sieć dróg wojewódzkich – ich długość to 1,8 tys. km (10 km na 100 km² – 5 miejsce w Polsce). Wysokie pozycje w rankingu (lokata 6 i 7), dzięki licznym inwestycjom, województwo to zajmowało ze względu na długość linii kolejowych na 1000 km². Samorząd województwa pomorskiego jako pierwszy w Polsce wybudował nową linię kolejową – Pomorską Kolej Metropolitalną. Z usług kolei korzysta obecnie ponad 56,4 mln podróżnych.

Województwo małopolskie zajęło wysoką pozycję ze względu na liczbę turystów przypadających na 100 mieszkańców (lokata 2 w obu badanych latach), pomimo iż posiada zdecydowanie większą liczbę ludności niż województwa zachodniopomorskie i pomorskie. Najwyższa pozycja ze względu na liczbę turystów przypadających na 1 km² powierzchni (1 lokata w 2015 roku i 1 lokata w 2019 roku) może wynikać z faktu, że ma ono mniejszy obszar niż wyżej wymienione województwa. Do województwa małopolskiego turystów z Polski i zagranicy przyciągają tak znane miejsca jak Kraków, Zakopane, Wieliczka czy Oświęcim, ale ruchowi turystycznemu nie sprzyjają słabo rozbudowane drogi ekspresowe i autostrady. Pomimo że województwo małopolskie znajduje się na skrzyżowaniu istotnych szlaków komunikacyjnych, które łączą wschodnią i zachodnią część Polski poprzez drogi krajowe, to z przeprowadzonej analizy wynika, iż województwo to nie znajduje się w grupie liderów z uwagi na długość dróg ekspresowych i autostrad na 1000 km². Ich długość w roku 2015 w stosunku do roku 2019 zwiększyła się jedynie o 5,36%. Wysokie pozycje (lokata 4 i 5) województwo małopolskie zajmowało ze względu na długość linii kolejowych w przeliczeniu na 1000 km², która będzie rosła dzięki programowi „Kolej+”, do którego w 2020 roku zgłoszono pięć projektów, z których trzy dotyczą budowy nowych linii kolejowych.

Województwo dolnośląskie w obu badanych latach ze względu na W_{sch} i W_D zajmowało wysoką 4 lokatę. Liczba turystów przypadająca tam na liczbę mieszkańców i na 1 km² powierzchni zwiększyła się o ponad 50%. Położenie dolnośląskiego zapewnia dobrą ekspozycję na Europę, a bliskość granicy z Niemcami wpływa na to, że turyści zagraniczni chętnie odwiedzają ten region. Ponadto Dolny Śląsk leży na przecięciu

szlaków komunikacyjnych wschód-zachód i południe-północ. Ciekawa rzeźba terenu (obszar wielu krajobrazów) i atrakcyjne walory środowiska naturalnego pozytywnie wpływają na intensywność ruchu turystycznego w tym województwie. Oprócz atrakcyjnego położenia, wpływ ma tu również długość dróg ekspresowych i autostrad na 1000 km² (lokata 4 i 3), czemu sprzyja trwająca obecnie rozbudowa i modernizacja dróg, jak i inwestycje służące rewitalizacji transportu kolejowego. W badanych latach nie zmieniła się wysoka 2 lokata województwa dolnośląskiego ze względu na długość linii kolejowych w przeliczeniu na 1000 km². Problemem wydaje się brak osobowego ruchu kolejowego na terenach atrakcyjnych turystycznie, położonych w południowo-zachodniej części województwa (Smolarski, Raczyk, 2017).

Województwo warmińsko-mazurskie to kolejny region, w którym liczba turystów przypadająca na 100 mieszkańców była wysoka (lokata 5 i 6). Może to wynikać z faktu, że posiada ono małą liczbę ludności w stosunku do innych województw. Warmia i Mazury to region o wybitnych walorach turystycznych i rekreacyjnych, nazywany Krainą Tysiąca Jezior, posiadający takie atrakcje turystyczne jak Kanał Elbląski czy Pola Grunwaldzkie. Duży obszar gruntów ornych i terenów leśnych podlegających ochronie prawnej utrudnia rozwój infrastruktury kolejowej i drogowej. Warmińsko-mazurskie w latach 2015–2019 zajmowało niską pozycję zarówno ze względu na długość dróg ekspresowych i autostrad (lokata 13 i 11), jak i długość linii kolejowych (lokata 14 i 14) na 1000 km².

Najniższą intensywność ruchu turystycznego ze względu na W_{sch} i W_d odnotowano w województwach opolskim, lubelskim, świętokrzyskim.

Niska pozycja województwa opolskiego wynika z faktu, iż traci ono część ruchu turystycznego, który przenosi się do województwa dolnośląskiego i śląskiego. Województwo to jest jedynym regionem, w którym długość dróg ekspresowych i autostrad w badanych latach nie uległa zmianie. Mimo dobrze rozwiniętej sieci linii kolejowych (lokata 3 w obu badanych latach), intensywność turystyczna w tym regionie jest niska. Ponadto opolskie postrzegane jest jako region typowo przemysłowy, a nie turystyczny. Nie można tego powiedzieć o województwie lubelskim, które określane jest jako region „niezadeptany”, „dziki”, „dziewiczy turystycznie”, jako region dla odkrywców, rodzinnych organizatorów wyjazdów. Duża ilość terenów objętych ochroną nie sprzyja rozbudowie infrastruktury turystycznej.

Województwo świętokrzyskie ze względu na liczbę turystów przypadających na 100 mieszkańców zajęło bardzo niską pozycję (lokata 14 i 15). Region ten charakteryzuje się małą dostępnością transportową – ze względu na DDEiA świętokrzyskie zajmowało niską pozycję (lokata 14 i 15). Na niski poziom ruchu turystycznego w województwach wielkopolskim i mazowieckim mierzony liczbą turystów przypadających na 1 km² powierzchni z pewnością nie wpływa DDEiA oraz DLK. Z uwagi na analizowane zmienne województwa te zajmowały niskie pozycje. Na ten słaby wynik może wpływać fakt, że mazowieckie i wielkopolskie to województwa o największej powierzchni w Polsce.

Analiza długości dróg ekspresowych i autostrad na 1000 km² w województwach w Polsce wykazała, że województwa śląskie, łódzkie, lubuskie i dolnośląskie znalazły się w czołówce województw, które sukcesywnie rozbudowują infrastrukturę drogową. Łódzkie należy do obszarów o najlepiej rozwiniętej sieci głównych szlaków komunikacyjnych państwa. Biegnie przez nie obecnie blisko 216 km autostrad (A1 i A2), ponad 200 km dróg ekspresowych (S8 i S14), blisko 557 km dróg głównych ruchu

przyśpieszonego i 403 km dróg głównych. Łódź to miasto doskonale skomunikowane drogami najwyższych kategorii z Warszawą, Berlinem (autostrada A2), Gdańskiem (autostrada A1) i Wrocławiem, a pośrednio również z Republiką Czeską. Wciąż trwają prace nad budową łódzkiego odcinka autostrady A1, najważniejszego szlaku komunikacyjnego w Polsce na osi północ-południe. Zgodnie z informacjami przekazywanymi przez Generalną Dyрекcję Dróg Krajowych i Autostrad, w budowie pozostaje obwodnica Łodzi, a w planach na lata 2027–2029 jest budowa kolejnych pięciu. Podobnie jak w województwie wielkopolskim, gdzie wciąż budowane są nowe drogi ekspresowe oraz obwodnice. Na realizację 29 inwestycji drogowych w regionie Wielkopolski Zarząd Dróg Wojewódzkich, który działa w imieniu Samorządu Województwa Wielkopolskiego, pozyskał 593 mln zł ze środków unijnych w ramach Wielkopolskiego Programu Regionalnego na lata 2014–2020, co razem z wkładem własnym daje sumę prawie 760 mln zł. Na wysoką pozycję Dolnego Śląska ze względu na DDEiA (lokata 4 i 3) wpływa to, że jest bardzo ważnym miejscem na mapie transportowej Polski. Z jednej strony komunikuje drogą ekspresową S3 na osi północ-południe, z drugiej strony autostradą A4 na osi wschód-zachód, która zostanie wkrótce rozbudowana i jest najdłuższą autostradą w Polsce. Razem z drogą ekspresową S5, z budowaną obecnie S3 i projektowaną S8, stworzą spójny układ komunikacyjny dróg szybkiego ruchu na Dolnym Śląsku. Cały budżet Dolnośląskiej Służby Dróg i Kolei we Wrocławiu przewidziany na 2020 rok wyniósł 463,2 mln zł. Z tego aż 157 mln zł wydano na budowy, przebudowy i remonty infrastruktury drogowej. Jeśli wszystkie z planowanych inwestycji zostaną zrealizowane, to do końca 2030 roku województwo dolnośląskie będzie najlepiej skomunikowanym regionem w Polsce.

Przeprowadzone analizy wykazały, że ze względu na DDEiA najgorzej wypadają województwa podlaskie, świętokrzyskie i lubelskie. Województwo podlaskie to jeden z peryferyjnych obszarów Polski, co może wpływać niekorzystnie na rozwój infrastruktury drogowej. W ramach programu „Rządowy Fundusz Rozwoju Dróg” w 2021 roku przyznano temu regionowi ponad 205 mln zł, ale głównie na rozbudowę już istniejących i budowę nowych dróg powiatowych oraz gminnych. Sytuację może poprawić trwająca rozbudowa trasy S19 Via Carpatia, ważnego korytarza transportowego łączącego Europę Północną i Południową. Na terenie Polski wyniesie ok. 760 km i przebiegać będzie m.in. przez teren województwa podlaskiego, ale i lubelskiego, w którym trwają inwestycje związane głównie z rozbudową obwodnic. Ta duża inwestycja z pewnością zwiększy dostępność transportową w tych regionach. Podobna sytuacja ma miejsce w województwie świętokrzyskim, w którym głównie rozbudowywane są drogi wojewódzkie, co pozwoliło poprawić wewnętrzną dostępność komunikacyjną Kieleckiego Obszaru Funkcjonalnego oraz połączeń transportowych z głównymi szlakami transportowymi o znaczeniu krajowym i ponadnarodowym. To może tłumaczyć niską pozycję świętokrzyskiego w rankingu.

Długość linii kolejowych na 1000 km² w roku 2019 w stosunku do roku 2015 najbardziej wzrosła w województwach podlaskim i kujawsko-pomorskim. Województwa te nie są jednak liderami z uwagi na analizowaną zmienną: kujawsko-pomorskie w stosunku do wszystkich województw zajmowało 6 lokatę w 2015 roku i 5 lokatę w 2019 roku. Najlepiej skomunikowane ze względu na długość linii kolejowych jest województwo śląskie, ale nie na wszystkich odcinkach realizowany jest ruch pasażerski. Z tego powodu potencjalni pasażerowie nie zawsze wybierają kolej jako środek transportu. Region ten jest dobrze skomunikowany również ze względu na długość dróg

ekspresowych i autostrad, co pozytywnie wpływa na wielkość ruchu turystycznego. Województwo dolnośląskie znalazło się na kolejnej pozycji (lokata 2 i 2). Problemem wydaje się brak osobowego ruchu kolejowego na terenach atrakcyjnych turystycznie, położonych w południowo-zachodniej części województwa (Smolarski, Raczyk, 2017). Trasa kolejowa Jelenia Góra – Mysłakowice – Kowary – Karpacz od wielu lat pozostaje nieczynna. Dojazd do tych miejscowości zapewniają połączenia autobusowe. Optymizmem napawa fakt, że w lutym 2021 roku spółka z Grupy PKP przekazała Dolnośląskiej Służbie Dróg i Kolei linię kolejową z Mysłakowic do Karpacza, co otwiera drogę do rewitalizacji tej trasy. Bardzo popularna miejscowość turystyczna, jaką na Dolnym Śląsku jest Szklarska Poręba, od wielu lat posiada połączenie z Jeleniej Góry poprzez Cieplice, Szklarską Porębę, Jakuszyce, przez granicę, aż do czeskiego Harrachova (Mazurkiewicz, 2014). Trasa ta stanowi wielką atrakcję z punktu widzenia turystycznego. Kolej w województwie dolnośląskim będzie się odradzać dzięki programowi „Kolej+”, będącemu częścią szerokiego planu odbudowy gospodarki UE, wspierającemu przejście na gospodarkę niskoemisyjną i transformację cyfrową. Na Dolnym Śląsku powstają liczne projekty związane z „zieloną transformacją”, co w rezultacie ma doprowadzić do tego, że transport publiczny w tym regionie (również kolejowy) będzie innowacyjny zarówno w skali kraju, jak i Unii Europejskiej. Podobnie jak w przypadku długości dróg ekspresowych i autostrad, tak i ze względu na długość linii kolejowych najniższe pozycje zajęły województwa podlaskie i lubelskie. Sytuacja kolei w województwie podlaskim poprawia się od roku 2020, kiedy to rozpoczęły się prace związane z modernizacją ostatniego odcinka linii kolejowej Rail Baltica Czyżew – Białystok i dostosowanie go do prędkości 200 km/h. Po ukończeniu tej inwestycji podróż pociągiem między stolicami Mazowsza i Podlasia ma zająć poniżej 90 min. Ponadto w ramach inwestycji kolejowych w tym regionie planowane jest wybudowanie 56 km nowych i modernizacja 265 km istniejących linii kolejowych. Podobnie jak w województwie świętokrzyskim, gdzie planowane jest wybudowanie 73 km nowych linii i odnowa 208 km linii już istniejących, co pozytywnie wpłynie na dostępność transportową.

Województwa Polski wykazują duże zróżnicowanie ze względu na długość dróg ekspresowych i autostrad na 1000 km². Analiza współczynnika zmienności pokazała, że zróżnicowanie to było bardzo duże, lecz zmniejszyło się w roku 2019 w stosunku do roku bazowego o 13,8 pkt proc. Najmniej województwa różniły się ze względu na długość eksploatowanych linii kolejowych na 1000 km². Współczynnik zmienności zmniejszył się w roku 2019 o 1,73 pkt proc. w stosunku do roku 2015.

W świetle przeprowadzonych badań można sformułować następujące wnioski:

1. Potwierdzono hipotezę, że województwa Polski wykazują duże zróżnicowanie zarówno ze względu na intensywność ruchu turystycznego, jak i na wyposażenie infrastruktury transportowej. W 2015 roku zróżnicowanie było największe ze względu na długość dróg ekspresowych i autostrad na 1000 km² – 61,81 %, a w 2019 roku ze względu na liczbę turystów przypadających na 100 mieszkańców – 50,37%. W badanych latach współczynnik zmienności wzrósł ze względu na intensywność ruchu turystycznego i zmalał ze względu na wyposażenie infrastruktury transportowej.
2. Uporządkowanie województw Polski ze względu na wymienione wyżej wskaźniki nie pozwoliło na potwierdzenie hipotezy, że województwa Polski, które charakteryzują się najwyższym stopniem intensywności ruchu turystycznego, posiadają najbardziej rozbudowaną infrastrukturę transportową, natomiast województwa,

które z uwagi na intensywność ruchu turystycznego zajęły ostatnie lokaty w rankingu, cechują się niskim stopniem wyposażenia infrastruktury transportowej. Wśród liderów ze względu na oba analizowane współczynniki znalazły się jedynie województwa dolnośląskie i śląskie. Województwa zachodniopomorskie, małopolskie i pomorskie, które są zdecydowanymi liderami ze względu na intensywność ruchu turystycznego, nie znalazły się w grupie liderów ze względu na wyposażenie infrastruktury transportowej. Do grupy województw zajmujących najniższe lokaty ze względu na oba analizowane współczynniki zaliczyć można podlaskie i lubelskie.

3. Analiza zmian procentowych badanych wartości w roku 2019 w porównaniu do roku 2015 pokazała, że intensywność ruchu turystycznego we wszystkich województwach Polski wzrosła, podobnie jak wyposażenie infrastruktury transportowej mierzone długością dróg ekspresowych i autostrad na 1000 km². Wyjątek stanowi długość linii kolejowych na 1000 km², która w 2019 roku w stosunku do roku 2015 w większości województw Polski zmalała bądź pozostała na tym samym poziomie.

Rola i znaczenie transportu w rozwoju turystyki wydaje się oczywista, ale istnieje zależność odwrotna – rozwój turystyki (w tym wzrost ruchu turystycznego) wymusza zmiany w sieci transportowej, w tym w wyposażeniu infrastruktury transportowej.

Literatura

References

- Bąk, I., Wawrzyniak, K. (2012). Konkurencyjność powiatów województwa zachodniopomorskiego w 2009 roku pod względem atrakcyjności i intensywności ruchu turystycznego. *Folia Pomeranae Universitatis Technologiae Stetinensis. Oeconomica*, 66, 5–14.
- Bocheński, T. (2018). Badania dostępności transportowej ze szczególnym uwzględnieniem kolei. W: S. Sitek (red.), "Stare i nowe" problemy badawcze w geografii społeczno-ekonomicznej. Sosnowiec: Polskie Towarzystwo Geograficzne. Oddział Katowicki. Uniwersytet Śląski. Wydział Nauk o Ziemi, 103–121.
- Cichocka, I., Krupa, J. (2017). Atrakcyjność turystyczna miasta Przemyśla w opinii mieszkańców oraz turystów. *Ekonomiczne Problemy Turystyki*, 2(38), 115–132.
- Guzik, R. (2014). *Dostępność transportowa wybranych miast Małopolski 2014–2023. Raport z badania dostępności w 2014 roku wraz z prognozą dostępności w latach 2020 i 2030*. Kraków: Małopolskiego Obserwatorium Rozwoju Regionalnego. Urząd Marszałkowski Województwa Małopolskiego. Departament Polityki Regionalnej, 1–37.
- Jaremen, D.E., Nawrocka, E. (2012). Rola dostępności komunikacyjnej obszaru recepcji turystycznej w kształtowaniu popytu turystycznego. *Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego. Ekonomiczne Problemy Usług*, 83, 401–414.
- Hendel, M. (2016). Przydatność wskaźników funkcji turystycznej w ocenie rozwoju turystycznego obszaru na przykładzie gminy Ustroń. *Zeszyty Naukowe Politechniki Śląskiej. Organizacja i Zarządzanie*, 87, 157–170.
- Krakowiak-Bal, A. (2005). Wykorzystanie wybranych miar syntetycznych do budowy miary rozwoju infrastruktury technicznej. *Infrastruktura i Ekologia Terenów Wiejskich*, 3, 71–82.
- Niemczyk, A., Załona, T. (2013). Funkcja turystyczna polskich makroregionów w świetle kryzysu gospodarczego XXI w. *Współczesne Zarządzanie*, 1, 11–20.
- Mazurkiewicz, R. (2014). Kolej Izerska – możliwość eksploatacji a infrastruktura. *Przegląd Komunikacyjny*, 6, 5–8.
- Papatheodorou, A. (2021). A review of research into air transport and tourism: Launching the Annals of Tourism Research Curated Collection on Air Transport and Tourism. *Annals of Tourism Research*, 87, 1–17.

- Pieniążek-Osińska, B. (2020, 10 czerwca). GUS: Jak pandemia wpłynęła na uzdrowiska? Pozyskano z: <https://www.politykazdrowotna.com/73892,gus-jak-pandemia-wplynela-na-uzdrowiska> (dostęp: 16.09.2021).
- Pomykała, A., Raczyński, J., Graff, J., Bużalek, T. (2019). Porty lotnicze w Polsce i ich obsługa transportowa. *TTS Technika Transportu Szynowego*, 4, 16–28.
- Rosik, P., Komornicki, T., Stępiak, M., Pomianowski, W. (2013). Dostępność transportowa, czyli jak ocenić za pomocą modelu potencjału, które inwestycje są najważniejsze? *Przegląd Komunikacyjny*, 12, 18–22.
- Rozporządzenie Ministra Transportu, Budownictwa i Gospodarki Morskiej z dnia 5 lipca 2013 r. w sprawie klasyfikacji lotnisk i rejestru lotnisk. Dz.U. 2013 poz. 810.
- Sierpiński, G. (2010). Miary dostępności transportowej miast i regionów. *Zeszyty Naukowe Politechniki Śląskiej. Transport*, 66, 91–96.
- Smolarski, M., Raczyk, A. (2017). Przestrzenne zróżnicowanie wykluczenia komunikacyjnego w transporcie kolejowym na przykładzie województwa dolnośląskiego. *Studia Miejskie*, 27, 9–24. doi: 10.25167/sm2017.027.01
- Stec, A. (2013). Rozwój funkcji turystycznej a zmiany na rynku podmiotów świadczących usługi turystyczne w latach 2004–2012 w województwie podkarpackim. *Modern Management Review*, 20(4), 203–214. doi: 10.7862/rz.2013.mmr.55
- Szromek, A.R. (2012). *Wskaźniki funkcji turystycznej. Koncepcja wskaźnika funkcji turystycznej i uzdrowiskowej*. Gliwice: Wydawnictwo Politechniki Śląskiej.
- Szromek, A.R. (2013). Pomiar funkcji turystycznej obszarów za pomocą wskaźników funkcji turystycznej na przykładzie obszarów państw europejskich. *Studia Ekonomiczne*, 132, 91–103.
- Taylor, Z. (2018). Współdziałanie, rola i sposoby transport w turystyce i rekreacji. *Przegląd Geograficzny*, 90(4), 531–555. doi: 10.7163/PrzG.2018.4.1
- Tracz, M., Bajgier-Kowalska, M. (2020). Zmiany w ruchu turystycznym w wybranych miastach dziedzictwa kulturowego Grupy Wyszehradzkiej (V4). *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego*, 34(3), 76–83.
- Turystyka w województwie pomorskim w 2019 r. (2020, 29 maja). *Urząd Statystyczny w Gdańsku*. Pozyskano z: <https://gdansk.stat.gov.pl/opracowania-biezace/opracowania-sygnalne/sport-turystyka/turystyka-w-województwie-pomorskim-w-2019-r-5,13.html> (dostęp 16.09.2021).
- Turystyka w województwie zachodniopomorskim w 2019 r. (2020, 29 maja). *Urząd Statystyczny w Szczecinie*. Pozyskano z: <https://szczecin.stat.gov.pl/opracowania-biezace/opracowania-sygnalne/sport-turystyka/turystyka-w-województwie-zachodniopomorskim-w-2019-r-informacja-sygnalna,2,12.html> (dostęp: 16.09.2021).
- Więckowski, M., Michniak, D., Bednarek-Szczepańska, M., Chrenka, B., Ira, V., Komornicki, T., Rosik, P., Stępiak, M., Szekely, V., Śleszyński, P., Świątek, D., Wiśniewski, R., (2012). *Pogranicze polsko-słowackie. Dostępność transportowa a turystyka*. Warszawa – Bratysława: Instytut Geografii i Zagospodarowania Przestrzennego. Polska Akademia Nauk.
- Więckowski, M. (2011). Typologia przestrzeni turystycznej na obszarach przygranicznych. W: M. Durydiwka, K. Duda-Gromada (red.), *Przestrzeń turystyczna. Czynniki, różnorodność, zmiany*. Warszawa: Wydział Geografii i Studiów Regionalnych UW, 449–456.
- Widz, M. (2020). Application of Tourist Function Indicators in Tourism Development. Case Study of Tunisia. *Annales UMCS. Sectio B*, 75, 143–160. doi: 10.17951/b.2020.75.0.143-160
- Wiśniewski, Sz. (2014). Dostępność transportowa Uniejowa – ujęcie regionalne. *Biuletyn Uniejowski*, 3, 67–84.
- Wojdygowski, Z. (2018). Dostępność transportowa jako kategoria ekonomiczna. *Problemy kolejnictwa*, 179, 37–48. doi: 10.36137/1795p

Paulina Pilichowska, mgr, doktorantka, Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu, Katedra Gospodarki Regionalnej. Zainteresowania naukowe autorki skupiają się wokół tematyki rozwoju lokalnego i regionalnego.

Paulina Pilichowska, MSc, PhD student, Wrocław University of Economics and Business, Department of Regional Economy. The author's research interests focus on the subject of local and regional development.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0806-3367>

Adres/address:

Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu, Filia w Jeleniej Górze
Katedra Gospodarki Regionalnej
ul. Nowowiejska 3
58-500 Jelenia Góra, Polska
e-mail: paulina.pilichowska@ue.wroc.pl

Aleksandra Gładala, mgr, doktorantka, Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu, Katedra Zarządzania Strategicznego i Logistyki. Zainteresowania naukowe autorki skupiają się wokół tematyki polityki transportowej i zrównoważonego transportu.

Aleksandra Gładala, MSc, PhD student, Wrocław University of Economics and Business, Department of Strategic Management and Logistics. The author's research interests focus on the subject of transport policy and sustainable transport.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6416-060X>

Adres/address:

Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu, Filia w Jeleniej Górze
Katedra Zarządzania Strategicznego i Logistyki
ul. Nowowiejska 3
58-500 Jelenia Góra, Polska
e-mail: aleksandra.gladala@ue.wroc.pl

IRYNA MANCZAK

Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie, Polska
Cracow University of Economics, Poland

IZABELA GRUSZKA

Wyższa Szkoła Handlowa we Wrocławiu, Polska
University of Business in Wrocław, Poland

Przeciwdziałanie skutkom pandemii COVID-19 w turystyce – analiza pola semantycznego

Averting the effects of the COVID-19 pandemic in tourism – a semantic field analysis

Streszczenie: Celem artykułu jest zidentyfikowanie sposobów przeciwdziałania skutkom pandemii COVID-19 w turystyce. Na potrzeby prowadzonych badań posłużono się podejściem jakościowym. Dzięki zastosowaniu analizy pola semantycznego podjęto próbę wskazania sposobów przeciwdziałania skutkom kryzysu gospodarczego, które wywołała pandemia. W artykule zaprezentowano wyniki wywiadów pogłębionych przeprowadzonych z przedstawicielami branży turystycznej Dolnego Śląska i Małopolski. Uzyskany materiał badawczy posłużył do wskazania działań podejmowanych przez państwo w sytuacjach kryzysowych w opinii ekspertów. W artykule omówiono także kierunki wsparcia państwa dla przedsiębiorców w ramach Tarczy Antykryzysowej. Kluczową część prezentowanych rozważań stanowi zarys zastosowanego podejścia badawczego, w tym dyskusja uzyskanych wyników. Przeprowadzona analiza pola semantycznego wykazała, że rola państwa w przeciwdziałaniu skutkom kryzysu wywołanego pandemią COVID-19 była postrzegana niejednoznacznie przez ekspertów uczestniczących w wywiadach.

Abstract: The aim of the article is to identify methods of averting the effects of the COVID-19 pandemic in tourism. For the purpose of the research a qualitative approach was used. Through the use of semantic field analysis an attempt was made to identify instruments of preventing the effects of the crisis caused by the pandemic. The article presents the results of in-depth interviews conducted with representatives of the tourism industry of Lower Silesia and Lesser Poland. The research material was used to indicate the actions taken by the Polish government in crisis situations in the opinion of experts. The paper also discusses the types of state support for entrepreneurs within the anti-crisis shield. The key part of the analysis is an outline of the applied research approach, as well as a discussion of the obtained results. The conducted analysis of the semantic field showed that the role of the state in averting the effects of the crisis caused by the COVID-19 pandemic was perceived ambiguously by the experts participating in the interviews.

Słowa kluczowe: analiza pola semantycznego; pandemia COVID-19; przeciwdziałanie skutkom kryzysu; Tarcza Antykryzysowa; turystyka

Keywords: anti-crisis shield; averting the effects of pandemic crisis; COVID-19 pandemic; semantic field analysis; tourism

Otrzymano: 23 lipca 2021

Received: 23 July 2021

Zaakceptowano: 9 września 2021

Accepted: 9 September 2021

Sugerowana cytacja / Suggested citation:

Manczak, I., Gruszka, I. (2021). Przeciwdziałanie skutkom pandemii COVID-19 w turystyce – analiza pola semantycznego. *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego*, 164–176, doi: <https://doi.org/10.24917/20801653.353.10>

WSTĘP

Pandemia COVID-19 stanowi rodzaj jednego z najbardziej znaczących i nieprzewidywalnych doświadczeń ostatnich lat (Zenker, Kock, 2020). Traktowana jest także jako kluczowe zakłócenie międzynarodowych łańcuchów dostaw (Stojczew, 2021). Wprowadzenie restrykcji i wszelkiego rodzaju ograniczeń w związku z dynamicznym rozprzestrzenianiem się wirusa SARS-CoV-2 miało dramatyczne skutki dla zdecydowanej większości sektorów gospodarki w wymiarze globalnym, regionalnym i lokalnym (Gössling, Scott, Hall, 2020). Turystyka uznawana jest za sektor najbardziej dotknięty przez pandemię. Można to uzasadnić obowiązującymi restrykcjami i ograniczeniami, które zakładały wyeliminowanie kontaktu osobistego pomiędzy uczestnikami ruchu turystycznego, a w konsekwencji w znacznym stopniu uniemożliwiły podejmowanie podróży oraz wstrzymały turystykę masową (Sigala, 2020). Do grupy ważkich uwarunkowań, które miały bezpośredni wpływ na funkcjonowanie światowego sektora turystycznego, należy zaliczyć m.in. zamykanie granic państwowych, wstrzymanie ruchu lotniczego i ograniczenie przemieszczenia się ludzi w ściśle określonych celach (służbowych, zdrowotnym) (Wells i in., 2020). Konsekwencją wskazanych ograniczeń było uniemożliwienie podejmowania działalności turystycznej, a co za tym idzie ograniczenie lub prawie całkowite wstrzymanie działalności podmiotów branży turystycznej.

Celem artykułu jest zidentyfikowanie sposobów przeciwdziałania skutkom pandemii COVID-19 w turystyce. Na potrzeby prowadzonych badań posłużono się podejściem jakościowym. Dzięki zastosowaniu analizy pola semantycznego podjęto próbę zarysowania sposobów przeciwdziałania skutkom kryzysu gospodarczego, które wywołała pandemia. W artykule zaprezentowano wyniki wywiadów pogłębionych zrealizowanych z przedstawicielami branży turystycznej Dolnego Śląska i Małopolski. Użytkany materiał badawczy posłużył do wskazania kierunków działań podejmowanych przez państwo w sytuacjach kryzysowych w opinii ekspertów¹.

WSPARCIE PAŃSTWA DLA PRZEDSIĘBIORSTW W RAMACH TARCZY ANTYKRYZYSOWEJ

Tarcza Antykryzysowa stanowi pakiet rozwiązań przygotowanych przez rząd, który ma na celu ochronę państwa i obywateli przed kryzysem wywołanym pandemią COVID-19. Pakiet ten opiera się na kilku fundamentalnych filarach: ochrona miejsc pracy i bezpieczeństwo pracowników, finansowanie przedsiębiorców, ochrona zdrowia,

¹ Do grona ekspertów zaliczono osoby posiadające kilkunastoletnie doświadczenie w związku z pełnieniem obowiązków zawodowych w obszarze turystyki.

wzmocnienie systemu finansowego i inwestycje publiczne (Biolik-Stich, 2020). W Polsce podstawę prawną dla wprowadzenia czasowych ograniczeń prowadzenia działalności gospodarczej, w tym w dziedzinie turystyki, stanowiła Ustawa z dnia 2 marca 2020 roku o szczególnych rozwiązaniach związanych z zapobieganiem, przeciwdziałaniem i zwalczaniem COVID-19, innych chorób zakaźnych oraz wywołanych nimi sytuacji kryzysowych (Dz.U. 2020 poz. 374) i jej późniejsze zmiany (Dz.U. 2020 poz. 1478; Dz.U. 2020 poz. 1639; Dz.U. 2020 poz. 2157; Dz.U. 2020 poz. 2255; Dz.U. 2021 poz. 159; Dz.U. 2021 poz. 981; Dz.U. 2021 poz. 1192). Niezwykle ważnym dokumentem z punktu widzenia przedsiębiorców była też Ustawa z dnia 16 kwietnia 2020 roku o szczególnych instrumentach wsparcia w związku z rozprzestrzenianiem się wirusa SARS-CoV-2 (Dz.U. 2020 poz. 695) oraz jej uzupełnienia zawarte w kolejnych ustawach (Dz.U. 2020 poz. 1086; Dz.U. 2021 poz. 159; Dz.U. 2021 poz. 1192).

Dla większości krajowych przedsiębiorstw turystycznych, których działalność została czasowo wstrzymana lub w znacznym stopniu ograniczona przez pandemię, szansą na przetrwanie kolejnych lockdownów było wsparcie ze strony państwa, tzw. Tarcza Antykryzysowa. Pojęcie to oznacza zbiór instrumentów przygotowanych przez rząd, które mają na celu ochronę państwa i obywateli przed kryzysem wywołanym pandemią COVID-19. Do chwili obecnej (lipiec 2021) wprowadzono 7 pakietów rozwiązań: Tarcza 1.0, Tarcza 2.0, Tarcza 3.0, Tarcza 4.0, Tarcza 5.0, Tarcza 6.0, Tarcza Branżowa. Zakres Tarcz był bardzo szeroki i różnił się w zależności od wielkości przedsiębiorstwa i rodzaju prowadzonej działalności gospodarczej. Do form pomocy najczęściej wykorzystywanych przez przedsiębiorców związanych z branżą turystyczną należały:

- zwolnienie z opłacania składek do ZUS za poszczególne okresy 2020 i 2021 roku; w szczególności zwolnienia dotyczyły składek na ubezpieczenia społeczne, ubezpieczenie zdrowotne, Fundusz Pracy, Fundusz Solidarnościowy, Fundusz Gwarantowanych Świadczeń Pracowniczych, Fundusz Emerytur Pomostowych; zwolnienia z opłacania składek pojawiły się w marcu 2020 roku w ramach Tarczy Antykryzysowej 1.0, a w ramach kolejnych Tarcz poszerzane były kody PKD podmiotów gospodarczych, które z tego rozwiązania mogły skorzystać;
- dofinansowanie części kosztów wynagrodzeń dla pracowników oraz należnych od tych wynagrodzeń składek na ubezpieczenia społeczne z Funduszu Gwarantowanych Świadczeń Pracowniczych; dofinansowania wynagrodzeń na okres 3 miesięcy; w Tarczy 1.0 dotyczyły jedynie pracowników objętych przestojem ekonomicznym lub obniżonym czasem pracy, rozszerzenie tych przepisów na pracowników nieobjętych przestojem ekonomicznym lub obniżonym czasem pracy wprowadzono w Tarczy 4.0, następnie kontynuowano w Tarczy Branżowej;
- dofinansowanie części kosztów prowadzenia działalności gospodarczej; przewidziane było dla osób fizycznych, niezatrudniających pracowników (samozatrudnionych), prowadzących działalność gospodarczą; wysokość wsparcia zależała od wielkości spadku obrotów i wynosiła od 50 do 90% minimalnego wynagrodzenia miesięcznego, maksymalna długość tego świadczenia wynosi 3 miesiące;
- niskooprocentowana pożyczka ze środków Funduszu Pracy dla mikroprzedsiębiorcy; stanowiła rodzaj pożyczki na pokrycie bieżących kosztów prowadzenia działalności gospodarczej do kwoty 5 tys. zł przysługującej mikroprzedsiębiorcom; była w całości umarzana w przypadku prowadzenia działalności gospodarczej w okresie trzech miesięcy od dnia otrzymania pożyczki; wprowadzona została w Tarczy 1.0;

- dotacja na koszty bieżącej działalności gospodarczej przeznaczona na pokrycie kosztów prowadzenia działalności gospodarczej; obejmowała mikroprzedsiębiorców oraz małych przedsiębiorców; świadczenie to wynosiło maksymalnie 5 tys. zł, mogło być udzielone nawet pięciokrotnie w zależności od kodu PKD przeważającej działalności prowadzonej przez przedsiębiorcę;
- świadczenie postojowe dla osób, które zawarły umowy cywilnoprawne lub dla osób prowadzących działalność gospodarczą; na maksymalnie trzy miesiące; pojawiło się w Tarczy 1.0; było kontynuowane w kolejnych tarczach w zależności od rodzaju prowadzonej działalności (Tarcza 5.0) i według przeważającego kodu PKD (Tarcza 6.0); wysokość jednorazowego świadczenia postojowego wynosiła 2 080 zł.

Należy podkreślić, że dostępność źródeł wsparcia dla przedsiębiorców uzależniona była od wielu czynników. Obok głównych takich jak rodzaj prowadzonej działalności i wielkość przedsiębiorstwa, istotne były także inne czynniki (m.in. długość prowadzenia działalności gospodarczej czy udokumentowanie spadku przychodów przedsiębiorstwa).

CEL I ZASTOSOWANA METODA BADAWCZA

Celem zrealizowanych badań było zidentyfikowanie sposobów przeciwdziałania skutkom pandemii COVID-19 w turystyce. Badaniem objęto wybrane podmioty reprezentujące wyszczególnioną branżę lub branże z nią powiązane. W dyskusji uzyskanych wyników zastosowano analizę pola semantycznego. Kierowano się perspektywą konstruktywistyczną. Postanowiono rozpoznać i zrozumieć, w jaki sposób rzeczywistość tworzona jest przez poszczególne jednostki w procesie nadawania znaczeń wybranym kategoriom pojęć (Warمیńska, Urbaniak, 2017). W ramach przyjętych założeń przeprowadzono badania jakościowe z udziałem ekspertów. Zastosowano technikę zoogniskowanych wywiadów grupowych (Barbour, 2007), które przeprowadzono online w czasie rzeczywistym za pośrednictwem platformy Zoom. W warunkach obostrzeń epidemicznych wywiady wirtualne stanowiły właściwe rozwiązanie umożliwiające przeprowadzenie badań (Murgado-Armenteros, Torres-Ruiz, Vega-Zamora, 2012). Ich uczestnikami byli eksperci reprezentujący podmioty działające w turystyce, w tym z nią powiązane, z Dolnego Śląska i Małopolski. Respondenci wywodzili się z hotelarstwa, branży spotkań, biur turystycznych, firm transportowych, atrakcji turystycznych, ROT-ów, przewodników turystycznych i samorządu terytorialnego (szczebel miejski i wojewódzki). Badania prowadzono w seriach od grudnia 2020 roku do lutego 2021 roku. Łącznie zrealizowano cztery wywiady w formie zdalnej, w których uczestniczyło 16 osób.

Eksperti tworzyli homogeniczną zbiorowość ze względu na cel badania (Kruger, Casey, 2009). Wywiady prowadzono w oparciu o wcześniej przygotowany scenariusz (Maison, 2010), którego konstrukcja wyznaczała ogólną orientację badawczą. W trakcie każdego spotkania posiłowano się tym samym scenariuszem². Z przeprowadzonych obserwacji wynika, że respondenci chętnie zabierali głos i wykazali się dużym zaangażowaniem w trakcie wszystkich dyskusji. Przebieg każdego z wywiadów zależał także od responsywności ekspertów, w tym charakteru zagadnień wskazywanych przez poszczególnych interlokutorów. W celu usprawnienia dyskusji przygotowano

² Autorki pełniły rolę moderatorek i uczestniczyły w każdej z przeprowadzonych dyskusji.

pytania pogłębiające, które pozwoliły na pozyskanie szczegółowych danych (Thomas, 2006). Ekspertci zostali poproszeni o ustosunkowanie się do następujących zagadnień:

- jak Państwo jako przedstawiciele organizacji działających w sferze turystyki, oceniają obecne działania rządu związane z zapobieganiem epidemii COVID-19 (wprowadzenie obostrzeń, restrykcji, zamykanie branży bez ostrzeżenia/konsultacji)?
- czy korzystali Państwo z jakiejś formy wsparcia po wybuchu pandemii?
- czy oferowana pomoc była/jest adekwatna do zaistniałej sytuacji?

W uzyskanym materiale badawczym zostały zakodowane wszystkie fragmenty wypowiedzi dotyczące „roli państwa”. Zostało to zrobione w celu przeprowadzenia analizy semantycznej. Na potrzeby prowadzonych badań kierowano się podejściem otwartym w ramach przyjętej propozycji metodologicznej. W konsekwencji założono, że zastosowane podejście może być rozwijane w zależności od potrzeb (Warmińska, Urbaniak, 2017). W literaturze przedmiotu istnieje przekonanie, że metoda pola semantycznego „daje szansę badaczom i inicjatorom zmian na zrealizowanie procesu komunikacyjnego w sposób nieinwazyjny, dostosowany do postrzegania rzeczywistości społecznej przez praktyków – czyli tych aktorów życia społecznego, od których w ostateczności zależy będzie zaistnienie (lub nie) zmiany społecznej” (Dudkiewicz, 2015: 160–161). Praca z transkrypcją wywiadów zakłada wyszukanie słów-kluczy, a następnie skategoryzowanie ich względem funkcji, które pełnią w analizowanym tekście (Piróg, 2014). Przyjęto, że uzyskane wyniki pozwalają na opracowanie analizy pola semantycznego dla kluczowego pojęcia, które jest jego podmiotem.

Celem przeprowadzonej analizy semantycznej było odtworzenie sposobu myślenia o pojęciu „rola państwa”. W literaturze przedmiotu istnieje przekonanie, że „świat znaczeń jest efektem interpretacji dokonywanej wcześniej przez samą osobę badaną, która to interpretacja nacechowana jest refleksją, skierowaną na nadawanie zdarzeniom znaczeń” (Straś-Romanowska, 2010: 102). Uwzględniając przywołane stanowisko, podjęto próbę wyodrębnienia sieci znaczeń opisujących badaną kategorię pojęciową (Warmińska, Urbaniak, 2017; Piróg, 2014):

- ekwiwalentów (synonimów; z czym jest utożsamiany podmiot?);
- określeń (jaki jest podmiot? jakie są jego cechy?);
- asocjacji (z czym kojarzony jest podmiot? z czym się wiąże? co mu towarzyszy?);
- opozycji (czemu przeciwstawiany jest podmiot? co jest jego przeciwieństwem?);
- opisu działań podmiotu (co robi? jakie skutki wywołuje?);
- opisu działań wobec podmiotu (jakie działania można wobec niego podjąć?).

Zgromadzony materiał pierwotny poddano analizie obejmującej wyżej zaprezentowane sieci znaczeń z punktów widzenia badanej kategorii. W dalszej części prezentowanych rozważań pominięto sieci znaczeń działań wobec podmiotu³. W trakcie analizy transkrypcji zrealizowanych wywiadów pojawił się problem z zaliczeniem konkretnych sformułowań użytych przez respondentów do sieci określeń lub do sieci działań podmiotu (Dudkiewicz, 2006). Ten czynnik spowodował wprowadzenie pewnych modyfikacji w przyjętym postępowaniu badawczym.

³ Wynika to z faktu, że w trakcie opracowywania uzyskanego materiału badawczego nie udało się zidentyfikować sieci znaczeń, które pozwoliłyby określić działania, które można podjąć wobec podmiotu. Zdecydowano się pominąć ten aspekt w dyskusji uzyskanych wyników.

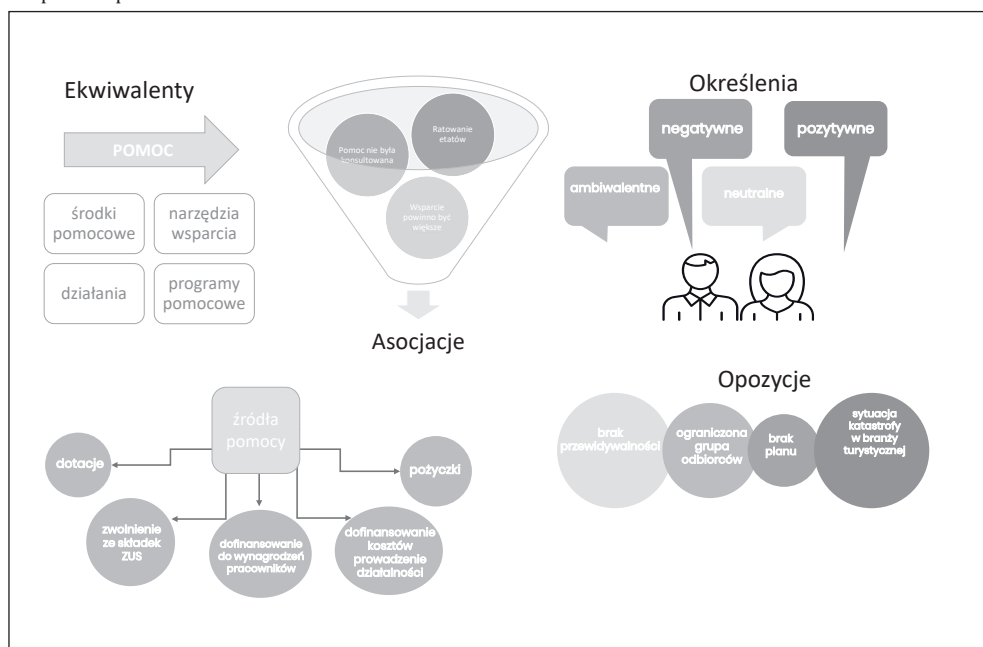
DYSKUSJA UZYSKANYCH WYNIKÓW

Podstawowym zagadnieniem objętym badaniem było dokonanie oceny roli państwa w przeciwdziałaniu skutkom epidemii COVID-19. W tym celu wskazano następujące obszary badawcze:

- formy pomocy (otrzymanej lub udzielonej);
- sposoby zagospodarowania otrzymanych środków;
- ocena działań rządu i oferowanego wsparcia;
- sytuacja podmiotów turystycznych w czasie pandemii i czynniki wpływające na ich funkcjonowanie.

Wyżej przedstawione obszary stanowiły kluczowe osie w ramach prowadzonych badań, w tym wyznaczyły przebieg wszystkich wywiadów. Ponadto stanowiły podstawę do sformułowania konkluzji (rycina 1.).

Rycina 1. Wybrane sieci znaczeń określenia „rola państwa” w zapobieganiu skutkom pandemii COVID-19 w opinii respondentów



Źródło: opracowanie własne

Ekwiwalenty

Zidentyfikowanie ekwiwalentu określenia „rola państwa” potraktowano jako punkt wyjścia dla zrozumienia pozostałych aspektów wpisanych w zakres prowadzonej analizy. Odwołując się do stanowisk prezentowanych w literaturze przedmiotu przyjęto, że elementy pola semantycznego ściśle wiążą się z tym, co dla interlokutorów jest odpowiednikiem badanego pojęcia (Warmińska, Urbaniak, 2017). Z uwagi na swobodny charakter wypowiedzi, różne formy własności i przedmiot działalności poszczególnych organizacji, część uczestników wywiadów udzieliła odpowiedzi jedynie na

wybrane pytania czy też zagadnienia. Eksperci reprezentowali 3 grupy respondentów. Do pierwszej grupy należały podmioty, które skorzystały z form pomocy oferowanych przez państwo. Co ważne, była to większość badanych przedsiębiorstw. Kolejną grupę tworzyły organizacje, które ze względu na swoją formę działalności nie były uprawnione do otrzymania pomocy. Ostatnią zbiorowość stanowiły podmioty, które pośrednio lub bezpośrednio same tę pomoc oferowały (m.in. jednostki samorządu terytorialnego).

Na kanwie uzyskanego materiału badawczego można stwierdzić, że w opinii uczestników wywiadów rola państwa w przeciwdziałaniu skutkom kryzysu gospodarczego oznacza przede wszystkim „pomoc” (R₁, R₂, R₈, R₁₀, R₁₁, R₁₃, R₁₄)⁴. Pojawiły się także inne określenia, takie jak: „kolejne programy pomocowe” (R₁); „narzędzia wsparcia” (R₆); „działania” (R₇, R₉); „środki pomocowe” (R₁₅) czy też „(...) działania rządu mające na celu wsparcie przedsiębiorców turystycznych” (R₁₆). Bezpośrednia ocena roli państwa w odniesieniu do sektora turystycznego zawarta została także w wypowiedziach: „(...) rola państwa (...) powinna dotyczyć obszaru kompensacyjnego, czyli obszarów pomocowych dla zatrzymanych sektorów gospodarki. I powinna zagwarantować odpowiednią rekompensatę dla tych strat (...)” (R₁₁); „(...) rolę państwa jest mówienie o wartościach, jakie niesie turystyka (...)” (R₁₄); „(...) obszar turystyki, na tyle, na ile jest to możliwe powinien być maksymalnie wspierany” (R₁₂). Omawianą kategorię utożsamiano także z działaniami, które mają na celu „(...) uruchomienie mechanizmów popytowych” (R₁₁). Przeanalizowane odpowiedzi wyraźnie wskazują na fakt, że w opinii podmiotów turystycznych, w obliczu kryzysu wywołanego pandemią, rolę państwa powinna być pomoc najbardziej poszkodowanym branżom (do których z pewnością zaliczyć należy turystykę). Badani oczekiwali nie tylko rekompensaty poniesionych strat, ale również wsparcia promocyjnego, mającego na celu zwiększenie popytu na usługi turystyczne w czasach wychodzenia z kryzysu gospodarczego.

Głównymi źródłami, z których korzystały przedsiębiorstwa turystyczne należące do pierwszej grupy respondentów, były subwencje z Polskiego Funduszu Rozwoju (PFR). Ten rodzaj wsparcia wskazała większość badanych: „największa pomoc, jaką otrzymaliśmy, to subwencja z PFR” (R₁); „środki otrzymane z PFR” (R₂); „korzystaliśmy też z tarczy PFR, która przyznawała kredyty. Takie kredyty obrotowe, częściowo gwarantowane przez państwo, które (...) mają być częściowo zwrotne” (R₅); „obecnie staramy się o środki z PRF” (R₆); „jedyna rzecz, z której mogliśmy skorzystać to (...) tarcza z PFR 2.0” (R₁₃); „pomoc, która jest z tarczy 6.0” (R₁₄); „następnie z PFR 1.0 i to jest najważniejsza pomoc, którą otrzymaliśmy” (R₁₆). Dodatkowo, przedsiębiorcy korzystali także z innych dostępnych źródeł pomocy, co trafnie podsumował jeden z respondentów: „korzystaliśmy w zasadzie ze wszystkiego, co się dało i większość firm się tak zachowywała” (R₂). Pomoc ta pochodziła z funduszy samorządów regionalnych, urzędów pracy czy też z ZUS. Część ekspertów dość szczegółowo wskazywała konkretne źródła, m.in. „pomoc z Wojewódzkiego Urzędu Pracy”; „dofinansowania regionalne (województwa mazowieckiego)”; „częściowe zwolnienie z ZUS” (R₁); „dofinansowanie do pensji z WUP”; „pomoc z Małopolskiego Centrum Przedsiębiorczości, Powiatowego Urzędu Pracy”; „dotacje na kapitał obrotowy – gwarantowane przez bank krajowy, pożyczka płynnościowa”; „zwolniono nas lub zawieszono nam podatek od nieruchomości,

⁴ Respondenci zostali oznaczeni literą R wraz z dodaniem kolejnej liczby porządkowej w indeksie dolnym.

co w naszym przypadku jest bardzo dużą kwotą” (R₅); „Fundusz Świadczeń Gwarantowanych – czyli dopłaty do pensji pracowników”; „odłożenie spłaty podatku” (R₆); „dostaliśmy zwolnienie z opłaty z ZUS-u” (R₈); „zwolnienie z ZUS-u” (R₁₆).

Część badanych podmiotów, ze względu na rodzaj prowadzonej działalności i podmiotowość prawną, nie mogła być objęta pomocą w ramach celowych Tarcz Antykryzysowych: „podmiotowość nasza (...) uniemożliwiła nam korzystanie z form pomocowych” (R₁₁); „PFR absolutnie nas nie obejmuje” (R₁₅). Niektóre z nich otrzymały jednak pomoc z innych źródeł: „krótkoterminowe zwolnienie ze składek ZUS-u”; „zwolnienie z opłaty za śmieci” (R₄); „mogliśmy liczyć na wsparcie województwa (...) 2 miliony na prowadzenie kampanii promocyjnej, (...) dodatkowy program unijny na 8 milionów, na promocję na rynku brytyjskim i niemieckim” (R₁₀); „udało nam się (...) skorzystać z tarczy skierowanej do organizacji pozarządowych, (...) bezzwrotnej pożyczki na bieżącą działalność” (R₁₅).

Ostatnią badaną grupą podmiotów były instytucje reprezentujące jednostki samorządu terytorialnego lub zajmujące się promocją turystyki w skali regionalnej i krajowej. Oczywiście jest, że podmioty te nie były beneficjentami środków pomocowych. Często pełniły rolę oferentów wsparcia dla przedstawicieli branży turystycznej. Działania podjęte przez badane jednostki obejmowały: „jako samorząd województwa przekazaliśmy (...) 80 milionów na wsparcie branży turystycznej”; „pokryjemy 50% składki członkowskiej w DOT za przedsiębiorców branży turystycznej”; „zwiększyliśmy składkę do DOT na działania mające na celu (...) walkę z pandemią (...), przygotowanie nowych narzędzi promocji (...) i zbudowanie i utrzymanie nowego narzędzia sprzedażowego” (R₉); „uruchomiona Małopolska Tarcza Antykryzysowa (...) wsparcie dla branży turystycznej rzędu 200 milionów zł”; „w ciągu dwóch tygodni rozstrzygnie się kwestia kolejnych funduszy pożyczkowych (...) i tu jest mowa o kwocie 130 milionów” (R₁₀).

Określenia

Wyrażenia wpisujące się w sieć określeń poddano analizie przez pryzmat temperatur emocjonalnych (nacechowania emocjonalnego) (Dudkiewicz, 2015). W celu zachowania czytelności prowadzonej dyskusji zdecydowano się zastosować uproszczone podejście, które zakłada podział określeń na pozytywne, negatywne, ambiwalentne i neutralne (Warmińska, Urbaniak, 2017). W wyniku analizy zgromadzonego materiału badawczego zidentyfikowano najwięcej negatywnych określeń obrazujących rolę państwa w przeciwdziałaniu skutkom kryzysu gospodarczego. Zdaniem uczestników wywiadów rola ta była „niewystarczająca” (R₁, R₆, R₁₄, R₁₅); „(...) niecelna, trochę niesprawiedliwie rozłożona (...) szeroko płynąca” (R₄); „(...) kwota subwencji nie była znana” (R₈); „(...) nie trafiała całkowicie skutecznie” (R₁₁); „nieadekwatna” (R₁₃); „spóźniona” (R₁₄, R₁₃, R₁₅); „niesprawiedliwa” (R₁₆). Zwrócono uwagę na fakt, że rząd powinien „(...) dawać prognozy tego, co będzie się działo” (R₁₁).

W opinii niektórych ekspertów wsparcie oferowane przez rząd było „(...) sprawne, szybkie” (R₂) czy też „zadowalające” (R₇), zwłaszcza w pierwszym okresie obowiązywania obostrzeń. Jednak wypowiedzi pozytywne stanowiły mniejszość. Pojawiły się także określenia, które miały zabarwienie ambiwalentne. Do tej grupy można zaliczyć następujące wypowiedzi respondentów: „(...) częściowo otrzymana pomoc wykluczała się” (R₁); „(...) dostaliśmy dofinansowania różnego typu, ale to nie wystarcza” (R₅). Jeden z ekspertów zauważył, że pomoc oferowana przez rząd „(...) była szeroko rozłożona”

(R₁₃). Jednym z neutralnych określeń było to dotyczące „różnych zakresów pomocy” (R₁). Respondenci podejmowali także dyskusję nad koniecznością wprowadzania ograniczeń działalności gospodarczej, w wielu przypadkach (R₁₃, R₁₅, R₁₂, R₁₆) wskazując, że brakuje fachowych badań naukowych sankcjonujących bardziej radykalne obostrzenia w turystyce w stosunku do innych sektorów. Niektórzy z uczestników wywiadów zauważyli także, że wynika to głównie ze słabej organizacji sektora turystycznego (R₅) i niedoceniań jego znaczenia dla krajowej gospodarki (R₇).

Część przedstawicieli badanych podmiotów (R₁, R₂, R₁₄, R₁₅, R₁₆) uznała, że oferowana pomoc była niewspółmiernie niska w stosunku do realnych potrzeb. Tylko dwie respondenty przyznała, że wsparcie, które otrzymali w trakcie trwania pierwszej fali pandemii, było wystarczające (R₇), a sposób przekazywania środków był sprawny i szybki (R₂). Duża część badanych wskazywała na trudności związane z otrzymaniem dofinansowania, m.in. zbyt skomplikowane i trudne do wypełnienia wnioski (R₆), konieczność zwrotu otrzymanego wsparcia z powodu zmian w procedurze przyznawania dotacji (R₁₃), niemożność ubiegania się o dalszą pomoc z powodu przekroczenia limitu otrzymanej pomocy publicznej (R₁). Niektórzy eksperci wskazywali przykłady rozwiązań zagranicznych, które mogłyby w ich opinii być implementowane, tak aby pomóc krajowym podmiotom turystycznym przerwać kryzys pandemiczny (R₅, R₁₁).

Analiza określeń używanych przez badanych wskazała na znaczną przewagę sformułowań negatywnych, w tym o różnym nasileniu. Duża część z nich wyrażała przygnębienie i niepokój związane z lękiem i troską o przyszłość. Eksperci okazywali także rozczarowanie spowodowane sytuacją podmiotów turystycznych i niewystarczającym ich zdaniem wsparciem ze strony rządu. Pojawiały się także określenia zabarwione zniechęceniem i złością.

Asocjacje

Skojarzenia z rolą państwa w przeciwdziałaniu skutkom kryzysu gospodarczego dotyczyły dwóch aspektów. Jeden z nich dotyczył sytuacji danego podmiotu działającego na rynku turystycznym i rozwiązań, które mogłyby przyczynić się do usprawnienia dostępu do opracowanych form wsparcia. W opinii uczestników wywiadów dzięki oferowanej pomocy udało się „(...) uratować jak największą liczbę miejsc pracy” (R₁) lub także „(...) skorzystaliśmy w zasadzie ze wszystkiego, co się dało (...) większość firm się tak zachowała” (R₂). Jednak zdaniem jednego z respondentów oferowana pomoc „(...) nie była konsultowana z zainteresowanymi” (R₄). Decyzje podejmowane przez rząd oceniono jako „chaotyczne” (R₅). Zwrócono uwagę na fakt, że wsparcie dla przedsiębiorców „powinno się (...) odbywać na prostszych zasadach (...) wsparcie ze strony rządzących powinno być zdecydowanie większe” (R₆). W opinii jednego z ekspertów pomoc państwa „powinna dotyczyć obszaru kompensacyjnego (obszarów pomocowych) dla zatrzymanych sektorów gospodarki” (R₁₁). Zauważono także, że „(...) nie ma logiki w blokowaniu wybranych branż” (R₁₃). Pojawił się także głos, że „(...) nawet do 80% podmiotów nie uzyska tej pomocy ze względu na limity” (R₁₁). Opinia ta niewątpliwie dotyczyła warunków, które musieli spełnić przedsiębiorcy w celu uzyskania rekompensaty oferowanej ze strony państwa. Jeden z respondentów uznał, że rola państwa obejmuje także działania związane z „(...) ratowaniem etatów” (R₁₆).

Opozycje

Analizując uzyskane wyniki, można uznać, że prezentując sieć opozycji wobec roli państwa w przeciwdziałaniu skutkom kryzysu gospodarczego należy wskazać te wypowiedzi respondentów, które sygnalizują czym ona nie jest lub czego w ich opinii zabrakło. Jeden z ekspertów zauważył, że „(...) w którymś momencie przestaliśmy móc korzystać” (R₁) z oferowanej pomocy. Pojawił się także głos sygnalizujący, że „(...) PRF był ograniczony do wąskiej grupy odbiorców” (R₂). Zauważono także, że w ramach działań podejmowanych przez rząd „brak przewidywalności” (R₇). Jeden z ekspertów uznał, że „(...) gdyby pomoc była adresowana tylko do branż, które rzeczywiście mają problemy, to nie mielibyśmy w branży turystycznej sytuacji katastrofy” (R₁₀). Pojawił się także głos, że „(...) nie ma konkretnego planu wychodzenia (z kryzysu)” (R₁₀).

Nasuwa się wniosek, że opinie respondentów były podzielone – prezentowały różnicowane podejście do tematu analizowanych zagadnień i często były nacechowane emocjonalnie. Jednak z punktu widzenia przyjętego postępowania badawczego jest to konkluzja, która wpisuje się i ściśle koresponduje z założeniami zrealizowanych wywiadów. Należy nadmienić, że z kilku powodów zdecydowano się zastosować podejście jakościowe. Przyjęto, że pozwoli ono wykreować przestrzeń sprzyjającą dyskusji, która umożliwi udzielanie swobodnych wypowiedzi i zachęci ekspertów do przedstawiania własnych opinii w sposób spontaniczny, w tym uwzględniający przemyślenia, które mogą pojawiać się w trakcie przebiegu danego wywiadu.

Opis działań podmiotu

Tworząc sieć opisu działań podmiotu, należy spróbować odpowiedzieć na następujące pytania: co robi? jakie skutki wywołuje? Na podstawie analizy wypowiedzi respondentów można uznać, że wsparcie oferowane przez państwo dla branży turystycznej było niewystarczające: „(...) teoretycznie ta pomoc powinna starczyć na o wiele dłużej, ale to się nie sprawdziło” (R₁); „(...) pomoc się wyczerpała” (R₂). Jeden z ekspertów zwrócił uwagę na fakt, że „(...) toczyliśmy rozmowy, żeby poszerzać kody PKD, które były kryterium pomocy” (R₁₁). Należy zauważyć, że większość badanych oceniła oferowaną przez państwo pomoc jako niewystarczającą, akcentując jednocześnie bardzo trudną sytuację podmiotów turystycznych w porównaniu z innymi przedstawicielami praktyki gospodarczej.

WNIOSKI

Przeprowadzona analiza pola semantycznego wykazała, że rola państwa w przeciwdziałaniu skutkom kryzysu wywołanego pandemią COVID-19 była postrzegana niejednoznacznie przez respondentów. W ich opinii zadaniem państwa w obliczu kryzysu jest wspieranie turystyki, rekompensata strat poniesionych wskutek zamknięcia branży i wprowadzanie mechanizmów popytowych, które przyczynią się do szybszego odbudowania działalności turystycznej oraz wskazywanie wartości, jakie niesie ze sobą turystyka. Wszyscy badani utożsamiali rolę państwa z *pomocą*, używając także innych wyrażeń, m.in. *programy pomocowe*, *narzędzia wsparcia*, *działania* czy *środki pomocowe*. Analizując rolę państwa w przeciwdziałaniu skutkom pandemii COVID-19, respondenci wskazywali także źródła pozyskanej pomocy publicznej, sposoby jej

wykorzystania i dokonywali oceny działań podejmowanych przez rząd. Warto podkreślić, że analizowana problematyka wzbudziła silne emocje wśród uczestników wywiadów, co znalazło odzwierciedlenie w ich wypowiedziach. Wypowiedzi te były bardzo nacechowane negatywnymi emocjami wyrażającymi niepewność, przygnębienie, zniechęcenie i lęk. Co ważne, wydaje się także, że pesymistyczne nastroje zwiększały się proporcjonalnie do terminów poszczególnych wywiadów. Osoby badane w grudniu 2020 roku charakteryzował relatywnie większy optymizm i nadzieja, że pandemia wkrótce się skończy. Natomiast uczestnicy wywiadów ze stycznia i lutego 2021 roku wydawali się być nastawieni dużo bardziej pesymistycznie. Przyjęta metoda badawcza oraz sposób organizacji wywiadów umożliwiły respondentom otwarte i szczerze przedstawianie swoich opinii i poglądów. Co istotne, podczas wywiadów panowała życzliwa, nieoceniająca atmosfera, sprzyjająca uzyskaniu autentycznych i wiarygodnych wyników. Interlokutorzy swobodnie wypowiadali się na temat poszczególnych zagadnień, podejmowali polemiki i dyskusje pomiędzy sobą. Analizowana problematyka była dla respondentów bardzo ważna, dzięki czemu chętnie i obszernie odpowiadali na postawione pytania.

Konkludując, należy dodać, że zaprezentowane wyniki badań obrazują opinie i stanowiska wybranej grupy podmiotów turystycznych. Autorki zdają sobie sprawę, że przeanalizowane wypowiedzi ekspertów nie oddają nastrojów czy też nie pozwalają szczegółowo zarysować sytuacji, w jakiej znalazły się wszystkie krajowe podmioty prowadzące działalność w obszarze turystyki. Niemniej jednak, uwzględniając przyjęte założenia badawcze, udało się zrealizować postawione cele, dokonując oceny roli państwa w przeciwdziałaniu skutkom pandemii COVID-19 w turystyce w oparciu o wyniki analizy pola semantycznego.

Literatura

References

- Barbour, R. (2007). *Doing focus groups*. London: SAGE Publications.
- Biolik-Stich, B. (2020). Zarządzanie finansami mikroprzedsiębiorcy w stanie epidemii COVID-19. W: J. Nesterak, B. Ziębicki (red.), *Wiedza – Gospodarka – Społeczeństwo. Społeczno-gospodarcze uwarunkowania rozwoju współczesnych organizacji*. Toruń: Wydawnictwo „Dom Organizatora”, 29–38.
- Dudkiewicz, M. (2006). Zastosowanie analizy pola semantycznego i analizy gloss dla zaprezentowania sposobu postrzegania świata społecznego. *Przeгляд Socjologii Jakościowej*, 2(1), 33–52.
- Dudkiewicz, M. (2015). O korzyściach płynących z wiedzy, co myślą ludzie: wykorzystanie metody pola semantycznego w projektach systemowych. W: B. Fatyga (red.), *Praktyki badawcze*. Warszawa: Instytut Stosowanych Nauk Społecznych Uniwersytetu Warszawskiego, 159–176.
- Gössling, S., Scott, D., Hall, C.M. (2020). Pandemics, tourism and global change: a rapid assessment of COVID-19. *Journal of Sustainable Tourism*, 29(1), 1–20.
- Krueger, R.A., Casey, M.A. (2009). *Focus groups: a practical guide for applied research*. Thousand Oaks: SAGE Publications.
- Maison, D. (2010). *Jakościowe metody badań marketingowych*. Warszawa: PWN.
- Murgado-Armenteros, E.M., Torres-Ruiz, F.J., Vega-Zamora, M. (2012). Differences between online and face to face focus groups, viewed through two approaches. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, 7(2), 73–86.
- Piróg, D. (2014). W poszukiwaniu metodologicznych innowacji w badaniach jakościowych – przykład z analizy przechodzenia absolwentów geografii na rynek pracy. *Annales Universitatis Paedagogicae Cracoviensis. Studia Geographica*, 6, 9–18.

- Sigala, M. (2020). Tourism and COVID-19: Impacts and implications for advancing and resetting industry and research. *Journal of Business Research*, 117, 312–321. doi: 10.1016/j.jbusres.2020.06.015
- Stojczew, K. (2021). Ocena wpływu pandemii COVID-19 na sytuację w branży motoryzacyjnej w Polsce. *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego*, 35(2), 64–84.
- Straś-Romanowska, M. (2010). Badania ilościowe vs jakościowe – pytanie o tożsamość psychologii. *Roczniki Psychologiczne*, 13(1), 97–105.
- Thomas, D.R. (2006). A general inductive approach for analyzing qualitative evaluation data. *American Journal of Evaluation*, 27(2), 237–246.
- Ustawa z dnia 2 marca 2020 r. o szczególnych rozwiązaniach związanych z zapobieganiem, przeciwdziałaniem i zwalczaniem COVID-19, innych chorób zakaźnych oraz wywołanych nimi sytuacji kryzysowych. Dz.U. 2020 poz. 374.
- Ustawa z dnia 14 sierpnia 2020 r. o zmianie ustawy o szczególnych rozwiązaniach związanych z zapobieganiem, przeciwdziałaniem i zwalczaniem COVID-19, innych chorób zakaźnych oraz wywołanych nimi sytuacji kryzysowych oraz ustawy o zmianie ustawy o szczególnych rozwiązaniach związanych z zapobieganiem, przeciwdziałaniem i zwalczaniem COVID-19, innych chorób zakaźnych oraz wywołanych nimi sytuacji kryzysowych oraz niektórych innych ustaw. Dz.U. 2020 poz. 1478.
- Ustawa z dnia 17 września 2020 r. o zmianie ustawy o szczególnych rozwiązaniach związanych z zapobieganiem, przeciwdziałaniem i zwalczaniem COVID-19, innych chorób zakaźnych oraz wywołanych nimi sytuacji kryzysowych oraz niektórych innych ustaw. Dz.U. 2020 poz. 1639.
- Ustawa z dnia 27 listopada 2020 r. o zmianie ustawy o szczególnych rozwiązaniach związanych z zapobieganiem, przeciwdziałaniem i zwalczaniem COVID-19, innych chorób zakaźnych oraz wywołanych nimi sytuacji kryzysowych oraz niektórych innych ustaw. Dz.U. 2020 poz. 2157.
- Ustawa z dnia 9 grudnia 2020 r. o zmianie ustawy o szczególnych rozwiązaniach związanych z zapobieganiem, przeciwdziałaniem i zwalczaniem COVID-19, innych chorób zakaźnych oraz wywołanych nimi sytuacji kryzysowych oraz niektórych innych ustaw. Dz.U. 2020 poz. 2255.
- Ustawa z dnia 21 stycznia 2021 r. o zmianie ustawy o szczególnych rozwiązaniach związanych z zapobieganiem, przeciwdziałaniem i zwalczaniem COVID-19, innych chorób zakaźnych oraz wywołanych nimi sytuacji kryzysowych oraz niektórych innych ustaw. Dz.U. 2021 poz. 159.
- Ustawa z dnia 15 kwietnia 2021 r. o zmianie ustawy o szczególnych rozwiązaniach związanych z zapobieganiem, przeciwdziałaniem i zwalczaniem COVID-19, innych chorób zakaźnych oraz wywołanych nimi sytuacji kryzysowych oraz niektórych innych ustaw. Dz.U. 2021 poz. 981.
- Ustawa z dnia 16 kwietnia 2020 r. o szczególnych instrumentach wsparcia w związku z rozprzestrzenianiem się wirusa SARS-CoV-2. Dz.U. 2020 poz. 695.
- Ustawa z dnia 19 czerwca 2020 r. o dopłatach do oprocentowania kredytów bankowych udzielanych przedsiębiorcom dotkniętym skutkami COVID-19 oraz o uproszczonym postępowaniu o zatwierdzenie układu w związku z wystąpieniem COVID-19. Dz.U. 2020 poz. 1086.
- Ustawa z dnia 24 czerwca 2021 r. o zmianie ustawy o szczególnych rozwiązaniach związanych z zapobieganiem, przeciwdziałaniem i zwalczaniem COVID-19, innych chorób zakaźnych oraz wywołanych nimi sytuacji kryzysowych oraz niektórych innych ustaw. Dz.U. 2021 poz. 1192.
- Warmińska, K., Urbaniak, A. (2017). Czym jest Kraków? Analiza pola semantycznego. *Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie*, 3(963), 87–102.
- Wells, C.R., Sah, P., Moghadas, S.M., Pandey, A., Shoukat, A., Wang, Y., Wang, Z., Meyers, L.A., Singer, B.H., Galvani, A.P. (2020). Impact of international travel and border control measures on the global spread of the novel 2019 coronavirus outbreak. *Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America*, 117(13), 7504–7509. doi: 10.1073/pnas.2002616117
- Zenker, S., Kock, F. (2020). The coronavirus pandemic – A critical discussion of a tourism research agenda. *Tourism Management*, 81, 104–164. doi: 10.1016/j.tourman.2020.104164

Iryna Manczak, dr, Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie, Katedra Handlu i Instytucji Rynkowych. Jej zainteresowania badawcze dotyczą zarządzania turystyką w mieście, kreowania turystycznych sieci międzyorganizacyjnych i instytucji rynkowych. Jej publikacje naukowe prezentują wyniki prowadzonych badań z obszaru turystyki.

Iryna Manczak, PhD, Cracow University of Economics, Department of Trade and Market Institution. Her research interests include management of tourism in a city, creating tourist inter-organisational networks and market institutions. Her publications present the results of research in the field of tourism.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9661-9945>

Adres/address:

Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie
Kolegium Nauk o Zarządzaniu i Jakości
Katedra Handlu i Instytucji Rynkowych
ul. Rakowicka 27
31-510 Kraków
e-mail: manczaki@uek.krakow.pl

Izabela Gruszka, dr, Wyższa Szkoła Handlowa we Wrocławiu, Katedra Turystyki i Rekreacji. Jej zainteresowania badawcze dotyczą oceny potencjału recepcyjnego w różnych skalach przestrzennych, komercjalizacji walorów turystycznych, przystosowania obiektów turystycznych do potrzeb ruchu turystycznego. Jest autorką i współautorką licznych prac naukowych, popularno-naukowych oraz dokumentów strategicznych dotyczących turystyki.

Izabela Gruszka, PhD, Tourism and Recreation Department, University of Business in Wrocław. Her research interests include assessments of reception potential at various spatial scales, commercialisation of tourist attractions, adaptation of tourist facilities to the needs of tourist traffic. She is the author and co-author of numerous papers and strategic documents on tourism.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4266-377X>

Adres/address:

Wyższa Szkoła Handlowa we Wrocławiu
ul. Aleksandra Ostrowskiego 22
53-238 Wrocław
e-mail: izabela.gruszka@handlowa.eu

BARTOSZ KORINTH
University of Gdańsk, Poland

JAN ANDRZEJ WENDT
University of Gdańsk, Poland

The impact of COVID-19 pandemic on foreign tourism in European countries

Abstract: The subject of this study is the COVID-19 pandemic that has shaken the world's tourism industry since March 2020. The aim is to propose the use of the Perkal index to assess the impact of the pandemic on tourism in European countries. Five variables from the UNWTO and Eurostat were used in the research and they concerned thirty European countries. These variables are: data on the percentage change in nights spent at tourist accommodation establishments, percentage change in international tourist arrivals, percentage change in international tourism receipts, percentage change in persons employed in tourism, and percentage change in net occupancy rate of bed-places and bedrooms in hotels and similar accommodation. On the basis of the Perkal index value, it is evident that the crisis of 2020 affected the countries located in the Mediterranean (including Italy and Greece) to a largest extent. On the other hand, the pandemic least influenced the Scandinavian countries, the Baltic countries and those located in the central part of the European continent. The proposed index allows to evaluate changes in a time series system and enables comparative analysis between territorial units. In both international and domestic comparisons, the impact of COVID-19 on tourism assessment index may be a useful analysis tool and is likely to be widely used in the future.

Keywords: COVID-19; Europe; Perkal's index; pandemic; tourism

Received: 21 July 2021

Accepted: 9 August 2021

Sugerowana cytacja / Suggested citation

Korinth, B., Wendt, J.A. (2021). The impact of COVID-19 pandemic on foreign tourism in European countries. *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego, [Studies of the Industrial Geography Commission of the Polish Geographical Society]*, 35(3), 186–204, doi: <https://doi.org/10.24917/20801653.353.11>

INTRODUCTION

Tourism is one of the sectors most affected by the COVID-19 pandemic. According to the UNWTO (2021), only in 2020 the number of foreign tourists decreased by over 70%. This, in turn, resulted in significant drops in their spending, which are estimated at almost 1.3 billion USD. This situation was aggravated by the governments' introduction of numerous restrictions in most countries, implemented in order to prevent the spread of the COVID-19 pandemic. Changes in tourism, especially foreign (Więckowski,

2021) and transborder (Wendt et al., 2021) are also associated with certain emotional and psychological factors, such as the fear of travelling, as evidenced by surveys, e.g. in Poland (Korinth, 2020; Walas, Kruczek, 2020).

The aim of this study is to show how the pandemic influenced foreign tourism in European countries. For the purpose of this analysis, the Perkal's index was used (Kurkiewicz et al., 1991). It is characterised by transparency and, above all, little loss of information during data aggregation. The study used five variables from the United Nations World Tourism Organization (UNWTO) and Eurostat (statistical office of the European Union). A total of 30 European countries was selected for the analysis. Majority of them are EU countries. This choice was dictated by the availability of data.

This article aims to fill the research gap regarding the impact of a pandemic on tourism. It complements the various research methods used so far. In the case of research on tourism, numerous publications are devoted to forecasting its development in the coming years. An example is the use of the ARIMA model (Kufel, 2020) or the Delphi corrective forecasting model (Zhang et al, 2021). Other research methods related to the study of the impact of a pandemic on tourism also include DEMATEL method analysis on quarantine decisions (Altuntas and Gok, 2021). The use of the Perkal index complements the already rich methodology related to the study of the impact of a pandemic on tourism.

METHODOLOGY AND DATA

In the initial phase of the development of the Perkal's index, the following data was collected and aggregated: data on the percentage change in nights spent at tourist accommodation establishments (Eurostat, 2021a), percentage change in international tourist arrivals (UNWTO, 2021), percentage change in international tourism receipts (UNWTO, 2021), percentage change in persons employed in tourism (Eurostat, 2021b), and percentage change in net occupancy rate of bed-places and bedrooms in hotels and similar accommodation (Eurostat, 2021c). All values referred to changes in 2020 which were compared to the previous year – 2019.

The procedure for creating a Perkal index (PI) is to build a synthetic index being the sum of standardised partial indices. It consists of the following steps:

Step 1: Creating a data matrix.

Step 2: Standardisation of variables.

Step 3: Taking into account the characteristics of stimulant and destimulant.

Step 4: Calculation of the index.

Accordingly, a table was created with five variables obtained from UNWTO (2021) and Eurostat (2021a, 2021b, 2021c). The collected data was standardised (scaled down to a small range) based on their arithmetic means (μ) and standard deviation (σ). This was done using the equation to calculate the normalised value:

$$z = \frac{\bar{x} - \mu}{\sigma}$$

where:

z – standardised value

\bar{x} – custom variable,

μ – arithmetic average,

σ – standard deviation of the population.

A similar approach to data standardisation is put forward in many scientific publications. In subject literature, this activity was performed, among others, as means to analyse tourism development (Lee and Chang, 2008), for the analysis of main outflows from tourism markets for health tourism spending (Ridderstaat et al., 2019) or for statistical analysis of urban tourism (Wöber, 2000). However, it is the definition of standard deviation proposed in the publication of Hwang and Yoon (1981) that was considered by the author as most relevant. Standardisation was performed on the three variables previously mentioned in table 1.

Among all the indicators, we can distinguish stimulants and destimulants. In this study, only destimulants were used, which allowed to bypass this step. Perkal's index is an arithmetic mean calculated from standardised variables. It was created based on the formula:

$$Pi = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n Y'i$$

where:

Pi – Perkal index

n – number of objects,

$Y'i$ – standardised value of the j -th feature in the i -object, after replacing the destimulant with stimulants.

Then the results of the research were presented in the form of a choropleth map, which was created based on the arithmetic mean and standard deviation of the Perkal index for all countries. The division criterion was adopted:

$$\bar{x} - \sigma = -0.8 \quad \bar{x} = -0.1 \quad \bar{x} + \sigma = 0.6$$

where:

\bar{x} – custom variable,

σ – standard deviation of the population.

The principle was adopted that the higher index value characterised the smaller impact of the pandemic on tourism in the country.

The comparative analysis method used in this article is known in the literature on the subject as the Z-scores method (Smith, 1972). In this work, it is identified as the Perkal index. This definition of the indicator was dictated by its popularity in the Polish literature on the subject (Parysek and Wojtasiewicz, 1979). The presented method is the most frequently used solution in works on the use of taxonomy in regional research. It is particularly known among Polish scientists who successfully use this method in publications in renowned scientific journals, for example Sustainable Cities and Society (Impact Factor: 5.26), Sustainability (Impact Factor: 2.57) or European Spatial Research and Policy (Impact factor: 1.69). Scientists use the Perkal index to analyse the city's greening (Lewandowska and Szymańska, 2021) or to analyse the spatial diversity of sustainable development in Poland (Chrobocińska, 2021). The Perkal Index is also used in tourism-related publications, for example to study the role of cultural heritage objects in creating the tourism potential of small towns (Kwiątek-Sołtys and Bajgier-Kowalska, 2019).

Table 1. Variables used to build the Perkal index (PI).

Country	International tourism receipts		Net occupancy rate of bed-places and bedrooms in hotels and similar accommodation		Nights spent at tourist accommodation establishments		Employed persons in tourism industry*		International tourist arrivals		Perkal's index
	Percentage change compared to the same period in the previous year	Value after standardisation	Percentage change compared to the same period in the previous year	Value after standardisation	Percentage change compared to the same period in the previous year	Value after standardisation	Percentage change compared to the same period in the previous year	Value after standardisation	Percentage change compared to the same period in the previous year	Value after standardisation	
Austria	29.7	0.8	-34.0	0.8	-44	2.7	-1.3	-0.2	-48.3	1.0	1.0
Belgium	21.6	1.3	-40.0	1.3	-69	0.1	-0.6	0.5	-68.0	-0.1	0.6
Bulgaria	63.0	1.4	-39.0	-1.4	-75	-0.5	-3.4	-2.1	-60.2	0.3	-1.0
Croatia	54.3	0.8	-57.0	-0.8	-58	1.3	-1.3	-0.2	-67.7	-0.1	0.1
Cyprus	-82.0	-2.6	-62.0	-2.6	-83	-1.4	0.2	1.2	-84.1	-1.1	-0.9
Czechia	-44.7	-0.2	-37.0	-0.2	-73	-0.3	-1.3	-0.2	-67.9	-0.1	0.0
Denmark	-50.6	-0.6	-45.0	-0.6	-63	0.7	-0.9	0.2	-69.2	-0.2	0.1
Estonia	-64.4	-1.5	-41.0	-1.5	-68	0.2	-2.2	-1.0	-68.4	-0.2	-0.4
Finland	-59.9	-1.2	21.0	-1.2	-68	0.2	-1.5	-0.4	-70.4	-0.3	-0.2
Germany	-43.6	-0.1	-35.0	-0.1	-64	0.6	-1.6	-0.5	-66.5	-0.1	-0.1
Greece	-76.3	-2.3	-41.0	-2.3	-77	-0.7	-0.9	0.2	-76.8	-0.6	-1.2
Hungary	-47.7	-0.4	-48.0	-0.4	-77	-0.7	-1.1	0.0	-59.1	0.4	0.0
Iceland	-70.3	-1.9	-56.0	-1.9	-79	-0.9	-3.2	-1.9	-79.9	-0.8	-1.1

Italy	-58.1	-1.1	-39.0	-1.1	-70	0.0	-2.0	-0.8	-58.1	0.4	-0.7
Latvia	-53.6	-0.8	-44.0	-0.8	-61	0.9	-1.9	-0.7	-70.1	-0.3	-0.3
Lithuania	-66.7	-1.6	-50.0	-1.6	-73	-0.3	-1.5	-0.4	-70.1	-0.3	-0.5
Luxembourg	-21.9	1.3	-39.0	1.3	-52	1.9	1.1	2.0	-51.6	0.8	1.5
Malta	-78.1	-2.4	-62.0	-2.4	-75	-0.5	2.6	3.4	-75.2	-0.5	0.0
Netherlands	-45.5	-0.3	-41.0	-0.3	-59	1.2	0.0	1.0	-62	0.2	0.5
N. Macedonia	-41.5	0.0	-46.0	0.0	-84	-1.5	-0.3	0.7	-84.4	-1.1	-0.1
Norway	-71.1	-1.9	-29.0	-1.9	-69	0.1	-0.5	0.5	-76.1	-0.6	-0.3
Poland	-41.6	0.0	-37.0	0.0	-65	0.5	-0.1	0.9	-16.1	2.8	1.0
Portugal	-55.8	-0.9	-51.0	-0.9	-74	-0.4	-2.0	-0.8	-75.2	-0.5	-0.4
Romania	-60.3	-1.2	-44.0	-1.2	-86	-1.7	-1.8	-0.6	-82.7	-1.0	-1.1
Serbia	-25.6	1.0	-35.0	1.0	-68	0.2	-0.2	0.8	-75.1	-0.5	0.4
Slovakia	-8.9	2.1	-32.0	2.1	-63	0.7	-2.0	-0.8	-63.6	0.1	0.6
Slovenia	-60.4	-1.2	-39.0	-1.2	-71	-0.1	-0.5	0.5	-73.1	-0.4	-0.5
Spain	-76.1	-2.2	-49.0	-2.2	-80	-1.1	-2.9	-1.6	-76.9	-0.6	-1.3
Sweden	-52.9	-0.7	-36.0	-0.7	-71	-0.1	-1.3	-0.2	-73.6	-0.5	-0.1
Switzerland	-50.1	-0.6	-26.0	-0.6	-66	0.4	-0.2	0.8	-70.1	-0.3	0.2
											-0.1
											0.7

* Classification of economic activities – NACE Rev.2 – Air transport; Accommodation and food service activities; Accommodation; Travel agency, tour operator and other reservation service and related activities.

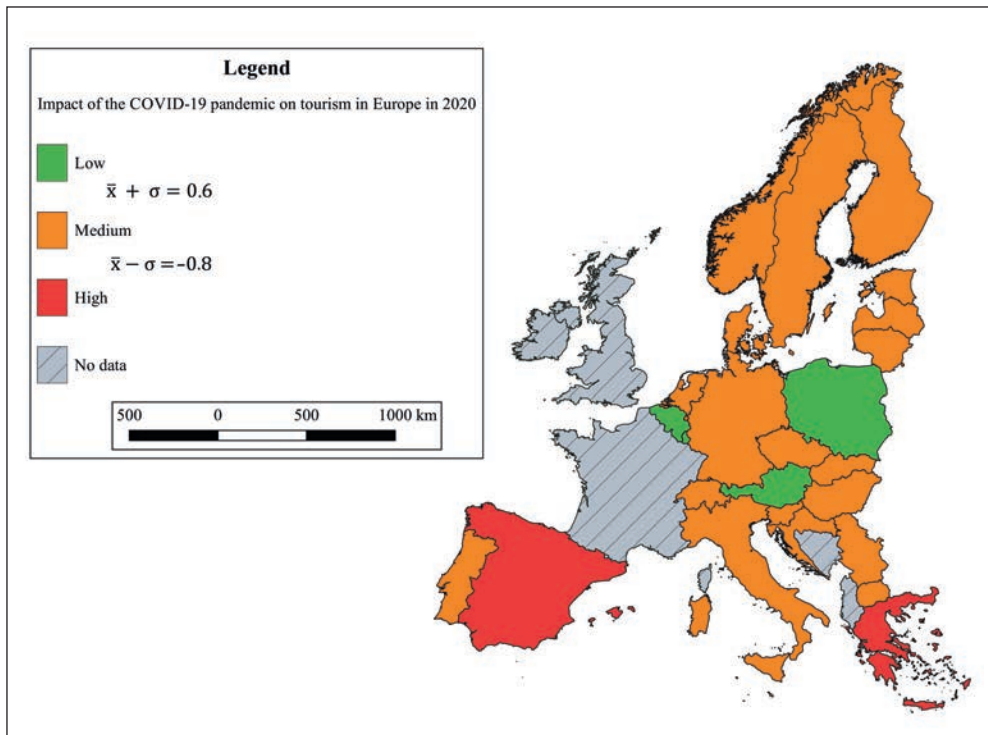
Source: Authors' own work based on UNWTO (2021) and Eurostat (2021a, 2021b, 2021c).

RESULTS

For the majority of European countries tourism can be considered as one of the biggest economy players (Ilieş, Wendt, 2015). The outbreak of the pandemic strongly affected this sector, causing a decrease in the occupancy of the accommodation base, a decrease in the number of foreign tourists and a decrease in foreign tourists' spending.

When analysing the research results, it should be highlighted that the impact of the pandemic on foreign tourism in European countries varied in terms of space, which stems from different levels of the countries' tourist attractiveness. The lowest Perkal index values was recorded mainly in the receiving countries for the foreign arrivals tourism, especially in Spain (PI=-1.3) and Greece (PI=-1.2). The rest of the countries in the Mediterranean had average values for the Perkal index. These countries include Portugal (PI=-0.4), Italy (PI=-0.7) and Croatia (PI=0.1). Central and Western Europe can be distinguished among the regions characterised by a lower impact of the pandemic on tourism. Poland (PI=1.0), Austria (PI=1.0), Belgium (PI=0.6) and Luxembourg (PI=1.5) are the countries with the highest values of the Perkal index. The rest of the European countries were characterised by average values of the Perkal index, and thus the impact of the pandemic on tourism was also average.

Figure 1. Impact of the COVID-19 pandemic on international tourism in Europe in 2020 (using the Perkal index)



Source: Authors' own work based on table 1.

DISCUSSION

The COVID-19 pandemic constitutes one of the largest research gaps which is subject to daily updates provided by the world literature. The indicators of its impact on tourism have already been developed and are, similarly to this study, based on statistical data. An example of such an index is the "Discussion about Pandemics Index" (Karabulut et al., 2020), which was created on the basis of seven variables, including Natural Logarithm of Number of Tourist Arrivals, Natural Logarithm of Discussion about Pandemics Index or Natural Logarithm of GDP per capita (constant 2010 US \$). The authors of the research show that the negative impact of the pandemic on the arrivals of tourists is particularly visible in the countries of southern Europe. On the one hand, the index takes into consideration many important economic values. On the other hand, tourism is only one of its elements (Więckowski, 2020; Liu et al., 2021).

CONCLUSIONS

The analysis of selected variables made it possible to present the situation in which European countries found themselves at the time of the COVID-19 pandemic. The conducted research has shown that the Perkal index is an interesting tool for assessing the impact of a pandemic on tourism in given spatial units.

Research has shown large disproportions in the impact of the COVID-19 pandemic on tourism in European countries. The countries most affected were countries hosting relatively large numbers of tourists each year, like Spain (Moreno-Luna et al., 2021) and Greece (Kousi et al., 2021). They reached the lowest values of the Perkal index. An extremely interesting example is Italy, which, despite the enormous problems associated with high morbidity, was not characterised by the worst situation. The same can be concluded in the case of other important tourist destinations such as Croatia or Slovenia. Perhaps this was due to the fact that European markets, which were partially open during the pandemic, are of key importance for Italy.

The highest values of the Perkal index, and thus the relatively best situation in international tourism, were experienced by countries with smaller importance of tourism overall. Countries such as the Netherlands, Belgium or Luxembourg have never dominated both in the number of tourists in previous years and in the sum of their expenses.

Taking into account the available data and the analysis carried out, it can be concluded that there is a clear difference between the impact of tourism on the main destinations in international tourism of the Mediterranean countries and the countries of Central Europe as well Scandinavian once. It can also be concluded that the proposed method may be useful in determining the size of the impact of a pandemic situation on changes in the volume of traffic in intern

References

- Altuntas, F., & Gok, M.S. (2021). The effect of COVID-19 pandemic on domestic tourism: A DEMATEL method analysis on quarantine decisions. *International Journal of Hospitality Management*, 92. doi: 10.1016%2Fj.ijhm.2020.102719
- Chrobocińska, K. (2021). Comparative Analysis of Regional Competitiveness in Poland from 2010–2019 in the Context of the Concept of Sustainable Development. *Sustainability*, 13(6). doi: 10.3390/su13063202

- Eurostat. (2021a). Nights spent at tourist accommodation establishments - monthly data. https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/product/page/TOUR_OCC_NIM
- Eurostat. (2021b). Employed persons by full-time/part-time activity and NACE Rev. 2 activity. Retrieved from https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/tour_lfs1r2/default/table?lang=en
- Eurostat. (2021c). Net occupancy rate of bed-places and bedrooms in hotels and similar accommodation. Retrieved from https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/TOUR_OCC_MNOR_custom_987792/default/table?lang=en
- Hwang, C.L., & Yoon, K. (1981). Methods for multiple attribute decision making. In: Multiple attribute decision making. Berlin, Heidelberg: Springer, 58-191. doi: 10.1007/978-3-642-48318-9_3
- Ilieş, A. & Wendt, J.A. (2015). Geografia turystyczna. Podstawy teorii i zagadnienia aplikacyjne. Gdańsk: Wydawnictwo AWFIS.
- Karabulut, G., Bilgin, M.H., Demir, E., & Doker, A.C. (2020). How pandemics affect tourism: International evidence. *Annals of Tourism Research*, 84 . doi: 10.1016/j.aanat.2020.102991
- Korinth, B. (2020). The impact of COVID-19 on foreign travel plans of Polish tourists, 2020. *Studia Periegetica*, 32 (4), 59–69. doi: 10.5604/01.3001.0014.6585
- Kousi, T., Mitsi, L.C., Simos, J. (2021). The Early Stage of COVID-19 Outbreak in Greece: A Review of the National Response and the Socioeconomic Impact. *Int. J. Environ. Res. Public Health*, 18, 322. doi: 10.3390/ijerph18010322
- Kufel, T. (2020). ARIMA-based forecasting of the dynamics of confirmed Covid-19 cases for selected European countries. *Equilibrium. Quarterly Journal of Economics and Economic Policy*, 15(2), 181–204. doi: 10.24136/eq.2020.009
- Kurkiewicz, J., Pocięcha, J., & Zając, K. (1991). Metody wielowymiarowej analizy porównawczej w badaniach rozwoju demograficznego. *Monografie i Opracowania/Szkoła Główna Handlowa*, (336).
- Kwiatek-Sołtys, A., & Bajgier-Kowalska, M. (2019). The role of cultural heritage sites in the creation of tourism potential of small towns in Poland. *European Spatial Research and Policy*, 26(2), 237–255. doi: 10.18778/1231-1952.26.2.11
- Lee, C.C., & Chang, C.P. (2008). Tourism development and economic growth: A closer look at panels. *Tourism management*, 29(1), 180–192. doi: 10.1016/j.tourman.2007.02.013
- Lewandowska, A., & Szymańska, D. (2021). Ecologisation of Polish cities in the light of selected parameters of sustainable development. *Sustainable Cities and Society*, 64 . doi: 10.1016/j.scs.2020.102538
- Liu, A., Vici, L., Ramos, V., Giannoni, S., Blake, A. (2021). Visitor arrivals forecasts amid COVID-19: A perspective from the Europe team. *Annals of Tourism Research*, 88, 103182. doi: 10.1016/j.aanat.2021.103182
- Moreno-Luna, L., Robina-Ramírez, R., Sánchez, M.S.-O., Castro-Serrano, J. (2021). Tourism and Sustainability in Times of COVID-19: The Case of Spain. *Int. J. Environ. Res. Public Health*, 18, 1859. doi: 10.3390/ijerph18041859
- Parysek, J.J., & Wojtasiewicz, L. (1979). *Metody analizy regionalnej i metody planowania regionalnego*. Studia KPZK PAN, t. 39. Warszawa: PWN.
- Ridderstaat, J., Singh, D., & DeMicco, F. (2019). The impact of major tourist markets on health tourism spending in the United States. *Journal of destination marketing & management*, 11, 270–280. doi: 10.1016/j.jdmm.2018.05.003
- Smith, D.M. (1972). Geography and social indicators. *South African Geographical Journal*, 54(1), 43–57. doi: 10.1080/03736245.1972.10559497
- UNWTO. (2021). World tourism barometer, vol. 19(1), January 2021. doi: 10.18111/wtobarometereng
- Walas, B. & Kruczek Z. (2020). The impact of COVID-19 on tourism in Kraków in the eyes of tourism entrepreneurs. *Studia Periegetica*, 2(30), 79–95. doi: 10.5604/01.3001.0014.3664
- Wendt, J.A., Grama, V.; Ilieş, G., Mikhaylov, A.S. Borza, S.G. Herman, G.V. & Bógdał-Brzezińska, A. (2021). Transport Infrastructure and Political Factors as Determinants of Tourism Development in the Cross-Border Region of Bihor and Maramureş. A Comparative Analysis. *Sustainability*, 13, 5385. doi: 10.3390/su13105385

- Więckowski, M. (2020). Can pandemic stop or slow the Anthropocene? *Geographia Polonica*, 93(4), 473–492. doi: 10.7163/GPol.0183
- Więckowski, M. (2021). Will the Consequences of Covid-19 Trigger a Redefining of the Role of Transport in the Development of Sustainable Tourism? *Sustainability*, 13, 1887. doi: 10.3390/su13041887
- Wöber, K.W. (2000). Standardizing city tourism statistics. *Annals of Tourism Research*, 27(1), 51–68. doi: 10.1016/S0160-7383(99)00054-7
- Zhang, H., Song, H., Wen, L., & Liu, C. (2021). Forecasting tourism recovery amid COVID-19. *Annals of Tourism Research*, 87, 103149. doi: 10.1016/j.annals.2021.103149

Bartosz Korinth, PhD student at the Institute of Socio-Economic Geography and Spatial Management, Faculty of Social Sciences, University of Gdańsk. His research interests are focused mainly on geography of tourism. He is a high school geography teacher.

ORCID: <https://orcid.org/000-0003-4969-1650>

Address:

University of Gdańsk
Faculty of Social Sciences
Institute of Socio-Economic Geography and Spatial Management
Bażyńskiego 4, 80-309 Gdańsk, Poland
e-mail: bartosz.korinth@wp.pl

Jan A. Wendt, PhD, professor of Gdańsk University, currently works in the Institute of Socio-Economic Geography and Spatial Management, Faculty of Social Sciences. He conducts research in political geography and geography of tourism. In his work, he deals with tourist traffic safety, protection of material culture heritage, geography of transport, geopolitics, conflict processes, state security, international history, politics and international relations.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1712-4926>

Address:

University of Gdańsk
Faculty of Social Sciences
Institute of Socio-Economic Geography and Spatial Management
Bażyńskiego 4, 80-309 Gdańsk, Poland
e-mail: jan.wendt@ug.edu.pl

VITALII IVANUNIK

Yuriy Fedkovych Chernivtsi National University, Ukraine

HALYNA KRUL

Yuriy Fedkovych Chernivtsi National University, Ukraine

STEPAN BRYK

Yuriy Fedkovych Chernivtsi National University, Ukraine

Assessment of the impact and interrelation of UNESCO World Heritage on the tourism attractiveness of the country

Abstract: This work aims to investigate the impact of popular UNESCO World Heritage objects on the country's tourist arrivals as a factor of attractiveness, to estimate the strong correlation between these phenomena, and to mathematically validate the assumption that the number of such sites has a direct impact on the country's tourism competitiveness. We used data from the UNWTO's open sources, UNESCO, the World Economic Forum expert reports on the competitiveness of travels and tourism of the world's countries for 2017. The analysis is based on three rankings of countries in terms of World Heritage assets, international touristic arrivals and the country's tourism and travel competitiveness index, and correlation analysis between these values. Also, to determine the influence and interdependencies between the studied concepts, the method of paired correlation analysis was chosen as a convenient way to demonstrate the influence of one variable on another. Determination of the correlation coefficient allowed to speak about the complexity of the relationship and the linearity of these phenomena. In particular, the increase in the number of UNESCO World Heritage sites leads to an increase in tourist arrivals and makes the country attractive for tourism development. As a result, we have obtained estimates of the unidirectional impact of the number of World Heritage sites on the territory of a particular country on the volume of international tourist arrivals. However, not always the overall attractiveness and competitiveness of the country in the field of tourism is linked to the World Heritage, and our study only confirms the thesis that among the many ways to increase the attractiveness of the country, an increase in World Heritage sites leads to an increase in tourist traffic. In current trends, choosing public policy to enhance and preserve UNESCO sites one obviously can expect the growth of tourist flows to the countries.

Keywords: international touristic arrivals, tourism attractiveness, Travel and Tourism Competitiveness Index, UNESCO World Heritage

Received: 3 March 2021

Accepted: 8 May 2021

Suggested citation:

Ivanunik, V., Krul, H., Bryk, S. (2021). Assessment of the impact and interrelation of UNESCO World Heritage on the tourism attractiveness of the country. *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego [Studies of the Industrial Geography Commission of the Polish Geographical Society]*, 35(3), 186–204. doi: <https://doi.org/10.24917/20801653.353.12>

INTRODUCTION

Tourism industry is an important component of the economy of many countries, which is increasing its global significance. Tourism development affects various sectors of the economy, especially in construction, transport, communications, trade, which are the most promising areas of structural reorientation of the economy in the post-industrial era and the distribution of employment in it. An important prerequisite for the effective development of tourism industry on a given territory is an increase in the number of foreign tourists and the inclusion of local residents in the domestic tourist flow. A steadily increasing tourist flow supplies the economy with income, which leads to an increase in the socio-economic development of the territory and the improvement of social standards.

Competition between countries in the global tourism market for the distribution of tourism revenues forces specialised state organisations and private companies to increase the quality and quantity indicators of tourism appeal of the territory. One of the criteria for confirming the generally accepted global trend in choosing state policy on the attractiveness of the country as a whole is the concept aimed at developing tourism in the country through the popularisation and status of the natural and cultural superstructure. The accumulation of UNESCO World Heritage sites on its territory as status, popular and unique attractions which act as a magnet for the flow of tourists to the country as a whole is regarded as a success.

ANALYSIS OF RECENT STUDIES AND PUBLICATIONS

The study of any phenomenon or process requires the primary clarification of its essence, the identification of methods that better reveal this essence, and the interrelation with other processes and phenomena. As noted above, this article examines the impact of UNESCO World Heritage Sites on the attractiveness of a country through the close relationship with tourist arrivals, and as a result, the relevant calculations confirm the assumption that the number of such sites influence the tourist visitation of countries. So, the task is to clarify the essence of the basic concepts to which this study is devoted, namely, "tourist potential", "tourist attractiveness", "tourist competitiveness", and others.

Today there are many scientific approaches and developed methodologies for assessing the tourism potential and attractiveness of the territory. The two indicators are affined, although some scientists consider this connection to be spontaneous and unprecedented. Let us first consider the essence of the concept of "tourism potential of the region". In the second half of the 20th century, the study of the tourist potential of a particular territory was a subject of research of many economists, who considered it through the prism of economic concepts. A detailed review of various approaches to the interpretation of the term "tourist potential" is given in the article by Iașu and Bulai (2011). For example, Snak (1976, cited in Iașu, Bulai, 2011: 165), believes that "the basic tourist supply is the main prerequisite in the planning and functioning of some forms of tourism". Muntele and Iașu (2006, Iașu, Bulai, 2011) interpret tourist potential as "the totality of natural, social, cultural and historical resources that support the tourist offer of a certain territory".

In the 1990s, the problem of defining and calculating tourism potential flooded the geographical and economic literature without specifying its meaning and objectives. Today, there are two main trends in defining the concept of “tourism potential”: the first one is related to the attribution of non-material factors to this concept. This is the opinion of Glăvan (2005), who perceives it as “the sum of opportunities provided by the natural and social environment at the disposal of tourist activity”, whereas Hall, Page (2004, 2014) see it as “basic conditions of development.”

However, the “materialistic approach” considers the tourism potential as “the sum of natural and human resources” (Iațu, Bulai, 2011; Ielenicz, Comănescu, 2006; Ielenicz, Comănescu, Nedelea, 2010). The LEADER European Supervisory Programme defines tourism potential as the relationship between tourism supply, demand, market trends and competition (2005, 2011; Iațu, Bulai, 2011). According to Goeldner and Ritchie (2003, 2009; Iațu, Bulai, 2011), the tourism proposition can be divided into four components: natural resources, anthropogenic environment, touristic sector activities and cultural resources.

Therefore, tourism potential is a qualitative, non-material measure of certain subjective capacities and conditions, while the tourism proposition may include both existing and possible components that depend on a survey approach or a territorial assessment project. But the tourism proposition does not explain the development of tourism by the range of demand. Therefore, Formica (2000, cited in Iațu, Bulai, 2011: 166) defines the relationship between the demand and the offer as tourism attractiveness which “depends on the balance between the availability of existing tourism attractions and their importance.” Unlike potential, which is part of the proposition, tourism appeal requires an approach that is based on the dependence between possible and available elements and tourism demand (Lovingwood, Mitchell, 1989, cited in Iațu, Bulai, 2011: 166), i.e. it is a function of the interplay of proposition and demand. It is the appeal that allows assessing the impact of territorial internal forces (proposition) on external forces (demand) and vice versa.

Current research on the tourist potential of certain territories covers mainly geographical issues (availability of resources, infrastructure, services), but not the analysis of the degree of their correlation or significance, which interferes with the knowledge of the impact of these indicators and elements of the tourism sphere on the regional economy. The shortcoming is the use of indicators of tourist demand in the research, expressed by determining the number of arrivals, the number of overnight stays, the average stay duration, tax and budget revenues, motivation of tourist trips, etc. Also, there is a need to study the tourist potential in terms of tourist appeal. The methods suggested by Smith (1987), and supplemented by Lovingwood and Mitchell (1989), referenced in Iațu and Bulai (2011), lean against a wide range of tourism data (hotel rooms, restaurants, campsites, number of natural features etc.). Using their method of research on the basis of a real analysis of all components, to identify territorial formations (clusters) with similar resource characteristics, allows to reveal the economic importance of tourism in any particular region or country.

Analysing the available publications on regional tourism, we observe a high degree of the use of the term “tourism attractiveness of the region”. However, there is a reason to believe that not only is there no common understanding of this concept, but there is no clear definition that meets scientific requirements. Considerable attention to the interpretation of the term “tourist attractiveness” was paid at different times

by Benckendorff (2004, 2006) and Kruczek (2015). According to them, the problem in a unified interpretation of this concept is also complicated by the fact that there are no common approaches or quantitative indicators that allow to assign this or that place in the category of “outstanding” or “attractive”. In his monograph, based on previous thorough studies by Benckendorff (2004), Kruczek (2011) systematised approaches to the definition of the concept of “tourist attractiveness” by tourism classics Cohen (who first used the term in 1972), Lundberg (1985), Leiper (1979), Davidson (1996), Middleton (1996, 2003), Lew (1987), etc., comprehensively complemented the interpretation of “tourist attractiveness” and, summarizing them, proposed to consider as tourist-attractive places “all constituent elements of the tourist product (weighty places and events, objects and authentic works of culture), defined as unique and such that are able to attract tourists and make them choose a particular area”.

According to McKenzie and Adams (2018), the primary motivation of tourists is often driven by the desire to visit a unique attraction in a particular location. The attractiveness of the latter depends on the quality and status of the site, as some travelers are seduced by a particular attraction, while others prefer thematic travel. Therefore, the presentation of associative attractions as a showcase of a country attracts the tourist to the destination in general. Cmeciu and Druga (2011) agree and confirm the point, they believe that apart from Count Dracula, Ceausescu and Comaneci, monasteries of Moldova and Bukovina (eastern and northern part of Romania) constitute a permanent brand of the country, inseparably linked in the mind of every foreign tourist with Romanian atmosphere.

A different opinion is held by Husbands (1983), whose point is that the problem of evaluation and measurement of tourism attractiveness concerns countries as a whole. He notes that even if the peculiarity of a country allows it to become tourism attractive by resource heritage (as the primary motivation), there are other factors that level the initial potential: the sphere of security, health care, the level of freedom and the like. The phenomenon of tourism is expressed as the formation of a system with a peculiar way of organising a comfortable life.

So, the tourist attractiveness of a region is nothing but the assessment of potential tourists’ ability to meet their needs in the region. Tourist attractiveness, as an evaluative category, is characterised by a set of factors, they are interrelated and have varying degrees of importance for the overall assessment.

In their study Korol and Krul (2020) define the attractiveness of the territory of a country through the indicators of area and population, which are divided and correlated with the number of tourist arrivals, leaning against various geographical factors, including the climate. However, in our opinion, this analysis of attractiveness does not meet the emotional component of tourist arrivals.

A group of scientists (Truchet et al., 2016) in their study notes that the level and status of attractiveness of tourist attractions and their spatial characteristics are determinants of tourism development. However, they take into account the impact of tourist attractions on the number of hotel rooms and the number of employees in the tourism sector, which does not fully reflect the direct relationship between the presence of outstanding sites and tourist flows.

Du Cros (2008) notes that UNESCO World Heritage sites are often popular and the main attractions of a particular location, particularly in terms of the economic benefits they bring due to increased attendance and extended stays. However, it is difficult to

achieve the result without quality management and promotion of these sites. In addition, this phenomenon has the opposite effect, when the excessive number of tourists negatively affects the quality of the attraction, as discussed in the article by Gao, Su, Zang (2020) based on the example of China. A group of researchers (Kaharuddin et al., 2021) concluded that the tourist's motivation to choose a destination is influenced not only by the presence of an outstanding attraction, but also by the quality of service and its level of satisfaction. This thesis was confirmed through a survey on World Heritage Sites in Northern Ireland in Kempiak et al. (2017).

Having studied and analysed the opinions of various scientists, we formulate the definition of "recreational and tourist attractiveness of the territory" as a complex potential of tourist resources to attract (lure) consumers on the one hand, and attractive economic and natural conditions for investment and development of a particular territory, creating an appropriate comfortable environment for the relevant activities on the other. We believe that the primary attractiveness of the country depends on the cumulative diversity of a certain number of natural and cultural tourist resources. Secondary attractiveness (general) is the quality of tourist infrastructure development on the basis of the primary component and the level of accessibility to it (Ivanunik, Yavkin, 2012).

Thus, in our opinion, modern tourist attractiveness is nothing but the assessment of potential tourists' ability to meet their own needs by visiting the chosen country. Tourist attractiveness, as an evaluative category, is characterised by a set of indicators that are interrelated and have different degrees of subjectivity between them in terms of travel motives.

STUDY OBJECTIVES

This study aims to demonstrate the impact of World Heritage on the attractiveness of the country through a close relationship with tourist arrivals, to confirm the assumption that the number of World Heritage sites directly affects the tourist attractiveness and popularity of the country and prove it by calculations.

SOURCE MATERIAL AND METHODOLOGICAL BASIS

The study is based on statistics and methodology of international tourism assessment proposed by the UN World Tourism Organization (UNWTO), as well as using systematised data of UNESCO, characterising the object base of the World Heritage Site. For a basis of research the data of the report of experts of the World economic forum on competitiveness of travel and tourism of the world that is expressed by an index TTCI (Travel & Tourism Competitiveness Index) are also taken.

Undoubtedly, the concept of "tourism attractiveness" is a multidimensional and complex characteristic of a destination. As today there is no unified interpretation of the term "tourist attractiveness", so there is no unified method for determining the level and degree of attractiveness of a particular territory. The methodology of research in tourism was studied by Scott, Baggio, Cooper (2008), Hair i in. (2010), Baggio, Klobas (2011), Dwyer, Gill, Seetaram (2012) and many other experts in the tourism industry, but we used a system of tourism rating, which is advisable to apply, taking into account the accumulated experience in international practice, which is the subject of our study.

Proceeding from the goal, we chose and formed three ratings, which indirectly demonstrate the attractiveness of the countries for further primary analysis (see Table 1). Each rating is based on a single indicator, from higher to lower.

The first rating (the main factor) is a selection of countries by the presence of UNESCO World Heritage sites on their territory, which already demonstrates a certain attractiveness. This ranking includes 56 countries that have more than five sites (this is an evaluation criterion). Note that the UAE, which has only one UNESCO World Heritage Site, was visited by almost 16 million tourists in 2017. Almost the same number visited India, which has 38 sites and ranks 6th in the world. So, such a sample is made deliberately in order to get a correct result for further analysis and exclude fluctuations of indicators in the correlation. Note that the array of sample countries accounts for almost 85% of the world heritage of UNESCO.

The other two country rankings by natural and relative indicators also have a sample that is derived from the list of World Heritage Sites, and are also formed of 56 countries.

Today there are many methodologies and assessments of tourist attractiveness. Obviously, a simple assessment of the attractiveness of the territory by a quantitative indicator is international tourist arrivals, forming our next ranking of countries. This indicator demonstrates the overall attractiveness of the country and the magnitude of the demand for natural wealth and cultural treasures as the basis of tourism resources. The information is gathered and published annually by the United Nations World Tourism Organization (UNWTO).

The third ranking indicator we use reflects tourism attractiveness in relative terms. Experts of the World Economic Forum in Davos together with the International Air Transport Association (IATA), the International Union for Conservation of the Environment (IUCN), the World Travel & Tourism Council (WTTC) and the UN World Tourism Organization (UNWTO) form The Travel & Tourism Competitiveness Index (TTCI) which is published every two years and covers over 130 countries, which, according to analysts, account for over 98% of world GDP. The Travel & Tourism Competitiveness Index of a country consists of four main groups: environment, politics, infrastructure, natural and cultural resources.

Despite all the unfluence of experts in determining this index, we would like to note a certain disadvantage in its formation. All fourteen indicators that make up the TTCI have the same weight of influence, summing up the final value. Although, in our opinion, the primary basis of a country's attractiveness in tourism is a group of natural and cultural resources, which create the basis, all other factors act as a superstructure. A typical example of the lack of TTCI score is Turkey – a country with a comfortable climate, diverse environment, rich cultural heritage (a total of 18 UNESCO sites), which by 2017 was visited by almost 38 million tourists (8th place in the world rating), but according to the TTCI index it ranks only 30th. Despite this, this index has a global completeness of attractiveness, which allows for a comprehensive analysis.

Ratings, as an array of data, form an incomplete picture of the destination's attractiveness, they show a certain level, relying only on the dominant factor. However, for a more in-depth analysis of the impact of World Heritage on tourism attractiveness, further we use a method of contrast and comparison of individual factors and their influence on each other in correlation analysis.

To carry out an assessment of the impact of the UNESCO World Heritage on international tourist arrivals we chose the method of pair correlation, because correlation dependence occurs when one of the values depends not only on a given second, but also on some random factors; or, when among the conditions on which both values depend, there are common for them both. This is particularly appropriate in our case. From the data sets created, we will perform a correlation analysis using Microsoft Excel software to determine the Pearson correlation coefficient.

$$r = \frac{\sum(x - \bar{x})(y - \bar{y})}{\sqrt{\sum(x - \bar{x})^2 \sum(y - \bar{y})^2}}$$

(1) where (r) – correlation coefficient Pearson, (x) and (y) numerical values of quantities between which a correlation relationship is established, (\bar{x}), (\bar{y}) – their arithmetic averages.

For functional relationships, the index refers to the interval from 1.0 to 1.0 inclusive and reflects the magnitude of the linear relationship between two sets of data. The correlation is considered strong if (r) is greater than 0.75, indicating the dependence of one factor on another.

RESULTS OF THE STUDY

Thus, the authors of the study offer to define the UNESCO World Heritage Site as a status unique micro- (inherent in cultural attractions) and macro-space (natural sites), which expresses the basis of motivational and emotional component of the popularity of the country. In our opinion, the primary motivation of the modern tourist is perceived through unique status locations (including UNESCO World Heritage Sites), which contribute to the growth of tourist flows and the emotional appeal of the country.

1. Let us consider the distribution of UNESCO World Heritage Sites in the world, which occurs, at first glance, by assigning the appropriate status to unique sites. However, there is a pattern that the number of such sites in the country depends on various factors: 1) the historical and cultural heritage of the country (the age of the historical period); 2) the natural diversity of landscape formations; 3) the area of the country. The last factor is obvious, but not decisive for the number of World Heritage sites on the territory of a particular country.

If we analyse the formed rating of countries by the number of UNESCO World Heritage sites on their territory, more than half of the first 15 countries are the largest in the world by area, such as Russia, Canada, Australia, USA, Brazil, India, Mexico and China (see Table 1). This fact confirms the thesis that the larger the country, the more likely it is to find UNESCO sites. However, Italy and Spain have a combined total of 105 UNESCO World Heritage Sites (almost 10%), although these countries are small in size, but have a rich historical and cultural heritage and landscape diversity.

The factor of natural diversity today has the least influence on the distribution of UNESCO World Heritage sites. Only in three countries in the structure natural sites prevail over cultural ones, namely in Canada 11 (natural) out of 20 (total), in the USA 13 out of 24, and in Australia 16 out of 20. Also, Russia and China are rich in natural sites with UNESCO World Heritage status (UNESCO World Heritage List).

Table 1. Rankings of Countries by Number of UNESCO World Heritage Sites, International Tourist Arrivals and Travel and Tourism Competitiveness Index (2017)

№	Countries	World Heritage UNESCO		International Tourist Arrivals 2017		Travel and Tourism Competitiveness Index 2017	
		Quantity (units)	Rating position	1000 persons	Rating position	TTCI	Rating position
1	Italy and Vatican	57	1	58253	5	4.99	8
2	China	55	2	60740	4	4.72	13
3	Spain	48	3	81869	2	5.43	1
4	Germany	46	4	37452	9	5.28	3
5	France	45	5	86918	1	5.32	2
6	India	38	6	15543	20	4.18	26
7	Mexico	35	7	39291	6	4.54	18-19
8	United Kingdom of Great Britain and Northern Ireland	32	8	37651	7	5.20	5
9	Russian Federation	29	9	24390	13	4.15	28
10	USA	24	10-11	76941	3	5.12	6
11	Iran	24	10-11	4867	42	3.43	50
12	Japan	23	12	28691	11	5.25	4
13	Brazil	22	13	6589	38	4.49	21
14	Canada	20	14-15	20883	15	4.97	9
15	Australia	20	14-15	8815	31	5.10	7
16	Greece	18	16-17	27194	12	4.51	20
17	Turkey	18	16-17	37601	8	4.14	29-30
18	Portugal	17	18	21200	14	4.74	12
19	Poland	16	19	18400	16	4.11	31
20	Sweden	15	20	7054	34	4.55	17
21	Czechia	14	21-22	13665	22	4.22	25
22	Republic of Korea	14	21-22	13336	23	4.57	16
23	Belgium	13	23	8358	32	4.54	18-19
24	Switzerland	12	24-25	11133	28	4.94	10
25	Peru	12	24-25	4032	44	4.04	35
26	Argentina	11	26	6710	36	4.05	34
27	Austria	10	27-32	29460	10	4.86	11
28	Bulgaria	10	27-32	8883	30	4.14	29-30
29	Croatia	10	27-32	15593	19	4.42	23
30	Denmark	10	27-32	11743	26	4.43	22
31	Netherlands	10	27-32	17924	17	4.64	14-15
32	South Africa	10	27-32	10285	29	4.01	36
33	Ethiopia	9	33-38	933	55	3.10	54
34	Morocco	9	33-38	11349	27	3.81	40-41
35	Colombia	9	33-38	3631	45	3.83	39
36	Cuba	9	33-38	4594	43	3.30	52
37	Indonesia	9	33-38	12948	24	4.16	27
38	Israel	9	33-38	3613	46	3.84	38
39	Hungary	8	39-44	15775	18	4.06	32-33

40	Norway	8	39-44	6252	40	4.64	14-15
41	Romania	8	39-44	2760	48	3.78	42-43
42	Tunisia	8	39-44	7052	35	3.50	47-48
43	Sri Lanka	8	39-44	2116	50	3.81	40-41
44	Viet Nam	8	39-44	12922	25	3.78	42-43
45	Finland	7	45-53	3180	47	4.40	24
46	Slovakia	7	45-53	5415	41	3.90	37
47	Ukraine	7	45-53	14421	21	3.50	47-48
48	Algeria	7	45-53	2451	49	3.07	55
49	Egypt	7	45-53	8292	33	3.64	44
50	Kenya	7	45-53	1390	51	3.59	46
51	Senegal	7	45-53	1365	52	3.14	53
52	Tanzania	7	45-53	1275	53	3.45	49
53	Bolivia	7	45-53	1134	54	3.34	51
54	Chile	6	54-56	6450	39	4.06	32-33
55	Pakistan	6	54-56	907	56	2.89	56
56	Philippines	6	54-56	6621	37	3.60	45

Source: compiled by the authors based on data from the UNESCO World Heritage List, UNWTO Tourism Highlights and The Travel & Tourism Competitiveness Report

Another indication of the territorial differentiation of UNESCO World Heritage Sites is the factor of economic development. Among the G20 countries only Argentina, Indonesia, Saudi Arabia, South Africa, South Korea are not included in the top twenty UNESCO World Heritage Sites, although the G20 countries account for more than half of these sites.

Almost half of the UNESCO heritage sites are in Europe (see Table 2), but there are some territorial differences: 19 countries have 10 or more sites. More than half of the European countries form the top twenty of the ranking. There are only two countries in Europe without World Heritage sites (Liechtenstein and the Kingdom of Monaco) (UNESCO World Heritage List).

The next region (according to the UNWTO classification), characterised by the specificity of linguistic and cultural environment, is the American macro-region, in which the leading positions in the number of UNESCO World Heritage sites is Mexico (35 sites) (see Table 1). In the structural distribution a significant advantage belongs to the cultural (30 sites) (UNESCO World Heritage List). The representative countries of the region are the United States (24 sites), Brazil (22), Canada (20), Peru (12), Argentina (11). The leader in visits is the United States (almost 77 million a year), and second and third places are Mexico and Canada (39 million and 20 million respectively) (UNWTO).

In the Asia-Pacific region there is a significant territorial differentiation in the distribution of UNESCO World Heritage Sites, which depends on the policy of governments to expand the base of sites with unique status. The leader of this region is China with 55 monuments. Every year 60 million tourists visit this country, and the presence of UNESCO sites is not the last reason to visit it. Significant potential for monuments has India (38 sites), which is the sixth in the ranking. However, it is the 20th most visited country in the world (15.5 million tourists a year). This means that there is latent potential for tourism development. Japan (23 sites), Iran (24) and South Korea (14) also

have considerable tourism potential with regard to available UNESCO heritage sites. We would like to single out Australia, where of the 20 World Heritage Sites, 16 are natural sites, which accounts for an even territorial division leading to a sustainable development of tourism. One of Australia's most famous World Heritage Sites is the Great Barrier Reef (UNESCO World Heritage List).

The least attractive region of the world is Africa, where there is not a single country that has more than 10 UNESCO World Heritage sites. On the negative side this region is represented by the Democratic Republic of Congo with 5 UNESCO monuments, but all of them are in danger of extinction or destruction. Rather significant potential of the UNESCO sites on the African continent is noted in South Africa (10 sites, 32nd place in the ranking), Ethiopia, Morocco (9 sites each), Tunisia (8 sites). This region has the most attractive potential among sites of natural value (UNESCO World Heritage List).

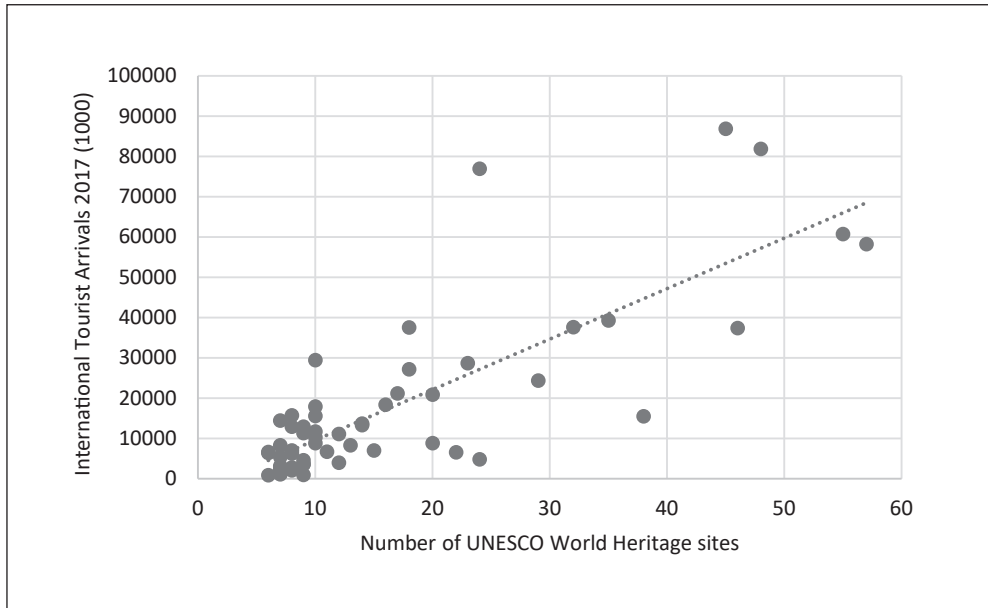
2. Evaluation of the impact of UNESCO World Heritage on international tourist arrivals. The main goal of tourism development in a particular territory is not the number of World Heritage sites, but the value of tourist flows and revenues from them. In our opinion, the assessment of the impact of the UNESCO World Heritage on the world tourism market can be compared with the indicator, which is calculated by UN-WTO and demonstrates the international tourist arrivals. Of course, it is not necessary to identify all tourist arrivals with all UNESCO World Heritage sites as objects of tourist services. Of course, there may be another purpose for visiting a country. The task of our study was to identify the relationship between two socio-geographical phenomena: the number of UNESCO World Heritage sites and international tourist arrivals, which indirectly affect the world tourism market.

After performing a number of calculations, we obtained the results of the correlation analysis. We determined the correlation coefficient of the relationship between international tourist arrivals and the number of UNESCO sites. The world correlation coefficient is ($r = 0.80378$), which indicates a sufficiently close level of interrelation of the factors under study. The tendency of direct proportionality in this correlation relationship is clear. In other words, the more world heritage sites a country has, the greater the number of tourist arrivals, and vice versa. To better demonstrate to the world the correlation relationship between the number of UNESCO World Heritage sites and international tourist arrivals one can use a linear correlation graph (see Figure 1).

If we analyse the ranking data sets that were correlated, we see that there are 16 countries each in the top 20 of both rankings, which is 80% overlap (see Table 1). Sharp differences in the overall trends of correlated data with the advantage of World Heritage over international tourist arrivals have Iran (11th place in the ranking), Brazil (13th), Australia (15th), which have more than 20 sites each. However, their reasons are different: while Brazil and Australia have somewhat similar influences (remote geographical location relative to global tourist destinations), Iran, which has 24 UNESCO World Heritage Sites (11th place in the ranking), has less than 5 million tourists (42nd place in the visitor arrivals ranking). In our opinion, this is due to political reasons, security factor and religious freedoms. In other words, the country's tourism potential is not fully exploited, as demonstrated by the TTCI of 3.43, by which Iran ranks 50th in the ranking.

The opposite situation with the predominance of international arrivals over the World Heritage site base can be observed in the USA (10th place for World Heritage and

Figure 1. Graph of the linear correlation distribution (World)



Source: calculated by the authors based on data from the UNESCO World Heritage List, UNWTO

3rd for international tourist arrivals), Turkey (respectively, 18th and 8th positions), Austria (27th, 10th), the Netherlands (31st, 17th). This means that the common root causes of visits to these countries are not World Heritage. These countries rank fairly high in the TTCI rankings, which confirms the above.

Let us single out the countries where there is a harmonious proportionality between the three indicators characterising the balance between the primary tourist motivation and destination possibilities. We included Spain (3rd place by the number of UNESCO monuments, 2nd place by international tourist arrivals, 1st place by TTCI), Great Britain and Northern Ireland (places in corresponding ratings – 8th, 7th and 5th), Portugal (18th, 14th and 12th), Czech Republic (21–22nd, 22nd and 25th), Bulgaria (27–32nd, 30th and 29–30th) and others. This situation is predominantly characteristic of European countries.

Therefore, we formed a separate sample of the data set within all the countries of the European continent and increased the statistical series in order to obtain a correct result for the analysis. The ranking includes 46 states. We deliberately combined Italy and the Vatican, and a correlation analysis was carried out using the same methodology, which demonstrated certain differences from global trends.

In Europe, the correlation coefficient between the number of UNESCO World Heritage sites and international tourist arrivals is $r = 0.902664$, which is greater than the global value and demonstrates an even closer direct correlation between the said indicators. The linear regularity of the correlation distribution in the global trend is also confirmed on the European continent (see Figure 2).

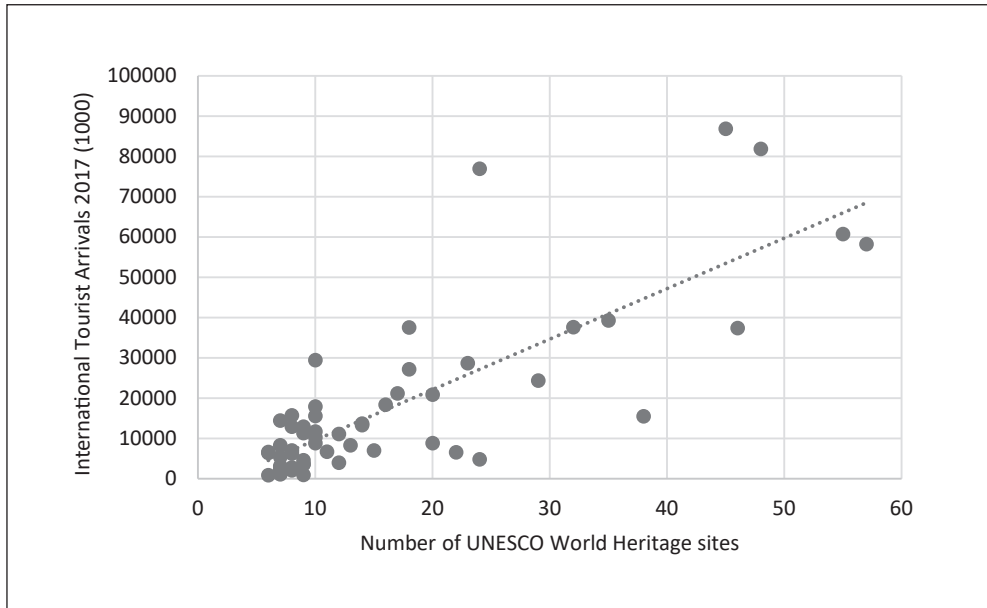
Analysing the results, we note some interesting points: Ireland, having on its territory two UNESCO World Heritage sites (40th place), receives more than 10 million tourists annually, which in international tourist arrivals matches the level of Sweden,

Table 2. Ranking of European countries by the number of World Heritage sites and International Tourist Arrivals (2017)

Nº	Countries	World Heritage UNESCO	International Tourist Arrivals 2017 1000 persons	Nº	Countries	World Heritage UNESCO	International Tourist Arrivals 2017 1000 persons
1	Italy and Vatican	57	58 253	24	Slovakia	7	5 415
2	Spain	48	81 869	25	Ukraine	7	14 421
3	Germany	46	37 452	26	Serbia	5	1 497
4	France	45	86 918	27	Albania	4	4 643
5	United Kingdom of Great Britain and Northern Ireland	32	37 651	28	Belarus	4	2 000
6	Russian Federation	29	24 390	29	Lithuania	4	2 523
7	Greece	18	27 194	30	Montenegro	4	1 877
8	Turkey	18	37 601	31	Slovenia	4	3 586
9	Portugal	17	21 200	32	Armenia	3	1 495
10	Poland	16	18 400	33	Azerbaijan	3	2 454
11	Sweden	15	7 054	34	Bosnia and Herzegovina	3	922
12	Czechia	14	13 665	35	Cyprus	3	3 652
13	Belgium	13	8 358	36	Georgia	3	4 069
14	Switzerland	12	11 133	37	Iceland	3	2 225
15	Austria	10	29 460	38	Malta	3	2 274
16	Bulgaria	10	8 883	39	Latvia	2	1 950
17	Croatia	10	15 593	40	Ireland	2	10 338
18	Denmark	10	11 743	41	Estonia	2	3 244
19	Netherlands	10	17 924	42	Moldova	1	145
20	Hungary	8	15 785	43	Andorra	1	3 003
21	Norway	8	6 252	44	Luxembourg	1	1 046
22	Romania	8	2 760	45	North Macedonia	1	631
23	Finland	7	3 180	46	San Marino	1	78

Source: compiled by the authors based on data from the UNESCO World Heritage List, UNWTO

Figure 2. Linear correlation distribution graph (Europe)



Source: calculated by the authors based on data from the UNESCO World Heritage List, UNWTO

Denmark, Bulgaria, Belgium, which have ten or more World Heritage sites in their arsenal. For example, Austria with its 10 UNESCO sites (9 of them are cultural), occupying 15th place in the ranking, is popular with almost 30 million tourists, and that is the 7th place by international tourist arrivals. It can be assumed that Austria's attractiveness is created by the Alpine ski resorts, which are the primary base attraction, and the cultural sites complement the tourist potential of the country.

3. The impact of World Heritage on a country's travel and tourism competitiveness index consists of four main groups of factors: environment, policy, infrastructure, natural and cultural resources. And those, in turn, cover another 14 indicators: legal regulation, ecology and environmental conditions, health and hygiene, priority of the tourist sector, air transport infrastructure, ground and port infrastructure, general tourist infrastructure, information and communication technologies, price competitiveness, human resources, level of hospitality, natural resources, cultural and historical resources. Their totality gives us an idea of the overall attractiveness of the destination.

Analysing TTCI as an indicator, we see that it demonstrates the civilizational level of tourist attractiveness and blurs the concept of the basic potential of tourist attractiveness, based, in our opinion, on the natural uniqueness and cultural richness. According to the TTCI indicators (see Table 3), the top ten countries have remained unchanged for the last two reports. Most of the countries in this ranking represent Europe, but Japan has made the most progress over the period.

However, we are more interested in the degree of correlation between World Heritage and TTCI. Having carried out the calculations using the same methodology of pairwise correlation, data for the world (see Table 1) data for Europe (see Table 2), we received the following data: the correlation coefficient between the number of World Heritage

sites (World) and TTCI is 0.62776, a similar indicator was found in Europe (0.62344). In our opinion, this result indicates a non-obvious mutual influence of the two phenomena. In terms of the obtained mathematical value of the correlation coefficient, the closeness of the mutual influence, according to various estimates in the range from 0.5 to 0.65, ranges from weak to medium. In fact, these are the indirect effects of the UNESCO World Heritage on the competitiveness of the tourism industry in the country.

Table 3. Ranking of countries by Travel and Tourism Competitiveness Index

Countries	2015		2017	
	TTCI	Place in the ranking	TTCI	Place in the ranking
Spain	5.31	1	5.43	1
France	5.24	2	5.32	2
Germany	5.22	3	5.28	3
Japan	4.94	9	5.26	4
United Kingdom of Great Britain and Northern Ireland	5.12	5	5.20	5
USA	5.12	4	5.12	6
Australia	4.98	7	5.10	7
Italy	4.98	8	4.99	8
Canada	4.92	10	4.97	9
Switzerland	4.99	9	4.94	10

Source: compiled by the authors based on data from The Travel & Tourism Competitiveness Report 2015–2017

The reason is that the UNESCO World Heritage is only one of many tools to increase the tourist attractiveness of the country. The overall competitiveness of the industry depends on investment, tourist safety and many other factors.

The most contrasting indicators are those of China, which shares with Italy the first place in the number of World Heritage sites, but ranks only 13th in the attractiveness of tourism and travel. Equally striking are indicators for India (38 UNESCO sites, 6th place in the world), but in terms of TTCI only 26th. A similar picture is in the Russian Federation, which has 29 World Heritage Sites (9th place), and by TTCI 29th. So, Spain is a successful country from the point of view of tourism development according to three indicators. It is the third in the number of World Heritage sites, the second in international tourist arrivals and the leader in the competitiveness of the tourism industry.

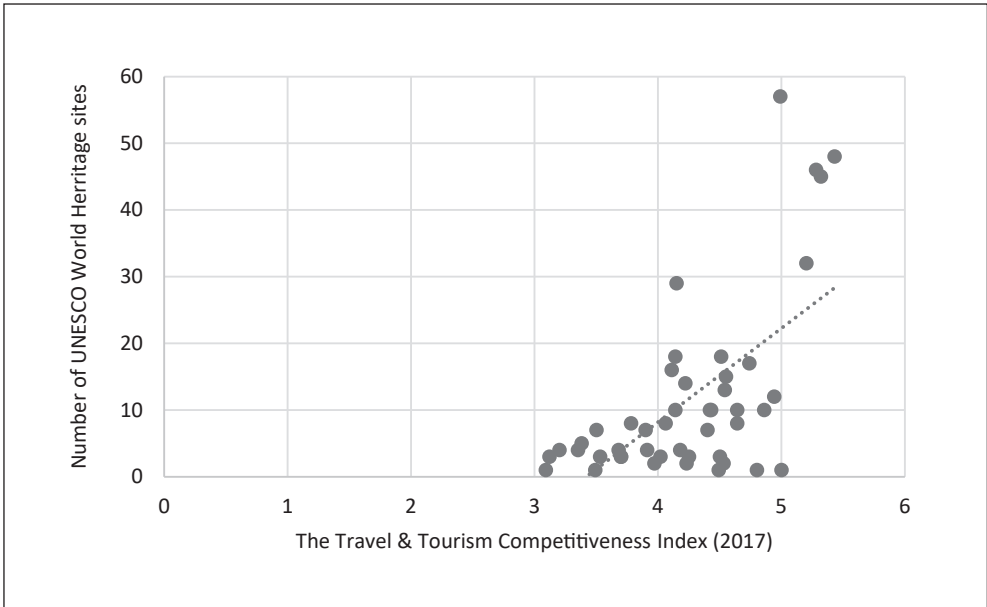
Separately, it is worth mentioning the high level of tourist arrivals and the competitiveness index of some countries, namely Singapore, Macao, Luxembourg, which are poor in terms World Heritage sites or even do not have them at all. These countries are an exception rather than a generalised trend. The basis of tourism development in these countries is not natural opportunities or cultural resources, but technological, infrastructural, entertainment and business opportunities. These are essentially one-city countries with no opportunities for spatial distribution of monuments, even if they would very much like it. Globally, the trend of the influence of World Heritage on tourist arrivals continues and correlation analysis confirms this, although fluctuating exceptions in the form of dwarf countries are present.

Figure 3. Linear correlation distribution graphs (World)



Source: calculated by the authors based on data from the UNESCO World Heritage List and The Travel & Tourism Competitiveness Report 2017

Figure 4. Linear correlation distribution graphs (Europe)



Source: calculated by the authors based on data from the UNESCO World Heritage List and The Travel & Tourism Competitiveness Report 2017

CONCLUSIONS

In our study, the evaluation of countries is considered as a quantitative attractiveness through the prism of tourist arrivals, which is due to the possibility of scientific measurement of this phenomenon. At the same time, we did not take into account the aesthetic attractiveness of the country (tourist sites) which is a subjective factor influenced by many conditions.

The territorial distribution of UNESCO World Heritage sites and destinations of tourist arrivals is usually not uniform on a planetary scale. However, the ranking distribution gave us the first idea of the place of the country in the general process of development of the attractiveness of the country and tourism in particular.

The study of the relationship between the number of UNESCO World Heritage sites and tourist arrivals confirms the simple truth that the state policy of increasing and preserving sites of World Heritage status will obviously contribute to the growth of tourist flows into the country, and therefore increase all indicators of the tourism industry, regardless of the purpose of travel. The current state of tourist flows, above all their volume, shows that the number of World Heritage sites in the country is an extremely attractive component of the choice of the purpose of tourist travel.

However, the influence of the UNESCO World Heritage on the development of the country's competitiveness is somewhat disproved, as evidenced by the insufficiently close correlation between these two phenomena. Competitiveness is influenced by other factors, levelling the possibilities of the natural and cultural basis.

It is important to note that the high level of correlation between the number of World Heritage sites and tourist arrivals should not be seen as the only way to increase the tourist flow into the country. Both today and in the future, it is only one of the tools to influence tourist attractiveness, but a very effective one.

In the near future, the tourism industry will face new challenges related to the post-pandemic period caused by the COVID-19 virus. Trends typical before 2020 may become irrelevant. In general, this epidemic has changed not only the world economy, social relations, but also the periodisation of the tourism industry. The tourism industry is entering a new era, which will be characterised by the creation of new man-made natural and cultural spaces, which will have all the elements of exoticism, uniqueness and inimitability. Newly created objects will compete with the UNESCO World Heritage for the future tourist, to shape his or her worldview. The first examples of such spaces can be seen in the UAE, Qatar, Singapore, and it can change the distribution of world tourist flows.

References

- Baggio, R., Klobas, J.E. (2011). *Quantitative Methods in Tourism. A Handbook*. Bristol; Buffalo; Toronto: Channel View Publications.
- Benckendorff, P. (2004). *Planning for the Future. A Profile of Australian Tourist Attractions*. PhD thesis for the degree of Doctor of Philology in the School of Business James Cook University. Retrieved from <https://researchonline.jcu.edu.au/970/2/02whole.pdf>
- Benckendorff, P. (2006). Attractions megatrends. In: D. Buhalis, C. Costa (eds.), *Tourism business frontiers. Consumers, products and industry*. Amsterdam; Boston: Elsevier Butterworth-Heinemann, 200–210. doi: <https://doi.org/10.1016/b978-0-7506-6377-9.50029-8>

- Cmeci, C.-M., Druga, L. (2011). Romanian Monasteries. Signs of tourist attraction and self-discovery. *The European Legacy*, 16(6), 751–768. doi: <https://doi.org/10.1080/10848770.2011.608008>
- Davidson, R. (1996). *Turystyka*. Warszawa: Polska Agencja Promocji Turystyki.
- Du Cros, H. (2008). Too much of a good thing? Visitor congestion management issues for popular World Heritage tourist attractions. *Journal of Heritage Tourism*, 2(3). doi: <https://doi.org/10.2167/jht062.0>
- Dwyer, L., Gill, A., Seetaram, N. (eds.). (2012). *Handbook of Research Methods in Tourism. Quantitative and Qualitative Approaches*. Edward Elgar Publishing. doi: <https://doi.org/10.4337/9781781001295>
- Formica, S. (2004). *Destination attractiveness as a function of supply and demand interaction*. PhD Dissertation. Virginia Polytechnic Institute and State Univ. Retrived from <https://www.semanticscholar.org/paper/Destination-Attractiveness-As-A-Function-Of-Supply-Formica/5721818e58e9d4d866426c0afe8a09fea4c8cecf>
- Formica, S., Uysal, M. (2006). Destination Attractiveness Based on Supply and Demand Evaluations. An Analytical Framework. *Journal of Travel Research*, 44(4), 418–430. doi: <https://doi.org/10.1177/0047287506286714>
- Gao, Ya., Su, W., Zang, L. (2020). Does regional tourism benefit from the official rating of tourist attractions? Evidence from China's top-grade tourist attraction accreditations. *Journal of China Tourism Research*. doi: <https://doi.org/10.1080/19388160.2020.1822975>
- Glăvan, V. (2005). *Geography of Tourism*. Bucharest: Fundației România de Măine. Retrieved from <https://www.scribd.com/doc/83550129/Geografia-Turismului-Vasile-Glavan>
- Goeldner, C.R., Ritchie, J.R.B. (2003, 2009). *Tourism. Principles, Practices, Philosophies*. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons. Retrieved from <https://www.entornoturistico.com/wp-content/uploads/2018/04/Tourism-Principles-Practices-Philosophies.pdf>
- Hair, J.F., Black, W.C., Babin, H.J., Anderson, R.E. (2010). *Multivariate data analysis*. (7th ed.). New Jersey: Prentice Hall. Retrieved from https://www.academia.edu/6955544/Joseph_F_Hair_William_C_Black_Barry_J_Babin_Rolph_E_Anderson_Multivariate_Data_Analysis_7th_Edition_2009
- Hall, C.M., Page, S.J. (2014). *The Geography of Tourism and Recreation. Environment, Place and Space*. (4th ed.). London: Routledge. doi: <https://doi.org/10.4324/9780203796092>
- Husbands, W.C. (1983). Tourist space and tourist attraction. An analysis of destination choices of European travelers. *Leisure Sciences*, 5(4), 289–307. doi: <https://doi.org/10.1080/01490408309513010>
- Iațu, C., Bulai, M. (2011). New approach in evaluating tourism attractiveness in the region of Moldavia (Romania). *International Journal of Energy and Environment*, 5(2), 165–174. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/283360314_New_approach_in_evaluating_tourism_attractiveness_in_the_region_of_Moldavia_Romania
- Ielenicz, M., Comănescu, L. (2006). *România-potențial turistic*. București: Edit. Universitară.
- Ielenicz, M., Comănescu, L., Nedelea, A. (2010). Romania's touristic potential. The differentiation of the potential units. *South Asian Journal of Tourism and Heritage*, 3(1), 26–38. Retrieved from <https://www.sajth.com/old/2010/Microsoft%20Word%20-%2003.pdf>
- Ivanunik, V., Yavkin V. (2012). *Attractiveness of recreational and tourist areas. Textbook*. Chernivtsi: Chernivtsi National University [in Ukrainian]. Retrieved from https://tourlib.net/books_ukr/ivanunik.htm
- Kaharuddin, K., Napitupulu, J., Juliana, J., Pramono, R., Saragih, E. (2021). Determinants of Tourist Attraction of the Heritage Tourism. *Journal of Environmental Management and Tourism*, 12(2), 507–514. doi: [https://doi.org/10.14505/jemt.12.2\(50\).19](https://doi.org/10.14505/jemt.12.2(50).19)
- Kempiak, J., Hollywood, L., Bolan, P., McMahon-Beattie, U. (2017). The heritage tourist. An understanding of the visitor experience at heritage attractions. *International Journal of Heritage Studies*, 23(4), 375–392. doi: <https://doi.org/10.1080/13527258.2016.1277776>
- Korol, O., Krul, V. (2020). Classification of Countries of Destination by Gross and Relative Values of International (inbound) Tourism and its Factors. *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego [Studies of the Industrial Geography Commission of the Polish Geographical Society]*, 34(3), 130–149. doi: <https://doi.org/10.24917/20801653.343.9>

- Kruczek, Z. (2011). *Atrakcje turystyczne. Fenomen, typologia, metody badań*. Kraków Proksenia. Retrieved from <https://docplayer.pl/551208-Zygmunt-kruczek-atrakcje-turystyczne-fenomen-typologia-metody-badan.html>
- Kruczek, Z. (2015). Analysis of Visitor Attendance at Polish Tourism Attractions. *Tourism*, 25(1), 47–56. doi: <https://doi.org/10.2478/tour-2014-0019>
- LEADER II European Observatory. (2011). *Evaluating a territory's tourism potential*. Retrieved from http://www.cosimonotarstefano.it/files/1_EvaluatingTerritory.pdf
- Leiper, N. (1979). The framework of tourism. Towards a definition of tourism, tourist, and the tourist industry. *Annals of Tourism Research*, 6(4), 390–407. doi: [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(79\)90003-3](https://doi.org/10.1016/0160-7383(79)90003-3)
- Lew, A. (1987). A framework of tourist attraction research. *Annals of Tourism Research*, 14(4), 553–575. doi: [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(87\)90071-5](https://doi.org/10.1016/0160-7383(87)90071-5)
- Lovingwood, P., Mitchell, L. (1989). Regional analysis of South Carolina tourism. *Annals of Tourism Research*, 16(3), 301–317. doi: [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(89\)90046-7](https://doi.org/10.1016/0160-7383(89)90046-7)
- Lundberg, D. (1985). *The Tourist Business*. New York: Van Nostrand Reinhold.
- McKenzie, G., Adams, B. (2018). A data-driven approach to exploring similarities of tourist attractions through online reviews. *Journal of Location Based Services*, 12(2). doi: <https://doi.org/10.1080/17489725.2018.1493548>
- Middleton, V. (1996). *Marketing w turystyce*. Warszawa: Polska Agencja Promocji Turystyki.
- Middleton, V. (2003). A national strategy for visitor attractions. In: A. Fyall, B. Garrod, A. Leask (eds.), *Managing Visitor Attractions. New Directions*. Oxford: Butterworth-Heinemann, 270–283. doi: <https://doi.org/10.4324/9780080496368>
- Muntele, I., Iașu, C. (2006). *Tourism geography. Concepts, methods, spatial patterns*. Iași: Sedcom Libris.
- Scott, N., Baggio, R., Cooper, C. (2008). *Network Analysis and Tourism. From Theory to Practice*. Bristol; Blue Ridge Summit: Channel View Publications. doi: <https://doi.org/10.21832/9781845410896>.
- Smith, S.L.J. (1987). Regional Analysis of Tourism Resources. *Annals of Tourism Research*, 14(2), 254–273. doi: [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(87\)90088-0](https://doi.org/10.1016/0160-7383(87)90088-0)
- The Travel & Tourism Competitiveness Report 2015*. Retrieved from http://www3.weforum.org/docs/TT15/WEF_Global_Travel&Tourism_Report_2015.pdf
- The Travel & Tourism Competitiveness Report 2017*. Retrieved from <https://www.weforum.org/reports/the-travel-tourism-competitiveness-report-2017>
- Truchet, S., Piguët, V., Aubert, F., Callois, J.-M. (2016). Spatial influence of attractions on tourism development. *Tourism Geographies*, 18(5). doi: <https://doi.org/10.1080/14616688.2016.1221985>
- UNESCO World Heritage List*. (Report for 2017). Retrieved from <https://whc.unesco.org/en/list>
- UNWTO Tourism Highlights*. (2017). Retrieved from <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419029>

Vitalii Ivanunik, PhD, Yuriy Fedkovych Chernivtsi National University (Chernivtsi, Ukraine), Department of Geography and Management of Tourism. PhD in Geography, associate professor. He has graduated from the Yuriy Fedkovych Chernivtsi National University. Author's research interests concern issues of international tourism flows, tourist attraction of the territory, guided tour service, world heritage sites.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3879-1998>

Address:

Yuriy Fedkovych Chernivtsi National University
2 Kotsyubynskyi Str.
58012 Chernivtsi, Ukraine
e-mail: v.ivanunik@chnu.edu.ua

Halyna Krul, PhD in Geography, associate professor of the Department of Geography and Management of Tourism, Yuriy Fedkovych Chernivtsi National University (Chernivtsi, Ukraine). Graduated from the Yuriy Fedkovych Chernivtsi National University. The author's research interests relate to the hotel and restaurant business, recreational geography, tourism resources, hospitality and service.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9760-5468>

Address:

Yuriy Fedkovych Chernivtsi National University
2 Kotsyubynskyi Str.
58012 Chernivtsi, Ukraine
e-mail: g.krul@chnu.edu.ua

Stepan Bryk, PhD in Geography, assistant professor in the Department of Geography and Management of Tourism, Deputy Dean of the Faculty of Geography for educational work, Yuriy Fedkovych Chernivtsi National University (Chernivtsi, Ukraine). Graduated from the Yuriy Fedkovych Chernivtsi National University. Author's research interests concern issues of international tourism flows, international tourism market, tourism marketing, tourism animation, guided tour service.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2992-1634>

Address:

Yuriy Fedkovych Chernivtsi National University
2 Kotsyubynskyi Str.
58012 Chernivtsi, Ukraine
e-mail: s.bryk@chnu.edu.ua

ANITA KULAWIAK
Uniwersytet Łódzki, Polska
University of Lodz, Poland

Współczesne wykorzystanie i społeczne znaczenie spuścizny poprzemysłowej w dolinie rzeki Kamiennej

Contemporary use and social importance of the post-industrial heritage in the Kamienna river valley (Poland)

Streszczenie: Celem artykułu jest identyfikacja dziedzictwa przemysłowego zlokalizowanego w dolinie rzeki Kamiennej, a w szczególności zbadanie jego aktualnego wykorzystania oraz znaczenia, jakie ono odgrywa w świadomości mieszkańców gmin wchodzących w skład badanego obszaru. Podstawę empiryczną studium stanowiły badania przeprowadzone w okresie od lipca do września 2019 roku, polegające zarówno na obserwacji uczestniczącej, inwentaryzacji terenowej oraz wywiadzie kwestionariuszowym, przeprowadzonym z mieszkańcami badanych gmin. Zebrany materiał ujawnił, że obszar ten, dysponuje bogatym i unikatowym w skali Polski potencjałem poprzemysłowym, stanowiącym świadectwo jego bogatej i długiej historii. Choć współcześnie, znaczenie funkcji przemysłowej w dolinie Kamiennej jest już dużo mniejsze, to jednak zachowana tam spuścizna ma ogromny potencjał zarówno ekonomiczny, kulturowy, jak i społeczny. Aktualnie, jego możliwości nie są jednak w pełni wykorzystane, głównie z uwagi na czynnik ludzki.

Abstract: The aim of the article is to identify the industrial heritage located in the valley of the Kamienna river (Poland), and in particular to examine its current use and the importance it plays in the minds of the inhabitants of the communes included in the studied area. The empirical basis of the study was the research carried out in the period from July to September 2019, consisting of both participant observation, field inventory and a questionnaire interview conducted with the inhabitants of the studied communes. The collected material revealed that this area, despite the passage of years, has a rich and unique post-industrial potential in Poland, which is a testimony to its rich and long history. Although today the importance of the industrial function in the Kamienna valley is much smaller, the legacy preserved there has enormous economic, cultural and social potential. Currently, however, its capabilities are not fully used, mainly due to the human factor.

Słowa kluczowe: Centralny Okręg Przemysłowy; dolina rzeki Kamiennej; dziedzictwo przemysłowe; Staropolski Okręg Przemysłowy; uwarunkowania rozwoju przemysłu

Keywords: Central Industrial District; conditions for industrial development; industrial heritage; Kamienna river valley; Old Polish Industrial District

Otrzymano: 19 kwietnia 2021

Received: 19 April 2021

Zaakceptowano: 8 lipca 2021

Accepted: 8 July 2021

Sugerowana cytacja / Suggested citation:

Kulawiak, A. (2021). Współczesne wykorzystanie i społeczne znaczenie spuścizny poprzemysłowej w dolinie rzeki Kamiennej. *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego*, 35(3), 205–219. doi: <https://doi.org/10.24917/20801653.353.13>

WSTĘP

Dolina rzeki Kamiennej, rozciągająca się w południowo-wschodniej Polsce u stóp Gór Świętokrzyskich stanowi wyjątkowy i unikalny skrawek Polski. Jej wyjątkowość wynika przede wszystkim z jej przeszłości historycznej jako kolebki przemysłu na ziemiach Polski oraz siedziby pierwszego i tym samym najstarszego okręgu przemysłowego – zwanego Staropolskim Okręgiem Przemysłowym.

Przemysł rozwijano tam już od czasów starożytnych, co było uwarunkowane dogodnymi warunkami przyrodniczymi. Najwcześniej powstało górnictwo, związane z zalegającymi na tym obszarze pokładami hematytu, ale w miarę upływu lat i postępu technicznego pojawiły się tam również i inne gałęzie, m.in. przemysł metalowy, chemiczny, środków transportu, zbrojeniowy. Ich dynamiczny rozwój spowodował, że przez kilka wieków miejsce to było najważniejszym okręgiem przemysłowym w Polsce. Aktualnie, w związku z przemianami, jakie miały miejsce w Polsce w latach 90. XX wieku, przemysł nie stanowi już wiodącej gałęzi gospodarki, a tym samym nie wyznacza też kierunku rozwoju tej doliny. Dziś obszar ten pełni przede wszystkim funkcje usługowe, co nie oznacza jednak, że dominujący tu przez wieki przemysł zupełnie stracił na znaczeniu. Choć w krajobrazie doliny brakuje dymiących kominów i tętniących życiem fabryk i zakładów przemysłowych, jego ślad zachowany jest jednak do dzisiaj w postaci bogatego dziedzictwa poprzemysłowego. Tworzą go zarówno elementy materialne, tj. kopalnie, sztolnie, fabryki, osiedla robotnicze oraz fabrykanckie, ale także zachowane w świadomości mieszkańców tego obszaru wspomnienia i tradycje związane z jego historią. Według współczesnej definicji dziedzictwo przemysłowe, to nie tylko obiekty budowlane związane z rozwojem przemysłu, lecz także dobra niematerialne. Podkreśla to m.in. wspólna deklaracja dwóch międzynarodowych organizacji ICOMOS¹ i TICCIH², przyjęta w Dublinie w 2011 roku, w której czytamy m.in. „oprócz dziedzictwa materialnego dotyczącego technologii i procesów przemysłowych, inżynierii, architektury oraz urbanistyki do dziedzictwa przemysłowego należy zaliczyć także wymiar niematerialny w postaci umiejętności, wspomnień, życia społecznego robotników i ich społeczności” (Nowakowska, Walczak, 2016).

Uwzględniając tak szeroki wachlarz elementów budujących to dziedzictwo, badany obszar posiada zatem unikatowy i wyjątkowy w skali Polski potencjał, o dużej wartości historycznej i ekonomicznej. Historycznej, ponieważ odzwierciedla on mozaikę stylów i mód, jakie panowały w poszczególnych okresach, jak też dokumentuje ewolucję w rozwoju uprzemysłowienia. Jego wartość ekonomiczna wynika natomiast z faktu, że stanowi on realny kapitał finansowy i rzeczowy, dzięki czemu może być źródłem wielu korzyści dla całego regionu. Aktualnie, w dobie zmiany paradygmatu rozwoju opartego o zasoby lokalne, tego typu unikatowy kapitał stanowi bowiem o wartości i możliwościach rozwoju obszaru. Kluczem do jego wykorzystania powinna być

¹ ICOMOS – Międzynarodowa Rada Ochrony Zabytków i Miejsc Historycznych

² TICCIH – Polski Komitet Ochrony Dziedzictwa Przemysłowego

jednak jego wnikliwa identyfikacja, która pozwala na odkrycie i odsłonięcie tego, co na pierwszy rzut oka wydaje się niezauważalne. Biorąc zatem pod uwagę możliwości, jakie stwarza dziedzictwo poprzemysłowe w kreowaniu rozwoju danego obszaru, a także fakt, że podstawą jego wykorzystania jest jego poznanie, w niniejszym artykule podjęto problem rozpoznania i uporządkowania tego, co na obszarze doliny rzeki Kamiennej pozostało po okresie jej świetności przemysłowej. Ponadto, podjęto także próbę ukazania jego aktualnego wykorzystania oraz rozpoznania znaczenia, jakie obszar ten generuje w świadomości jego mieszkańców.

Podjęcie tego tematu wynika z faktu, że w literaturze przedmiotu brakuje prac o tej tematyce. Zdecydowana większość opracowań koncentrujących uwagę na dziedzictwie przemysłowym tego obszaru ukazuje je głównie w ujęciu historycznym oraz kulturowo-turystycznym (Kaczmarek, Przybyłek 2010; Jędrusiak, 2011; Kronenberg, 2012; Rakowski, 1938), pomijając zaś jego wątek współczesny. Praca ma przede wszystkim aspekt poznawczy.

Celem artykułu jest zatem zbadanie dziedzictwa przemysłowego zlokalizowanego w dolinie rzeki Kamiennej, a w szczególności identyfikacja jego aktualnego wykorzystania oraz znaczenia, jakie ono odgrywa w świadomości mieszkańców gmin wchodzących w skład tego obszaru. Analizę właściwą poprzedziło omówienie czynników determinujących powstanie tego unikatowego fragmentu przestrzeni.

OBSZAR BADAŃ, METODY I ŹRÓDŁA DANYCH

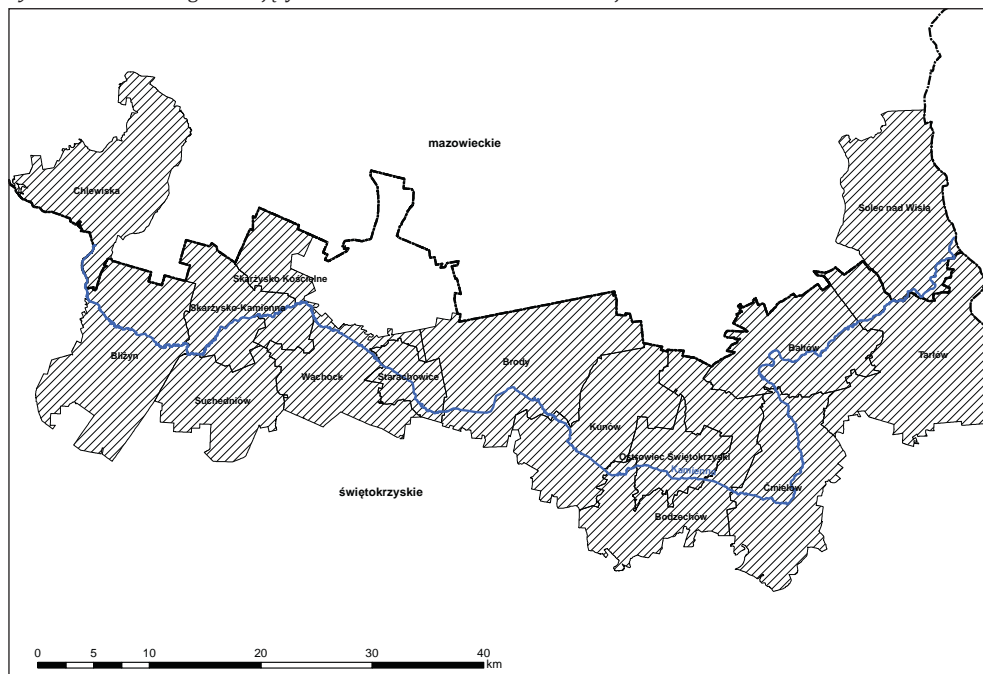
Obszar badań – dolina rzeki Kamiennej położony jest w południowo-wschodniej Polsce, u stóp Gór Świętokrzyskich. Dolina ta, której oś stanowi rzeka Kamienna (lewobrzeżny dopływ Wisły) pochylona jest z zachodu na wschód. Zarówno źródła, jak i ujście rzeki położone są w województwie mazowieckim. Dolina rozciąga się na obszarze dwóch gmin województwa mazowieckiego oraz trzynastu wchodzących w skład województwa świętokrzyskiego (rycina 1).

W sumie badania przeprowadzono w następujących gminach: Bałtów, Bliżyn, Bodzechów, Brody, Chlewiska, Ćmielów, Kunów, Ostrowiec Świętokrzyski, Skarżysko-Kamienna, Skarżysko-Kościelne, Solec nad Wisłą, Starachowice, Suchedniów, Tarłów i Wąchock.

Podstawę empiryczną studium stanowią dwojakiego rodzaju badania – studyjne i terenowe. Do identyfikacji współczesnego wykorzystania obiektów dziedzictwa przemysłowego wykorzystano obserwację uczestniczącą oraz inwentaryzację terenową, którą objęto wszystkie zabytki budownictwa przemysłowego i techniki wpisane do rejestru zabytków znajdujących się na obszarze gmin wchodzących w skład doliny rzeki Kamiennej. Dzięki temu zabiegowi uzyskano pełny obraz współczesnego wykorzystania zgromadzonego tam potencjału poprzemysłowego.

Identyfikacji społecznego znaczenia tego miejsca dokonano natomiast w oparciu o metodę wywiadu kwestionariuszowego zawierającego pytania o charakterze otwartym i zamkniętym. Wywiad kwestionariuszowy (podobnie zresztą jak inwentaryzację i obserwację), przeprowadzono w okresie od lipca do września 2019 roku, z mieszkańcami gmin położonych nad rzeką Kamienną. Badania właściwe zostały poprzedzone badaniami pilotażowymi przeprowadzonymi w czerwcu 2019 roku. W dolinie rzeki Kamiennej przeprowadzono łącznie 300 wywiadów, przy czym w każdej z gmin badana próba liczyła 24 osoby. Próbę badanych dobrano w sposób kwotowy. Warunkiem,

Rycina 1. Położenie gmin objętych badaniem na tle rzeki Kamiennej



Źródło: opracowanie własne

który decydował o doborze respondentów było ich zamieszkanie na terenie jednej z gmin położonych na badanym obszarze.

Grupę respondentów w większości stanowiły osoby młode i w średnim wieku, tj. od 26 do 40 lat (56%), legitymujące się wykształceniem wyższym (59%), na drugim miejscu średnim lub zawodowym (32%). 75% respondentów mieszka na badanym obszarze od urodzenia. Pozostali osiedlili się tam z uwagi na podjęcie pracy zawodowej lub nauki – taka sytuacja dotyczyła jedynie większych ośrodków miejskich.

Analizie poddano dwa kluczowe zagadnienia – po pierwsze, dotyczące oceny atrakcyjności turystycznej regionu, po drugie, jego znaczenia w świadomości badanych. W studium wykorzystano również metodę historyczną polegającą na studiowaniu zgromadzonej literatury o tematyce nawiązującej do historii tego obszaru – czynnikach lokalizacji przemysłu oraz genezie i rozwoju przemysłu na ziemiach polskich. Ponadto, odwołano się również do źródeł kartograficznych, map tematycznych i roczników historycznych, a także skorzystano z kwerendy rejestru zabytków w województwach mazowieckim i świętokrzyskim oraz gminnych ewidencji zabytków.

UWARUNKOWANIA ROZWOJU PRZEMYSŁU W DOLINIE RZEKI KAMIENNEJ

O rozwoju przemysłu w dolinie rzeki Kamiennej zdecydowało szereg czynników natury zarówno przyrodniczej, jak i pozaprzyrodniczej. Choć trudno jednoznacznie ocenić, które z nich wywarły największy wpływ na uprzemysłowienie tego obszaru, to nie ulega wątpliwości, że szczególnie doniosłą rolę odegrała baza surowcowa, zasoby wodne i leśne. Występujące dość powszechnie w dolinie rzeki Kamiennej surowce, tj.: kruszce,

rudy żelaza i kamień budowlany już od najdawniejszych dziejów stanowiły bowiem podstawę działalności gospodarczej w regionie. Złożył się na to fakt, że surowce doliny rzeki Kamiennej są jednymi z najbardziej zróżnicowanych w kraju, a Zagłębie Staropolskie stanowiło drugi, co do wielkości, po złożach małopolskich region rudonośny w Polsce. Mało tego, specyfiką tego obszaru jest to, że zlokalizowane tam rudy, choć cechuje je znaczne rozproszenie oraz stosunkowo niewielka miąższość pokładów (około 20 cm) (Guldon, 1994), były łatwo dostępne, gdyż zalegały płytko pod powierzchnią ziemi (Fierla, 1979; Przaszga, 1969). Spośród rud najbardziej powszechną i najwcześniej wykorzystywaną był limonit, ale duże znaczenie miały także rudy syderytu oraz hematytu. Poza wymienionymi, obszar ten był także dość zasobny w piaski żelaziste oraz rudy manganu (Zieliński, 1965).

Duży wpływ na rozwój przemysłu w dolinie rzeki Kamiennej wywarły także surowce skalne, tj. piaskowce czy glinki ogniotrwałe. Pierwsze z nich wykorzystywane były do produkcji materiałów budowlanych, drugie zaś służyły do produkcji porcelany i fajansu (Zieliński, 1965; Koźmiński, 1955).

Drugim istotnym czynnikiem lokalizacji przemysłu na tym obszarze były zasoby wodne, które z uwagi na swoje właściwości wykorzystywane były zarówno w procesach technologicznych (chłodzenie, wytwarzanie energii), jak i w transporcie gotowych już wyrobów przemysłowych. Siła tego czynnika wynikała przede wszystkim z zasobności tego obszaru w sieć rzeczną, której oś stanowiła rzeka Kamienna, cechująca się przy tym znacznymi spadkami, szczególnie w górnym biegu. Podgórski charakter tej rzeki umożliwił napędzanie urządzeń mechanicznych w aż 250 zakładach przemysłowych (Koźmiński, 1955).

Poza wspomnianymi, do rozwoju tego obszaru przyczyniły się również występujące tam zbiorowiska leśne w postaci puszczy jodłowej oraz lasu modrzewiowego (Zieliński, 1965). Zasoby te stanowiły bowiem główne źródło paliwa dla ówczesnego przemysłu, a także dawały możliwość biernej obrony przeciwlotniczej na wypadek konfliktu zbrojnego.

Spośród czynników pozaprzyrodniczych, szczególne znaczenie w procesie uprzemysłowienia odegrały natomiast dwa. Po pierwsze – czynnik ludzki, a po drugie położenie badanego obszaru w tzw. „trójkącie bezpieczeństwa”. Wpływ czynnika ludzkiego przejawiał się w dwóch zasadniczych odstonach. Z jednej strony kluczową rolę odegrała tu bowiem działalność ówczesnych właścicieli tych ziem, tj. osiadłych tam już od XIII wieku zakonu Cystersów, biskupów krakowskich oraz rodów: Karwickich, Małachowskich, Tarłowskich i Potkańskich (Guldon, 1994), którzy dzięki swojej wiedzy i zaangażowaniu przyczynili się do powstania na tym obszarze wielu kuźnic do przetopu żelaza, kopalń oraz pieców hutniczych, co znacznie zintensyfikowało jego uprzemysłowienie, a tym samym dało impuls do stworzenia pierwszego w Polsce okręgu przemysłowego – Staropolskiego Okręgu Przemysłowego. Konsekwentnie rozwijana przez nich idea uprzemysłowienia tej doliny, a także pomoc sprowadzonych przez nich z Olkusza i Włoch górników spowodowała, że przez kilka wieków obszar ten, był jednym z najpotężniejszych w Polsce ośrodków hutniczych. Do XVI wieku zakłady zlokalizowane nad rzeką Kamienną stanowiły najważniejszą część polskiego hutnictwa żelaza. Funkcjonowały tam bowiem 142 kuźnice, co stanowiło niemalże 45% wszystkich (321) działających wówczas w kraju. W późniejszym okresie, tj. w XIX wieku, znaczącą rolę w podtrzymaniu tradycji przemysłowych na tym obszarze odegrał także Stanisław Staszic, z inicjatywy którego, utworzono Staropolski Okręg Przemysłowy. Jego działalność

w dużej mierze przyczyniła się nie tylko do znacznej rozbudowy istniejącej już bazy przemysłu hutniczego (utworzenie kombinatu fabryk żelaznych), ale również do dywersyfikacji funkcjonalnej tego obszaru w kierunku eksploatacji minerałów skalnych. Ambicją Staszica było przekształcenie tego terenu na prowincję górniczą, zamieszkałą przez ludność rzemieślniczo-fabryczną (Pazdur, 1959). Rozwój przemysłu w dolinie rzeki Kamiennej był jeszcze konsekwencją działania kilku innych osób, ale te wymienione, w odczuciu autorki odegrały jednak rolę pierwszoplanową. Z drugiej zaś, nie do przecenienia była także dostępność wolnej i taniej siły roboczej, z uwagi na fakt, że na obszarze tym występowała duża koncentracja ludności, przy jednocześnie niskim poziomie urbanizacji.

Drugi z wymienionych czynników odegrał zaś zasadniczą rolę, szczególnie w okresie międzywojennym. Znaczenie położenia badanego obszaru w tzw. „trójkącie bezpieczeństwa”, wynikało bowiem z faktu, że dolina rzeki Kamiennej rozciąga się w widłach Wisły i Sanu, a zatem w znacznym oddaleniu od otwartych i zagrożonych granic państwa, co gwarantowało bezpieczeństwo tych ziem i zlokalizowanego tam potencjału przemysłowego na wypadek konfliktu na wschodzie czy zachodzie kraju. Dzięki temu obszar ten, stał się częścią utworzonego wówczas Centralnego Okręgu Przemysłowego, co zaowocowało nie tylko umocnieniem się jego pozycji na przemysłowej mapie Polski, ale również jeszcze bardziej zdynamizowało i zdywersyfikowało jego strukturę branżową. Wraz z tym miejsce to stało się bowiem potęgą przemysłu zbrojeniowego w ówczesnej Polsce.

POPRZEMYSŁOWE DZIEDZICTWO DOLINY RZEKI KAMIENNEJ

Dolina rzeki Kamiennej z uwagi na wielowiekowe tradycje przemysłowe stanowi obszar, na którym występuje znaczna koncentracja obiektów dziedzictwa przemysłowego o dużej wartości kulturowej (tabela 1). Z uwagi na różnorodność działających tam branż i rodzajów przemysłu występujące tam dziedzictwo materialne jest bardzo zróżnicowane. W najbardziej ogólnym ujęciu można je zakwalifikować do 2 grup. Pierwszą, tworzą obiekty dokumentujące przeszłość górniczą tego obszaru, drugą – obiekty, które powstały niejako przy okazji rozwoju przemysłu, tj. budownictwo hydrotechniczne czy osiedla dla pracowników fabryk. W układzie branżowym, zasoby ilościowe ewidencjonowanych dóbr kultury poprzemysłowej przedstawiają się następująco: 16 zabytków będących pozostałościami zakładów przemysłowych, 14 budynków administracyjnych zakładów przemysłowych, 13 urządzeń wodnych (tam, przepustów, grobli), 2 wielkie piece, 2 młyny wodne, 2 zespoły osiedli robotniczych oraz 1 kamieniołom.

Tabela 1. Liczba zabytków na obszarze doliny rzeki Kamiennej

Gmina	Liczba zabytków w rejestrze		Liczba zabytków w ewidencji	
	ogółem	przemysłowych	ogółem	przemysłowych
Bałtów	9	2	27	3
Bliżyn	11	0	35	2
Bodzechów	20	0	58	0
Brody	5	4	17	6
Chlewiska	14	6	48	3
Ćmielów	28	0	120	3

Kunów	30	13	43	0
Ostrowiec Świętokrzyski	17	0	143	0
Skarżysko-Kamienna	4	0	107	0
Skarżysko-Kościelne	4	0	142	0
Solec nad Wisłą	19	1	2	0
Starachowice	22	18	93	5
Suchedniów	5	0	40	0
Tarłów	14	0	80	0
Wąchock	21	6	Brak ewidencji	
Ogółem	223	50	955	22

Źródło: opracowanie własne na podstawie wojewódzkiego rejestru zabytków i ewidencji gminnych

Rozwój przemysłu na obszarze doliny Kamiennej datowany na II– I wiek p.n.e. początkowo związany był z pozyskiwaniem hematytu i hutnictwem żelaza. Już wówczas działały tutaj małe, nieuporządkowane paleniska nastawione na zaspokojenie potrzeb okolicznej ludności. Pozostałością z tego okresu jest rezerwat archeologiczny Rudno, w którym po dziś dzień zachowały się fragmenty prahistorycznych zakładów kopalniowych oraz przetwórczych funkcjonujących w paleolicie (Pyzik, 1996). Również sprzed paru tysięcy lat pochodzą kopalnie krzemienia oraz piece do wytopu żelaza zlokalizowane w okolicach Opatowa. Do dziś na powierzchni około 30 ha zlokalizowanych jest około 5 tys. neolitycznych kopalń krzemienia datowanych na 3600–3000 lat p.n.e. Ich istnienie wskazuje, że już przed dwoma tysiącami lat był to największy ośrodek hutniczy w ówczesnej Europie (Wrzosek, 1972). Tradycje górnicze i hutnicze nad rzeką Kamienną z powodzeniem kontynuowano również w okresie średniowiecza, czego wyrazem był intensywny wzrost liczby kopalń oraz pieców dymarskich. W tamtym okresie kopalnictwo rud żelaza rozwijano szczególnie intensywnie w oddziałach wąchockim i suchedniowskim, gdzie powstały też największe obiekty, tj. kopalnia Paweł (w tamtym czasie najgłębsza), czy też Anna – największa pod względem zatrudnienia i wydobycia, których relikty zachowane są w krajobrazie doliny po dziś dzień, a także doły rudne oraz sztolnie (tabela 2).

Tabela 2. Zestawienie największych kopalń w dolinie rzeki Kamiennej

Lp.	Nazwa kopalni	lokalizacja	Głębokość [m]	Okres działania
1.	Anna	Majków	12–14	II poł. XIX w.
2.	Piotr	Bzin, Siadek, Olejówka	18	XIX w. (przerwa 1832–1836)
3.	Piotr	Świnia Góra, Dalejów	6–10	1774–1834
4.	Herkules	Starachowice	14	1836–1840
5.	Józef	Starachowice	10	b.d.
6.	Paweł	Parszów	do 26	b.d.

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań inwentaryzacyjnych

Ponadto, w krajobrazie doliny dobrze zachowane są także obiekty związane z rozwojem hutnictwa żelaza, które rozwinęło się na bazie kopalnictwa rud żelaza. Są to przede wszystkim piece dymarskie (szacuje się, że już w pierwszych wiekach naszej ery w rejonie świętokrzyskim funkcjonowało 600–650 tys. pieców do jednorazowego wytopu) oraz powstałe nieco później, będące wyrazem postępu technologicznego piece stałe oraz kuźnice. Warto dodać, że Staropolskie Zagłębie Przemysłowe stało się

pionierem w budowie wielkich pieców hutniczych w Polsce (tabela 3). Pierwszy wielki piec nad rzeką Kamienną powstał już w 1700 roku w Bzinie (dzisiejsza część Skarżyska-Kamiennej). Dalszy, intensywny rozwój przemysłu tego zaowocował powstaniem kolejnych obiektów, które do dzisiaj zachowane są w krajobrazie doliny rzeki Kamiennej. Mowa tu o zakładach wielkopieczowych, które na obszarze tym zaczęto wznosić pod koniec XVIII wieku, a które stanowiły starannie zaplanowane założenia urbanistyczne obejmujące budynki zakładowe, budynki przyfabryczne, a także osiedla robotnicze. Do czasów współczesnych, choć często w postaci szczątkowej zachowały się m.in. zakład w Parszowie i Bzinie, Mostkach, Starachowicach i Kamiennej. Równoległe do rozwoju hutnictwa żelaza i stali na obszarze tym rozwijano także przemysł mineralny, głównie ceramiczny i materiałów budowlanych. Materialnym wyrazem jego rozwoju było pojawienie się w krajobrazie doliny pierwszych cegielni i wapienników, przede wszystkim w okolicach Starachowic, Wąchocka, Brodów, a także w Suchedniowie i Parszowie. Jednym z najbardziej znaczących ośrodków przemysłu ceramicznego został Ćmielów, gdzie już od 1790 roku rozpoczęła działalność, znana na całą Europę manufaktura fajansu, a następnie porcelany. Aktualnie, fabryka ta nadal należy do największych fabryk porcelany cienkościennej w Europie³.

Tabela 3. Zestawienie wielkich pieców zbudowanych nad rzeką Kamienną do XIX w.

Miejscowość	Gmina (współcześnie)	Okres funkcjonowania	Produkcja max (w tonach/rok)
Aleksandrów	Chlewiska	x	500
Bliżyn	Bliżyn	przed 1833–1908	1890
Bliżyn	Bliżyn	1700–1898	2430
Bodzechów	Bodzechów	1829–x	6650
Chmielów	Bodzechów	1835–1877	800
Kuźnia	Ostrowiec Świętokrzyski	1813–1840	720
Mychów	Bodzechów	1826–x	400
Mostki	Suchedniów	1759–1875; 1890–1903	2900
Mroczków	Bliżyn	1778–1883	1430
Nadolna	Chlewiska	1837–x; 1889–1899	2750
Klimkiewiczów	Ostrowiec Świętokrzyski	1839–x	6600
Parszów	Wąchock	1748–1860	150
Rejów	Skarżysko-Kamienna	1770–1901	2150
Starachowice	Starachowice	1789–x	13000
Stefanków	Chlewiska	1728–1875	500

Źródło: opracowanie własne na podstawie Osiński (1782)

Wraz z odzyskaniem przez Polskę niepodległości, a tym samym wzrostem zagrożenia militarnego i politycznego ze strony Niemiec i Związku Radzieckiego, obszar doliny rzeki Kamiennej wszedł w skład utworzonego wówczas Centralnego Okręgu

³ Warto dodać, że w 1924 roku ówczesna spółka Fabryka Porcelany i Wyrobów Ceramicznych w Ćmielowie SA wykupiła funkcjonującą już wcześniej fabrykę porcelany w Chodzieży, w efekcie czego zakłady te pokrywały 75% zapotrzebowania krajowego na porcelanę. Pod koniec lat 30. XX w. w Ćmielowie powstał jeszcze drugi zakład – Wytwórnia Porcelany „Świt”, który również funkcjonuje do dzisiaj i należy do prywatnego właściciela.

Przemysłowego. W wyniku decyzji politycznych stał się on miejscem lokalizacji przemysłu zbrojeniowego. Zakłady produkujące sprzęt artyleryjski powstały między innymi w Starachowicach, Ostrowcu Świętokrzyskim i Skarżysku-Kamiennej (Gołębiowski, 2000).

Poza obiektami bezpośrednio związanymi z produkcją przemysłową w krajobrazie doliny rzeki Kamiennej zachowało się także wiele obiektów tzw. towarzyszących, stanowiących swoiste zaplecze dla rozwijającego się przemysłu. Wśród nich, najbardziej wartościowe i zarazem unikatowe w skali całej Polski są osiedla robotnicze, które budowano wraz ze wzrostem zapotrzebowania na siłę roboczą, a także wznoszone nieco później kolonie kadry urzędniczej i kierowniczo-technicznej. Osiedla robotnicze powstawały w różnych okresach, począwszy od II połowy XIX wieku, w otoczeniu zakładów przemysłowych i wyróżniały się specyficznym i ustandaryzowanym założeniem architektonicznym, który do dzisiaj stanowi interesującą spuściznę. Najdawniejszą genezę mają osiedla wzniesione m.in. w Brodach, Chlewiskach, Michałowicach, Parszowie, Rejowie, Starachowicach i Natulisku Dużym. Wyróżniała je dość ustandaryzowana zabudowa, na którą składały się luźno ustawione, parterowe i tynkowane domy dla robotników zbudowane z kamienia łamanego na planie prostokąta. Dachy najczęściej były dwuspadowe lub naczółkowe kryte gontem lub dachówką. Budynki usytuowane były kalenicowo do drogi. W skład osiedla wchodziły również budynki administracyjne. W okresie międzywojennym, obszar ten wzbogacił się o kolonie kadry urzędniczej oraz kolonie fabrykanckie. W założeniu urbanistycznym osiedla te znacznie różniły się od tych wznoszonych dla robotników, gdyż nawiązywały do idei dzielnic-ogrodów i stanowiły osobne miasteczka w mieście wyposażone w najnowocześniejszą infrastrukturę społeczną i techniczną. Jedną z największych tego typu inwestycji powstała w latach 20. XX wieku w Skarżysku-Kamiennej obok Fabryki Amunicji. Składały się na nią 3 kolonie – kolonia Robotnicza – przeznaczona dla rodzin fabrykanckich, Urzędnicza – dla kadry administracyjnej oraz Górna – dla kadry kierowniczo-technicznej. W sumie liczyła ona 500 mieszkań zbudowanych z lokalnego kamienia. Osiedla te były bogato wyposażone w infrastrukturę społeczną oraz techniczną. Między innymi, obok sieci wodociągowej i kanalizacyjnej działała tutaj również biologiczna oczyszczalnia ścieków, co stanowiło unikat w skali kraju. Podobne osiedla, choć już nieco mniejsze wzniesiono również w Ostrowcu Świętokrzyskim i Starachowicach (osiedle Klarnerowo czy Orłowo) (Furtak, 2014). W miarę upływu lat osiedla te były coraz lepiej wyposażane w infrastrukturę społeczną. Stałym ich elementem był kościół, szkoła, szpital, stadion, a także park miejski i rynek. Rozwój budownictwa mieszkaniowego równie intensywnie na tym obszarze postępował po II wojnie światowej. Przykładem jest wzniesione po 1949 roku osiedle Skarżysko Milica w Skarżysku-Kamiennej przeznaczone dla pracowników funkcjonujących tam Zakładów Metalowych, Zakładu Sieci Elektrycznych, Odlewni „Kamienna” oraz Fabryki Naczyń Emaliowanych. Na 40 ha powierzchni powstało łącznie 89 bloków trzech- i czterokondygnacyjnych oraz 16 budynków infrastruktury publicznej (Kasprzyk, 2012). To co szczególnie wyróżnia to osiedle to krajobrazowe oraz funkcjonalne zespolenie starej i nowej architektury. Na szeroką skalę osiedla mieszkaniowe powstały również w innych ośrodkach zlokalizowanych nad rzeką Kamienną, m.in. w Suchedniowie oraz Bodzechowie.

WYKORZYSTANIE OBIEKTÓW DZIEDZICTWA PRZEMYSŁOWEGO W DOLINIE RZEKI KAMIENNEJ

W świetle literatury przedmiotu dziedzictwo przemysłowe może być wykorzystywane na różne sposoby. Najczęściej tego typu obiekty, współcześnie spełniają funkcję turystyczną (muzea) lub kulturalno-oświatową (domy kultury, biblioteki, szkoły, kółka zainteresowań). Dominuje zatem funkcja usługowa. W dużej mierze na sposób wykorzystania danego potencjału przemysłowego wpływa miejsce, w jakim ono się znajduje oraz rodzaj obiektu – fabryka, budynki administracyjne, sztolnie itp. Warto dodać, że choć nowe funkcje nie zastąpią w pełni miejsc pracy utraconych w wyniku upadku przemysłu, to jednak są one źródłem wielu korzyści. Między innymi dają nadzieję na zachowanie dla przyszłych pokoleń najbardziej unikatowych i wartościowych elementów dziedzictwa przemysłowego, a tym samym są gwarancją zachowania pamięci o historii tych miejsc. Ponadto, generują miejsca pracy, są źródłem dochodów dla gminy oraz pozytywnie wpływają na jego wizerunek i promocję.

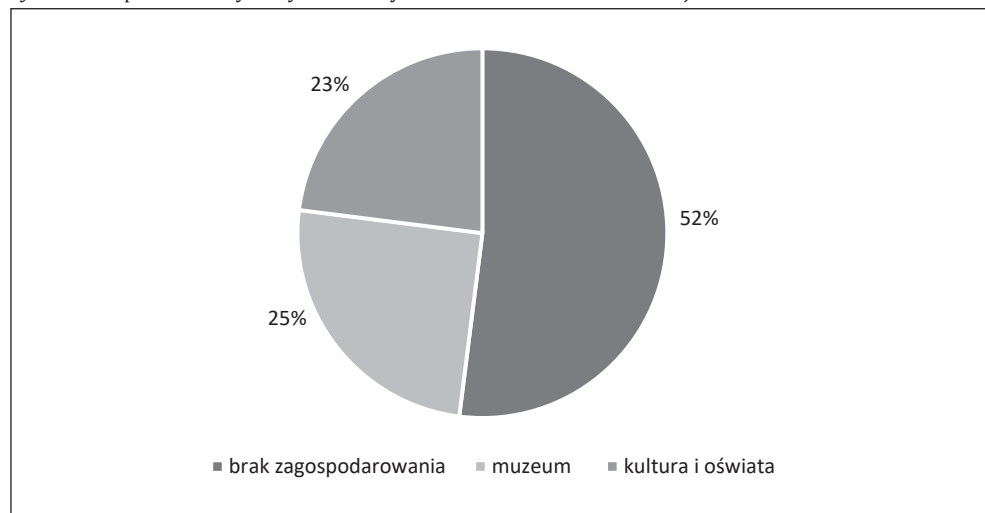
W przypadku spuścizny poprzemysłowej zlokalizowanej na badanym obszarze zauważa się podobną tendencję. Przeprowadzone badania ujawniły bowiem, że w zdecydowanej większości obiekty te pełnią dzisiaj funkcję turystyczną, a na drugim miejscu kulturalno-oświatową (rycina 2). W dolinie rzeki Kamiennej na cele muzealne (muzea i skanseny przemysłowe) zostały zagospodarowane przede wszystkim budynki pełniące dawniej funkcje strictly przemysłowe – fabryki, zakłady produkcyjne oraz obiekty dawnych kopalń i sztolni (tabela 4).

Relikty rozwijanej od co najmniej 500 lat działalności przemysłowej, prezentowane są na badanym obszarze w dwojaki sposób. Z jednej strony, dla osób zainteresowanych produkcją przemysłową, jej procesem i efektami są udostępniane w formie zorganizowanej i wystawienniczej, z drugiej zaś, istnieje możliwość indywidualnego i spontanicznego ich odkrywania na własną rękę, dzięki przechadzaniu się pomiędzy zachowanym dziedzictwem. Na badanym obszarze, najstarszym obiektem muzealnym jest Zabytkowa Huta Żelaza w Chlewiskach. Muzeum to powstało w 1960 roku i oferuje wiele atrakcji dla zwiedzających, m.in. wielki piec opalany węglem drzewnym, dmuchawy parowe leżące, prażaki rudy oraz wieżę wyciągową o napędzie wodnym. Najciekawszym obiektem jest natomiast Muzeum Przyrody i Techniki im. Jana Pazdura w Starachowicach. Oferuje ono bowiem turystom stałą ekspozycję składającą się z zakładów wielkopiecowych funkcjonujących na tym obszarze w XIX wieku. Ponadto, na powierzchni 8 ha, rozmieszczone są maszyny wykorzystywane przy produkcji żelaza wraz z rekonstruowaną osadą hutniczą.

Poza funkcją turystyczną, pofabryczną przestrzeń w dolinie rzeki Kamiennej zaadaptowano także na cele oświatowo-wychowawcze oraz społeczno-kulturalne. Taki charakter uzyskały głównie obiekty stanowiące dawne zaplecze działalności produkcyjnej, tj. magazyny fabryczne oraz budynki administracyjne. Między innymi w taki sposób zagospodarowano obiekty dawnej walcowni w Nietulisku Dużym, gdzie w budynku dyrekcji utworzono szkołę podstawową im. Stanisława Staszica, w dawnej portierni – przedszkole gminne, a na terenie wartowni – punkt informacji turystycznej.

Na cele kulturalne przekształcono z kolei między innymi budynek administracyjny wielkiego pieca w Mostkach będący pozostałością funkcjonującego tu zakładu wielkopiecowego. W bardzo dobrze zachowanym budynku, w stylu XIX-wiecznego dworku szlacheckiego aktualnie mieści się Wiejski Dom Kultury, w skład którego wchodzi

Rycina 2. Współczesne wykorzystanie zabytków w dolinie rzeki Kamiennej w 2019 roku



Źródło: opracowanie własne na podstawie Rejestru Zabytków województwa mazowieckiego i świętokrzyskiego (wykaz zabytków nieruchomych wpisanych do rejestru zabytków: https://www.nid.pl/pl/Informacje_ogolne/Zabytki_w_Polsce/rejestr-zabytkow/zestawienia-zabytkow-nieruchomych/oraz_inwentaryzacji_terenowej)

Tabela 4. Obiekty muzealne w dolinie rzeki Kamiennej

Obiekt	Części składowe	Obecna funkcja	Rok udostępniania	Lokalizacja
Zabytkowa Huta Żelaza	Zakład wielkopiecowy	Muzeum Hutnictwa Przemysłu Maszynowego	1960	Chlewiska
Zakłady Wielkopiecowe w Rejowie	Budynek zawiadowcy huty	Muzeum im. Orła Białego	1969	Skarżysko-Kamienna
Starachowickie Zakłady Górniczo-Hutnicze	Budynek dozorstwa wielkich pieców	Muzeum Regionalne PTTK	1973	Starachowice
Kompleks prehistorycznych kopalń krzemienia pasiastego w Krzemionkach k. Ostrowca Świętokrzyskiego	Podziemne kopalnie krzemienia	Muzeum Archeologiczne i Rezerwat „Krzemionki”	1979	Krzemionki
Młyn wodny południowy na rzece Kamiennej	Młyn wodny	Galeria sztuki i żywe muzeum Stary Młyn	2001	Bałtów
Zakład Wielkopiecowy w Starachowicach	Budynki fabryczne	Muzeum Przyrody i Techniki i Ekomuzeum im. Jana Pazdura w Starachowicach	2001	Starachowice
Fabryka Porcelany SA Ćmielów	Hala fabryczna i piec garncarski	Żywe Muzeum Porcelany	2005	Ćmielów

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań terenowych

także klub sportowy, biblioteka i świetlica. Taką funkcję uzyskał również klasycystyczny dworek w „Brodach” pochodzący z 1840 roku. Budynek ten stanowił niegdyś siedzibę zarządu brodzkiego zakładu hutniczego. Współcześnie mieści się w nim Gminny Ośrodek Kultury.

Poza wymienionymi, warto także wspomnieć o dawnych koloniach robotniczych oraz tych przeznaczonych dla kadry kierowniczej. Są to bowiem obiekty, które, mimo upływu lat, zachowały ciągłość swojej funkcji i nadal pełnią funkcje mieszkaniowe. W wielu przypadkach jednak, na skutek zmian własnościowych oryginalny charakter ich zabudowy uległ znacznemu zatarciu.

SPOŁECZNE ZNACZENIE I PERCEPCJA DOLINY RZEKI KAMIENNEJ

Przeprowadzone badania ujawniły, że obszar doliny rzeki Kamiennej w oczach respondentów jawi się jako miejsce bardzo atrakcyjne, a co za tym idzie jego znaczenie w świadomości mieszkańców jest również duże. Na jego atrakcyjność w opinii badanych wskazuje między innymi fakt, że ponad 70% z nich wskazała, że obszar ten przede wszystkim pełni funkcję turystyczną. Oznacza to, że w ich opinii posiada on atuty, które mogą zainteresować i przyciągnąć uwagę odwiedzających. Zdaniem respondentów na atrakcyjność tego obszaru w największym stopniu wpływa bogata historia (72%), naturalny krajobraz (35%) oraz dziedzictwo materialne (32%) będące świadectwem jego przemysłowej historii. Warto podkreślić, że odczucia respondentów związane z atrakcyjnością regionu są niezależne od stażu ich zamieszkania, co pokazuje, że zgromadzony tam potencjał poprzemysłowy ma dużą siłę oddziaływania. O atrakcyjności tego obszaru w oczach badanych świadczy także fakt, że respondenci poproszeni o wymienienie jego zalet i wad, znacznie częściej wymieniali te pierwsze, wskazując przede wszystkim na ciekawą historię (64%), krajobraz regionu (35%), czy walory turystyczne (30%). Wśród nielicznie wymienionych wad najczęściej natomiast zwracali uwagę na niszczące zabytki (45%), bezrobocie w regionie (20%), czy opieszałość władz przy podejmowaniu decyzji związanych z rozwojem i promocją regionu (14%).

W świetle uzyskanych odpowiedzi, respondenci wykazują również duże zainteresowanie zamieszkiwanym przez siebie obszarem. Nie jest on dla nich obojętny, lecz stanowi dużą wartość sentymentalną. Wskazuje na to między innymi fakt, że zdecydowana większość z nich dostrzega i zarazem potępia działalność władz na rzecz zlokalizowanego tam dziedzictwa przemysłowego. Badania wskazały, że wielu z nich uważa, że władza samorządowa za mało angażuje się zarówno w jego promocję, jak też i w jego rewitalizację. W efekcie, wiele zabytków jest zaniedbanych, co negatywnie wpływa na odbiór regionu, a ponadto na jego rozpoznawalność. Warto również dodać, że respondenci mają dużą wiedzę historyczną na temat zamieszkiwanego przez siebie obszaru. Ponad 80% z nich, bez względu na wiek, znała najważniejsze fakty z jego historii, 74% z nich potrafiła wymienić co najmniej dwie osoby, zasłużone dla rozwoju przemysłu, a także wymienić działające tam ośrodki przemysłowe, zarówno te większe tj. Skarżysko-Kamienna (73%), Ostrowiec Świętokrzyski (67%) czy Starachowice (50%), ale też i te mniejsze, tj. Bzin, Bliżyn czy Wąchock. Ponadto, blisko połowa respondentów potrafiła również wymienić surowce, które w przeszłości zadecydowały o jego potędze przemysłowej. Warto także podkreślić, że w świetle przeprowadzonych wywiadów respondenci jawią się jako osoby bardzo przywiązane do regionu, w którym mieszkają. Blisko 90% z nich zadeklarowało silną więź z tym miejscem, co pośrednio potwierdziło

również pytanie o chęć opuszczenia dotychczasowego miejsca zamieszkania. Tylko bowiem niecałe 8% respondentów odpowiedziało na nie pozytywnie, a kolejne 3% – „nie wiem”. Również, na co warto zwrócić uwagę, blisko 80% badanych zadeklarowało, że bardzo lubi to miejsce i czuje się w nim bezpiecznie.

ZAKOŃCZENIE

Aktualnie w świetle paradygmatu terytorialnego, zgodnie z którym przestrzeń nie jest dana (statyczna) lecz budowana, budowana przez historię, kulturę oraz różne sieci społeczne (Nowakowska, Walczak, 2016), dziedzictwo poprzemysłowe stanowi istotny zasób warunkujący przewagę konkurencyjną regionu. Jego pełne wykorzystanie wymaga jednak odejścia od tradycyjnego pojmowania przestrzeni jako statycznego miejsca lokalizacji zasobów i podmiotów gospodarczych na rzecz ujęcia dynamicznego, w którym jest ona postrzegana przez pryzmat relacji, aktywności lokalnych aktorów, kapitał społeczny i instytucjonalny. Oznacza to, że pełne wykorzystanie potencjału, jakim jest dziedzictwo przemysłowe w równym stopniu determinowane jest zarówno przez sam fakt jego istnienia, ale także dzięki zaangażowaniu środowiska lokalnego.

Współcześnie wiele miejsc w Polsce posiada kapitał poprzemysłowy będący świadectwem ludzkiej działalności w zakresie przemysłowego wydobycia oraz produkcji. Ten zgromadzony w dolinie rzeki Kamiennej jest jednak unikatowy, gdyż dokumentuje wyjątkowo długą i bogatą tradycję związaną z rozwojem przemysłu opartym o różne surowce mineralne. Nie ma w Polsce drugiego takiego miejsca, w którym przemysł rozwinąłby się wcześniej i zarazem w tak wielu kierunkach, wyrażonych silną dywersyfikacją gałęziową. To wszystko sprawia, że obszar ten stanowi szczególnie miejsce na mapie Polski. Badania, których celem było zinventaryzowanie zgromadzonego tam potencjału przemysłowego oraz identyfikacja jego współczesnego znaczenia w pełni to potwierdziły. Badania te udowodniły bowiem, że obszar ten dysponuje potencjałem poprzemysłowym wyrażonym w postaci przede wszystkim różnych obiektów bezpośrednio związanych z przemysłem, tj. sztolnie, kopalnie, piece wielkopłytkowe, fabryki, zakłady przemysłowe, ale również obiektów ten rozwój uzupełniających, takich jak: budynki administracji, czy też osiedla fabrykanckie i pracownicze. Większość z tych obiektów, choć dziś nie pełni już przypisanej im pierwotnie funkcji wiedzy drugie życie, w postaci obiektów muzealnych, wystawienniczych, ale także pełniąc funkcję edukacyjną, czy kulturalno-oświatową. Ale do uczynienia z dziedzictwa przemysłowego czynnika przewagi konkurencyjnej nie wystarczy tylko dysponowanie bogatym i unikatowym zasobem materialnym. Równie ważne jest także, jak już wspomniano, aktywne włączenie i zainteresowanie nim społeczności lokalnej. Tylko bowiem czynnik ludzki, w postaci aktywnej społeczności jest w stanie uczynić z niego coś naprawdę unikatowego i cennego, nadać mu ten jedyny i niepowtarzalny charakter. Innymi słowy w pełni wykorzystać jego potencjał. Na potrzebę uwzględnienia społeczeństw i uznawanych przez nie wartości w holistycznie postrzeganej koncepcji dziedzictwa, zwrócono uwagę już w Konwencji z Faro przyjętej przez Radę Europy w 2005 roku oraz w rekomendacji UNESCO w sprawie historycznego krajobrazu miejskiego uchwalonej w 2011 roku w Paryżu. Przyjęcie tych dokumentów było równoznaczne z włączeniem obywateli w ciągły proces definiowania dziedzictwa oraz skutecznego nim zarządzania. W niniejszym artykule nie podjęto wprawdzie pogłębionej diagnozy zaangażowania mieszkańców w dziedzictwo przemysłowe tego obszaru, a jedynie próbę

zidentyfikowania jego znaczenia w ich świadomości, niemniej jednak uzyskane wyniki pozwalają wnioskować, że respondenci wykazują dużą wolę jego zachowania i promowania. A nawet więcej. Ankietowani mieszkańcy czują silną więź z tym potencjałem, dostrzegają i doceniają to, co w tym miejscu zostawiła historia. Niestety, ich sama wola nie wystarczy. Elementem koniecznym jest również aktywne włączenie decydentów lokalnych. W świetle wywiadów z respondentami ta grupa jednak nie wykazuje dużego zaangażowania. W efekcie ten unikatowy i wyjątkowy potencjał tego miejsca wciąż czeka na pełne odkrycie i docenienie.

Literatura

References

- Fierla, I. (1979). *Geografia przemysłu Polski*. Warszawa: Państwowe Wydawnictwo Ekonomiczne.
- Furtak, M. (2014). *Centralny Okręg Przemysłowy 1936–1939. Architektura i urbanistyka*. Kraków; Łódź: Dom Wydawniczy Księży Młyn.
- Gołębiowski, J. (2000). *COP – dzieje industrializacji w rejonie bezpieczeństwa 1922–1939*. Kraków: Wydawnictwo Naukowe Akademii Pedagogicznej.
- Guldon, Z. (1994). *Górnictwo i hutnictwo w Staropolskim Zagłębiu Przemysłowym w II połowie XVIII wieku*. Kielce: Towarzystwo Przyjaciół Górnictwa, Hutnictwa i Przemysłu Staropolskiego.
- Jędrzyak, T. (2011). Turystyka kulturowa w obiektach poprzemysłowych – zagadnienia ogólne. *Turystyka Kulturowa*, 6, 207–228.
- Kaczmarek, A., Przybyłek, A. (2010). Wykorzystanie potencjału przemysłowego i poprzemysłowego na potrzeby turystyki. Przykład Szlaku Zabytków Techniki województwa śląskiego. W: W. Andrejczuk (red.), *Krajobraz a turystyka*. Sosnowiec: Komisja Krajobrazu Kulturowego PTG, 17–35 (Prace Komisji Krajobrazu Kulturowego, 14).
- Kasprzyk, B. (2012). *Milica 1950–1955. Historia pierwszego powojennego osiedla w Skarżysku-Kamiennej*. Skarżysko-Kamienna: Muzeum im. Orła Białego.
- Koźmiński, K. (1955). *Zagłębie Staropolskie w kieleckiem*. Warszawa: Sport i Turystyka.
- Kronenberg, M. (2012). *Wpływ zasobów dziedzictwa przemysłowego na atrakcyjność turystyczną miasta. Przykład Łodzi*. Łódź: Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego.
- Nowakowska, A., Walczak, B. (2016). Dziedzictwo przemysłowe jako kapitał terytorialny. Przykład Łodzi. *Gospodarka w Praktyce i Teorii*, 45(4), 45–56. doi: <http://dx.doi.org/10.18778/1429-3730.45.04>.
- Osiński, J. (1782). *Opisanie polskich żelaza fabryk [...]*. Warszawa: w Drukarni J.K.Mci i Rzeczypospolitey u XX. Scholarum Piarum.
- Pazdur, J. (1959). *Działalność Stanisława Staszica w Kielecczyźnie*. Kielce; Kraków: Kieleckie Towarzystwo Naukowe.
- Przazga, S. (1969). *Rozwój społeczno-gospodarczy Staropolskiego Okręgu Przemysłowego w latach 1960–1968*. Kielce: Wojewódzki Urząd Statystyczny.
- Pyzik, Z.W. (1996). *Prahistoria Rydna*. W: *Z pradziejów regionu świętokrzyskiego*. Kielce: Muzeum Narodowe.
- Rakowski, J. (1938). *Rola Centralnego Okręgu Przemysłowego*. Warszawa: Nakładem Tygodnika „Polska Gospodarcza”.
- Wrzosek, A. (1972). *Główne okręgi przemysłowe Polski*. Warszawa: Państwowe Zakłady Wydawnictw Szkolnych.
- Zieliński, J. (1965). *Staropolskie Zagłębie Przemysłowe*. Wrocław: Zakład Narodowy im. Ossolińskich.

Anita Kulawiak, dr, adiunkt, Uniwersytet Łódzki, Wydział Nauk Geograficznych, Katedra Geografii Regionalnej i Społecznej. Absolwentka, a następnie pracownik Katedry Geografii Regionalnej i Społecznej UŁ. Autorka publikacji z zakresu przedsiębiorczości, rozwoju regionalnego i lokalnego, a także polityki regionalnej. Zainteresowania badawcze autorki skupione są wokół wielu problemów związanych z szeroko rozumianą geografą społeczną oraz regionalną. Przede wszystkim dotyczy problematyki przedsiębiorczości rozumianej zarówno od strony procesualnej (zakładania i prowadzenia działalności gospodarczej), jej zróżnicowania

przestrzennego i czynników warunkujących jej rozmieszczenie, ale także i atrybutywnej – jako cecha ludzka. Poza zagadnieniami dotyczącymi przedsiębiorczości prace autorki oscylują także wokół zagadnień związanych z przestrzenią publiczną miasta, placami targowymi oraz tożsamością terytorialną. Autorka opublikowała ponad 40 artykułów naukowych.

Anita Kulawiak, PhD, assistant professor, University of Lodz, Faculty of Geographical Sciences, Department of Regional and Social Geography. PhD in Earth Sciences in the field of socio-economic geography, graduate and then employee of the Department of Regional and Social Geography of the University of Lodz. Author of publications in the field of entrepreneurship, regional and local development, as well as regional policy. The author's research interests oscillate around many problems related to broadly understood social and regional geography. First of all, they relate to the issues of entrepreneurship understood both in terms of processes (establishing and running a business), its spatial diversity and factors determining its distribution, but also attributive – as a human trait. In addition to the issues related to entrepreneurship, the author's works also oscillate around issues related to the public space of the city, market squares and territorial identity. The author has published over 40 scientific articles.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7458-0330>

Adres/address:

Uniwersytet Łódzki
Wydział Nauk Geograficznych
Katedra Geografii Regionalnej i Społecznej
ul. Kopcińskiego 31
90-142 Łódź
e-mail: anita.kulawiak@geo.uni.lodz.pl

DOMINIK SIKORSKI
Uniwersytet Wrocławski, Polska
University of Wrocław, Poland

Rozwój turystyki na ziemi kłodzkiej ze szczególnym uwzględnieniem turystyki na terenach przemysłowych i poprzemysłowych na tle aktualnych przemian społeczno-gospodarczych regionu

Development of tourism in the Kłodzko (Poland) region with particular emphasis on tourism in industrial and post-industrial areas against the current socio-economic changes in the region

Streszczenie: Artykuł przedstawia rozwój turystyki na ziemi kłodzkiej w latach 2004–2016 ze szczególnym uwzględnieniem rozwoju turystyki na terenach przemysłowych i poprzemysłowych. Tłem opisu jest charakterystyka współczesnych procesów i przemian społeczno-gospodarczych występujących na badanym obszarze. Analizy opierają się na danych statystycznych pochodzących z bazy Banku Danych Lokalnych i REGON oraz na podstawie badań terenowych. W artykule wykazano, że na tle innych działalności gospodarczych turystyka na ziemi kłodzkiej cechuje się stabilnym rozwojem i ma duże znaczenie dla wybranych obszarów badanego regionu. Dzięki unikatowym walorom antropogenicznym związanym z historią gospodarczą ziemi kłodzkiej, na tym terenie intensywnie rozwija się obecnie turystyka industrialna i postindustrialna. Potencjał rozwojowy tej formy turystyki na tym obszarze nie jest jeszcze w pełni wykorzystany i w przyszłości może stanowić istotny walor turystyczny regionu.

Abstract: The article presents the development of tourism in the Kłodzko region (Poland) in 2004–2016, with particular emphasis on the development of tourism in industrial and post-industrial areas. The background for the description is the characteristics of contemporary processes and socio-economic changes occurring in the studied area. The analyses are based on statistical data from the Local Data Bank and REGON database as well as on the basis of field research. The article shows that, compared to other economic activities, tourism in the Kłodzko region is characterized by a stable development and is of great importance for selected areas of the studied region. Due to the unique anthropogenic values related to the economic history of the Kłodzko region, industrial and post-industrial tourism is currently developing intensively in this area. The development potential of this form of tourism in this area has not yet been fully used and in the future it may be an important tourist asset of the region.

Słowa kluczowe: przemiany funkcjonalne; tereny poprzemysłowe; turystyka industrialna i postindustrialna, ziemia kłodzka.

Keywords: functional changes; industrial and post-industrial tourism; post-industrial areas; the Kłodzko region.

Otrzymano: 15 lipca 2021

Received: 15 July 2021

Zaakceptowano: 24 lipca 2021

Accepted: 24 July 2021

Sugerowana cytacja / Suggested citation:

Sikorski, D. (2021). Rozwój turystyki na ziemi kłodzkiej ze szczególnym uwzględnieniem turystyki na terenach przemysłowych i poprzemysłowych na tle aktualnych przemian społeczno-gospodarczych regionu. *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego*, 35(3), 220–238. doi: <https://doi.org/10.24917/20801653.353.14>

WSTĘP

Struktura przestrzenna miast i miejscowości wiejskich po 1989 roku w Polsce uległa istotnym przeobrażeniom. W wyniku wprowadzenia mechanizmów wolnorynkowych doszło do procesu transformacji niemalże w każdej sferze społecznej i gospodarczej kraju. Najprostszym elementem przemian, jaki można było zaobserwować w tym czasie, to zmiany w przestrzeni miejscowości, którym bardzo często towarzyszyły zmiany społeczne i gospodarcze. W następstwie tego niemalże każdy typ użytkowania ziemi w jednostkach osadniczych w Polsce uległ większym lub mniejszym przeistoczeniom.

Wśród obszarów, które istotnie uległy przeobrażeniom, wielu badaczy wymienia tereny przemysłowe i poprzemysłowe (por. Marczyńska-Witczak, Szafrąńska, 1999; Słodczyk, 2001 i in.). Wprowadzenie zasad wolnorynkowych w sektorze produkcyjnym gospodarki spowodowało, że wiele zakładów przemysłowych z okresu PRL-u, często o przestarzałej technologii produkcji i nierentownych ekonomicznie, stopniowo lub gwałtownie upadało uwalniając tereny, często o dogodnej lokalizacji, pod nowe inwestycje i funkcje (Sikorski, 2013, 2019). Regres działalności przemysłowej wygenerował problem zagospodarowania opuszczonego majątku i powstania terenów poprzemysłowych, które szczególnie widoczne były w miastach i miejscowościach o silnych tradycjach produkcyjnych (Parysek, 2006).

Powstałe w ten sposób tereny poprzemysłowe szybko znalazły nowych użytkowników, często niezwiązanych z sektorem produkcyjnym, i zostały zagospodarowane pod nowe funkcje. W ten sposób dochodziło do przemian funkcjonalnych tych terenów, które często całkowicie zmieniały swoje oblicze, a nawet charakter danej miejscowości lub regionu (Barski, Zathay, 2018). Obserwowane przemiany funkcjonalne terenów poprzemysłowych były analogiczne do przemian tego rodzaju zaobserwowanych w krajach Europy Zachodniej, gdzie – z uwagi na uwarunkowania polityczne i ekonomiczne – proces ten zaczął się na większą skalę już po kryzysie paliwowym w 1973 roku (Piech, 1999).

To swoiste opóźnienie czasowe przemian funkcjonalnych terenów przemysłowych w Polsce w dużym stopniu związane były z modelem gospodarki centralnie sterowanej, która funkcjonowała w naszym kraju do 1989 roku i rozciągała swoisty parasol ochronny nad terenami przemysłowymi hamując ich przeobrażenia. W konsekwencji po 1989 roku głównie w wyniku uwolnienia się mechanizmów rynkowych tereny przemysłowe w miastach i miejscowościach wiejskich uległy intensywnym, często nieplanowym przeobrażeniom (Sikorski, 2013, 2019). Według Słodczyka (2001) istotne znaczenie dla przemian terenów przemysłowych i na proces „przemieszczania się” przemysłu w mieście miały m.in. następujące czynniki:

- zmieniające się potrzeby przemysłu w zakresie niezbędnych obiektów i instalacji (infrastruktura w centrum stała się niewystarczająca);
- mechanizm renty gruntowej, który umożliwił zapłacenie wyższej ceny za teren przez inne funkcje;
- realizacja dużych projektów urbanistycznych (w większych miastach) na terenach centralnych, polegających na renowacji lub budowie reprezentacyjnych kompleksów biurowych, a także budowie nowych arterii komunikacyjnych;
- przyjęte zasady planowania przestrzennego, teoria strefowości (zoning) zmierzająca do przyporządkowania każdemu terenowi określonej funkcji;
- realizowana w niektórych krajach polityka deglomeracji lub dekoncentracji, polegająca na planowym „wyprowadzaniu” zakładów przemysłowych z największych aglomeracji;
- dążenie do podnoszenia jakości życia mieszkańców i eliminacji uciążliwości związanych z działalnością przemysłową;
- wkroczenie w okres postfordyzmu dotyczącego teorii organizacji pracy, którego konsekwencją była redukcja zatrudnienia w zakładach przemysłowych poprzez zastosowanie nowoczesnych technologii oraz większa swoboda w lokalizacji.

Ponadto, na przemiany funkcjonalne terenów przemysłowych wpływ miały także: wielkość jednostki osadniczej (w większych miejscowościach przeobrażenia zaczęły się w latach 90 XX wieku, a w mniejszych dopiero na początku XXI wieku), charakter produkcji terenów przemysłowych miejscowości (im większa monofunkcyjność produkcji, tym większe ryzyko przekształceń), wielkość powierzchni terenów produkcyjnych (im większy teren, tym większe prawdopodobieństwo przemian) oraz lokalizacja terenów przemysłowych (np. tereny położone wzdłuż głównych arterii komunikacyjnych miejscowości ulegały przemianom o wiele szybciej niż tereny położone na uboczu miejscowości) (Sikorski, 2013).

W literaturze naukowej kwestia przemian terenów przemysłowych, w tym przemian funkcjonalnych, jest dość często opisywana. Wśród licznych wątków poruszanych w publikacjach naukowych w tym kontekście możemy wyróżnić m.in. nurt odnoszący się do ogólnego opisu kierunku przekształceń terenów przemysłowych na danym obszarze lub w mieście (por. Domański, 2001; Gasidło, 2008, 2010; Piech, 1999, 2004; Szafrąńska, 2000 i in.), nurt opisujący rewitalizację terenów przemysłowych jako narzędzie sprawcze jego przemian (por. Kaczmarek, 2001; Kazimierczak, 2014; Miśkowiec, 2016 i in.), nurt charakteryzujący zagospodarowanie przestrzenne terenów poprzemysłowych (por. Kierzkowska, 2021; Mazur-Belzyt, 2008; Sikorski, 2013, 2019 i in.), nurt przedstawiający tereny poprzemysłowe jako nowe przestrzenie publiczne (por. Brzosko-Sermak, Wantuch-Matla, 2020; Sikorski, 2011 i in.), czy też nurt przedstawiający tereny poprzemysłowe jako nowe przestrzenie turystyczne (por. Kaczmarek, 1998; Kaczmarska, Przybyłka, 2010; Kazimierczak, 2012; Slenczek, Sikorski, 2009 i in.).

Szczególnie interesującym wątkiem przemian funkcjonalnych terenów przemysłowych jest ich ponowne zagospodarowanie przez podmioty i funkcje turystyczne, co umożliwi rozwój tzw. turystyki industrialnej i postindustrialnej. Ta forma turystyki kulturowej obejmuje podróże turystyczne, ukierunkowane głównie na zwiedzanie historycznych lub czynnych obiektów związanych z wydobywaniem surowców, produkcją masową i techniką oraz krajobrazów przemysłowych, o ile aspektem wiodącym tych podróży lub głównym motywem ich podjęcia jest zapoznanie się z historią zakładów, obiektów i urządzeń lub historycznym rozwojem procesów technologicznych

i produktów albo przeżycie osobistego spotkania z przemysłem, produkcją i techniką w miejscach autentycznie związanych z ich historią i aktualną działalnością (Mikos von Rohrscheidt, 2016: 161). Z uwagi na przeszłość historyczną i gospodarczą naszego kraju niewątpliwie obszarami, gdzie tego rodzaju turystyka ma duży potencjał do rozwoju jest m.in. Śląsk, Łódź, czy też województwo dolnośląskie z ziemią kłodzką na czele.

Celem niniejszego opracowania jest przedstawienie rozwoju turystyki na ziemi kłodzkiej ze szczególnym uwzględnieniem turystyki na terenach przemysłowych i poprzemysłowych na tle aktualnych przemian społeczno-gospodarczych. Niniejsze analizy i badania pozwolą odpowiedzieć m.in. na następujące pytania:

- czy obszar o dużym dziedzictwie działalności przemysłowej, mimo swojego dość peryferyjnego i marginalnego położenia, jest w stanie wykształcić produkty turystyczne, które staną się atrakcją turystyczną przyciągającą liczne grono turystów?
- jaki jest poziom i potencjał rozwoju turystyki industrialnej i postindustrialnej na ziemi kłodzkiej?
- czy turystyka na terenach przemysłowych i poprzemysłowych może stać się kołem napędowym rozwoju całej turystyki regionu?

METODY I ŹRÓDŁA DANYCH

Artykuł bazuje na analizie danych statystycznych pochodzących głównie z Banku Danych Lokalnych (BDL), REGON-u oraz na badaniach terenowych. Z uwagi na dostępność danych zakres czasowy analizy ograniczono do lat 2004–2016. Zakres przestrzenny badań odnosi się do ziemi kłodzkiej utożsamianej w niniejszej publikacji z zasięgiem obecnego powiatu kłodzkiego.

W celu określenia tła współczesnych przemian społeczno-gospodarczych oraz skali rozwoju turystyki ziemi kłodzkiej przedstawiono w nim:

- dynamikę wzrostu ludności ziemi kłodzkiej z podziałem na gminy oraz obszary miejskie i wiejskie w przypadku gmin miejsko-wiejskich na podstawie danych z BDL;
- liczbę oraz dynamikę wzrostu podmiotów gospodarczych na 10 000 mieszkańców w analogicznych jednostkach odniesienia na podstawie danych REGON;
- liczbę i dynamikę wzrostu podmiotów gospodarczych na 10 000 mieszkańców (REGON);
- oraz liczbę i dynamikę miejsc noclegowych na 10 000 mieszkańców (BDL).

Próba oceny roli, znaczenia i potencjału rozwoju turystyki na terenach przemysłowych i poprzemysłowych w rozwoju ziemi kłodzkiej została wyznaczona na podstawie analizy materiałów uzyskanych w trakcie badań terenowych oraz kwerendy literatury naukowej nawiązującej do tego zagadnienia.

OBSZAR BADAŃ

Ziemia kłodzka położona jest w południowo-zachodniej części Polski i swoim zasięgiem obejmuje obecny powiat kłodzki. Powiat ten składa się z: 5 gmin miejskich (Duszniki-Zdrój, Kłodzko, Kudowa-Zdrój, Nowa Ruda, Polanica-Zdrój), 6 gmin miejsko-wiejskich (Bystrzyca Kłodzka, Łądek-Zdrój, Międzylesie, Radków, Stronie Śląskie, Szczytna) oraz 3 gmin wiejskich (Kłodzko, Lewin Kłodzki, Nowa Ruda) (rycina 1). W obrębie powiatu

znajduje się łącznie 11 miast i 177 miejscowości wiejskich położonych na obszarze 1643 km² zamieszkiwanym przez ponad 161 tys. osób (BDL, 2016).

Na ziemi kłodzkiej dominują 4 rodzaje turystyki: uzdrowskowa, aktywna, biznesowa i kulturowa (Kruczek, Nowak, 2014a: 98). Szczególnie turystyka uzdrowskowa na tym obszarze ma wielowiekową tradycję i renomę, która może stać się w przyszłości produktem markowym tego regionu (Kruczek, Nowak, 2014b). Każdego roku liczba turystów odwiedzających tę część Polski wzrasta o kilkadziesiąt tysięcy, zbliżając się powoli do wartości 0,5 mln turystów na rok.

Wybór ziemi kłodzkiej do badań potencjału i rozwoju turystyki industrialnej oraz postindustrialnej nie jest tu przypadkowy. Wskazany obszar badań charakteryzuje się od wieków bogatą historią działalności rzemieślniczej i produkcyjnej. W XIX wieku na bazie występujących zasobów naturalnych powstał tu m.in. prężnie działający przemysł wydobywczy, włókienniczy czy szklarski (Herzig, Ruchniewicz, 2008). W konsekwencji na badanym obszarze występowały liczne tereny przemysłowe, nie tylko w miastach regionu, ale też w miejscowościach wiejskich. Jednak od kilku dekad na tym obszarze obserwowane są negatywne symptomy przemian demograficznych (duża depopulacja) i gospodarczych, w tym regres funkcji przemysłowej, które spowodowały, że przez wielu autorów obszar ten był klasyfikowany jako problemowy (Bański, 2008; Ciok 1991; Eberhardt, 1989; Latocha i in., 2020; Zagożdżon, 1988, 1990). Dodatkowo, niekorzystną sytuację społeczno-gospodarczą ziemi kłodzkiej pogarszał fakt, że obszar ten jest peryferyjnie położony względem głównych ośrodków wzrostu, co jeszcze bardziej przyczynia się do jego marginalizacji (Bański, 2014; Ciok, 1995; Hełdak, 2008; Kutkowska, 2012).

WYNIKI

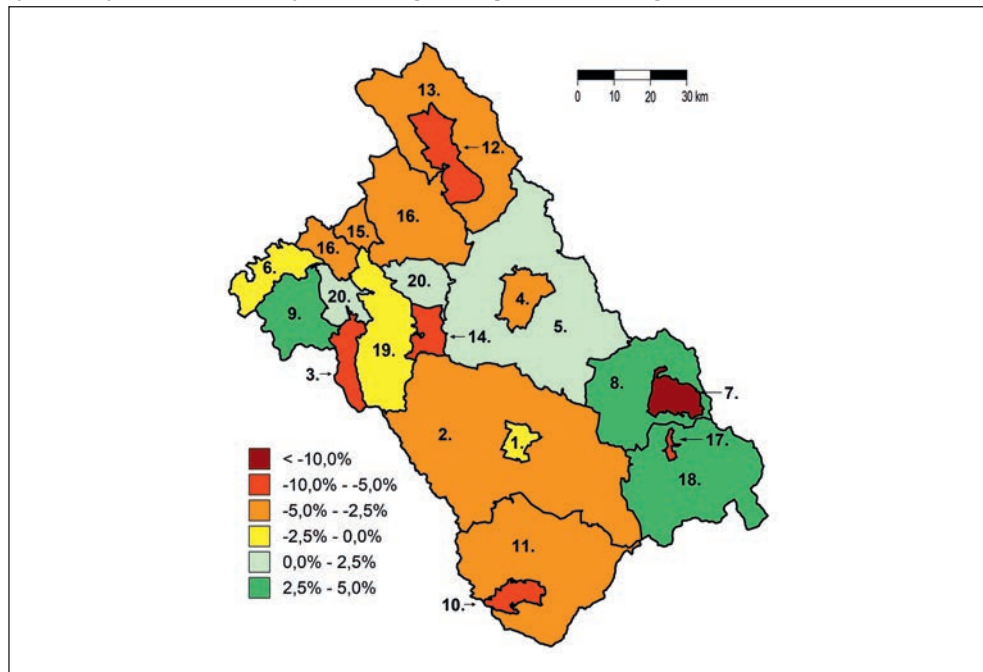
Aktualne procesy i przemiany społeczno-gospodarcze ziemi kłodzkiej

Wśród licznych zmian społeczno-gospodarczych zachodzących obecnie na obszarze ziemi kłodzkiej duże znaczenie ma proces jej depopulacji oraz towarzyszący mu proces przemian i redukcji bazy ekonomicznej regionu. W latach 2004–2016 liczba mieszkańców tego regionu zmniejszyła się z 167 995 do 161 452 (spadek o 4,1%) (BDL, 2004, 2016). Co ciekawe, większy proces wyludniania się zanotowano w miastach niż na obszarach wiejskich badanego regionu. W tym okresie liczba ludności w miastach zmalała z 109 340 do 103 534 osób (o 5,3%), a na obszarach wiejskich z 58 655 do 57 918 (o 1,3%) (BDL, 2004, 2016).

Rozmieszczenie przestrzenne wyludniania się ziemi kłodzkiej było nierównomierne. Największy spadek liczby ludności zanotowano w mieście Łądek-Zdrój (z 6296 do 5715 osób; spadek o 10,2%), Nowa Ruda (z 24 967 do 22 636; o 9,1%) i Duszniki-Zdrój (z 5150 do 4745; o 8,5%). Z kolei obszarami, które zanotowały największy wzrost liczby ludności w latach 2004–2016 były obszary lub gminy wiejskie badanego regionu, takie jak: gmina wiejska Lewin Kłodzki (z 1853 do 1937 osób; wzrost o 4,3%), obszar wiejski gminy miejsko-wiejskiej Stronie Śląskie (z 1705 do 1777; o 4,1%) oraz obszar wiejski gminy miejsko-wiejskiej Łądek-Zdrój (z 2609 do 2696; o 3,2%) (BDL, 2004, 2016) (rycina 1).

Proces wyludniania się miast ziemi kłodzkiej jest analogiczny do ogólnokrajowej tendencji stopniowej depopulacji miast małych i średnich (por. Kantor-Pietraga,

Rycina 1. Dynamika zmian liczby ludności w gminach powiatu kłodzkiego w latach 2004–2016



1. Bystrzyca Kłodzka (miasto), 2. Bystrzyca Kłodzka (obszar wiejski), 3. Duszniki-Zdrój (miasto), 4. Kłodzko (miasto), 5. Kłodzko (obszar wiejski), 6. Kudowa-Zdrój (miasto), 7. Lądek-Zdrój (miasto), 8. Lądek-Zdrój (obszar wiejski), 9. Lewin Kłodzki (obszar wiejski), 10. Międzyzlesie (miasto), 11. Międzyzlesie (obszar wiejski), 12. Nowa Ruda (miasto), 13. Nowa Ruda (obszar wiejski), 14. Polanica-Zdrój (miasto), 15. Radków (miasto), 16. Radków (obszar wiejski), 17. Stronie Śląskie (miasto), 18. Stronie Śląskie (obszar wiejski), 19. Szczytna (miasto), 20. Szczytna (obszar wiejski)

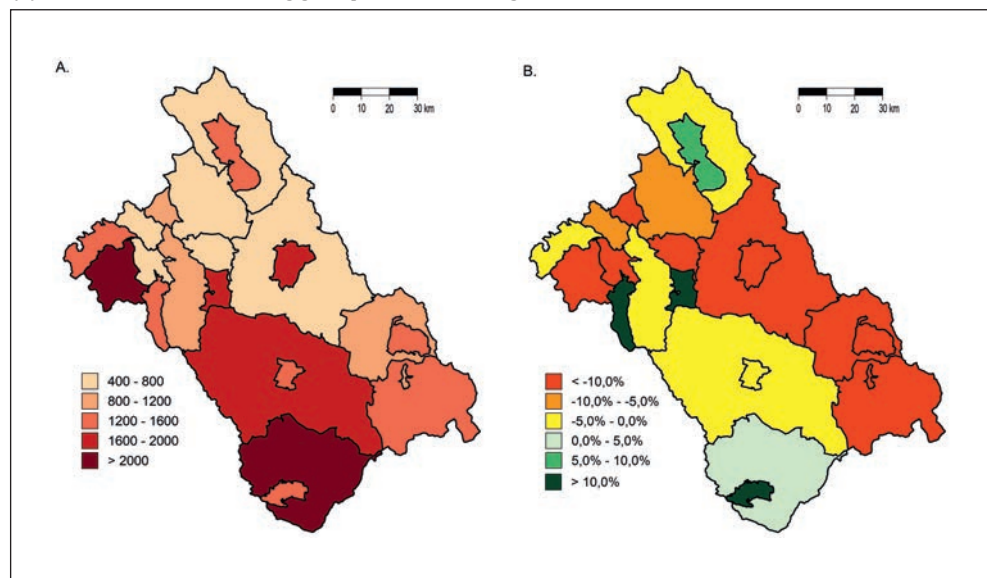
Źródło: Opracowanie własne na podstawie BDL

Krzysztofik, Runge, 2012; Sokołowski, Brudnicki, Jaroszewska-Brudnicka, 2011; Sołtys, 2011; Szmytkie, Sikorski, 2020 i in.). Natomiast, zanotowany wzrost liczby ludności w niektórych obszarach wiejskich ziemi kłodzkiej należy tłumaczyć z jednej strony procesem suburbanizacji, a z drugiej strony napływem ludności z miast, zwłaszcza dużych, często znacznie oddalonych od ziemi kłodzkiej (np. Wrocław, Poznań, Warszawa, Opole, konurbacja katowicka) (Latocha i in., 2020).

Jak już wspomniano wcześniej, procesowi depopulacji ziemi kłodzkiej towarzyszyła także przemiana i redukcja bazy ekonomicznej regionu. W latach 2004–2016 liczba podmiotów gospodarczych na tym obszarze uległa zmniejszeniu z 24 201 do 22 448 podmiotów (spadek o 7,8%) (REGON, 2004, 2016). Przeciętnie w powiecie kłodzkim liczba podmiotów gospodarczych na 10 000 mieszkańców wynosiła 1488 w 2016 roku. Co ciekawe, większą aktywnością ekonomiczną charakteryzowały się obszary wiejskie, gdzie w 2016 roku było ok. 1795 podmiotów gospodarczych na 10 000 mieszkańców, gdy natomiast w miastach wskaźnik ten oscylował na poziomie ok. 1063 podmiotów.

W latach 2004–2016 aktywność ekonomiczna mieszkańców badanego regionu mierzona liczbą podmiotów gospodarczych na 10 000 mieszkańców zmalała (z 1748,8 do 1666,0; spadek o 5,0%). Zjawisko to szczególnie dotknęło obszary wiejskie, gdzie wartość tego wskaźnika zmalała z 1867,6 do 1794,7 (spadek o 4,1%). Szczególnie

Rycina 2. Liczba podmiotów gospodarczych w 2016 roku (A) i ich dynamika zmian w latach 2004–2016 (B) na 10 000 mieszkańców wg gmin powiatu kłodzkiego



Źródło: Opracowanie własne na podstawie bazy REGON

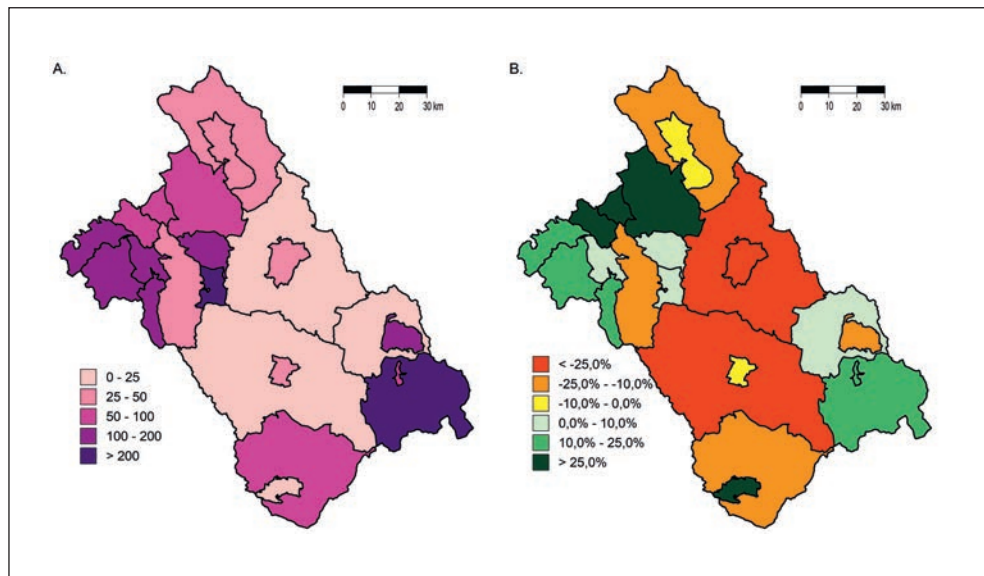
wysoka redukcja bazy ekonomicznej ziemi kłodzkiej wystąpiła na obszarach wiejskich gmin miejsko-wiejskich: Łądek-Zdrój (z 1326,2 do 1123,9; o 18,0%), Stronie Śląskie (z 1554,3 do 1322,5; o 17,5%), Szczytna (z 742,3 do 635,3; o 16,8%) oraz gminy wiejskiej Kłodzko (z 864,8 do 744,4; o 16,2%). Z kolei, jedynymi obszarami, gdzie w badanym okresie nastąpił wzrost aktywności ekonomicznej ludności były głównie niektóre miasta powiatu kłodzkiego, takie jak: Duszniki-Zdrój (z 1227,2 do 1422,6; o 13,7%), Międzylesie (z 1138,3 do 1305,8; o 12,8%), Polanica-Zdrój (z 1636,5 do 1823,9; o 10,3%) i Nowa Ruda (z 1167,3 do 1252,9; o 6,8%) (rycina 2).

Redukcja bazy ekonomicznej ziemi kłodzkiej w dużej mierze wynikała ze zmiany struktury gospodarki regionu. W tym okresie na badanym obszarze następowało zmniejszenie się liczby gospodarstw rolnych oraz podmiotów usługowych (Sikorski i in., 2020). Z kolei, działalność przemysłowa, choć pod względem liczby podmiotów była podobna, to pod względem struktury wielkości zatrudnienia ulegała pogorszeniu (np. powolne wygaszanie w tym okresie działalności Huty Szkła Kryształowego „Violetta” w Stroniu Śląskim).

Rozwój turystyki na ziemi kłodzkiej

Także działalność turystyczna, z której słynie ziemia kłodzka, uległa niewielkiej redukcji w latach 2004–2016. W badanym okresie liczba podmiotów turystycznych regionu zmalała z 900 do 861 (spadek o 4,5%) (REGON, 2004, 2016). Przeciętna liczba podmiotów turystycznych na 10 000 mieszkańców w powiecie kłodzkim wynosiła ok. 67 w 2016 roku. Poziom działalności turystycznej liczony tym wskaźnikiem był większy na obszarach wiejskich niż w miastach. Także obszary wiejskie cechowały się o wiele większą dynamiką wzrostu gospodarczej działalności turystycznej w latach 2004–2016

Rycina 3. Liczba podmiotów turystycznych w 2016 roku (A) i ich dynamika zmian w latach 2004–2016 (B) na 10 000 mieszkańców wg gmin powiatu kłodzkiego



Źródło: Opracowanie własne na podstawie bazy REGON

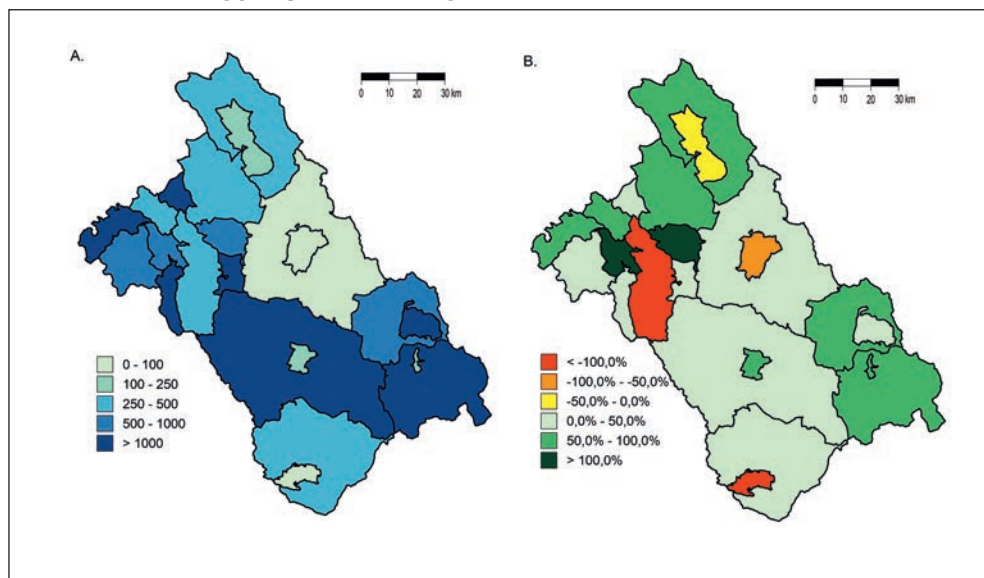
(z 59,5 do 67,2; wzrost o 11,4%), gdy tymczasem miasta zanotowały jej redukcję (z 63,4 do 58,5; spadek o 8,4%).

W rozmieszczeniu przestrzennym działalności turystycznej w powiecie kłodzkim widać, że gospodarcza działalność turystyczna ogniskuje się w dwóch częściach tego regionu: w części południowo-wschodniej w Stroniu Śląskim i okolicach oraz w części zachodniej wokół: Kudowy-Zdroju, Lewina Kłodzkiego, Polanicy-Zdroju, Radkowa i Szczytnej (rycyna 3).

O ile liczba podmiotów turystycznych ziemi kłodzkiej nie wykazywała tendencji do wzrostu, to liczba miejsc noclegowych w tych podmiotach już tak. W latach 2004–2016 liczba miejsc noclegowych w powiecie kłodzkim wzrosła z 5890 do 8778 (wzrost o 32,9%) (BDL, 2004, 2016). Przeciętna liczba miejsc noclegowych na 10 000 mieszkańców w ziemi kłodzkiej wynosiła ok. 684 w 2016 roku. Poziom działalności turystycznej liczony tym wskaźnikiem był większy na obszarach wiejskich niż w miastach. Dynamika wzrostu wartości tego wskaźnika w miastach i na obszarach wiejskich był podobny. W miastach przeciętnie liczba miejsc noclegowych na 10 000 mieszkańców wzrosła z 268,5 do 450,3 (wzrost o 40,4%), a na obszarach wiejskich z 712,1 do 1116,0 (o 36,2%).

W rozmieszczeniu miejsc noclegowych i w jego dynamice zmian ponownie widać dwa ogniska kumulacji oraz wzrostu działalności turystycznej (południowy wschód i zachód powiatu kłodzkiego). Największy wzrost liczby miejsc noclegowych na 10 000 mieszkańców zanotowano w latach 2004–2016 na obszarach wiejskich gmin miejsko-wiejskich: Szczytna (wzrost o 100,0%), Łądek-Zdrój (o 75,1%) i Stronie Śląskie (o 71,6%). Z kolei, w takich miastach jak: Międzyzlesie (o 250,6%), Szczytna (o 119,6%), Kłodzko (o 77,0%), Nowa Ruda (o 14,2%) – zanotowano spadek wartości tego wskaźnika (rycyna 4).

Rycina 4. Liczba miejsc noclegowych w 2016 roku (A) i dynamika ich wzrostu w latach 2004–2016 (B) na 10 000 mieszkańców wg gmin powiatu kłodzkiego



Źródło: Opracowanie własne na podstawie bazy BDL

W ostatnich latach zauważalny jest wzrost potencjału turystyki na ziemi kłodzkiej mierzony m.in. liczbą miejsc noclegowych, który występuje głównie na obszarach wiejskich. W dużym stopniu jest to związane z unikatowością historyczną, ale przede wszystkim przyrodniczą regionu (Migoń, 1996). Występujące tu walory przyrodnicze powodują intensywny rozwój różnych form turystyki na obszarach wiejskich, które widoczne są m.in. poprzez wzrost liczby gospodarstw agroturystycznych. Przykładowo, według różnych źródeł danych liczba miejsc noclegowych w agroturystyce wynosiła ok. 2800 w 2009 roku (*Dolnośląski Ośrodek Doradztwa...*, 2009), co stanowiło ponad 1/3 wszystkich miejsc noclegowych.

Rola i znaczenie turystyki industrialnej oraz postindustrialnej na ziemi kłodzkiej

Bazując na unikatowych walorach związanych z historią dziedzictwa przemysłowego na ziemi kłodzkiej prężnie rozwija się obecnie turystyka industrialna i postindustrialna. Obecnie do rejestru zabytków w powiecie kłodzkim wpisanych jest 36 obiektów reprezentujących działalność przemysłową, techniczną i komunikacyjną (Marek, 2020). Do najważniejszych atrakcji turystycznych tego rodzaju trzeba zaliczyć m.in.: Muzeum Papiernictwa w Dusznikach-Zdroju, Dawną Kopalnię Nowa Ruda, czy też Szlak ginących zawodów w Kudowie-Zdroju i inne.

Muzeum Papiernictwa, którego siedzibą jest historyczny młyn papierniczy, wzniesiony w 1605 roku, od chwili otwarcia placówki dla zwiedzających przed ponad 40 laty stanowi jedną z większych atrakcji turystycznych Dusznik-Zdroju i ziemi kłodzkiej. Obok wystaw nawiązujących do dziejów papiernictwa w 1971 roku udostępniono

widzom czerpalnię, w której odbywała się pokazowa produkcja papieru czerpanego (Szymczyk, Sołtysik, 2014: 191). Oprócz działalności wystawowej placówka prowadzi także działalność edukacyjną. Każdego roku Muzeum Papiernictwa w Dusznikach-Zdroju odwiedza ponad 50 tys. turystów.

O roli i znaczeniu górnictwa węgla kamiennego na ziemi kłodzkiej świadczą już dzisiaj tylko pozostałości po szybach wydobywczych, na bazie których powstała m.in. Dawna Kopalnia Nowa Ruda oferująca Podziemną Trasę Turystyczną „Kopalnia Węgla Kamiennego w Nowej Rudzie”. Powstała w 1996 roku atrakcja turystyczna oferuje zwiedzanie 700 metrowej podziemnej trasy turystycznej, w czasie której można zapoznać się z historią i codziennością funkcjonowania noworudzkiego górnictwa węgla kamiennego. Uwieńczeniem zwiedzania jest przejazd elektryczną kolejką na końcu trasy. Co roku z tej atrakcji i formy transportu korzysta kilkadziesiąt tysięcy turystów.

Inną ciekawą atrakcją turystyczną regionu, nawiązującą do przeszłości produkcyjnej obszaru, jest tzw. Szlak ginących zawodów w Kudowie-Zdroju. Atrakcją tą stanowi gospodarstwo składające się z kilku drewnianych chat oraz wiatraka-koźłaka z 1886 roku. W trakcie zwiedzania tego miejsca można zapoznać się ze starymi, zanikającymi już zawodami: garniarstwem, kowalstwem, tkactwem czy pieczeniem chleba i wyrobem masła. Możliwość obcowania z powoli ginącymi zawodami i zapoznanie się z ich historią przyciąga od kilku do kilkunastu tysięcy turystów każdego roku.

Na terenach przemysłowych i poprzemysłowych ziemi kłodzkiej w ostatnich latach powstało blisko 30 różnych podmiotów gospodarczych z dziedziny turystyki. Były to głównie obiekty gastronomiczne wykorzystujące infrastrukturę tych terenów. Turystyka na terenach przemysłowych i poprzemysłowych ziemi kłodzkiej stanowi obecnie bardzo ciekawe uzupełnienie oferty turystycznej regionu, które w przyszłości może i powinno odgrywać jeszcze większe znaczenie. Mocnymi stronami tej formy turystyki są jej atrakcje turystyczne, często w dobrym lub bardzo dobrym stanie, które nie zostały zagospodarowane po 1989 roku przez inne funkcje, i tym samym obecnie mogą stanowić bardzo interesujące i realistyczne miejsca destynacji dla turystów zainteresowanych przeszłością w wymiarze historycznym i gospodarczym.

Potencjał turystyczny terenów przemysłowych i poprzemysłowych ziemi kłodzkiej

Potencjał turystyczny terenów przemysłowych i poprzemysłowych na ziemi kłodzkiej jest duży. Na badanym obszarze istnieje jeszcze wiele obiektów postindustrialnych, które przy odpowiednim nakładzie pracy i kapitału mogą stać się atrakcjami turystycznymi. Do takich miejsc należy m.in.: papiernia w Młynowie, wieś przemysłowa Ścinawka Średnia, liczne pozostałości hut szkła i kamieniołomów w regionie oraz opuszczone zakłady przemysłowe i inne.

Papiernia w Młynowie (gm. Kłodzko) powstała w 1895 roku i swojego czasu była jedną z pierwszych w Sudetach nowoczesnych fabryk produkujących papier (fotografie 1–2). Położona jest w malowniczej dolinie rzeki Nysy Kłodzkiej. Obecnie teren ten jest wykorzystywany przez funkcję mieszkaniową oraz zakład produkujący kołdry. Przy odpowiednim zagospodarowaniu i nakładzie kapitału mogłaby się stać kolejnym miejscem, obok Muzeum Papiernictwa w Dusznikach-Zdroju, gdzie zainteresowani turyści mogliby zapoznawać się z techniką i historią tworzenia papieru.

Fotografie 1-2. Pozostałości po papierni w Młynowie (gm. Kłodzko)



Źródło: zdjęcia własne

Fotografia 3. Odlewnia żeliwa ZETKAMA w Ścinawce Średniej



Źródło: zdjęcie własne

Fotografia 4. Huta Szkła Artystycznego Barbara w Polanicy-Zdroju



Źródło: zdjęcie własne

Fotografie 5–8. Przykłady terenów poprzemysłowych na ziemi kłodzkiej o dużym potencjale dla urban exploitation lub innych form turystyki





Źródło: zdjęcia własne

Bardzo ciekawym miejscem do odwiedzenia, a będącym przykładem interesującej historii działalności przemysłowej, jest wieś przemysłowa Ścinawka Średnia. Rozwój działalności produkcyjnej we wsi nastąpił wraz z pojawieniem się linii kolejowej w 1879 roku. Obok istniejących już tutaj młynów i gorzelnii została wybudowana elektrownia kolejowa w latach 1912–1918 oraz przędzalnia ok. 1920 roku. Od 1979 roku na terenie wsi funkcjonuje odlewnia żeliwa ZETKAMA (fotografia 3) (Brygier, Dudziak, 2010). Obecnie wieś ta słabo jest znana pod względem turystycznym, ale historia i kultura tego miejsca może być istotnym walorem turystycznym szczególnie dla miłośnika dziedzictwa przemysłowego.

Innym walorem, który licznie występuje na badanym obszarze, są liczne pozostałości po działających tu kiedyś hutach szkła lub po kamieniołomach. Obecnie z blisko 40 obiektów tego typu tylko nieznaczna część jest zagospodarowana przez funkcję turystyczną. Przykładem udanej adaptacji funkcji przemysłowej na turystyczną jest m.in. Huta Szkła Artystycznego Barbara w Polanicy-Zdroju (fotografia 4). Huta ta powstała w 1974 roku jako placówka naukowo-badawcza na potrzeby szklarstwa (Banaś, 1982). Obecnie stanowi atrakcję turystyczną, gdzie można obserwować wytwarzanie szkła, jego formowanie, obcinanie i wydmuchiwanie.

Atrakcję turystyczną w przyszłości mogą stanowić także pozostałości obiektów przemysłowych ziemi kłodzkiej, które mogą być interesującymi destynacjami dla prężnie rozwijającej się ostatnio tzw. turystyki urban exploration. Przykładów opuszczonych obiektów i zakładów poprzemysłowych na badanym obszarze jest bardzo dużo. Z uwagi na małą gęstość zaludnienia i brak kapitału na ich modernizację w większości stoją one opuszczone od wielu lat w niezminionej formie (fotografie 5–8).

Potencjał turystyki industrialnej i postindustrialnej, inaczej dziedzictwa przemysłowego, na ziemi kłodzkiej jest znaczny. W dużym stopniu związany jest z historią gospodarczą tego regionu oraz istniejącą na tym terenie bazą surowcową. W ostatnich latach zauważalny jest znaczny regres tradycyjnej działalności przemysłowej w powiecie kłodzkim, czego efektem jest powstawanie licznych niezagospodarowanych terenów poprzemysłowych. Bardzo często leżą one nieużytkowane i stanowią żywe świadectwo dawnej historii tych ziem.

PODSUMOWANIE

Ziemia kłodzka to unikatowy obszar pod względem przyrodniczym i antropologicznym na mapie Dolnego Śląska. Jednak w ostatnich kilkudziesięciu latach region doświadczony jest głębokimi problemami społeczno-gospodarczymi wyrażającymi się m.in. stopniowym wyludnieniem i redukcją bazy ekonomicznej. Na tym tle jedną z nielicznych działalności gospodarczych, która wykazywała rozwój, była działalność turystyczna. Bazowała ona, i bazuje, głównie na walorach obszarów wiejskich tego regionu i na turystyce uzdrowiskowej. W ostatnich latach zauważalny jest jednak rozwój także innych form i typów turystyki opierających m.in. na dziedzictwie kulturowym tego regionu.

Jak wykazały analizy, jedną z takich „nowych” form turystyki, która coraz prężniej się rozwija na ziemi kłodzkiej, jest turystyka na terenach przemysłowych i poprzemysłowych, czyli turystyka industrialna i postindustrialna. Ta forma turystyki zaczęła się tutaj rozwijać wraz z stopniowym upadkiem dużych zakładów przemysłowych tego obszaru po 1989 roku. Obecnie w regionie istnieje kilka obiektów postindustrialnych

(m.in. Muzeum Papiernictwa w Dusznikach-Zdroju, Dawna Kopalnia Nowa Ruda), które są w stanie przyciągnąć od kilku po kilkanaście, a nawet kilkadziesiąt tysięcy turystów rocznie. Duży potencjał turystyczny tkwi także w licznych obiektach przemysłowych i poprzemysłowych (np. w licznych hutach szkła, papierniach, kamieniołomach, przędzalniach itp.) niezagospodarowanych jeszcze przez funkcję turystyczną.

Należy być jednak ostrożnym w ocenie znaczenia turystyki, a zwłaszcza turystyki industrialnej i postindustrialnej dla rozwoju całego regionu. Tym bardziej w obecnych czasach pandemii COVID-19, która może istotnie wpłynąć na rozwój tego sektora gospodarki. Turystyka jako samodzielna gałąź gospodarki jest w stanie tylko punktowo (w pojedynczych miejscowościach) odmienić negatywne tendencje społeczno-gospodarcze na ziemi kłodzkiej. Z kolei turystyka na terenach przemysłowych i poprzemysłowych bardziej pełni rolę uzupełniającą dominującej tu oferty turystyki na obszarach wiejskich i uzdrowiskowej. W przyszłości ta forma zwiedzania może stać się istotnym elementem całej działalności turystycznej regionu, ale zapewne wymagałoby to odpowiedniej polityki oraz inwestycji tak, aby móc stworzyć bogatą i atrakcyjną ofertę, która wykorzystywałaby cały potencjał turystyczny dziedzictwa przemysłowego ziemi kłodzkiej.

Literatura

References

- Banaś, P. (1982). *Polskie współczesne szkło artystyczne*. Wrocław: Zakład Narodowy im. Ossolińskich.
- Bański, J. (2008). Wiejskie obszary problemów demograficznych. W: A. Harasim (red.), *Wybrane zagadnienia systemów informacji przestrzennej i obszarów problemowych rolnictwa w Polsce*. Puławy: Instytut Uprawy Nawożenia i Gleboznawstwa – Państwowy Instytut Badawczy, 93–102 (Studia i Raporty IUNG-PIB, 12).
- Bański, J. (2014). Współczesne typologie obszarów wiejskich w Polsce – przegląd podejść metodologicznych. *Przegląd Geograficzny*, 86(4), 441–470.
- Barski, J., Zathay, M. (2018). Industrial heritage and post-industrial situation in the post-transformation era in Lower Silesia (Poland). *GeoSpace: Industrial Culture in Urban and Regional Development*, 12(1), 17–25. Ústí nad Labem. Jan Evangelista Purkyně University.
- Brygier, W., Dudziak, T. (2010). *Ziemia Kłodzka*. Pruszków: Oficyna Wydawnicza „Rewasz”.
- Brzosko-Sermak, A., Wantuch-Matla, D. (2020). Nowe przestrzenie publiczne na terenach poprzemysłowych śródmieścia Krakowa. *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego*, 34(4), 151–170. doi: <https://doi.org/10.24917/20801653.344.10>.
- Ciok, S. (1991). Sudety. Obszar problemowy. *Acta Universitatis Wratislaviensis. Studia Geograficzne*, 51.
- Ciok, S. (1995). Zmiany ludnościowe i osadnicze w Sudetach. *Acta Universitatis Wratislaviensis. Prace Instytutu Geograficznego*, seria B, 12, 51–64.
- Domański, B. (2001). Przekształcenia terenów poprzemysłowych w województwach śląskim i małopolskim – prawidłowości i uwarunkowania. *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego*, 3.
- Eberhardt, P. (1989). *Regiony wyludniające się w Polsce*. Warszawa; Wrocław: Zakład Narodowy im. Ossolińskich (Prace Geograficzne, nr 148, IGiPZ PAN)
- Gasidło, K. (2008). Przekształcenia terenów poprzemysłowych – efekty i perspektywy badań i działań. *Problemy Ekologii*, 12(2), 76–80.
- Gasidło, K. (2010). *Kierunki przekształceń przestrzeni przemysłu*. Gliwice: Wydawnictwo Politechniki Śląskiej.
- Hełdak, M. (2008). Przemiany funkcjonalne obszarów wiejskich Sudetów po integracji z Unią Europejską. *Infrastruktura i Ekologia Terenów Wiejskich*, 8, 91–102.
- Herzig, A., Ruchniewicz, M. (2008). *Dzieje Ziemi Kłodzkiej*. Hamburg; Wrocław: Oficyna Wydawnicza Atut.

- Kaczmarek, S. (1998). XIX-wieczne tereny przemysłowe Łodzi jako element potencjału turystycznego. *Turyzm*, 8(2), 85–90.
- Kaczmarek, S. (2001). *Rewitalizacja terenów poprzemysłowych. Nowy wymiar w rozwoju miast*. Łódź: Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego.
- Kaczmarska, A., Przybyłka, A. (2010). Wykorzystanie potencjału przemysłowego i poprzemysłowego na potrzeby turystyki. Przykład Szlaku Zabytków Techniki województwa śląskiego. W: W. Andrejczuk (red.), *Krajobraz a turystyka*. Sosnowiec: Komisja Krajobrazu Kulturowego PTG, 207–228 (Prace Komisji Krajobrazu Kulturowego, 14).
- Kantor-Pietraga, I., Krzysztofik, R., Runge, J. (2012). Kontekst geograficzny i funkcjonalny kurczenia się małych miast w Polsce południowej. *Studia Ekonomiczne. Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach*, 92, 9–24.
- Kazimierczak, J. (2012). Wpływ rewitalizacji terenów poprzemysłowych na kształtowanie nowej miejskiej przestrzeni turystycznej. Przykład Manchesteru i Lyonu. *Turyzm*, 22(1), 11–21.
- Kazimierczak, J. (2014). Kształtowanie przestrzeni publicznej centrum miasta w kontekście rewitalizacji terenów poprzemysłowych w Manchesterze, Lyonie i Łodzi. *Studia Miejskie*, 16, 115–128.
- Kierzkowska, A. (2021). Problematyka powstawania zabudowy biurowej na terenach poprzemysłowych na przykładzie koncentracji budynków biurowych przy ulicy Strzegomskiej i ulicy Muchoborskiej we Wrocławiu. *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego*, 35(1), 56–71. doi: <https://doi.org/10.24917/20801653.351.4>.
- Kruczek, Z., Nowak, A. (2014a). Badania ruchu turystycznego w uzdrowiskach Ziemi Kłodzkiej. W: A. Szromek (red.), *Rola uzdrowisk i przedsiębiorstw uzdrowiskowych w turystyce i w leczeniu uzdrowiskowym*. Kraków: Proksenia, 95–108.
- Kruczek, Z., Nowak, A. (2014b). Health and Beauty in Kłodzko Land – Branded SPA a Tourism Product of the Region in Theory and Practice. W: J. Wyrzykowski, J. Marak, M. Szymczyk (red.), *Health, Wellness & Spa Tourism as the Regional Product – Theory and Practice*. Wrocław: Wyższa Szkoła Handlowa, 291–305.
- Kutkowska, B. (2012). Nowe funkcje obszarów wiejskich na przykładzie terenu sudeckiego. W: M.G. Woźniak, G. Ślusarz (red.), *Rozwój zrównoważony i problemy obszarów wiejskich*. Rzeszów: Wydawnictwo Uniwersytetu Rzeszowskiego, 97–110 (Nierówności społeczne a wzrost gospodarczy, 29).
- Latocha A., Szmytkie R., Sikorski D., Tomczak P., Miodońska P., Kajdanek K. (2020). Pomiedzy depopulacją a odrodzeniem – aktualne procesy społeczno-gospodarcze w regionie kłodzkim. W: A. Marek (red.), *Ziemia kłodzka w kulturze, architekturze, przyrodzie*. Pelplin: Wydawnictwo Bernardinum, 197–233.
- Marczyńska-Witczak, E., Szafrąńska, E. (1999). Tereny przemysłowe w przestrzeni miasta i ich przekształcenia. W: W. Michalski (red.), *Społeczno-ekonomiczne problemy aglomeracji łódzkiej*. Łódź: Rządowe Centrum Studiów Strategicznych. Biuro Rozwoju Regionalnego; Łódzkie Towarzystwo Naukowe.
- Marek, A. (2020). Dziedzictwo przemysłu i techniki ziemi kłodzkiej. W: A. Marek (red.), *Ziemia kłodzka w kulturze, architekturze, przyrodzie*. Pelplin: Wydawnictwo Bernardinum, 109–126.
- Mazur-Belzyt, K. (2008). Wybrane aspekty wykorzystania terenów poprzemysłowych w obszarach zurbanizowanych. W: J. Ślodziak, M. Śmigielka (red.), *Współczesne kierunki i wymiary procesów urbanizacji*. Opole: Wydawnictwo Uniwersytetu Opolskiego, 237–247.
- Migoń, P. (1996). *Ziemia kłodzka*. Wrocław: EKO-GRAF.
- Mikos von Rohrscheidt, A. (2016). *Turystyka kulturowa. Fenomen, potencjał, perspektywy*. Poznań: Kultour.pl.
- Miśkowiec, M. (2016). Przemiany terenów poprzemysłowych w miejscach dziedzictwa przemysłu włókienniczego na przykładzie Manchesteru, Lyonu i Łodzi. *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego*, 30(3), 199–212.
- Parysek, J. (2006). Stare i nowe obszary miast polskich. W: I. Jażdżewska (red.), *Nowe przestrzenie w mieście, ich organizacja i funkcje. XIX Konwersatorium Wiedzy o Mieście*. Łódź: Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, 49–62.
- Piech, M. (1999). Przemiany przestrzenne i funkcjonalne terenów przemysłowych w Łodzi w latach 1988–1996. W: J. Kaczmarek (red.), *Zróźnicowanie przestrzenne struktur społecznych w dużych miastach*. Łódź: Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, 117–122.

- Piech, M. (2004). *Przemiany funkcjonalne terenów przemysłowych w latach 1988–1996 (w granicach kolei obwodowej)*. Łódź: Łódzkie Towarzystwo Naukowe.
- Sikorski, D. (2011). Kształtowanie się przestrzeni publicznej na terenach poprzemysłowych na przykładzie Dolnego Śląska. W: I. Jażdżewska (red.), *Przestrzeń publiczna miast. XXIV Konwersatorium Wiedzy o Mieście*. Łódź: Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, 287–297.
- Sikorski, D. (2013). *Proces sukcesji funkcjonalnej na terenach przemysłowych i poprzemysłowych w miastach województwa dolnośląskiego. Studium przypadków*. Wałbrzych: Wydawnictwo Uczelniane Państwowej Wyższej Szkoły Zawodowej im. Angelusa Silesiusa.
- Sikorski, D. (2019). Wybrane kierunki i aspekty przemian funkcjonalnych terenów przemysłowych we Wrocławiu w latach 1989–2016. *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego*, 33(4), 227–240. doi: <https://doi.org/10.24917/20801653.334.14>.
- Sikorski, D., Latocha, A., Szmytkie, R., Kajdanek, K., Miodońska, P., Tomczak, P. (2020). Functional changes in peripheral mountainous areas in east central Europe between 2004 and 2016 as an aspect of rural revival? Kłodzko County case study. *Applied Geography*, 122, 1–14.
- Slenczek, M., Sikorski, D. (2009). Kowary – od przemysłu do turystyki. W: I. Jażdżewska (red.), *Strefa podmiejska i małe miasta w okresie transformacji. XXII Konwersatorium Wiedzy o Mieście*. Łódź: Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, 103–114.
- Słodczyk, J. (2001). *Przestrzeń miasta i jej przeobrażenia*. Opole: Wydawnictwo Uniwersytetu Opolskiego.
- Sokołowski, D., Brudnicki, R., Jaroszewska-Brudnicka, R. (2011). Przekształcenia małych miast województwa kujawsko-pomorskiego. W: B. Bartosiewicz, T. Marszał (red.), *Przemiany przestrzeni i potencjału małych miast w wybranych regionach Polski. Z perspektywy 20 lat transformacji*. Łódź: Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, 119–139.
- Sołtys, J. (2011). Przemiany małych miast w województwie pomorskim. W: B. Bartosiewicz, T. Marszał (red.), *Przemiany przestrzeni i potencjału małych miast w wybranych regionach Polski. Z perspektywy 20 lat transformacji*. Łódź: Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, 141–155.
- Szafańska, E. (2000). Zróżnicowanie przekształceń terenów przemysłowych w przestrzeni miasta na przykładzie Łodzi. W: J. Słodczyk (red.), *Społeczne, gospodarcze i przestrzenne przeobrażenia miast*. Opole: Wydawnictwo Uniwersytetu Opolskiego, 307–319.
- Szmytkie, R., Sikorski, D. (2020). Zmiany ludnościowe małych miast w strefach zaplecza głównych aglomeracji miejskich w Polsce. *Space-Society-Economy*, 31, 7–24.
- Szymczyk, M., Sołtysik, M. (2014). Rola muzeów w turystyce na przykładzie Muzeum Papiernictwa w Dusznikach-Zdroju. *Rozprawy Naukowe Akademii Wychowania Fizycznego we Wrocławiu*, 46, 185–196.
- Zagożdżon, A. (1988). Kilka uwag o obszarach problemowych. *Biuletyn Komitetu Przestrzennego Zagospodarowania Kraju PAN*, 138, 137–147.
- Zagożdżon, A. (1990). Wybrane problemy ludnościowe Sudetów na tle rozwoju regionalnego. *Studia Komitetu Przestrzennego Zagospodarowania Kraju PAN*, 96, 95–111.

Źródła internetowe:

- Bank Danych Lokalnych (BLD), <https://www.bdl.stat.gov.pl/>
Dolnośląski Ośrodek Doradztwa Rolniczego we Wrocławiu, <https://www.dodr.pl/>

Finansowanie:

Badania finansowane przez Narodowe Centrum Nauki w ramach projektu badawczego nr 2020/04/X/HS4/01203.

Dominik Sikorski, dr, adiunkt, Uniwersytet Wrocławski, Instytut Geografii i Rozwoju Regionalnego, Zakład Geografii Społeczno-Ekonomicznej. Jego zainteresowania badawcze koncentrują się wokół procesów przeobrażeń terenów przemysłowych w miastach, ze szczególnym uwzględnieniem ich przemian funkcjonalnych. Ponadto prowadzi badania w zakresie geografii: społecznej (NGO, alokacji 1%), miast (badania morfologiczne) i historycznej. Jest autorem ponad 30 prac naukowych.

Dominik Sikorski, PhD, an assistant professor in the Department of Socio-Economic Geography at the Institute of Geography and Regional Development, University of Wrocław. His research interests are focused on transformation processes of industrial areas in the cities, especially their functional changes. In addition, he conducts research in the field of social geography (NGO, 1% allocation), cities (morphological research) and historical geography. He is the author of over 30 research papers.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2612-3490>

Adres/address:

Uniwersytet Wrocławski
Instytut Geografii i Rozwoju Regionalnego
Zakład Geografii Społeczno-Ekonomicznej
pl. Uniwersytecki 1
50-137 Wrocław, Polska
e-mail: dominik.sikorski@uwr.edu.pl

ANITA KULAWIAK

Uniwersytet Łódzki, Polska
University of Lodz, Poland

KAROLINA SMĘTKIEWICZ

Uniwersytet Pedagogiczny w Krakowie, Polska
Pedagogical University of Krakow, Poland

Znaczenie turystyki w kształtowaniu warunków i jakości życia w małym mieście na przykładzie Helu w opinii jego mieszkańców

The role of tourism in shaping of conditions and quality of life of the inhabitants of a small town. Case study of Hel (Poland)

Streszczenie: Rozwój funkcji turystycznej, w świetle aktualnej literatury przedmiotu, może mieć dwojakiego rodzaju wpływ na miejscowość, w której funkcja ta się rozwija. Najczęściej jest ona źródłem wielu pozytywnych zmian, które można zaobserwować zarówno w sferze społecznej, jak i ekonomicznej, ale nie brakuje dowodów, że nadmierna koncentracja ruchu turystycznego przynosi również i negatywne skutki, choćby w postaci nadmiernej komercjalizacji i degradacji atrakcyjnych i unikatowych przestrzeni. W kontekście zaobserwowanych dysproporcji w artykule podjęto problem określenia relacji, jaka zachodzi między rozwojem funkcji turystycznej, a wybranymi elementami warunków i jakości życia mieszkańców jednej z najbardziej popularnych miejscowości w Polsce, jaką jest Hel. Podstawowym źródłem danych był wywiad kwestionariuszowy, który przeprowadzono na grupie 327 mieszkańców miasta (10% ogółu populacji), w miesiącach maj i lipiec 2018 roku. Celem badań była z jednej strony identyfikacja opinii mieszkańców na temat warunków i jakości życia w miejscowości Hel, z drugiej zaś próba odpowiedzi na pytanie, czy funkcja turystyczna wpływa przede wszystkim na aktywizację zawodową ludności, fizjonomię i ogólną atrakcyjność miasta. Uzyskane wyniki pozwoliły zauważyć, że w przypadku Helu turystyka pozytywnie oddziałuje na większość z wymienionych cech i w oczach mieszkańców jest ona źródłem wielu korzystnych zmian dla miasta.

Abstract: The development of the tourism function, in the light of the current literature on the subject, can have a twofold effect on the locality in which the function develops. Most often it is a source of many positive changes which can be observed both in the social and economic sphere, but there is also evidence that excessive concentration of tourism brings about negative effects, e.g. excessive commercialisation and degradation of attractive and unique spaces. In the context of the disproportions observed, this paper aims to determine the relationship between the development of the tourism function and selected elements of the living conditions and quality of life of the inhabitants of Hel, one of the most popular cities in Poland. The primary source

of data was a questionnaire interview conducted on a group of 327 town residents (10% of the total population) in May and July 2018. The aim of the research was, on the one hand, to identify the residents' opinions on the conditions and quality of life in Hel and, on the other hand, to try to answer the question whether the tourist function primarily influences the population's economic activation, physiognomy and general attractiveness of the town. The results obtained showed that in the case of Hel tourism has a positive impact on most of the above mentioned features and in the eyes of the inhabitants it is a source of many beneficial changes for the town.

Słowa kluczowe: jakość życia; małe miasto; półwysep Helski; turystyka; warunki życia

Keywords: conditions of life; Hel Peninsula; quality of life; small town; tourism

Otrzymano: 15 lipca 2021

Received: 15 July 2021

Zaakceptowano: 10 sierpnia 2021

Accepted: 10 August 2021

Sugerowana cytacja / Suggested citation:

Kulawiak, A., Smętkiewicz, K. (2021). Znaczenie turystyki w kształtowaniu warunków i jakości życia w małym mieście na przykładzie Helu w opinii jego mieszkańców. *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego*, 35(3), 239–258, doi: <https://doi.org/10.24917/20801653.353.15>

WSTĘP

W ostatnich latach turystyka stała się znaczącym zagadnieniem badawczym, na co wskazuje wciąż rosnąca liczba publikacji. Taka aktywność badawcza wynika z jednej strony z pewnej mody na „turystykę”, z drugiej zaś z istotności teoretycznej i praktycznej tego zagadnienia. Do momentu rozpoczęcia się pandemii COVID-19 turystyka była jedną z najprężniej rozwijających się branż gospodarki światowej, która generowała olbrzymie dochody. Według danych zamieszczonych w raporcie *Economic Impact Reports* opracowanym przez Światową Radę Podróży i Turystyki (The World Travel & Tourism Council – WTTC), w 2019 roku sektor podróży i turystyki wniósł do globalnego PKB 10,4% udziału. Wartość ta zmalała jednak aż o połowę (do 5,5%) w 2020 roku na skutek wprowadzenia ogólnoświatowych obostrzeń i ograniczenia mobilności społeczeństw we wszystkich państwach świata, związanych z rozprzestrzenianiem się koronawirusa.

Z tego też względu, w literaturze przedmiotu wiele miejsca poświęca się zagadnieniu wpływu turystyki na gospodarkę, podkreślając zarazem, że jest ona źródłem wielu korzyści. W geografii problem ten rozważali m.in.: Derek, Kowalczyk, Swianiewicz, 2005; Drzewiecki, 1980; Jackowski, 1971; Kurek, 1990; Meyer, 2004; Mika, Pawlusiński, Zawilińska, 2015; Pawlusiński, 2005; Sokołowski, 2014. Warto dodać, że zdaniem większości badanych największe korzyści płynące z rozwoju turystyki polegają m.in. na: dywersyfikacji dochodów do budżetu gmin, aktywizacji i dywersyfikacji lokalnych zasobów, wzroście PKB, rozwoju i modernizacji obiektów i lokalnej infrastruktury, wzroście zadowolenia i integracji społeczności lokalnej oraz poprawie wizerunku miejscowości, a co za tym idzie warunków i jakości życia jej mieszkańców (Grabowska, 2013; Sokołowski, 2014; Śniadek, Zajadacz, 2014). W najbardziej ogólnym ujęciu funkcja turystyczna jest zatem postrzegana jako czynnik: 1) poprawy jakości życia mieszkańców – aspekt społeczny; 2) aktywizacji lokalnej gospodarki – aspekt ekonomiczny; 3) wzbogacający wizerunek miasta – aspekt psychologiczny oraz 4) rewaloryzacji przestrzeni miejskiej – aspekt kulturowy i przestrzenny (Derek, Kowalczyk, Swianiewicz, 2005).

Warto jednak zauważyć, że choć wielu badaczy zwraca uwagę na fakt, że turystyka ma duży wpływ na poprawę warunków i jakości życia mieszkańców, prac obrazujących to zagadnienie, zarówno w układzie empirycznym, jak i teoretycznym, wciąż jest stosunkowo mało. Po części jest to efektem założenia *a priori* przez część środowiska naukowego, że pozytywny wpływ na gospodarkę niejako automatycznie wpływa również na poprawę warunków życia. Powszechnie przyjmuje się, że warunki i jakość życia są silnie skorelowane z rozwojem gospodarczym, zatem rozwój funkcji turystycznej powinien również pozytywnie oddziaływać i na tę stronę życia mieszkańców. Jak zwrócili uwagę m.in. G.I. Crouch i J.R.B. Ritchie (1999), rozwój tej gałęzi gospodarki powinien pociągać za sobą rozwój lokalnej społeczności. Innymi słowy mieszkańcy obszarów o funkcji turystyczno-rekreacyjnej winni czerpać korzyści z tytułu wzmoczonego ruchu turystyczno-rekreacyjnego, znajdujące swoje odbicie w obiektywnych warunkach ich życia oraz subiektywnym poczuciu zadowolenia (Śniadek, Zjadacz, 2014). Tymczasem nie zawsze tak musi być. W literaturze nie brakuje bowiem dowodów negatywnego oddziaływania ruchu turystycznego na gospodarkę, a co za tym idzie i społeczność lokalną. W ogólnym ujęciu dysfunkcje związane z rozwojem turystyki zdaniem Z. Krawczyka odnoszą się do środowiska naturalnego, społecznego i kulturowego (Krawczyk, 2007). W ujęciu nieco bardziej szczegółowym badacze podkreślają natomiast, że wzmoczony ruch turystyczny bardzo często niesie za sobą konsekwencje w postaci wzrostu cen dóbr, usług i nieruchomości, hałasu, tłoku w przestrzeniach publicznych, pogorszenia jakości transportu publicznego i usług gastronomicznych, dewastacji walorów turystycznych, efektu ich przereklamowania i agresywnej komercjalizacji, a nawet wzmoczonej przestępczości, co jest źródłem pogorszenia, a nie polepszenia warunków i jakości życia mieszkańców (Kruczek, 2018; Śniadek, Zjadacz, 2014). Ponadto, często prowadzi ona również do procesu gentryfikacji bardziej atrakcyjnych przestrzeni miasta, a tym samym do zasadniczej zmiany w procesie życia jego mieszkańców. Jak zauważa Z. Kruczek, jednym z istotnych przejawów nadmiernej koncentracji ruchu turystycznego jest bowiem zmiana postaw mieszkańców wobec turystów, którą to można opisać za pomocą indexu Doxey'a. Zgodnie z tym modelem zmiana obejmuje 4 kolejne etapy, począwszy od euforii, która wyraża pozytywne nastawienie mieszkańców do turystów, przez fazy apatii, gdzie obecność turystów jest czymś powszechnym i oczywistym, i irytacji, w której to obserwuje się nadmierne obciążenie ruchem turystycznym, aż po fazę konfliktu, w której to turyści postrzegani są jako źródło wielu problemów, co może przerodzić się w otwarty antagonizm wobec nich (Kruczek, 2018).

W kontekście zaobserwowanych przez badaczy różnych aspektów tego samego zjawiska interesujący i zarazem fascynujący wydaje się problem wpływu funkcji turystycznej na warunki i jakość życia mieszkańców. Problematyka ta jest tym bardziej godna uwagi, że kategoria jakości i warunków życia stanowi główną przesłankę celowej aktywności życia człowieka i cieszy się bardzo dużą popularnością. Jak dotąd nikomu nie udało się znaleźć recepty na szczęśliwe życie, jednak zarówno teoretycy, jak i praktycy nieustannie poszukują odpowiedzi na pytanie, co o nim decyduje. W ostatnim czasie, z uwagi na przywiązywanie przez polityków na wszystkich szczeblach administracji ogromnej wagi do poprawy warunków i jakości życia mieszkańców, kwestia ta stała się szczególnie priorytetowa. Wiedza o czynnikach determinujących ich poprawę jest bowiem dla kreatorów życia społecznego i przedstawicieli wielu instytucji kluczowa w kontekście utrzymania swoich stanowisk.

Mając na uwadze powyżej przedstawione kwestie, w artykule podjęto próbę określenia relacji, jaka zachodzi między funkcją turystyczną a wybranymi elementami warunków i jakości życia na przykładzie miasta Hel. O wyborze tej miejscowości zdecydował fakt, że posiada ona silnie rozwiniętą funkcję turystyczną i należy do grona najpopularniejszych w Polsce miejscowości turystycznych, rokrocznie odwiedzanych przez tysiące turystów (Majdak, 2008).

Celem artykułu jest identyfikacja opinii mieszkańców miasta Hel na temat warunków i jakości ich życia w kontekście rozwoju w ich mieście funkcji turystycznej. W szczególności, w artykule zbadano opinię mieszkańców Helu na temat warunków, w jakich funkcjonują na co dzień, odczuwanej satysfakcji z miejsca zamieszkania, a także poruszono kwestie relacji, jaka zachodzi między subiektywnymi i obiektywnymi warunkami ich życia a funkcją turystyczną. W tym ostatnim przypadku pod uwagę wzięto głównie cechy takie jak: wzrost aktywizacji zawodowej ludności, wzrost poziomu atrakcyjności życia w mieście oraz zmianę jego fizjonomii, co wynika z faktu, że wymienione cechy zdaniem badaczy (Kachniewska, 2011; Kurek, 1990) w dużym stopniu świadczą o rozwoju funkcji turystycznej.

JAKOŚĆ I WARUNKI ŻYCIA A FUNKCJA TURYSTYCZNA W ŚWIETLE LITERATURY PRZEDMIOTU

Studia literaturowe pozwalają zauważyć, że choć zagadnienia związane z warunkami i jakością życia, a także szeroko rozumianą turystyką zajmują współcześnie bardzo ważne miejsce, rzadko jednak analizowane są łącznie. W konsekwencji, jak już wspomniano, w literaturze brakuje opracowań wskazujących, jaki wpływ na warunki i jakość życia posiada funkcja turystyczna. Podobnie, pogłębionej analizy nie doczekał się również problem postrzegania turystyki przez mieszkańców w kontekście oceny jej wpływu na warunki i jakość życia przedstawicieli miejscowej społeczności. Jak dotychczas, tylko nieliczni geografowie analizowali postawy społeczności lokalnych wobec turystyki i ruchu turystycznego, przy czym ich uwaga koncentrowała się głównie na otoczeniu parków narodowych lub wybranych miejscowości różnych stref krajobrazowych (Matuszewska, 2000, 2003, 2006, 2008; Niezgoda, 2006; Niezgoda, Zmysłony, 2006; Pawlusiński, 2005; Zawilińska, 2010) oraz, w zdecydowanie mniejszym stopniu, na stosunku społeczności lokalnej do turystów i rozwoju samej funkcji turystycznej w ich miejscowości (Mika, 2013; Sokołowski, 2014). W literaturze zostało podjęte także zagadnienie nastawienia mieszkańców wobec rozwijającej się funkcji uzdrowskiej na przykładzie najmłodszego polskiego uzdrowiska – Uniejowa (Smętkiewicz, 2014, 2016).

Nieco więcej miejsca wspomnianej problematyce poświęcono natomiast w literaturze ekonomicznej i socjologicznej (Bərbeka, 2015; Grabowska, 2013; Januszewska, Nawrocka, 2015; Kachniewska, 2011; Śniadek, Zajadacz, 2014). Wśród tych prac na szczególną uwagę zasługują dwie ostatnie. Autorki J. Śniadek i A. Zajadacz (2014) podjęły próbę opracowania wskaźnika jakości życia mieszkańców miasta o funkcji turystyczno-rekreacyjnej (QL_{TR}), na podstawie koncepcji Tourism-Specific Quality of Life Index, wykorzystując przykład miejscowości Leszno. W badaniach uwzględniono zarówno cechy powszechnie uznawane za obiektywne, np. zagospodarowanie sportowo-rekreacyjne i turystyczne miasta, stopień jego wykorzystania, liczbę członków klubów sportowych, wielkość środków przeznaczonych z budżetu na rozwój kultury fizycznej mieszkańców itp., jak i subiektywne: opinie mieszkańców miasta na temat

stopnia zadowolenia z oferty sportowej, kulturalnej, rekreacyjnej oraz nastawienia wobec turystów odwiedzających ich miejsce zamieszkania (Śniadek, Zajadacz 2014). Zaproponowana metoda jest bardzo nowatorska, gdyż pozwala na ujęcie zjawiska subiektywnego w sposób ilościowy, dając tym samym nowe możliwości jego interpretacji. Ponadto, z uwagi na uwzględnienie w nim kryteriów zarówno subiektywnych, jak i obiektywnych, wskaźnik ten pozwala w rezultacie na głębsze analizy wpływu tych sfer życia człowieka na poczucie ogólnego dobrostanu.

Z kolei A. Kachniewska (2011) udowodniła, na podstawie wieloaspektowych badań przeprowadzonych na terenie aż 51 wsi z województw: małopolskiego, mazowieckiego, pomorskiego, warmińsko-mazurskiego i podkarpackiego, dotyczących wpływu rozwoju funkcji turystycznej na jakość życia ich mieszkańców, że turystyka może pozytywnie oddziaływać na wiele aspektów życia społeczności lokalnej, w tym przede wszystkim na jej aktywność zawodową, zasoby budowlane i infrastrukturalne, a także na samą atrakcyjność życia na wsi.

Poza wymienionymi warto wspomnieć, że w literaturze dobrze rozpoznany jest także temat wpływu turystyki na dobrostan fizyczny i emocjonalny jednostki, w tym również na jej zdrowie fizyczne i psychiczne. Warto to podkreślić, ponieważ definiowanie jakości życia przez pryzmat zdrowia człowieka jest jednym z częściej stosowanych podejść w literaturze przedmiotu, zwłaszcza na gruncie nauk o wychowaniu (Śniadek, Zajadacz, 2014).

Nawet już krótki przegląd dostępnej w tym zakresie literatury pozwala zauważyć, że elementem łączącym te prace jest traktowanie przez badaczy turystyki jako mechanizmu warunkującego dobre życie (dobrostan) człowieka. Innymi słowy, turystyka w tych pracach jest kluczowym czynnikiem prowadzącym do polepszenia warunków i jakości życia mieszkańców.

Wzrastająca popularność tego zagadnienia w dużej mierze jest konsekwencją poszukiwania przez badaczy odpowiedzi na pytanie o sens i kształt życia, które to kryją się w jakości i warunkach życia. Kategoria ta, jak zwraca uwagę Kucharek-Mularska, stała się wręcz przejawem ducha epoki czy też idea, której czas właśnie nadszedł (Mularska-Kucharek, 2016).

W polskiej literaturze geograficznej badania nad warunkami i jakością życia również mają długą i bogatą tradycję (Klima, Janiszewska, Rochmińska, 2011; Kulawiak, 2014; Liszewski, 1995, 2004; Muzioł, 1981, 1983; Parysek, 2004; Rembowska, 1994; Rydz, Szymańska, 2001; Rykiel, Żerebecka, 2004; Szlajfer, 1991; Szymańska, 2005; Zborowski, 2004), co z jednej strony zaowocowało powstaniem wielu różnych koncepcji teoretyczno-metodologicznych, ale z drugiej strony przyczyniło się też do braku jednolitego stanowiska w sprawie sposobu definiowania tych terminów oraz sposobu ich pomiaru. W rezultacie w literaturze geograficznej, w przeciwieństwie do podejścia socjologicznego, warunki i jakość życia traktowane są rozłącznie. Pod pojęciem warunków życia geografowie najczęściej rozumieją zarówno obiektywnie istniejące możliwości zaspokojenia potrzeb społecznych mieszkańców (Rembowska, 1994), stan zaspokojenia wszelkich potrzeb wynikających z otoczenia (środowiska), życia i działania człowieka (Gorzela, 1985; Liszewski, 2004), a także całokształt czynników determinujących zaspokojenie potrzeb ludzkich. Warto dodać, że rozróżnia się tu warunki życia społecznego, warunki ekologiczne, warunki pracy i warunki życia osobistego (Hodoly, 1975). Jakość życia jest natomiast przez nich najczęściej definiowana jako stopień zadowolenia człowieka z warunków życia, czyli ze stanu, w jakim żyje (Liszewski, 2004);

subiektywnie odczuwany poziom zaspokojenia potrzeb przez społeczność lokalną (Rembowska, 1994) lub też jako zbiór potrzeb, których zaspokojenie czyni ludzi szczęśliwymi, (Rutkowski, 1987). Jakość życia, w przeciwieństwie do warunków, jest zatem kategorią niemierzalną, subiektywną, gdyż określa stan świadomości człowieka i opiera się na zindywidualizowanym systemie ocen. W konsekwencji, zróżnicowane są też mierniki służące do pomiaru tych dwóch kategorii¹.

Uogólniając, warunki życia najczęściej określa się poprzez: warunki zamieszkania, pracy, bytowe, rozwój infrastruktury technicznej i społecznej oraz dostępność do niej mieszkańców, zaś jakość życia bada się w oparciu o cechy takie jak: stan zdrowia mieszkańców, stan zamożności materialnej, poczucie bezpieczeństwa, poczucie wolności osobistej, a także poczucie satysfakcji z miejsca zamieszkania i identyfikacja z nim (Liszewski, 2004).

Z uwagi na brak jednolitego stanowiska w kwestii metodyki badań oraz definiowania warunków i jakości życia, w artykule przez warunki życia rozumie się mierzalne, obiektywne możliwości zaspokojenia potrzeb ludzkich identyfikowane przez: warunki mieszkaniowe, wyposażenie infrastrukturalne oraz dostępność do podstawowych usług. Z kolei jakość życia definiuje się jako społeczną percepcję poszczególnych dziedzin życia, w tym warunków życia oraz stopnia zaspokojenia potrzeb. Za jakościowe mierniki przyjmuje się poczucie bezpieczeństwa, zadowolenie z sytuacji materialnej i mieszkaniowej oraz charakter i rodzaj relacji z rodziną i znajomymi.

METODYKA BADAŃ I MATERIAŁY ŹRÓDŁOWE

Niniejsze opracowanie prezentuje wyniki badania opinii mieszkańców Helu na temat wpływu funkcji turystycznej na warunki i jakość ich życia w tej miejscowości. W pracy wykorzystano dwojakiemu rodzaju metody badawcze – kameralne i terenowe. Metoda kameralna polegała na studiowaniu literatury przedmiotu oraz oficjalnych danych statystycznych, obrazujących badane zjawisko, zaś wśród metod terenowych wykorzystano obserwację bezpośrednią, inwentaryzację terenową, wywiad kwestionariuszowy i swobodny oraz kwerendę w Urzędzie Miasta Hel oraz w Zespole Zakładów Obsługi Miasta Hel. Wszystkie badania przeprowadzono w 2018 roku, przy czym badania terenowe przeprowadzono w miesiącach maj i lipiec 2018 r. na grupie 327 mieszkańców miasta, co stanowiło 10% ich ogólnej populacji. Doboru respondentów dokonano w sposób przypadkowy i dostępnościowy, przy czym w ich doborze kierowano się jednym kryterium, mianowicie miejscem zamieszkania. Warto dodać, że choć wcześniejsze badania dowiodły, że postawa mieszkańców względem rozwoju funkcji turystycznej w miejscu ich zamieszkania w dużej mierze zależy od cech badanej społeczności (Mika, 2013; Williams, Lawson, 2001), to jednak brak możliwości dotarcia do konkretnej grupy respondentów zdecydował o ostatecznej próbie badawczej.

Podstawowym narzędziem gromadzenia danych był kwestionariusz wywiadu, w którym uwzględniono dwa założenia wynikające z koncepcji warunków i jakości życia:

1. uzyskanie w miarę pełnej i wiarygodnej opinii respondentów na zadany temat jest możliwe jedynie przy uwzględnieniu dwóch komponentów: obiektywnego

¹ Szeroki ich przegląd przedstawia opracowanie A. Łyszczarz (2013).

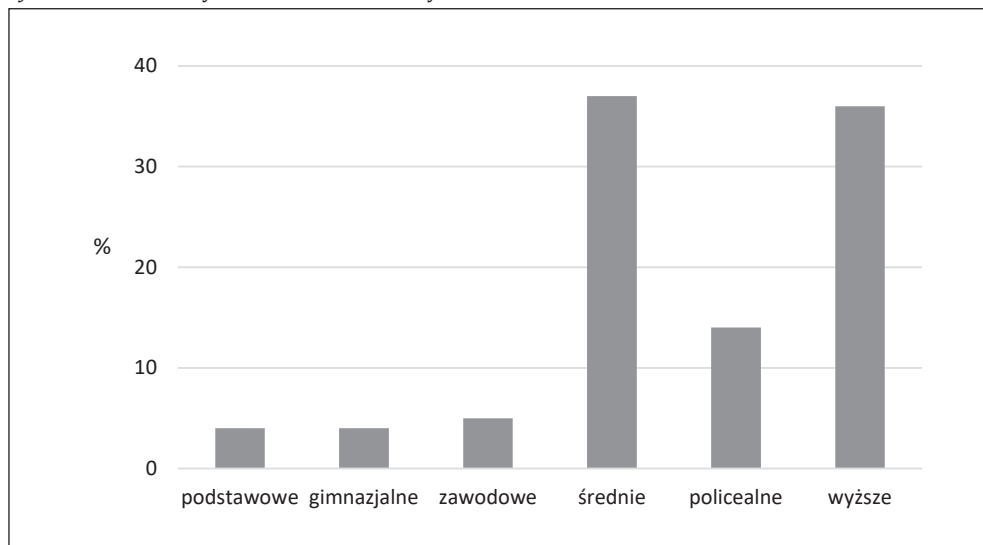
(warunków życia), opracowanego na podstawie pytań o fakty, oraz subiektywnego (jakości życia) – zadowolenia i satysfakcji (ocena sytuacji i opinie mieszkańców);

2. warunki i jakość życia to aspekty wielowymiarowe, dlatego też w badaniach zostały uwzględnione jedynie niektóre ich elementy (cechy), tj.: warunki mieszkaniowe, infrastruktura miejska (społeczna i techniczna), bezpieczeństwo, sytuacja rodzinna i życiowa.

Kwestionariusz wywiadu zawierał ogółem 24 pytania, pogrupowane w trzech podstawowych sekcjach. Zadaniem respondentów było wskazanie odpowiedzi, które najbardziej odzwierciedlały ich opinię, ale mieli oni również możliwość podania własnego stanowiska, jeżeli nie znalazło się ono wśród proponowanych opcji wyboru. Poza metryczką, w której uwzględniono pytania o dane respondentów, tj. wiek, płeć, wykształcenie oraz staż zamieszkania na Helu, formularz zawierał jeszcze pytania o: warunki życia mieszkańców, w tym warunki ich zamieszkania (rodzaj budynku, powierzchnia mieszkania, wyposażenie w infrastrukturę), wyposażenie infrastrukturalne miasta oraz dostępność do podstawowych placówek usługowych (część I formularza). W części II zawarto pytania, których celem było zebranie opinii respondentów na temat stopnia ich zadowolenia z miejsca zamieszkania w tej miejscowości, w tym poczucia bezpieczeństwa, relacji sąsiedzkich, stopnia przywiązania do miasta, znajomości historii miasta; zaś w części III znalazły się pytania dotyczące znaczenia turystyki w kształtowaniu warunków i jakości życia respondentów. W szczególności w tej ostatniej części starano się uchwycić relacje, jakie w opinii respondentów zachodzą między funkcją turystyczną miasta a ich aktywnością zawodową, dostępnością do podstawowej infrastruktury oraz ogólnie rozumianą atrakcyjnością Helu jako miejscem zamieszkania.

Wśród ogółu badanych tylko nieznacznie dominowały kobiety, których udział wyniósł 52%. Biorąc pod uwagę wiek respondentów należy odnotować, iż wśród badanych dominowały osoby w średnim wieku, to jest od 30 do 40 lat (38% badanych) i od 40 do 50 (34% badanych). Zdecydowanie najmniej liczną kategorię (5% ogółu próby) stanowili najstarsi badani, to jest osoby powyżej 60 roku życia. Jeśli zaś chodzi o ich wykształcenie, to stwierdzić należy, że wśród respondentów najwięcej osób było z wykształceniem średnim – 37% ogółu badanych, a najmniej z wykształceniem podstawowym i gimnazjalnym – po 4% ogółu respondentów (rycina 1). Dla większości ankietowanych (54% ogółu respondentów) źródłem utrzymania była przede wszystkim praca zarobkowa, ale duży odsetek z nich (38% ogółu badanych) prowadził też własną działalność gospodarczą. W strukturze zawodowej osób pracujących wyraźnie dominowali specjaliści różnych branż, w tym najczęściej nauczyciele (szkolni i akademicy), wojskowi wyższego szczebla, lekarze, prawnicy, informatycy, księgowi i cywilni marynarze. Wysoki udział respondentów z wykształceniem średnim oraz fakt, że przez długie lat Hel spełniał funkcję bazy wojskowej spowodował, że wśród respondentów znaleźli się także przedstawiciele zawodów tzw. średniego szczebla, tj.: żołnierz, elektryk, pielęgniarka, przedstawiciel handlowy. Zdecydowana większość ankietowanych, tj. 87%, mieszka w miejscowości Hel ponad 10 lat, w tym 52% powyżej 25 lat. Ich ocena warunków i jakości życia w mieście wydaje się być zatem miarodajna i ugruntowana wieloletnim okresem obserwacji.

Rycina 1. Struktura wykształcenia ankietowanych mieszkańców Helu w 2018 r.



Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ankietowych przeprowadzonych w Helu w maju i lipcu 2018 r.

ZARYS CHARAKTERYSTYKI SPOŁECZNO-GOSPODARCZEJ GMINY MIEJSKIEJ HEL

Hel jest niewielkim miastem leżącym u wybrzeża Morza Bałtyckiego, w powiecie puckim, w województwie pomorskim, około 33 km od nasady Półwyspu Helskiego. Położenie miasta na samym zakończeniu Mierzei Helskiej skłoniło władze do określania i promowania go jako „Początku Polski”². Miasto Hel prawa miejskie utraciło pod koniec XIX w., ale uzyskało je ponownie w 1963 r.

Według danych statystycznych za 2019 rok³ Hel zamieszkiwało ponad 3,2 tys. osób, co stanowiło około 6% mieszkańców całego powiatu. Miasto cechowała korzystna struktura demograficzna. Ponad połowa jego mieszkańców (62,3%) była w wieku produkcyjnym, zaś około 14% stanowiły osoby w wieku przedprodukcyjnym. Strukturę demograficzną miasta Hel wyróżniał także dość wyrównany rozkład płci – mężczyźni stanowili 49,6% populacji, zaś kobiety 50,4%.

W przeciągu ostatnich 10 lat liczba ludności miasta wykazuje tendencję spadkową – w 2010 r. wyniosła ona 3 945 mieszkańców, zaś w 2020 r. już 3 212⁴. Ubytek liczby ludności w ciągu dekady o 733 osoby (prawie 19% w stosunku do liczby ludności z 2010 roku) nastąpił głównie na skutek ujemnego przyrostu naturalnego, wynoszącego w 2019 roku –13, oraz niekorzystnego salda migracji w 2019 roku, mającego

² <http://www.gohel.pl/> (dostęp: 10.07.2021).

³ Statystyczne Vademecum Samorządowca. Gmina miejska Hel, powiat pucki. (2020). *Urząd Statystyczny w Gdańsku*. Pozyskano z: https://gdansk.stat.gov.pl/vademecum/vademecum_pomorskie/portrety_gmin/powiat_pucki/hel.pdf (dostęp: 10.07.2021).

⁴ Bank Danych Lokalnych GUS. Pozyskano z: <https://bdl.stat.gov.pl> (dostęp: 10.07.2021).

wartość –31⁵. Pod tym względem Hel wykazuje podobną tendencję do innych małych miast w Polsce i ma ścisły związek z uwarunkowaniami ekonomicznymi, głównie z upadkiem tradycyjnych dla miasta funkcji społeczno-gospodarczych, tj. rybołówstwa i obronności.

Warto dodać, że bezrobocie rejestrowane w mieście w 2019 roku było nieco niższe od średniej krajowej (5,2%)⁶ oraz równe średniej w regionie pomorskim (4,5%)⁷ i kształtowało się na poziomie 4,5%⁸. Miejskowy rynek pracy bazuje w głównej mierze na lokalnych zasobach. Główną funkcją miasta jest turystyka i wypoczynek. W jego strukturze gospodarczej wyraźnie dominuje działalność usługowa i handlowa, w tym szczególnie handel i gastronomia. Spore znaczenie ma także sektor przemysłowy, w tym głównie rybołówstwo i przetwórstwo ryb. Jest to efektem przekształcenia się jeszcze w połowie lat 90. XX w. dominującego w mieście Przedsiębiorstwa Połowów i Przetwórstwa Rybnego „Koga” w kilka małych spółek (firm), które kontynuują, choć na znacznie mniejszą skalę, dawną działalność upadłego zakładu przemysłowego. Ponadto, na obszarze dzisiejszego miasta funkcjonują także dwa porty: rybacki, spełniający funkcję bazy kutrów rybackich i przystani żeglugi przybrzeżnej, oraz wojskowy. Według danych za 2019 r. struktura podmiotów gospodarki narodowej w rejestrze REGON w gminie miejskiej Hel przedstawia się następująco: liczba podmiotów w sektorze rolniczym stanowi 5,6% ogółu, w sektorze przemysłowym i budowlanym – 7,1%, zaś pozostałe 87,3% to podmioty działające w sektorze handlu i usług⁹.

Jednak tym, co najbardziej wyróżnia miasto Hel, jest jego duża popularność wśród turystów. Rokrocznie miasto odwiedzają tysiące turystów (Majdak, 2008). Sprawia to, że turystyka jest też głównym obszarem działalności i źródłem utrzymania jego mieszkańców. O wyjątkowości i popularności tego miasta decyduje wiele różnorodnych czynników. Szerokie, piaszczyste plaże, wody Bałtyku i Zatoki Puckiej, rozległe lasy, leczniczy klimat oraz największa w Polsce liczba dni słonecznych (70) należą do najcenniejszych walorów przyrodniczych półwyspu Helskiego. Stwarzają one dogodne warunki do spędzenia urlopu osobom w każdym wieku oraz do uprawiania różnych form turystyki. Hel jest między innymi jedną z najpopularniejszych w Polsce stacji kite-surfingu i wind-surfingu oraz zapewnia doskonałe warunki dla pletwonurków. W helskim porcie znajdują się bazy pletwonurkowe, które oferują szeroką gamę usług: począwszy od kursów nurkowania, motorowodnych i ratowniczych, po turystykę wrakową, nurkowanie ekologiczne i tor nurkowy (Majdak, 2008).

Na tle innych, nadmorskich miejscowości, Hel wyróżnia także dość dobrze rozwinięta baza noclegowa, na którą składają się obiekty hotelowe, a także m.in. wiele ośrodków wypoczynkowych, pensjonatów, kwater prywatnych, willi i campingów. Niemniejszą rolę odgrywają także walory kulturowe miasta, w postaci m.in.: pochodzących z XIX w. bielonych domków rybackich, bunkrów i umocnień wojskowych pochodzących z czasów II wojny światowej, latarni morskiej oraz portów rybackich. Wszystko to

⁵ Statystyczne Vademecum Samorządowca..., dz. cyt.

⁶ Bezrobotni zarejestrowani i stopa bezrobocia. Stan w końcu grudnia 2019 r. (2020, 27 stycznia). GUS. Pozyskano z: <https://stat.gov.pl/obszary-tematyczne/rynek-pracy/bezrobocie-rejestrowane/bezrobotni-zarejestrowani-i-stopa-bezrobocia-stan-w-koncu-grudnia-2019-r-,2,89.html> (dostęp: 10.07.2021).

⁷ Bezrobotni zarejestrowani i stopa bezrobocia..., dz. cyt.

⁸ Statystyczne Vademecum Samorządowca..., dz. cyt.

⁹ Statystyczne Vademecum Samorządowca..., dz. cyt.

sprawa, że Hel jest bez wątpienia jednym z najbardziej popularnych polskich kurortów nadmorskich, często określany również mianem „magicznego początku Polski” (Majdak, 2008).

WARUNKI I JAKOŚCI ŻYCIA W MIEŚCIE HEL W OPINII MIESZKAŃCÓW – WYNIKI BADAŃ

Warunki życia mieszkańców Helu w ich ocenie

Przeprowadzone badania terenowe pozwoliły na sprecyzowanie i usystematyzowanie głównych cech dotyczących zarówno warunków mieszkaniowych respondentów, jak i stopnia satysfakcji z miejsca zamieszkania.

Zdecydowana większość z nich, tj. 95%, żyje w zabudowie wielorodzinnej, posiadającej więcej niż 4 mieszkania w jednym budynku. Wynika to z faktu, że w mieście Hel właściwie nie występują budynki jednorodzinne: stanowią one jedynie nieznacznie ponad 12% ich ogólnej liczby i są zamieszkane zaledwie przez 18% mieszkańców¹⁰. Zabudowa ta koncentruje się głównie w północnej części miasta, w sąsiedztwie portu wojskowego i terenów stacji PKP. Ponadto, ankietowani zamieszkują głównie w budynkach dwu- i czterokondygnacyjnych pochodzących zarówno z okresu międzywojennego (38%), jak i z lat 60. XX w. (46%). Pierwsze z nich mają w większości charakter małomiejskich kamienic, które swoim wyglądem nawiązują do tzw. „stylu narodowego” wyrosłego na tradycji renesansu, klasycyzmu, baroku, a także ludowej architektury górskiej cechującej się mansardowymi, łamanymi, naczółkowymi dachami, różnymi formami wystawek, „dworskimi” portykami, eklektycznym detalem architektonicznym oraz zakopiańskimi formami. Część respondentów zamieszkuje również na tzw. „wojskowym osiedlu” pochodzącym z 1936 r. Reprezentuje ono ciekawy przykład architektury modernistycznej złożony z domów wielorodzinnych, zbudowanych z szarej, cementowej cegły o prostopadłościennych i „uskokowych” bryłach oraz płaskich dachach. Te drugie, o znacznie późniejszym rodowodzie, cechuje już natomiast niewyszukana architektura o formie prymitywnych prostopadłościaków. Tylko niewielki odsetek ogółu badanych (11%) zamieszkuje w budynkach znacznie młodszych, tj. pochodzących z lat 90. XX w. o zróżnicowanej, noszącej znamiona indywidualnych gustów i upodobań architekturze.

Pod względem powierzchni użytkowej, wielkość mieszkań większości respondentów (70%) oscyluje między 20 a 50 m², a lokale zamieszkiwane są średnio przez 3 osoby. Mimo niewielkiej powierzchni, zdaniem badanych są one jednak ustawne i dobrze rozplanowane. Ponadto są wyposażone w podstawowe media, w tym sieć wodociągową i kanalizacyjną. Tylko 2% mieszkań nie jest podłączona do miejskiej sieci wodociągowej i czerpie wodę z ujęć lokalnych, co jednak nie wynika z braku takiej możliwości, lecz z indywidualnych decyzji respondentów. Co więcej, wszystkie mieszkania wyposażone są także w podstawowe dobra codziennego użytku, takie jak: pralka, lodówka, kolorowy telewizor, odbiornik radiowy. Zdecydowana większość (89% ogółu badanych) posiadała także komputer, a co drugi z nich ma telewizję kablową.

¹⁰ Plan odnowy miejscowości Hel na lata 2009–2017. *gohel.pl* Pozyskano z: http://www.gohel.pl/strona-1763-plan_odnowy_miejscowosci_hel.html (dostęp: 10.07.2021).

Warto także dodać, że tylko nieliczni w grupie badanych (12%) dostrzegają wady (nieodgodności) miejsca zamieszkania – co ciekawe, dotyczą one głównie najbliższego otoczenia respondenta (mieszkania, osiedla), a nie samego miasta. Te osoby, które nie wskazały na jakiegokolwiek niedogodności, najczęściej uskarżały się na: zbyt zimne (nieocieplone) budynki, dużą wilgotność mieszkania, uciążliwych sąsiadów oraz wandalizm na osiedlu, zwłaszcza latem.

Poza warunkami mieszkaniowymi czynnikiem, który istotnie wpływa na ocenę warunków życia przez mieszkańców, jest stopień wyposażenia miasta w infrastrukturę społeczną oraz jej dostępność. Hel jest miastem, w którym występują różnorodne placówki usługowe, w tym zarówno prywatne, jak i publiczne. Poza handlem i gastronomią, działają tam również instytucje świadczące usługi z zakresu administracji, bezpieczeństwa publicznego, łączności, oświaty i wychowania oraz pomocy społecznej i służby zdrowia. Ponadto zlokalizowane tam są również placówki z zakresu kultury, sportu i rekreacji. W opinii większości badanych (89% ogółu respondentów) zarówno ich liczba, jak i dostępność jest zadawalająca i tym samym dobrze zaspakaja aktualne potrzeby mieszkańców. Tylko niektórzy z nich wyrazili niezadowolenie z powodu braku w mieście kina, teatru oraz zbyt małej liczby festynów i imprez plenerowych. Uwaga ta dotyczyła jednak głównie osób młodych i lepiej wykształconych. Pytanie o przybliżoną odległość poszczególnych elementów infrastruktury społecznej od miejsca zamieszkania respondentów ujawniło bowiem, że odległości te na ogół nie są zbyt duże. Wprawdzie w grupie analizowanych usług najkorzystniej przedstawia się dostępność placówek handlowych i gastronomicznych, które w 69% badanych przypadków mieszczą się w przedziale odległości od 300 do 700 m od miejsca zamieszkania ankietowanych, dzięki czemu można do nich dotrzeć pieszo nawet w ciągu 10–15 minut, lecz równie dobra (w odległości do 1 km od miejsca zamieszkania respondentów) jest też dostępność placówek służby zdrowia. Wynika to z faktu, że obok dwóch szpitali (jeden publiczny i jeden niepubliczny) w mieście funkcjonuje także wiele prywatnych gabinetów lekarskich, oferujących różnorodne usługi medyczne. Poza tym korzystnie przedstawia się także dostępność placówek oświatowych. Wprawdzie w mieście funkcjonuje tylko jeden Zespół Szkół Ogólnokształcących, w którym mieści się zarówno szkoła podstawowa, szkoła średnia oraz dwie placówki przedszkolne, ale zdaniem większości badanych (61%) zlokalizowane są one nie dalej niż 1,5 km od miejsca ich zamieszkania. Zdecydowanie najdalej respondenci mają do Urzędu Miasta, kościoła, Straży Pożarnej i Policji. Większość ankietowanych (58%) ma bowiem do tych obiektów co najmniej 2,5 km. Jak sami przyznali, lokalizacja tych placówek nie stanowi jednak dla nich dużego problemu, gdyż nie korzystają z nich zbyt często.

Konkludując należy podkreślić, że badani mieszkańcy generalnie dobrze oceniają warunki życia w mieście (tabela 1.). Większość z nich (74%) uznała bowiem, że są one dobre lub bardzo dobre. Osoby niezadowolone stanowiły zdecydowanie najmniejszą grupę (9% ogółu badanych). Co więcej, aż około 75% respondentów przyznało także, że Hel oferuje znacznie lepsze warunki życia niż sąsiednie miasta, głównie z uwagi na wyższy ich zdaniem poziom rozwoju społeczno-gospodarczego.

Tabela 1. Ogólna ocena warunków życia w Helu przez mieszkańców miasta w 2018 roku

Warunki życia	Odsetek wskazań [%]
złe	9
słabe	7
średnie	10
dobrze	42
bardzo dobrze	32
suma	100

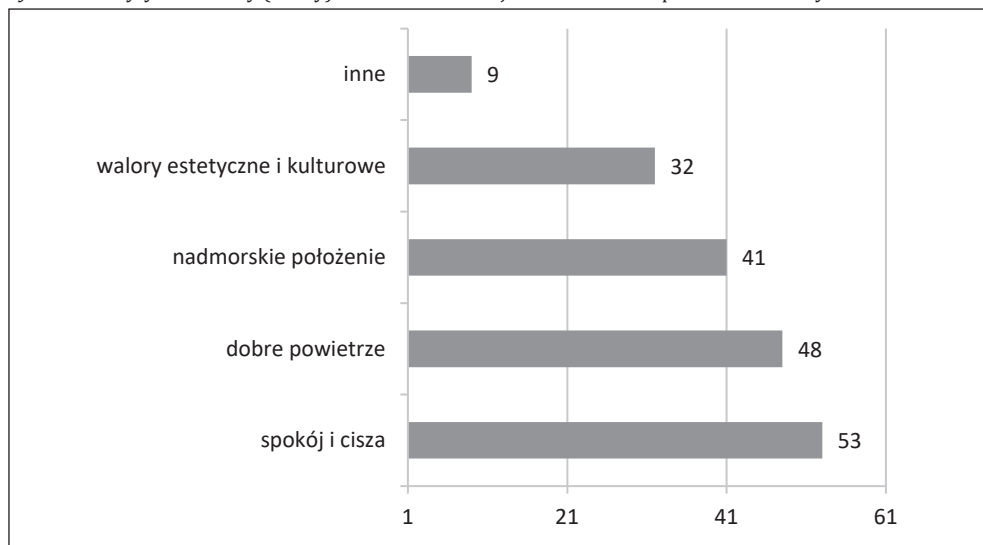
Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ankietowych przeprowadzonych w Helu w maju i lipcu 2018 r.

Jakość życia w mieście Hel w ocenie mieszkańców

Analiza subiektywnych odczuć respondentów na temat zamieszkania w jednym z najpopularniejszych polskich kąpielisk ujawniła, że zasadniczo pokrywają się one z ich opinią na temat warunków życia. Wprawdzie niemal każdy ankietowany ceni Hel za nieco inne cechy (rycina 2.), niemniej jednak aż 84% z nich stwierdziło, że jest bardzo zadowolona lub zadowolona z zamieszkania w tym miejscu.

Mieszkańcy najczęściej cenią swoje miasto za: ciszę i spokój (co drugi badany wyraził taką opinię), czyste powietrze (47% ogółu badanych) i nadmorskie położenie (42% ogółu badanych), ale około 33% respondentów docenia także jego walory kulturowe, w tym szczególnie charakterystyczne domki rybackie, które ich zdaniem dodają miastu dużo uroku. Podobnie pozytywne opinie respondenci wyrazili na temat jakości oferowanych w mieście usług. Tylko niewielka grupa (9% ogółu badanych) oceniła ją

Rycina 2. Pozytywne strony (zalety) mieszkania w miejscowości Hel w opinii ankietowanych mieszkańców



Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ankietowych przeprowadzonych w Helu w maju i lipcu 2018 r.

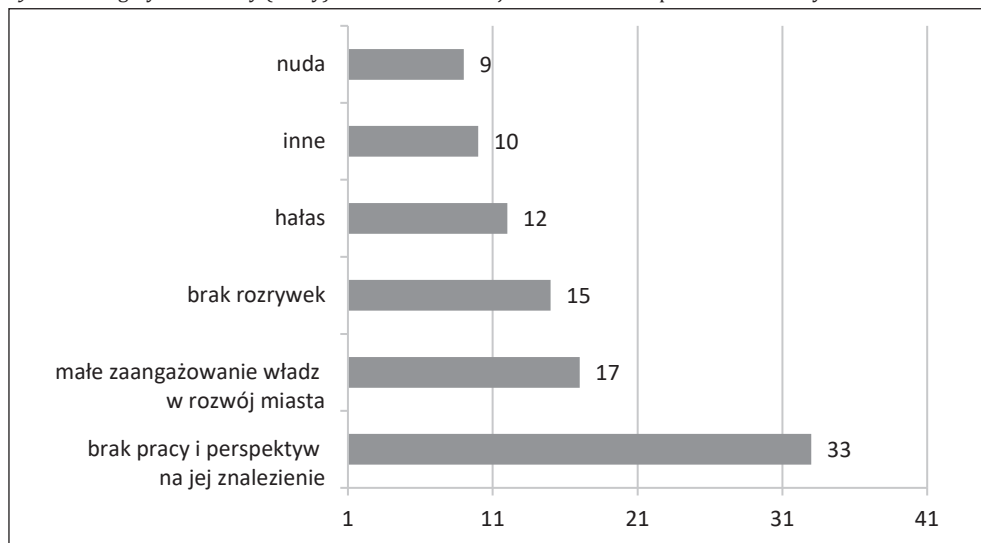
negatywnie, ale dotyczyło to głównie usług medycznych. Ich zdaniem w mieście brakuje bowiem wystarczającej liczby lekarzy, co powoduje trudności w dostaniu się do specjalisty. Nie można jednak wykluczyć, że deklarowane przez tych respondentów niezadowolony z działania służby zdrowia po części jest także efektem ogólnie złej opinii społecznej na temat funkcjonowania w naszym kraju usług medycznych.

Poza wymienionymi cechami, jakość życia w mieście w dużym stopniu zdeterminowana jest także charakterem i rodzajem relacji sąsiedzkich oraz poziomem i poczuciem bezpieczeństwa. Badania ujawniły, że również i pod tym względem Helu oceniany jest bardzo wysoko przez swoich mieszkańców. W zdecydowanej większości respondenci bardzo pozytywnie wyrażali się o relacjach sąsiedzkich, jakie panują w ich miejscu zamieszkania. Aż 76% z nich przyznało się do utrzymywania stałych kontaktów z sąsiadami, a co czwarty z nich zadeklarował, że w trudnych chwilach i w razie potrzeby może liczyć na swojego sąsiada. Powszechna wśród mieszkańców jest także wzajemna pomoc sąsiedzka, rozumiana jako „pożyczanie drobiazgów”, bezinteresowna pomoc przy remoncie mieszkanca, czy też wzajemna opieka nad dziećmi w domu czy na placu zabaw. Warto dodać, że wśród wielu deklarowanych przez ankietowanych form relacji sąsiedzkich zdarzają się nawet wspólne działania na rzecz rozwoju miasta (np. zakładanie stowarzyszeń). Na taką formę kontaktów wskazało bowiem 7% ankietowanych.

Równie wysoko mieszkańcy Helu oceniają poczucie bezpieczeństwa. Warto dodać, że odnosi się to zarówno do braku zagrożenia zdrowia, mienia lub życia (przestępczość, patologie społeczne), jak też do poczucia bezpieczeństwa socjalnego (bezrobocie, eksmisje). Generalnie badani mieszkańcy w zdecydowanej większości (79%) postrzegają swoje miasto jako miejsce bezpieczne do życia. Szczególnie dotyczy to okresu poza sezonem turystycznym. W miesiącach letnich (głównie w lipcu i sierpniu) zdaniem 36% badanych życie w mieście uprzykrzają przede wszystkim tzw. „turystyczni chuligani”, czyli głównie ludzie młodzi, którzy korzystając z wolnego czasu i z faktu, że przebywają poza domem, chcą, jak to określili respondenci, „za wszelką cenę się wyszaleć”. Jak podkreślali badani, są to jednak przypadki sporadyczne, zatem nie wpływają one w zasadniczy sposób na obniżenie ich poczucia bezpieczeństwa. Warto dodać, że dla wielu z nich poczucie bezpieczeństwa wynika przede wszystkim z życia pośród ludzi, których się zna i którym się ufa oraz z życzliwości sąsiadów.

Wyrażony przez zdecydowaną większość badanych pozytywny stosunek do miasta nie oznacza jednak, że w ich opinii miasto nie posiada wad (rycina 3.). Podkreślić jednak należy, że były one wymieniane znacznie rzadziej niż zalety, a poza tym najczęściej dotyczyły obecnej sytuacji społeczno-gospodarczej miejscowości. Za największy minus Helu mieszkańcy uważają brak pracy i perspektyw na jej znalezienie (33% badanych). Ponadto, 17% respondentów zwróciło też uwagę na małe zaangażowanie władz w rozwój miasta, a co za tym idzie na brak z ich strony pomysłu na funkcjonowanie i perspektywy rozwoju miasta. Młodzi respondenci często też narzekali na brak rozrywek w mieście (15%), szczególnie poza sezonem, oraz na tzw. „ogólną nudę z powodu braku atrakcji” (9%). 10% ogółu badanych przyznało również, że miasto jest brudne, gdyż na ulicach „wałają się śmieci i nikt tego nie sprząta”, oraz że jest zbyt hałaśliwe, szczególnie w sezonie. Co ciekawe, respondentom nie przeszkadzają jednak turyści. Wręcz odwrotnie, co dziesiąty z nich wyraził nawet opinię, że władze powinny intensywniej pracować na rzecz przyciągnięcia ich do miasta, co zapewne wynika z faktu, że większość badanych czerpie materialne korzyści z turystyki, oferując przyjezdnym bądź to miejsca noclegowe, bądź usługi gastronomiczne.

Rycina 3. Negatywne strony (wady) mieszkania w miejscowości Hel w opinii ankietowanych mieszkańców



Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ankietowych przeprowadzonych w Helu w maju i lipcu 2018 r.

W świetle wielu pozytywnych opinii wyrażonych przez ankietowanych nie dziwi zatem fakt, że mieszkańcy równie wysoko oceniają zarówno standard zamieszkania w swoim mieście, jak i silnie się z nim identyfikują. Aż 80% badanych oceniło standard życia na Helu na 4–5 punktów w skali od 1 do 5 (gdzie 5 stanowiło wartość maksymalną). Ponadto, aż 92% respondentów zadeklarowało także, że bardzo lubi swoje miasto i mieszkających w nim ludzi, a 75%, że nie wyobraża sobie zamieszkania w innym miejscu. Ten jednoznacznie pozytywny stosunek mieszkańców do własnego miasta potwierdziło również pytanie o ich wymarzone miejsce zamieszkania. Tylko bowiem niecałe 14% respondentów wymieniło miejsce inne niż Hel. Świadczy to o tym, że dla pozostałych aż 86% badanych mieszkańców Hel oferuje zatem wszystko to, czego potrzebują, aby czuć się dobrze w swoim mieście.

OCENA WPŁYWU ROZWOJU TURYSTYCZNEGO HELU NA WARUNKI I JAKOŚĆ ŻYCIA W ŚWIETLE OPINII JEGO MIESZKAŃCÓW

Jak już wspomniano, w świetle aktualnej literatury turystyka może mieć pozytywny wpływ na warunki i jakość życia, szczególnie w małych miejscowościach. Jej wpływ, choć zależy od wielu czynników, takich jak: wielkość miejscowości i jej pozycja w sieci osadniczej, poziom rozwoju społeczno-gospodarczego, sposób zarządzania, jakość kapitału ludzkiego, przeszłość historyczna czy stopień rozwoju funkcji turystycznej, najczęściej wyraża się przez:

- większą aktywizację zawodową ludności, co przejawia się m.in. w zahamowaniu odpływu ludności miejscowej do innych jednostek osadniczych, przyroście liczby miejsc pracy, wzroście liczby placówek usługowych (i to nie tylko w sferze turystycznej);

- wzrost poziomu atrakcyjności życia w małym mieście, co oznacza: docenienie własnej tradycji i kultury poprzez kontakt z turystami, przełamanie izolacji miejscowości, rozbudowanie lokalnej infrastruktury społecznej, wzrost poziomu bezpieczeństwa i wzrost zainteresowania jednostką osadniczą ze strony samorządu lokalnego;
- wzrost i zmianę jakościową zasobów komunalnych i infrastrukturalnych, co wskazuje na zmianę fizjonomii miejscowości (Kachniewska, 2011; Kurek, 1990).

Badania ujawniły, że w miejscowości Hel można również zaobserwować procesy, które zachodzą i w innych miastach o silnie rozwiniętej funkcji turystycznej. Przede wszystkim wzrost ruchu turystycznego pozytywnie przełożył się tu na wzrost liczby miejsc pracy. Ponad połowa respondentów stwierdziła bowiem (58% ogółu badanych), że turystyka jest tą gałęzią gospodarki, która generuje najwięcej miejsc pracy, a przy tym stwarza też miejsca pracy kobietom. Wprawdzie, zdaniem badanych, nie likwiduje ona całkowicie problemu bezrobocia – aż 33% respondentów wyartykułowało brak pracy jako jeden z minusów zamieszkania w Helu – niemniej jednak znacznie go hamuje. Ponadto, dzięki turystyce rozwijają się również nowe podmioty gospodarcze, co dywersyfikuje lokalny rynek pracy, a tym samym stwarza szanse zatrudnienia przedstawicielom różnych grup zawodowych.

Zdaniem mieszkańców koncentracja ruchu turystycznego na Helu bardzo pozytywnie wpływa także na poziom atrakcyjności życia w małym mieście. Według 68% badanych, obecność turystów umożliwia bowiem realizację inwestycji w infrastrukturę sportową i rekreacyjną, która nie byłaby opłacalna bez zainteresowania turystów, a co za tym idzie i wzmożonego przyrostu popytu. Ponadto, zdaniem większości (75% ogółu badanych) tylko dzięki turystom w mieście znacząco wzrosła liczba punktów gastronomicznych, medycznych i handlowych, dzięki czemu znacznie poprawiła się ich dostępność, a tym samym wzrosła też atrakcyjność Helu jako miejsca zamieszkania. Zdaniem badanych (46%) większy ruch turystyczny i obawa „przed złą opinią gości” były również ważnymi czynnikami, dzięki którym znacznie poprawiła się w mieście jakość infrastruktury technicznej, a co za tym idzie znacznie poprawiła się jego estetyka. Powstały nowe parkingi, zmodernizowano i oświetlono drogi i ulice, naprawiono chodniki, zrewitalizowano zabytkowe centrum i uporządkowano zieleń miejską. W planach jest budowa ścieżek rowerowych. Niektórzy respondenci (32% ogółu badanych) przyznali też, że dzięki turystyce w mieście jest „weselej i więcej się dzieje”, oraz że „łatwiej o rozrywkę, szczególnie latem”. Wielu z nich (52%) podkreśliło również, że już sama obecność turystów jest czynnikiem podnoszącym jakość i atrakcyjność zamieszkania w mieście, gdyż daje możliwość „podglądania”, a następnie naśladowania wzorów wypoczynku, spędzania czasu wolnego, sposobu ubierania się. 25% badanych dostrzega także związek między turystyką a poziomem bezpieczeństwa. Ich zdaniem, choć w mieście z uwagi na funkcjonującą tu bazę wojskową zawsze było bezpiecznie, to obecnie, w obawie przed negatywnymi opiniami turystów, władze i policja starają się jeszcze bardziej, aby zapewnić odpowiedni poziom bezpieczeństwa w miejscowości. Szczególnie w sezonie letnim można tu zaobserwować, jak stwierdzili ankietowani, wzmożone patrole policji, a także sprawnie działający miejski monitoring.

Niestety, w opinii mieszkańców Helu rozwój turystyki nie przyczynia się natomiast do wzrostu i rewitalizacji zasobów mieszkaniowych, co można zaobserwować w innych miejscowościach turystycznych. Chociaż wzmożony ruch turystyczny jest niewątpliwie silnym impulsem do rozwoju budownictwa i poprawy jego standardu, w tym

także powrotu do rustykalnych, tradycyjnych i rodzimych stylów architektonicznych, a ruch budowlany nierzadko jest wizytówką i główną cechą miejscowości turystycznych, taki związek dostrzega w Helu tylko niewielu badanych. Zaledwie bowiem 10% z nich przyznała, że rozwój turystyki wpłynął na wzrost liczby nowych budynków mieszkalnych i/lub spowodował modernizację już istniejących. Zdaniem badanych, w mieście nie spotyka się spektakularnych modernizacji, w ramach których następuje wymiana starej tkanki mieszkaniowej na nową. Jeżeli już takie działania są podejmowane, to jest to głównie inicjatywa prywatna i dotyczy domów jednorodzinnych oferujących usługi noclegowe. Ankietowani przyznali jednak, że wszystko jeszcze przed nimi, gdyż Hel, pomimo że już w XIX wieku uzyskał status „Kąpieliska Bałtyckiego”, to funkcję turystyczną rozwija w pełni dopiero od czasu likwidacji bazy wojskowej, to jest od połowy lat 90. XX wieku.

PODSUMOWANIE

Głównym celem artykułu była identyfikacja opinii mieszkańców Helu na temat warunków i jakości życia w kontekście rozwoju w ich miejscowości funkcji turystycznej. W świetle oficjalnych dokumentów, oferowane przez miasto warunki życia należą do zadawalających. Podobną opinię mają również respondenci, dla których w zdecydowanej większości są one w pełni satysfakcjonujące, co pozytywnie wpływa również na ich ocenę jakości życia w tej miejscowości. Dobitnie ich opinię dokumentuje także fakt, że dla niemal wszystkich badanych Hel jest wymarzonym miejscem do życia, które zaspakaja ich potrzeby i zapewnia bezpieczeństwo. W dużej mierze jest to efekt malowniczego, nadmorskiego położenia miasta oraz wynikających z niego walorów przyrodniczych. Te ostatnie są też głównym powodem, dla którego Hel jest tak często odwiedzany przez turystów. Badania ujawniły także założoną na wstępie hipotezę, że turystyka w tym mieście odgrywa dużą rolę w kreowaniu warunków i jakości życia. Chociaż nie można wykluczyć, że w tym przypadku o jakości życia w największym stopniu decydują walory przyrodnicze i położenie miasta, to jednak życie zwykłych ludzi byłoby w nim o wiele trudniejsze, gdyby nie lokalna infrastruktura, poczucie bezpieczeństwa czy zadawalający poziom jego estetyki. A tego typu cechy, jak pokazały badania, miasto nabyło głównie w wyniku wzmożonego ruchu turystycznego.

Literatura

References

- Berbeka, J. (2015). Funkcja turystyczna gmin górskich a poziom życia mieszkańców w województwie małopolskim. W: A. Rapacz (red.), *Gospodarka turystyczna w regionie. Przedsiębiorstwo, samorząd, współpraca*. Wrocław: Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego, 67–74.
- Crouch, G.I., Ritchie, J.R.B. (1999). Tourism, Competitiveness, and Societal Prosperity. *Journal of Business Research*, 44. 137–152.
- Derek, M., Kowalczyk, A., Swianiewicz, P. (2005). Wpływ turystyki na sytuację finansową i rozwój miast w Polsce (na przykładzie miast średniej wielkości). *Prace i Studia Geograficzne*, 35, 199–217.
- Drzewiecki, M. (1980). *Rola turystyki w rozwoju ekonomicznym wsi pomorskich*. Warszawa: Wydawnictwo Instytutu Turystyki.
- Grabowska, A. (2013). Lokalna gospodarka turystyczna a rozwój regionów. *Studia Ekonomiczne*, 147, 68–80.
- Gorzelać, G. (1985). Przestrzenne aspekty jakości życia i sprawiedliwości społecznej. W: A. Kukliński (red.), *Gospodarka przestrzenna Polski wczoraj, dziś i jutro*. 2. Warszawa: PAX, 69–83.

- Hodoly, A. (1975). *Spżycie i formy jego realizacji w rozwoju gospodarki społeczeństwa socjalistycznego*. Warszawa: Dział Wydawnictw i Upowszechniania Instytutu Handlu Wewnętrznego.
- Jackowski, A. (1971). Wpływ turystyki na kształtowanie się dochodów ludności powiatu Nowy Targ. *Folia Geographica-Series Geographica-Oeconomica*, 4, 93–112.
- Januszczyńska, M., Nawrocka E. (2015). Wpływ turystyki na rozwój lokalny. *Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu*, 379, 23–31.
- Kachniewska, M. (2011). Funkcja turystyczna jako determinanta jakości życia na wsi. *Folia Pomeranae Universitatis Technologiae Stetinensis*, 64, 53–71.
- Klima, E., Januszczyńska, A., Rochmińska, A. (2011). Jakość życia na łódzkich osiedlach. *Space-Society-Economy*, 10, 145–179.
- Kulawiak, A. (2014). Dysproporcje warunków i jakości życia mieszkańców jednostki osiedlowej Teofilów w Łodzi. Przykład osiedli Rojna i Rogatka. W: A. Suliborski, M. Wójcik (red.), *Dysproporcje społeczne i gospodarcze w przestrzeni Łodzi. Czynniki, mechanizmy, skutki*, Łódź: Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, 209–221.
- Krawczyk, Z. (2007). *O turystyce i rekreacji. Studia i szkice*. Warszawa: Almamater Wyższa Szkoła Ekonomiczna.
- Kruczek, Z. (2018). Turyści vs. Mieszkańcy. Wpływ nadmiernej frekwencji turystów na proces gentryfikacji miast historycznych na przykładzie Krakowa. *Turystyka Kulturowa*, 3, 29–41.
- Kurek, W. (1990). *Wpływ turystyki na przemiany społeczno-ekonomiczne obszarów wiejskich Karpat*. Kraków: Uniwersytet Jagielloński (Prace habilitacyjne, 194).
- Liszewski, S. (1995). Zróżnicowanie przestrzenne poziomu i jakości warunków życia ludności w aglomeracjach miejskich (Program badań, pierwsze wyniki). *Acta Universitatis Lodzianensis. Folia Geographica*, 20, 207–219.
- Liszewski, S. (2004). Rola i zadania geografii w badaniach zróżnicowania przestrzennego warunków życia mieszkańców miast. Założenia teoretyczne i programy badań. W: I. Jażdżewska (red.), *Zróżnicowanie warunków życia ludności w mieście. XVII Konwersatorium Wiedzy o Mieście*. Łódź: Wydawnictwo UŁ.
- Łapczyński, M. (2005). Wpływ aktywności mieszkańców na poziom życia w gminach województwa małopolskiego. *StatSoft Polska*. Pozyskano z: https://media.statsoft.pl/_old_dnn/downloads/wplyw_aktywnosci.pdf (dostęp: 10.07.2021).
- Łyszczarz, A. (2013). Czym jest poziom życia. W: A. Zborowski (red.), *Człowiek, Społeczeństwo, Przestrzeń*, 4. Kraków: Instytut Geografii i Gospodarki Przestrzennej UJ. Centrum Kultury Ekumenicznej, 89–103.
- Majdak, P. (2008). Walory turystyczne Helu oraz koncepcje ich zagospodarowania wobec preferencji i oczekiwań przyjezdnych. *Turystyka i Rekreacja*, 4, 137–143.
- Matuszczyńska, D. (2000). Aspekt społeczny w badaniach nad przestrzennym zagospodarowaniem turystycznym parków narodowych i ich otoczenia. *Szczeliniec. Wydawnictwo Parku Narodowego Gór Stołowych*, 4, 221–236.
- Matuszczyńska, D. (2003). *Funkcje turystyczne i konflikty w wybranych parkach narodowych Polski północno-zachodniej*. Poznań: Bogucki Wydawnictwo Naukowe.
- Matuszczyńska, D. (2006). Uwarunkowania, stan i perspektywy użytkowania Wielkopolskiego Parku Narodowego w opiniach mieszkańców Puszczykowa. W: W. Kurek, R. Faracik (red.), *Studia nad turystyką. Prace geograficzne i regionalne*. Kraków: Instytut Geografii i Gospodarki Przestrzennej Uniwersytetu Jagiellońskiego, 157–168.
- Matuszczyńska, D. (2008). Atrakcyjność krajobrazu Słowińskiego Parku Narodowego dla potrzeb turystyki pieszej. W: A. Zaręba, D. Chylińska (red.), *Studia krajobrazowe jako podstawa właściwego gospodarowania*. Wrocław: Uniwersytet Wrocławski, 77–90.
- Meyer, B. (2004). Turystyka jako ekonomiczny czynnik kształtowania przestrzeni. *Rozprawy i Studia Uniwersytetu Szczecińskiego*, 545.
- Mika, M. (2013). Postawy społeczności lokalnych wobec turystów i rozwoju turystyki – przykład gminy Beskidu Śląskiego. *Prace Geograficzne*, 134, 83–100.
- Mika, M., Pawlusiński, R., Zawilińska, B. (2015). *Park narodowy a gospodarka lokalna. Model relacji ekonomicznych na przykładzie Babiogórskiego Parku Narodowego*. Kraków: Instytut Geografii i Gospodarki Przestrzennej UJ.
- Mularska-Kucharek, M. (2016). Przedsiębiorczość a jakość życia. *Zarządzanie zasobami ludzkimi*, 1(108), 141–153.

- Muzioł, A. (1981). Syntetyczna analiza zróżnicowania warunków życia ludności w miastach wojewódzkich. *Przegląd Geograficzny*, 53(4), 737–754.
- Muzioł, A. (1983). Typologia miast Polski na podstawie zróżnicowania warunków życia ludności. *Biuletyn Informacyjny PAN*, (42).
- Niezgoda, A. (2006). Obszar recepcji turystycznej w warunkach rozwoju zrównoważonego. *Prace habilitacyjne*, 24, Poznań: Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej.
- Niezgoda, A., Zmyślony P. (2006). Popyt turystyczny. Perspektywy i uwarunkowania rozwoju. Akademia Ekonomiczna Poznań.
- Parysek, J. (2004). Warunki życia w miastach polskich w okresie transformacji. W: I. Jażdżewska (red.), *Zróżnicowanie warunków życia ludności w mieście. XVII Konwersatorium Wiedzy o Mieście*. Łódź: Wydawnictwo UŁ, 55–66.
- Pawlusiński, R. (2005). *Samorząd lokalny a rozwój turystyki. Przykład gmin Wyżyny Krakowsko-Częstochowskiej*. Kraków: Instytut Geografii i Gospodarki Przestrzennej UJ.
- Rembowska K. (1994). Przestrzenne zróżnicowanie warunków życia wiejskiej ludności województwa piotrkowskiego na przykładzie wybranych gmin. *Acta Universitatis Lodzianis. Folia Geographica*, 18, 103–114.
- Rokicka, E. (red.). (2013). *Jakość życia mieszkańców Łodzi i jej przestrzenne zróżnicowanie*. Łódź: Wydawnictwo UŁ.
- Rutkowski, J. (1987). *Jakość życia. Koncepcja i projekt badań*. Warszawa: Zakład Badań Statystyczno-Ekonomicznych.
- Rydz, E., Szymańska, D. (2001). Zróżnicowanie warunków życia w przestrzeni miasta Słupska w okresie transformacji społeczno-gospodarczej. W: I. Łęcka (red.), *Geografia różnorodności – różnorodność w geografii*. Warszawa: Wydział Geografii i Studiów Regionalnych UW, 35–44.
- Rykiel, Z., Żerebecka, K. (2004). Jakość życia, potrzeby i patologia społeczna. W: I. Jażdżewska (red.), *Zróżnicowanie warunków życia ludności w mieście. XVII Konwersatorium Wiedzy o Mieście*. Łódź: Wydawnictwo UŁ, 75–88.
- Słaby, T. (2004). Poziom i jakość życia. W: T. Panek, A. Szulc (red.), *Statystyka społeczna. Wybrane zagadnienia*. Warszawa: Szkoła Główna Handlowa, 99–130.
- Smętkiewicz, K. (2014). *Świadomość społeczna wykorzystania wód geotermalnych w województwie łódzkim i landzie Styria w kontekście zrównoważonego rozwoju regionów*. Łódź: Wydawnictwo Ibidem.
- Smętkiewicz, K. (2016). Opinia społeczna o wykorzystaniu wód geotermalnych na przykładzie mieszkańców gminy i odwiedzających w Uzdrowisku Uniejów. *Technika Poszukiwań Geologicznych. Geoterミア, Zrównoważony Rozwój*, 1, 53–65.
- Sokołowski, D. (2014). Rozwój turystyki w gminie nadmorskiej w świetle danych obiektywnych i opinii jej mieszkańców: przykład gminy Krokowa. *Turyzm*, 24(1), 81–88.
- Szlajfer, F. (1991). Poziom życia. Zarys podejść i koncepcji. W: M. Rościszewski (red). *Zmiany w światowej przestrzeni społeczno-gospodarczej. Dokumentacja Geograficzna*, 6, 59–72.
- Szymańska, D. (2005). Zróżnicowanie przestrzenne jakości życia mieszkańców Walcza w świetle badań ankietowych. *Słupskie Prace Geograficzne*, 2, 95–105.
- Śniadek, J., Zajadacz, A. (2014). Turystyka i rekreacja, a jakość życia mieszkańców. *Podstawy funkcjonowania rynku turystycznego. Ekonomiczne problemy turystyki*, 1(25), 341–364.
- Williams, J., Lawson, R. (2001). Community issues and resident opinions of Tourism. *Annals of Tourism Research*, 28(2), 269–290. doi: 10.1016/S0160-7383(00)00030-X
- Zawilińska, B. (2010). Możliwości rozwoju turystyki w parkach krajobrazowych Karpat Polskich w świetle idei zrównoważonego rozwoju. *Monografie: prace doktorskie. Uniwersytet Ekonomiczny*, 8.
- Zborowski, A. (2004). Wybrane aspekty badań poziomu i jakości życia w dużym mieście. W: I. Jażdżewska (red.), *Zróżnicowanie warunków życia ludności w mieście. XVII Konwersatorium Wiedzy o Mieście*. Łódź: Wydawnictwo UŁ, 19–30.

Źródła internetowe:

- Bank Danych Lokalnych GUS. Pozyskano z: <https://bdl.stat.gov.pl> (dostęp: 10.07.2021).
- Bezrobotni zarejestrowani i stopa bezrobocia. Stan w końcu grudnia 2019 r. (2020, 27 stycznia). GUS. Pozyskano z: <https://stat.gov.pl/obszary-tematyczne/rynek-pracy/bezrobo->

cie-rejestrowane/bezrobotni-zarejestrowani-i-stop-a-bezrobocia-stan-w-koncu-grudnia-2019-r-,2,89.html (dostęp: 10.07.2021).

Economic Impact Reports. (2021). *The World Travel & Tourism Council*. Pozyskano z: <https://wtcc.org/Research/Economic-Impact> (dostęp: 10.07.2021).

Oficjalny portal miasta Hel. Pozyskano z: <http://www.gohel.pl/> (dostęp: 10.07.2021).

Plan odnowy miejscowości Hel na lata 2010–2017. *gohel.pl* Pozyskano z: <http://www.gohel.pl/strona-1763-plan-odnowy-miejscowosci-hel.html> (dostęp: 10.07.2021).

Statystyczne Vademecum Samorządowca. Gmina miejska Hel, powiat pucki. (2020). *Urząd Statystyczny w Gdańsku*. Pozyskano z: https://gdansk.stat.gov.pl/vademecum/vademecum_pomorskie/portrety_gmin/powiat_pucki/hel.pdf (dostęp: 10.07.2021).

Anita Kulawiak, dr, adiunkt, Uniwersytet Łódzki, Wydział Nauk Geograficznych, Katedra Geografii Regionalnej i Społecznej. Doktor Nauk o Ziemi w zakresie geografii społeczno-ekonomicznej. Zainteresowania naukowo-badawcze autorki oscylują wokół wielu problemów dotyczących geografii społeczno-ekonomicznej, ze szczególnym uwzględnieniem geografii człowieka (humanistycznej). W swoich publikacjach autorka podejmowała problematykę dotyczącą m.in.: przedsiębiorczości miejskiej i wiejskiej, w jej ujęciu zarówno procesualnym, jak i atrybutywnym, rozwoju lokalnego i regionalnego, w tym aspektów związanych z przestrzenią publiczną miast oraz warunków i jakości życia. W ostatnim czasie przedmiotem szczególnego zainteresowania są także aspekty związane z wpływem polityki regionalnej i funduszy UE na rozwój w skali lokalnej i regionalnej. Autorka opublikowała ponad 40 artykułów naukowych.

Anita Kulawiak, PhD, assistant professor, University of Lodz, Faculty of Geographical Sciences, Department of Regional and Social Geography. Doctor of Geosciences in the field of socio-economic geography. The author's scientific and research interests oscillate around many problems related to socio-economic geography, with particular emphasis on human (humanistic) geography. In her publications, the author addressed issues related to, inter alia, urban and rural entrepreneurship, both in its process and attributive terms, local and regional development, including aspects related to the public space of cities, as well as the conditions and quality of life. Recently, aspects related to the impact of regional policy and EU funds on local and regional development have also been of particular interest. The author has published over 40 scientific articles.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7458-0330>

Adres/address:

Uniwersytet Łódzki
Wydział Nauk Geograficznych
Katedra Geografii Regionalnej i Społecznej
ul. Kopcińskiego 31
90-142 Łódź
e-mail: anita.kulawiak@geo.uni.lodz.pl

Karolina Smętkiewicz, doktor nauk o Ziemi w zakresie geografii społeczno-ekonomicznej, adiunkt, Uniwersytet Pedagogiczny w Krakowie, Instytut Geografii, Katedra Przedsiębiorczości i Gospodarki Przestrzennej. Zainteresowania naukowo-badawcze autorki związane są m.in. z wykorzystaniem lokalnych zasobów (w szczególności wód geotermalnych) do rozwoju gospodarczego miejscowości i regionów, aktywizacji społecznej i wzrostu przedsiębiorczości. Autorka zajmuje się głównie problematyką przemian społeczno-gospodarczych i funkcjonalno-przestrzennych miejscowości oraz gmin turystycznych i uzdrowiskowych w Polsce i Austrii, a także zagadnieniami związanymi z rewitalizacją miast. W latach 2013–2017 jako pracownik Działu Promocji Urzędu Miasta w Uniejowie zajmowała się m.in. działaniami związanymi z promowaniem lokalnych zasobów przyrody i dziedzictwa historyczno-kulturowego, wspieraniem lokalnej przedsiębiorczości oraz edukacją ekologiczną, wdrażając w ten sposób wyniki pracy naukowej w działania praktyczne.

Karolina Smętkiewicz, PhD, assistant professor, Pedagogical University of Krakow, Institute of Geography, Department of Entrepreneurship and Spatial Management. The author's scientific and research interests are related to using local resources (in particular geothermal waters) for the economic development of towns and regions, social activity and growth of entrepreneurship. The author deals mainly with the problems of socio-economic and functional-spatial changes of tourist cities, health resorts and communes in Poland and Austria, as well as urban revitalisation. In the years 2013–2017, as an employee of the Promotion Department of the Uniejów Municipality she dealt with, among others, activities related to the promotion of local natural

resources and historical and cultural heritage and supporting of local entrepreneurship, as well as ecological education, thus implementing the results of scientific work in practical activities.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3277-1876>

Adres/address:

Uniwersytet Pedagogiczny im. Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie
Instytut Geografii
Katedra Przedsiębiorczości i Gospodarki Przestrzennej
ul. Podchorążych 2
30-084 Kraków
e-mail: karolina.smetkiewicz@up.krakow.pl

KINGA KRZESIWO

Uniwersytet Pedagogiczny w Krakowie, Polska
Pedagogical University of Krakow, Poland

Ocena sytuacji rozwojowej i funkcjonalnej stacji narciarskich – przykład polskich Karpat

Evaluation of the development and functional situation of ski stations – the example of the Polish Carpathian Mountains

Streszczenie: Celem artykułu jest próba dokonania oceny sytuacji rozwojowej i funkcjonalnej 19 stacji narciarskich polskich Karpat. Do osiągnięcia celu pracy przeprowadzono analizę porównawczą zdolności przewozowej urządzeń wyciągowych i liczby miejsc noclegowych w 2012 i 2020 roku w badanych stacjach narciarskich oraz posłużono się klasyfikacją miejscowości ze względu na długość pobytu turystów, wskaźnikiem określającym miejsce turystyki w strukturze funkcjonalnej miejscowości, wskaźnikiem przedstawiającym możliwości recepcyjne miejscowości w sezonie zimowym i wskaźnikiem ukazującym miejsce turystyki narciarskiej w strukturze funkcji turystycznej stacji narciarskiej. W polskich Karpatach następuje jakościowy rozwój infrastruktury narciarskiej. W latach 2012–2020 pod względem zagospodarowania dla narciarstwa zjazdowego najbardziej rozwinęły się Szczyrk, Białka Tatrzańska, Krynica i Tylicz. Największy przyrost miejsc noclegowych miał miejsce w podhalańskich stacjach narciarskich, w szczególności w Zakopanem, Białce Tatrzańskiej i Bukowinie Tatrzańskiej. Wydzielono także dziewięć grup miejscowości, różniących się stopniem wyposażenia w bazę narciarską, poziomem rozwoju bazy noclegowej, specyfiką czasową ruchu turystycznego w sezonie zimowym oraz relacjami funkcjonalnymi z miejscowościami turystycznymi położonymi w ich sąsiedztwie. Wśród nich pierwszoplanowe miejsca zajmują: Zakopane, Krynica, Szczyrk, Wisła, Białka Tatrzańska i Bukowina Tatrzańska.

Abstract: The aim of this study is to present the evaluation of the development and functional situation of 19 ski stations located in the Polish Carpathians. To achieve the aim of the study, a comparative analysis of the transport capacity of ski lift devices and the number of beds in 2012 and 2020 in the studied ski stations was carried out, as well as the classification of these localities according to the length of tourists stay, the indicator determining the place of tourism in the functional structure of the locality, the indicator showing the reception capacity of the locality in the winter season and the indicator showing the place of ski tourism in the structure of tourist function of ski station. In the Polish Carpathians, there is a qualitative development of ski infrastructure. In 2012–2020, ski infrastructure developed the most in Szczyrk, Białka Tatrzańska, Krynica and Tylicz. The largest increase in the number of beds occurred in the ski stations located in the Podhale region, especially in Zakopane, Białka Tatrzańska and Bukowina Tatrzańska. Nine groups of ski sta-

tions were distinguished, differing in the level of equipment in the infrastructure for downhill skiing, the level of accommodation development, the time specificity of tourist traffic in the winter season and functional relations with tourist destinations located in their vicinity. Among them, the top places are taken by: Zakopane, Krynica, Szczyrk, Wisła, Białka Tatrzańska, and Bukowina Tatrzańska.

Słowa kluczowe: funkcja turystyczna; Karpaty Polskie; metodyka badań; rozwój; stacje narciarskie; turystyka narciarska

Keywords: development; methodology; Polish Carpathians; ski stations; ski tourism; tourist function

Otrzymano: 26 czerwca 2021

Received: 26 June 2021

Zaakceptowano: 10 sierpnia 2021

Accepted: 10 August 2021

Sugerowana cytacja / Suggested citation

Krzesiwo, K. (2021). Ocena sytuacji rozwojowej i funkcjonalnej stacji narciarskich – przykład polskich Karpat. *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego*, 35(3), 259–276. doi: <https://doi.org/10.24917/20801653.353.16>

WSTĘP

Pomimo niesprzyjających warunków dla branży narciarskiej, spowodowanych zmianami klimatycznymi (Damm i in., 2017; Franczak, 2018; Scott i in., 2020; Steiger i in., 2019; Thimm, Bild, Kalf, 2019; Urban, Richterová, 2010), demograficznymi (Steiger, 2012; Witting, Schmude, 2019) i rosnącą konkurencją ze strony krajowych i zagranicznych miejscowości turystycznych (Krzesiwo, 2014; Krzesiwo, Mika, 2011; Pons i in., 2014; Steiger, Scott, 2020), turystyka narciarska ma nadal potencjał, aby się rozwijać i odnotować kolejny sezon z rzędu ze wzrostem liczby odwiedzin w ośrodkach narciarskich (Vanat, 2020). W 2019 roku tereny narciarskie na świeżym powietrzu znajdowały się w 68 państwach. Najlepiej wyposażonymi w bazę dla narciarstwa zjazdowego są kraje alpejskie oraz Stany Zjednoczone i Kanada. Polska także znajduje się w światowej czołówce pod względem rozwoju infrastruktury narciarskiej i uczestnictwa Polaków w turystyce narciarskiej (Vanat, 2020). W 2019 roku nasz kraj zajmował 10 miejsce pod względem liczby wyciągów narciarskich, 15 miejsce pod względem liczby wizyt narciarzy w polskich ośrodkach narciarskich i 8 miejsce pod względem liczby osób uczestniczących w turystyce narciarskiej. Rozwój tej formy rekreacji ma w Polsce duże znaczenie, istotnie wpływając na rozwój społeczny i gospodarczy wielu miejscowości i regionów, w szczególności regionów górskich (Faracik i in., 2009; Krzesiwo, 2016; Kurek, 2004).

Ośrodki narciarskie¹ w Polsce zlokalizowane są w górach, na wyżynach, nizinach, pojezierzach i pobrzeżu. Najważniejszym i najintensywniej zagospodarowanym dla narciarstwa regionem turystycznym w Polsce są Karpaty, stanowią zatem „atrakcyjny” obszar badań nad rozwojem i funkcjonowaniem miejscowości turystycznych, szczególnie tych specjalizujących się w świadczeniu usług dla turystów-narciarzy.

Pojęcie rozwoju jest rozumiane w niniejszym opracowaniu jako ciąg ukierunkowanych i nieodwracalnych zmian dokonujących się w strukturze infrastruktury narciarskiej. Zmiany te mogą mieć charakter ilościowy, co odpowiada wzrostowi liczby

¹ Za „ośrodek narciarski” uważa się kompleks infrastruktury narciarskiej zarządzany przez jednego właściciela, funkcjonujący pod jedną nazwą, objęty jednym karnetem, położony na terenie jednej lub więcej miejscowości (Krzesiwo, 2014).

określonych elementów, lub jakościowy, odnoszący się do ich cech i właściwości. Zagadnienie „funkcjonowania” odnosi się natomiast do przeprowadzanych w geografii turystyki badań funkcjonalnych, polegających na określeniu roli jednostki osadniczej w przestrzeni społeczno-ekonomicznej (Fischbach, 1989). Pod pojęciem funkcji turystycznej rozumie się działalność skierowaną na obsługę ruchu turystycznego, pełnioną przez określony obszar i jego mieszkańców (Maczak, 1989). Pojawienie się funkcji turystycznej na danym obszarze jest uzależnione przede wszystkim od walorów turystycznych oraz popytu na wypoczynek i różne formy turystyki. Z kolei dowodem na jej wykształcenie jest ruch turystyczny, któremu towarzyszy rozwój zagospodarowania turystycznego (Fischbach, 1989). Miejscowości wyposażone w infrastrukturę narciarską różnią się m.in. poziomem rozwoju bazy narciarskiej, bazy noclegowej, specyfiką czasową ruchu narciarskiego, a także relacjami funkcjonalnymi z ośrodkami turystycznymi położonymi w ich sąsiedztwie (Krzesiwo, 2014). Wymienione czynniki wpływają na zróżnicowany profil funkcjonalny miejscowości turystycznych, który wskazuje na miejsce turystyki w strukturze funkcji społeczno-gospodarczych danej miejscowości i miejsce turystyki narciarskiej w strukturze funkcji turystycznej. Określenie profilu funkcjonalnego oraz pozycji konkurencyjnej w stosunku do innych ośrodków turystycznych jest istotne z punktu widzenia prawidłowego rozwoju miejscowości i regionu turystycznego. Strategiczne znaczenie w rozwoju i kształtowaniu funkcji turystycznej w sezonie zimowym w miejscowościach górskich mają ośrodki narciarskie. Od sprawnego funkcjonowania tych podmiotów zależą dochody lokalnego, a nawet regionalnego sektora gospodarczego działającego w powiązaniu z turystyką narciarską. Poznanie zatem profili tych miejscowości może pomóc osobom zarządzającym tymi przedsiębiorstwami oraz władzom lokalnym i regionalnym w podejmowaniu odpowiednich decyzji, pozytywnie wpływających na rozwój danej miejscowości i regionu.

Profil funkcjonalny miejscowości turystycznej można określić za pomocą niektórych miar statystycznych. W geografii turystyki większość miar służących analizie zebranych informacji ma postać prostych miar i współczynników opisujących dane zjawisko (Kowalczyk, 2000). Do najczęściej stosowanych współczynników należą wskaźniki świadczące o stopniu rozwoju funkcji turystycznej (Baretje, Defert, 1972; Warszzyńska, 1985; Warszzyńska, Jackowski, 1979) i wskaźniki intensywności ruchu turystycznego na danym obszarze (Warszzyńska, Jackowski, 1979). Innymi współczynnikami stosowanymi w geografii turystyki są m.in. wskaźnik powiązań funkcjonalnych między miejscowością turystyczną a innymi miejscowościami (Mika, 2014), wskaźnik konkurencyjności stacji narciarskich (Hudson, Ritchie, Timur, 2004) oraz wskaźniki charakteryzujące zagospodarowanie turystyczne, do których można zaliczyć: wskaźnik rozwoju bazy noclegowej, wskaźnik rozwoju bazy gastronomicznej, wskaźnik chłonności turystycznej (Warszzyńska, Jackowski, 1979), wskaźnik pojemności tras ruchu turystycznego (Płocka, 2002), wskaźnik obciążenia środowiska przyrodniczego zagospodarowaniem turystycznym (Mika, 2004), wskaźnik potencjału recepcyjnego w sezonie zimowym (Krzesiwo, 2014). Niektóre z wymienionych współczynników można zastosować do określenia profilu funkcjonalnego szczególnego rodzaju miejscowości turystycznych jakimi są stacje narciarskie².

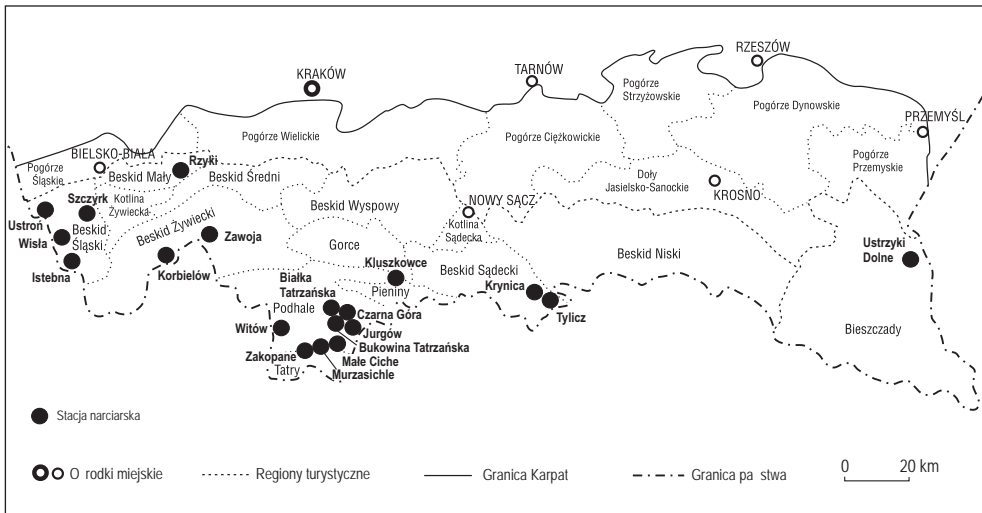
² Według Krzesiwo (2014: 21) stacja narciarska to „miejscowość turystyczna charakteryzująca się wysokim stopniem zagospodarowania dla narciarstwa oraz dysponująca odpowiednim zapleczem usługowym związanym z obsługą ruchu turystycznego”.

CEL, ZAKRES PRZESTRZENNY I METODYKA BADAŃ

Celem niniejszego artykułu jest próba dokonania oceny sytuacji rozwojowej i funkcjonalnej największych stacji narciarskich położonych w polskich Karpatach. Aby osiągnąć tak postawiony cel, przeprowadzono analizę porównawczą zdolności przewozowej urządzeń przeznaczonych do transportu narciarzy po stokach i liczby miejsc noclegowych w 2012 i 2020 roku w badanych stacjach narciarskich, a także posłużono się klasyfikacją tych miejscowości ze względu na długość pobytu turystów (Krzesiwo, 2014) oraz trzema wskaźnikami: pierwszym – wskazującym na miejsce turystyki w strukturze funkcjonalnej miejscowości (Warszyńska, 1985), drugim – określającym możliwości recepcyjne miejscowości w sezonie zimowym (Krzesiwo, 2014) i trzecim – ukazującym miejsce turystyki narciarskiej w strukturze funkcji turystycznej stacji narciarskiej.

W sezonie zimowym 2019/2020 w polskiej części Karpat istniało 91 miejscowości wyposażonych w infrastrukturę dla narciarstwa zjazdowego. Zakres przestrzenny badań obejmował 19 stacji narciarskich o najlepiej rozwiniętej bazie narciarskiej (rycina 1). Maksymalna zdolność przewozowa urządzeń wyciągowych³ (wyciągów narciarskich i kolei linowych) w tych miejscowościach była większa niż 5000 osób/godz. Były to: Istebna, Szczyrk, Ustroń i Wisła w Beskidzie Śląskim, Korbiewów i Zawoja w Beskidzie Żywieckim, Rzyki w Beskidzie Małym, Krynica i Tylicz w Beskidzie Sądeckim,

Rycina 1. Stacje narciarskie w polskich Karpatach o najlepiej rozwiniętej infrastrukturze narciarskiej w sezonie zimowym 2019/2020



Źródło: opracowanie własne. Podział regionów turystycznych polskich Karpat według Grocha, Kurka i Warszzyńskiej (2000)

³ Według *Rozporządzenia Ministra Spraw Wewnętrznych z dnia 19 stycznia 2012 r. w sprawie dopuszczalnego obciążenia narciarskiej trasy zjazdowej, sposobu jego obliczania oraz szczegółowych warunków oświetlenia zorganizowanych terenów narciarskich* (Dz.U. 2012 poz. 102) przez „maksymalną zdolność przewozową rozumie się liczbę osób, które maksymalnie może przetransportować urządzenie transportu linowego lub taśmowego przeznaczone do przewozu osób, transportując je w górę, w ciągu godziny, przy założeniu poruszania się z maksymalną prędkością”.

Ustrzyki Dolne w Bieszczadach, Kluszkowce w Pieninach, Białka Tatrzańska, Bukowina Tatrzańska, Czarna Góra, Jurgów, Małe Ciche, Murzasichle i Witów na Podhalu oraz Zakopane, którego tereny narciarskie znajdują się w Tatrach i na Podhalu.

Materiały źródłowe były gromadzone i porządkowane od marca do czerwca 2020 roku. Pierwszy etap badań obejmował internetową inwentaryzację infrastruktury narciarskiej w polskich Karpatach i bazy noclegowej w największych stacjach narciarskich tego regionu górskiego oraz przeprowadzenie rozmów z pracownikami urzędów gmin i punktów informacji turystycznej w celu uzyskania informacji dotyczących liczby mieszkańców (stan na 31 grudnia 2019 r.) i pojemności bazy noclegowej badanych miejscowości turystycznych. W drugim etapie pracy dokonano obliczeń wskaźników oceny sytuacji rozwojowej i funkcjonalnej stacji narciarskich. Posłużono się następującymi wskaźnikami:

- wskaźnikiem W_{NM} , zaproponowanym przez Warszyńską (1985), wskazującym na miejsce turystyki w strukturze funkcjonalnej miejscowości:

$$W_{NM} = N/M \cdot 100$$

gdzie: N – liczba miejsc noclegowych w danej miejscowości; M – liczba stałych mieszkańców danej miejscowości,

- wskaźnikiem W_{ZN} , podanym przez Krzesiwo (2014), który informuje o możliwościach recepcyjnych miejscowości w sezonie zimowym:

$$W_{ZN} = Z/N$$

gdzie: Z – zdolność przewozowa urządzeń wyciągowych w danej miejscowości; N – liczba miejsc noclegowych w danej miejscowości,

- wskaźnikiem W_{ZM} , ukazującym miejsce turystyki narciarskiej w strukturze funkcji turystycznej:

$$W_{ZM} = Z/M$$

gdzie: Z – zdolność przewozowa urządzeń wyciągowych w danej miejscowości; M – liczba stałych mieszkańców danej miejscowości.

Ocena sytuacji rozwojowej i funkcjonalnej zależy od wielu czynników, jednak wydaje się, że wybrane wskaźniki, ich składowe i klasyfikacja stacji narciarskich ze względu na długość pobytu turystów, najbardziej nadają się do przeprowadzenia takiej oceny. Zdolność przewozowa urządzeń wyciągowych pośrednio informuje o jakości infrastruktury narciarskiej, która należy do najważniejszych czynników wyboru stacji narciarskich przez narciarzy i snowboardzistów (Krzesiwo, 2014), wpływa zatem na wielkość ruchu turystycznego w sezonie zimowym. Liczba miejsc noclegowych informuje natomiast o potencjale recepcyjnym miejscowości turystycznej, z kolei długość pobytu turystów w stacji narciarskiej jest podstawową cechą różnicującą aktywność narciarską w stacjach narciarskich (Krzesiwo, 2014).

Trzeci etap pracy polegał na kameralnym opracowaniu materiałów źródłowych.

OCENA SYTUACJI ROZWOJOWEJ I FUNKCJONALNEJ BADANYCH STACJI NARCIARSKICH

Z inwentaryzacji przeprowadzonej w pierwszej połowie 2020 roku wynika, że stan infrastruktury dla uprawiania narciarstwa zjazdowego w 19 największych stacjach narciarskich Karpat Polskich liczył łącznie 283 urządzenia wyciągowe, co stanowiło 60,3% wszystkich urządzeń znajdujących się w polskiej części Karpat, w tym 68 kolei linowych, o łącznej zdolności przewozowej 270 796 osób/godz. Pod względem liczby urządzeń przeznaczonych do transportu narciarzy po stokach przodowały: Zakopane (37 wyciągów narciarskich i kolei linowych), Wisła (33), Szczyrk (28), Białka Tatrzańska (25) i Krynica (25). Natomiast najmniej tego typu urządzeń działało w: Rzykach (4), Istebnej (5) i Jurgowie (7). Najwięcej osób w ciągu jednej godziny mogło zostać przewiezionych urządzeniami wyciągowymi w Białce Tatrzańskiej (32 975 osób/godz.) (tabela 1, rycina 2). Kolejne miejsca pod tym względem zajmowały Krynica, Wisła, Zakopane i Szczyrk. W tych miejscowościach łączna zdolność przewozowa wyciągów narciarskich i kolei linowych kształtowała się między 20 a 30 tys. osób/godz. W grupie stacji o przepustowości urządzeń wyciągowych 10–20 tys. osób/godz. znajdowały się Bukowina Tatrzańska, Korbielów i Tylicz. Pozostałą część stanowiło 11 stacji narciarskich o łącznej zdolności przewozowej wyciągów narciarskich i kolei linowych między 5 a 10 tys. osób/godz.

Pomimo iż na przestrzeni 8 lat, od 2012 do 2020 roku, liczba urządzeń transportujących narciarzy po stokach w polskiej części Karpat zmniejszyła się o 8,2% z 511 do 469, to liczba kolei linowych wzrosła o 44,4%, z 63 do 91, a zdolność przewozowa zwiększyła się o 15,4% z 347 196 do 400 832 osób/godz. (por. Krzesiwo, 2014). Świadczy to o rozwoju jakościowym infrastruktury narciarskiej w tym regionie. Likwidacji systematycznie ulegają stare, niskiej jakości wyciągi zaczepowe, talerzykowe i orczykowe, a powstaje coraz więcej wygodnych, szybkich i bezpiecznych kolei linowych oraz przenośników taśmowych. Poziom rozwoju bazy narciarskiej w miejscowościach turystycznych powinien być zatem oceniany na podstawie łącznej zdolności przewozowej kolei linowych i wyciągów narciarskich, a nie na podstawie liczby tych urządzeń.

W latach 2012–2020 zdolność przewozowa urządzeń przeznaczonych do transportu narciarzy i snowboardzistów po stokach zwiększyła się w 17 badanych stacjach narciarskich, a w 2 – zmniejszyła (tabela 1, rycina 2). Największy rozwój infrastruktury narciarskiej we wskazanym przedziale czasowym nastąpił w Szczyрку, Białce Tatrzańskiej, Krynicy i Tyliczu. Liczba osób, która może zostać przewieziona wyciągami narciarskimi i kolejami linowymi w ciągu jednej godziny wzrosła w tych miejscowościach odpowiednio o: 10 360, 10 050, 6091 i 6090 osób. Jeśli weźmiemy pod uwagę zmianę procentową, to największy przyrost zdolności przewozowej urządzeń wyciągowych wystąpił w Rzykach (wzrost o 226,32%), Tyliczu (129,57%), Murzasichlu (87,34%) i Szczyрку (63,02%). Zmniejszenie zdolności przewozowej nastąpiło natomiast w Zakopanem – o 3190 osób/godz. i Zawoi – o 744 osób/godz.

W 2012 roku do grupy największych stacji narciarskich Karpat Polskich należały także Wierchomla, Zwardoń i Brenna. Ich zdolność przewozowa w tym czasie wynosiła odpowiednio 11 060 osób/godz., 5740 osób/godz. i 5550 osób/godz. (Krzesiwo, 2013, 2014). Ze względu na brak ugody co do warunków dzierżawy gruntów w części Ośrodka Narciarskiego Dwie Doliny Muszyna-Wierchomla, działającego w dwóch

miejsowościach – Wierchomli i Szczawniku – nastąpiło wyłączenie z działalności wyciągów i tras narciarskich po stronie Szczawnika. Na skutek spadku popytu turystycznego w tym ośrodku wyłączono z użytkowania również kilka wyciągów narciarskich w Wierchomli. W ośrodku narciarskim nastąpiła zatem redukcja zdolności przewozowej urządzeń wyciągowych aż o 6960 osób/godz., co stanowiło 62,93% zdolności przewozowej z 2012 roku. Obecnie wynosi ona 4100 osób/godz. Z kolei przyczynami zmniejszenia się zdolności przewozowej w Brennej (o 38,92%), Zwardoniu (o 26,83%), Zawoi (o 12,56%) i Zakopanem (o 10,42%) były kwestie ekonomiczne, tj. wysokie koszty utrzymania starych i niskiej jakości wyciągów narciarskich i kolei linowych oraz wysokie koszty inwestycji w infrastrukturę narciarską, a także spadek liczby turystów w tych miejscowościach, który był konsekwencją braku modernizacji urządzeń wyciągowych i konkurencji ze strony rozwijających się krajowych ośrodków narciarskich.

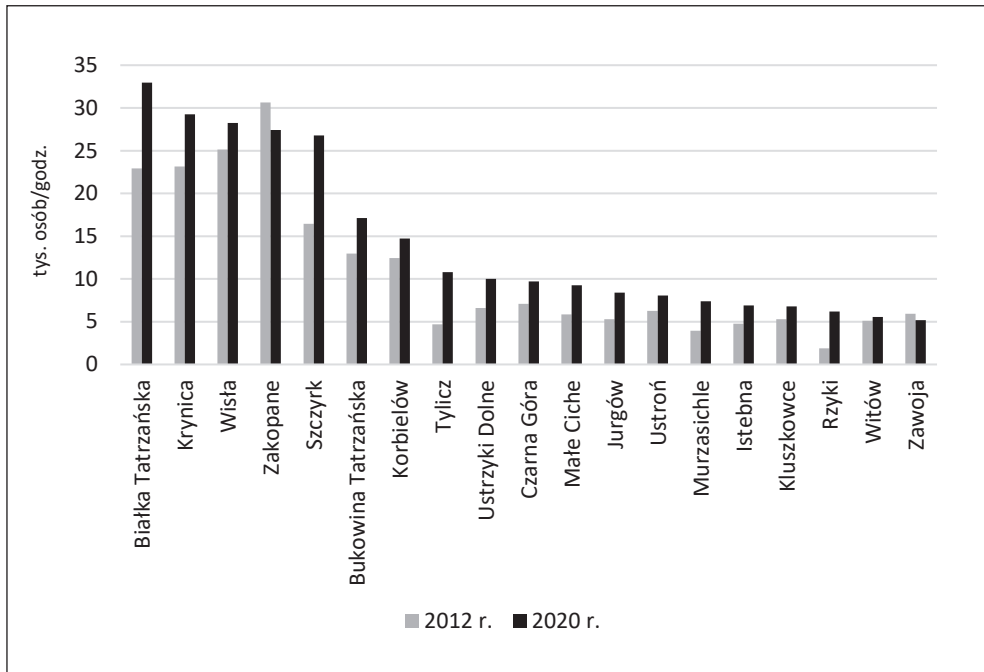
Tabela 1. Zdolność przewozowa urządzeń przeznaczonych do transportu narciarzy po stokach w największych stacjach narciarskich polskich Karpat w 2012 i 2020 roku

Stacja narciarska	Zdolność przewozowa urządzeń wyciągowych [osób/godz.]		Zmiana zdolności przewozowej urządzeń wyciągowych w latach 2012–2020	
	Rok 2012*	Rok 2020**	Wartość bezwzględna	[%]
Białka Tatrzańska	22 925	32 975	10 050	43,84
Bukowina Tatrzańska	12 964	17 114	4 150	32,01
Czarna Góra	7 100	9 700	2 600	36,62
Istebna	4 750	6 900	2 150	45,26
Jurgów	5 300	8 400	3 100	58,49
Kluskowce	5 300	6 800	1 500	28,30
Korbielów	12 445	14 745	2 300	18,48
Krynica	23 159	29 250	6 091	26,30
Małe Ciche	5 850	9 250	3 400	58,12
Murzasiczle	3 950	7 400	3 450	87,34
Rzyki	1 900	6 200	4 300	226,32
Szczyrk	16 440	26,800	10 360	63,02
Tylicz	4 700	10 790	6 090	129,57
Ustroń	6 257	8 075	1 818	29,06
Ustrzyki Dolne	6 600	10 000	3 400	51,52
Wisła	25 136	28 232	3 096	12,32
Witów	5 100	5 550	450	8,82
Zakopane	30 625	27 435	-3 190	-10,42
Zawoja	5 924	5 180	-744	-12,56

Źródło: *Krzysiwo, 2013; **badania własne; opracowanie własne

Podstawowym elementem zagospodarowania turystycznego, niezbędnym dla rozwoju większości form turystyki i warunkującym rozwój funkcji turystycznej na danym terenie jest baza noclegowa (Faracik, Pawlusiński, 2007; Kowalczyk, 2001; Warszzyńska, Jackowski, 1979). W 2020 roku w badanych 19 stacjach narciarskich oferowano łącznie ponad 129 tys. miejsc noclegowych. Najlepiej rozwiniętą bazą noclegową odznaczały się: Zakopane z 42,5 tys. miejsc noclegowych oraz Białka Tatrzańska, Wisła i Krynica, które posiadały odpowiednio – 13,2 tys., 11,8 tys. i 11,3 tys. miejsc (tabela 2).

Rycina 2. Zdolność przewozowa urządzeń przeznaczonych do transportu narciarzy po stokach w największych stacjach narciarskich polskich Karpat w 2012 i 2020 roku



Źródło: opracowanie własne

Z kolei najmniejszą pojemnością bazy noclegowej dysponowały Ryki (345 miejsc), Ustrzyki Dolne (851) i Witów (900). W sezonie zimowym w wielu stacjach narciarskich liczba miejsc noclegowych jest niewystarczająca, stąd turyści są zmuszeni nocować w sąsiednich miejscowościach.

Dla 13 z 19 badanych stacji narciarskich dostępne są dane dotyczące liczby miejsc noclegowych w 2012 roku (Krzesiwo, 2013). Istebna, Jurgów, Kluszkowce, Murzasichle, Ryki i Tylicz nie należały w 2012 roku do największych stacji narciarskich w Karpatach Polskich – łączna zdolność przewozowa wyciągów narciarskich i kolei linowych w tych miejscowościach była mniejsza niż 5000 osób/godz., stąd w pracy Krzesiwo (2013), z której zaczerpnięto dane porównawcze, brakuje informacji dotyczących liczby miejsc noclegowych w tych miejscowościach (tabela 2).

W latach 2012–2020 w 8 stacjach narciarskich nastąpił wzrost liczby miejsc noclegowych, a w 5 – spadek (tabela 2, rycina 3). Rozwój bazy noclegowej miał miejsce we wszystkich stacjach podhalańskich oraz w dwóch stacjach Beskidu Śląskiego – Szczyrku i Wiśle. Najwięcej miejsc noclegowych przybyło w Zakopanem (9300 miejsc), Białce Tatrzańskiej (6700) i Bukowinie Tatrzańskiej (3800). Biorąc pod uwagę zmianę procentową, największy przyrost miejsc noclegowych nastąpił w Białce Tatrzańskiej (wzrost o 103,08%), Czarnej Górze (73,33%) i Bukowinie Tatrzańskiej (71,70%). Z kolei najwięcej miejsc noclegowych ubyło w Krynicy – 1700, co stanowi 13,08% miejsc noclegowych z 2012 roku, Korbielowie – 1100 (34,38%) i Zawoi – 600 (16,22%).

Tabela 2. Liczba miejsc noclegowych w największych stacjach narciarskich polskich Karpat w 2012 i 2020 roku

Stacja narciarska	Liczba miejsc noclegowych		Zmiana liczby miejsc noclegowych w latach 2012–2020	
	Rok 2012 **	Rok 2020***	Wartość bezwzględna	[%]
Białka Tatrzańska	6 500	13 200	6 700	103,08
Bukowina Tatrzańska	5 300	9 100	3 800	71,70
Czarna Góra	1 500	2 600	1 100	73,33
Istebna	b.d.*	2 200	-	-
Jurgów	b.d.*	1 250	-	-
Kluszkowce	b.d.*	2 150	-	-
Korbielów	3 200	2 100	-1 100	-34,38
Krynica	13 000	11 300	-1 700	-13,08
Małe Ciche	2 500	3 600	1 100	44,00
Murzasichle	b.d.*	6 550	-	-
Rzyki	b.d.*	345	-	-
Szczyrk	6 100	6 500	400	6,56
Tylicz	b.d.*	1 150	-	-
Ustroń	8 400	7 904	-496	-5,90
Ustrzyki Dolne	930	851	-79	-8,49
Wisła	10 300	11 750	1 450	14,08
Witów	600	900	300	50,00
Zakopane	33 200	42 500	9 300	28,01
Zawoja	3 700	3 100	-600	-16,22

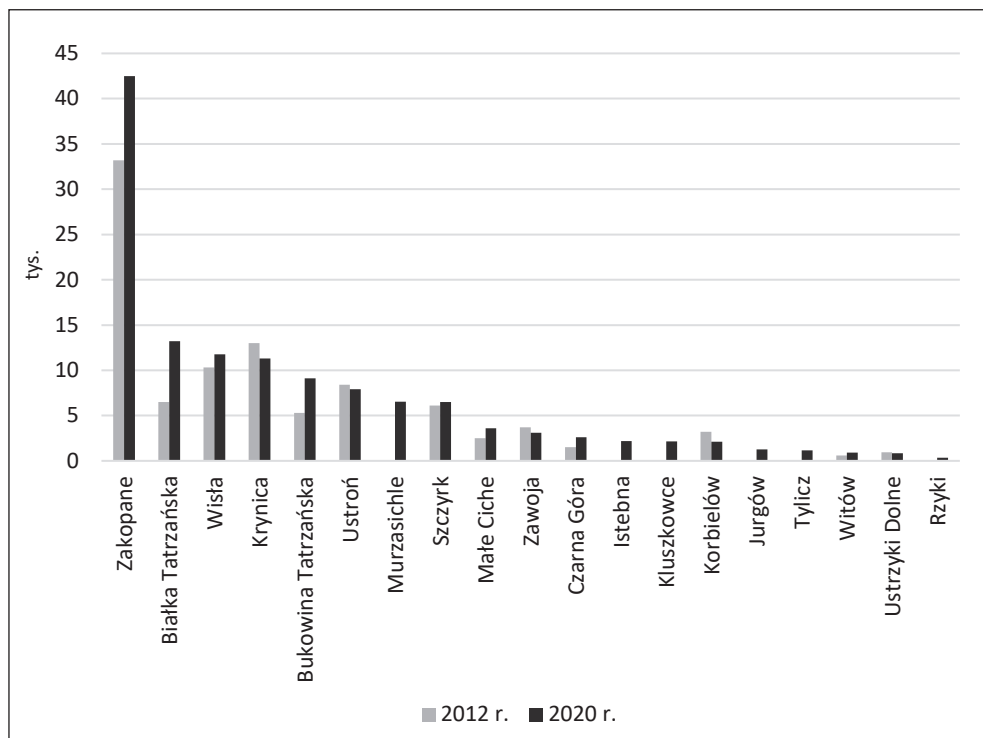
*b.d. – brak danych

Źródło: **Krzesiwo (2013); ***badania własne; opracowanie własne

Z przeprowadzonej przez Krzesiwo (2014) analizy wynika, że jedną z podstawowych cech różnicujących aktywność narciarską i wpływającą na funkcjonowanie stacji narciarskich jest długość pobytu turystów w tych miejscowościach. W celu rozróżnienia największych stacji narciarskich Karpat Polskich ze względu na długość pobytu turystów przyjęto kryteria wskazujące na: zdecydowany udział pobytów jednodniowych, porównywalny udział pobytów jednodniowych i dłuższych niż jeden dzień oraz zdecydowany udział pobytów dłuższych niż jeden dzień. Na podstawie tych kryteriów wydzielono 3 klasy stacji narciarskich (rycina 4). W klasie I znalazły się Rzyki i Ustroń. Stacje te cechują się wysokim odsetkiem narciarzy i snowboardzistów przyjeżdżających do tych miejscowości na jeden dzień. Klasę II tworzą Istebna, Korbielów, Szczyrk, Wisła i Zawoja. Stacje te charakteryzują się podobnym udziałem osób korzystających z pobytów jednodniowych, jak i weekendowych, i długookresowych. Z kolei w klasie III znalazło się 12 stacji narciarskich, takich jak: Białka Tatrzańska, Bukowina Tatrzańska, Czarna Góra, Jurgów, Krynica, Kluszkowce, Małe Ciche, Murzasichle, Tylicz, Ustrzyki Dolne, Witów i Zakopane. Zdecydowana większość turystów przyjeżdża do tych miejscowości na pobyty weekendowe i długookresowe.

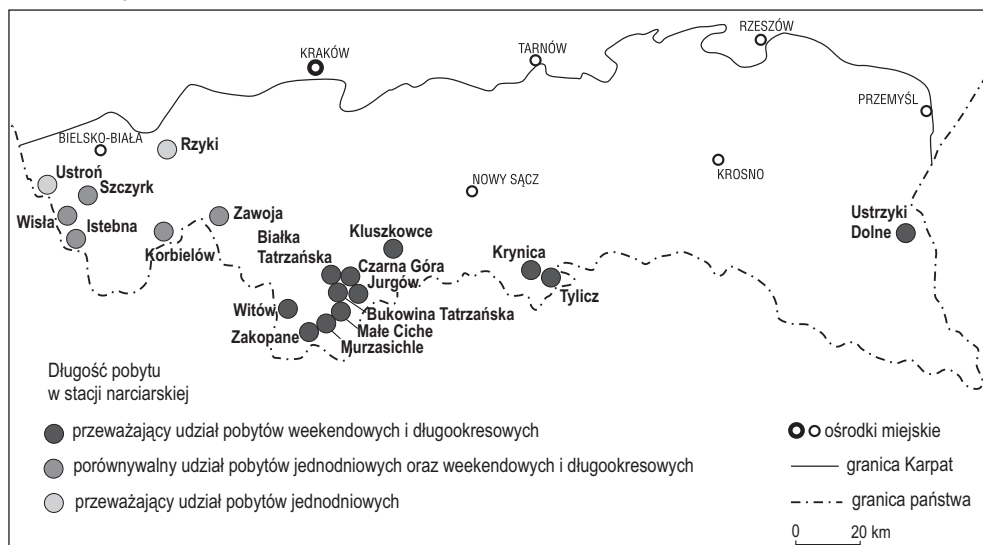
Stacje narciarskie są miejscowościami wielofunkcyjnymi, a ze względu na wysokie walory przyrodnicze są atrakcyjne przede wszystkim dla rozwoju funkcji ogólnoturystycznej (Krzesiwo, 2014). W celu wydzielenia stacji podobnych z punktu widzenia

Rycina 3. Liczba miejsc noclegowych w największych stacjach narciarskich polskich Karpat w 2012 i 2020 roku



Źródło: opracowanie własne

Rycina 4. Klasyfikacja stacji narciarskich w polskich Karpatach ze względu na długość pobytu turystów w sezonie zimowym



Źródło: opracowanie własne na podstawie Krzesiwo (2014)

ich profilu funkcjonalnego posłużono się klasyfikacją stacji narciarskich ze względu na długość pobytu turystów oraz wskaźnikami W_{NM} , W_{ZN} i W_{ZM} (tabela 3). Zastosowane wskaźniki przybierają właściwe dla siebie wartości progowe (tabela 4). Wskaźnik W_{NM} określa w pełni rozwiniętą funkcję turystyczną, gdy jest większy od 50 (Warszyńska, 1985). Obserwacje terenowe wskazują, że czasowy niedobór miejsc noclegowych w sezonie zimowym pojawia się przy wartości wskaźnika W_{ZN} wynoszącej 2,5 (Krzesiwo, 2014). Z kolei wskaźnik W_{ZM} ukazuje istotną rolę turystyki narciarskiej w strukturze funkcji turystycznej, gdy jego wartość jest większa od 1, a jej dominację i uzależnienie od niej gospodarki danej miejscowości przy wartości większej od 3.

Tabela 3. Wskaźniki oceny sytuacji rozwojowej i funkcjonalnej stacji narciarskich w polskich Karpatach

Stacja narciarska	Zdolność przewozowa urządzeń wyciągowych [osób/godz.] (Z)*	Liczba stałych mieszkańców (M)**	Liczba miejsc noclegowych (N)***	W_{NM} Liczba miejsc noclegowych (N) na 100 mieszkańców (M)	W_{ZN} Relacja zdolności przewozowej urządzeń wyciągowych (Z) do liczby miejsc noclegowych (N)	W_{ZM} Relacja zdolności przewozowej urządzeń wyciągowych (Z) do liczby mieszkańców (M)
Białka Tatrzańska	32 975	2 249	13 200	586,93	2,50	14,66
Bukowina Tatrzańska	17 114	3 119	9 100	291,76	1,88	5,49
Czarna Góra	9 700	1 759	2 600	147,81	3,73	5,51
Istebna	6 900	5 208	2 200	42,24	3,14	1,32
Jurgów	8 400	946	1 250	132,14	6,72	8,88
Kluszkowce	6 800	1 897	2 150	113,34	3,16	3,58
Korbielów	14 745	1 100	2 100	190,91	7,02	13,40
Krynica	29 250	10 510	11 300	107,52	2,59	2,78
Małe Ciche	9 250	508	3 600	708,66	2,60	18,21
Murzasiczle	7 400	1 481	6 550	442,27	1,13	5,00
Rzyki	6 200	3 151	345	10,95	17,97	1,97
Szczyrk	26 800	5 593	6 500	116,22	4,12	4,79
Tylicz	10 790	1 982	1 150	58,02	9,38	5,44
Ustroń	8 075	15 268	7 904	51,77	1,02	0,53
Ustrzyki Dolne	10 000	9 097	851	9,35	11,75	1,10
Wisła	28 232	11 132	11 750	105,55	2,40	2,54
Witów	5 550	1 701	900	52,91	6,17	3,26
Zakopane	27 435	27 078	42 500	156,95	0,65	1,01
Zawoja	5 180	6 545	3 100	47,36	1,67	0,79

*w sezonie zimowym 2019/2020

**stan na 31 grudnia 2019 r.

***stan na marzec 2020 r.

Źródło: opracowanie własne

Tabela 4. Wartości progowe wskaźników: W_{NM} – wskazującego na miejsce turystyki w strukturze funkcjonalnej miejscowości, W_{ZN} – określającego możliwości recepcyjne miejscowości w sezonie zimowym i W_{ZM} – ukazującego miejsce turystyki narciarskiej w strukturze funkcji turystycznej stacji narciarskiej

W_{NM}^*		W_{ZN}^{**}		W_{ZM}^{***}	
Funkcja turystyczna w strukturze funkcjonalnej	Liczba miejsc noclegowych (N) na 100 mieszkańców (M)	Liczba miejsc noclegowych w sezonie zimowym	Relacja zdolności przewozowej urządzeń wyciągowych (Z) do liczby miejsc noclegowych (N)	Turystyka narciarska w strukturze funkcji turystycznej	Relacja zdolności przewozowej urządzeń wyciągowych (Z) do liczby mieszkańców (M)
Podstawowa lub jedna z głównych	> 50	Niewystarczająca	> 5	Dominująca	> 3
Równorzędna do innych funkcji lub dodatkowa	25–50	Pojawiają się czasowe niedobory miejsc noclegowych	2,5–5	Jedna z głównych	1–3
Dodatkowa	6,25–25	Wystarczająca	< 2,5	Dodatkowa	< 1
W początkowej fazie rozwoju	0,78–6,25				
Rozwój funkcji turystycznej jeszcze się nie rozpoczął	< 0,78				

Źródło: *Warszyńska (1985); **Krzesiwo (2014); ***opracowanie własne

Posługując się klasyfikacją badanych miejscowości dotyczącą długości pobytu turystów i powyższymi wskaźnikami, można wydzielić 9 grup stacji narciarskich podobnych z punktu widzenia ich sytuacji rozwojowej i funkcjonalnej (tabela 5). W pierwszych trzech grupach znajdują się miejscowości charakteryzujące się najwyższym poziomem zagospodarowania dla narciarstwa pod względem liczby kolei linowych i wyciągów narciarskich oraz zdolności przewozowej tych urządzeń.

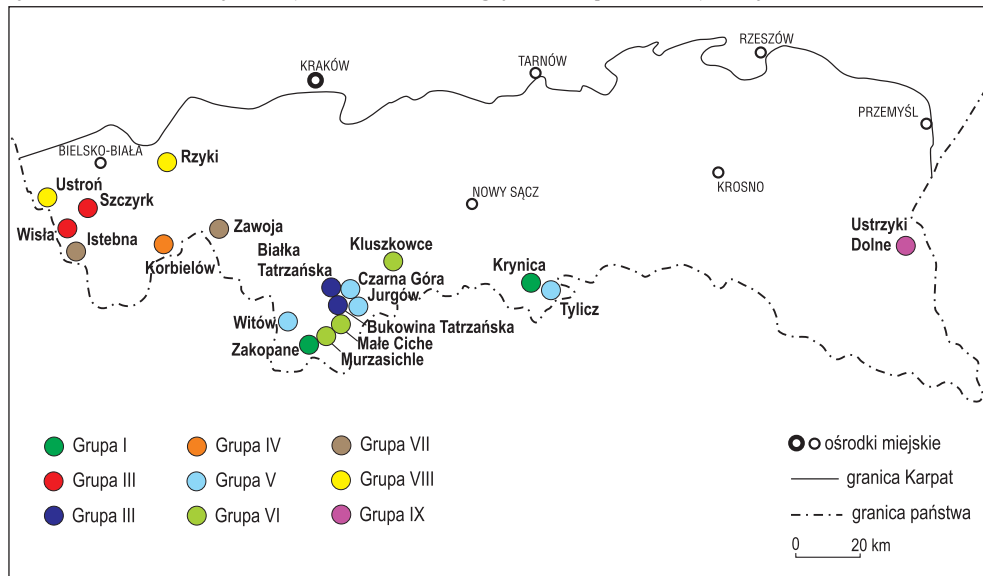
Tabela 5. Podział stacji narciarskich pod względem ich profilu funkcjonalnego

Grupa	Stacje narciarskie
I	Krynica, Zakopane
II	Szczyrk, Wisła
III	Białka Tatrzańska, Bukowina Tatrzańska
IV	Korbielów
V	Czarna Góra, Jurgów, Tylicz, Witów
VI	Kluszkowce, Małe Ciche, Murzasichle
VII	Istebna, Zawoja
VIII	Rzyki, Ustroń
IX	Ustrzyki Dolne

Źródło: opracowanie własne

Grupę I tworzą Krynica i Zakopane. Są to duże, wielofunkcyjne ośrodki turystyczne, w rozwoju których turystyka narciarska pełni istotną rolę. W tych stacjach przeważają długookresowe pobyty narciarzy (kilkudniowe), a liczba miejsc noclegowych jest

Rycina 5. Podział badanych stacji narciarskich ze względu na ich profil funkcjonalny



Źródło: opracowanie własne

wystarczająca do obsługi turystów w sezonie zimowym. Miejscowości te są także węzłami rozrządowymi ruchu turystyki narciarskiej, przez co są funkcjonalnie powiązane ze stacjami narciarskimi położonymi w ich sąsiedztwie. Z Krynica są głównie powiązane Tylicz i Wierchomla, a z Zakopanem wszystkie podhalańskie stacje narciarskie, w szczególności Kościelisko, Małe Ciche, Murzasichle, Suche, Witów, Żąb.

Grupa II obejmuje Szczyrk i Wisłę, które są także dużymi, wielofunkcyjnymi ośrodkami turystycznymi. W ich rozwoju turystyka narciarska ma znaczenie priorytetowe. Specyfikę funkcjonalną tych stacji narciarskich podkreśla znaczny udział osób korzystających z pobytów krótkookresowych, głównie jednodniowych i weekendowych, stąd liczba miejsc noclegowych mogących potencjalnie służyć narciarzom jest w nich wystarczająca.

Grupę III tworzą Białka Tatrzańska i Bukowina Tatrzańska. Są to ośrodki wysoko wyspecjalizowane w turystyce narciarskiej, która stanowi dominujący element w rozwoju ich funkcji turystycznej. W miejscowościach tych przeważają turyści przyjeżdżający na pobyty długookresowe (kilku i kilkunastodniowe) i weekendowe, dlatego też pomimo rozbudowanej bazy noclegowej, w stacjach tych pojawiają się niedobory miejsc noclegowych w sezonie zimowym.

W grupie IV znalazł się Korbielew. To mniejsza stacja narciarska pod względem liczby wyciągów narciarskich i kolei linowych oraz ich zdolności przewozowej w porównaniu do ośrodków z grup I, II i III. W strukturze funkcji turystycznej tej miejscowości ruch narciarski jest elementem dominującym. Pomimo znacznego udziału narciarzy i snowboardzistów przyjeżdżających do tej stacji na jeden dzień, zauważalny jest niedobór miejsc noclegowych w sezonie zimowym.

Do grupy V należą: Czarna Góra, Jurgów, Tylicz i Witów. Są to niewielkie wsie, w których turystyka narciarska pełni dominującą rolę w strukturze ich funkcji turystycznej. Ruch turystyczny w sezonie zimowym jest zdecydowanie większy niż w sezonie letnim.

Wobec przeważającego udziału pobytów długookresowych, obserwuje się znaczny niedobór miejsc noclegowych w sezonie zimowym, dlatego miejscowości te są funkcjonalnie powiązane z ośrodkami turystycznymi położonymi w ich sąsiedztwie, w których baza noclegowa jest na wysokim poziomie rozwoju. Czarna Góra i Jurgów są powiązane z Białką Tatrzańską i Bukowiną Tatrzańską, Tylicz z Krynica, a Witów z Kościeliskiem i Zakopanem.

W VI grupie znajdują się Kluszkowce, Małe Ciche i Murzasichle, które pod względem poziomu zagospodarowania dla narciarstwa są podobne do stacji z grupy V. Jednakże w rozwoju ich funkcji turystycznej występują wyraźne dwa sezony – letni i zimowy. Dominującym czynnikiem rozwoju tych wsi w sezonie zimowym jest turystyka narciarska, a w letnim turystyka górską piesza oraz – w przypadku Kluszkowiec – turystyka wypoczynkowa, wodna i rowerowa, a w Małym Cichem i Murzasichu – turystyka religijna (wyjazdy rekolekcyjne). W związku z przeważającym udziałem pobytów długookresowych czasowo brakuje miejsc noclegowych w tych miejscowościach w obu sezonach.

Grupa VII obejmuje Istebną i Zawoję. W rozwoju ich funkcji turystycznej także występują dwa sezony – letni i zimowy. Ruch narciarski jest głównym czynnikiem rozwoju w sezonie zimowym. Specyfikę funkcjonalną tych wsi podkreśla znaczny udział osób przyjeżdżających na pobyty krótkookresowe (jednodniowe i weekendowe), stąd liczba miejsc noclegowych w tych miejscowościach w sezonie zimowym jest wystarczająca.

Grupę VIII tworzą Rzyki i Ustroń. W strukturze funkcji turystycznej tych miejscowości turystyka narciarska stanowi element dodatkowy. Zdecydowana większość osób jeżdżących na nartach lub snowboardzie w tych stacjach przyjeżdża do nich na jeden dzień, stąd liczba miejsc noclegowych w sezonie zimowym jest wystarczająca.

Inny model rozwoju prezentują Ustrzyki Dolne (grupa IX), w których funkcja turystyczna pełni dodatkową rolę w strukturze funkcjonalnej. W miejscowości tej zauważalny jest zdecydowany niedobór miejsc noclegowych w sezonie zimowym ze względu na przeważający udział pobytów długookresowych, dlatego miasto jest funkcjonalnie powiązane z sąsiednimi wsiami.

ZAKOŃCZENIE

W polskich Karpatach następuje rozwój infrastruktury narciarskiej. Ma on przede wszystkim charakter jakościowy. Na przestrzeni 8 lat, od 2012 do 2020 roku, pod względem zagospodarowania dla narciarstwa zjazdowego, spośród dużych stacji narciarskich najbardziej rozwinęły się Szczyrk, Białka Tatrzańska i Krynica, a spośród mniejszych – Tylicz, Murzasichle i Rzyki. Spadek liczby urządzeń wyciągowych i ich zdolności przewozowej nastąpił w Zakopanem i Zawoi, a także w Wierchomli, Zwardoniu i Brennej. Do najważniejszych przyczyn likwidacji infrastruktury narciarskiej w tych miejscowościach należy zaliczyć: brak regulacji prawnych porządkujących relacje między właścicielami gruntów a gestorami bazy narciarskiej, prowadzący do sytuacji spornych i braku ugody co do warunków dzierżawy gruntów, wysokie koszty utrzymania starych i niskiej jakości wyciągów narciarskich i kolei linowych, wysokie koszty inwestycji w bazę dla narciarstwa zjazdowego oraz spadek popytu turystycznego w tych miejscowościach, będący konsekwencją braku modernizacji infrastruktury narciarskiej i konkurencji ze strony rozwijających się ośrodków narciarskich.

Wraz z rozwojem zagospodarowania turystycznego dla narciarstwa zjazdowego następuje rozwój bazy noclegowej. W latach 2012–2020 największy wzrost liczby miejsc noclegowych miał miejsce w stacjach narciarskich położonych w regionie Tatr i Podhala, w szczególności w Zakopanem, Białce Tatrzańskiej i Bukowinie Tatrzańskiej. Jak dotąd ani w literaturze krajowej, ani zagranicznej, nie podejmowano zagadnienia dotyczącego wpływu rozwoju infrastruktury narciarskiej na rozwój bazy noclegowej. Pełne rozpoznanie tego problemu wymaga podjęcia szczegółowych badań kwestionariuszowych z właścicielami obiektów noclegowych i przedstawicielami władz lokalnych, co jednak znacznie wykraczałoby poza ramy objętościowe niniejszego opracowania.

Stacje narciarskie położone w polskich Karpatach cechują się różnym profilem funkcjonalnym. Wśród nich można wydzielić dziewięć grup miejscowości, różniących się stopniem wyposażenia w bazę dla narciarstwa zjazdowego, poziomem rozwoju bazy noclegowej, specyfiką czasową ruchu turystycznego w sezonie zimowym oraz relacjami funkcjonalnymi z miejscowościami turystycznymi zlokalizowanymi w ich sąsiedztwie. Spośród badanych stacji pierwszoplanowe miejsca zajmują: Zakopane, Krynica, Szczyrk i Wisła, będące wielofunkcyjnymi ośrodkami turystycznymi, w rozwoju których turystyka narciarska ma priorytetowe znaczenie oraz Białka Tatrzańska i Bukowina Tatrzańska, będące ośrodkami wyspecjalizowanymi w turystyce narciarskiej, która pełni dominującą rolę w strukturze ich funkcji turystycznej. Do Białki Tatrzańskiej, Bukowiny Tatrzańskiej, Krynicy i Zakopanego narciarze przyjeżdżają przeważnie na pobyty długookresowe, przy czym w dwóch pierwszych ośrodkach turystycznych w trakcie sezonu zimowego pojawiają się czasowe niedobory miejsc noclegowych, w szczególności w tygodniach przypadających na ferie województw mazowieckiego oraz śląskiego, łódzkiego i pomorskiego. Natomiast specyfikę funkcjonalną Szczyrku i Wisły podkreśla znaczny udział turystów przyjeżdżających do tych miejscowości na jeden dzień. Poznanie profili funkcjonalnych stacji narciarskich może pomóc zarządzającym ośrodkami narciarskimi, które są strategicznymi przedsiębiorstwami z punktu widzenia rozwoju miejscowości górskich, oraz władzom lokalnym i regionalnym w podejmowaniu właściwych działań inwestycyjnych i marketingowych mających na celu przyciągnięcie jak największej liczby turystów oraz rozwój danej miejscowości i regionu.

Na podstawie zaprezentowanych w niniejszym opracowaniu klasyfikacji i wskaźników można dokonać oceny sytuacji rozwojowej i funkcjonalnej stacji narciarskich. Ze względu na wieloaspektowość omawianego zjawiska, oceny takiej nie powinno się przeprowadzać na podstawie tylko jednej miary, ponieważ fragmentaryczne ujęcie tak złożonego zjawiska może wskazać jedynie przybliżoną ocenę stopnia rozwoju turystyki na danym obszarze. Ponadto niektórych współczynników nie należy interpretować bez wcześniej przeprowadzonych badań terenowych, np. własnych obserwacji, inwentaryzacji infrastruktury turystycznej, wywiadów z turystami lub przedstawicielami bazy turystycznej w danej miejscowości, ponieważ wyniki niektórych z nich mogą prowadzić do sformułowania błędnych wniosków. Należy także zwrócić uwagę na dobór wiarygodnych i jak najbardziej zbliżonych do stanu rzeczywistego danych wykorzystywanych w obliczeniach.

Rozwój infrastruktury dla turystyki narciarskiej należy do najbardziej dynamicznych procesów nie tylko w polskiej, ale także w czeskiej (Havrlant, 2011), słowackiej (Madziková i in., 2011), ukraińskiej (Hamkało, Kudła, 2011) i rumuńskiej (Cernaianu, Sobry, 2021) części Karpat oraz w polskich i czeskich Sudetach (Potocki, 2014). Ocenę

sytuacji rozwojowej i funkcjonalnej stacji narciarskich warto przeprowadzić również w wymienionych regionach, jako studia porównawcze, którym w warunkach swobody podróżowania przypada coraz większa rola. Badania porównawcze mogłyby wskazać na charakter i specyfikę regionalną stacji narciarskich w różnych karpaccich i sudectkich regionach turystycznych. Zebranie danych i opracowanie tak złożonego zagadnienia wymagałoby jednak współpracy naukowej między przedstawicielami ośrodków badawczych z kilku krajów, w których prowadzi się badania nad rozwojem turystyki na obszarach górskich.

Literatura

References

- Baretje, R., Defert, P. (1972). *Aspects économiques du tourisme*. Paris: Éditions Berger-Levrault.
- Cernaianu, S., Sobry, C. (2021). The development of ski areas in Romania. What environmental, political, and economic logic? *Sustainability*, 13(1), 274. doi: <https://doi.org/10.3390/su13010274>.
- Damm, A., Gruell, W., Landgren, O., Prettenthaler, F. (2017). Impact of +2°C global warming on winter tourism demand in Europe. *Climate Services*, 7, 31–46. doi: <https://doi.org/10.1016/j.cliser.2016.07.003>.
- Faracik, R., Kurek, W., Mika, M., Pawlusiński, R. (2009). Turystyka w Karpatach Polskich w świetle współczesnych kierunków rozwoju. W: B. Domański, W. Kurek (red.), *Gospodarka i przestrzeń*. Kraków: Instytut Geografii i Gospodarki Przestrzennej Uniwersytetu Jagiellońskiego, 77–97.
- Faracik, R., Pawlusiński, R. (2007). Usługi i zagospodarowanie turystyczne. W: W. Kurek (red.), *Turystyka*. Warszawa: PWN, 142–195.
- Fischbach, J. (1989). Funkcja turystyczna jednostek przestrzennych i program jej badania. *Turyzm*, 5, 7–26.
- Franczak, P. (2018). Częstość występowania i grubość pokrywy śnieżnej u podnóży masywu Babiej Góry w sezonach zimowych 1960/61–2014/15. *Leśne Prace Badawcze*, 79(2), 125–138. doi: <https://doi.org/10.2478/frp-2018-0014>.
- Groch, J., Kurek, W., Warszyńska, J. (2000). *Tourist regions in the Polish Carpathians*. Kraków: Universitas.
- Hamkało, M., Kudła, N. (2011). Karpaty Ukraińskie jako region turystyczny – uwarunkowania i możliwości rozwoju. *Prace Geograficzne. Instytut Geografii i Gospodarki Przestrzennej Uniwersytetu Jagiellońskiego*, 125, 63–75.
- Havrlant, J. (2011). Kierunki i bariery modernizacji ośrodków sportów zimowych w czeskim regionie turystycznym „Beskidy”. *Prace Geograficzne. Instytut Geografii i Gospodarki Przestrzennej Uniwersytetu Jagiellońskiego*, 125, 77–93.
- Hudson, S., Ritchie, B., Timur, S. (2004). Measuring destination competitiveness. An empirical study of Canadian ski resorts. *Tourism and Hospitality Planning & Development*, 1(1), 79–94. doi: <https://doi.org/10.1080/1479053042000187810>.
- Kowalczyk, A. (2000). *Geografia turystyki*. Warszawa: PWN.
- Kowalczyk, A. (2001). *Geografia hotelarstwa*. Łódź: Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego.
- Krzesiwo, K. (2013). *Rozwój i funkcjonowanie stacji narciarskich w Karpatach Polskich*. Rozprawa doktorska (maszynopis). Kraków: Instytut Geografii i Gospodarki Przestrzennej Uniwersytetu Jagiellońskiego.
- Krzesiwo, K. (2014). *Rozwój i funkcjonowanie stacji narciarskich w polskich Karpatach*. Kraków: Instytut Geografii i Gospodarki Przestrzennej Uniwersytetu Jagiellońskiego.
- Krzesiwo, K. (2016). Społeczne i gospodarcze aspekty rozwoju turystyki narciarskiej. *Przedsiębiorczość–Edukacja*, 12, 233–244.
- Krzesiwo, K., Mika, M. (2011). Ocena atrakcyjności turystycznej stacji narciarskich w świetle zagadnienia ich konkurencyjności – studium porównawcze Szczyrku i Białki Tatrzańskiej. *Prace Geograficzne. Instytut Geografii i Gospodarki Przestrzennej Uniwersytetu Jagiellońskiego*, 125, 95–110.

- Kurek, W. (2004). *Turystyka na obszarach górskich Europy*. Kraków: Instytut Geografii i Gospodarki Przestrzennej Uniwersytetu Jagiellońskiego.
- Madziková, A., Klamár, R., Rosič, M., Kaňuk, J. (2011). Główne kierunki i problemy rozwoju turystyki narciarskiej w Republice Słowackiej. *Prace Geograficzne. Instytut Geografii i Gospodarki Przestrzennej Uniwersytetu Jagiellońskiego*, 125, 111–128.
- Matczak, A. (1989). Problemy badania funkcji turystycznej miast. *Turyzm*, 5, 27–39.
- Mika, M. (2004). *Turystyka a przemiany środowiska przyrodniczego Beskidu Śląskiego*. Kraków: Instytut Geografii i Gospodarki Przestrzennej Uniwersytetu Jagiellońskiego.
- Mika, M. (2014). *Założenia i determinanty podtrzymywalności lokalnego rozwoju turystyki*. Kraków: Instytut Geografii i Gospodarki Przestrzennej Uniwersytetu Jagiellońskiego.
- Płocka, J. (2002). *Wybrane zagadnienia z zagospodarowania turystycznego*. Cz. 1. Toruń: Biblioteka CKU, Centrum Kształcenia Ustawicznego.
- Pons, M., Johnson, P., Rosas, M., Jover, E. (2014). A georeferenced agent-based model to analyze the climate change impacts on ski tourism at a regional scale. *International Journal of Geographical Information Science*, 28(12), 2474–2494. doi: <https://doi.org/10.1080/13658816.2014.933481>.
- Potocki, J. (2014). Zagospodarowanie turystyczne Sudetów. W: A. Marek, I.J. Olszak (red.), *Sudety i Przedgórze Sudeckie. Środowisko, ludność, gospodarka*. Wrocław: Wydawnictwo Silesia, 407–426.
- Rozporządzenie Ministra Spraw Wewnętrznych z dnia 19 stycznia 2012 r. w sprawie dopuszczalnego obciążenia narciarskiej trasy zjazdowej, sposobu jego obliczania oraz szczegółowych warunków oświetlenia zorganizowanych terenów narciarskich* (Dz.U. 2012 poz. 102).
- Scott, D., Steiger, R., Knowles, N., Fang, Y. (2020). Regional ski tourism risk to climate change. An intercomparison of Eastern Canada and US Northeast markets. *Journal of Sustainable Tourism*, 28(4), 568–586. doi: <https://doi.org/10.1080/09669582.2019.1684932>.
- Steiger, R. (2012). Scenarios for skiing tourism in Austria. Integrating demographics with an analysis of climate change. *Journal of Sustainable Tourism*, 20(6), 867–882. doi: <https://doi.org/10.1080/09669582.2012.680464>.
- Steiger, R., Scott, D. (2020). Ski tourism in a warmer world. Increased adaptation and regional economic impact in Austria. *Tourism Management*, 77, 104032. doi: <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2019.104032>.
- Steiger, R., Scott, D., Abegg, B., Pons, M., Aall, C. (2019). A critical review of climate change risk for ski tourism. *Current Issues in Tourism*, 22(11), 1343–1379. doi: <https://doi.org/10.1080/13683500.2017.1410110>.
- Thimm, T., Bild, C., Kalff, M. (2019). Climate change in low mountain ranges: Opportunities in sustainable Black Forest tourism. *European Journal of Tourism Research*, 23, 63–70. doi: <https://ejtr.vumk.eu/index.php/about/article/view/389>.
- Urban, G., Richterová, D. (2010). Warunki śniegowe a uprawianie narciarstwa w Sudetach Zachodnich na polsko-czeskim pograniczu. *Wiadomości Meteorologii, Hydrologii, Gospodarki Wodnej*, 4(1–4), 3–28.
- Vanat, L. (2020). *2020 International Report on Snow & Mountain Tourism. Overview of the key industry figures for ski resorts*. Pozyskano z <https://www.vanat.ch/RM-world-report-2020.pdf> (dostęp 16.03.2021).
- Warszyńska, J. (1985). Funkcja turystyczna Karpat Polskich. *Folia Geographica. Series Geographica-Oeconomica. Polska Akademia Nauk. Oddział w Krakowie*, 18, 79–104.
- Warszyńska, J., Jackowski, A. (1979). *Podstawy geografii turystyki*. Warszawa: PWN.
- Witting, M., Schmude, J. (2019). Impacts of climate and demographic change on future skier demand and its economic consequences – Evidence from a ski resort in the German Alps. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, 26, 50–60. doi: <https://doi.org/10.1016/j.jort.2019.03.002>.

Kinga Krzesiwo, dr, Uniwersytet Pedagogiczny w Krakowie, Instytut Geografii, Katedra Turystyki i Badań Regionalnych. Prace magisterską i doktorską w zakresie geografii społeczno-ekonomicznej obroniła w Instytucie Geografii i Gospodarki Przestrzennej Uniwersytetu Jagiellońskiego w Krakowie. Główna sfera zainteresowań badawczych autorki skupia się wokół problematyki rozwoju i funkcjonowania turystyki na obszarach górskich, ze szczególnym uwzględnieniem turystyki narciarskiej. W publikacjach naukowych podejmuje m.in. zagadnienia dotyczące atrakcyjności i konkurencyjności turystycznej, rozwoju i funkcjonowania

miejsowości turystycznych na obszarach górskich w Polsce, rozwoju turystyki narciarskiej w świetle idei zrównoważonego rozwoju, metodyki badań ruchu turystycznego, aspektów marketingowych działalności przedsiębiorstw turystycznych, obsługi klienta w turystyce, bezpieczeństwa na stokach narciarskich oraz postaw polskich konsumentów wobec marnowania żywności w restauracjach.

Kinga Krzesiwo, PhD, Pedagogical University of Krakow, Institute of Geography, Department of Tourism and Regional Studies. She received her MA and PhD in the field of socio-economic geography at the Institute of Geography and Spatial Management of the Jagiellonian University in Krakow. The main sphere of the author's research interests focuses on the issues of development and functioning of tourism in mountain areas, with particular emphasis on ski tourism. Her publications concern, among others, tourism attractiveness and competitiveness, development and functioning of tourist destinations in mountain areas in Poland, development of ski tourism in the light of the idea of sustainable development, methodology of tourism research, marketing aspects of tourism enterprises, customer service in tourism, safety on ski slopes and attitudes of Polish customers towards food wastage in restaurants.

ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-9735-9452>

Adres/address:

Uniwersytet Pedagogiczny w Krakowie
Instytut Geografii
Katedra Turystyki i Badań Regionalnych
ul. Podchorążych 2
30-084 Kraków, Polska
e-mail: kinga.krzesiwo@up.krakow.pl

DARIUSZ JACEK OLSZEWSKI-STRZYŻOWSKI
Akademia Wychowania Fizycznego i Sportu w Gdańsku, Polska
Gdansk University of Physical Education and Sport, Poland

Dostęp do turystyki wykluczonych grup społecznych – próba zbadania zjawiska na wybranych przykładach

Access to tourism for excluded social groups – exploration of the phenomenon based on selected examples

Streszczenie: Wykluczenie społeczne jest dziś zjawiskiem wielowymiarowym, przenikającym do wielu aspektów życia. Wykluczenie społeczne (ekskludują) nie dotyczy jedynie sytuacji, w której jednostki lub grupy społeczne nie mają równego dostępu do m.in. zasobów materialnych, ale coraz częściej związane jest z brakiem możliwości pełnego uczestnictwa w życiu społecznym, ekonomicznym, politycznym i kulturowym w wyniku braku dostępu do zasobów, dóbr i instytucji, ograniczenia praw społecznych oraz deprywacji potrzeb. Termin ten określa również sytuację, w której dana jednostka, będąc członkiem społeczeństwa, nie może normalnie i w pełni realizować swoich potrzeb, zainteresowań, hobby, czy też np. korzystać z usług turystycznych i uczestniczyć w różnorodnych aktywnościach z tym związanych. Jednocześnie każdy z nas ma prawo do uprawiania turystyki – bez żadnych barier, uniedogodnień, bez względu na płeć, wiek, pochodzenie społeczne, orientację seksualną czy też stopień niepełnosprawności. Celem niniejszego artykułu jest próba przeanalizowania problemu, jakim jest wykluczenie z usług turystycznych, na przykładzie wybranych grup społecznych (osób osadzonych, seniorów, dzieci i młodzieży, osób z niepełnosprawnościami) oraz przedstawienie działań włączających w tym zakresie po stronie różnych instytucji i organizacji w Polsce i na świecie. Przeprowadzone badania pokazały, że na szczęście dla ww. grup wykluczonych, dostępne są zróżnicowane i skuteczne programy oraz projekty, oferowane przez powołane do tego celu podmioty i organizacje.

Abstract: Today, social exclusion is a multidimensional phenomenon that penetrates many aspects of our lives. Social exclusion does not refer only to a situation in which individuals or social groups do not have equal access to, inter alia, material resources, but more and more often it is related to the inability to fully participate in social, economic, political and cultural life as a result of the lack of access to resources, goods and institutions, limitation of social rights and deprivation of needs. This term also describes a situation in which a given individual, being a member of society, cannot naturally fully meet his/her needs, interests or, for example, use tourist services and participate in various related activities. At the same time, each of us has the right to practice tourism without any barriers, regardless of sexual orientation, age, social origin, or degree of disability, etc. The aim of this article is to analyse the problem of exclusion from tourist services based on the example of selected social groups (prisoners, seniors, children and youth, the disabled) and the presentation of inclusive activities of various institutions and organisations in Poland and around the world. The

conducted research has shown that, fortunately for the surveyed excluded groups, there are various effective programs and projects offered by entities and organisations established for this purpose.

Słowa kluczowe: działania włączające; wykluczenia społeczne; wykluczenia w turystyce

Keywords: exclusion in tourism; inclusive actions; social exclusion

Otrzymano: 30 lipca 2021

Received: 30 July 2021

Zaakceptowano: 8 września 2021

Accepted: 8 September 2021

Sugerowana cytacja / Suggested citation

Olszewski-Strzyżowski, D.J. (2021). Dostęp do turystyki wykluczonych grup społecznych – próba zbadania zjawiska na wybranych przykładach. *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego*, 35(3), 277–294, doi: <https://doi.org/10.24917/20801653.353.17>

WSTĘP

Przez wiele lat turystyka należała do potrzeb wyższego rzędu, jednak rozwój społeczno-gospodarczy krajów, wzrost poziomu życia społeczeństw, wzrost znaczenia jakości życia, wzrost dostępności do aktywności turystycznych itp. w ostatnich latach spowodowały, że turystyka przeszła do grupy potrzeb podstawowych. Według Łazarka „turystykę, jako formę zaspokojenia ludzkich potrzeb, zestawia się zwyczajowo z potrzebami wyższego rzędu w piramidzie Masłowa, zwłaszcza z najwyższą potrzebą – samorealizacji” (Płocka, 2009: 9). Z roku na rok zwiększa się grono tych, dla których turystyka i jej podejmowanie oraz uprawianie w różnych formach staje się swoistym i nieodzownym *elementem życia, stylem życia, sposobem na życie, alternatywnym życiem* itp. Ta powszechność i dostępność do usług i do uczestnictwa w turystyce powodują, iż wielu z nas traktuje aktywności turystyczne jako ogólnodostępne dobro, włączające nas tym samym w *globalną rodzinę turystyczną* i zaliczające do grona przedstawicieli gatunku *homo turisticus*¹. Według J. Urry’ego „bycie turystą to jeden z wyznaczników bycia nowoczesnym. Nigdzie nie wyjeżdżać to tak, jak nie mieć samochodu, albo ładnego domu. W społeczeństwie nowoczesnym turystyka stała się symbolem statusu” (Urry, 2007: 17).

Jak zauważa Canestrini, ludzkość nigdy nie podróżowała tak dużo, jak w ostatnich dziesięcioleciach dla przyjemności, zainteresowania lub konieczności. Potrzebny jest jednak sprawiedliwy dostęp do usług turystycznych. Zauważalny jest podział i nierówności, a ważna jest w tym względzie m.in. odpowiedzialność społeczna, mądre zarządzanie zasobami środowiskowymi – to strategiczne decyzje nieuchronnie związane z mobilnością turystyczną zarówno ubogich, jak i bogatych (Canestrini, 2016: 50).

Według Winiarskiego „dziś o pozycji społecznej człowieka decyduje już nie tylko rodzaj wykonywanej pracy, lecz także forma spędzania czasu wolnego: poziom rekreacji i konsumpcji” (Winiarski, 2011: 25). Jednak wraz ze wzrostem dostępności pojawia się również coraz większa grupa społecznie wykluczonych z turystyki i pojawiają się w tym zakresie nowe obszary wykluczeń. Należy przypuszczać, że zjawisko to w kolejnych latach będzie się niestety pogłębiać.

¹ Według Bowlesa (2010) do tej grupy zaliczyć możemy osoby bogate, które często podróżują w wolnym czasie dla samej przyjemności i traktują turystykę jako niezbędny element ich życia.

Celem artykułu jest próba przeanalizowania problemu, jakim jest wykluczenie z turystyki w kontekście dostępności m.in. do usług turystycznych² wybranych grup społecznych (osadzonych, seniorów, dzieci i młodzieży, osób z niepełnosprawnościami) oraz przedstawienie działań włączających w tym zakresie po stronie różnych organizacji i instytucji. Przykłady wskazane w tekście dotyczą Polski, jak również wybranych krajów na świecie.

POJĘCIE WYKLUCZENIA SPOŁECZNEGO ORAZ WYKLUCZENIA Z TURYSTYKI I USŁUG TURYSTYCZNYCH

Pojęcie wykluczenia społecznego jest terminem wielowymiarowym (marginalizacja, margines społeczny, ekskluzja) i świadczy o braku zaspokojenia podstawowych potrzeb życiowych człowieka, potrzeb społecznych oraz braku uczestnictwa jednostki w kluczowych aspektach życia społecznego (Golinowska, Broda-Wysocki, 2005: 32).

Wykluczenie jest bardzo dynamicznym procesem, który:

- często spowodowany jest brakiem zasobów;
- prowadzi do sytuacji wielowymiarowej deprywacji o różnych stopniach natężenia;
- charakteryzuje się deficytami uczestnictwa (o różnym stopniu natężenia) w głównym nurcie społeczeństwa i dostępu do zasadniczych systemów społecznych (rynek pracy, zabezpieczenie społeczne, edukacja, opieka medyczna, turystyka);
- może oznaczać zerwanie więzi z rodziną i ze społeczeństwem;
- może powodować utratę poczucia tożsamości i celu w życiu;
- wiąże się z pozbawieniem lub nierealizowaniem uprawnień socjalnych (Łuszczynska, 2011: 178).

W dokumencie strategicznym Ministerstwa Gospodarki, Pracy i Polityki Społecznej wykluczenie społeczne określa się jako „brak lub ograniczenie możliwości uczestnictwa, wpływania i korzystania z podstawowych instytucji publicznych i rynków, które powinny być dostępne dla wszystkich. To sytuacja uniemożliwiająca lub znacznie utrudniająca jednostce lub grupie, zgodne z prawem pełnienie ról społecznych, korzystanie dóbr publicznych i infrastruktury społecznej, gromadzenie zasobów i zdobywanie dochodów w godny sposób (Ministerstwo Gospodarki, Pracy i Polityki Społecznej, 2003: 21–22).

Według Olszewskiego-Strzyżowskiego najbardziej narażone na wykluczenie społeczne są:

- osoby niepełnosprawne,
- kobiety samotnie wychowujące dzieci,
- ofiary patologii życia rodzinnego,
- osoby chore psychicznie,
- osoby o niskich kwalifikacjach zawodowych,
- osoby starsze,
- osoby samotne,

² Usługi turystyczne to m.in. wszystkie niezbędne czynności obejmujące i związane z każdym etapem podróży: przygotowaniem się do podróży, dojazdem do miejsca docelowego, pobytem w wybranym miejscu (destynacji) i z powrotem do miejsca zamieszkania, określone Ustawą z dnia 24 listopada 2017 r. o imprezach turystycznych i powiązanych usługach turystycznych (Dz.U. z 2017 r. poz. 2361).

- bezdomni,
- długotrwałe bezrobotni,
- dzieci i młodzież ze środowisk zaniedbanych i patologicznych,
- osoby będące imigrantami oraz członkowie mniejszości narodowych,
- osoby homoseksualne,
- osoby osadzone lub opuszczające zakłady karne i poprawcze
- osoby uzależnione od alkoholu i narkotyków (Olszewski-Strzyżowski, 2017: 63–67).

Problem wykluczenia społecznego istnieje na całym świecie i w różnym stopniu dotyka kraje ubogie, jak i te bogate, wysoko rozwinięte. Na przykład w Hiszpanii, marginalizacja dotyczy tych procesów, które są ignorowane przez wiele jednostek i grup i spychane na margines polityczny wielu ludzi ze względu na bezdomność, wiek, status zatrudnienia, język, umiejętności, rasę i religię. Zjawisko grup zmarginalizowanych jest stosunkowo nowym zjawiskiem w tym kraju i staje się jedną z najważniejszych cech charakterystycznych w zakresie transformacji społecznej (np. w aresztach, wśród imigrantów, osób ubogich, kobiet, narkomanów, młodzieży szkolnej itp.)” (Olszewski-Strzyżowski, 2017: 63–67). Problem występuje również w krajach członkowskich Unii Europejskiej, gdzie pomimo ogólnej zamożności, ubóstwo i wykluczenie społeczne utrzymywało się na wysokim poziomie (ok. 25,5%) (Raczkowska, Gruziel, 2018: 8). Polska jest krajem, w którym od lat wykluczenie społeczne utrzymuje się na średnim poziomie. W roku 2008 zagrożonych ubóstwem lub wykluczeniem było w Polsce ok. 31% osób (11,5 mln osób), w roku 2011 – 27,2%, a w roku 2016 – 26% (Becker-Pestka, Kubiński, Łojko, 2017: 23–33).

Pomimo tego, że wszystkie aspekty życia społecznego powinny być ogólnodostępne dla każdego z nas, istnieje wiele czynników, które sprawiają, że ludzie nie mogą w pełni uczestniczyć w życiu społecznym, jak i w jego poszczególnych dziedzinach, bądź jest to bardzo utrudnione. Uniemożliwia im to m.in. spełnianie własnych potrzeb, rozwijanie zainteresowań i hobby czy osiąganie celów życiowych. Dlatego coraz częściej te problemy zauważa się również w turystyce (usługach turystycznych).

Zgodnie z zapisami Globalnego Kodeksu Etyki w Turystyce (ang. *Global Code Of Ethics For Tourism*), każdy z nas z ma prawo do turystyki i usług turystycznych, a mianowicie:

- potwierdza się prawo wszystkich do turystyki i swobody przemieszczania się w celach turystycznych;
- ludzie na całym świecie mają jednakowe prawo do bezpośredniego i osobistego odkrywania i cieszenia się z bogactw naszej planety. Coraz szersze uczestnictwo w turystyce krajowej i zagranicznej należy postrzegać jako jeden z najlepszych sposobów wykorzystywania stale zwiększającego się czasu wolnego, toteż nie należy stawiać przeszkód na drodze tego uczestnictwa;
- wspierany jest światowy, równoprawny, odpowiedzialny i trwały porządek turystyczny, który jest z korzyścią dla wszystkich części społeczeństw, w ramach otwartej i konkurencyjnej rynkowej gospodarki światowej;
- promowana jest odpowiedzialna, zrównoważona i ogólnie dostępna turystyka w ramach powszechnego prawa do wypoczynku i podróżowania, przy poszanowaniu wyborów społeczeństw wszystkich narodów w tym zakresie;
- działalność turystyczna winna przestrzegać równości kobiet i mężczyzn, zapewniać poszanowanie praw człowieka, w szczególności zaś chronić te odnoszące się

do najsłabszych grup, a więc dzieci, osób starszych, niepełnosprawnych, mniejszości etnicznych, rdzennej ludności;

- popierana i wspierana jest zwłaszcza turystyka rodzinna, młodzieżowa, studencka oraz dla osób starszych i niepełnosprawnych (General Assembly of the World Tourism Organization, 1999: 4–7).

Niestety zjawisko wykluczeń z usług turystycznych dotyka coraz większą liczbę obywateli z krajów członkowskich Unii Europejskiej. Jak zauważa Alejziak, analizując zjawisko wykluczenia społecznego w krajach UE, nie należy zapominać o problemie dostępności do wyjazdów turystycznych (Alejziak, 2011: 21). D'Ambrosio i Gradin wśród wskaźników charakteryzujących zjawisko wykluczenia społecznego w UE wskazują na brak dostępności do usług turystycznych, umieszczając te potrzeby w kategorii „potrzeb podstawowych”. Według autorów, osoby wykluczone to te żyjące w gospodarstwach domowych, których nie stać na m.in. spędzenie choć tygodnia wakacji poza domem (D'Ambrosio, Gradin, 2003: 80). UE promuje w związku z tym hasło „TURYSTYKA DLA WSZYSTKICH” (Europejska Konferencja Ministerialna, 2001), zaznaczając jednocześnie, że turystyka jest „prawem powszechnym, które powinniśmy starać się zapewnić wszystkim osobom” (Opinia Europejskiego Komitetu Ekonomiczno-Społecznego..., 2006: 3) oraz że, „otwarcie granic wewnętrznych pomiędzy państwami członkowskimi niesie wymierne korzyści dla zwykłych ludzi, którzy teraz mogą podróżować swobodnie, bez kontroli granicznych” (*Europa w 12 lekcjach*, 2006: 45).

Charakterystyczne wykluczenia (inkluzyje) z uprawiania turystyki występują w przypadku wszystkich typów wyjazdów turystycznych i usług turystycznych (określanych często jako *bariery, ograniczenia* lub *czynniki ryzyka w turystyce*). Jak zauważa Olszewski-Strzyżowski, mamy wtedy do czynienia z taką sytuacją, podczas której dana jednostka będąca członkiem społeczeństwa nie może normalnie uczestniczyć w działaniach obywatelskich, realizować w pełni swoich potrzeb, zainteresowań czy też podejmować aktywności fizycznych, w tym także aktywności turystycznych (Olszewski-Strzyżowski, 2017: 63–67).

Alejziak określa bariery w usługach turystycznych czy też przyczyny nieuczestniczenia w wyjazdach turystycznych jako *inhibitory*, tj. „czynniki, które hamują proces kształtowania się i podejmowania aktywności turystycznej, prowadząc w danym momencie do braku wyjazdu, choć nie wykluczając podjęcia tej aktywności w przyszłości” (Alejziak, 2007: 63). Większość inhibitorów blokuje aktywność turystyczną w określonym przedziale czasu, aczkolwiek istnieją również inhibitory stałe, takie jak głęboka niepełnosprawność lub ograniczona mobilność osób starszych. Autor wyróżnia główne czynniki ryzyka w turystyce:

- ryzyko polityczne (terroryzm, niestabilna sytuacja polityczna, wojny, konflikty militarne);
- ryzyko środowiskowe (klęski żywiołowe);
- ryzyko zdrowotne (brak dostępu do opieki medycznej, zdrowej żywności i czystej wody);
- ryzyko związane z planowaniem (niesolidni organizatorzy, niesolidne linie lotnicze);
- ryzyko utraty mienia (kradzieże, zagubienie bagażu) (Alejziak, 2007: 63).

Gracj i Sankowski wskazują na inne bariery ograniczające dostęp do turystyki:

- a) bariery zewnętrzne – pozajdywidualne (brak wolnego czasu, problemy organizacyjne i warunki atmosferyczne);

- b) osobowościowe – indywidualne (problemy z podejmowaniem decyzji, niskie poczucie wartości, negatywne nastawienie wobec estetyki ciała, niski poziom samo-kontroli, ograniczona mobilność (ruchliwość) lub brak pozytywnej postawy prozdrowotnej) (Gracz, Sankowski, 2001: 254).

Natomiast Goeldner i Ritchie do głównych ograniczeń w podróżowaniu zaliczają:

- koszty: sytuacja materialna jest zwykle kluczowym czynnikiem warunkującym uczestnictwo w turystyce;
- brak wolnego czasu: aby uczestniczyć w turystyce, konieczne jest dysponowanie czasem wolnym;
- ograniczenia zdrowotne: ograniczają one w sposób zdecydowany dostęp do turystyki (zwłaszcza osoby niepełnosprawne i seniorzy);
- czynniki rodzinne: niemożność podjęcia wyjazdu turystycznego przez innych członków rodziny, nad którymi musimy sprawować opiekę bądź bez których nie chcemy uczestniczyć w wyjeździe oraz brak osoby, która mogłaby towarzyszyć w wyjeździe;
- obawa o bezpieczeństwo: zdarzenia wywołane przez siły natury bądź spowodowane przez działania człowieka, np. ataki terrorystyczne, konflikty zbrojne, konflikty religijne, klęski żywiołowe, kryzysy ekonomiczne, zagrożenia zdrowotne;
- brak zainteresowania: zainteresowanie innymi sposobami spędzania czasu wolnego niż wyjazdy turystyczne (Goeldner, Ritchie, 2003: 132).

Poniżej przedstawiono autorską propozycję (rycina 1) systematyzacji przyczyn wykluczeń ze społecznego dostępu do usług turystycznych, uwzględniającą następujące przypadki braku dostępu do: a) *usług turystycznych* (dotyczy to możliwości uczestniczenia w aktywnościach turystycznych wszelkim grupom społecznym, a uwarunkowane m.in. polityką państw, miejscem zamieszkania turysty, biedą, niepełnosprawnością itp.); b) *destynacji turystycznych* przez różne grupy społeczne, a uwarunkowane m.in. przez dostępność komunikacyjną, prowadzoną politykę państw, konflikty zbrojne i społeczne oraz c) *zatrudnienia w turystyce*, uwarunkowane m.in. brakiem ofert dla absolwentów kierunków turystycznych, specyfiką usług turystycznych, tj. sezonowością pracy.

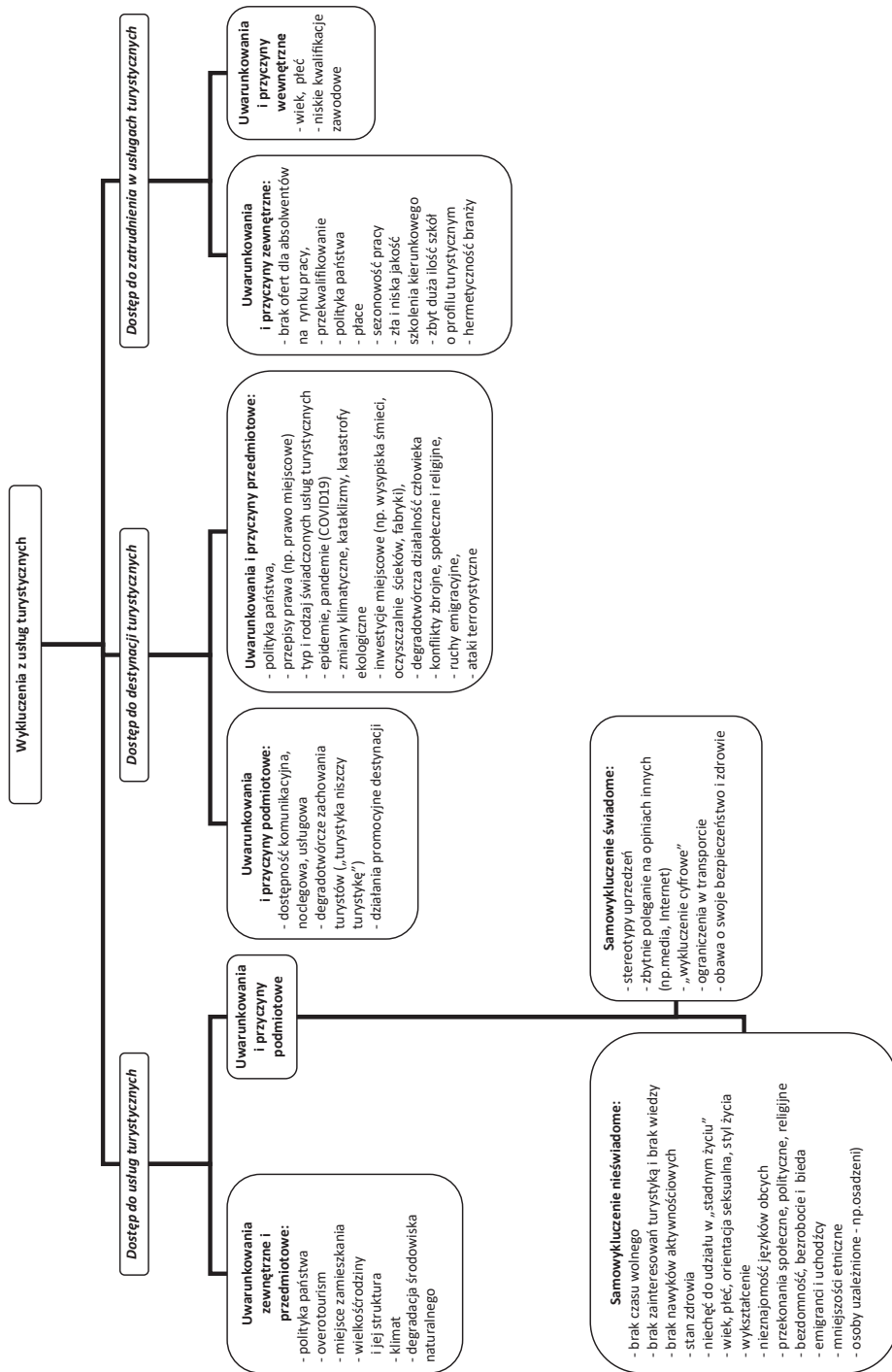
PRZYKŁADY SPOŁECZNYCH GRUP WYKLUCZONYCH ORAZ WYBRANE DZIAŁANIA WKLUCZAJĄCE JE W OGÓLNY NURT DOSTĘPNOŚCI DO USŁUG TURYSTYCZNYCH

Poniżej przedstawiono wybrane grupy społeczne (osoby osadzone, seniorzy, osoby z niepełnosprawnościami oraz dzieci i młodzież), które wykluczone są z dostępności do usług turystycznych. Na każdą z ww. grup wpływ mają (w różnym stopniu i nasileniu) wskazane na rycinie 1. czynniki determinujące ich dostęp do turystyki. Działaniami włączającymi badane grupy mogą być m.in. programy podejmowane przez instytucje i organizacje działające na różnych szczeblach (rządowych, regionalnych i lokalnych).

Osoby osadzone

Jak zauważa Poklek, „poprawa atmosfery panującej w jednostkach penitencjarnych oraz racjonalne zagospodarowanie czasu wolnego poprzez zajęcia ruchowe nabrało szczególnego znaczenia wskutek systematycznego zmniejszania się możliwości

Rycina 1. Wykluczenia z usług turystycznych (wybrane elementy)



Źródło: opracowanie własne, 2021

zatrudniania więźniów, co sprzyjało dodatkowo beczynności i monotonii więziennej” (Poklek, 2008: 59). Według Lapińskiego „zajęcia z zakresu kultury fizycznej i sportu w opinii osób poddanych izolacji penitencjarnej stanowią najbardziej atrakcyjną formę spędzania czasu wolnego. Skazani często wskazują na niewystarczającą częstotliwość tych zajęć podczas odbywania kary pozbawienia wolności oraz na zbyt małą różnorodność” (Lapiński, 2007: 215).

W Raporcie Rady Europy „Education in prison” wskazano na ważną rolę sportu, wychowania fizycznego i kultury fizycznej (w tym i turystyki) w zakresie zagospodarowania czasu wolnego osadzonych, oraz zalecono, aby mieli oni możliwość regularnego uczestniczenia w tego typu zajęciach. W Raporcie zwrócono zwłaszcza uwagę na takie aktywności i zajęcia, jak m.in. kajakarstwo, wędrówki górskie, pływanie itp. (Council of Europe, 1990: 39). Programy te skierowane są zwłaszcza do młodocianych osadzonych.

Również w kolejnym dokumencie UE, „European Prison Rules” wskazano na potrzebę zapewnienia wszystkim więźniom udziału w zajęciach rekreacyjnych, sportowych, kulturalnych, jak i innych formach spędzania czasu wolnego (np. realizacja swojego hobby) (Council of Europe, 2006: 15).

Jeśli chodzi o przykład kraju realizującego ww. zalecenia, to dobrym przykładem jest Szwecja. Według tamtejszej Służby Więziennictwa (szw. Kriminalvården) każdy więzień ma prawo do udziału w zajęciach rekreacyjnych i uprawiania aktywności fizycznej (FARK Fångelse, 2011: 18–19). Przykładem takich ofert skierowanych do więźniów są zajęcia z zakresu sportu, rekreacji i turystyki, realizowane np. w więzieniu w mieście Luleå³.

W Polsce w wielu Zakładach Karnych odbywają się zajęcia aktywnościowe skierowane do osadzonych z zakresu sportu, rekreacji, jak również i turystyki. Poniżej (w tabeli 1.) przedstawiono zestawienie wybranych działań włączających z zakresu oferty turystycznej skierowanej do osadzonych z różnych zakładów karnych oraz aresztów śledczych w Polsce.

Tabela 1. Zestawienie wybranych działań włączających osoby osadzone, realizowane przez zakłady karne oraz areszty śledcze oferujące dostęp do usług turystycznych

Zakład	Działania
ZK Łowicz 27.09.2019	Kilkugodzinna wycieczka po Łowiczu (zapoznanie się z walorami turystycznymi, historycznymi i krajoznawczymi tego miasta), w której wzięło udział kilkunastu skazanych z łowickiej jednostki penitencjarnej. Zwiedzanie przez edukacyjne spaceruje jest organizowane przez kadrę penitencjarną łowickiej jednostki regularnie.
ZK Olsztyn 19.06.2019	Prelekcja skierowana do osadzonych przygotowana przez Mirosława Arczaka (Klub Turystyki Rowerowej 4 R z Olsztyna), która miała na celu przybliżenie turystyki rowerowej jako sposobu na spędzanie wolnego czasu, dbałości o zdrowie, środowisko naturalne itp.
AŚ Świdnica 08.05.2019	Osadzeni w ramach zajęć kulturalno-oświatowych i prowadzonego w jednostce programu ekologicznego (współpraca AS i Nadleśnictwa Świdnica) uczestniczyli w wycieczce turystycznej (lasy o/Modliszowa) w ramach której odbyła się lekcja z zakresu ochrony przyrody, ekologii i turystyki. Skazani mieli możliwość zaobserwowania niszczycielskich działań człowieka i negatywnych wymiarów coraz popularniejszego ruchu turystycznego.

³ Alltid tid for training, 2021, <https://www.kriminalvarden.se/om-kriminalvarden/nyheter/2021/mars/alltid-tid-for-traning/>.

ZK Łowicz 11.05.2019	Dla osadzonych zorganizowano wycieczkę po najważniejszych zabytkach Łowicza (zabytkowe kościoły, pomniki historyczne, plenerowe wystawy). Wycieczka miała wymiar resocjalizacyjny i była okazją do refleksji dla jej uczestników. Pozwoliła podjąć próbę stworzenia planu przewartościowania swojego życia i dokonania zmian zgodnych z normami społecznymi. Ponadto takie wyjścia poza obręb ZK umożliwiają kontakt ze środowiskiem zewnętrznym, przygotowują skazanych do powrotu do społeczeństwa i zmniejszają negatywne konsekwencje pobytu w izolacji więziennej. Taka forma zajęć kulturalno-oświatowych zapewnia też osadzonym, chociażby poprzez spacerowy charakter wycieczki, rozwój fizyczny, jak również poznawczy dzięki specjalnie dobranym trasom.
AŚ Kielce 10.05.2019	Dla skazanych zorganizowano wyjazd edukacyjny (wycieczkę turystyczną) w ramach programu resocjalizacyjnego pt. PATRIOCI 2019 do Muzeum im. Orła Białego w Skarżysku Kamiennej. Celem było upowszechnianie wśród skazanych wiedzy o jednej z najważniejszych placówek kulturalnych i atrakcji turystycznych w woj. świętokrzyskim oraz kształtowanie społecznie pożądanых postaw, w szczególności przestrzegania porządku prawnego i tym samym powstrzymywania się od powrotu do przestępstwa.

ZK – Zakład Karny; AŚ – Areszt Śledczy

Źródło: badania własne na podstawie *Służba więzienna*, 2021, <https://www.sw.gov.pl>.

Seniorzy

Jako ciekawy przykład kraju wspierającego turystykę dla seniorów można podać Hiszpanię. Do najważniejszych programów tam realizowanych, z dofinansowaniem Ministerstwa Zdrowia i Polityki Społecznej (hiszp. Ministerio de Empleo y Seguridad Social), zaliczyć można m.in.:

- Program Wyjazdów Wakacyjnych (hiszp. *El Programa de Vacaciones para Mayores*);
- Program Wyjazdów Uzdrawiskowych (hiszp. *El Programa de Termalismo Social*) – oferta dla osób powyżej 60 roku życia, które wymagają leczenia sanatoryjnego i pobytów w uzdrowiskach;
- Program wyjazdów turystycznych i sanatoryjnych dla osób z niepełnosprawnościami (*Turismo y Termalismo para Personas con Discapacidades*);
- Program Razem w Święta Bożego Narodzenia (*Juntos en Navidad*) – celem jest zwalczanie samotności i izolacji seniorów w czasie świąt (wycieczki krajoznawcze oraz zabiegi w uzdrowiskach);
- Program Świat Seniora (*Mundo Senior*) – realizowany przez hiszpańskie przedsiębiorstwa zrzeszające duże firmy turystyczne oferujące zniżki dla seniorów (za Górska, 2010b: 4).

Przykładami innych krajów na świecie, w których z powodzeniem realizowane są projekty promujące oferty w zakresie *silver tourism* (z ang. srebrna turystyka), są m.in. Chiny i Brazylia. W pierwszym z tych krajów realizowany jest program ofert turystycznych dla seniorów, który organizowany jest przez sieć Uniwersytetów Trzeciego Wieku (UTW). W Chinach znajduje się 30 tysięcy takich uniwersytetów, co sprawia, że jest to kraj z największą liczbą tego typu placówek na świecie (dla porównania, w Polsce funkcjonuje 615 UTW⁴, które również posiadają oferty turystyczne dla seniorów). Oferta wyjazdów obejmuje m.in. wycieczki i wyjazdy połączone z wykładami z różnych dziedzin (np. historia, geografia, biologia, literatura itp.), wraz z obsługą przewodnicką.

⁴ Federacja Stowarzyszeń Uniwersytetów Trzeciego Wieku, www.federacjautw.pl.

Rycina 2. Strona internetowa europejskiego programu „Calypso”



Źródło: www.ec.europa.eu, 2021

Jeden z takich programów realizowany jest w prowincji Shandong, gdzie w zajęciach uczestniczy ponad 500 000 studentów-seniorów⁵.

W Brazylii funkcjonuje program *Travel at your Best age* (z ang., Podróżuj w swoim najlepszym okresie życia), promujący wśród seniorów podróże poza szczytem sezonu⁶. Program pod nazwą *Holiday at your third age* (z ang., Wakacje w trzecim wieku) realizowany jest w Chile – z ofertą wyjazdów turystycznych dla seniorów w trakcie średniego i niskiego sezonu, zwłaszcza w destynacje znajdujące się w najbliższym sąsiedztwie zamieszkania seniorów⁷. W Urugwaju działa program wsparcia *silver tourism*, w ramach którego proponowane są trzydniowe pakiety dla seniorów oraz dofinansowanie ich pobytu ze strony władz centralnych na poziomie 30–60% (Borzyszkowski, 2017).

W UE duże znaczenie w minimalizowaniu wykluczenia z usług turystycznych ma program Komisji Europejskiej pn. „Calypso – turystyka dla wszystkich”. Poza omawianą grupą społeczną projekt ten, wpisujący się w zagadnienia *turystyki społecznej*⁸, skierowany jest do osób, które w szczególności z powodów ekonomicznych, społecznych i zdrowotnych mają trudności z dostępnością do turystyki (młodzież, rodziny ubogie i osoby z niepełnosprawnościami). Program realizowany jest m.in. w takich krajach jak Hiszpania, Niemcy, Włochy oraz w Polsce (realizowano projekt „Europe Senior Tourism”, w ramach którego dofinansowuje się wyjazdy w wysokości do 150 euro osobom powyżej 55 roku życia)⁹.

W Polsce również regiony podejmują działania ułatwiające seniorom dostępność do usług turystycznych, a ciekawym przykładem jest program z województwa warmińsko-mazurskiego pn. „Polityka senioralna województwa warmińsko-mazurskiego na

⁵ Turystyka na emeryturze: za 10 lat seniorzy będą podróżować dwa razy częściej, 2016, http://www.rynekseniora.pl/polityka_senioralna/104/turystyka_na_emeryturze_za_10_lat_seniorzy_beda_podrozowac_dwa_razy_czesciej,6463.html.

⁶ Best Age to Travel, 2016, <https://tothenationsworldwide.com/best-age-to-travel/>.

⁷ <https://3rdageholidays.com/>.

⁸ Przez pojęcie turystyki społecznej rozumie się podróże osób, które w szczególności z powodów ekonomicznych, społecznych i zdrowotnych mają trudności z organizowaniem swoich wakacji (Stasiak, 2010).

⁹ Turystyka, 2021, <http://www.europarl.europa.eu/factsheets/pl/sheet/126/tourism>.

lata 2014-2020". W jego ramach realizuje się m.in. budowę i dostosowanie obiektów turystycznych i sportowo-rekreacyjnych do potrzeb seniorów; rozbudowę szlaków turystycznych dostępnych dla seniorów; angażowanie seniorów do udziału w przedsięwzięciach turystycznych i rekreacyjnych m.in. w roli przewodników turystycznych; organizację kampanii społecznych dla seniorów na temat korzyści, które wynikają z aktywności turystycznej i sportowo-rekreacyjnej (Zielińska-Szczepkowska, Żróbek-Różańska, 2014: 31–32).

Miastem, które jako jedno z pierwszych zaczęło zwracać uwagę na potrzeby osób starszych, jest Lublin. Od lat prowadzone są tam np. działania mające na celu dostosowanie przestrzeni publicznej do potrzeb seniorów. Realizowana jest coroczna akcja „Miejsca przyjaznego seniorom”, mająca na celu promowanie m.in. rozwiązań architektonicznych ułatwiających seniorom dostęp do atrakcji turystycznych w mieście (np. pochylnie umożliwiające swobodne poruszanie się na wózkach inwalidzkich) (Wysocki, 2015: 63).

Zróżnicowane działania skierowane do seniorów realizowane są również przez Uniwersytety Trzeciego Wieku (UTW), których głównym celem jest poprawa jakości życia osób starszych, ich integracja ze społeczeństwem oraz zagospodarowanie czasu wolnego przez oferowanie im zróżnicowanych zajęć (w tym m.in. spotkania, wykłady tematyczne, zajęcia w sekcjach lub kołach zainteresowań, zajęcia rehabilitacyjne i usprawniające zdrowotnie oraz udział w imprezach kulturalnych, sportowych, rekreacyjnych i turystycznych). Przykładem UTW proponującego osobom starszym zajęcia z zakresu turystyki, jest uniwersytet działający w Gdańsku (UTW AWFIS Gdańsk). Oferta zajęć turystycznych obejmuje organizację wycieczek tematycznych, wyjazdów wycieczkowych i integracyjnych, zwiedzanie atrakcji turystycznych i instytucji kultury¹⁰.

Również Ośrodki Pomocy Społecznej realizują działania turystyczne skierowane do seniorów, a jako przykład podać można działania OPS w Sulęcinie, który realizuje Program Wieloletni „Senior+” MRPiPS na lata 2015–2020 (edycja 2018, 2019, 2020). W jego ramach organizowane są m.in. wyjazdy turystyczne, wycieczki oraz oferowane zajęcia włączające seniorów poprzez np. zajęcia rehabilitacyjne i ruchowe poprawiające ich sprawność fizyczną, gry i zabawy stymulujące, rekreację, sport, wycieczki¹¹.

Osoby z niepełnosprawnościami

W Europie aż 40% populacji stanowią osoby w trudnej sytuacji ekonomicznej oraz osoby z niepełnosprawnościami. W związku z problemem niepełnosprawności Unia Europejska kieruje swoje działania na rzecz pomocy tym osobom zgodnie z założeniami Europejskiej Strategii na Rzecz Osób Niepełnosprawnych z roku 2007 (Strategia realizowana jest cyklicznie, obecnie na lata 2021–2030).

Przykładem działań mających na celu walkę z wykluczeniem społecznym osób z niepełnosprawnościami poprzez ich udział w turystyce są działania podejmowane w Niemczech. Działa tam wiele organizacji społecznych, a najpopularniejsze z nich to: Federalne Stowarzyszenie Samopomocowe na rzecz Osób z Niepełnosprawnością

¹⁰ Uniwersytet Trzeciego Wieku Akademii Wychowania Fizycznego i Sportu w Gdańsku, www.utw.awfis.net.

¹¹ Program Wieloletni „Senior+” MRPiPS na lata 2015-2020. Edycja 2018, 2019, 2020, <http://sulecin.naszops.pl/program-wieloletni-senior-mrpips-na-lata-2015-2020-edycja-2018-2019-2020>.

(niem. Federal Self-Help Association for People with Disabilities-BSK) oraz Narodowa Agencja Koordynacji w Turystyce (ang. National Tourism Coordination Agency). Organizacje działają w zakresie realizacji wyjazdów turystycznych dla osób z upośledzeniem fizycznym (niepełnosprawnych) (Górska, 2010a: 242–243). Również Niemieckie Linie Kolejowe (niem. Deutsche Bahn) oferują specjalne usługi dla podróżnych z niepełnosprawnościami (np. pociągi wyposażone są w sprzęt, który umożliwi bezpieczne wejście i opuszczenie wagonu, a dworce posiadają podnośniki i rampy, które ułatwiają wsiadanie i wysiadanie z pociągu, natomiast przy korzystaniu z pociągów międzynarodowych osoba z niepełnosprawnością może skorzystać z darmowej pomocy pracowników kolei)¹².

Również polskie miasta starają się realizować działania ułatwiające osobom z niepełnosprawnościami dostępność do usług turystycznych. Takim przykładem może być miasto Chester z Wielkiej Brytanii, które w 2017 roku zostało zwycięzcą w konkursie „Access City Award”, wyróżniającym miasta w pełni dostępne dla turystów z niepełnosprawnościami. Miasto oferuje m.in. udogodnienia w zwiedzaniu miejsc historycznych (rampy, podjazdy, windy, schody ruchome, czytelnie oznakowane atrakcje turystyczne itp.)¹³. Innym miastem wyróżnionym w ww. konkursie jest Rotterdam, gdzie infrastruktura plażowa jest w pełni dostępna dla turystów z niepełnosprawnościami (m.in. udostępnianie bezpłatnych, plażowych wózków inwalidzkich oraz możliwość poruszania się nimi po specjalnie przygotowanej i oznakowanej ścieżce-trasie)¹⁴.

W Polsce działaniami skierowanymi do osób z niepełnosprawnościami, a umożliwiającymi im uczestnictwo w turystyce, są w m.in. projekty realizowane w regionach. Jako przykład podać można województwo wielkopolskie, gdzie dostępny jest przewodnik „Województwo wielkopolskie – bez barier”. Wydawnictwo ma na celu zachęcenie osób z niepełnosprawnościami do uprawiania turystyki na terenie Wielkopolski i prezentuje trasy, na których zwiedzający nie spotkają się z ograniczającymi ich barierami (turyści mają do swojej dyspozycji 60 tras turystycznych, w tym takie, które można pokonać na wózkach inwalidzkich)¹⁵.

Również miasta realizują projekty dla osób z niepełnosprawnościami, a ciekawym ich przykładem są te, które podejmuje miasto Łódź. Do działań skierowanych do tej grupy wykluczonych zaliczyć można m.in. „Łódzki standard dostępności” (dostępność do infrastruktury miejskiej); „Kultura dostępna” (oferta 29 jednostek kultury dostępnych do zwiedzania przez turystów z niepełnosprawnościami)¹⁶.

Innym rodzajem działań w omawianym zakresie są te realizowane przez Ośrodki Pomocy Społecznej. Przykładem mogą być działania realizowane przez Miejsko-Gminny Ośrodek Pomocy Społecznej w Sianowie w postaci programu dla osób z niepełnosprawnościami pn. „Program asystent osobisty osoby niepełnosprawnej – edycja 2021”. Celem jest wprowadzenie usługi asystenta jako formy ogólnodostępnego wsparcia dla osób z niepełnosprawnościami, posiadających orzeczenie o znacznym lub umiarkowanym stopniu niepełnosprawności. Program ma zapewniać możliwość

¹² Generation 65plus: Angebote, Services und Tipps für Ihre Reise, [b.d.], https://www.bahn.de/p/view/service/60plus/uebersicht.shtml_top-navi-flyout_service-senioren.

¹³ <https://www.chestercity.com/>.

¹⁴ <https://en.rotterdam.info/about-rotterdam/>.

¹⁵ Wielkopolska bez barier, [b.d.], <http://www.wielkopolska.bezbarier.info.pl/>.

¹⁶ <https://uml.lodz.pl/niepelnospawni/>.

skorzystania przez takie osoby z pomocy asystenta przy wykonywaniu codziennych czynności i funkcjonowaniu w życiu społecznym. Usługi asystenta polegają na pomocy osobie z niepełnosprawnością w dotarciu np. do muzeum, teatru, kina, galerii sztuki, na wystawy, jak i na jej udziale w np. wydarzeniach kulturalnych, rozrywkowych, społecznych, sportowych, turystycznych¹⁷.

Dzieci i młodzież

Do najważniejszych organizacji działających na rzecz rozwoju turystyki młodzieżowej zaliczyć można zwłaszcza Międzynarodową Federację Schronisk Młodzieżowych IYHF (ang. International Youth Hostel Federation). Członkami Federacji są krajowe stowarzyszenia schronisk młodzieżowych, które posiadają co najmniej 5 schronisk, dysponują co najmniej 100 łózkami oraz udzielają w ciągu roku minimum 5 000 noclegów. Dzięki Międzynarodowej Legitymacji młodzież może korzystać z tańszych noclegów i zniżek w schroniskach młodzieżowych w prawie 100 państwach na świecie¹⁸.

Do europejskich działań sprzyjających turystyce młodych ludzi można zaliczyć również program Erasmus (obecnie Erasmus+), zapoczątkowany w 1987 roku. Programy przyczyniają się do znacznego wzrostu wyjazdów turystycznych młodzieży o charakterze edukacyjnym. Celem programu jest finansowanie wyjazdów studentów na studia do innego kraju europejskiego na okres do jednego roku. Program finansowany jest z budżetu Unii Europejskiej oraz realizowany w 30 krajach członkowskich (w tym w Polsce). Studenci w trakcie swojego pobytu, poza nauką, mogą poznawać również lokalną kulturę, zwyczaje oraz mają szansę zwiedzić nowe miejsca i nawiązać nowe znajomości. Z programów Erasmus oraz Erasmus + skorzystało już 10 mln uczestników¹⁹ (w tym również młodzież z Polski).

W naszym kraju działaniami włączającymi dzieci i młodzież (zwłaszcza w trudnej sytuacji rodzinnej i społecznej) do turystyki i aktywności turystycznych są m.in. programy realizowane przez Ośrodki Pomocy Społecznej. Poniżej przedstawiono wybrane przykłady takich działań:

Ośrodek Pomocy Społecznej w Sulcinie

- Wyjazd integracyjno-poznawczy do Wrocławia zrealizowany w ramach Projektu „Aktywna integracja szansą na samodzielność” (05.12.2018). W programie było m.in.: zwiedzanie Panoramy Raławickiej, Afrykarium, Starego Miasta oraz udział w Jarmarku Bożonarodzeniowym. W wyjeździe uczestniczyły dzieci i młodzież z trudnych rodzin;
- Kolonia letnia w Domu Wczasów Dziecięcych w Dusznikach Zdroju. W trakcie pobytu (18–24.07.2016) dzieci poznały wiele atrakcji tego regionu (m.in. Muzeum Papiernictwa, Narodowy Park Gór Stołowych, Błędne Skały). Nieodłączną częścią programu była realizacja zajęć z zakresu szeroko rozumianej profilaktyki oraz zadań ogólnopolskiej kampanii „Zachowaj Trzeźwy Umysł” oraz „Postaw na Rodzinę”;

¹⁷ Asystent osobisty osoby niepełnosprawnej, <https://www.mgops.sianow.pl/projekty/asystent-osobisty-osoby-niepelnosprawnej-edycja-2021/>.

¹⁸ <https://www.hihostels.com/>.

¹⁹ Erasmus+, <https://erasmusplus.org.pl/>.

- Wypoczynek letni dla dzieci i młodzieży (17 osób), który był zorganizowany w Ośrodku Wypoczynkowym „Pod Basztą” w Lubniewicach (25–30.07.2016),
- Kolonie letnie w Ośrodku Rekreacyjnym Wielkopolska S.A. Rudno, w którym wzięło udział 15 dzieci z rodzin patologicznych (01–14.08.2016)²⁰.

Ośrodek Pomocy Społecznej w Staszowie

W lipcu 2019 roku zrealizowano wyjazdy na kolonie w miejscowości Okuninki w OW Świtezianka (Pojezierze Łęczyńsko-Włodawskie), w których udział wzięło 50 dzieci i młodzieży (7–16 lat z rodzin będących w trudnej sytuacji materialnej). W trakcie pobytu uczestniczyli w wielu wycieczkach turystycznych, m.in. do Lublina, Chełma, Włodawy oraz w zajęciach profilaktycznych i kulturalno-oświatowo-rekreacyjnych²¹.

Miejsko-Gminny Ośrodek Pomocy Społecznej w Sianowie

Ośrodek planuje zorganizować w sierpniu 2021 roku wyjazd kolonijny dla dzieci, które są jego podopiecznymi. Oferta skierowana jest do dzieci i młodzieży objętej pieczęcią zastępczą, dzieci z rodzin wielodzietnych (troje i więcej dzieci), dzieci wychowywanych przez samotnych rodziców, dzieci z zaburzeniami somatycznymi potwierdzonymi zaświadczeniem lekarskim oraz dzieci zamieszkujących w środowisku ekologicznie zagrożonym²².

Jednocześnie dzieci i młodzież z rodzin zagrożonych patologią mogą korzystać w okresie wakacji letnich z wyjazdów organizowanych przez Caritas Polska – jego oddziały diecezjalne, jak również duszpasterstwa parafialne. W ramach programu „Wakacyjna Akcja Caritas” w roku 2019 z wypoczynku wakacyjnego skorzystało 25 000 dzieci z ubogich rodzin²³. Do częstszych wyjazdów dzieci przyczynił się w pewnym stopniu również wprowadzony w 2016 roku Program 500+, ponieważ w roku 2018 odnotowano 20-procentowy wzrost wyjazdów turystycznych tej grupy²⁴.

W regionach także realizowane są działania skierowane do dzieci i młodzieży. Przykładem może być program z województwa śląskiego pn. #OdkryjŚlaskie, mający na celu zachęcenie dzieci i młodzieży do uczestnictwa w turystyce. Projekt powstał z myślą o zagospodarowaniu czasu wolnego dzieci i młodzieży poprzez zapewnienie im dostępu do aktywności turystycznych (wycieczki, obozy, biwaki itp.), dzięki którym mogą spędzić czas aktywnie i poznać własny region. Wsparcie otrzymają organizatorzy turystyki, przede wszystkim na organizację wycieczek szkolnych wraz z usługami przewodnickimi. Aby otrzymać wsparcie finansowe, wymagana jest organizacja wycieczki autokarowej z przynajmniej jednym noclegiem, pełnym wyżywieniem i usługą

²⁰ Wypoczynek letni dzieci i młodzieży, 2016, <http://sulecin.naszops.pl/aktualnosci-1/n,wypoczynek-letni-dzieci-i-mlodziezy>.

²¹ Wyjazd na kolonie 2019, 2019, <http://ops.staszow.pl/wyjazd-na-kolonie-2019.html>.

²² Wypoczynek letni dzieci i młodzieży 2021 r., 2021, <https://www.mgops.sianow.pl/wypoczynek-letni-dzieci-i-mlodziezy-2021r/>.

²³ Roczne sprawozdanie merytoryczne z działalności organizacji pożytku publicznego, 2020, <https://caritas.pl/wp-content/uploads/2021/06/sprawozdanie-merytoryczne-2019.pdf>.

²⁴ Ministerstwo Rodziny i Polityki Społecznej, 2019, <https://www.gov.pl/web/rodzina/rodzina-500-plus>.

przewodniczką, która obejmie minimum 5 atrakcji turystycznych na terenie województwa śląskiego. Wsparcie udzielane jest w formie dotacji celowej dla gmin²⁵.

Również miasta realizują swoje działania proturystyczne, skierowane do najmłodszych będących w trudnej sytuacji społecznej. Władze miasta Jaworzno corocznie dofinansowują wyjazdy wakacyjne dla dzieci i młodzieży. W 2019 miasto przeznaczyło na ten cel 200 000 zł. Zrealizowano m.in. następujące działania: a) dzieci i młodzież należące do OSP „Ciężkowice” wyjechały na wakacje na Mazury; b) Parafia pw. Elżbiety Węgierskiej w Jaworznie zorganizowała kolonię w Karpaczu dla 50 dzieci w wieku od 6 do 16 lat; c) Katolickie Stowarzyszenie Rodzin Wielodzietnych zrealizowało wyjazd wakacyjny dla 50 osób z rodzin wielodzietnych do Lewina Kłodzkiego w Górach Stołowych (w ramach zadania „Zdobądź Szczyty”)²⁶.

WNIOSKI

W świetle przeprowadzonych badań można sformułować następujące wnioski:

- rozwijający się od wielu lat „przemysł turystyczny” nie jest wolny od zjawisk dotychczas mało znanych, a mianowicie „wykluczeń” z dostępu do usług turystycznych – nie tylko jednostek, ale i całych zróżnicowanych grup społecznych;
- wykluczenie z turystyki to zjawisko wielowymiarowe, nasilające się również w krajach, które wcześniej nie borykały się z takimi problemami (spowodowane jest to m.in. pojawianiem się niekorzystnych przemian społeczno-gospodarczo-politycznych, pogłębiającymi się nierównościami i rozwarstwieniem społecznym);
- wykluczenia społeczne zauważalne są w wielu typach i formach podejmowanych aktywności turystycznych (jako np. bariery, ograniczenia) i można zdefiniować je w kilku obszarach: dostępności do usług turystycznych, dostępności do destynacji oraz dostępności do pracy w sektorze turystycznym;
- wykluczenia z usług turystycznych obejmują coraz liczniejsze społeczności w wielu krajach, w tym także w Polsce (m.in. wybrane do badań grupy, tj. osoby osadzone, seniorów, dzieci i młodzież oraz osoby z niepełnosprawnościami).

Na szczęście pomocą dla tych grup społecznie wykluczonych mogą być zróżnicowane i coraz liczniejsze programy i projekty, realizowane i oferowane przez różne instytucje, organizacje, jak i podmioty powołane do skutecznego „wkluczenia społecznego przez turystykę i do turystyki”.

Jednocześnie należy mieć nadzieję, że te wielorakie działania pomocowe skierowane do ww. grup staną się dla wielu innych inspiracją do dalszych lub nowych inicjatyw w tym zakresie.

Literatura

References

- 3rdAgeHolidays.com*. [b.d.]. Pozyskano z <https://3rdageholidays.com/> (dostęp 26.08.2021).
- Alejziak, W. (2007). Inhibitory aktywności turystycznej: teoretyczne i metodologiczne aspekty studiów nad ograniczeniami i barierami uczestnictwa w wyjazdach wypoczynkowych. *Folia Turistica*, 18, 59–87.
- Alejziak, W. (2011). Aktywność turystyczna: międzynarodowe i krajowe zróżnicowanie oraz kwestia wykluczenia społecznego. *Turyzm*, 21, 7–16.

²⁵ Śląski pakiet dla turystyki, [b.d.], <https://dlaturystyki.slaskie.pl/>.

²⁶ <https://jaworzno.naszemiasto.pl/>.

- Alltid tid for training. (2021, 26 marca). *kriminalvarden.se*. Pozyskano z <https://www.kriminalvarden.se/om-kriminalvarden/nyheter/2021/mars/alltid-tid-for-traning/> (dostęp 26.08.2021).
- Asystent osobisty osoby niepełnosprawnej. [b.d.]. *Miejsko-Gminny Ośrodek Pomocy Społecznej w Sianowie*. Pozyskano z <https://www.mgops.sianow.pl/projekty/asystent-osobisty-osoby-niepelnosprawnej-edycja-2021/> (dostęp 16.09.2021).
- Becker-Pestka, D., Kubiński, G., Łojko, M. (2017). *Różne obszary wykluczenia społecznego w Polsce*. Wybrane zagadnienia. Wrocław: Exante.
- Best Age to Travel. (2016, 14 kwietnia). Pozyskano z <https://tothenationsworldwide.com/best-age-to-travel/> (dostęp 15.09.2021).
- Borzyszkowski, J. (2017). *Polityka turystyczna na rzecz seniorów. Przegląd wybranych praktyk*. Toruń: Politechnika Koszalińska.
- Bowles, P. (2010). *The Sheltering Sky*. Camberwell: Penguin.
- Canestrini, D. (2016). Evolución del Homo turisticus. *Revista CIDOB d' Afers Internacionals*, 113, 149–159.
- Chestercity.com*. [b.d.]. Pozyskano z <https://www.chestercity.com/> (dostęp 26.08.2021).
- Council of Europe. (1990). Education in prison. Report. Pozyskano z: https://www.epea.org/wp-content/uploads/Education_In_Prison.pdf (dostęp 28.08.2021).
- Council of Europe. (2006). European Prison Rules. Strasbourg: Council of Europe Publishing. Pozyskano z <https://rm.coe.int/european-prison-rules-978-92-871-5982-3/16806ab9ae> (dostęp 28.08.2021).
- Council of Europe. Committee of Ministers. (1989, 13 października). Of the committee of ministers to member states on education in prison. Recommendation No. R (89) 12. Pozyskano z <https://rm.coe.int/09000016804c858f> (dostęp 28.08.2021).
- D'Ambrosio, C., Gradin, C. (2003). Income Distribution and Social Exclusion of Children. Evidence from Italy and Spain in the 1990s. *Journal of Comparative Family Studies*, 34(3), 479–494.
- Erasmus+. [b.d.]. *Fundacja Rozwoju Systemu Edukacji*. Pozyskano z <https://erasmusplus.org.pl/> (dostęp 13.09.2021).
- Europa w 12 lekcjach*. (2006). Komisja Europejska. Bruksela: Urząd Publikacji UE.
- Europejska Konferencja Ministerialna „Turystyka dla wszystkich”. (2001, 1–2 lipca). Brugia (Belgia). Pozyskano z <http://eur-lex.europa.eu> (dostęp 28.08.2021).
- FARK Fängelse. (2011, 10 stycznia). Kriminalvårdens författningssamling. Kriminalvårdens föreskrifter och allmänna råd om fängelse. Pozyskano z https://www.kriminalvarden.se/globalassets/om_oss/lagar/fark-fangelse-konsoliderad-2020_4.pdf (dostęp 14.09.2021).
- Federacja Stowarzyszeń Uniwersytetów Trzeciego Wieku*. Pozyskano z www.federacjautw.pl (dostęp 26.08.2021).
- General Assembly of the World Tourism Organization. (1999). Global Code of Ethics For Tourism [Globalny Kodeks Etyki w Turystyce]. *UNWTO.org*. Pozyskano z <https://www.unwto.org/global-code-of-ethics-for-tourism> (dostęp 28.08.2021).
- Generation 65plus: Angebote, Services und Tipps für Ihre Reise. [bd.]. Pozyskano z https://www.bahn.de/p/view/service/60plus/uebersicht.shtml_top-navi-flyout_service-senioren (dostęp 26.08.2021).
- Goeldner, C.R., Ritchie, J.R.B. (2003). *Tourism: Principles, Practices, Philosophies*. [wydanie 9]. New York, Chichester: Wiley.
- Golinowska, S., Broda-Wysocki, P. (2005). Kategorie ubóstwa i wykluczenia społecznego. Przegląd pojęć. W: S. Golinowska, E. Tarkowska, I. Topińska (red.), *Ubóstwo i wykluczenie społeczne. Badania. Metody. Wyniki*. Warszawa: Instytut Pracy i Spraw Socjalnych, 32–35.
- Górska, E. (2010a). Promocja turystyki społecznej jako element walki z wykluczeniem społecznym. W: *Ubóstwo i wykluczenie. Wymiar ekonomiczny, społeczny i ekonomiczny*. Warszawa: Bramasole Public Relations & Publishing House, 242–243.
- Górska, E. (2010b). Turystyka społeczna jako forma aktywizacji rynków turystycznych na przykładzie programów turystyki społecznej w Hiszpanii. *Acta Scientiarum Polonorum. Oeconomia*, 4, 136–137.
- Gracz, J. Sankowski, T. (2001). *Psychologia w rekreacji i turystyce*. Poznań: AWF.
- Hihostels.com*. [b.d.]. Pozyskano z <https://www.hihostels.com/> (dostęp 26.08.2021).
- Jaworzno.naszemiasto*. Pozyskano z <https://jaworzno.naszemiasto.pl/> (dostęp 15.09.2021).

- Komisja Europejska*. Pozyskano z www.ec.europa.eu (dostęp 26.08.2021).
- Lapiński, P. (2007). Wybrane dylematy moralne dotyczące podejmowania aktywności fizycznej przez osoby odbywające karę pozbawienia wolności. *Aktywność Ruchowa Ludzi w Różnym Wieku*, 11(2), 215–221.
- Łódź.pl*. Pozyskano z <https://uml.lodz.pl/niepelnosprawni/> (dostęp 15.09.2021).
- Łuszczynska, M. (2011). Turystyka rodzin znajdujących się w złożonej sytuacji społecznej – uwarunkowania i wyzwania. W: A. Stasiak (red.), *Perspektywy i kierunki rozwoju turystyki społecznej w Polsce*. Łódź: Wydawnictwo WSTiH, 171–195.
- Ministerstwo Gospodarki, Pracy i Polityki Społecznej. (2003). Narodowa Strategia Integracji Społecznej dla Polski. Pozyskano z https://www.ipiss.com.pl/wp-content/uploads/downloads/2012/08/nsis_2000.pdf.
- Ministerstwo Rodziny i Polityki Społecznej. (2019, 25 czerwca). Rodzina 500 plus. Pozyskano z <https://www.gov.pl/web/rodzina/rodzina-500-plus> (dostęp 26.08.2021).
- Olszewski-Strzyżowski, D.J. (2017). Działania w zakresie sportu, rekreacji i turystyki realizowane przez ośrodki pomocy społecznej w Polsce jako pomoc osobom wykluczonym – bezrobotnym. *Studia Periegetica*, 3, 79–97.
- Opinia Europejskiego Komitetu Ekonomiczno-Społecznego w sprawie turystyki socjalnej w Europie. 2006/C 318/12. Dz.U. UE z 23.12.2006.
- Płocka, J. (2009). *Turystyka. Wybrane zagadnienia*. Toruń: Wydawnictwo Escape Magazine.
- Poklek, R. (2008). Historyczne uwarunkowania penitencjarnej kultury fizycznej. *Aktywność Ruchowa Ludzi w Różnym Wieku*, 12, 55–61.
- Program Wieloletni „Senior+” MRPiPS na lata 2015-2020. Edycja 2018, 2019, 2020. Pozyskano z <http://sulecin.naszops.pl/program-wieloletni-senior-mrpi-ps-na-lata-2015-2020-edycja-2018-2019-2020> (dostęp 29.08.2021).
- Raczkowska, M., Gruziel, K. (2018). Ubóstwo i wykluczenie społeczne w Unii Europejskiej w relacji miasto-wieś. *Zeszyty Naukowe SGGW. Polityki Europejskie, Finanse i Marketing*, 20, 172–185.
- Roczne sprawozdanie merytoryczne z działalności organizacji pożytku publicznego. (2020, 13 października). *Narodowy Instytut Wolności – Centrum Rozwoju Społeczeństwa Obywatelskiego*. Pozyskano z <https://caritas.pl/wp-content/uploads/2021/06/sprawozdanie-merytoryczne-2019.pdf> (dostęp 15.09.2021).
- Rotterdam.info*. Pozyskano z <https://en.rotterdam.info/about-rotterdam/> (dostęp 15.09.2021).
- Służba Więzienna*. Pozyskano z <https://www.sw.gov.pl> (dostęp 26.08.2021).
- Stasiak, A. (2010). Cele i zadania turystyki społecznej – kilka uwag o istocie zjawiska. W: A. Stasiak (red.), *Turystyka społeczna w regionie łódzkim*. Łódź: Wydawnictwo WSTH.
- Śląski pakiet dla turystyki. [b.d.] *Samorząd Województwa Śląskiego*. Pozyskano z <https://dlaturystyki.slaskie.pl/> (dostęp 15.09.2021).
- Turystyka na emeryturze: za 10 lat seniorzy będą podróżować dwa razy częściej. (2016, 17 sierpnia). Pozyskano z http://www.ryneksejora.pl/polityka_senioralna/104/turystyka_na_emeryturze_za_10_lat_seniorzy_beda_podrozowac_dwa_razy_czesciej,6463.html. (dostęp 15.09.2021).
- Turystyka. (2021, maj). Pozyskano z <http://www.europarl.europa.eu/factsheets/pl/sheet/126/tourism> (dostęp 15.09.2021).
- Uniwersytet Trzeciego Wieku Akademii Wychowania Fizycznego i Sportu w Gdańsku*. Pozyskano z www.utw.awfis.net. (dostęp 26.08.2021)
- Urry, J. (2007). *Spojrzenie turysty*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Ustawa z dnia 24 listopada 2017 r. o imprezach turystycznych i powiązanych usługach turystycznych. Dz.U. z 2017 r. poz. 2361 ze zm.
- Wielkopolska bez barier*. [b.d.]. Pozyskano z <http://www.wielkopolska.bezbarier.info.pl/> (dostęp 26.08.2021).
- Winiarski, R. (2011). *Rekreacja i czas wolny*. *Studia humanistyczne*. Warszawa: Oficyna Wydawnicza ŁÓŚGRAF.
- Wyjazd na kolonie 2019. (2019, 16 czerwca). Pozyskano z <http://ops.staszow.pl/wyjazd-na-kolonie-2019.html> (dostęp 15.09.2021).

- Wypoczynek letni dzieci i młodzieży 2021 r. (2021, 23 czerwca). *Miejsko-Gminny Ośrodek Pomocy Społecznej w Sianowie*. Pozyskano z <https://www.mgops.sianow.pl/wypoczynek-letni-dzieci-i-mlodziezy-2021r/> (dostęp 26.08.2021).
- Wypoczynek letni dzieci i młodzieży. (2016, 14 września). Pozyskano z <http://sulecin.naszops.pl/aktualnosci-1/n,wypoczynek-letni-dzieci-i-mlodziezy> (dostęp 15.09.2021).
- Wysocki, M. (2015). *Przestrzeń Publiczna Przyjazna Seniorom*. Warszawa: Biuro Rzecznika Praw Obywatelskich.
- Zielińska-Szczepkowska, J., Żróbek-Różańska, A. (2014). Aktywność władz samorządowych w obliczu zmian demograficznych kształtujących sektor turystyczny. Przykład województwa warmińsko-mazurskiego. *Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego. Studia i Prace Wydziału Nauk Ekonomicznych Zarządzania*, 3(37), 315–323.

Dariusz Jacek Olszewski-Strzyżowski, dr hab., prof., Akademia Wychowania Fizycznego i Sportu w Gdańsku, Wydział Kultury Fizycznej, Katedra Wychowania Fizycznego i Nauk Społecznych, Zakład Zarządzania i Marketingu. Zainteresowania naukowe autora skupiają się m.in. na zjawiskach wykluczeń społecznych w turystyce oraz w sporcie.

Dariusz Jacek Olszewski-Strzyżowski, habilitated doctor, professor of the Gdansk University of Physical Education and Sport, Department of Physical Education and Social Sciences, Department of Management and Marketing. The author's research interests focus, among others, on the phenomena of social exclusion in tourism and sport.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7179-2808>

Adres/address:

Akademia Wychowania Fizycznego i Sportu w Gdańsku
ul. Kazimierza Górskiego 1
80-336 Gdańsk
e-mail: dariusz.olszewski@awf.gda.pl

ANNA KOLASIŃSKA

Uniwersytet Pedagogiczny w Krakowie, Polska
Pedagogical University of Krakow, Poland

JOANNA SPOREK

Uniwersytet Pedagogiczny w Krakowie, Polska
Pedagogical University of Krakow, Poland

Preferencje turystyczne seniorów – słuchaczy krakowskich uniwersytetów trzeciego wieku

Tourist preferences of seniors – participants of Krakow Universities of the Third Age

Streszczenie: Postępujący proces starzenia się społeczeństw obserwowany jest na całym świecie, a turystyka jest jednym ze sposobów na aktywizację osób w wieku senioralnym. Celem niniejszej pracy jest określenie głównych preferencji seniorów w zakresie różnych aspektów związanych z podejmowaniem aktywności turystycznej. Istotną częścią pracy było także wskazanie barier, które ograniczają seniorów w podróżowaniu. W pracy zastosowano badania ankietowe przeprowadzone na grupie seniorów zrzeszonych w wybranych uniwersytetach trzeciego wieku (dalej UTW) w Krakowie. Na podstawie badań stwierdzono, że słuchacze UTW należą do grupy aktywnych turystycznie seniorów odbywających zazwyczaj podróże krajowe w celach turystyczno-wypoczynkowych. Ponadto seniorzy decydują się na wypoczynek poza sezonem, a jako główną barierę wojaży wskazali ograniczone możliwości finansowe. Zaprezentowane w pracy wyniki badań mogą okazać się przydatne dla branży turystyczno-hotelarskiej, która powinna docenić potencjał turystyki senioralnej zwłaszcza w kontekście funkcjonowania ośrodków turystycznych poza głównym sezonem wakacyjnym.

Abstract: The progressive aging process of societies is observed worldwide and tourism is one of the ways to activate elder people. The aim of this study is to identify the main preferences of seniors in various aspects related to tourism activities, as well as barriers that might limit or even prevent them from travelling. The study was based on a questionnaire survey carried out on a group of seniors associated in selected universities of the third age in Krakow. Based on the research, it was found that the participants of the study belong to a group of active seniors who usually travel domestically for tourism and leisure purposes. In addition, they prefer off-season holidays, and indicate financial limitations as the main barrier. The findings presented in this study may prove useful for the tourism and hotel industry, which should appreciate the potential of senior tourism especially in the context of the operation of tourist resorts out of the main holiday season.

Słowa kluczowe: podróże seniorów; senior; turystyka seniorów; uniwersytet trzeciego wieku
Keywords: senior travel; senior; senior tourism; university of the third age

Otrzymano: 28 czerwca 2021

Received: 28 June 2021

Zaakceptowano: 17 lipca 2021

Accepted: 17 July 2021

Sugerowana cytacja / Suggested citation:

Kolasińska, A., Sporek, J. (2021). Preferencje turystyczne seniorów – słuchaczy krakowskich uniwersytetów trzeciego wieku. *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego*, 35(3), 295–306. doi: <https://doi.org/10.24917/20801653.353.18>

WSTĘP

Od kilkunastu lat obserwuje się na świecie postępujący proces starzenia się społeczeństw. Szacuje się, że w 2050 roku populacja osób w wieku powyżej 60 lat osiągnie 2,1 biliona ludzi (United Nations..., 2019) i choć społeczeństwa poszczególnych regionów świata starzeją się w różnym stopniu, to widać, że proces ten szczególnie postępuje w krajach europejskich, w których osoby starsze (powyżej 65 r. życia) stanowią 19,7% całej populacji (EuroStat, 2019). Słowo „senior” pochodzi od łacińskiego słowa *senex*, i oznacza „stary”, przy czym granica wieku senioralnego nie jest na świecie traktowana w taki sam sposób i zazwyczaj waha się pomiędzy 55 a 65 rokiem życia. W Polsce zgodnie z Ustawą z 11 września 2015 roku o osobach starszych (Dz.U. 2015, poz. 1705) osoba starsza to taka, która ukończyła 60 lat. Dotychczasowy stereotyp seniora jako osoby biednej, schorowanej i zainteresowanej zaspokajaniem podstawowych potrzeb ulega w Polsce wyraźnej zmianie (Byłok, 2013), a polscy seniorzy coraz częściej, wzorem amerykańskich i zachodnioeuropejskich rówieśników, zainteresowani są życiem kulturalnym, aktywnością rekreacyjną czy turystyką (Bombol, Słaby, 2011; Bondos, 2013; Byłok, 2011; Kociszewski, 2017a; Motylewski i in., 2011). Ponadto aktywność seniorów wpływa na poziom dłuższej ich samodzielności a w konsekwencji obniża koszty opieki zdrowotnej i socjalnej. Jednym ze sposobów aktywnego starzenia się jest podejmowanie aktywności turystycznej (Gu i in., 2016; Otoo, Kim, Choi, 2020). Przewiduje się, że w wyniku obserwowanej eksplozji demograficznej turystyka seniorów stanie się ewoluującym segmentem rynku (Patterson, Balderas, 2020). Już w 2015 roku 48,8% obywateli powyżej 65 roku życia pochodzących z krajów Unii Europejskiej przyznało, że podejmuje podróże (Tourism trips of Europeans, 2018). Aby umożliwić szeroki dostęp do różnorodnych form spędzania czasu wolnego dla osób starszych w wielu krajach powstają organizacje mające na celu wspieranie idei aktywnego starzenia się. Należą do nich m.in. uniwersytety trzeciego wieku (UTW). Poprzez swoją działalność i bogatą ofertę umożliwiają osobom starszym rozwój intelektualny, aktywność fizyczną, a przynależność do nich wiąże się także z nawiązywaniem i rozwojem kontaktów towarzyskich. W ramach prowadzonej działalności UTW organizują także podróże turystyczne krajowe i zagraniczne. Słuchacze polskich UTW uważani są za najbardziej aktywnych seniorów wśród osób powyżej 60 roku życia (Głabiński, 2018; Śniadek, Górka, 2016), a kształcący się seniorzy to zdaniem Borczyk (2009) polski fenomen XXI wieku. Wśród licznych badań nad turystyką seniorów (Borges Tiago i in., 2016; Hsu, Kang, 2009; Kociszewski, 2021; Lehto i in., 2008) kilka dotyczy preferencji turystycznych (Agrusa, Kim, 2008; Moschis, Unal, 2008; Spasojević, Božić, 2016) i związanych z nimi motywacji. Przedmiotem zainteresowania badaczy stają się także słuchacze UTW w kontekście podejmowanej przez nich aktywności turystycznej (Śniadek, Górka, 2016; Zawadka, 2016). Seniorzy uniwersytetów trzeciego wieku stanowią wyjątkowy segment dla rynku turystycznego, ponieważ już sam udział w zajęciach uniwersyteckich świadczy o tym, że są to osoby żywo zainteresowane różnego rodzaju aktywnościami. Jak podkreśla Otoo i in. (2020) bez analizy charakterystyki seniorów według

segmentów, dostawcy usług turystycznych nie są w stanie przygotować programów turystycznych zgodnych z preferencjami osób starszych. Zasadniczym celem prowadzonych badań była ocena preferencji turystycznych seniorów zrzeszonych w uniwersytetach trzeciego wieku na przykładzie Krakowa. W pracy postawiono następujące pytania badawcze: 1. Jakie preferencje w zakresie organizacji podróży przejawiają seniorzy? 2. Jakie aktywności podejmują seniorzy podczas wyjazdów turystycznych? 3. Na jakie bariery w podejmowaniu aktywności turystycznej wskazują seniorzy?

UNIwersytety TRZECIEGO WIEKU

Na problem związany z aktywizacją i kształceniem osób starszych jako pierwszy w Europie zwrócił uwagę prof. Pierre Vellas z uniwersytetu w Tuluzie. W 1972 roku otworzył w tym mieście letnią szkołę dla emerytów, która osiągnęła wielki sukces wśród seniorów. Rosnąca popularność szkoły skłoniła Vellasa do powołania w 1973 roku pierwszego uniwersytetu trzeciego wieku przeznaczonego dla wszystkich osób, które osiągnęły wiek emerytalny (Śniadek, Górka, 2016). Kolejne UTW powstawały m.in. w Szwajcarii, Polsce, Belgii i we Włoszech.

W Polsce pierwszy UTW założono w Warszawie w 1975 roku (Hrapkiewicz, 2009). Prekursorką tego typu nauczania seniorów była prof. Halina Szwarz. Ogromne zainteresowanie seniorów tą formą aktywności sprawiło, że liczba uniwersytetów systematycznie rośnie, zwłaszcza od początku XXI wieku, a w roku 2018 wyniosła 640 placówek (GUS, 2019). Są one prowadzone głównie w formie stowarzyszeń (56%), jako jednostki działające przy uczelniach wyższych (22%), a także jako formy działalności domów kultury (blisko 18%). W Polsce UTW funkcjonują w oparciu o model francuski, który zakłada współpracę z ośrodkami akademickimi poprzez aktywność w zakresie dydaktyki. Zajęcia, na jakie uczęszczać mogą seniorzy, obejmują nie tylko wykłady czy seminaria, ale także warsztaty, zajęcia ruchowe, wycieczki, a nawet kursy zawodowe. W 2018 roku na UTW w Polsce studiowało łącznie 113,2 tys. słuchaczy, w tym 95,4 tys. kobiet. Większość (ok. 88%) z nich było emerytami (GUS, 2019).

TURYSTYKA SENIORÓW

Rosnące zainteresowanie turystyką seniorów jest obserwowane od początku XXI wieku (Jang i in., 2009), wcześniej uwaga osób odpowiedzialnych za kreowanie produktów turystycznych była w dużej mierze skupiona na młodszych konsumentach, przy jednoczesnej ignorancji starszych uczestników ruchu turystycznego (Szmigin, Carrigan, 2001). Tymczasem jak pokazują badania (Horneman i in., 2002; Moschis, Unal, 2008), seniorzy nie tworzą jednolitego segmentu rynku, co ma istotne znaczenie w rozwoju produktów turystycznych skierowanych do tej grupy konsumentów. Borges Tiago i in. (2016); Dattilo i in. (2015); Kazemina, Del Chiappa, Jafari, (2015) dowodzą, że seniorzy różnią się m.in. preferencjami i motywacjami w zakresie podróży. Patterson i Balderas (2020) zauważyli, że jednym z rezultatów różnorodności i zróżnicowania rynku seniorów jest to, że wymagają oni rozmaitych form podróżowania dostosowanych do swoich potrzeb. Można przypuszczać, że zapotrzebowanie na turystykę w tej grupie konsumentów będzie stale rosło, ponieważ jest ona traktowana jako ważny aspekt życia seniorów, który został uznany za poprawiający samopoczucie psychiczne i fizyczne (Kendig, Browning, 2016) a doświadczenia związane z podróżowaniem prowadzą do większej satysfakcji

z życia (Kim, Woo, Uysal, 2015). Ponadto cechy rynku turystycznego seniorów wskazywane w literaturze (Gu i in., 2016; Śniadek, 2006) takie jak: dynamika wzrostu, duży budżet czasu wolnego i zainteresowanie seniorów turystyką poza głównym sezonem sprawiają, że rynek ten ma ogromne znaczenie dla branży turystycznej. Tym bardziej kluczowa wydaje się znajomość preferencji seniorów zwłaszcza dla dostawców usług turystycznych.

METODYKA PROWADZONYCH BADAŃ

W prezentowanych badaniach wykorzystano metodę badań sondażowych, z zastosowaniem autorskiego kwestionariusza ankiety. Badania zostały przeprowadzone w styczniu 2020 roku wśród słuchaczy trzech krakowskich uniwersytetów trzeciego wieku (UTW Uniwersytetu Jagiellońskiego, UTW Uniwersytetu Jana Pawła II, UTW Politechniki Krakowskiej) w trakcie zajęć odbywających się w budynkach uniwersyteckich. Ankiety w formie papierowej były rozdawane uczestnikom do samodzielnego wypełnienia, a badacz był obecny w trakcie procedury zbierania danych. W badaniach zastosowano kwestionariusz ankiety składający się z dwóch zasadniczych części. W pierwszej części znalazło się 6 pytań dotyczących profilu socjologiczno-demograficznego respondentów. Druga część kwestionariusza obejmowała 16 pytań dotyczących zachowań turystycznych respondentów (m.in. częstotliwości wyjazdów, celu podejmowanych podróży, wydatków przeznaczonych na podróż, barier w podejmowaniu aktywności turystycznej, a także preferencji w zakresie środka transportu i zakwaterowania). W pytaniach dotyczących: aktywności podejmowanych w czasie wyjazdów, barier ograniczających wyjazdy, czynników decydujących o wyborze oferty turystycznej, a także preferowanych miejsc docelowych ankietowani byli proszeni o podanie maksymalnie trzech odpowiedzi. W pozostałych pytaniach wymagane było jedno wskazanie. Druga część kwestionariusza została opracowana w oparciu o przegląd literatury dotyczącej turystyki seniorów (Jang i in., 2009; Spasojević, Božić, 2016; Zawadka, 2016).

WYNIKI

W badaniach wzięło udział 212 respondentów, co stanowiło około 17% aktywnych słuchaczy badanych uniwersytetów trzeciego wieku. 86% badanych stanowiły kobiety, a 14% mężczyźni. Większość ankietowanych (88%) była w wieku pomiędzy 61 a 75 rokiem życia, przebywała na emeryturze (93%) oraz zadeklarowała wyższe wykształcenie (68%). Szczegółową charakterystykę przedstawiono w tabeli 1. Do podróżowania przyznało się aż 95% respondentów i ich odpowiedzi zostały poddane dalszej analizie.

Tabela 1. Charakterystyka socjologiczno-demograficzna respondentów

Płeć		Miejsce zamieszkania	
kobiety	86%	miasto	95%
mężczyźni	14%	wieś	5%
Wiek		Status	
do 60 lat	4%	emerytura	93%
61-75 lat	88%	renta	2%
powyżej 75 lat	8%	inne	5%

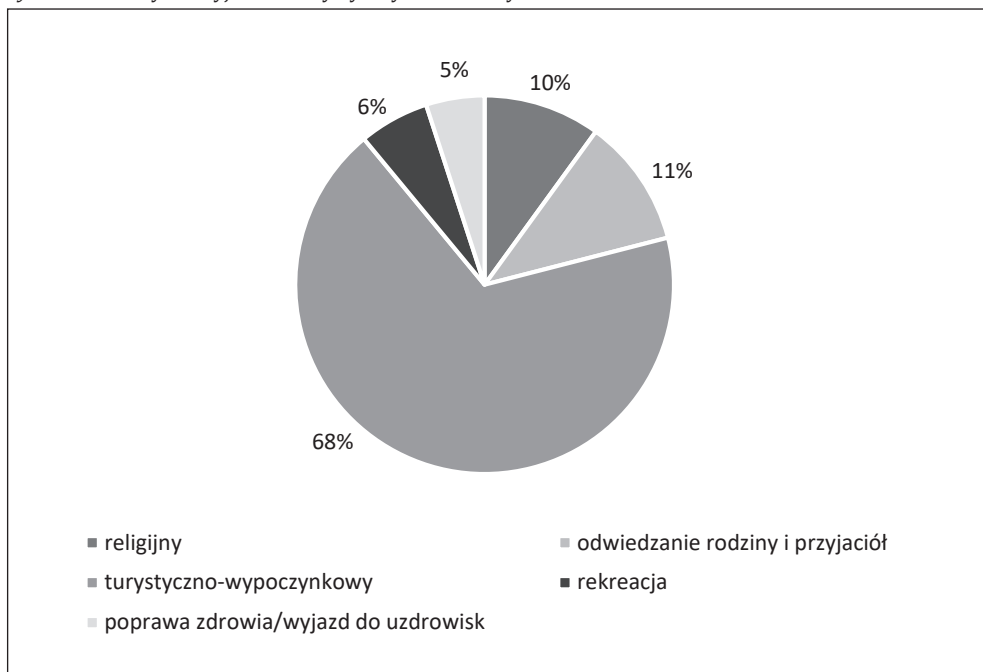
Stan cywilny		Wykształcenie	
zamężna/zonaty	53%	podstawowe	0%
wdowa/wdowiec	22%	zawodowe	2%
panna/kawaler	15%	średnie	30%
rozwidziona/rozwidziony	10%	wyższe	68%

Źródło: opracowanie własne

Aż 67% badanych zadeklarowało, że w ciągu roku odbywa od 1 do 3 wyjazdów, przy czym aż 69% ankietowanych deklaruje wyjazdy krajowe. Zdecydowanie najwięcej osób decyduje się na wyjazd w celu turystyczno-wypoczynkowym (68%) (rycyna 1). Znacznie mniej osób jako główny cel podało odwiedzanie rodziny i przyjaciół (11%) oraz pobudki religijne (10%), cel zdrowotny zadeklarowało zaledwie 5% respondentów. Do obszarów najczęściej wybieranych przez seniorów jako miejsce podróży należą: obszary nadmorskie (71%) oraz góry (64%), a stosunkowo rzadko wieś (18%) i obszary położone nad jeziorami (17%).

Określając preferencje w zakresie organizacji wyjazdu (tabela 2) należy stwierdzić, że seniorzy w podobnym stopniu wybierają podróże organizowane samodzielnie (33%) i przez biura podróży (32%). Podobnie wygląda sytuacja w wyborze środka transportu, do najczęściej używanych należy samochód (36%) i autokar (36%). Słuchacze UTW jako towarzystwo w podróży preferują rodzinę (30%) a wybierają niski sezon turystyczny (maj-wrzesień) (60%). Większość (30%) decyduje się na usługi noclegowe oferowane przez hotele niższej klasy, deklarując wydatki na jeden wyjazd w kwocie do 1000 zł.

Rycina 1. Główny cel wyjazdów turystycznych słuchaczy UTW



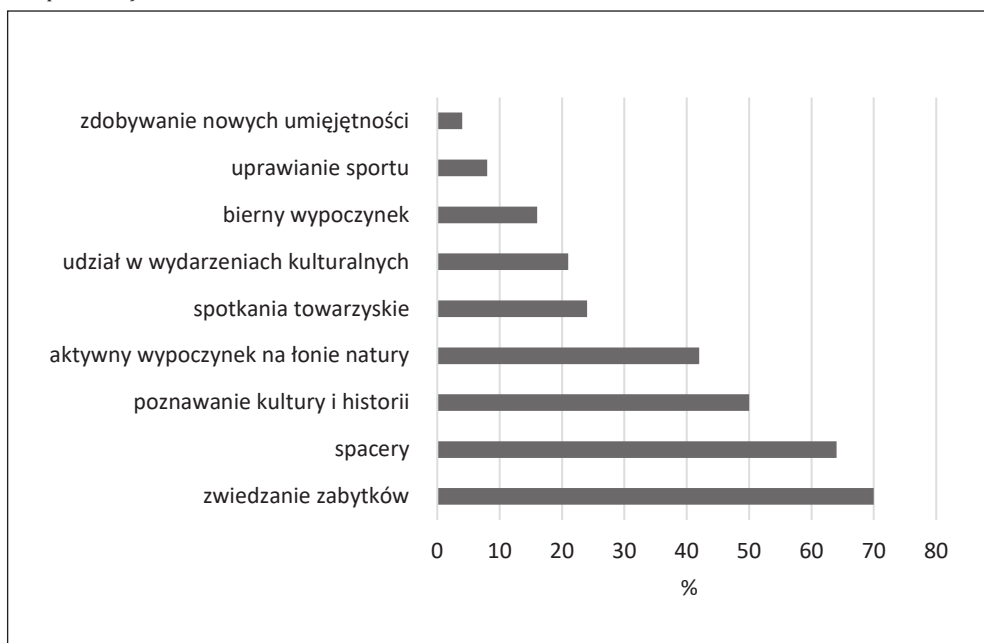
Źródło: opracowanie własne

Tabela 2. Preferencje seniorów w zakresie organizacji wyjazdów turystycznych

Środek transportu		Średnie wydatki na 1 wyjazd	
samochód	36%	do 1000 zł	40%
autokar	36%	100–1999 zł	31%
samolot	19%	2000–2999 zł	18%
pociąg	9%	powyżej 2999 zł	11%
Sposób organizacji wyjazdów		Towarzystwo w podróży	
samodzielnie	33%	rodzina	30%
biuro podróży	32%	grupa zorganizowana	26%
UTW	14%	partner	18%
rodzina, znajomi	12%	przyjaciele	15%
organizacje kościelne	5%	samotnie	11%
inne	4%		
Termin wyjazdu		Zakwaterowanie	
niski sezon (maj, wrzesień)	60%	hotele 1–3*	30%
sezon letni (czerwiec, lipiec, sierpień)	27%	hotele 4–5*	20%
poza sezonem (marzec, kwiecień, październik, listopad)	11%	pensjonaty	19%
sezon zimowy (grudzień, styczeń, luty)	2%	pokoje gościnne	17%
		apartamenty	9%
		gospodarstwa agroturystyczne	5%

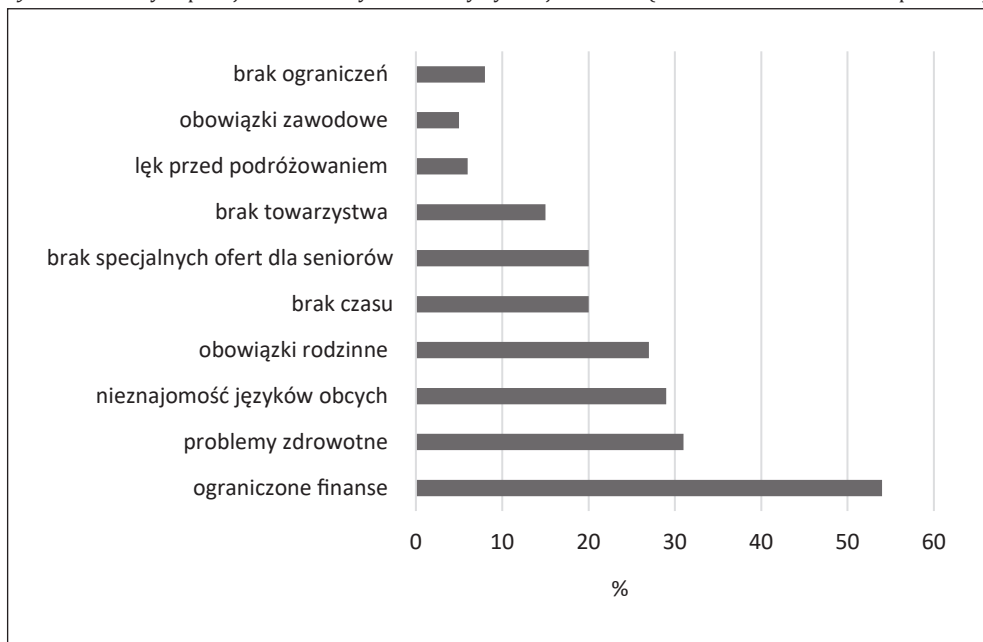
Źródło: opracowanie własne

Rycina 2. Aktywności podejmowane przez seniorów podczas wyjazdów turystycznych (możliwość wskazania 3 odpowiedzi)



Źródło: opracowanie własne

Rycina 3. Bariery w podejmowaniu aktywności turystycznej seniorów (możliwość wskazania 3 odpowiedzi)



Źródło: opracowanie własne

Analizując aktywności podejmowane przez seniorów podczas wyjazdów należy stwierdzić, że najchętniej zwiedzają oni zabytki (70%) oraz spacerują (64%). Starsze osoby wybierają także aktywności związane z poznawaniem kultury i historii (50%). Aktywny wypoczynek na łonie natury jest aktywnością lubianą przez 42% seniorów. Nieco mniej ankietowanych decyduje się na bierny wypoczynek na plaży (16%). Najmniej liczne grupy seniorów decydują się na uprawianie sportu (8%) oraz zdobywanie nowych umiejętności (4%) (rycina 2).

Ważną częścią badań było także określenie barier, które mogą ograniczać aktywność turystyczną seniorów (rycina 3). Ponad połowa respondentów za najważniejszą przeszkodę wskazała ograniczenia finansowe (54%). Problemy zdrowotne stanowią barierę dla 31% respondentów, a nieznajomość języków obcych dla 29%. Najmniej istotnymi przeszkodami okazał się lęk przed podróżowaniem (6%) oraz obowiązki zawodowe (5%) – dla osób, które wciąż są aktywne zawodowo. Zaledwie 8% respondentów wskazało, że nie ma żadnych ograniczeń w podejmowaniu aktywności turystycznej.

DYSKUSJA

Głównym celem przedstawionych badań było określenie preferencji w zakresie podróżowania wśród polskich seniorów – słuchaczy UTW. Osoby te wyróżniają się ogólną aktywnością na tle polskich seniorów, dlatego też wyników tych nie należy odnosić do ogółu populacji osób starszych. Seniorzy aktywnie uczestniczący w zajęciach uniwersytetów trzeciego wieku stanowią zaledwie 1% populacji osób powyżej 61 roku życia (GUS, 2021).

Ankietowani najczęściej wyjeżdżają w celach turystyczno-wypoczynkowych a zdecydowana większość wybiera wyjazdy krajowe, podobnie jak inni europejscy seniorzy, którzy również najczęściej decydują się na podróże po własnym kraju (Alén, Losada, Domínguez, 2016; Borges Tiago i in., 2016), chociaż trend taki spotykany jest także poza Europą (Lee, Tideswell, 2005). W przypadku turystyki krajowej seniorzy nie muszą obawiać się trudności w komunikacji, które mogą się pojawić za granicą. Jak się okazuje, brak znajomości języków obcych wśród słuchaczy UTW stanowi jedną z barier podejmowania aktywności turystycznej, na co zwróciły uwagę również Dubińska (2015) i Górna (2015). Ponadto preferencje w zakresie wyjazdów krajowych podyktowane są zapewne mniejszymi kosztami wyjazdów niż w przypadku podróży zagranicznych. Ograniczone możliwości finansowe są dla polskich seniorów ważną barierą w podejmowaniu podróży. Na taką sytuację wskazywali także inni polscy badacze (Bielecka, Parzonko, 2016; Dubińska, 2015). Podobne ograniczenia mają także seniorzy w Serbii (Spasojević, Božić, 2016). Do istotnych przeszkód wskazywanych przez respondentów, należały także problemy zdrowotne, na co zwrócili uwagę także Alén, Losada, Domínguez (2016). Zastanawiające może wydawać się, że zdrowotny cel wyjazdów był bardzo rzadko wskazywany przez respondentów (5%), natomiast zarówno w badaniach nad turystyką seniorów prowadzonych przez Borges Tiago i in. (2016), jak i Spasojević i Božić (2016) poprawa zdrowia jako cel wyjazdu była znacznie częściej wskazywana przez seniorów.

Wśród aktywności podejmowanych podczas wyjazdu turystycznego polscy seniorzy najczęściej wymieniają zwiedzanie zabytków i spacery. Na popularność tych ostatnich zwrócił także uwagę Batra (2009) badając aktywność turystów seniorów odwiedzających Tajlandię. Podobne preferencje osób starszych zauważyła Górna (2015), która wspomniała także o aspektach zdrowotnych spacerów oraz o ich pozytywnym wpływie na ludzki organizm. Zwiedzanie miejsc o znaczeniu historycznym jest także popularne wśród hiszpańskich seniorów (Alén, Losada, Domínguez, 2016). Śledząc natomiast wyniki badań w zakresie turystyki seniorów z różnych części świata można zaobserwować nieco odmienne sposoby spędzania czasu podczas wyjazdów turystycznych. Chen i Shoemaker (2014) zwrócili uwagę, że amerykańscy seniorzy preferują zakupy, czy wizyty w kasynie, Serbowie preferują aktywności na łonie natury oraz zabiegi spa (Spasojević, Božić, 2016). Australijscy seniorzy najchętniej zwiedzają obszary o naturalnym lub wiejskim, a także historycznym charakterze (Horneman i in., 2002). Rozpatrując obecność towarzyszy w podejmowaniu podróży należy stwierdzić, że Polacy preferują wyjazdy z rodziną lub z grupą zorganizowaną, podobnie hiszpańscy seniorzy najchętniej wyjeżdżają w towarzystwie rodziny i przyjaciół (Alén, Losada, Domínguez, 2016) a w towarzystwie partnera obywatele Stanów Zjednoczonych i Kanady (Otoo, Kim, Choi i in., 2020). O istocie bliskich relacji seniorów z rodziną pisała Borowik (2015), która w swoich badaniach wykazała, że rodzina jest dla osób starszych jedną z najważniejszych wartości. Wspominała także o konieczności międzypokoleniowej wymiany doświadczeń. Dobrym rozwiązaniem dla osób starszych, które lubią spędzać czas ze swoimi najbliższymi, są wakacje z wnukami, dla których dziadkowie są źródłem mądrości życiowej (Pieńkos, 2016). Niezwykle ważną kwestią w turystyce seniorów są ich preferencje w zakresie zakwaterowania. Krakowscy seniorzy wybierali najczęściej hotele, podobnie jak hiszpańscy (Alén, Losada, Domínguez, 2016) i szwajcarscy (Boksberger, Laesser, 2009). W przypadku polskich badań rozpatrywane były jeszcze kategorie hoteli, a rozróżnienia tego nie było w porównywanych sondażach.

Polscy seniorzy na podobnym poziomie (ok. 30%) jak hiszpańscy korzystają przy organizacji wyjazdów z usług biur podróży (Alén i in., 2016). W zakresie środka transportu używanego podczas podróży seniorzy tak samo często wybierają samochód osobowy, jak i autokar, co zapewne ma związek z dużym zainteresowaniem polskich seniorów podróżami w grupach zorganizowanych. W badaniach Boksberger i Laesser (2009) respondenci również wskazywali na samochód osobowy jako najchętniej wybierany w czasie podróży, ale przy zdecydowanie mniejszym zainteresowaniu autokarem. Warto wreszcie zauważyć, że zdecydowana większość badanych seniorów wybiera na czas podróży miesiące poza głównym sezonem wakacyjnym, co może być ważnym komunikatem dla organizatorów turystyki. Taką samą prawidłowość dostrzegli Alén, Losada, Domínguez (2016) oraz Oliveira, Brochado, Correia (2018). W tych miesiącach seniorzy chętnie podejmują wyjazdy, ponieważ miejsca turystyczne są mniej zatłoczone a oferują swoje usługi i atrakcje. Podróżowanie w niskim sezonie może przynieść też pewne korzyści finansowe, ponieważ z części ofert można skorzystać w promocyjnych cenach. Dzięki podróżom poza głównym sezonem wakacyjnym, seniorzy mogą przyczynić się do minimalizowania sezonowości w branży turystycznej (Głąbiński, 2019). Profilowanie przez organizatorów turystyki oferty dla seniorów z uwzględnieniem ich preferencji może stać się ponadto elementem przewagi konkurencyjnej, na co w swoich badaniach zwrócił uwagę Kociszewski (2017b).

PODSUMOWANIE

Grupa tworzona przez seniorów słuchaczy UTW cechuje się różnorodnością i trudno w jej obrębie wyznaczyć cechy charakterystyczne dla wszystkich jej członków. Nie ma żadnej ściśle wyznaczonej granicy wieku, po której przekroczeniu człowiek nagle zmienia swoje przyzwyczajenia, osobowość i mentalność, aby można było go zaklasyfikować do ogólnie przyjętego wizerunku seniora. Grupa ta, choć wyróżnia się wyższym wykształceniem, miejscem zamieszkania (miasto) i płcią (większość kobiet) jest zróżnicowana pod względem różnych aspektów związanych z podejmowaniem aktywności turystycznej. Grupa seniorów słuchaczy UTW, staje się segmentem o dużym potencjale turystycznym, cechuje ją bowiem dużo większa aktywność turystyczna niż grupę wszystkich seniorów w Polsce. Dlatego też, istotne wydaje się, aby preferencje seniorów dotyczące zakwaterowania, współtowarzyszy podróży, środka transportu czy też głównego celu wyjazdu były brane pod uwagę przez organizatorów turystyki. Niemniej ważne pozostaje niwelowanie barier, zwłaszcza tych finansowych. Tylko takie podejście sprawi, że podróż dla seniorów będzie się wiązać z satysfakcją i przyjemnością, a dla branży stanie się ważnym segmentem konsumentów, zwłaszcza w kontekście problemu sezonowości turystyki.

Literatura

References

- Agrusa, J., Kim, S.S. (2008). Understanding preferences and characteristics of Japanese tourists to Hawaii. *Tourism Analysis*, 13(5–6), 485–497. doi: <https://doi.org/10.3727/108354208788160487>.
- Alén, E., Losada, N., Domínguez, T. (2016). The Impact of Ageing on the Tourism Industry. An Approach to the Senior Tourist Profile. *Social Indicators Research*, 127(1), 303–322. doi: <https://doi.org/10.1007/s11205-015-0966-x>.

- Batra, A. (2009). Senior pleasure tourists. Examination of their demography, travel experience, and travel behavior upon visiting the Bangkok metropolis. *International Journal of Hospitality and Tourism Administration*, 10(3), 197–212. doi: <https://doi.org/10.1080/15256480903088105>.
- Bielecka, K., Parzonko, A.J. (2016). Preferencje osób starszych uczestniczących w wyjazdach turystycznych. *Journal of Tourism and Regional Development*, 6, 5–12.
- Boksberger, P.E., Laesser, C. (2009). Segmentation of the senior travel market by the means of travel motivations. *Journal of Vacation Marketing*, 15(4), 311–322. doi: <https://doi.org/10.1177/1356766709335829>.
- Bombol, M., Słaby, T. (2011). *Konsument 55+ wyzwaniem dla rynku*. Warszawa: Oficyna Wydawnicza SGH.
- Bondos, I. (2013). Dlaczego seniorzy stanowią wyzwanie dla marketingu? *Marketing i Rynek*, 3(8), 31–36.
- Borczyk, W. (2009). Edukacja osób starszych. Rola i znaczenie Uniwersytetów Trzeciego Wieku. *Małopolskie Studia Regionalne*, 2(17), 31–37.
- Borges Tiago, M.T.P.M., Couto, J.P. de A., Tiago, F.G.B., Dias Faria, S.M.C. (2016). Baby boomers turning grey. European profiles. *Tourism Management*, 54, 13–22. doi: <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2015.10.017>.
- Borowik, J. (2015). Znaczenie relacji rodzinnych w życiu osób starszych. W: I. Taranowicz, S. Grotowska (red.), *Rodzina wobec wyzwań współczesności*. Wrocław: Oficyna Wydawnicza Arboretum, 139–150.
- Bylok, F. (2011). Strategie zachowań konsumpcyjnych seniorów na rynku dóbr i usług konsumpcyjnych. *Problemy Zarządzania*, 11(1), 124–142.
- Bylok, F. (2013). Zachowania konsumpcyjne seniorów na rynku dóbr i usług. *Acta Universitatis Lodzianis. Folia Oeconomica*, 139–151.
- Chen, S. C., Shoemaker, S. (2014). Age and cohort effects. The American senior tourism market. *Annals of Tourism Research*, 48, 58–75. doi: <https://doi.org/10.1016/j.annals.2014.05.007>.
- Dattilo, J., Lorek, A. e, Mogle, J., Sliwinski, M., Freed, S., Frysinger, M., Schuckers, S. (2015). Perceptions of Leisure by Older Adults Who Attend Senior Centers. *Leisure Sciences*, 37(4), 373–390. doi: <https://doi.org/10.1080/01490400.2015.1016563>.
- Dubińska, A. (2015). Aktywność fizyczna i turystyczna wśród uczestników Uniwersytetów Trzeciego Wieku na przykładzie Krakowa. *Przedsiębiorczość–Edukacja*, 11, 351–361. doi: <https://doi.org/10.24917/20833296.11.27>.
- EuroStat. (2019). *Ageing Europe. Looking at the lives of older people in the EU. 2019 edition. Publications Office of the European Union*. Pozyskano z <https://ec.europa.eu/eurostat/web/products-statistical-books/-/KS-02-19-681>
- Głąbiński, Z. (2018). Determinants of Senior Tourist Activity in Light of Contemporary Research. *Folia Turistica*, 46, 49–75. doi: <https://doi.org/10.5604/01.3001.0012.0846>.
- Głąbiński, Z. (2019). Stymulowanie aktywności turystycznej seniorów jako sposób łagodzenia zjawiska sezonowości na polskim wybrzeżu Bałtyku. W: A. Cedro (red.), *Polska Geografia Morza. Przyrodnicze i społeczno-ekonomiczne badania morza 76 i obszarów nadmorskich*. Szczecin: Wydział Nauk o Ziemi Uniwersytetu Szczecińskiego, 85–105.
- Górna, J. (2015). Preferences and tourist activity of Poles over the age 50 years. *Prace Naukowe Akademii im. Jana Długosza w Częstochowie. Kultura Fizyczna*, 14(1), 153–166. doi: <https://doi.org/10.16926/kf.2015.14.11>.
- Gu, D., Zhu, H., Brown, T., Hoenig, H., Zeng, Y. (2016). Tourism Experiences and Self-Rated Health among Older Adults in China. *Journal of Aging and Health*, 28(4), 675–703. doi: <https://doi.org/10.1177/0898264315609906>.
- GUS. (2019). *Uniwersytety trzeciego wieku w Polsce w 2018 r. Wiadomości sygnałne*. Pozyskano z stat.gov.pl/obszary-tematyczne/edukacja/edukacja/universytety-trzeciego-wieku-w-polsce-w-2018-r-,10,2.html
- GUS. (2021). *Sytuacja osób starszych w Polsce w 2019 r. Analizy statystyczne*. Warszawa; Białystok. Pozyskano z stat.gov.pl/obszary-tematyczne/osoby-starsze/osoby-starsze/sytuacja-osob-starszych-w-polsce-w-2019-roku,2,2.html
- Horneman, L., Carter, R.W., Wei, S., Ruys, H. (2002). Profiling the senior traveler. An Australian perspective. *Journal of Travel Research*, 41(1), 23–37. doi: <https://doi.org/10.1177/004728750204100104>

- Hrapkiewicz, H. (2009). Uniwersytety trzeciego wieku jako jedna z form kształcenia osób starszych. *Chowanna*, 2, 115–126.
- Hsu, C.H.C., Kang, S.K. (2009). Chinese Urban Mature Travelers' Motivation and Constraints by Decision Autonomy. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 26(7). doi: <https://doi.org/10.1080/10548400903284537>.
- Jang, S., Bai, B., Hu, C., Wu, C.M.E. (2009). Affect, travel motivation, and travel intention. A senior market. *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 33(1), 51–73. doi: <https://doi.org/10.1177/1096348008329666>.
- Kazemina, A., Del Chiappa, G., Jafari, J. (2015). Seniors' Travel Constraints and Their Coping Strategies. *Journal of Travel Research*, 54(1), 80–93. doi: <https://doi.org/10.1177/0047287513506290>.
- Kendig, H., Browning, C. (2016). Social research and actions on ageing well. W: H. Kendig, P. McDonald, J. Piggott (red.), *Population Ageing and Australia's Future*. Australia: ANU Press, 137–164. doi: <https://doi.org/10.22459/paaf.11.2016.07>.
- Kim, H., Woo, E., Uysal, M. (2015). Tourism experience and quality of life among elderly tourists. *Tourism Management*, 46, 465–476. doi: <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2014.08.002>.
- Kociszewski, P. (2017a). Kształtowanie oferty na rynku turystyki kulturowej przez organizatorów turystyki (na przykładzie turystów seniorów). *Turystyka Kulturowa*, 1, 80–105.
- Kociszewski, P. (2017b). Wybrane elementy potencjału konkurencyjności biur podróży na rynku turystyki seniorów w Polsce. *Studia Oeconomica Posnaniensia*, 5(4), 208–227. doi: <https://doi.org/10.18559/soep.2017.4.10>.
- Kociszewski, P. (2021). Aktywność turystyczna seniorów w kontekście odkrywania wartości dziedzictwa kulturowego. *Turystyka Kulturowa*, 1, 116–148.
- Lee, S. H., Tideswell, C. (2005). Understanding attitudes towards leisure travel and the constraints faced by senior Koreans. *Journal of Vacation Marketing*, 11(3), 249–263. doi: <https://doi.org/10.1177/1356766705055716>.
- Lehto, X.Y., Jang, S. (Shawn), Achana, F.T., O'Leary, J.T. (2008). Exploring tourism experience sought: A cohort comparison of Baby Boomers and the Silent Generation. *Journal of Vacation Marketing*, 14(3). doi: <https://doi.org/10.1177/1356766708090585>.
- Moschis, G., Unal, B. (2008). Travel and leisure services preferences and patronage motives of older consumers. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 24(4), 259–269. doi: <https://doi.org/10.1080/10548400802156711>.
- Motylewski, S., Pawlicka-Lisowska, A., Gątkiewicz, M., Poziomska-Piątkowska, E. (2011). Aktywność fizyczna studentek Uniwersytetu Trzeciego Wiek przy Uniwersytecie Medycznym w Łodzi. *Kwartalnik Ortopedyczny*, 37–43.
- Oliveira, C., Brochado, A., Correia, A. (2018). Seniors in international residential tourism. Looking for quality of life. *Anatolia*, 29(1), 11–23. doi: <https://doi.org/10.1080/13032917.2017.1358189>.
- Otoo, F. E., Kim, S., Choi, Y. (2020). Understanding senior tourists' preferences and characteristics based on their overseas travel motivation clusters. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 37(2), 246–257. doi: <https://doi.org/10.1080/10548408.2020.1740136>.
- Patterson, I., Balderas, A. (2020). Continuing and Emerging Trends of Senior Tourism. A Review of the Literature. *Journal of Population Ageing*, 13(3), 385–399. doi: <https://doi.org/10.1007/s12062-018-9228-4>.
- Pieńkos, M. (2016). Dziadkowie w wychowaniu wnuków na podstawie opinii osób młodych i starszych. *Forum Pedagogiczne*, 5(2), 279–289. doi: <https://doi.org/10.21697/fp.2015.2.10>.
- Śniadek, J. (2006). Age of Seniors – a Challenge for Tourism and Leisure Industry. *Studies in Physical Culture and Tourism*, 13, 103–105.
- Śniadek, J., Górka, J. (2016). Tourist Activity of University of the Third Age's Students on the Example of Selected Institutions in Wielkopolska (Greater Poland). *Ekonomiczne Problemy Turystyki*, 34, 107–118. doi: <https://doi.org/10.18276/ept.2016.2.34-09>.
- Spasojević, B., Božić, S. (2016). Senior tourists' preferences in the developing countries – measuring perceptions of Serbian potential senior market. *European Journal of Tourism, Hospitality and Recreation*, 7(2), 74–83. doi: <https://doi.org/10.1515/ejthr-2016-0009>.
- Szmigin, I., Carrigan, M. (2001). Learning to love the older consumer. *Journal of Consumer Behaviour*, 1(1). doi: <https://doi.org/10.1002/cb.51>.

Tourism trips of Europeans (2018). Eurostat online publication providing recent statistics on tourism demand in the European Union (EU). The tourism trips made by EU residents. Pozyskano z https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Tourism_trips_of_Europeans

United Nations, Department of Economic and Social Affairs, Population Division. (2019). *World Population Prospects 2019. Highlights* (ST/ESA/SER.A/423). Pozyskano z <https://population.un.org/wpp/Publications/>

Zawadka, J. (2016). Characteristics of Tourist Activity of Seniors in Poland. *Ekonomiczne Problemy Turystyki*, 34, 119–129. doi: <https://doi.org/10.18276/ept.2016.2.34-10>.

Anna Kolasieńska, doktor, adiunkt, Uniwersytet Pedagogiczny w Krakowie, Instytut Geografii, Katedra Turystyki i Badań Regionalnych, przewodnik turystyczny. Zainteresowania naukowe obejmują zagadnienia związane z turystycznym użytkowaniem cennych obszarów przyrodniczych, w szczególności wpływu turystów na parki narodowe, a także zagadnienia związane z turystyką kulturową w Krakowie.

Anna Kolasieńska, PhD, assistant professor, Pedagogical University of Krakow, Institute of Geography, Department of Tourism and Regional Studies, tourist guide. Her research area includes the issues of the tourist use of valuable natural areas, in particular the impact of tourism on national parks, as well as issues related to cultural tourism in Krakow.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6990-0128>

Adres/address:

Uniwersytet Pedagogiczny w Krakowie
Instytut Geografii
Katedra Turystyki i Badań Regionalnych
ul. Podchorążych 2
30-084 Kraków, Polska
e-mail: anna.kolasinska@up.krakow.pl

Joanna Sporek, magister, absolwentka kierunku turystyka i rekreacja, Uniwersytet Pedagogiczny w Krakowie, Instytut Geografii, Katedra Turystyki i Badań Regionalnych. Jej zainteresowania badawcze koncentrują się wokół turystyki różnych grup wiekowych, a w szczególności turystyki seniorów.

Joanna Sporek, MA in tourism and recreation, Pedagogical University of Krakow, Institute of Geography, Department of Tourism and Regional Studies Her research area includes the issues related to tourism of different age groups, in particular tourism of seniors.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4514-6479>

Adres/address:

Uniwersytet Pedagogiczny w Krakowie
Instytut Geografii
Katedra Turystyki i Badań Regionalnych
ul. Podchorążych 2
30-084 Kraków, Polska
e-mail: jsporek@vp.pl

MARLENA BEDNARSKA

Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu, Polska
Poznań University of Economics and Business, Poland

PAWEŁ ŁUKA

Uniwersytet Rzeszowski, Polska
University of Rzeszów, Poland

Negatywne zachowania pracowników i klientów w procesie świadczenia usług turystycznych – studium sektora gastronomicznego

Negative behaviours of employees and customers in tourism service delivery – the case of the catering industry

Streszczenie: W procesie świadczenia usług turystycznych dochodzi do licznych i intensywne interakcji pomiędzy pracownikami a klientami. Jakość tych interakcji ma istotne znaczenie dla kształtowania doświadczeń usługowych i tym samym dla zdolności do budowania przez usługodawców przewagi na rynku. Celem artykułu jest zbadanie natężenia negatywnych zachowań pracowników i klientów w przedsiębiorstwach turystycznych oraz charakteru i siły zależności pomiędzy tymi zachowaniami. Celowi temu służyły badania ankietowe przeprowadzone wśród 108 osób z doświadczeniem zawodowym w jednej z branż współtworzących sektor turystyczny – branży gastronomicznej. Badania wykazały, że istnieje pozytywny umiarkowany związek pomiędzy antyspołecznymi zachowaniami przejawianymi przez pracowników i klientów, wymierzonymi w partnerów interakcji usługowych. Zidentyfikowane relacje podkreślają wagę działań podejmowanych przez przedsiębiorstwa turystyczne zmierzających do neutralizowania negatywnego wpływu niepożądanych zachowań klientów na zachowania pracowników i poziom wykonania zadań zawodowych.

Abstract: There are numerous and intense interactions between employees and customers in tourism service delivery. The quality of these interactions is of vital importance for service providers to create service experience and to achieve competitive advantage on the market. The purpose of the paper is to examine the intensity of the negative behaviours of employees and customers in tourism enterprises, as well as the nature and strength of the relationship between these behaviours. To achieve the goal, a survey was conducted among 108 people with professional experience in one of tourism industries – the catering industry. Research has shown that there is a positive moderate correlation between employee and customer antisocial behaviours directed at service interaction partners. The identified relationships emphasise the importance of actions to be taken by tourism entrepreneurs to neutralise the negative effects of undesirable customer behaviours on employee behaviours and job performance.

Słowa kluczowe: gastronomia; klienci; pracownicy; usługi turystyczne; zachowania negatywne

Keywords: catering industry; customers; employees; negative behaviours; tourism services

Otrzymano: 10 lipca 2021

Received: 10 July 2021

Zaakceptowano: 5 sierpnia 2021

Accepted: 5 August 2021

Sugerowana cytacja / Suggested citation:

Bednarska, M., Łuka, P. (2021). Negatywne zachowania pracowników i klientów w procesie świadczenia usług turystycznych – studium sektora gastronomicznego. *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego*, 35(3), 307–319, doi: <https://doi.org/10.24917/20801653.353.19>

WSTĘP

W gospodarce rynkowej, której istotą jest rywalizacja o korzyści pomiędzy uczestnikami życia gospodarczego, warunkiem egzystencji podmiotów gospodarczych w długim horyzoncie czasowym jest ich zdolność do konkurowania o akceptację oferowanych dóbr i usług. Fundamentem tej zdolności są zasoby, w strukturze których coraz większą rolę odgrywają zasoby pracy wraz z ucieleśnionym w nich kapitałem ludzkim. Rola wiedzy, umiejętności i innych właściwości psychofizycznych jednostek w kreowaniu wartości dla klienta jest nie do przecenienia w sektorze usług, a zwłaszcza w organizacjach charakteryzujących się wysokim poziomem interakcji pomiędzy usługodawcą a usługobiorcą, w których o jakości finalnego produktu nierzadko w nie mniejszym stopniu niż świadectwa materialne przesądzają elementy przebiegu procesu usługowego, a zwłaszcza postawy i zachowania pracowników w nim uczestniczących. Takimi organizacjami są przedsiębiorstwa turystyczne (Bednarska, Olszewski, 2016; Calantone, Mazanec, 1991; Yoon, Suh, 2003).

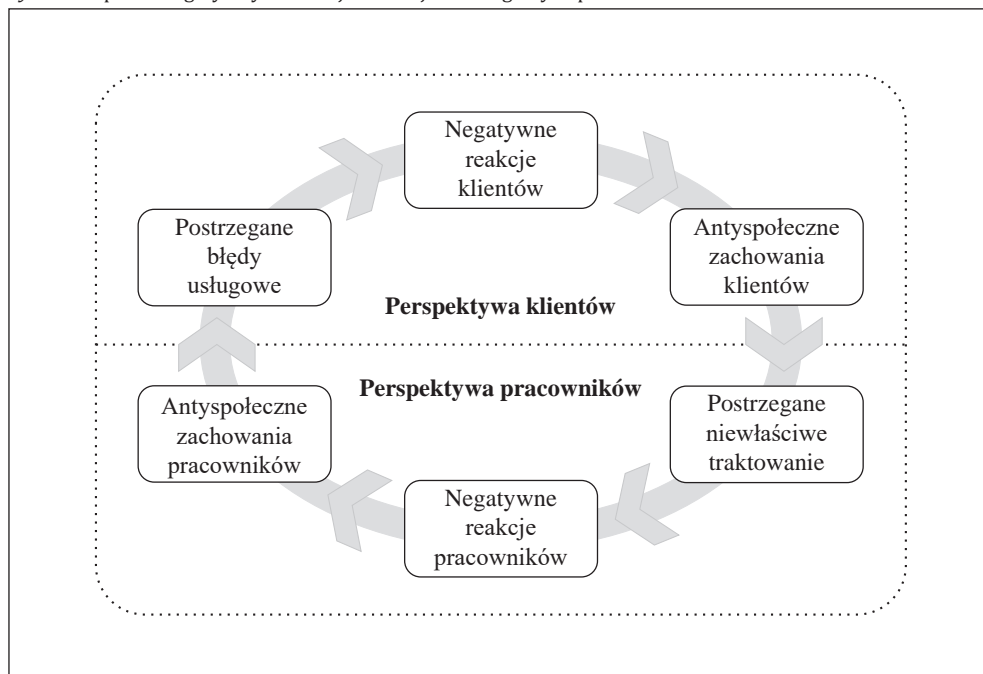
W procesie świadczenia usług turystycznych dochodzi do licznych i intensywnych interakcji pomiędzy pracownikami a klientami. Jakość tych interakcji ma istotne znaczenie dla kształtowania doświadczeń usługowych i tym samym dla zdolności do budowania przewagi na rynku. Potwierdzają to wyniki wielu badań w podmiotach sektora turystycznego, które dostarczają dowodów, że postrzeganie interakcji pracownik–klient jest skorelowane z satysfakcją klientów i ich lojalnością. Takie konkluzje sformułowano na podstawie badań empirycznych prowadzonych w hotelarstwie (Chen, Chen, Lee, 2013), gastronomii (Gazzoli, Hancer, Kim, 2013), rekreacji (Mustelier-Puig, Anjum, Ming, 2018) oraz pośrednictwie turystycznym (Homburg, Wieseke, Bornemann, 2009). Dlatego w interesie pracodawców na rynku turystycznym leży tworzenie takiego środowiska pracy, które sprzyja stymulowaniu zachowań pracowników zgodnych z celami zatrudniających ich organizacji i wzmacnianiu ich zaangażowania w tworzenie, dostarczanie i komunikowanie wartości dla klienta. Jednak nad częścią czynników wpływających na zachowania pracowników przedsiębiorstwa mają ograniczoną kontrolę. Do takich czynników należą zachowania klientów, zwłaszcza te niepożądane, które mogą stać się źródłem zachowań odwetowych w miejscu pracy (Boukis i in., 2020; Shao, Skarlicki, 2014; Torres, van Niekerk, Orlowski, 2017).

Celem artykułu jest zbadanie natężenia negatywnych zachowań pracowników i klientów w przedsiębiorstwach turystycznych oraz charakteru i siły zależności pomiędzy tymi zachowaniami. Osiągnięcie celu umożliwiły badania ankietowe przeprowadzone wśród osób świadczących pracę w jednej z branż współtworzących sektor turystyczny – branży gastronomicznej. W pierwszej części opracowania objaśniono mechanizm powstawania negatywnych zachowań w relacjach usługowych. Następnie zaprezentowano metodykę i wyniki badań dotyczących antyspołecznych zachowań pracowników i klientów w lokalach gastronomicznych. Artykuł kończą implikacje dla praktyki gospodarczej i sugestie kierunków dalszych badań.

SPIRALA NEGATYWNYCH REAKCJI W RELACJACH POMIĘDZY PRACOWNIKAMI A KLIENTAMI W PRZEDSIĘBIORSTWACH USŁUGOWYCH

Wzajemne zależności pomiędzy zachowaniami usługodawców i usługobiorców zajmują centralne miejsce w modelu spirali negatywnych reakcji w relacjach usługowych między pracownikami a klientami (rycina 1). W modelu tym podkreśla się, że pomiędzy negatywnymi reakcjami pracowników i klientów zachodzi sprzężenie zwrotne. Innymi słowy, antyspołeczne zachowania podejmowane przez pracowników są zarówno przyczyną, jak i skutkiem antyspołecznych zachowań podejmowanych przez klientów i vice versa (Groth, Grandey, 2012).

Rycina 1. Spirala negatywnych reakcji w relacjach usługowych pracownik–klient



Źródło: opracowanie własne na podstawie (Groth, Grandey, 2012)

Z perspektywy pracowników ich antyspołeczne zachowania, będące kategorią zachowań kontrproduktywnych skierowanych przeciwko interesariuszom zatrudniających organizacji, są reakcją na postrzegane niewłaściwe traktowanie przez klientów, które jest jednym ze stresorów występujących w środowisku pracy. Stresory w pracy i niemożność poradzenia sobie z nimi wywołują negatywne reakcje poznawcze i afektywne, którym towarzyszą takie emocje jak lęk, gniew, irytacja, frustracja czy poczucie winy. Negatywne stany emocjonalne z kolei znajdują odzwierciedlenie w zachowaniach dysfunkcyjnych. W zawodach usługowych szczególną rolę odgrywają stresory społeczne (związane z relacjami międzyludzkimi). Diefendorff, Richard i Yang (2008) zaobserwowali, że sytuacje uznawane przez pracowników za stresujące niemal w połowie dotyczyły kontaktów interpersonalnych w miejscu pracy, z czego 45% kontaktów z klientami. Dormann i Zapf (2004) zidentyfikowali cztery grupy klientów, których

zachowania stanowią źródło stresu w pracy usługowej: klienci z nadmiernymi wymaganiami, klienci z niejednoznacznymi oczekiwaniami, klienci agresywni werbalnie oraz klienci nieprzyjaźnie nastawieni. Biorąc pod uwagę fakt, że pracownicy zwykle nie wybierają swoich klientów i nie mają możliwości wycofania się z interakcji usługowych, zachowania takie często wyzwalają u nich negatywne reakcje i mogą prowadzić do działań odwetowych, które są postrzegane jako błędy w procesie świadczenia usług (Groth, Grandey, 2012).

Związek pomiędzy stresorami a zachowaniami kontrproduktywnymi w miejscu pracy wyjaśnia teoria zachowania zasobów, zgodnie z którą celem działalności każdego człowieka jest gromadzenie i ochrona zasobów osobistych, dzięki którym możliwe jest przystosowanie się do zmian w środowisku i efektywne funkcjonowanie (Hobfoll, 1989). Będące źródłem stresu zakłócenie równowagi w wymianie zasobów pomiędzy jednostką a otoczeniem (np. interakcja z trudnym klientem) prowadzi do podejmowania działań zaradczych, które mogą przyjąć formę antyspołecznego radzenia sobie (Hobfoll i in., 1994). Takie działania mają na celu zahamowanie utraty bądź odbudowanie utraconych zasobów. Inną koncepcją teoretyczną, na gruncie której można wyjaśnić angażowanie się przez pracowników w antyspołeczne zachowania wymierzone w klientów, jest koncepcja sprawiedliwości organizacyjnej, która sugeruje, że postawy i zachowania w miejscu pracy są determinowane przez subiektywne przekonanie jednostki, że podział zasobów, procedury i interakcje w organizacji są (lub nie) sprawiedliwe (Greenberg, 1987, 1993). Negatywne zachowania klientów są odbierane przez pracowników jako przejaw niesprawiedliwości i skutkują poczuciem naruszenia zasad wymiany, które może wywołać celowe zachowania odwetowe, aby przywrócić utraconą równowagę (Skarlicki, van Jaarsveld, Walker, 2008).

Z kolei z perspektywy klientów, do ich zachowań antyspołecznych mogą prowadzić postrzegane błędy w procesie świadczenia usług popełniane przez pracowników. W literaturze z zakresu marketingu usług zwraca się uwagę, że interpersonalne aspekty procesu obsługi mają istotny wpływ na postrzeganie jakości usługi przez jej odbiorców oraz satysfakcję klientów i nierzadko odgrywają ważniejszą rolę niż aspekty materialne (Bitner, Booms, Tetreault, 1990). Brak uprzejmości ze strony pracowników, ich ograniczona komunikatywność, niedostateczne okazywanie empatii czy niewłaściwe reagowanie na życzenia klientów są postrzegane jako uchybienia w procesie usługowym i skutkują niższą oceną jakości usługi otrzymanej i niższym poziomem zadowolenia (Parasuraman, Zeithaml, Berry, 1985). W konsekwencji bardzo subiektywne doświadczenia w interakcji z pracownikami wpływają na użyteczność produktu. Błędy w świadczeniu usług wywołują negatywne reakcje poznawcze i emocjonalne, a te zazwyczaj prowadzą do niekorzystnych dla usługodawców działań, między innymi zachowań odwetowych przejawiających się niewłaściwym traktowaniem pracowników (Groth, Grandey, 2012). Harrison-Walker (2019) zaobserwowała, że uchybienia w procesie usługowym wykazują związek z gotowością pogodzenia się, przekazywaniem negatywnych opinii, intencją ponownego zakupu oraz zamiarem odejścia do konkurencyjnego dostawcy, a pośredniczącą rolę w tych relacjach odgrywa głównie złość i żal. Podobne wyniki uzyskali Zeelenberg i Pieters (2004), którzy stwierdzili, że żal i rozczarowanie to dwie częste reakcje afektywne klientów na błędy usługowe i połączyli te emocje z reakcjami behawioralnymi, takimi jak narzekanie, przekazywanie negatywnych opinii czy przechodzenie do konkurencji.

Wyjaśnienia, dlaczego klienci angażują się w antyspołeczne zachowania skierowane przeciwko pracownikom w reakcji na błędy w procesie świadczenia usług dostarcza model luk (niezgodności z oczekiwaniami), który zakłada, że poziom jakości doświadczonej jest pochodną rozbieżności pomiędzy oczekiwaniami a percepcją otrzymanej usługi (Parasuraman, Zeithaml, Berry, 1985). Świadczenie usługi na poziomie poniżej dolnej granicy strefy tolerancji (której krańce wyznacza usługa pożądana i akceptowalna) wywołuje wśród klientów niezadowolenie (Zeithaml, Berry, Parasuraman, 1993). Niezadowolenie skutkuje licznymi reakcjami behawioralnymi, których adresatami mogą być inni klienci (np. dzielenie się negatywnymi opiniami), przedsiębiorstwo jako całość (np. wycofanie się z relacji usługowej) lub jego członkowie (np. okazywanie irytacji) (Bougie, Pieters, Zeelenberg, 2003).

HIPOTEZA I METODYKA BADAŃ

Na podstawie przedstawionych rozważań postawiono i testowaniu poddano następującą hipotezę badawczą: istnieje pozytywna zależność pomiędzy negatywnymi zachowaniami pracowników i klientów wymierzonymi w partnerów interakcji usługowych.

W celu weryfikacji hipotezy przeprowadzono badania pierwotne wśród pracowników branży gastronomicznej. Branża ta stanowi istotny komponent gospodarki turystycznej i jest relatywnie znaczącym pracodawcą. Zgodnie z wynikami ostatniego rachunku satelitarne go turystyki dla Polski w 2015 roku obiekty gastronomiczne tworzyły 33% miejsc pracy w tzw. charakterystycznych rodzajach działalności turystycznej (SRBRPT, 2017). Z kolei wyniki badania aktywności ekonomicznej ludności (BAEL) w Polsce wskazują, że w 2019 roku w gastronomii pracowało 283 tys. osób, co stanowiło blisko 2% pracujących w całej gospodarce i 5% pracujących w usługach rynkowych (Eurostat, 2021). Jednocześnie na pozycję konkurencyjną podmiotów funkcjonujących na rynku gastronomicznym w dużej mierze wpływa kapitał ludzki (Yemchuk, Arpul, 2020).

Badania przeprowadzono na zbiorowości próbnej, stosując jedno z podejść nieprobabilistycznych – dobór celowy. Pomiarom objęto osoby legitymujące się doświadczeniem zawodowym w gastronomii. Zbieranie danych miało miejsce na przełomie 2019 i 2020 roku. Pobrana próba liczyła 114 respondentów, ale ze względu na braki i sprzeczności odpowiedzi odrzucono 6 kwestionariuszy (5%), tym samym w analizie uwzględniono opinie 108 osób. Wśród uczestników badań przeważały kobiety (79%), osoby w wieku 21–25 lat (69%), legitymujące się stażem pracy w branży gastronomicznej od 3 do 12 miesięcy (33%), zatrudnione na stanowiskach operacyjnych (92%), w lokalach z obsługą kelnerską (69%) (tabela 1).

Tabela 1. Profil respondentów

Zmienna	Kategoria	N	%
Płeć	kobieta	85	78,7
	mężczyzna	23	21,3
Wiek	20 lat i mniej	18	16,7
	21–25 lat	74	68,5
	26–30 lat	9	8,3
	31–35 lat	2	1,9
	36–40 lat	3	2,8
	41 lat i więcej	2	1,9

Stanowisko	menedżerskie operacyjne	9 99	8,3 91,7
Staż pracy w branży gastronomicznej	do 3 miesięcy	17	15,7
	3–12 miesięcy	36	33,3
	1–3 lata	35	32,4
	3–5 lat	10	9,3
	5–10 lat	8	7,4
	powyżej 10 lat	2	1,9
Rodzaj lokalu gastronomicznego	lokal z obsługą kelnerską	74	68,5
	lokal bez obsługi kelnerskiej	34	31,5

Źródło: badania własne

Techniką wykorzystaną w procesie pomiaru źródeł była ankieta internetowa, narzędziem badawczym kwestionariusz ankiety. Tworząc narzędzie, przyjęto podejście dedukcyjne – podstawę operacjonalizacji zmiennych stanowiły wyniki wcześniejszych prac badających niepożądane zachowania uczestników interakcji usługowych (Dormann, Zapf, 2004; Harris, Ogbonna, 2006; Hunter, Penney, 2014)¹. Główna część kwestionariusza obejmowała pytania dotyczące częstości występowania w lokalach gastronomicznych negatywnych zachowań pracowników, których adresatem są klienci oraz negatywnych zachowań klientów, których adresatem są pracownicy. Respondenci ocenili 30 przejawów antyspołecznych aktywności (15 charakteryzujących pracowników i 15 charakteryzujących klientów) wymierzonych zarówno w sferę osobistą, jak i bezpośrednio w zadania zawodowe. Do oceny zastosowano siedmiostopniową skalę porządkową, gdzie 1 oznaczało „nigdy”, a 7 – „każdego dnia”. Ponadto uczestnicy sondażu udzielili informacji o rodzaju lokalu gastronomicznego, w którym świadczyli pracę, swoim doświadczeniu zawodowym oraz cechach społeczno-demograficznych.

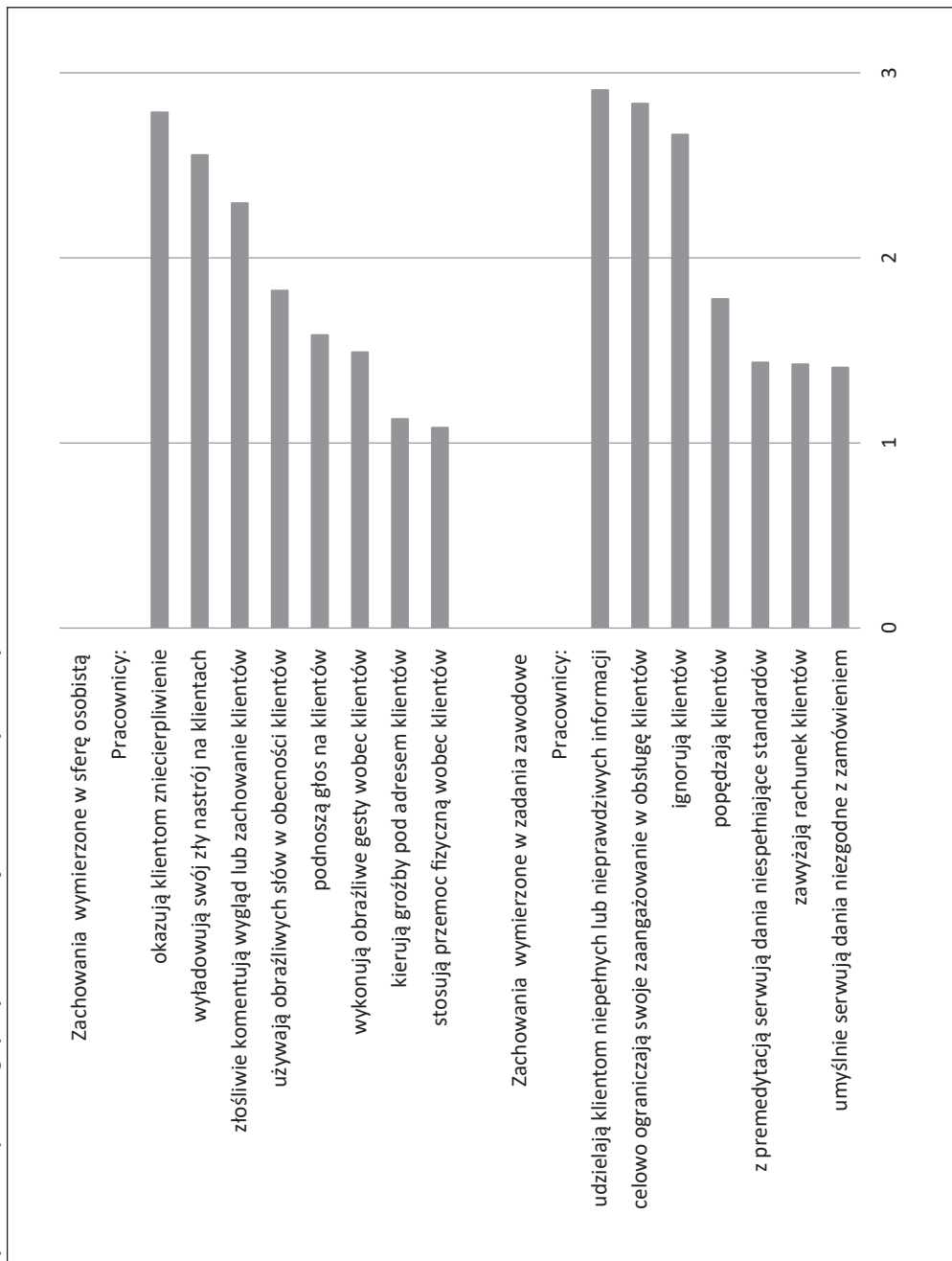
Otrzymane w toku badań pierwotnych dane zostały poddane analizie wstępnej, a następnie analizie zależności. W celu scharakteryzowania natężenia badanych zjawisk wykorzystano metody statystyki opisowej. Rzetelność skal do pomiaru negatywnych zachowań pracowników i klientów zbadano za pomocą współczynnika alfa Cronbacha. Weryfikację hipotezy o zależnościach pomiędzy rozpatrywanymi kategoriami umożliwiła analiza korelacji. Ze względu na niespełnienie założenia o zgodności rozkładu badanych zmiennych z rozkładem normalnym siłę związku między nimi oceniono na podstawie współczynników korelacji rang Spearmana. Analizę statystyczną danych przeprowadzono za pomocą pakietu SPSS Statistics.

WYNIKI BADAŃ

Przed przystąpieniem do testowania hipotezy badawczej zgromadzone dane poddano analizie wstępnej. W pierwszym kroku zbadano natężenie negatywnych zachowań pracowników i klientów wymierzonych w partnerów interakcji, z którymi potencjalnie można się spotkać w lokalach gastronomicznych (rycina 2 i 3). Spośród poddanych ocenie działań znacznie rzadziej raportowano występowanie tych, których adresatem byli klienci. W tej grupie relatywnie wysokie noty przypisano udzielaniu niepełnych lub nieprawdziwych informacji, celowemu ograniczaniu swojego zaangażowania w obsługę

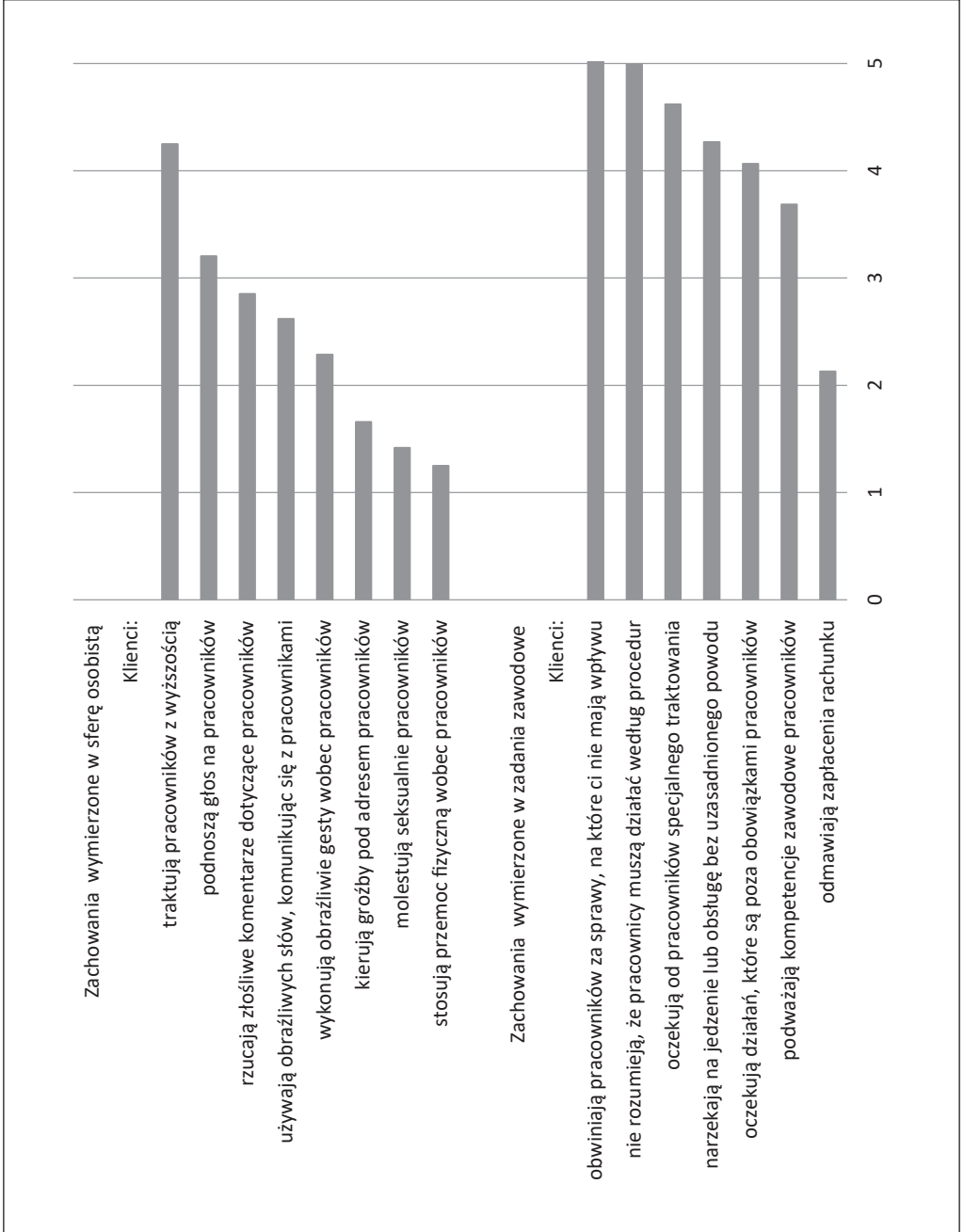
¹ W prace nad konstrukcją kwestionariusza zaangażowani byli studenci Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu: Anna Albin, Małgorzata Hartwich, Klaudia Luleczka, Jakub Martenka, Marta Pilarczyk oraz Anna Polgert.

Rycina 2. Natężenie negatywnych zachowań pracowników wymierzonych w klientów



Źródło: badania własne

Rycina 3. Natężenie negatywnych zachowań klientów wymierzonych w pracowników



oraz okazywaniu klientom zniecierpliwienia. Z kolei spośród działań wymierzonych w pracowników najczęściej wskazywano na obwinianie personelu za sprawy, na które ten nie ma wpływu, brak zrozumienia, że pracownicy muszą działać według przyjętych procedur i standardów oraz oczekiwanie od pracowników specjalnego traktowania. Najniższe oceny w przypadku obu stron interakcji uzyskało stosowanie przemocy fizycznej.

Następnie oceniono rzetelność skonstruowanych na potrzeby badań skal złożonych zastosowanych do pomiaru negatywnych zachowań pracowników i klientów. Uzyskane wyniki świadczą o satysfakcjonującej wewnętrznej spójności pozycji wchodzących w skład podskal ($\alpha > 0,7$). W celu oszacowania wartości zmiennych ukrytych wyznaczono średnie wskaźników cząstkowych reprezentujących poszczególne wymiary badanych kategorii. Z zestawienia podstawowych statystyk opisowych badanych zmiennych (tabela 2) wynika, że w lokalach gastronomicznych częściej obserwowane są działania wymierzone w zadania zawodowe niż w sferę osobistą partnerów interakcji oraz że antyspołeczne zachowania częściej przejawiają klienci niż pracownicy. Jednocześnie opinie na temat udziału pracowników w różnych formach negatywnych zachowań charakteryzowały się większą spójnością. Warto jednak pamiętać, że źródłem informacji w sondażu byli pracownicy, zatem deklaracje angażowania się w negatywne działania wymierzone w klientów mogą być zniekształcone. U podstaw takiego zniekształcenia leży potrzeba aprobaty społecznej, uzewnętrzniająca się w tendencji do przypisywania sobie stwierdzeń społecznie pożądanym w celu przedstawienia siebie w korzystnym świetle (Podsakoff i in., 2003).

Tabela 2. Negatywne zachowania pracowników i klientów wymierzone w partnerów interakcji – rzetelność i statystyki opisowe

Zmienna	Alfa Cronbacha	Średnia	Odch. stand.
Negatywne zachowania pracowników wymierzone w sferę osobistą klientów	0,78	1,84	0,62
Negatywne zachowania pracowników wymierzone w zadania zawodowe	0,77	2,06	0,74
Negatywne zachowania klientów wymierzone w sferę osobistą pracowników	0,87	2,44	0,91
Negatywne zachowania klientów wymierzone w zadania zawodowe	0,90	4,11	1,25

Źródło: badania własne

W ostatnim kroku analizie poddano kierunek i siłę związku pomiędzy wyodrębnionymi wymiarami negatywnych zachowań pracowników i klientów. Z analizy korelacji (tabela 3) wynika, że poszczególne wymiary badanych działań pozostają ze sobą w istotnej dodatniej zależności. Silny związek zaobserwowano pomiędzy działaniami wymierzonymi w sferę osobistą i zadania zawodowe podejmowanymi zarówno przez pracowników, jak i przez klientów. Z kolei związek pomiędzy działaniami inicjowanymi przez obie strony zaangażowane w interakcje okazał się umiarkowany. Zgromadzone dane potwierdzają zatem przewidywaną zależność pomiędzy negatywnymi zachowaniami pracowników i klientów wymierzonymi w partnerów interakcji usługowych.

Tabela 3. Negatywne zachowania pracowników i klientów wymierzone w partnerów interakcji – współczynniki korelacji rang Spearmana

Zmienna	P_SO	P_ZZ	K_SO	K_ZZ
Negatywne zachowania pracowników wymierzone w sferę osobistą klientów (P_SO)	-			
Negatywne zachowania pracowników wymierzone w zadania zawodowe (P_ZZ)	0,51**	-		
Negatywne zachowania klientów wymierzone w sferę osobistą pracowników (K_SO)	0,36**	0,31**	-	
Negatywne zachowania klientów wymierzone w zadania zawodowe (K_ZZ)	0,36**	0,33**	0,69**	-

** korelacja istotna na poziomie $p < 0,01$ (test dwustronny)

Źródło: badania własne

ZAKOŃCZENIE

Zaprezentowane wyniki badań stanowią wkład w rozpoznanie zależności pomiędzy negatywnymi zachowaniami przejawianymi przez pracowników i klientów, których adresatem są partnerzy interakcji usługowych. Pomimo podkreślania znaczenia relacji między uczestnikami procesu usługowego dla zdolności do budowania przewagi rynkowej przez przedsiębiorstwa charakteryzujące się wysokim poziomem interakcji między usługodawcą a usługobiorcą (w tym przedsiębiorstwa turystyczne) (Bednarska, Olszewski, 2016; Yee, Yeung, Cheng, 2011) obserwuje się niedostatek empirycznych studiów badawczych w tym zakresie.

Przeprowadzone badania wykazały, że istnieje związek pomiędzy antyspołecznymi zachowaniami wymierzonymi w partnerów interakcji usługowych, w które angażują się pracownicy i klienci przedsiębiorstw turystycznych. Zgodnie z postawioną hipotezą wzrostowi natężenia negatywnych działań podejmowanych przez jedną stronę relacji towarzyszył wzrost natężenia analogicznych działań podejmowanych przez drugą stronę. Zdiagnozowana zależność stanowi niewątpliwie duże wyzwanie dla przedsiębiorców w sektorze turystycznym. Choć zachowania klientów pozostają poza kontrolą przedsiębiorstw, nie są one całkowicie pozbawione możliwości oddziaływania na przebieg interakcji usługowych.

Wśród działań, które mogą sprzyjać neutralizowaniu negatywnego wpływu niepożądanych zachowań klientów na zachowania pracowników i poziom wykonania zadań zawodowych, należy podkreślić rolę szkoleń z zakresu kompetencji miękkich. Szczególnie przydatne w kontekście kształtowania interakcji usługowych wydają się być te dotyczące metod rozwiązywania sytuacji konfliktowych oraz metod zarządzania emocjami (Grobela, 2015). Ważne jest także tworzenie takiego klimatu organizacyjnego, w którym pracownicy odczuwają realne wsparcie w kontaktach z trudnymi klientami ze strony przełożonych i współpracowników. Wsparcie takie znacząco redukuje destrukcyjny wpływ stresogennych relacji interpersonalnych na dobrostan w miejscu pracy i jego behawioralne następstwa (Wang, Wang, 2017). Nie bez znaczenia są wreszcie decyzje podejmowane na etapie pozyskiwania pracowników. Przeprowadzając rekrutację i selekcję, warto zwrócić uwagę na profil osobowościowy kandydatów, szczególnie ich ugodowość, ekstrawersję i stałość emocjonalną (Chi, Tsai, Tseng, 2013).

Interpretując wyniki badań, należy pamiętać o ich ograniczeniach. Po pierwsze, opinie o wszystkich elementach weryfikowanej zależności pochodzą z tego samego źródła, tj. od pracowników branży gastronomicznej – takie podejście zwiększa ryzyko zniekształcenia rezultatów wskutek wystąpienia błędu systematycznego (obciążenia metody pomiaru) związanego z efektem konsekwencji w udzielaniu odpowiedzi. Po drugie, zastosowane narzędzie pomiaru miało częściowo charakter samoopisowy, z czym związane jest ryzyko obarczenia wyników błędem związanym ze stroniczą autoprezentacją ze względu na tendencję do przypisywania sobie społecznie pożądanых cech. Po trzecie, badaniami zostały objęte osoby świadczące pracę w gastronomii, nie można zatem odnosić przedstawionych wyników do całej populacji pracowników sektora turystycznego. Wreszcie sondaż przeprowadzono na relatywnie nielicznej próbie dobranej w sposób celowy, w której przeważały młode osoby legitymujące się niewielkim doświadczeniem zawodowym, co ogranicza możliwości uogólniania wniosków.

W świetle poczynionych uwag warto podjąć dalsze badania i rozszerzyć ich zakres przedmiotowy i podmiotowy. Niewątpliwie interesujących wniosków mogłyby dostarczyć badania przeprowadzone wśród klientów lokali gastronomicznych, które pozwoliłyby na ukazanie pełniejszego obrazu interakcji pomiędzy usługodawcami i usługobiorcami. Istotnym uzupełnieniem analizy byłyby także informacje o konsekwencjach antyspołecznych zachowań doświadczanych podczas interakcji usługowych dla zdolności przedsiębiorstw gastronomicznych do przetrwania w konkurencyjnym otoczeniu. Warto także włączyć do badań reprezentantów innych typów działalności usługowych na rynku turystycznym, by stwierdzić, czy zdiagnozowane relacje są specyficzne dla analizowanego sektora, czy mają bardziej uniwersalny charakter.

Literatura

References

- Bednarska, M., Olszewski, M. (2016). Uwarunkowania postaw wobec pracy w gospodarce turystycznej w kontekście kreowania kapitału klienta. *Ekonomiczne Problemy Turystyki*, 2, 387–398.
- Bitner, M.J., Booms, B.H., Tetreault, M.S. (1990). The service encounter. Diagnosing favorable and unfavorable incidents. *Journal of Marketing*, 54(1), 71–84.
- Bougie, R., Pieters, R., Zeelenberg, M. (2003). Angry customers don't come back, they get back. The experience and behavioral implications of anger and dissatisfaction in services. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 31(4), 377–393.
- Boukis, A., Christos, K., Daunt, K.L., Papastathopoulos, A. (2020). Effects of customer incivility on frontline employees and the moderating role of supervisor leadership style. *Tourism Management*, 77, Article 103997.
- Calantone, R.J., Mazanec, J.A. (1991). Marketing management and tourism. *Annals of Tourism Research*, 18(1), 101–119.
- Chen, M.C., Chen, S.H., Lee, H.T. (2013). Interrelationships between physical environment quality, personal interaction quality, satisfaction and behavioural intentions in relation to customer loyalty. The case of Kinmen's bed and breakfast industry. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 18(3), 262–287.
- Chi, N.-W., Tsai, W.-C., Tseng, S.-M. (2013). Customer negative events and employee service sabotage. The roles of employee hostility, personality and group affective tone. *Work & Stress*, 27(3), 298–319.
- Diefendorff, J.M., Richard, E.M., Yang, J. (2008). Linking emotion regulation strategies to affective events and negative emotions at work. *Journal of Vocational Behavior*, 73(3), 498–508.
- Dormann, C., Zapf, D. (2004). Customer-related social stressors and burnout. *Journal of Occupational and Health Psychology*, 9(1), 61–82.

- Eurostat. (2021, 2 lipca). Employment and unemployment (Labour Force Survey). Pozyskano z <https://ec.europa.eu/eurostat/web/lfs/data/database>.
- Gazzoli, G., Hancer, M., Kim, B.C. (2013). Explaining why employee-customer orientation influences customers' perceptions of the service encounter. *Journal of Service Management*, 24(4), 382–400.
- Greenberg, J. (1987). A taxonomy of organizational justice theories. *Academy of Management Review*, 12(1), 9–22.
- Greenberg, J. (1993). The social side of fairness. Interpersonal and informational classes of organizational justice. W: R. Cropanzano (red.), *Justice in the workplace. Approaching fairness in human resource management*. Hillsdale: Lawrence Erlbaum Associates, 79–103.
- Grobelna, A. (2015). Zachowania klientów a wyczerpanie emocjonalne pracowników branży hotelarskiej. Konsekwencje dla procesu obsługi. *Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu*, 379, 383–395.
- Groth, M., Grandey, A. (2012). From bad to worse. Negative exchange spirals in employee-customer service interactions. *Organizational Psychology Review*, 2(3), 208–233.
- Harris, L.C., Ogbonna, E. (2006). Service sabotage. A study of antecedents and consequences. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 34(4), 543–558.
- Harrison-Walker, L.J. (2019). The effect of consumer emotions on outcome behaviors following service failure. *Journal of Services Marketing*, 33(3), 285–302.
- Hobfoll, S.E. (1989). Conservation of resources. A new attempt at conceptualizing stress. *American Psychologist*, 44(3), 513–524.
- Hobfoll, S.E., Dunahoo, C.L., Ben-Porath, Y., Monnier, J. (1994). Gender and coping. The dual-axis model of coping. *American Journal of Community Psychology*, 22(1), 49–82.
- Homburg, C., Wieseke, J., Bornemann, T. (2009). Implementing the marketing concept at the employee-customer interface. The role of customer need knowledge. *Journal of Marketing*, 73(4), 64–81.
- Hunter, E.M., Penney, L.M. (2014). The waiter spit in my soup! Antecedents of customer-directed counterproductive work behavior. *Human Performance*, 27(3), 262–281.
- Mustelier-Puig, L.C., Anjum, A., Ming, X. (2018). Interaction quality and satisfaction. An empirical study of international tourists when buying Shanghai tourist attraction services. *Cogent Business & Management*, 5(1), Article 1470890.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A., Berry, L.L. (1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research. *Journal of Marketing*, 49(4), 41–50.
- Podsakoff, P.M., MacKenzie, S.B., Lee, J.-Y., Podsakoff, N.P. (2003). Common method biases in behavioral research. A critical review of the literature and recommended remedies. *Journal of Applied Psychology*, 88(5), 879–903.
- Shao, R., Skarlicki, D.P. (2014). Service employees' reactions to mistreatment by customers. A comparison between North America and East Asia. *Personnel Psychology*, 67(1), 23–59.
- Skarlicki, D.P., van Jaarsveld, D.D., Walker, D.D. (2008). Getting even for customer mistreatment. The role of moral identity in the relationship between customer interpersonal injustice and employee sabotage. *Journal of Applied Psychology*, 93(6), 1335–1347.
- Stowarzyszenie na Rzecz Badania, Rozwoju i Promocji Turystyki. (2017). *Rachunek satelitarny turystyki dla Polski za rok 2013 i oszacowania za rok 2015*. Warszawa: Stowarzyszenie na Rzecz Badania, Rozwoju i Promocji Turystyki.
- Torres, E.N., van Niekerk, M., Orłowski, M. (2017). Customer and employee incivility and its causal effects in the hospitality industry. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 26(1), 48–66.
- Wang, X., Wang, H. (2017). How to survive mistreatment by customers. Employees' work withdrawal and their coping resources. *International Journal of Conflict Management*, 28(4), 464–482.
- Yee, R.W.Y., Yeung, A.C.L., Cheng, T.C.E. (2011). The service-profit chain. An empirical analysis in high-contact service industries. *International Journal of Production Economics*, 130(2), 236–245.
- Yemchuk T., Arpul O. (2020). Competitive positions in restaurant business in present-day conditions based on the example of Chernivtsi (Ukraine). *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego*, 34(1), 92–107. doi: <https://doi.org/10.24917/20801653.341.7>.

- Yoon, M.H., Suh, J. (2003). Organizational citizenship behaviors and service quality as external effectiveness of contact employees. *Journal of Business Research*, 56(8), 597–611.
- Zeelenberg, M., Pieters, R. (2004). Beyond valence in customer dissatisfaction. A review and new findings on behavioral responses to regret and disappointment in failed services. *Journal of Business Research*, 57(4), 445–455.
- Zeithaml, V.A., Berry, L.L., Parasuraman, A. (1993). The nature and determinants of customer expectations of service. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 21(1), 1–12.

Marlena Bednarska, dr hab., adiunkt, Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu, Instytut Gospodarki Międzynarodowej, Katedra Międzynarodowych Stosunków Gospodarczych. Jej zainteresowania badawcze obejmują problematykę ekonomiki turystyki, konkurencyjności gospodarki turystycznej, rynku pracy w turystyce, zarządzania w turystyce. Brała udział w wielu krajowych i międzynarodowych projektach badawczych dotyczących gospodarki turystycznej. Jest autorem (lub współautorem) 5 monografii i ponad 70 artykułów o zarządzaniu przedsiębiorstwem turystycznym, jakości pracy w turystyce, konkurencyjności podmiotów gospodarki turystycznej oraz regionalnych aspektach rozwoju turystyki.

Marlena Bednarska, PhD, assistant professor, Poznań University of Economics and Business, Institute of International Business and Economics, Department of International Economics. Her research areas include economics of tourism, tourism industry competitiveness, tourism labour market, and management in tourism. She has participated in numerous national and international research projects on tourism industry. She is an author (or co-author) of 5 books and over 70 papers on tourism enterprise management, quality of work life in tourism, competitiveness of tourism organisations, and regional aspects of tourism development.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9410-115X>

Adres/address:

Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu
Instytut Gospodarki Międzynarodowej
al. Niepodległości 10
61-875 Poznań
e-mail: marlena.bednarska@ue.poznan.pl

Paweł Łuka, dr, adiunkt, Uniwersytet Rzeszowski, Instytut Nauk o Kulturze Fizycznej, związany jest z kierunkiem Turystyka i Rekreacja. Jego zainteresowania naukowo-badawcze i tematyka publikacji koncentrują się wokół problemów związanych z ekonomiką turystyki, dynamiką zmian procesów ekonomicznych w turystyce oraz zarządzaniem w turystyce. Jest autorem i współautorem kilkudziesięciu publikacji z tej tematyki. Brał czynny udział w wielu konferencjach krajowych i zagranicznych.

Paweł Łuka, PhD, assistant professor, University of Rzeszów, Institute of Physical Culture Sciences, associated with Tourism and Recreation course. His academic and research interests and the subject of publications focus on problems related to: tourism economics, tourism management, and dynamics of changes in tourism economic processes. He is an author and co-author of a few dozen publications on this subject. He has actively participated in many national and international conferences.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9573-6202>

Adres/address:

Uniwersytet Rzeszowski
Instytut Nauk o Kulturze Fizycznej
ul. Cicha 2A
35-959 Rzeszów
e-mail: pluka@ur.edu.pl

SŁAWOMIR DOROCCI
Pedagogical University of Krakow, Poland

Tourism on a motorcycle: an attempt to describe motorcycle tourism in Poland based on the results of an internet survey conducted before the COVID-19 pandemic

Abstract: Motorcycle tourism is a segment that has seen a substantial increase in interest in Poland and globally. Factors that encourage users of Powered Two-Wheelers (PTW) to set off on a journey, although largely convergent with other types of tourism, differ in terms of the method of travel and destination. The article attempts to describe domestic motorcycle tourism based on an internet survey. The text attempts to define the profile of a person engaged in such tourism and the destination of motorcycle tours in Poland and the world. An attempt is also made to clarify the concept of “motorcycle tourism”.

Keywords: motorcycle, motorcycle tourism, PTW, two-wheelers

Received: 11 July 2021

Accepted: 1 August 2021

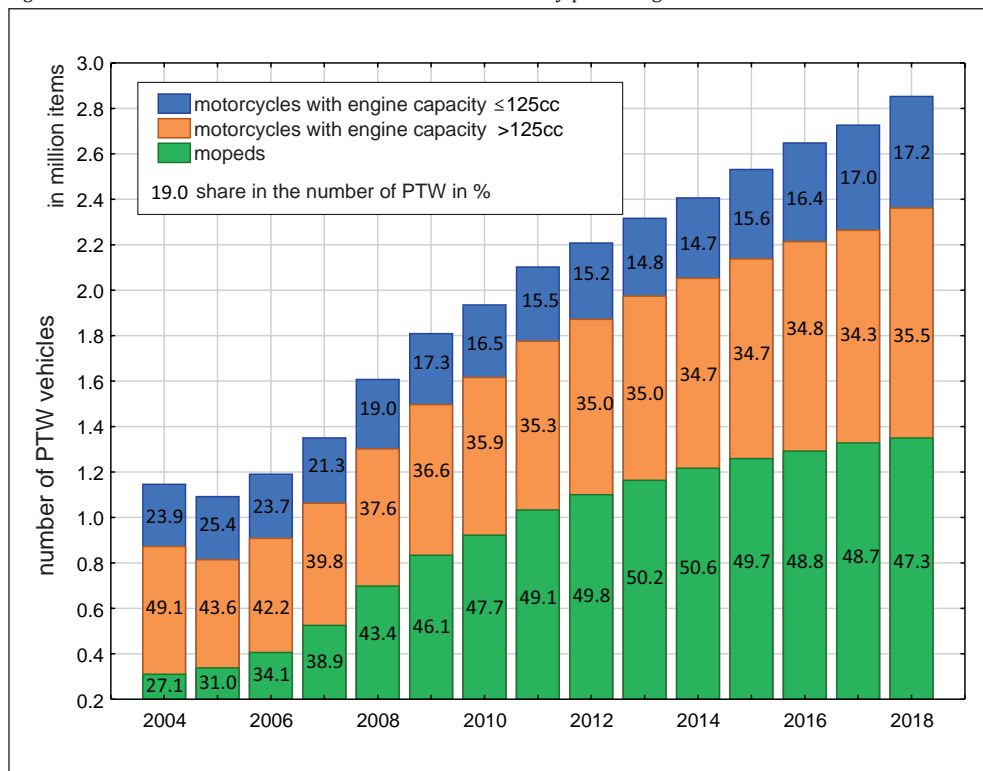
Suggested citation:

Dorocki, S. (2021). Tourism on a motorcycle. An attempt to describe motorcycle tourism in Poland based on the results of an internet survey conducted before the COVID-19 pandemic. *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego [Studies of the Industrial Geography Commission of the Polish Geographical Society]*, 35(3), 320–332. doi: <https://doi.org/10.24917/20801653.353.20>

INTRODUCTION

As a result of the socio-economic development of Poland after accession to the European Union, there was a marked increase in wealth in society (Panek, 2015), and with the improvement in wealth has been an increase in demand for leisure services (Zalega, 2013). A manifestation of this is the growing demand for luxury goods, including Powered Two-Wheelers (PTW), mainly motorcycles. Nowadays, these vehicles have less and less of a communication function and are used primarily for entertainment and recreation (Dorocki, 2019a). Since 2004, the number of PTW vehicles has more than doubled (Figure 1), and the most significant increase has been recorded for mopeds (vehicles with an engine capacity of up to 50 cc), the share of which in the total for PTW

Figure 1. Number of PTW vehicles in Poland in 2004–2016 by percentage



Source: author based on the Główny Urząd Statystyczny [Central Statistical Office]

vehicles has increased from approximately 27% at the beginning of the analysed period to approximately 47%. It is mainly due to the availability of cheap vehicles imported or produced in Poland (Dorocki, 2019b) and growing transport difficulties in cities (Dorocki, Wantuch-Matla, 2021).

The increase in the number of PTW vehicles has influenced the popularity of motorcycle tourism. This mainly applies to owners of motorcycles with an engine capacity greater than 125 cc. In the case of mopeds and “light motorcycles” (engine capacity up to 125 cc), functions related to daily communication and short-distance journeys prevail.

The article aims to attempt to describe motorcycle tourism in Poland. The following research questions were posed: what are the destinations for motorcyclists’ journeys, how often and how long do motorcycle trips last, and what factors determine the choice of route and its attractiveness.

Research on motorcycle tourism began in the 1990s, and motivations for motorcyclists’ trips were researched by, among others, Arnouldi and Price (1993), Schouten and McAlexandar (1995), and Austin and Gagne (2008). The theory of motorcycle tourism was undertaken by Urry (2002), Swanson (2007), Ritchie and Hudson (2009), Price-Davies (2011) and Walker (2011). Issues of destinations for motorcycle tourism were dealt with by Jansen-Verbeke (2008), Weidenfeld, Butler, Williams (2010), Sykes

and Kelly (2014). Corey (1997) and Sykes and Kelly (2014) wrote about the demand for motorcycle tourism.

The subject of motorcycle tourism in Poland and attempts to describe it based on surveys have already been undertaken several times. Worth mentioning is the monograph by Biedroń from 2011 entitled *Motorcycle tourism in Poland: characteristics of the phenomenon and its consumers* [in Polish]. Among other published items, it is worth noting the article by Zawadka (2015), *Motorcycle journeys as a niche form of qualified tourism and the preferences and behaviours of their participants* [in Polish], and a multi-authored article entitled *The geography of selected sightseeing experiences of motorcyclists engaged in scooter tourism associated with the Burgmania club* [in Polish] (Wilk et al. 2017). Also noteworthy is the historical view of the development of motorcycle tourism in Galicia (Kurek, 2008) and during the Polish People's Republic (Sosnowski, 2015). The following study, therefore, complements previous research and, in the future, will allow for an analysis of the changes that have been occurring in motorcycle tourism in Poland.

RESEARCH METHODS AND TECHNIQUES

Motorcycle tourism characteristics in Poland are based on data obtained from an internet survey (CAWI) conducted between April and June 2020. The research tool in the CAWI method is an electronic research survey, and it was planned to supplement this with a direct questionnaire (PAPI). However, the COVID-19 pandemic forced its limitation to remote research. The online questionnaire consisted of four sections: the first included the respondent's data (age, gender, place of residence, license to drive L-class vehicles); the second contained questions about the vehicles used followed by the general use of PTW vehicles; and finally questions about motorcycle tourism, including the experiences of the respondents. The questionnaire consisted of open and closed questions.

The survey was made available on the following websites: Interesting places and motorcycle routes (www.facebook.com/Moto-Opinieinfo-165103736936391), MotoPodhale.info (www.facebook.com/motopodhale.info) and Vespa Club Małopolska (www.facebook.com/MSMPV).

One hundred seventy-four people replied, so it should be treated as just a research sample. Due to the lack of available information on the size and diversity of the general population of those engaged in this type of tourism in Poland, it is difficult to determine the degree of representativeness of this research sample. Therefore, the information obtained from the survey does not allow generalisations to be made on conclusions for the entire population of motorcycle tourists in Poland. In the analysis of the survey results, tables and charts have been used.

MOTORCYCLE TOURISM

Motor tourism is defined as "the entirety of relations and phenomena related to the travel and stay of tourists who use motor vehicles as the means of transport" (Biedroń, 2011: 15). It is classified as 'qualified' tourism, which requires specialist equipment and the appropriate qualifications for the driver. A particular type of motor tourism is motorcycle tourism, also known as motorcycling, in which two- and three-wheeled

motorised vehicles are used. The most essential element of motorcycle tourism is the journey itself (the road) and the pleasure derived from riding. The travel destination itself and the feelings associated with it may be less important than the journey (Walker, 2011). This type of tourism is similar to cycling, canoeing or hiking, where the very fact of travelling is the leading 'destination'. Thus, motorcycle tourism is distinct from cars, where the destination is essential (Pinch, Reimer, 2012) and more similar to off-road sports (Carson, Taylor, 2008). For motorcycling, the importance of the sight-seeing nature of the journey should be emphasised (Botterill et al., 2000).

An increasing number of people seek free and independent travel experience (Shih, 2006), and this need is satisfied by motorcycle tourism. The independence means that it impacts regional tourism patterns and is therefore particularly important for peripheral areas (Cater, 2017a). In addition, coastal and mountain areas have winding roads preferred by motorcyclists while the period of the COVID-19 pandemic has increased the need for individual tourism with limited contact with other tourists.

Although motorcycle trips, even over long distances, are not a new way of using PTW vehicles, they have become more common (Hall, 2013). In Western Europe, more than half of motorcyclists travel abroad (Cater, 2017b), while motorcycle trips are popular to the so-called warmer countries (in Europe, e.g. Spain, Italy, Croatia) along with extreme expeditions to Siberia, Mongolia or the North Cape.

Motorcycle tourism is the fastest-growing segment of tourism in the USA (Sykes, Kelly, 2014). The organisation of motorcycle events in the USA gathers over 600 000 people, and recreation is crucial for using PTW vehicles (Chorlton, Jamson, 2003).

Lamont (2009) noted that there is no clear definition of motorbike tourism, which is similar to cycling. First of all, there are no objective criteria such as the number of travel days or the distance travelled in kilometres. The biggest problem is to distinguish entertainment and sport from tourism. Therefore, based on the definition of cycling tourism (which seems largely similar to motorcycle tourism), an attempt has been made to define that for motorcycling.

Motorcycle tourism covers a journey made in a PTW vehicle away from the person's place of residence. This may include trips lasting several hours, one day or several days. Tours are non-competitive (if they are competitive, they should be included in sports). Riding should be the primary purpose of a trip, and it should be a form of recreation and relaxation. However, unlike recreation itself and entertainment, trips must include an element of sightseeing. It should be noted that nowadays, in the era of the development of electric vehicles (including electric bicycles), the boundaries between cycling and motorbike tourism may be blurred. The only difference may be in covering a given distance within a specific time.

Motorcycle tourism research can be conducted on two levels: the characteristics of motorcycling as use of PTW vehicles; and the spatial dimension of motorcycle tourism. This second aspect is essential in relation to local economic development through the multiplier effect. Tourism can stimulate the development of entire regions (Kosmaczewska, 2013). Several factors confirm the possibility of using motorcycle tourism to stimulate the development of tourist services: because of luggage restrictions, motorcyclists are consumers of goods and services, while travelling by motorcycle is an activity that requires more frequent stops, physically for rest and technically (tank capacity). However, the mobility of PTW vehicles is greater than that of other means of transport (low requirements for road infrastructure). In addition, motorcycle tourism

is often peripheral (Hohl, Tisdell, 1995), affecting the development of rural areas (Austin, Gagne, 2008; Way, Roberts, Turner, 2010; Walker, 2011). Moreover, according to research, motorcyclists do not have the exact needs and desires as other tourists (Sykes, Kelly, 2014): about 53% consider the route's sightseeing value as the leading 'destination', and 84% discovering new places, including historical sites (Sykes, Kelly, 2016). Carson and Cartan (2011) suggest that tourist routes combine multiple destinations and may be marketed as a 'collective entity'.

MOTORCYCLE TOURISM IN POLAND

Motorcycle tourism destinations

As shown in the introduction, the use of PTW vehicles for recreational and entertainment purposes is growing in Poland. This mainly applies to motorcycle owners, although there is a large group of enthusiasts for PTW vehicles with a smaller engine capacity (e.g. Vespa scooters, old motorcycles or motocross bikes).

Among the respondents, the most prominent groups came from Kraków (43), Warsaw (12) and the 'Tri-City' – Gdańsk–Sopot–Gdynia (10). In general, Małopolskie Voivodeship had the most, with 94, but this was related to research conducted in the Kraków centre. The study was dominated by men (87%) but with a similar mean age for both sexes of approximately 37 (Table 1). Most of the respondents had almost ten years of experience in using PTW vehicles, and most were users of touring motorcycles (42%) or 'naked' motorcycles (18%) as well as scooters and maxi-scooters (approx. 15%). The average engine size was over 600 cc. More than half of the respondents owned more than one PTW vehicle. Therefore they are primarily riders with extensive experience, and as owners of PTW vehicles, they are capable of long and comfortable journeys.

Table 1. Respondents according to demographic characteristics and the technical data of the vehicles used

gender	no	average age (yrs)	average age of obtaining a PTW driving licence (age)	average engine capacity (cm ³)	average number of PTWs
female	22	36.86	29.28	501.36	1.36
male	152	36.58	24.45	678.82	1.86
total	174	36.62	25.03	656.64	1.80

Source: author based on questionnaires

On average, the respondents travelled around 8000 km a year (median), and there was a correlation ($r = 0.62$) between engine capacity and kilometres travelled during a year.

Two hundred eighty-eight routes were analysed, of which 178 trips (61.8%) took place partially or entirely outside Poland. These have taken place since 1991 for domestic trips and since 2002 for foreign ones, with most covering the years 2016–2019 (240 trips). On average, trips abroad lasted about two weeks (12.7 days), while domestic trips lasted 3.7 days. It should be noted that there were riders who made expeditions lasting half a year or almost a whole year among the respondents. One was a trip from Kraków to New York (approx. 300 days), others from Peru to Chile (about four months) and from Kalisz to Vladivostok (about four months).

As the changes in the market for tourist services indicate, there is a growing demand for motorcycle trips organised by travel agencies to distant parts of the world (Zawadka, 2015). The organisers of such expeditions provide motorcycle equipment and maintenance *in situ* while offers also include other accompanying attractions such as sightseeing, diving and paragliding. From the questionnaires, there had been trips from Barcelona (Spain) to Girona (Spain), Kutaisi (Georgia) to Tbilisi (Georgia), Ulan Bator (Mongolia) to Gornoaltask (Russia).

In the case of foreign destinations, towns in southern Europe dominated: Romania (16) and Croatia (15) with Slovakia and Italy (12), Albania and Hungary (11), Greece (10) and Montenegro (7). In addition, three trips took place to the Balkans without specifying the exact destination. One of the main factors for the popularity of the Balkan and Apennine Peninsulas among Polish motorcyclists is the Polish custom of taking a long summer holiday. Countries such as Italy, Greece and Croatia that offer “sun and sea” are the most common foreign holiday trips (Łysoń, 2019: 114). The Balkans, particularly the Romanian Carpathians, offer attractive motorcycle routes and the Transfagarasan route and the Transalpina are the destinations of many motorcyclists as indicated by many respondents.

The costs of accommodation and travel can be another factor. The countries of Central and Eastern Europe are economically more attractive to Poles than the countries of Western Europe. It should be remembered that due to the maximum load capacity of motorcycles and much smaller capacity of fuel tanks than in the case of cars, motorcyclists, unlike car tourists, are forced to make purchases abroad.

The destinations of motorcyclists' journeys were usually attractive tourist regions: Lake Balaton in Hungary, the Tatra Mountains in Slovakia, the Alps in Italy, Dubrovnik in Croatia or Corsica in France. At the same time, some questionnaires indicated no specific destination, but only the journey itself, e.g. along the Adriatic coast or through the Carpathian Mountains or the Alps. The length of a journey depending on the distance from Poland: to Slovakia, lasting on average 1.6 days, Hungary 5.5 days, Romania 7.8 days, Croatia 8.9 days, Albania 12 days and Greece 13.9 days. These trips were usually organised by groups of people, on average 4-5.

Outside the Balkans and Italy, Polish motorcyclists often chose a westerly direction reaching the Alps and the Mediterranean islands of Corsica, Sardinia and Sicily. Turkey (Istanbul) and Ukraine are also popular regions. However, trips east of the Polish border were less popular, as was a northerly direction. An exception is the North Cape (Nordkapp), which is a challenge for motorcyclists and is treated, after mountain routes in the Alps and Carpathians, as a popular destination for long-distance motorcycling in Europe (Cater, 2017a), and at the same time being an important place in itself for mass tourism (Spring, 2017).

A dozen or so respondents indicated organised tourist trips aimed at motorcycle tourism, e.g. New Zealand, South America, Spain (including Majorca), Morocco, Georgia, Bulgaria and Croatia. Such distant places as Vladivostok, Murmansk (Russia) and New York (USA) were among those indicated. However, these were single expeditions. Motorcycle tourism takes place on rented or previously sent equipment, which shortens the travel time to the destination and reduces the inconvenience of travel for the elderly (McInnes, Williamson, Morrison, 2002). These trips are often organised by specialised travel agencies (Hermawati et al., 2019).

The location of the tourists' place of residence largely determines the choice of the destination. For domestic trips, mountainous and coastal regions and Warmia and Mazury dominate while other destinations include large cities such as Kraków or Warsaw. Among these, both weekly, 2–3-day (weekend) and one-day trips are found.

When analysing the directions of the routes, it can be concluded that the inhabitants of southern Poland most often go to the seaside (weekly trips), while weekend trips are mainly to the Beskidy, the Tatras and the Bieszczady Mountains. Warmia and Mazury are the choices of the inhabitants of the capital and Wielkopolska. The inhabitants of Silesia choose the mountains (Beskidy and Bieszczady) as well as Warmia and Mazury. Generally, excursions to towns located within 100 km from the place of residence predominate among one-day trips. For example, motorcyclists from Kraków choose Lanckorona (35 km), Wadowice (50 km), Zakopane (100 km) or Nidzica (110 km) as destinations for one-day trips.

According to the number of trips made by the respondents, the Bieszczady Mountains (including the large and small loop Bieszczady routes and the Słonne Mountains) came first, followed by the Kłodzko Valley (a 'hundred bends' road), the Sudety and the Karkonosze Mountains. These are followed by Podhale and the Tatra Mountains (loop) and eastern Poland (Roztocze, Mazury and Podlasie).

Characteristics of motorcycle tours

The length of a trip depends mainly on the destination. Among domestic trips, those for one day or up to five days are predominant. On the other hand, more than a week is spent on trips abroad, most often lasting seven to ten days. Domestic trips longer than ten days are sporadic, but more than half of domestic tours last more than a day.

About 44% of respondents go on trips several times a year, and as many as 33% even several times a month. There are usually one or two longer trips (approximately 7 days) and several shorter ones (weekend or one-day trips). In half of the answers, the respondents stated that the length of their trips varies greatly. This confirms the thesis that motorcyclists make several long trips and more frequent one to two-day trips for shorter distances during the season. About 28% of the respondents indicated that they travelled up to 100 km from their place of residence. This mainly applies to residents of large cities where the motorcycle is mainly an entertainment alongside other leisure activities. On the other hand, in smaller towns and rural areas, long weekend trips (more than 200 km from their residence) prevail (15% of respondents). People from cities also prefer long-distance trips (usually one in a season). Only 6% indicated that they participate in trips in the immediate vicinity, mainly young people and only males; perhaps, for women, owning a motorcycle is more related to a specific use than for men. Based on an in-depth individual interview, it can be seen that there is a significant difference in approach to motorcycle use in terms of tourism by gender. Women show more tourist activity than men. Men emphasise sport (competition, testing their skills as a rider) and challenge (e.g. challenging routes, off-road) over tourism. Moreover, unlike women, they are more pragmatic in using motorbikes, e.g. travel time to work. Although men still dominate among users of PTW vehicles in Poland, a steady increase in interest in motorcycle tourism among women is noticeable.

Analysing responses to the frequency and distance of trips broken down by gender, trips made several times a year at widely differing distances dominate. For women,

it is the exact figure for several times a month up to 100 km from home, and several times a year, at variable distances (Table 2). For women, a high proportion (almost 12% of responses) indicated trips over 200 km from their residence several times a month.

Table 2. Percentage of responses related to the frequency of tourist trips (columns) and distances (rows) by gender

frequency distance	once-twice a year (%)			several times a month (%)			several times a year (%)		
	M	F	total	M	F	total	M	F	total
very diverse	8.76	17.65	9.74	18.98	5.88	17.53	24.09	17.65	23.38
up to 100 km	6.57	5.88	6.49	7.30	17.65	8.44	11.68	17.65	12.34
over 200 km	2.92	0.00	2.60	5.84	11.76	6.49	7.30	5.88	7.14
in the vicinity	4.38	0.00	3.90	0.73	0.00	0.65	1.46	0.00	1.30
total	22.63	23.53	22.73	32.85	35.29	33.11	44.53	41.18	44.16

Source: based on questionnaires

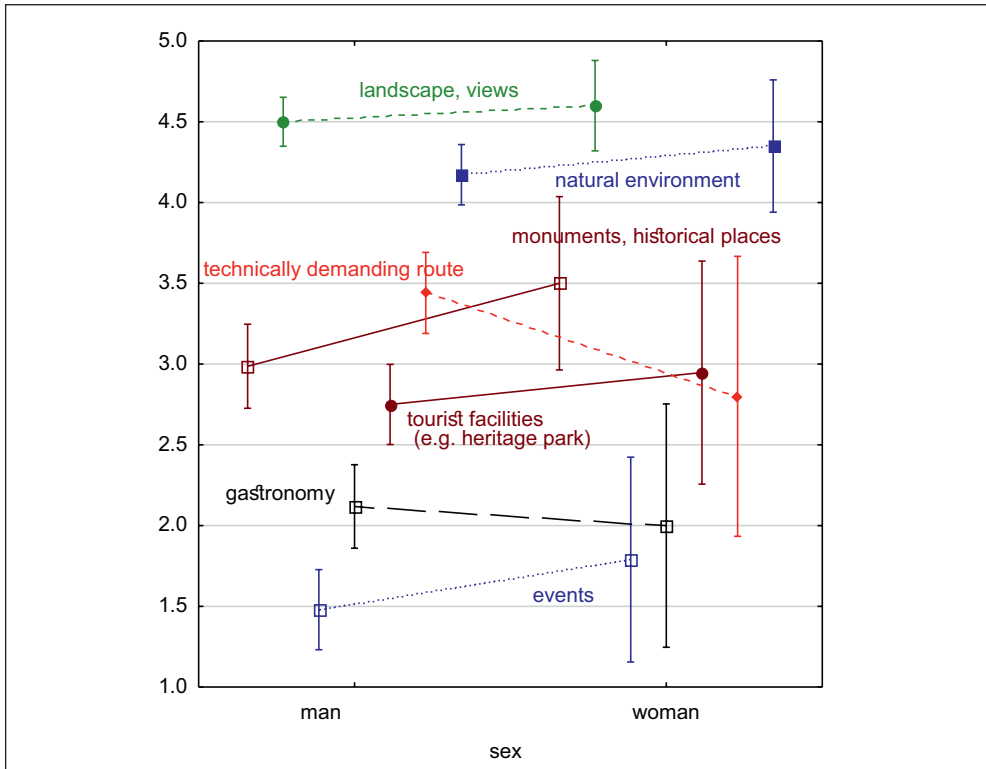
Only 30% of respondents said that they travel alone. Trips with friends prevailed (54%) while those with family were 12% and 4% with a partner.

An analysis of the mileage travelled by motorcyclists was made. Unfortunately, it was impossible to determine how many kilometres the respondents travelled for motorcycle tourism alone. However, if it is assumed, according to the answers, that on average, about 30.4% of the time motorcycles were used was spent on tourism, and another 29.7% on entertainment and 21.2% on daily commuting, then approximately one-third of the annual mileage took place during motorcycle trips.

The average annual mileage is almost 10 000 kilometres with a median value of 8000 kilometres. Most respondents indicated a range from 2000 to 6000 kilometres. It can be assumed that mileage of over 20 000 km in the high season is very rare. An example is a five-day trip from Kraków to Kashubia, during which the participants travelled 1955 km. Analysing the preferred nature of PTW vehicle use on a scale from zero (no such activity) to five, the respondents rated tourism (average weight 4.25) and entertainment (4.16) the highest. Daily transport was only 2.97, while hobbies and sports were below 1.5. Therefore, it can be concluded that the dominant uses are for motorcycle tourism and entertainment, and there are doubts on how to distinguish between these two types of activity. The survey noted that tourism is mainly for sightseeing, but recreational trips partially meet the criteria for motorcycle tourism, as described in the introductory section.

When calculating the average mileage of vehicles for individual uses, a weighted average was used, where the weight was to determine the preferences for using PTW vehicles by the respondents. Among the three most important types, those who mentioned tourism (9700 km) achieved the highest annual mileage. According to the average distance travelled, the next is entertainment (9400 km) and daily commuting (9100 km). High values (10 900 km) were shown by those pointing to sport as the primary purpose. This may be because riders who are enthusiasts, e.g. cross, enduro or trial, more often use their vehicles for training (even three times a week, and in addition, the motorcycle season often does not end in autumn but continues in winter). Interviews with riders involved in motorcycle sports confirm this. However, due to its low importance, this result was not considered in further analyses.

Figure 2. Average preferences when choosing a motorcycle trip route according to respondents



Source: author based on questionnaires

Assuming, therefore, that motorcycle tourism accounts for approximately 30% of activity, it can be concluded that Polish motorcycle tourists cover an average of 2900 kilometres. Based on data on the tourist destinations of motorcyclists, this is the distance, for example, from Poland to Croatia (and back + stay) – approximately 2000 km, and less than 1000 km for weekend trips up to approximately 200 km from the place of residence.

The type of vehicle used also affects the annual mileage. The greatest was recorded by owners of tourist motorbikes (median 10 000 km), while a high figure was also indicated by users of large motorcycles such as choppers and cruisers but they refer to a small number of respondents and usually longer journeys. The lowest average was found for scooters (median 3800 km), mainly related to their intended use for everyday communication over short distances. In more than half of the cases, the average annual mileage does not exceed 10 000 km (except for the aforementioned large motorcycles).

Another interesting aspect of motorcycle tourism is preferences when choosing a tour route, so respondents were asked what they were guided by. Due to the noticeable differences, the analyses were broken down by gender (Figure 2). On a scale of 1 to 5, the highest value was given to the landscape and views that can be seen during the trip. These aesthetic experiences are challenging to classify, but it can be assumed that they will undoubtedly be mountain regions, lakes and coastal areas. Therefore, this category includes so-called viewpoints and entire routes, e.g. along a river valley

or on the peaks of a mountain range (mountain passes). The natural environment is in second place, partly related to landscape (an essential part of it), especially forest areas (including nature reserves and national and landscape parks). In both, these factors were indicated by men and women alike, although in the case of women, the average weight was slightly higher than for men, with a more significant variation in responses. This was particularly evident in assessing the importance of the natural environment, which was of the most significant importance for several women when choosing the route. Therefore, it can be concluded that women are more sensitive to the beauty of nature and landscape than men.

For other factors, there is a clear difference between women and men. For men, a technically demanding route was in third place with an average value of about 3.5. This factor is associated with emotions and “adrenaline” when taking sharp turns or reaching high speeds. On the other hand, for women, monuments and historical places were in third place with an average of about 3.5, which for men weighted 3.0. Tourist facilities (such as museums, including open-air) were rated more highly by women than men. For men, the attractiveness of these places was the same as demanding routes were for women, receiving an average rating of approximately 2.8.

The lowest rated factors influencing route choice were gastronomy (approximately 2), which was rated more highly by men than women. Events, such as motorcycle rallies, concerts, air shows, etc., were ranked lowest: by women at around 1.7 and by men at 1.5.

Even though events as a determinant of route selection were rated lowest, the motorcyclists surveyed take part in motorcycle events on average 2.5 times a year, with the most popular events at the start and end of the motorcycle season (47%). Next in line are motorcycle rallies organised by various clubs and associations throughout Poland and abroad. Religious events are also popular, e.g. the star rally in Częstochowa (about 50 000 motorcyclists in 2018), motorcycle pilgrimages (e.g. Licheń, Lubomierz, Rokitno, Wambierzyce), masses for motorcyclists (e.g. Stara Iwiczna, Stary Sącz) or meetings in Lednica (Lednica 2000). Rallies and meetings are associated with other events, such as the cyclical Woodstock festival (Wielka Orkiestra Świątecznej Pomocy).

It should be noted that organised events for motorcyclists very often have a sight-seeing element in their program. Event venues are often located in tourist destinations (e.g. Karpacz, Łeba, Mikołajki) and with attractions such as monuments (e.g. castles) or natural sites (e.g. lakes). A vital place for motorcycle rallies are those associated with historical events (e.g. Battle of Grunwald).

To verify the preferences that influence route choice, the participants were asked to indicate places worth visiting by motorcyclists in their region. Monuments were ranked first (38% of responses), including tourist facilities such as open-air museums (e.g. Kielce Skansen). Interesting scenic routes were ranked second, mainly in the mountains (passes) or other highlands and along river valleys (e.g. the Poprad valley). Slightly less, because 19% of responses recommended places related to nature were national parks (e.g. Pieniny National Park), nature reserves (e.g. *Bór na Czerwonym*) or natural monuments (e.g. Bartek oak). Other attractions are the mountains (e.g. the Bieszczady, Świętokrzyskie, Tatra Mountains), lakes (e.g. Czorsztyńskie). The smallest number indicated attractions related to gastronomy (cream cake in Wadowice or ice cream in Nowy Targ) and regional events (e.g. *Watra Łemkowska* in Zdynia). Therefore,

it should be stated that monuments and natural conditions (landscape) constitute the most significant potential for motorcycle tourism. Moreover, 72% of the respondents indicated that they use gastronomy during their trips.

The survey also took into account the sources of information that motorcyclists follow when planning their trips. Most information and ideas for expeditions are taken from internet portals (35% of responses), while maps and tourist guides were used in about 28% of cases. Friends and acquaintances were also an important source, as approximately 24% of respondents followed their advice. Riders motivated by the location of events constitute another 10%, while those remaining indicated media such as radio and television. There are significant age differences among these choices: the youngest indicated websites and the internet mainly, while the older indicated maps and guides and the locations of events.

Regardless of age, over 80% of respondents use GPS satellite navigation while travelling. Planning a route using electronic devices and access to the database of tourist facilities included in many applications can significantly contribute to the attractiveness of given regions. Additionally, many internet portals offer GPS traces of trips with their description and characteristics. Therefore, the distance and time for a planned trip in a given region can be found, and the program will search for routes that meet the given criteria.

At the same time, motorcyclists use other technical solutions that facilitate group journeys. An example is an intercom that allows several people to talk while riding and was used by about 72% of the respondents.

CONCLUSIONS

Motorcycle tourism is a segment that has seen a substantial increase in interest in Poland and globally. The factors that encourage PTW vehicle drivers to set off on a journey are mainly consistent with the goals of other tourists and differ only in the way they travel.

In Poland, motorcycle tourists are mainly male, but with a noticeable increase in popularity among women. They are usually middle-aged and, on average, make one longer (foreign) and several weekend trips a year. The destinations are popular tourist regions, mainly mountainous areas, which provide both views and technically demanding routes.

In summary, a statement posted on a social forum can be presented: *What makes us decide to spend time and energy on trips? It is difficult to answer this unequivocally from the perspective of anyone who gets on a motorcycle and rides. (...) We can travel around our land to see something with our own eyes. We go to Croatia on holiday. We send the motorcycle and fly to it by plane near the steppes of Mongolia. We ride around Africa. (...) Travelling with a laden motorcycle is certainly a driving force to get to know oneself, relationships between people, and cultural differences. It is an inspiration to colour life, gather impressions, develop, collect memories and adventures that go beyond everyday life. It can even be a way of life.* (<https://pl-pl.facebook.com/CFact1/posts/3215876981768984>).

References

- Arnould, E.J., Price, L.L. (1993). River magic. Extraordinary experience and the extended services encounter. *Journal of Consumer Research*, 20(1), 24–45.
- Austin, D.M., Gagne, P. (2008). Community in a mobile subculture. The world of the touring motorcyclist. *Studies in Symbolic Interaction*, 30, 411–437.
- Biedroń, A. (2011). *Turystyka motocyklowa w Polsce. Charakterystyka zjawiska i konsumentów. Prognoza rozwoju*. Warszawa: Difin.
- Botterill, D., Owen, R., Emanuel, L., Foster, N., Gale, T., Nelson, C., Selby, M. (2000). Perceptions from the periphery. The experience of Wales. In: F. Brown, D. Hall (eds.), *Tourism in peripheral areas. Case studies*. Clevedon: Channel View Publications, 7–38.
- Carson D., Cartan G. (2011). Touring routes – types, successes and failures. an international review. In: B. Prideaux, D. Carson (eds.), *Drive Tourism. Trends and Emerging Markets*. Oxon: Routledge, 296–310.
- Carson, D., Taylor, A. (2008). Sustaining four wheel drive tourism in desert Australia. Exploring the evidence from a demand perspective. *The Rangeland Journal*, 30(1), 77–83.
- Cater, C. (2017a). Longway up. Peripheral motorcycle tourism to the North Cape. In: D. Weaver, Y.S. Lee, N. Prebensen (eds.), *Arctic Tourism Experiences. Production, Consumption, and Sustainability*. CABI Publishing. Retrieved from <https://core.ac.uk/download/pdf/185312147.pdf>.
- Cater, C. (2017b). Tourism on two-wheels. Patterns of Motorcycle Leisure in Wales. *Tourism Management*, 61, 180–189. doi: <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2017.02.007>.
- Chorlton, K., Jamson, S.L. (2003). Who rides on our roads? An exploratory study of the UK motorcycling fleet. In: *Behavioural Research in Road Safety. Thirteenth Seminar Proceedings*. London: DfT.
- Corey, R. (1997). A drama-based model of traveller destination choice. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 5(4), 1–22.
- Dorocki, S. (2019a). Użytkowanie motocykli i motorowerów w Polsce na początku XXI wieku. *Prace Komisji Geografii Komunikacji PTG*, 22(4), 34–45.
- Dorocki, S. (2019b). Przestrzenne zróżnicowanie rozwoju rynku silnikowych pojazdów dwu- lub trzykołowych (PTW) w Polsce na początku XXI w. *Prace Komisji Geografii Komunikacji PTG*, 22(2), 8–19.
- Dorocki, S., Wantuch-Matla, D. (2021). Power Two-Wheelers as an Element of Sustainable Urban Mobility in Europe. *Land. MDPI, Open Access Journal* 10(6), 618. doi: <https://doi.org/10.3390/land10060618>.
- Hall, L. (2013). 'My wanderlust is not yet appeased'. Ellis Bankin and motorcycle touring in 1930s Australia. *Studies in Travel Writing*, 17(4), 368–383.
- Hermawati, P., Adisasmita, S.A., Ramli, M.I., Hamid, S. (2019). Choices Models of Trip Chain and Transportation Mode for International Tourists in Tourism Destination Island. *International Journal*, 16(55), 195–203.
- Hohl, A.E., Tisdell, C.A. (1995). Peripheraltourism. Development and management. *Annals of Tourism Research*, 22(3), 517–534.
- Jansen-Verbeke, M. (2008). A geographer's gaze at tourism. *Documents d'Ana`lisi Geogra`fica*, 15(2), 15–29.
- Kosmaczewska, J. (2013). *Turystyka jako czynnik rozwoju obszarów wiejskich*. Poznań: Bogucki Wydawnictwo Naukowe.
- Kurek, A. (2008). Na tropach galicyjskiej turystyki motorowej. *Folia Turistica*, 19, 91–112.
- Lamont, M. (2009). Reinventing the wheel. A definitional discussion of bicycle tourism. *Journal of Sport & Tourism*, 14(1), 5–23.
- Łyson, P. (ed.). (2019). *Turystyka w 2018 r.* Warszawa: Główny Urząd Statystyczny.
- McInnes, R.J., Williamson, L.M., Morrison, A. (2002). Unintentional injury during foreign travel. *Journal of Travel Medicine*, 9, 297–307.
- Panek, T. (2015). Jakość życia gospodarstw domowych w Polsce w układzie wojewódzkim. *Zeszyty Naukowe Instytutu Statystyki i Demografii SGH*, 46, 2–111.
- Pinch, P., Reimer, S. (2012). Moto-mobilities. Geographies of the motorcycle and motorcyclists. *Mobilities*, 7(3), 439–457.

- Price-Davies, E. (2011). Adventure motorcycling. The tourist gaze. *International Journal of Motorcycle Studies*, 7(1), 1–7.
- Ritchie, J.R.B., Hudson, S. (2009). Understanding and meeting the challenges of consumer/tourist experience research. *International Journal of Tourism Research*, 11, 111–126.
- Schouten, J., McAlexander, J. (1995). Subcultures of consumption: an ethnography of the new bikers. *Journal of Consumer Research*, 22(3), 43–61.
- Shih, H.Y. (2006). Network characteristics of drive tourism destinations. An application of network analysis in tourism. *Tourism Management*, 27(5), 1029–1039.
- Sosnowski, F. (2015). Turystyka motorowa w Polsce w dekadzie Edwarda Gierka. In: T. Drozdek-Małolepsza, A. Buková (eds.), *Teoretyczne i praktyczne uwarunkowania kultury fizycznej i turystyki*. Częstochowa: Wydawnictwo im. Stanisława Podobińskiego Akademii im. Jana Długosza w Częstochowie, 47–61.
- Spring, U. (2017). Early Mass Tourism at the North Cape. Infrastructure, Environment and Social Practices. In: H. Hansson, A. Ryall (eds.), *Modernities. The Environmental, the Exotic and the Everyday*. Newcastle upon Tyne: Cambridge Scholars Publishing, 130–157.
- Swanson, R.A. (2007). Theory framework for applied disciplines. Boundaries, contributing, core, useful, novel, and irrelevant components. *Human Resource Development Review*, 6(3), 321–339.
- Sykes, D.M., Kelly, K.G. (2014). Motorcycle tourism demand generators and dynamic interaction leisure. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 8(1), 92–102.
- Sykes, D., Kelly K.G. (2016). Motorcycle drive tourism leading to rural tourism opportunities. *Tourism Economics*, 22(3), 543–557. doi: <https://doi.org/10.5367/te.2014.0454>.
- Urry, J. (2002), *The Tourist Gaze*. London: Sage Publications.
- Walker, L. (2011). Tourism and leisure motorcycle riding. In: B. Prideaux, D. Carson (eds.), *Drive Tourism. Trends and Emerging Markets*. New York: Routledge, 146–158.
- Way, K.A., Roberts, L.J., Turner, J. (2010). Travel and spending characteristics of the mature biker. An exploratory study. *Caesars Hospitality Research Summit*, 12. Retrieved from <https://digitalscholarship.unlv.edu/hhrc/2010/june2010/12> (dostęp 12.06.2021).
- Weidenfeld, A., Butler, R. Williams, A. (2010). Clustering and compatibility between tourism attractions. *International Journal of Tourism Research*, 12(1), 1–16.
- Wilk, K., Tarnowski, M., Chołaściński, A., Terczyński, R., Eider, P. (2017). Geografia wybranych doświadczeń krajoznawczych motocyklistów uprawiających turystykę skuterową zrzeszonych w klubie Burgmania. *Handel Wewnętrzny*, 4/2, 290–303.
- Zalega, T. (2013). Nowe trendy i makrotrendy w zachowaniach konsumenckich gospodarstw domowych w XXI w. *Konsumpcja i Rozwój*, 2, 3–21.
- Zawadka, J. (2015). Podróże motocyklowe jako niszowa forma turystyki kwalifikowanej oraz preferencje i zachowania ich uczestników. *Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu*, 379, 156–164.

Sławomir Dorocki, PhD, Pedagogical University of Krakow, Institute of Geography, Department of Entrepreneurship and Spatial Management. He graduated from the Pedagogical University of Krakow with an MA degree in Geography and obtained a PhD in History (Institute of European Studies of the Jagiellonian University). He is an associate professor at the Pedagogical University of Krakow, Institute of Geography. His research interests are connected to regional problems and processes of socio-economic regionalisation, with particular emphasis on the diversity of Europe, processes of European integration, historical conditions and application of computer and statistical methods in the study of the diversity of space.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6083-0346>

Address:

Pedagogical University of Krakow
Institute of Geography
ul. Podchorążych 2
30-084 Kraków, Poland
e-mail: slawomir.dorocki@up.krakow.pl

SPIS TREŚCI

Wstęp	3
GABRIELA CZAPIEWSKA Wybrane metody badań i oceny jakości atrakcji turystycznych	7
PAULINA PILICHOWSKA, ALEKSANDRA GŁADAŁA Ocena poziomu rozwoju funkcji turystycznej w województwach Polski	24
BERNADETTA ZAWILIŃSKA Metody badania ruchu turystycznego i konsumpcji usług turystycznych w polskich parkach narodowych	41
ANNA IRENA SZYMAŃSKA Modele biznesu w <i>sharing economy</i> w kontekście grup społecznościowych działających w cyberprzestrzeni	62
ZHANNA BUCHKO Transborder recreational tourism complexes (TBRTC) as a result of international collaboration	76
MAŁGORZATA ZDON-KORZENIOWSKA Zastosowanie metody studium przypadku w analizie kształtowania... produktu turystycznego na przykładzie Szlaku Architektury Drewnianej	90
MARTA KLIMASZYK, MARCIN OLSZEWSKI Wykorzystanie metody zdarzeń krytycznych do oceny doświadczeń konsumentów w parkach rozrywki	100
ANNA CHROBAK Przegląd metod waloryzacji obiektów przyrody nieożywionej wykorzystywanych w geoturystyce	116
PAULINA PILICHOWSKA, ALEKSANDRA GŁADAŁA Wyposażenie infrastruktury transportowej i intensywność ruchu turystycznego województw Polski w latach 2015–2019	146
IRYNA MANCZAK, IZABELA GRUSZKA Przeciwdziałanie skutkom pandemii COVID-19 w turystyce – analiza pola semantycznego	164
BARTOSZ KORINTH, JAN ANDRZEJ WENDT The impact of COVID-19 pandemic on foreign tourism in European countries	177
VITALII IVANUNIK, HALYNA KRUL, STEPAN BRYK Assessment of the impact and interrelation of UNESCO World Heritage... on the tourism attractiveness of the country	186
ANITA KULAWIAK Współczesne wykorzystanie i społeczne znaczenie spuścizny przemysłowej w dolinie rzeki Kamiennej	205
DOMINIK SIKORSKI Rozwój turystyki na ziemi kłodzkiej ze szczególnym uwzględnieniem turystyki na terenach przemysłowych i poprzemysłowych na tle aktualnych przemian społeczno- gospodarczych regionu	220

ANITA KULAWIAK, KAROLINA SMĘTKIEWICZ Znaczenie turystyki w kształtowaniu warunków i jakości życia w małym mieście na przykładzie Helu w opinii jego mieszkańców	239
KINGA KRZESIWO Ocena sytuacji rozwojowej i funkcjonalnej stacji narciarskich – przykład polskich Karpac	259
DARIUSZ JACEK OLSZEWSKI-STRZYŻOWSKI Dostęp do turystyki wykluczonych grup społecznych – próba zbadania zjawiska na wybranych przykładach	277
ANNA KOLASIŃSKA, JOANNA SPOREK Preferencje turystyczne seniorów – słuchaczy krakowskich uniwersytetów trzeciego wieku	295
MARLENA BEDNARSKA, PAWEŁ ŁUKA Negatywne zachowania pracowników i klientów w procesie świadczenia usług turystycznych – studium sektora gastronomicznego	307
SŁAWOMIR DOROCCI Tourism on a motorcycle: an attempt to describe motorcycle tourism in Poland based on the results of an internet survey conducted before the COVID-19 pandemic	320

CONTENTS

Introduction.....	5
GABRIELA CZAPIEWSKA Selected methods of researching and assessing the quality of tourist attractions.....	7
PAULINA PILICHOWSKA, ALEKSANDRA GŁAŻAŁA Assessment of the level of development of the tourist function of Polish Voivodeships.....	24
BERNADETTA ZAWILIŃSKA Methods of analysing tourist traffic and the consumption of tourist services in Polish national parks.....	41
ANNA IRENA SZYMAŃSKA Sharing economy business models in the context of social groups operating in cyberspace	62
ZHANNA BUCHKO Transborder recreational tourism complexes (TBRTC) as a result of international collaboration	76
MAŁGORZATA ZDON-KORZENIOWSKA Application of the case study method in the analysis of formation of tourist product based on the example of the Wooden Architecture Route	90
MARTA KLIMASZYK, MARCIN OLSZEWSKI Critical Incident Technique application for customer experience evaluation in theme parks.....	100
ANNA CHROBAK Review of the assessment methods of abiotic nature sites used in geotourism.....	116
PAULINA PILICHOWSKA, ALEKSANDRA GŁAŻAŁA Equipment of transport infrastructure and intensity of tourist traffic in Polish voivodeships in 2015–2019.....	146
IRYNA MANCZAK, IZABELA GRUSZKA Averting the effects of the COVID-19 pandemic in tourism – a semantic field analysis.....	164
BARTOSZ KORINTH, JAN ANDRZEJ WENDT The impact of COVID-19 pandemic on foreign tourism in European countries.....	177
VITALII IVANUNIK, HALYNA KRUL, STEPAN BRYK Assessment of the impact and interrelation of UNESCO World Heritage... on the tourism attractiveness of the country.....	186
ANITA KULAWIAK Contemporary use and social importance of the post-industrial heritage in the Kamienna river valley (Poland)	205
DOMINIK SIKORSKI Development of tourism in the Kłodzko region with particular emphasis on tourism in industrial and post-industrial areas against to the current socio-economic changes in the region	220

ANITA KULAWIAK, KAROLINA SMĘTKIEWICZ The role of tourism in shaping of conditions and quality of life of the inhabitants of a small town. Case study of Hel (Poland).....	239
KINGA KRZESIWO Evaluation of the development and functional situation of ski stations – the example of the Polish Carpathian Mountains.....	259
DARIUSZ JACEK OLSZEWSKI-STRZYŻOWSKI Access to tourism for excluded social groups – exploration of the phenomenon based on selected examples.....	277
ANNA KOLASIŃSKA, JOANNA SPOREK Tourist preferences of seniors participants of Krakow Universities of the Third Age	295
MARLENA BEDNARSKA, PAWEŁ ŁUKA Negative behaviours of employees and customers in tourism service delivery – the case of the catering industry	307
SŁAWOMIR DOROCKI Tourism on a motorcycle: an attempt to describe motorcycle tourism in Poland based on the results of an internet survey conducted before the COVID-19 pandemic.....	320