

TURYSTYKA I REKREACJA:
WSPÓŁCZESNE ZAGROŻENIA
ORAZ MOŻLIWOŚCI ROZWOJU

TURYSTYKA I REKREACJA: WSPÓŁCZESNE ZAGROŻENIA ORAZ MOŻLIWOŚCI ROZWOJU

Tourism and Recreation:
Contemporary Threats and Opportunities for Development

POD REDAKCJĄ NAUKOWĄ
IZABELI KAPERY I MAŁGORZATY BAJGIER-KOWALSKIEJ

Kraków 2016

Rada Wydawnicza Krakowskiej Akademii im. Andrzeja Frycza Modrzewskiego:
Klemens Budzowski, Maria Kapiszewska, Zbigniew Maciąg, Jacek M. Majchrowski

Recenzja: prof. dr hab. Włodzimierz Kurek

Projekt okładki: Marcin Cziomer,
realizacja/przygotowanie do druku Oleg Aleksejczuk

Adiustacja: Daria Podgórska

ISBN 978-83-65208-78-1

Copyright© by Krakowska Akademia im. Andrzeja Frycza Modrzewskiego
Kraków 2016

Żadna część tej publikacji nie może być powielana ani magazynowana
w sposób umożliwiający ponowne wykorzystanie,
ani też rozpowszechniana w jakiegokolwiek formie
za pomocą środków elektronicznych, mechanicznych, kopiujących,
nagrywających i innych, bez uprzedniej pisemnej zgody właściciela praw autorskich

Na zlecenie:



Krakowskiej Akademii
im. Andrzeja Frycza Modrzewskiego
www.ka.edu.pl

Wydawca: Oficyna Wydawnicza AFM, Kraków 2016

Sprzedaż: ksiegarnia@kte.pl

Skład: Oleg Aleksejczuk

Spis treści

Wstęp (Izabela Kapera, Małgorzata Bajgier-Kowalska)	7
Introduction	9
<i>Izabela Kapera</i>	
Terroryzm a ruch turystyczny i wybór destynacji turystycznych z uwzględnieniem Polski	11
Tourism in the age of terrorism and the choice of destinations including Poland	
<i>Gabriela Kühn</i>	
Problem wykorzystywania seksualnego dzieci w kontekście podróży i turystyki	25
The problem of sexual exploitation of children in travel and tourism	
<i>Bożena Alejziak</i>	
Kwalifikacje pracowników turystyki w mikro, małych i średnich przedsiębiorstwach turystycznych i rekreacyjnych. Wybrane aspekty.....	37
Qualifications of tourism employees in micro-, small and medium-sized enterprises in tourism and recreation business. Selected aspects	
<i>Monika Prylińska</i>	
Urban Adventures – lokalna odpowiedź na globalne trendy.....	55
Urban Adventures – local response to global trends	
<i>Małgorzata Bajgier-Kowalska, Mariola Tracz, Radosław Uliśzak</i>	
Obiekty zabytkowe w przestrzeni wirtualnej gry Ingress na przykładzie miasta Krzeszowice	69
Presence of monuments in the virtual space of the game Ingress: the example of town Krzeszowice	
<i>Barbara Ostrowska</i>	
Zróźnicowanie potencjału turystycznego w Polsce w układach regionalnych.....	85
The diversity of the tourist potential at the system of regions in Poland	

Bożena Wójtowicz

- Perspektywy rozwoju turystyki w jaskiniach jako obiektach
geoturystycznych w Polsce..... 105
Prospects for the development of tourism in the caves
as objects geotouristic in Poland

Katarzyna Gmyrek-Gotłęb

- Wspinaczka skałkowa w Dolinie Będkowskiej..... 123
The rock climbing in Bedkowska Valley

Małgorzata Bajgier-Kowalska

- Agroturystyka jako forma zrównoważonego rozwoju obszarów
wiejskich na przykładzie powiatu limanowskiego..... 133
Agritourism as a form of sustainable development of rural areas
on the example of Limanowa district

Krzyszyna Krauz, Adam Mroczyński

- Problemy rozwoju turystyki rowerowej na przykładzie
gminy Krzeszowice..... 147
Problems of development of tourism cycling on the example
of municipality Krzeszowice

- Literatura 159

Wstęp

Niniejsza praca dotyczy szeroko rozumianej problematyki rozwoju współczesnej turystyki. Spojrzenie zarówno na światowy rynek turystyki, jak i na jej rozwój w ujęciu lokalnym pozwala na stwierdzenie, że w obu przypadkach stoi ona przed szeregiem wyzwań. Z perspektywy międzynarodowej, sytuacja polityczna w wybranych państwach i zagrożenie terroryzmem, obejmujące coraz więcej krajów, pociągają za sobą konieczność zastosowania rozwiązań poprawiających bezpieczeństwo turystów. Zapewnienie bezpieczeństwa, zwłaszcza w turystyce międzynarodowej, to jedno z najważniejszych zadań stojących przed władzami państw i organizatorami turystyki. Spośród kwestii związanych z bezpieczeństwem, szczególnie pilne jest także wskazanie rozwiązań problemu wykorzystania osób nieletnich w sektourystyce. Na tym tle szczególnie istotna jest odpowiednia wiedza i kwalifikacje osób pracujących w branży turystycznej oraz przygotowujących oferty turystyczne. Umiejętność kształtowania oferty turystycznej wymaga dokonywania wnikliwych analiz współczesnych trendów na międzynarodowym rynku turystycznym. Turystyka, będąc efektem aktywności ludzkiej, stawia również inne wyzwania, w tym związane z rozwojem zrównoważonym, w przypadku którego istotną kwestią jest kształtowanie odpowiednich wzorców już na poziomie lokalnym. W związku z wagą tematu i potrzebą aktualnych badań w tej dziedzinie, powyższe zagadnienia zostały poddane analizie na łamach prezentowanego opracowania.

Problematykę wpływu terroryzmu na wielkość ruchu turystycznego i destynacje turystyczne przedstawiła Izabela Kapera. Zagadnienia związane z problem wykorzystywania seksualnego dzieci, w kontekście podróży i turystyki, wraz z przykładami dobrych praktyk mających na celu zapobieganie tej formie krzywdzenia dzieci uwypukliła Gabriela Kuhn. Szereg pozytywnych zmian w tej kwestii można uzyskać edukując osoby związane z obsługą ruchu turystycznego. Bożena Alejsiak prezentuje zagadnienia dotyczące kwalifikacji pracowników branży turystycznej. Autorka przeprowadziła diagnozę przygotowania zawodowego pracowników w mikro, małych i średnich przedsiębiorstwach turystycznych i rekreacyjnych oraz zapytała pracodawców o braki, jakie zauważają u absolwentów oraz o propozycje zmian, które można wdrożyć do programów nauczania na wyższych uczelniach kształcących kadry dla turystyki i rekreacji tak, by lepiej dopasować program kształcenia do ich potrzeb. Sposobem na radzenie sobie z dynamicznie rozwijającą się branżą turystyczną jest

dostosowanie ofert do zmieniających się warunków otoczenia. Takie propozycje zawarły w swych tekstach Monika Prylińska oraz Małgorzata Bajgier-Kowalska wraz z Mariolą Tracz i Radosławem Uliszakiem. W prezentowanych na łamach opracowania zagadnieniach sporo uwagi poświęcono kwestiom turystyki rozpatrywanym w skali kraju oraz regionu (Barbara Ostrowska, Bożena Wójtowicz), a także w układach lokalnych, z uwzględnieniem zasad zrównoważonego rozwoju. Szczegółowo temat ten został przedstawiony przez Krystynę Krauz i Adama Mroczkę – w odniesieniu do gminy Krzeszowice, Katarzynę Gmyrek-Gołąb – w przypadku Doliny Będkowskiej oraz Małgorzatę Bajgier-Kowalską, analizującą uwarunkowania rozwoju agroturystyki na terenie powiatu limanowskiego.

Monografia prezentuje spojrzenie na problemy związane z rozwojem turystyki, przedstawione z punktu widzenia naukowców zajmujących się tematyką turystyki i praktyków związanych z branżą turystyczną. Publikacja jest zarówno zbiorem ujęć teoretycznych, jak i analiz oraz badań zjawisk zachodzących na gruncie współczesnej turystyki. Opracowanie przeznaczone jest dla szerokiego grona odbiorców, w tym osób zainteresowanych problematyką turystyki z perspektywy nauki, jak i pracujących w branży turystycznej – szczególnie z uwagi na to, że w większości tematów pojawia się aspekt praktyczny. Powinna także zainteresować studentów kierunków związanych ze stosunkami międzynarodowymi i turystyką. Mamy nadzieję, że publikacja przyczyni się do wzbogacenia wiedzy dotyczącej współczesnych zjawisk w turystyce oraz wzbudzi zainteresowanie osób poszukujących informacji do pogłębienia badań naukowych w tym zakresie. Podejmowane w monografii zagadnienia nie wyczerpują wszystkich problemów związanych z rozwojem turystyki i nie oddają całej jej złożoności. Mogą one jednak stanowić inspirację do dalszych badań.

Pragniemy jednocześnie podziękować Autorom tekstów, którzy przyczynili się do powstania opracowania. Szczególne podziękowania kierujemy do pani prof. KA dr hab. Beaty Molo, za inspirację i konstruktywne porady. Z kolei Wydawnictwu Krakowskiej Akademii im. Andrzeja Frycza Modrzewskiego w Krakowie dziękujemy za stworzenie miłej atmosfery do współpracy przy redagowaniu publikacji.

*Izabela Kapera
Małgorzata Bajgier-Kowalska*

Introduction

Tourism and Recreation: Contemporary Threats and Opportunities for Development

This study focuses on the broadly defined issue of development in the modern tourism industry. An analysis of the global tourism market and its development at the local level points to a number of challenges. In an international context, the political situation in certain countries and the threat of terrorism make it necessary to employ a number of solutions designed to help secure tourists. The provision of security, especially in the area of international tourism, is a major task facing national governments, tour operators, and other organizing bodies. One of the most pressing issues in tourist security is the identification of solutions to the problem of the abuse of minors in the sex tourism industry. This branch of the tourism industry requires special knowledge and qualifications on the part of persons working in the sector and preparing tourist offerings. The ability to create the right tourist offering requires an advanced analysis of contemporary trends in the international tourism market. As a unique form of human impact, tourism also creates a variety of challenges including ones associated with sustainable development, which demands the generation of appropriate models even at the local level. This study focuses on the above issues in light of their significance and the need for current research data and analysis. The issue of the impact of terrorism on tourist traffic and tourist destinations is raised by Izabela Kapera. Issues associated with the sexual abuse of children in the travel industry and the tourism sector along with best practices designed to help prevent such abuse are covered by Gabriela Kuhn. An array of positive outcomes can be attained if persons in the travel industry are properly trained in this area of concern. The qualifications side of personnel training in the tourism industry is analyzed by Bożena Alejziak who studied the qualifications of employees working for midsize, small, and very small business enterprises in the tourism sector and the recreation sector. Her research also sought to identify the shortcomings of college graduates, as viewed by employers, and how these employers would like to fix these shortcomings. This may include changes in teaching programs at universities offering academic majors in tourism and recreation in order to better adapt college graduates to current employer needs. One way to manage a dynamically changing situation in the tourism industry is to help adjust the tourist offering to changing conditions.

Specific proposals in this particular area are suggested by Monika Prylińska, Małgorzata Bajgier-Kowalska, Mariola Tracz, and Radosław Uliszak. The study pays a great deal of attention to tourism-related issues at the national scale and regional scale (Barbara Ostrowska, Bożena Wójtowicz) and the local scale in light of the principles of sustainable development. This subject is covered in detail by Krystyna Krauz and Adam Mroczka with respect to Krzeszowice Township, Katarzyna Gmyrek-Gołąb with respect to Będkowska Valley, as well as Małgorzata Bajgier-Kowalska who analyzed the development of so-called agro-tourism in Limanowa County. The purpose of the monograph is to present a perspective on problems associated with the development of tourism from the point of view of academic researchers studying tourism and practitioners working in the tourism industry. This publication is a collection of theoretical concepts as well as analyses of processes occurring in the modern tourism industry. The work is designed to suit a wide array of readers including persons interested in tourism-related issues from an academic perspective as well as persons working in the tourism industry who wish to learn more about selected practical aspects of this sector. The monograph should also capture the interest of students majoring in international relations and tourism. We hope that this publication will enhance the level of knowledge linked with contemporary issues in the tourism sector and will spark the interest of persons seeking to learn more about this subject for the purpose of additional academic research. The issues raised in this monograph do not exhaust the supply of issues associated with tourism development and do not reflect the full complexity of these issues. However, this work may inspire others to do more research in this area.

We wish to thank the authors contributing to this monograph whose efforts have made this publication possible. We extend a special thank you to Prof. Beata Molo for providing inspiration and constructive criticism. Finally, we wish to thank the Andrzej Frycz Modrzewski Academy Publishing House in Kraków for creating a pleasant atmosphere where researchers can work and produce publications such as this one.

*Izabela Kapera
Małgorzata Bajgier-Kowalska*

Izabela Kapera

Wydział Prawa, Administracji i Stosunków Międzynarodowych
Krakowska Akademia im. Andrzeja Frycza Modrzewskiego

Terroryzm a ruch turystyczny i wybór destynacji turystycznych z uwzględnieniem Polski

Tourism in the age of terrorism and the choice of destinations including Poland

Abstrakt

Celem opracowania jest zbadanie, w jaki sposób ataki terrorystyczne wpływają na ruch turystyczny oraz preferencje turystów w kwestii wyboru destynacji turystycznych. W postępowaniu badawczym bazowano na analizie materiałów źródłowych, w tym raportów dotyczących terroryzmu i turystyki. Pomocne były także opracowania instytucji związanych z badaniem opinii publicznej. Dodatkowo przeprowadzono sondaż diagnostyczny dotyczący postrzegania destynacji turystycznych w związku z terroryzmem. Część pytań skierowanych do respondentów z kraju i zagranicy uwzględniała kwestie dotyczące Polski. Należy podkreślić, że wpływ terroryzmu na turystykę nie ogranicza się tylko do rozmiarów ruchu turystycznego, ale obejmuje także szereg innych zagadnień. W skali globalnej wielkość ruchu turystycznego jest na ogół niezależna od ataków terrorystycznych, mających miejsce w poszczególnych krajach. Wpływają one jednak na liczbę przyjeżdżających osób do danego państwa. To jak długo widoczny jest spadek zależy od szeregu czynników, między innymi od powtarzalności ataków. Niemalą rolę odgrywa także odpowiednio wykreowany wizerunek danego państwa. Z przeprowadzonych badań wynika, że spostrzeżenia respondentów, co do krajów najbardziej zagrożonych terroryzmem, nie idą w parze z rzeczywistą liczbą ofiar terroryzmu tam odnotowaną. Należy jednocześnie zwrócić uwagę, że tyle samo badanych nie wybrałoby się do kraju zagrożonego terroryzmem, co powzięłoby taką decyzję uzależniając ją od stopnia zagrożenia atakami. Polska postrzegana jest jako bezpieczna destynacja turystyczna, co potwierdziły badania. Niemniej jednak w odczuciu mieszkańców kraju poczucie zagrożenie terroryzmem jest stosunkowo wysokie.

Słowa kluczowe: turystyka, terroryzm, Polska

Abstract

The purpose of the paper is to examine how terrorist attacks affect tourist traffic and the selection of tourist destinations. A variety of materials were used in the study including reports on terrorism and tourism. Materials available from key institutions that examine public opinion were also quite helpful. In addition, a survey was conducted on how tourists perceive selected destinations in the context of terrorism. Some of the survey questions provided to respondents in Poland and abroad concerned issues related to Poland. It is important to note that the impact of terrorism on tourism is not limited to tourism itself, but can affect an array of other areas of the economy. Finally, the fact that tourist traffic continues to grow does not imply that terrorism is not a relevant factor in the growth of tourist traffic. On a global scale, tourist traffic is largely independent of terrorist attacks characterized by a specific location – i.e. country or city. However, terrorist attacks do affect tourist traffic on a country level. The length of the decline in tourist traffic depends on a number of factors including the repetitiveness of attacks. In addition, the image created by a given country plays a significant role. Research has shown that survey participant opinions

on the countries most affected by terrorism are not aligned with the actual number of victims of terrorism per given country. It is also important to note that the number of individuals who would not travel to a country threatened by terrorism is equal to the number of individuals who would travel given a low enough threat level. Poland is perceived as a safe tourist destination, which is also borne out by surveys. Nevertheless, the residents of Poland feel that the threat of terrorism in Poland is quite high.

Key words: tourism, terrorism, Poland

Wprowadzenie

Terroryzm jest zagadnieniem coraz częściej obecnym w mediach i podejmowanym przez naukowców z różnych dziedzin. Wśród polskich badaczy zajmujących się turystyką temat pojawia się stosunkowo rzadko. Celem opracowania jest zbadanie, w jaki sposób ataki terrorystyczne wpływają na ruch turystyczny oraz preferencje turystów, co do wyboru destynacji turystycznych. Należy jednak zaznaczyć, że wpływ terroryzmu na turystykę nie ogranicza się tylko do rozmiarów ruchu turystycznego, ale obejmuje szereg innych zagadnień jak na przykład wielkość wydatków turystów i przychodów z turystyki. Jednocześnie temat może być analizowany poprzez pryzmat konsekwencji dla kluczowych graczy na rynku usług turystycznych oraz rozpatrywany zarówno w związku z ich reakcją na atak terrorystyczny, jak i z odpowiedzią władz danego regionu, czy państwa na te wydarzenia. W postępowaniu badawczym bazowano na analizie materiałów źródłowych, w tym raportów dotyczących terroryzmu i turystyki. Pomocne były także opracowania instytucji związanych z badaniem opinii publicznej. Dodatkowo przeprowadzono sondaż diagnostyczny dotyczący postrzegania destynacji turystycznych w związku z terroryzmem. Część pytań skierowanych do respondentów z kraju i zagranicy uwzględniała kwestie dotyczące Polski. Omawiane zagadnienia podzielono na pięć części. W pierwszej, dotyczącej zjawiska terroryzmu na świecie, przedstawiono kraje z największą liczbą ofiar terroryzmu. Druga część dotyczy turystyki analizowanej poprzez wielkość i rozmieszczenie ruchu turystycznego w ujęciu globalnym. Kolejna zawiera analizy dotyczące wpływu terroryzmu na kraje recepcji turystycznej. Jej kontynuacją są zagadnienia dedykowane Polsce, jako obszarowi recepcji i emisji ruchu turystycznego w kontekście tematu związanego z poczuciem bezpieczeństwa. W ostatniej części zaprezentowano wyniki sondażu diagnostycznego, który poza pytaniami dotyczącymi terroryzmu i turystyki w ujęciu globalnym, skupił się także na postrzeganiu Polski w tym względzie.

Terroryzm na świecie

Rosnąca liczba ofiar terroryzmu i doniesienia na temat kolejnych aktów terroru skłaniają do pytań o kraje wolne od tego typu zagrożeń. Całkowita liczba zgonów z powodu terroryzmu wzrosła od początku XXI wieku, ponad dzie-

więciokrotnie – z 3329 w 2000 roku do 32,685 w 2014 roku¹. Blisko 80% zgonów dotyczy następujących krajów: Irak, Nigeria, Afganistan, Pakistan i Syria (tab. 1). W 2014 roku ataki odnotowano w 93 krajach, (wzrost z 88 w porównaniu do roku wcześniejszego)². Najwięcej ofiar było w Iraku (blisko 10000 w 2014 r.). W grupie krajów Zachodu (do których zaliczono państwa Europy, USA, Kanadę i Australię), w latach 2000–2014 odnotowano 3659 ofiar terroryzmu, z czego niemal 3000 przypada na ataki na World Trade Center³ (tab. 2).

Bezpośrednim i najbardziej tragicznym skutkiem zamachów terrorystycznych jest śmierć ludzi. Następstwa terroryzmu mogą być rozpatrywane także z innych punktów widzenia. Jednym z nich są kwestie ekonomiczne. Analizy wskazują, że w 2001 roku terroryści spowodowali straty o wartości 51,5 mld dolarów, co stanowi ponad dziesięć razy więcej niż w 2000 roku (4,93 mld dol.)⁴. Od tego czasu roczne koszty ponoszone z powodu ataków terrorystycznych były mniejsze. Znacząco wzrosły w latach 2013 (32,9) i 2014, osiągając poziom 52,9 mld dolarów⁵.

Tab. 1. Kraje z największą liczbą ofiar terroryzmu /
Countries with the largest number of victims of terrorism

Kraj	% ogólnej liczby ofiar terroryzmu na świecie
Irak	30,4
Nigeria	23,0
Afganistan	13,8
Pakistan	5,4
Syria	5,2
Somalia	2,5
Ukraina	2,0
Jemen	2,0
Republika Środkowej Afryki	1,8
Sudan Południowy	1,7
Reszta świata	12,3

Źródło: opracowanie na podstawie: *Global Terrorism Index, 2015*, Institute for Economics & Peace, <http://economicsandpeace.org/wp-content/uploads/2015/11/2015-Global-Terrorism-Index-Report.pdf> [dostęp: 30.05.2016], s. 16.

Tab. 2. Kraje Zachodu – liczba ofiar i ataków w 2014 roku /

¹ *Global Terrorism Index, 2015*, Institute for Economics&Peace, <http://economicsandpeace.org/wp-content/uploads/2015/11/2015-Global-Terrorism-Index-Report.pdf> [dostęp: 30.05.2016].

² *Ibidem*, s. 9.

³ *Ibidem*, s. 50.

⁴ *Ibidem*, s. 61–62.

⁵ *Ibidem*.

Western countries – number of victims and attacks in 2014

Kraj	Liczba ofiar	Liczba ataków	Kraj	Liczba ofiar	Liczba ataków
USA	18	19	Niemcy	0	12
Australia	4	7	Włochy	0	7
Kanada	4	2	Szwecja	0	6
Belgia	4	1	Cypr	0	4
Kosowo	2	4	Bośnia i Hercegowina	0	3
Austria	2	1	Macedonia	0	3
Francja	1	11	Hiszpania	0	3
Czechy	1	3	Bułgaria	0	1
Albania	1	2	Węgry	0	1
Wielka Brytania	0	102	Islandia	0	1
Irlandia	0	30	Holandia	0	1
Grecja	0	26			

Źródło: opracowanie na podstawie *Global Terrorism Index. 2015*, Institute for Economics&Peace, <http://economicsandpeace.org/wp-content/uploads/2015/11/2015-Global-Terrorism-Index-Report.pdf> [dostęp: 30.05.2016], s. 51.

Wielkość i rozmieszczenie ruchu turystycznego na świecie

Według danych UNWTO ruch turystyczny w 2015 roku wzrósł o 4,4% w stosunku do roku poprzedniego, a granicę swego kraju przekroczyło 1,184 mld turystów⁶. Oznacza to szósty rok z rzędu, licząc od 2009 r., ze wzrostem przekraczającym 4%. Obszary, takie jak: Europa, obie Ameryki, Azja i region Pacyfiku, osiągnęły wzrost na poziomie 5%, a przyjazdy na Bliski Wschód i do Afryki wzrosły o 3%⁷. Europę w 2015 roku odwiedziło 609 milionów turystów, co oznacza 29 milionów więcej niż w 2014 roku⁸. Prognozy organizacji są pozytywne i wskazują na dalszy wzrost do poziomu 1,8 mld w okresie do 2030 roku⁹. W zakres międzynarodowego ruchu turystycznego włączanych jest coraz więcej państw i regionów, jednak nie zmienia to faktu, że jest on silnie skoncentrowany przestrzennie¹⁰. W 2014 roku najczęściej odwiedzanym przez turystów krajem była Francja, a następnie Stany Zjednoczone (tab. 3). Oba te

⁶ *International tourist arrivals up 4% reach a record 1.2 billion in 2015*, <http://media.unwto.org/press-release/2016-01-18/international-tourist-arrivals-4-reach-record-12-billion-2015> [dostęp: 4.05.2016].

⁷ *Ibidem*.

⁸ *Liczba turystów międzynarodowych w 2014 roku przekroczyła 1,1 mld*, <http://www.msport.gov.pl/badania-rynk-turystycznego/liczba-turystow-miedzynarodowych-w-2014-r-przekroczylo-11-mld> [dostęp: 4.05.2016].

⁹ *Tourism Highlights 2015 Edition*, UNWTO, http://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284416899_s.2.

¹⁰ *Turystyka*, red. W. Kurek, Wyd. PWN, Warszawa 2007, s. 67.

państwa należą także do grupy głównych krajów emisji ruchu turystycznego.

Tab. 3. Kraje – najczęściej odwiedzane destynacje turystyczne na świecie /
The most frequently visited countries in the world

Kraj	2013 (miliony)	2014 (miliony)	Zmiana 2013/2012	Zmiana 2014/2013
Francja	83,6	83,7	2,0	0,1
Stany Zjednoczone	70,0	74,8	5,0	6,8
Hiszpania	60,7	65,0	5,6	7,1
Chiny	55,7	55,6	-3,5	-0,1
Włochy	47,7	48,6	2,9	1,8
Turcja	37,8	39,8	5,9	5,3
Niemcy	31,5	33,0	3,7	4,6
Wielka Brytania	31,1	32,6	6,1	5,0
Rosja	28,4	29,8	10,2	5,3
Meksyk	24,2	29,1	3,2	20,5

Źródło: opracowanie na podstawie: *Tourism Highlights 2015 Edition*, UNWTO, <http://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284416899> [dostęp: 30.05.2016], s. 6.

Wpływ terroryzmu na ruch turystyczny

Do uwarunkowań rozwoju ruchu turystycznego można zaliczyć czynniki zewnętrzne (społeczno-demograficzne, gospodarcze, technologiczne, polityczne, przyrodnicze) i wewnętrzne (ze strony podaży turystycznej oraz popytu turystycznego)¹¹. Terroryzm jest jednym z czynników politycznych, który obecnie ma wpływ na zjawiska związane z turystyką. Oddziałują na nie także inne determinanty o podobnym charakterze, jak na przykład konflikty zbrojne, czy kryzys związany z uchodźcami. Mimo ich wpływu, ogólna tendencja w wielkości ruchu turystycznego pozostaje rosnąca. Ataki terrorystyczne, mające miejsce w jednym kraju, zasadniczo nie wpływają na wielkość ruchu turystycznego w skali globalnej. Z tym, że po atakach na World Trade Center odnotowano niewielki spadek w liczbie turystów na świecie. Natomiast w odniesieniu do poszczególnych państw ataki takie na ogół mają większe konsekwencje w liczbie osób przyjeżdżających. Atak terrorystyczny lub samo zagrożenie zamachem powoduje, że wielu turystów wstrzymuje wyjazdy lub wybiera bezpieczniejsze destynacje. Niemniej jednak wpływ tego rodzaju zdarzenia na turystykę i czas powrotu do stanu sprzed ataku zależy od rodzaju kryzysu i serii innych zróżnicowanych czynników, na przykład tego, czy ataki

¹¹ *Ibidem*, s. 66–83.

są skierowane bezpośrednio w turystów, które miejsca zostały zaatakowane oraz jaki jest rozmiar zniszczeń, pora roku, a także nagłośnienie w mediach. Dodatkowo, niejednokrotnie trudno jest jednoznacznie określić na ile sam atak terrorystyczny wpłynął na turystykę, a na ile przyczyniły się do tego inne współwystępujące czynniki. Jak wcześniej zauważono terroryzm, chociaż coraz częściej obecne w wielu krajach, wpływa na wielkość i kształtowanie się ruchu turystycznego, ale inne sytuacje kryzysowe oddziałują podobnie, albo i silniej na liczbę turystów odwiedzających dane państwo. W raporcie prezentowanym podczas ITB w Berlinie kryzysy tego rodzaju podzielono na cztery kategorie: choroby, katastrofy naturalne, konflikty polityczne i terroryzm. Wykazano, że konflikty polityczne mają największy wpływ na turystykę spośród analizowanych grup czynników¹². Pojawiające się ogniska choroby, takie jak np. SARS w Azji, mają tendencję do szybkiego i krótkoterminowego wpływu na turystykę, a katastrofy naturalne na ogół oddziałują w mniejszym stopniu, z tym, że ich skutki mogą trwać dłużej¹³. W przypadku terroryzmu to, jak długo obserwuje się jego skutki, zależy między innymi od tego, czy turyści uważają, że są bezpośrednio zagrożeni i czy mają możliwość wyboru alternatywnych miejsc. Dla przykładu zamachy w 2016 roku w Brukseli miały krótko lub średnioterminowy wpływ na turystykę w regionie¹⁴. Z kolei ataki w Paryżu, w listopadzie 2015 roku, spowodowały spadek rezerwacji lotów o 27% w tygodniu po ataku, zaś przychody hoteli zmalały o 40% w grudniu, w porównaniu do tego samego miesiąca w 2014 roku¹⁵. Przedstawiciele WTTC twierdzili wówczas, że liczba gości przyjeżdżających do Paryża powróci do normalnego poziomu w ciągu od trzech do sześciu miesięcy po ataku¹⁶. Na ogół szacuje się, że po ataku sytuacja, w przypadku destynacji turystycznych, wraca średnio po 13 miesiącach do stanu poprzedniego, a np. w przypadku wspomnianych uprzednio konfliktów politycznych czas ten wydłuża się do 27 miesięcy¹⁷. Skutki klęsk żywiołowych mogą również być dłużej odczuwalne, co widać na przykładzie: tsunami w Tajlandii 2004 (14 miesięcy), trzęsienia ziemi na Haiti w 2010 roku (22 miesięcy) i trzęsienia ziemi w Japonii w 2011 roku (21

¹² *ITB World Travel Trends Reports 2015/2016*, Messe Berlin GmbH, http://www.itb-berlin.de/media/itb/itb_dl_all/itb_presse_all/WTTR_ITB2016_8_Web.pdf [dostęp: 30.05.2016], s. 31.

¹³ *Ibidem*.

¹⁴ H. Morris, *Natural disasters worse for tourism than terror attacks*, Press release, The Telegraph Travel, 29.03.2016, <http://www.telegraph.co.uk/travel/news/terrorism-has-the-smallest-impact-on-tourism-industries> [dostęp: 4.05.2016].

¹⁵ *Ibidem*.

¹⁶ *Ibidem*.

¹⁷ *Ibidem*.

miesiący)¹⁸. W przypadku zamachu w Madrycie (zamach kolejowy bombowy w 2004 r.) liczba przyjazdów do Hiszpanii powróciła do poziomu sprzed tego zdarzenia w ciągu kilku tygodni, a zamachy w Londynie w ogóle nie wpłynęły na liczbę przyjazdów turystycznych do Wielkiej Brytanii¹⁹. Z drugiej jednak strony, w przypadku ataków na WTC, powrót do stanu poprzedniego trwał znacznie dłużej. Dodatkowo ataki te wywarły efekty w szerszej skali wpływając na wielkość ruchu turystycznego do krajów z dominacją wyznawców islamu, w związku z tym, że postrzeganie zagrożenia przenosi się także nie tylko przez bliskość geograficzną, ale także bliskość etniczną i religijną²⁰. Kolejną kwestią jest powtarzalność ataków w krótkim czasie. Tego rodzaju sytuacja również nie sprzyja szybkiemu odzyskaniu poprzedniej liczby turystów. Egipt, który doświadczył kilkuletnich niepokojów politycznych, odnotował średni roczny spadek liczby turystów brytyjskich o 18,5% od 2010 do 2014 roku²¹. W przypadku, gdy zamachy mają charakter incydentalny oraz wiążą się z zapewnieniem wyjątkowych środków bezpieczeństwa przez władze, obserwowany jest wzrost poczucia bezpieczeństwa, a także wyobrażenie turystów, że tego rodzaju zamachy w tym samym miejscu tak szybko się nie powtarzają. Wówczas wpływ ataków terrorystycznych na sektor turystyczny ma charakter przejściowy i dotyczy z reguły krótkich okresów²². Niemniej jednak w Egipcie nie wszystkie akty terroryzmu wpływały na liczbę turystów. Trudno jednoznacznie określić, dlaczego na przykład zamachy w Luksorze w 1997 roku decydowały o jej wielkości, a bardziej tragiczne w skutkach ataki w Szarm El-Szejk, z 2005 roku, już nie²³. Jak zauważa Pałkiewicz (br.) zamachy z lipca 2005 roku odbiły się jednak niekorzystnie na udziale Egiptu w liczbie turystów odwiedzających cały Bliski Wschód²⁴. Analizując następstwa ataków terrorystycznych z punktu widzenia ruchu turystycznego, warto także przytoczyć przykład indonezyjskiej wyspy Bali ze zdarzeń w dniu 12.10.2002 r. i w 2005 r. We wrześniu 2002 roku 147 000

¹⁸ *Ibidem*.

¹⁹ *Ibidem*.

²⁰ G.M. Ahlfeldt, B. Franke, W. Maennig, *Terrorism and international tourism: the case of Germany*, „Jahrbücher für Nationalökonomie und Statistik” 2015, 235 (1), s. 3–21.

²¹ J. Parkinson, T. Heyden, *How terrorist attacks affect tourism*, Press release, BBC News, 29.06.2015, <http://www.bbc.com/news/magazine-33310217> [dostęp: 4.05.2016].

²² M. Marczak, *Wpływ terroryzmu na rozwój turystyki międzynarodowej*, „Zeszyty Naukowe” nr 738, „Ekonomiczne Problemy Turystyki” nr 4(20), Uniwersytet Szczeciński, s. 89–102.

²³ I. Kapera, *Terroryzm a turystyka w krajach arabskich na przykładzie Egiptu*, [w:]. *Bezpieczeństwo w turystyce. Wybrane zagadnienia*, red. S. Sacha, Oficyna Wydawnicza AFM 2009, s. 9–22.

²⁴ D. Pałkiewicz, *Terroryzm a przemysł turystyczny na świecie*, <http://www.terroryzm.com/article/480/Terroryzm-a-przemysl-turystyczny-na-swiecie.html> [dostęp: 12.05.2016].

Australijczyków planowało spędzić swoje wakacje na Bali, jednak zaraz po atakach na plany spędzenia wakacji w tym miejscu wskazało 42 000 osób, a w listopadzie liczba ta spadła do 14 000, by dopiero po pięciu miesiącach osiągnąć poziom sprzed zamachów²⁵. Ataki, które miały miejsce w 2005 r. nie wykazały już tak wyraźnego przełożenia na chęci spędzenia urlopu na Bali przez Australijczyków. Kolejne badania wykazały, że we wrześniu 2015 r. zamiar spędzenia wczasów na Bali zadeklarowało 334 000 Australijczyków, a chęć spędzenia wakacji na wyspie wyraziło 1245 000 Australijczyków²⁶. Na podstawie przytoczonych danych trudno jest jednoznacznie stwierdzić, dlaczego jedne i drugie ataki wywołały dość różne następstwa w postaci zamiaru spędzania wczasów na wyspie. Analizy przeprowadzone w innych krajach i na innych kontynentach również nie dają jednoznacznej odpowiedzi w tym względzie, chociaż można brać również pod uwagę zjawisko adaptacji do kryzysu.

Atak terrorystyczny może mieć istotny wpływ na postrzeganie destynacji turystycznych. Backer wskazuje, że różnice w poziomie postrzegania ryzyka, wraz z innymi czynnikami wewnętrznymi, mogą determinować motywacje turystów do podróży, zainteresowanie alternatywnymi destynacjami, poziom zainteresowania bezpieczeństwem i zagrożeniem terrorystycznym, chęć do poszukiwania informacji i w konsekwencji wpływać na wybór destynacji²⁷. Sönmez z kolei zwraca uwagę, że reakcja na atak terrorystyczny, w postaci zmian w ruchu turystycznym i samo postrzeganie ryzyka przez turystów, może być zależne od różnic kulturowych związanych z krajem pochodzenia przyjezdnych²⁸. Należy także wspomnieć, że w niektórych przypadkach pamięć o ludobójstwie i terrorze może stać się impulsem do tworzenia miejsc upamiętniających zbrodnie i odwiedzanych przez turystów. Przykładem jest muzeum w Nowym Jorku, poświęcone wydarzeniom z 11 września 2001 roku. Na niejednorodność w ocenie podróży do takich miejsc zwraca uwagę Tanaś, który zauważa, że komercyjne wykorzystanie skutków terroru i ludobójstwa do celów turystycznych nie zawsze jest oceniane pozytywnie, co ma związek między innymi z dysfunkcjami tanatoturystyki. Do nich należy powierzchowne poznanie przestrzeni śmierci, traktowanej często jako miejsce kontaktu z popkulturowym jej wizerunkiem oraz to, że ruch turystyczny może prowadzić do

²⁵ *Has terrorism affected Australian tourism to Bali? Press Release*, <http://www.roymorgan.com/findings/6775-has-terrorism-affected-australian-tourism-to-bali-201604272240> [dostęp: 12.05.2016] za: *Roy Morgan Holiday Tracker (Australia), Jan-Dec 2015, n=15,367. Base: Australians 14+*.

²⁶ *Ibidem*.

²⁷ D. Mc. A. Baker, *The Effects of Terrorism on the Travel and Tourism Industry*, „International Journal of Religious Tourism and Pilgrimage” 2014, 2(1), s. 58–67.

²⁸ S. Sönmez, *Tourism, Terrorism and Political Instability*, „Annals of Tourism Research” 1998, 25(2) s. 416.

nadmiernego i niepożądanego eksploataowania tej przestrzeni, jej uprzedmiotowienia i profanacji²⁹. Z drugiej jednak strony odpowiednie przygotowanie takiej przestrzeni może stanowić nieocenioną lekcję historii i kształtowanie postaw społecznych.

Polska – ruch turystyczny i poczucie bezpieczeństwa

W 2015 roku przyjechało do Polski 16,722 mln turystów i byli to głównie goście z Niemiec (6012 tys.)³⁰. Biorąc pod uwagę Polaków wyjeżdżających w celach wypoczynkowych na co najmniej 2 dni, co piąty z nich wypoczywał za granicą³¹. Większość udawała się do krajów europejskich, takich jak: Włochy, Niemcy, Grecja, Wielka Brytania. Preferencje dotyczące roku 2016 są podobne, jeśli chodzi o kierunki, choć nieco więcej osób chciałoby wyjechać za granicę niż w roku poprzednim³². W wyborach destynacji turystycznych przez Polaków w dalszym ciągu duże znaczenie odgrywa cena. Polski Związek Organizatorów Turystyki publikuje raporty tygodniowe oparte o system rezerwacyjny MerlinX, używany w biurach podróży. Według tych danych wśród preferowanych krajów, 17 tygodnia 2015 r. dominowały Grecja, Turcja, Hiszpania i Egipt. Dla porównania – w 2016 r. Grecja nadal prowadziła, ale kolejność na następnych miejscach uległa zmianie, i o ile na przykład zmniejszyła się cena za rezerwację w przypadku Turcji, o tyle w odniesieniu do Egiptu odnotowano jej wzrost (tab. 4).

Polska na ogół postrzegana jest jako bezpieczne miejsce dla turystów. Należy jednak wspomnieć, że w ramach konferencji, mającej miejsce podczas ITB 2015, w wystąpieniu Rolfa Freitaga, na mapie bezpieczeństwa podróży na świecie Polska znalazła się w grupie krajów średnio bezpiecznych, na równi z Rosją, Rumunią, Bułgarią, Serbią i krajami bałtyckimi. Komunikat, że państwo jest średnio bezpieczną destynacją turystyczną nie jest zbyt korzystny wizerunkowo dla Polski³³. W *Narodowym Programie Antyterrorystycznym na lata 2015–2019* stwierdzono natomiast, że „zagrożenie terrorystyczne w Polsce ze strony

²⁹ S. Tanaś, *Znaczenie ludobójstwa i terroru w turystyce poznawczej*, „Turyzm” 2013, 23/1, s. 7–16.

³⁰ *Charakterystyka przyjazdów cudzoziemców do Polski w 2015 roku*, Ministerstwo Sportu i Turystyki, https://s3-eu-west-1.amazonaws.com/fs.siteor.com/msport/article_attachments/attachments/88517/original/Charakterystyka_przyjazdow_cudzoziemcow_do_Polski_w_2015_roku.pdf?1461917174 [dostęp: 30.05.2016].

³¹ *Wyjazdy wypoczynkowe Polaków w 2015 roku i plany na rok 2016. Komunikat z badań*, Warszawa 2016, http://www.cbos.pl/SPISKOM.POL/2016/K_021_16.PDF [dostęp: 30.05.2016].

³² *Ibidem*, s. 20.

³³ <http://2ba.pl/news-posts/polska-krajem-zagrozonym-terroryzmem> [dostęp: 5.05.2016].

osób lub organizacji pochodzących z tzw. krajów podwyższonego ryzyka lub niestabilnych politycznie utrzymuje się na stosunkowo niskim poziomie, a terytorium RP traktowane jest jedynie jako cel rezerwowany ewentualnych ataków. Nie odnotowano również informacji potwierdzających zagrożenie zamachami ze strony rodzimych środowisk odwołujących się do radykalnych ideologii³⁴. W dniu 2 lipca 2016 r. weszła w życie ustawa z dnia 10 czerwca o działaniach antyterrorystycznych³⁵.

Tab. 4. Najczęściej rezerwowane kraje i cena za rezerwację – porównanie 2015 r. i 2016 r. / The most frequently reserved countries in the world and price per reservation in 2015 and 2016

2015	Cena za rezerwację	2016	Cena za rezerwację
Grecja	6289	Grecja	6652
Turcja	5979	Hiszpania	6919
Hiszpania	6386	Bułgaria	4480
Egipt	4750	Turcja	5292
Bułgaria	4592	Włochy	5331
Włochy	4682	Chorwacja	4920
Tunezja	4331	Egipt	5111
Chorwacja	3836	Portugalia	8643
Portugalia	8038	Albania	5393
Cypr	6808	Cypr	7102

Źródło: *Raport tygodniowy 17/2015*, Polski Związek Organizatorów Turystyki, http://www.pzot.pl/tempOpen/default/files/00000000M843UA5GAPA51JA67R01LK22_Booking_Report_17_2015.pdf [dostęp: 5.05.2016] i *Weekly Report 17/2016*, Polski Związek Organizatorów Turystyki http://www.pzot.pl/tempOpen/default/files/00000000802K33U-231Y4274NT56D53N4_Booking_Report_17_2016.pdf [dostęp: 5.05.2016].

Tymczasem badania CBOS, przeprowadzone w grudniu 2015 roku wskazują, że 59% Polaków było przekonanych, że kraju istnieje realne zagrożenie terroryzmem³⁶. Dla porównania badania przeprowadzone przez CBOS w czerwcu 2013 roku wskazały na 45%³⁷, a analizy przedstawione przez Wyższą Szkołę Policji w Szczytnie w lipcu 2010 r. na 32% osób, według których w Polsce istnieje realne zagrożenie terroryzmem³⁸. W kwestii bezpieczeństwa

³⁴ *Narodowy Program Antyterrorystyczny na lata 2015–2019*, Warszawa 2014, Uchwała nr 252 Rady Ministrów z dnia 9 grudnia 2014 roku w sprawie „Narodowego Programu Antyterrorystycznego na lata 2015–2019”, Warszawa, dnia 24 grudnia 2014 roku, poz. 1218, s. 8.

³⁵ Ustawa z dnia 10 czerwca 2016 r. o działaniach antyterrorystycznych, Dz.U. 2016, poz. 904.

³⁶ *Zagrożenie terroryzmem. Komunikat z badań BS/78/2013*, CBOS, Warszawa 2013.

³⁷ *Ibidem*.

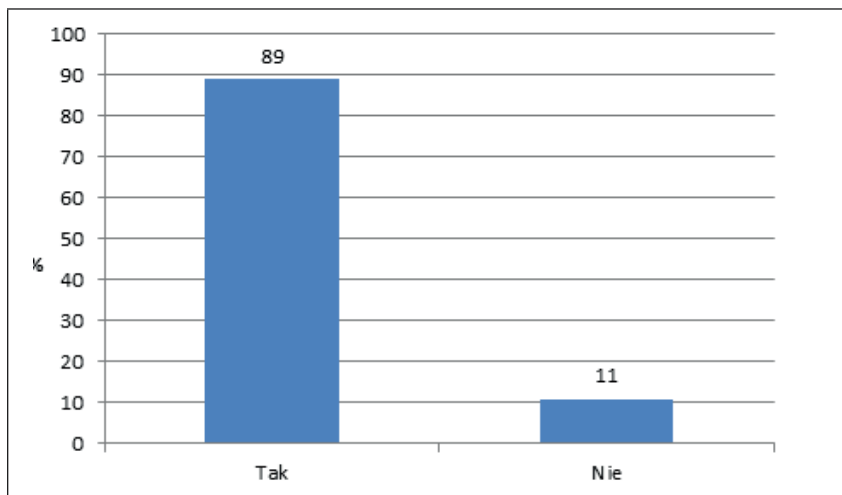
³⁸ *Ibidem*.

turystów, Ministerstwo Spraw Zagranicznych na swojej stronie internetowej zamieszcza ostrzeżenia dla podróżujących. Wyjeżdżającym zaproponowano także aplikację iPolak, z której można dowiedzieć się jak zadbać o swoje bezpieczeństwo podczas pobytu poza krajem.

Wybór i postrzeganie destynacji turystycznych przez respondentów w kontekście zagrożenia terroryzmem

Badania sondażowe przeprowadzono w okresie kwiecień/maj 2016 r. roku na próbie 100 respondentów, którą stanowili studenci kierunków oraz specjalności związanych z turystyką (turystyka i rekreacja, turystyka międzynarodowa). Ankietowani byli w wieku od 18 do 33 lat i pochodzili z Ukrainy (50%), Polski (48%) oraz innych krajów (2%). Poproszono ich o udzielenie odpowiedzi na pytania związane z turystyką i terroryzmem. Następnie zestawiono odpowiedzi oraz zaprezentowano w formie rycin zamieszczonych poniżej. Pierwsze z pytań dotyczyło kwestii wyboru destynacji turystycznych. Niemal 90% badanych wybierając kraj docelowy na wyjazd turystyczny zwraca uwagę, czy jest on zagrożony terroryzmem (ryc. 1).

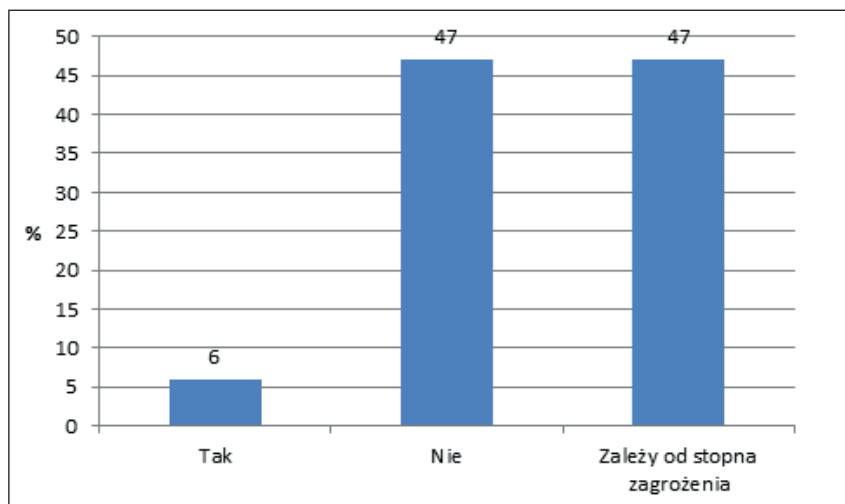
Ryc. 1. Zestawienie odpowiedzi na pytanie: Czy podczas wyboru kraju – destynacji turystycznej zwraca Pan/Pani uwagę na to, czy kraj jest zagrożony terroryzmem? / Responses to the following question: When selecting a country to visit as a tourist, do you think about the threat of terrorism in each of the countries you are considering visiting?



Źródło: opracowanie własne.

Z przeprowadzonych badań wynika, że tyle samo respondentów (po 47%) nie pojechałoby do kraju zagrożonego terroryzmem, bądź swoją decyzję uzależniłaby od poziomu tego zagrożenia. Sześć procent osób odwiedziłoby państwo, w którym występuje niebezpieczeństwo ze strony terrorystów.

Ryc. 2. Zestawienie odpowiedzi na pytanie: Czy pojechałby Pan/Pani w celach turystycznych do kraju zagrożonego terroryzmem? / Responses to the following question: Would you visit as a tourist a country threatened by terrorism?



Źródło: opracowanie własne.

Analizy wykazują, że respondenci do krajów najbardziej zagrożonych terroryzmem zaliczyli Egipt i Syrię (tab. 5). Poza wykazanymi w tabeli dziesięcioma państwami wymieniali także inne. Łączna liczba krajów wskazywanych przez respondentów stanowi 1/5 wszystkich państw na świecie. Dwoje respondentów stwierdziło wprost, że zagrożone jest każdy kraj.

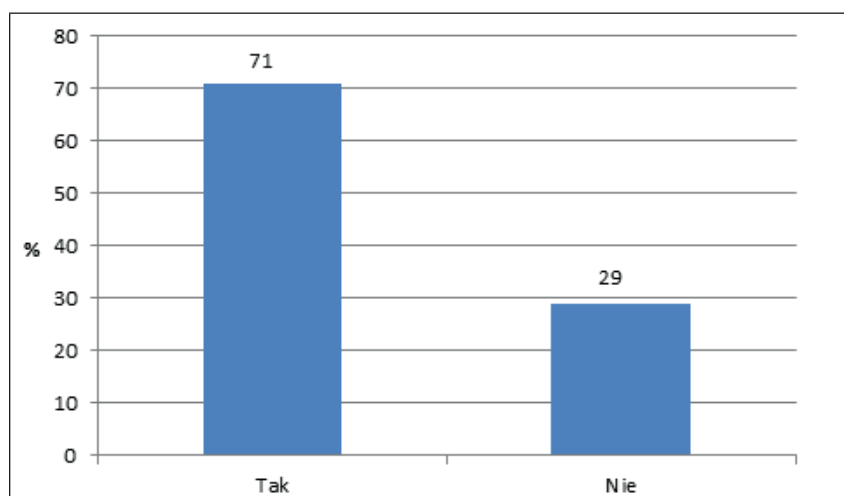
Tab. 5. Ranking krajów zagrożonych terroryzmem w opinii respondentów / Countries threatened by terrorism, as ranked by survey participants

Pozycja	Państwo	% wskazań	Pozycja	Państwo	% wskazań
1.	Egipt	45	5.	Iran	24
1.	Syria	45	5.	Tunezja	24
2.	Francja	43	6.	Niemcy	20
3.	Turcja	40	7.	Izrael	19
4.	Irak	33	8.	Belgia	17

Źródło: opracowanie własne.

Z przeprowadzonych badań wynika, że 97% badanych nie miała podczas swoich wyjazdów do czynienia z zagrożeniem terrorystycznym. Jednocześnie ponad 70% respondentów uważa, że Polska jest krajem bezpiecznym (wolnym od terroryzmu). Przeciwnego zdania było około 30% badanych (ryc. 3). Pierwsi, w uzasadnieniu najczęściej zwracali uwagę na brak dotychczas ataków terrorystycznych. Drudzy, swoje obawy co do wystąpienia tego typu sytuacji, wiązali z Światowymi Dniami Młodzieży, które odbywały się w Polsce w dniach 26–31 lipca 2016 roku. Niepokoje respondentów wyrażane przed przywoływanym wydarzeniem nie znalazły potwierdzenia. W Światowych Dniach Młodzieży 2016 wzięły udział osoby z blisko 190 krajów świata, a nad ich bezpieczeństwem czuwało ponad 38 tysięcy funkcjonariuszy różnych służb (17 000 policjantów, 11 600 funkcjonariuszy Straży Granicznej, 9 000 strażaków 800 funkcjonariuszy BOR)³⁹.

Ryc. 3. Zestawienie odpowiedzi na pytanie: Czy uważa Pani/Pan, że Polska jest krajem bezpiecznym (wolnym od terroryzmu)? / Responses to the following question: Do you believe that Poland is a country safe from terrorism?



Źródło: opracowanie własne.

Podsumowanie

Przemysł turystyczny jest bardzo zróżnicowany i obejmuje szerokie możliwości spędzania wolnego czasu. Rozwój terroryzmu, szczególnie po wydarzeniach z 11 września 2001 r., pozostawił po sobie wrażenie zagrożenia, często

³⁹ Światowe Dni Młodzieży 2016 w liczbach, <http://wiadomosci.onet.pl/kraj/sdm-2016-podsumowanie-i-najwazniejsze-liczby/0120e7> [dostęp: 3.08.2016].

potęgowane doniesieniami medialnymi, lub wzmacniane w związku z sytuacją polityczną. Wpływ terroryzmu na turystykę nie ogranicza się tylko do rozmiarów ruchu turystycznego, ale także obejmuje szereg innych zagadnień. Dodatkowo to, że ruch turystyczny nadal się rozwija, nie oznacza braku wpływu na turystykę. W skali globalnej wielkość ruchu turystycznego na ogół jest niezależna od ataków terrorystycznych mających miejsce w poszczególnych krajach. Wpływają one jednak na liczbę przyjeżdżających osób do danego państwa. To jak długo widoczny jest spadek, zależy od szeregu czynników, między innymi od powtarzalności ataków. Niemalą rolę odgrywa także odpowiednio wykreowany wizerunek danego państwa. Z przeprowadzonych badań wynika, że sprostżenia respondentów, co do krajów najbardziej zagrożonych terroryzmem, nie idą w parze z rzeczywistą liczbą ofiar terroryzmu tam odnotowaną. Należy jednocześnie zwrócić uwagę, że tyle samo badanych nie wybrałoby się do kraju zagrożonego terroryzmem, co powzięłoby taką decyzję uzależniając ją od stopnia zagrożenia atakami. Polska postrzegana jest jako bezpieczna destynacja turystyczna, co potwierdziły badania. Niemniej jednak w odczuciu mieszkańców kraju poczucie zagrożenie terroryzmem jest stosunkowo wysokie.

Gabriela Kühn

Fundacja Dajemy Dzieciom Siłę, Warszawa

Problem wykorzystywania seksualnego dzieci w kontekście podróży i turystyki

The problem of sexual exploitation of children in travel and tourism

Abstrakt

W opracowaniu przedstawiono problem wykorzystywania seksualnego dzieci w kontekście podróży i turystyki, opisano przykłady dobrych praktyk mających na celu zapobieganie tej formie krzywdzenia dzieci oraz omówiono najważniejsze wnioski i rekomendacje.

Słowa kluczowe: dzieci, podróże, przeciwdziałanie, turystyka, wykorzystywanie seksualne

Abstract

The study presents the problem of sexual abuse of children in the context of travel and tourism. The author describes examples of good practices to prevent this form of exploitation of children and discusses key findings and recommendations.

Key words: children, travel, prevention, tourism, sexual exploitation

Wprowadzenie

Według Światowej Organizacji Turystyki liczba turystów na świecie w 2012 roku, po raz pierwszy, przekroczyła miliard, a prognozy do 2030 roku zakładają wzrost do 1,8 miliarda rocznie zagranicznych podróży na świecie¹. Dane Ministerstwa Sportu i Turystyki z 2015 roku potwierdzają wzrost uczestnictwa Polaków w wyjazdach turystycznych oraz rosnącą liczbę turystów zagranicznych przyjeżdżających do naszego kraju².

Rozwój turystyki może znacząco przyczyniać się do gospodarczej i społecznej spójności krajów, jeżeli nie będzie wpływał negatywnie na przestrzeganie praw dziecka. Dzieci są coraz bardziej narażone na wykorzystywanie seksualne w związku z powszechnym dostępem do nowych technologii, ułatwiających potencjalnym sprawcom zachowanie anonimowości i większą swobodą podróżowania. Wraz z ogólną liczbą podróżujących, proporcjonalnie rośnie

¹ UN WTO 2014, *Tourism Highlights, 2014 edition*.

² MSiT, dane statystyczne dostępne na stronie: www.msport.gov.pl/statystyka-turystyka [dostęp:20.05.2016].

również liczba dorosłych, którzy dopuszczają się przestępstw seksualnych wobec dzieci, przy czym problem wykorzystywania seksualnego dzieci w kontekście podróży i turystyki dotyczy całego świata³.

Zarys i postrzeganie problemu

Problem seksturystyki został zdefiniowany przez Światową Organizację Turystyki jako podróże organizowane przez przemysł turystyczny albo bez jego udziału, ale wykorzystujące jego struktury, których podstawowym celem jest doprowadzenie do komercyjnych kontaktów seksualnych między turystami, a osobami zamieszkującymi dane terytorium⁴. W kontekście działań prowadzonych przez Fundację Dajemy Dzieciom Siłę (FDDS)⁵ i niniejszy artykuł, turystyka seksualna jest rozumiana, jako jedna z form komercyjnego wykorzystywania dzieci przez dorosłych, którzy podróżują za granicę lub na terenie własnego kraju, gdzie dopuszczają się przestępstwa wykorzystywania seksualnego małoletnich, niezależnie od tego, czy działania te mają formę zorganizowaną⁶. Komercyjne wykorzystywanie seksualne dzieci obejmuje różne formy krzywdzenia, w tym prostytucję, pornografię i handel dziećmi. Dziecko, zgodnie z Konwencją o Prawach Dziecka, definiowane jest jako każda osoba do czasu ukończenia 18 roku życia⁷.

Na problem seksturystyki zwrócono uwagę pod koniec lat 80. Organizacja ECTWT (ang. *Ecumenical Coalition on Third World Tourism*) przeprowadziła badania na temat zależności pomiędzy rozwojem turystyki, a rosnącą liczbą przypadków wykorzystywania seksualnego dzieci w trzech krajach azjatyckich – Filipinach, Sri Lance i Tajlandii. W oparciu o uzyskane wyniki, organizacje

³ A. Hawke, A. Raphael, *Offenders on the Move. The Global Study on Sexual Exploitation of Children in Travel and Tourism*, ECPAT International, maj 2016, www.global-studysect.org [dostęp: 15.06.2016].

⁴ UN WTO 1995, *Statement on the Prevention on the Organized Child Sex Tourism* [Stanowisko Światowej Organizacji Turystyki dotyczące zorganizowanej seksturystyki], Światowa Organizacja Turystyki, Egipt 1995.

⁵ Fundacja Dajemy Dzieciom Siłę (FDDS) funkcjonuje pod nową nazwą od 10 maja 2016 roku. W roku jubileuszu 25 lat działań Fundacji Dzieci Niczyje (FDN) zmieniono nazwę organizacji, żeby lepiej uchwycić obszar i cel jej działań.

⁶ G. Kühn, O. Trocha, *Przeciwdziałanie wykorzystywaniu seksualnemu dzieci w turystyce. Pytania i odpowiedzi*, wersja angielska: L. Ferran, G. Berardi, P. Sakulpitakphon, D. Sever, M. Capaldi, A. Burnett i M. Naebklang, ECPAT International, FDN, Warszawa 2014.

⁷ Konwencja o Prawach Dziecka (1989), ONZ, www.isap.sejm.gov.pl/DetailsServlet?id=WDU19911200526 [dostęp: 20.05.2016].

pozarządowe z sieci ECPAT International⁸ zorganizowały kampanię mającą na celu zwrócić uwagę społeczeństwa na zdiagnozowany problem⁹. Choć od tego czasu podjęto wiele działań profilaktycznych i rozumiano, że problem ten nie dotyczy tylko krajów, postrzeganych jako egzotyczne, ale całego świata – w tym samej Europy, to wciąż trudno oszacować jego skalę.

Tylko nieliczne dzieci-ofiary komercyjnego wykorzystywania seksualnego są oficjalnie identyfikowane przez organy ścigania – ze względu na przestępczy charakter zjawiska jest ono ukrywane przez sprawców, którzy chcą uniknąć kary i przez same ofiary, które zmanipulowane fałszywymi obietnicami, żyją w poczuciu wstydu oraz przekonania o niemożności znalezienia pomocy lub nawet mogą nie być świadome, że zostały wykorzystane. Przyczyny małej wykrywalności tych przestępstw wynikają również ze specyfiki kulturowo-politycznej, niewystarczającej ochrony praw dziecka, obojętności czy wręcz społecznego przyzwolenia na krzywdzenie dzieci w poszczególnych krajach.

Większość dostępnych danych na temat skali problemu ma charakter szacunkowy. Według UNICEF-u jedna na dziesięć dziewczynek na świecie jest ofiarą różnych form wykorzystywania seksualnego¹⁰; Rada Europy, bazując na danych z badań retrospektywnych i metaanaliz przyjmuje, że jedno na pięć dzieci, doświadcza różnych form wykorzystywania seksualnego w Europie¹¹, a z badań retrospektywnych, przeprowadzonych w Polsce przez FDDS wynika, że jedno na siedmioro dzieci doświadczyło różnych form wykorzystywania seksualnego¹². W Polsce średnia liczba ujawnianych przypadków wykorzystywania seksualnego dzieci poniżej 15 r.ż. w ciągu roku wynosi około półtora tysiąca przestępstw; stwierdzanych jest kilkadziesiąt do kilkuset przypadków komercyjnego wykorzystywania seksualnego dzieci w prostytucji oraz kilka do kilkudziesięciu przypadków dzieci ofiar-handlu¹³. Doświadczenia organizacji pozarządowych udzielających pomocy ofiarom wykorzystywania wskazują, że

⁸ Organizacja ECPAT International zrzesza ponad 75 organizacji pozarządowych na świecie. W Polsce od 2009 roku jej oficjalnym przedstawicielem jest Fundacja Dajemy Dzieciom Siłę, więcej na: www.ecpat.net [dostęp: 15.05.2016].

⁹ D. Rozga, *Tourisme sexuel impliquant des enfants: prévention, protection, interdiction et soins aux victimes. Actes du 18^e Séminaire international de l'Institut international des Droits de l'Enfant*, Sion 2013, s. 73.

¹⁰ UNICEF (2014), *Hidden in Plain Sight*, www.unicef.org/protection/57929_58006.html [dostęp: 25.05.2016].

¹¹ Rada Europy, kampania *One in five*, www.coe.int/t/dg3/children/1in5/default_en.asp [dostęp: 20.05.2016].

¹² Zespół badawczy FDN we współpracy z Millward Brown, *Ogólnopolska diagnoza problemu przemocy wobec dzieci*. „Dziecko krzywdzone. Teoria, badania, praktyka”, nr 12(3), FDN, Warszawa 2013.

¹³ Komenda Główna Policji, statystyki: www.statystyka.policja.pl [dostęp: 2.06.2016] i MSW, statystyki: www.handelludzmi.eu [dostęp: 2.06.2016].

dostępne dane statystyczne nie odzwierciedlają rzeczywistej skali problemu, a brak szczegółowych statystyk podkreśla złożoność problemu.

FDDS przeprowadziła badania postaw Polaków wobec komercyjnego wykorzystywania seksualnego dzieci i młodzieży. Ponad połowa respondentów dostrzega, że sytuacje poszukiwania i oferowania usług seksualnych w zamian za pieniądze lub gadzety są realnym problem wśród małych dzieci. Najczęściej wskazywanymi grupami podwyższonego ryzyka są dzieci i młodzież z rodzin patologicznych, z rodzin ubogich oraz z rodzin, w których rodzice nie poświęcają im uwagi i czasu¹⁴. Komercyjnym wykorzystywaniem seksualnym w szczególności zagrożone są dzieci, które nieznajdując wsparcia w rodzinie i wśród zaufanych bliskich, są mniej odporne i tym samym bardziej podatne na manipulację sprawców. Ci, rekompensując braki emocjonalne i materialne dzieci, budują z nimi relację opartą na fałszywym przywiązaniu i bliskości. Stosują też przemoc fizyczną, mechanizmy szantażu i zastraszania w celu wykorzystania małego dziecka. Wyniki przytoczonych badań sondażowych wskazały też na zdecydowanie negatywną ocenę moralną podejmowania komercyjnych kontaktów seksualnych, tj. w zamian za pieniądze lub gadzety, zarówno w stosunku do sprawców wykorzystywania, którymi mogą być również osoby podróżujące i obcokrajowcy, jak i samych dzieci-ofiar.

Wina za wykorzystanie seksualne, jest często niesłusznie przypisywana ofiarom, a nie dorosłym sprawcom, którzy ponoszą pełną odpowiedzialność za świadomie podejmowane czyny. Takie podejście można obserwować w szczególności w odniesieniu do nastolatków – choć podejmowanie ryzykownych zachowań, jak np. picie alkoholu, zażywanie narkotyków, oferowanie usług seksualnych w zamian za pieniądze lub gadzety, najczęściej wynika ze splotu różnych negatywnych doświadczeń, braku zrozumienia i wsparcia ze strony osób dorosłych – zachowania te, nie są odczytywane jako próba zwrócenia na siebie uwagi i wołanie o pomoc.

Niezrozumienie historii dziecka i czynników ryzyka związanych z jego sytuacją rodzinną i środowiskową, skutkuje przetruceniem winy za wykorzystanie na ofiarę. Takie krzywdzące podejście można obserwować w języku potocznym i w mediach, gdzie stosowane są uprzedmiotowujące i o negatywnym ładunku ocennym sformułowania: „młodociane prostytutki” czy „handel żywym towarem”. Tymczasem sposób komunikacji ma kluczowe znaczenie w wysiłkach podejmowanych na rzecz ochrony i realizacji praw dziecka. Organizacja ECPAT International wypracowała wytyczne dotyczące terminologii,

¹⁴ J. Włodarczyk, M. Hamela, *Komercyjne wykorzystywanie dzieci i młodzieży*, raport z badań FDN, Warszawa 2011, www.stopwykorzystaniu.fdn.pl/badania-4?cat1=&cat2=1280&cat3= [dostęp: 6.06.2016], oraz niepublikowane badania FDN, Warszawa 2014.

która powinna być stosowana przy opisywaniu problemu wykorzystywania seksualnego dzieci¹⁵.

Brak zrozumienia historii małoletniego i jego sytuacji wyjściowej, która doprowadziła do demoralizacji, przejawia się nie tylko w języku medialnym, ale również w wyrokach sądów w sprawach przestępstw okołoprostytycyjnych i handlu dziećmi¹⁶. W badaniach aktowych, przeprowadzonych przez FDDS, przeanalizowano sprawy, w których do werbowania, przekazywania i wykorzystywania małoletnich dochodziło m.in. w restauracjach, pubach, barach, klubach rozrywkowych, hotelach i prywatnych mieszkaniach. Dzieci były wywożone za granicę albo do wykorzystywania dochodziło w kraju. Pierwszy kontakt pomiędzy sprawcą a ofiarą, był nawiązywany przez Internet, ogłoszenia w prasie lub przez wzbudzających zaufanie pośredników. Sprawcy wielokrotnie korzystali z infrastruktury branży turystycznej, a do spotkania dochodziło w miejscach publicznych – zabrakło czujności i reakcji osób tam przebywających, zanim doszło do wykorzystania małoletnich.

Choć dokładna skala zjawiska wykorzystywania seksualnego dzieci, również w kontekście podróży i turystyki, nie jest znana, to problem seksturystyki istnieje i jest coraz bardziej złożony – sprawcami są również osoby odbywające podróże służbowe, uczestniczące w wyjazdach wolontariackich, podczas których podejmują pracę z dziećmi, czy osoby podróżujące lokalnie na terenie swojego kraju¹⁷. Dzieci są wykorzystywane w prostytucji, handlu ludźmi i do produkcji materiałów pornograficznych. Globalny raport, opublikowany przez ECPAT International potwierdza, że nie ma jednego profilu sprawcy, łączy ich natomiast poczucie anonimowości, które rośnie w sytuacji wyjazdu za granicę lub do innego miasta oraz przekonanie, że nie zostaną ukarani. Do wykorzystania seksualnego dzieci dochodzi nie tylko w obiektach hotelarskich, ale coraz częściej w prywatnie wynajmowanych mieszkaniach, salonach masaży i klubach, a pierwszy kontakt jest coraz częściej nawiązywany przez Internet¹⁸.

Problem wykorzystywania dzieci jest nierozłączny z negatywnymi czynnikami środowiskowymi, ubóstwem materialnym i emocjonalnym, brakiem więzi rodzinnych, jak również z niewystarczającą ochroną prawną dzieci. Nawet tam, gdzie przepisy prawa zapewniają ochronę dzieci przed wykorzystaniem seksualnym, problemem pozostaje zmobilizowanie potencjalnych

¹⁵ S. Grejjer, J. Doek, *Terminology Guidelines for the Protection of Children from Sexual Exploitation and Sexual Abuse*, Luksemburg 2016.

¹⁶ Z. Kloc, A. Popławska, *Handel ludźmi i przestępstwa okołoprostytycyjne na szkodę małoletnich. Raport z badań aktowych*, FDN, Warszawa 2012.

¹⁷ A. Hawke, A. Raphael, *Offenders on the Move. The Global Study on Sexual Exploitation of Children in Travel and Tourism*, ECPAT International 2016, s. 15.

¹⁸ O. Peyroux, *Fantasies and Realities Fueling Child Trafficking in Europe*, ECPAT France, 2015, s. 44.

świadków do reagowania i zgłaszania niepokojących sytuacji odpowiednim organom ścigania.

Ochrona dzieci i młodzieży przed wykorzystywaniem seksualnym

W ostatnich kilku latach w prawie międzynarodowym i polskim zaszło wiele zmian, które umożliwiają polepszenie ochrony dzieci przed wykorzystywaniem seksualnym.

Dolna granica wieku przyzwolenia na dobrowolne kontakty seksualne jest różnie określana w poszczególnych krajach na całym świecie, co utrudnia ochronę nastolatków do ukończenia 18 roku życia. W Polsce, zgodnie z art. 200 k.k. wszelkie kontakty seksualne z małoletnimi do 15 r.ż. są karalne. Dzięki transpozycji dwóch dyrektyw unijnych znowelizowany został kodeks karny, co pozwoliło zwiększyć ochronę małoletnich w przedziale wiekowym 16–18 lat¹⁹. Zmiany weszły w życie 26 maja 2014 roku – ważne jest, żeby społeczeństwo i pracownicy branży turystycznej mieli świadomość, jakie zachowania są karalne, dzięki czemu będą mogli skutecznie reagować²⁰.

W Polsce, w wyniku nowelizacji kodeksu karnego, do artykułu 199 § 3 k.k. wprowadzono penalizację kontaktów seksualnych z osobą do 18 r.ż. za korzyści majątkowe lub osobiste, niezależnie od tego, kto ten kontakt zainicjował. Wcześniej, karalność za komercyjne wykorzystywanie seksualne małoletniego była uzależniona od tego, czy udowodniono, że dorosły „doprowadził małoletniego do obcowania płciowego”. Należy podkreślić, że naruszenia wolności seksualnej małoletniego nie można interpretować w kategoriach woli – dziecko, w wyniku wcześniejszego doświadczenia wykorzystywania seksualnego lub innych czynników ryzyka, może wręcz samo inspirować lub zezwalać na kontakty seksualne z dorosłym w zamian za gadzety czy pieniądze. Jednak ze względu na to, że osobowość i psychika dziecka nie osiągają pełnego stopnia ukształtowania, nie jest ono w stanie wyrazić ważnej prawnie decyzji, jeśli chodzi o przyzwolenie na te czynności, a pełna odpowiedzialność zawsze spoczywa na osobie dorosłej.

Drugą istotną zmianą w polskim prawie jest podniesienie w art. 202 § 3 ochrony dzieci do 18 r.ż. przy przestępstwie pornografii, w tym wprowadzenie karalności za posiadanie pornografii z udziałem dziecka. Artykuł uzupełnio-

¹⁹ Dyrektywa 2011/93/UE Parlamentu Europejskiego i Rady w sprawie zwalczania niegodziwego traktowania w celach seksualnych i wykorzystywania seksualnego dzieci oraz pornografii dziecięcej oraz Dyrektywa 2011/36/UE w sprawie zapobiegania handlowi ludźmi i zwalczania tego procederu oraz ochrony ofiar.

²⁰ Więcej o implementacji dyrektyw na stronie FDDS: www.fdds.pl/kategoria_bazy/akty-prawne [dostęp: 6.06.2016].

no również o karalność za „uzyskiwanie” dostępu do treści pornograficznych, a nie tak jak poprzednio, wyłącznie za „sprowadzanie” tych treści na komputer lub inne nośniki. Nowelizacja jest odpowiedzią na uzyskiwanie przez sprawców dostępu do pornografii online w czasie realnym, bez pobierania materiałów. Skalę zagrożeń tą formą wykorzystywania dzieci, ściśle związaną z rozwojem nowych technologii, odzwierciedliła prowokacyjna kampania „Sweety”. W zaledwie trzy miesiące zidentyfikowano ponad 1000 sprawców z 65 krajów, którzy starali się nawiązać kontakt z filipińską dziewczynką, oferując jej drobne wynagrodzenie w celu doprowadzenia do wykorzystywania seksualnego, nieświadomi, że był to perfekcyjnie opracowany komputerowy model dziecka²¹.

1 czerwca 2015 roku w Polsce weszła w życie Konwencja Rady Europy o ochronie dzieci przed wykorzystywaniem seksualnym i niegodziwym traktowaniem w celach seksualnych z Lanzarote²². W kontekście społecznego zaangażowania branży turystycznej w łagodzenie skutków negatywnych zjawisk społecznych i możliwości aktywnego przeciwdziałania wykorzystywaniu seksualnemu dzieci, szczególnie istotny jest art. 5, który zobowiązuje każdą ze stron konwencji do „promowania świadomości na temat ochrony oraz praw dzieci wśród osób mających regularny kontakt z dziećmi w dziedzinach takich jak edukacja (...), a także w sektorach związanych ze sportem, kulturą i wypoczynkiem”. Istotnym jest zwiększanie świadomości pracowników branży turystycznej na problem wykorzystywania seksualnego dzieci i na konieczność wprowadzania odpowiednich procedur, które umożliwią przeciwdziałanie krzywdzeniu dzieci. Artykuł 9 § 2 wskazuje, że każda ze stron Konwencji powinna: „zachęcać przedstawicieli sektora prywatnego, w szczególności przedsiębiorców związanych z technologią informacyjną i telekomunikacyjną, branżą turystyczną, sektorem bankowym i finansowym, a także społeczeństwo do udziału w opracowaniu i wdrażaniu polityki mającej na celu zapobieganie wykorzystywaniu seksualnemu dzieci i niegodziwemu traktowaniu dzieci w celach seksualnych oraz do wprowadzania wewnętrznych norm i zasad służących realizacji tej polityki”.

Przedstawiciele branży turystycznej, w szczególności obiektów hotelarskich, ze względu na specyfikę swojej pracy, odgrywają ogromną rolę w przeciwdziałaniu wykorzystywaniu seksualnemu dzieci. Obecnie obowiązująca w Polsce ustawa z dnia 29 sierpnia 1997 r. o usługach turystycznych nie daje jednak jasnej podstawy prawnej do ochrony bezpieczeństwa dzieci w obiektach hotelarskich. Brzmienie ustawy w art. 44 ust. 3. „Przedsiębiorcy świad-

²¹ Więcej na stronie Terre des Hommes: www.terredeshommes.org/webcam-child-sex-tourism [dostęp: 10.06.2016].

²² Konwencja Rady Europy o ochronie dzieci przed seksualnym wykorzystywaniem i niegodziwym traktowaniem w celach seksualnych, www.coe.int/t/dghl/standard-setting/children/Source/LanzaroteConvention_pl.pdf [dostęp: 10.06.2016].

czący usługi hotelarskie w obiektach hotelarskich mogą, w celu zapewnienia porządku oraz bezpieczeństwa klientów i ich mienia, wydawać regulaminy porządkowe wiążące wszystkie osoby przebywające na terenie obiektu” nie precyzuje potrzeby zapewnienia bezpieczeństwa dzieciom i powoduje niejasność w kwestii możliwości sprawdzenia danych osobowych dzieci (tj. osób zgodnie z Konwencją o Prawach Dziecka do 18 r.ż.), przebywających na terenie danego obiektu pod opieką osób dorosłych. FDDS postuluje, że w ustawie należałoby wskazać na konieczność wyjątkowego traktowania dzieci i zobowiązać do wprowadzenia odpowiednich zapisów w regulaminach porządkowych we wszystkich obiektach hotelarskich.

W kontekście zaistniałych zmian prawnych, które zwiększyły zakres ochrony dzieci przed wykorzystywaniem seksualnym i w związku z możliwością realnego oddziaływania branży turystycznej na przeciwdziałanie temu problemowi, istotne jest systemowe zaangażowanie przedsiębiorstw w społeczną odpowiedzialność biznesu (ang. CSR). Już pod koniec lat 90. Światowa Organizacja Turystyki przyjęła Globalny Kodeks Etyki w Turystyce²³. Art. 2 § 2 i 3 Kodeksu podkreśla, że działalność turystyczna powinna w szczególności chronić prawa dzieci, a wykorzystywanie seksualne małoletnich powinno, zgodnie z prawem międzynarodowym, być zwalczane i karane zarówno w kraju sprawcy, jak i w kraju odwiedzanym. Tym samym karalność za przestępstwo wykorzystywania seksualnego dzieci przez osoby podróżujące nie powinno być uzależnione od zasady podwójnej karalności, która oznacza, że czyn musi być uznawany za przestępstwo w kraju pochodzenia sprawcy i w kraju, gdzie został popełniony. Choć polskie prawo można stosować do obywatela, który popełnił przestępstwo za granicą²⁴, to mimo ratyfikacji przez Polskę Konwencji Lanzarote, obowiązuje wymóg podwójnej karalności. Utrudnia on lub uniemożliwia ściganie sprawców, którzy dopuścili się wykorzystywania seksualnego dzieci w krajach, gdzie prawo nie chroni w pełni małoletnich.

W 2011 roku rezolucją Rady Praw Człowieka ONZ nr A/HCR/17/4 przyjęto Wytyczne ONZ dot. biznesu i praw człowieka²⁵, które wskazują przedsiębiorcom, jakie działania podjąć, żeby ich przestrzegać i minimalizować negatywne

²³ Globalny Kodeks Etyki w Turystyce, www.ethics.unwto.org/sites/all/files/docpdf/poland_0.pdf [dostęp: 15.06.2016].

²⁴ Art. 109 k.k. Ustawę karną polską stosuje się do obywatela polskiego, który popełnił przestępstwo za granicą oraz art. 111 kk. § 1. Warunkiem odpowiedzialności za czyn popełniony za granicą jest uznanie takiego czynu za przestępstwo również przez ustawę obowiązującą w miejscu jego popełnienia. § 2. Jeżeli zachodzą różnice między ustawą polską a ustawą obowiązującą w miejscu popełnienia czynu, stosując ustawę polską, sąd może uwzględnić te różnice na korzyść sprawcy.

²⁵ Polska wersja wytycznych ONZ dotyczących biznesu i praw człowieka, www.pihrb.org/publikacja-zawierajaca-polska-wersje-wytycznych-onz-dot-biznesu-i-praw-czlowieka-juz-dostepna [dostęp: 20.07.2016].

oddziaływanie. W marcu 2015 roku Koalicja CSR Watch, do której przystąpiła FDDS²⁶, wystosowała apel do Prezesa Rady Ministrów, aby wypracować Krajowy Plan Działań w zakresie biznesu i praw człowieka, który umożliwi wdrożenie tych wytycznych. Istotnym elementem planu byłoby podkreślenie roli branży turystycznej w przeciwdziałaniu wykorzystywaniu seksualnemu dzieci i wskazanie strategicznych, długofalowych rozwiązań mających na celu ochronę dzieci.

Przeciwdziałanie problemowi wykorzystywania seksualnego dzieci

Branża turystyczna, przez odpowiednią komunikację wewnętrzną i zewnętrzną, może zmieniać rzeczywistość i chronić dzieci przed wykorzystywaniem. Przykładem dobrych praktyk jest Kodeks Postępowania na rzecz ochrony dzieci przed wykorzystywaniem seksualnym w kontekście podróży i turystyki, który powstał z inicjatywy organizacji pozarządowej ECPAT Sweden, rekomendowanej przez UNICEF i Światową Organizację Turystyki²⁷.

FDDS jest członkiem organizacji ECPAT International i przedstawicielem Kodeksu postępowania. W Polsce dokument został podpisany po raz pierwszy przez Grupę Hotelową Orbis w 2012 roku, a dzięki zaangażowaniu przeszkolonych pracowników udało się wielokrotnie zapobiec wykorzystaniu dzieci. Dwa przypadki nagłośnione w mediach, kiedy to dzięki zastosowaniu wewnętrznych procedur i szybkiej reakcji pracowników doszło do zatrzymania, miały miejsce w hotelach w Szczecinie i we Wrocławiu. W Szczecinie, kilkunastoletni chłopcy zostali zwabieni z pobliskiego centrum handlowego. Tam, podobnie jak w przypadkach opisanych w badaniach aktowych FDDS, nikt nie zwrócił uwagi na dzieci przebywające bez opieki. Zatrzymany mężczyzna był osobą nieznaną wcześniej małoletnim, natomiast we Wrocławiu, tak jak w większości przypadków wykorzystywania seksualnego, sprawca wykorzystywania znał dzieci²⁸.

Dobłą praktyką przed wprowadzeniem Kodeksu i wewnętrznych procedur, jest przeprowadzenie wewnętrznej konsultacji z pracownikami. Grupa Hotelowa Orbis zrealizowała badania opinii pracowników na temat problemu wykorzystywania seksualnego dzieci i ich oczekiwań związanych ze szkoleniami, które prowadzi FDDS²⁹. 90% badanych czuło, że ma społeczny obowiązek reagowania, gdy zagrożone jest dziecko, chcieli poznać i stosować wewnętrzne

²⁶ FDDS przystąpiła do Koalicji CSR Watch w maju 2015 roku.

²⁷ *Kodeks Postępowania* (ang. The Code of Conduct), więcej na stronie: www.thecode.org [dostęp: 10.06.2016].

²⁸ A. Budzyńska, J. Zmarzlik, *Rozpoznawanie krzywdzenia dziecka. Szkolenie dla profesjonalistów*, FDN 2014.

²⁹ Badania Grupy Hotelowej Orbis przeprowadzone we współpracy z FDDS, Warszawa 2012.

procedury mające na celu ochronę dzieci. Jak pokazuje dobra praktyka tej grupy hotelowej, niezwykle istotnym jest, żeby dyrekcja przekazała jasny komunikat pracownikom, iż w hotelach obowiązują wewnętrzne procedury, z którymi każdy ma obowiązek się zapoznać i je stosować, oraz że może liczyć na wsparcie przełożonych. Pracownicy mogą nie znać obowiązujących przepisów prawa chroniących dzieci przed wykorzystywaniem i niesłusznie obawiać się, że reagując przekroczą kompetencje służbowe. Równie istotna jest komunikacja zewnętrzna o wprowadzonych procedurach i mechanizmach CRS z klientami, którzy doceniają firmy dbające o bezpieczeństwo i dobro dzieci.

Działania profilaktyczne mogą i powinny podejmować również firmy o innych profilach, tj. biura podróży organizujące wycieczki przyjazdowe do Polski i wyjazdowe dla Polaków, przewoźnicy, piloci wycieczek i przewodnicy, jak również uczelnie i organizacje związane z branżą turystyczną. Przykładem dobrych praktyk realizowanych w Polsce są działania firmy SABRE w Krakowie, która jako dostawca rozwiązań technologicznych na rynku turystycznym uwrażliwia na problem i wspiera kampanię „Nie odwracaj wzroku!”, kierowaną do szerokiego grona turystów i osób podróżujących.

Innym przykładem dobrych praktyk jest zainteresowanie uczelni wyższych w Krakowie organizacją wykładów na omawiany temat dla studentów turystyki. FDDS, prowadząc zajęcia, uwrażliwia młodych ludzi na problem seksturystyki i wskazuje możliwości zaangażowania w ochronę praw dziecka. Młodzi ludzie wkrótce będą wchodzić na rynek pracy i mogą przyczynić się do istotnych zmian w firmach, w których będą pracować, lub jakimi będą sami wkrótce zarządzać³⁰.

W czerwcu 2014 roku FDDS we współpracy z Komendą Główną Policji, w ramach kampanii „Nie odwracaj wzroku!”, zainicjowała stronę internetową ułatwiającą zgłaszanie niepokojących sytuacji, które mogą świadczyć o wykorzystywaniu seksualnym dzieci. Kampania została objęta honorowym patronatem Ministra Spraw Wewnętrznych, Ministra Sportu i Turystyki, Rzecznika Praw Dziecka i Rzecznika Praw Obywatelskich. Na stronie internetowej³¹ są dostępne materiały edukacyjne o problemie oraz formularz, przez który można wysłać zgłoszenie anonimowo lub podając swoje dane osobowe. Strona jest prowadzona przez FDDS, a zgłoszenia trafiają bezpośrednio na policję.

Niektóre osoby mogą się obawiać, że „przekroczą sferę intymną osób dorosłych” lub będą „ingerować w nieswoje sprawy”, co jest bezpodstawne, ponieważ w wypadku dzieci mamy do czynienia z podejrzeniem popełnienia przestępstwa, o którym każda osoba ma społeczny obowiązek zawiadomić

³⁰ FDDS prowadziła zajęcia dla studentów wydziałów turystyki na Krakowskiej Akademii im. Andrzeja Frycza Modrzewskiego i Akademii Wychowania Fizycznego w Krakowie.

³¹ www.stopseksturystyce.fdds.pl [dostęp: 20.06.2016].

prokuratora lub policję³². Może występować też obawa „niesłusznego oskarżenia” – należy w związku z tym podkreślić, że rolą świadków nie jest oskarżenie osoby podejrzewanej, tylko zgłoszenie niepokojącej sytuacji organom ścigania, a dopiero ich zadaniem jest operacyjne zweryfikowanie sprawy i podjęcie stosownych działań. Dzięki zgłoszeniom otrzymanym przez policję za pośrednictwem strony internetowej udało się podjąć kilkanaście interwencji. Polska strona jest częścią międzynarodowej platformy³³, poprzez którą można obecnie zgłaszać niepokojące sytuacje w dziewiętnastu krajach. Wciąż istnieje potrzeba komunikowania problemu i dotarcia z informacją o stronie „Nie odwracaj wzroku!” do szerszego grona odbiorców.

Kodeks postępowania i formularz zgłoszeniowy to praktyczne narzędzia, które uwrażliwiają społeczeństwo na problem i pomagają chronić dzieci. Są przykładem skutecznych działań w zakresie społecznej odpowiedzialności biznesu prowadzonej w sposób strategiczny i długofalowy we współpracy z trzecim sektorem, administracją publiczną i mediami, jak również z pracownikami i klientami, którzy oczekują od przedsiębiorstw odpowiedzialnych postaw. Warto podkreślić, że społeczne zaangażowanie biznesu w ochronę dzieci i młodzieży nie jest kwestią wyłącznie dobrej woli, ale obowiązkiem wynikającym z przepisów prawa – obowiązkiem reagowania i przeciwdziałania przestępstwu, jakim jest wykorzystywanie seksualne dzieci, do którego dochodzi między innymi przy użyciu struktur branży turystycznej.

Podsumowanie i rekomendacje

FDSD podejmuje działania mające na celu ochronę dzieci łącząc działania wielu podmiotów. Dzięki transpozycji dyrektyw unijnych i ratyfikacji Konwencji z Lanzarote zaszły pozytywne zmiany w przepisach prawa, które w obecnym stanie dają podstawy do lepszej ochrony dzieci. Wyzwaniem pozostaje upowszechnienie zaangażowania społeczeństwa i większej liczby firm w przeciwdziałanie wykorzystywaniu seksualnemu dzieci oraz stosowanie nowych przepisów prawa w praktyce. Do realizacji tego zadania potrzebna jest współpraca na poziomie krajowym i międzynarodowym.

³² Art. 304 Kodeksu postępowania karnego: *Każdy dowiedziawszy się o popełnieniu przestępstwa ściganego z urzędu ma społeczny obowiązek zawiadomić o tym prokuratora lub Policję* oraz art. 4 § 3 Ustawy o postępowaniu w sprawach nieletnich (tj. osób do 18 r.ż.): *Każdy, kto stwierdzi istnienie okoliczności świadczących o demoralizacji nieletniego (...) używanie alkoholu, uprawianie nierządu, włóczęgostwo (...) ma społeczny obowiązek przeciwdziałaniu temu, a przede wszystkim zawiadomienia o tym rodziców lub opiekuna nieletniego, szkoły, sądu rodzinnego, Policji lub innego właściwego organu (prokuratora, kuratorium).*

³³ www.reportchildsextourism.eu [dostęp: 20.06.2016].

Należy przy tym podkreślić, że pracownicy branży turystycznej, gdzie znajduje zatrudnienie jedna na jedenaście pracujących osób na świecie³⁴, odgrywają ogromną rolę – przez odpowiednią komunikację wewnętrzną i zewnętrzną, promowanie działań profilaktycznych i podejmowanie interwencji, w niepokojących sytuacjach mogą skutecznie zapobiegać przypadkom wykorzystywania seksualnego dzieci.

Podsumowując, należy:

- mobilizować branżę turystyczną, w szczególności duże przedsiębiorstwa, które mogą dzielić się dobrymi praktykami z mniejszymi firmami, do realizowania wewnętrznej polityki, mającej na celu ochronę dzieci, w tym poprzez przystępowanie do Kodeksu Postępowania na rzecz ochrony dzieci przed wykorzystywaniem seksualnym w turystyce;
- zachęcać mniejsze firmy z branży turystycznej do przyjęcia postawy całkowitego braku przyzwolenia na wykorzystywanie dzieci i stosowania regulaminów chroniących dzieci;
- doprecyzować brzmienie ustawy z dnia 29 sierpnia 1997 roku o usługach turystycznych w taki sposób, aby polscy przedsiębiorcy świadczący usługi hotelarskie zobowiązani byli wprowadzać odpowiednie zapisy w regulaminach porządkowych, które będą chronić dzieci przed wykorzystywaniem;
- wypracować Krajowy Plan Działań, który umożliwi wdrożenie Wytycznych ONZ dot. biznesu i praw człowieka, ze szczególnym uwzględnieniem ochrony dzieci, w tym przed wykorzystywaniem seksualnym;
- uwzględnić wykłady z problematyki ochrony praw dziecka w kontekście społecznej odpowiedzialności biznesu w programach uczelni wyższych o profilu turystycznym;
- przyjąć konieczne środki ustawodawcze w celu zapewnienia, aby polska jurysdykcja – w przypadku przestępstw wykorzystywania seksualnego dzieci za granicą – nie była uzależniona od wymogu podwójnej karalności;
- uwrażliwiać media na problem wykorzystywania seksualnego dzieci tak, aby nie epatowały krzywdą małoletnich, lecz zgodnie ze swoją misją – kształtowały przemiany społeczne mające na celu ochronę i dobro dzieci;
- uwrażliwiać społeczeństwo i informować o społecznym obowiązku reagowania, kiedy podejrzewamy popełnienie przestępstwa seksualnego wobec dzieci oraz o konieczności zgłaszania takich przypadków organom ścigania.

³⁴ A. Hawke, A. Raphael, *Offenders on the Move. The Global Study on Sexual Exploitation of Children in Travel and Tourism*, ECPAT International 2016.

Bożena Alejziak

Wydział Turystyki i Rekreacji
Akademia Wychowania Fizycznego w Krakowie

Kwalifikacje pracowników turystyki w mikro, małych i średnich przedsiębiorstwach turystycznych i rekreacyjnych.

Wybrane aspekty

Qualifications of tourism employees in micro-, small and medium-sized enterprises in tourism and recreation business. Selected aspects

Abstrakt

Celem niniejszego studium jest zaprezentowanie badań, które dotyczą diagnozy kwalifikacji pracowników w mikro, małych i średnich przedsiębiorstwach turystycznych oraz rekreacyjnych. Badania przeprowadzono w 89 przedsiębiorstwach, obejmujących wybrane sektory turystyki, takie jak: biura podróży, przedsiębiorstwa świadczące usługi noclegowe, przedsiębiorstwa rekreacyjne. Dzięki przeprowadzonym badaniom ustalono, jaki jest aktualny poziom kwalifikacji pracowników turystyki i rekreacji w przedsiębiorstwach mikro, małych oraz średnich w zakresie wykształcenia, znajomości języków obcych, znajomości obsługi programów rezerwacyjnych, kursów i szkoleń. Pracodawców zapytano także o braki, jakie zauważają u absolwentów oraz o propozycje zmian, które można wdrożyć do programów nauczania na wyższych uczelniach kształcących kadry dla turystyki i rekreacji, tak by lepiej dopasować program kształcenia do ich potrzeb. Wyniki badań mogą być wykorzystane do doskonalenia programów kształcenia na uczelniach wyższych kształcących kadry dla turystyki.

Słowa kluczowe: kompetencje i kwalifikacje, turystyka i rekreacja, przedsiębiorstwa mikro, małe, średnie

Abstract

The purpose of this study is to present studies that relate to the diagnosis of the qualifications of workers in micro-, small and medium-sized enterprises in tourism and recreation business. The study was conducted in 89 enterprises, covering selected sectors of tourism, such as travel agencies, companies providing accommodation services and leisure businesses. Thanks to research conducted it was determined what is the current level of qualifications of tourism and recreation staff in micro-enterprises as well as small and medium-sized ones in terms of education, language skills, familiarity with booking programs, courses and training. Employers were also asked about the shortcomings they noticed at the graduates and about the proposed changes that can be implemented on the curriculum at universities educating staff for tourism and recreation business in order to better match the curriculum to their needs. Test results can be used to improve education programs at universities educating staff for tourism industries.

Key words: competences and qualifications, tourism and recreation, micro enterprises, small and medium enterprises (SMEs)

Wprowadzenie

Według A. Panasiuka przedsiębiorstwo turystyczne to celowo zorganizowany, samodzielny ekonomicznie i wyodrębniony pod względem techniczno-usługowym, przestrzennym oraz prawnym zespół ludzi, środków materialnych i finansowych, powołany do prowadzenia określonej działalności gospodarczej (świadczenia usług turystycznych) w zakresie zaspokajania w sferze turystyki potrzeb (bytowych) ludności podróżującej (i nie tylko) oraz pozwalający na maksymalizację korzyści ekonomicznych. Z kolei przedsiębiorstwo rekreacyjne jest jednostką organizacyjną prowadzącą działalność gospodarczą, która polega na odpłatnym świadczeniu usług uczestnikom różnych typów i rodzajów rekreacji dla ludności podróżującej i mieszkańców. Przedsiębiorstwa rekreacyjne świadczą usługi rekreacyjne (np. w zakresie rekreacji ruchowej – usługi fitness, czy w zakresie pozostałych form rekreacji – usługi teatru)¹. Działalnością zasadniczą przedsiębiorstw turystycznych i rekreacyjnych jest świadczenie usług turystycznych i rekreacyjnych, w zależności od rodzaju przedsiębiorstwa², np.:

- usługi noclegowe świadczą takie przedsiębiorstwa, jak: hotele, motele, pensjonaty, domy wycieczkowe, schroniska młodzieżowe, schroniska, kempingi i pola biwakowe³;
- usługi w zakresie organizowania imprez turystycznych świadczą takie przedsiębiorstwa, jak biura podróży, które mogą występować w roli organizatora (touroperatora), pośrednika i agenta turystycznego;
- usługi sportowo-rekreacyjne świadczą przedsiębiorstwa, których działalność polega na świadczeniu usług z zakresu rekreacji ruchowej i innych jej form dla ludności podróżującej oraz mieszkańców obszarów recepcji turystycznej. Należą do nich także⁴ kompleksy obiektów służących do uprawiania narciarstwa zjazdowego i biegowego, lodowiska, baseny kąpielowe, korty tenisowe, pola golfowe i inne.

Powyższe przedsiębiorstwa, zgodnie z ustawą o swobodzie działalności gospodarczej, mogą funkcjonować jako⁵:

¹ A. Panasiuk, *Ekonomika turystyki i rekreacji*, PWN, Warszawa 2011, s. 373–375.

² *Przedsiębiorstwo turystyczne*, red. A. Rapacz, Difin, Warszawa 2007, s. 23–24.

³ Ustawa o usługach turystycznych z 1997, Dz.U. z 1997 r., Nr 133 poz. 884 oraz Dz.U. z 2014 r., poz. 196, 822, <http://prawoturystyczne.pl/ustawa-o-uslugach-turystycznych-nowelizacja> [dostęp: 14.07.2016].

⁴ G. Gołębski, *Przedsiębiorstwo turystyczne w gospodarce wolnorynkowej*, Wyd. Akademii Ekonomicznej w Poznaniu, Poznań 1997, s. 56.

⁵ Ustawa o swobodzie działalności gospodarczej z dnia 2 lipca 2004 r., Dz.U. 2004, Nr 173, poz. 1807; Dz.U. z 2015, poz. 584.

- **mikroprzedsiębiorstwa**, które w co najmniej jednym z dwóch ostatnich lat obrotowych zatrudniały średniorocznie mniej niż 10 pracowników oraz osiągnęły roczny obrót netto, ze sprzedaży towarów, wyrobów i usług oraz operacji finansowych, nieprzekraczający równowartości w złotych 2 milionów euro, lub sumy aktywów jego bilansu, sporządzonego na koniec jednego z tych lat, nie przekroczyły równowartości w złotych 2 milionów euro;
- **małe przedsiębiorstwa**, które w co najmniej jednym z dwóch ostatnich lat obrotowych zatrudniały średniorocznie mniej niż 50 pracowników oraz osiągnęły roczny obrót netto, ze sprzedaży towarów, wyrobów i usług oraz operacji finansowych, nieprzekraczający równowartości w złotych 10 milionów euro, lub sumy aktywów jego bilansu, sporządzonego na koniec jednego z tych lat, nie przekroczyły równowartości w złotych 10 milionów euro;
- **średnie przedsiębiorstwa**, które w co najmniej jednym z dwóch ostatnich lat obrotowych zatrudniały średniorocznie mniej niż 250 pracowników oraz osiągnęły roczny obrót netto, ze sprzedaży towarów, wyrobów i usług oraz operacji finansowych, nieprzekraczający równowartości w złotych 50 milionów euro, lub sumy aktywów jego bilansu, sporządzonego na koniec jednego z tych lat, nie przekroczyły równowartości w złotych 43 milionów euro;
- **duże przedsiębiorstwa**, które w co najmniej jednym z dwóch ostatnich lat obrotowych zatrudniały średniorocznie więcej niż 250 pracowników oraz osiągnęły roczny obrót netto, ze sprzedaży towarów, wyrobów i usług oraz operacji finansowych, przekraczający równowartość w złotych 50 milionów euro, lub sumy aktywów jego bilansu, sporządzonego na koniec jednego z tych lat, nie przekroczyły równowartości w złotych 43 milionów euro⁶.

W czasach gospodarki opartej na wiedzy, o możliwościach i perspektywach rozwojowych przedsiębiorstwa i społeczeństwa decyduje stan ilościowy oraz jakościowy kapitału ludzkiego. To ludzie, a właściwie ich kwalifikacje i kompetencje, stanowią współcześnie najistotniejszy zasób strategiczny organizacji, stając się podstawowym źródłem przewagi konkurencyjnej. Kwalifikacje oznaczają „formalny wynik” i efekt przeprowadzenia określonej procedury, potwierdzony otrzymaniem dyplomu lub świadectwa umożliwiającego zmianę statusu (np. podjęcie nauki w szkole wyższego szczebla lub uzyskanie zatrudnienia), kompetencje są wszystkim tym, co dana osoba wie, rozumie

⁶ Wyrażone w euro ww. wielkości, przelicza się na złote według średniego kursu ogłoszanego przez Narodowy Bank Polski w ostatnim dniu roku obrotowego wybranego do określenia statusu przedsiębiorcy. Natomiast średnioroczne zatrudnienie określa się w przeliczeniu na pełne etaty.

i potrafi wykonać, czyli jej skumulowanymi efektami uczenia się⁷. Można powiedzieć, że kompetencje pracownicze to potencjał przyczyniający się do osiągnięcia określonych wyników jednostki, cechy, dzięki którym jednostka może, z powodzeniem oraz w sposób godny naśladowania, realizować swoje działania – wiedza, doświadczenie, umiejętności, zdolności lub cechy osobowości, które bezpośrednio wpływają na pracę danej osoby⁸.

Analizując literaturę naukową dotyczącą turystycznego rynku pracy oraz edukacji dla potrzeb turystyki na przestrzeni dwóch ostatnich dekad zauważyć można, że nie jest ona zbyt obszerna. Badania dotyczące kadr w turystyce prowadzili: Z. Kruczek⁹, H. Borne-Falencik¹⁰, P. Różycki¹¹, S. Wodejko¹², A. Nowakowska¹³, H. Borne-Januła¹⁴, Z. Kruczek¹⁵, T. Lisiecki¹⁶, B. Alejsiak¹⁷,

⁷ *Od Europejskich do Krajowych Ram Kwalifikacji*, red. E. Chmielnicka, Wydawca Fundacja „Fundusz Współpracy”, Warszawa 2009, www.cofund.org.pl [dostęp: 21.03.2014]; W. Okoń, *Nowy Słownik Pedagogiczny*, Wydawnictwo Akademickie Żak, Warszawa 2004, s. 185 i 211.

⁸ M. Tyrańska, *Zarządzanie kompetencjami pracowników hotelu*, [w:] *Współczesna Turystyka. Zagadnienia prawne, społeczno-ekonomiczne, przestrzenne*, red. S. Sacha, Oficyna Wydawnicza AFM, „Państwo i Społeczeństwo” 2011, (XI) nr 1, s. 277; M. Armstrong, *Zarządzanie zasobami ludzkimi*, Oficyna Wolters Kluwer Polska Sp. z o.o., Warszawa 2007, s. 323; D. Dubois, W. Rothwall, *Zarządzanie zasobami ludzkimi oparte na kompetencjach*, Helion, Gliwice 2008, s. 26; M. Juchnowicz, *Kapitał ludzki a kształtowanie przedsiębiorczości*, Poltex, Warszawa 2004, s. 64.

⁹ *Kształcenie dla potrzeb turystyki w regionie małopolskim*, red. Z. Kruczek, [w:] *Kadry w turystyce*, AWF Kraków, „Folia Turistica” 1998, Nr 8, s. 5–16.

¹⁰ H. Borne-Falencik, *Losy zawodowe absolwentów średnich szkół hotelarsko-turystycznych w latach 1991–1993*, [w:] *Kadry w turystyce*, AWF Kraków, „Folia Turistica” 1998, Nr 8, s. 17–38.

¹¹ P. Różycki, *Analiza czynników determinujących efekty kształcenia studentów AWF na kierunku turystyka*, [w:] *Kadry w turystyce*, AWF Kraków, „Folia Turistica” 1998, Nr 8, s. 39–47.

¹² S. Wodejko, *Kształcenie kadr dla potrzeb turystyki w Polsce na poziomie akademickim*, [w:] *Kadry w turystyce*, AWF Kraków, „Folia Turistica” 1998, Nr 8, s. 81–87.

¹³ *Cele i treści akademickiego kształcenia w dziedzinie turystyki i rekreacji*, red. A. Nowakowska, (materiały pokonferencyjne): 25 lat kierunku Turystyka i Rekreacja, 18–19 września 2000, „Zeszyty Naukowe AWF”, Kształcenie zawodowe, Kraków 2001, Nr 81, s. 221–227.

¹⁴ H. Borne-Januła, *Stan bezrobocia w zawodach turystyczno-hotelarskich i gastronomicznych*, „Problemy Turystyczne” 2002, vol. 25, nr 1–2, s. 119–127.

¹⁵ Z. Kruczek, *Losy zawodowe magistrów turystyki – absolwentów AWF w Krakowie*, „Folia Turistica” 2003, nr 14, s. 43–56.

¹⁶ T. Lisiecki, *Absolwenci uczelni wychowania fizycznego o swoim zatrudnieniu w pierwszych miesiącach po ukończeniu studiów*, „Kultura Fizyczna” 2003, Nr 7–8, s. 20–23.

¹⁷ B. Alejsiak, *Analiza ofert pracy oraz poszukiwanych kwalifikacji w sektorze usług turystycznych*, „Folia Turistica” 2005, Nr 16, AWF w Krakowie.

B. Alejskiak¹⁸, T. Burzyński¹⁹, R. Ziółkowski²⁰, B. Alejskiak, A. Wilkońska²¹, A. Wartecka-Ważyńska²², B. Alejskiak²³.

Cel i metoda

Biorąc pod uwagę ważność powyższego problemu, celem przeprowadzonych badań było zdiagnozowanie kwalifikacji i kompetencji pracowników turystyki w mikro, małych i średnich przedsiębiorstwach oraz wykorzystania wyników badań do doskonalenia programów kształcenia na uczelniach wyższych kształcących kadry dla turystyki. Aby zrealizować założone cele, główne pytanie badawcze sformułowano następująco: jaki poziom i zakres kwalifikacji oraz kompetencji prezentują pracownicy zatrudnieni w branży turystycznej i rekreacyjnej? Postawiono także kilka pytań szczegółowych:

1. Jaka jest struktura wykształcenia pracowników w mikro, małych i średnich przedsiębiorstwach turystycznych i rekreacyjnych?
2. Jakimi językami obcymi posługują się pracownicy zatrudnieni w mikro, małych i średnich przedsiębiorstwach turystycznych i rekreacyjnych?
3. Jakie kursy i szkolenia są przydatne do pracy w mikro, małych i średnich przedsiębiorstwach turystycznych i rekreacyjnych?
4. Jakie braki w zakresie kompetencji zgłaszają pracodawcy w mikro, małych i średnich przedsiębiorstwach turystycznych i rekreacyjnych?

¹⁸ B. Alejskiak, *Monitoring potrzeb na rynku pracy w usługach turystycznych o okołoturystycznych*, zlecenie Biura ds. Turystyki Urzędu Miasta Krakowa 2007, opracowanie opublikowane i dostępne na stronie internetowej: www.bip.krakow.pl/zalacznik.php?zal_id=16964 [dostęp: 30.09.2014].

¹⁹ T. Burzyński, *Prognozy rozwoju oraz oddziaływania turystyki na rynek pracy oraz modernizację przedsiębiorstw w województwie śląskim*, Instytut Turystyki w Krakowie, Kraków 2010.

²⁰ R. Ziółkowski *Analiza potrzeb zatrudnienia w sektorze turystycznym w regionie polski północno-wschodniej*, „Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego” 2013 nr 785, „Ekonomiczne Problemy Turystyki” nr 4 (24).

²¹ B. Alejskiak, A. Wilkońska, *Social competence of student youth as value at the tourist labour market*, Silesian University in Opava Faculty of Philosophy and Science in Opava; Secondary School of Hospitality Industry and Services The Higher Professional School, Karviná 2014, s. 11–23.

²² A. Wartecka-Ważyńska, *Kompetencje zawodowe absolwentów na kierunku turystyka i rekreacja Akademii Wychowania Fizycznego w Poznaniu na rynku pracy*, „Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego” 2014 (805), „Ekonomiczne Problemy Turystyki” nr 1 (25), s. 231–248.

²³ B. Alejskiak, *Kwalifikacje i kompetencje pracowników turystyki. diagnoza turystycznego rynku pracy*, AWF Kraków, „Folia Turistika” 2014, nr 32, s.117–144.

5. Jakie zmiany proponują wdrożyć przedsiębiorcy do programów nauczania na wyższych uczelniach kształcących kadry dla turystyki i rekreacji, aby lepiej dopasować program kształcenia do ich potrzeb?

W celu przebadania powyższych problemów wykorzystano metodę sondażu diagnostycznego, przeprowadzonego techniką ankietowania, gdzie narzędziem badawczym był kwestionariusz ankiety zawierający 19 pytań o charakterze skategoryzowanym i otwartym. Badania przeprowadzono w 2014 roku, w których wzięło udział 89 losowo wybranych przedsiębiorstw turystycznych i rekreacyjnych na terenie Krakowa. Były to biura podróży, przedsiębiorstwa świadczące usługi noclegowe (np. hotele, motele, pensjonaty) oraz przedsiębiorstwa rekreacyjne (np. siłownie, zakłady odnowy biologicznej, szkoły tańca itp.). Ze względu na liczbę podmiotów biorących udział w badaniach, należy podkreślić, że nie odzwierciedlają one w pełni wszystkich trendów i potrzeb turystycznego rynku pracy, dają jedynie pewien pogląd na potrzeby kadrowe w mikro, średnich, małych i dużych przedsiębiorstwach turystycznych oraz rekreacyjnych.

Prezentacja wyników badań

Z przeprowadzonych badań wynika, że większość przedsiębiorstw ma ugruntowaną pozycję na rynku turystycznym i rekreacyjnym, bowiem co trzecia firma (33,7%) powstała przed 2000 rokiem, prawie połowa (44,9%) w latach 2000–2010, a tylko co dziesiąta (12,4%) działa od 2011 roku. Około 9,0% respondentów nie otrzymano informacji na ten temat. Ze względu na rodzaj prowadzonej działalności, największą grupę stanowiły przedsiębiorstwa świadczące usługi noclegowe (52,8%) oraz biura podróży (38,2%). Przedsiębiorstwa świadczące usługi rekreacyjne stanowiły około 9,0% badanych firm. Szacując wielkość badanych przedsiębiorstw, wykorzystano klasyfikację wynikającą z ustawy o swobodzie działalności gospodarczej z dnia 2 lipca 2004 r., gdzie jednym z kryteriów jest liczba zatrudnionych pracowników. Ustalono więc, że większość badanych firm to przedsiębiorstwo „mikro” (43,8%) oraz „małe” (34,8%), a co piąte (18,0%) „średnie”. Niestety dużych przedsiębiorstw było tylko 2,2%, dlatego nie uwzględniono ich w analizach. Niektóre firmy (1,1%) odmówiły odpowiedzi na to pytanie.

Analizując formę prawną badanych przedsiębiorstw można zauważyć, że są to przede wszystkim osoby fizyczne prowadzące działalność gospodarczą (26,9%) oraz spółki z ograniczoną odpowiedzialnością (21,3%). Pozostałe formy prawne, takie jak: spółka akcyjna (6,7%), spółka jawna (2,2%), stowarzyszenie (1,1%) stanowiły zdecydowaną mniejszość. Niestety 41,6% przedsiębiorstw nie udzieliło odpowiedzi.

Wykształcenie pracowników turystyki i rekreacji w przedsiębiorstwach mikro, małych oraz średnich

Jednym z ważniejszych kryteriów oceny kadr w przedsiębiorstwach turystycznych, mikro, małych i średnich, jest poziom oraz zakres ich wykształcenia. Badanych pracodawców poproszono o podanie liczby pracowników zatrudnionych w ich przedsiębiorstwie oraz określenie poziomu ich wykształcenia, proponując do wyboru następujące jego kategorie: podstawowe, zawodowe, średnie ogólnokształcące, średnie turystyczne, średnie inne niż turystyczne, wyższe licencjackie turystyczne, wyższe licencjackie inne niż turystyczne, wyższe magisterskie turystyczne, wyższe magisterskie inne niż turystyczne, studia doktoranckie, inne (tab. 1).

Tab. 1. Wykształcenie zatrudnionych pracowników (wg liczby przedsiębiorstw) – w podziale na wielkość zatrudnienia przedsiębiorstwa / Education of employees (based on the number of companies) – divided according to the number of people employed by a company

Wykształcenie zatrudnionych pracowników	Ogółem		0–9 pracowników		10–49 pracowników		50 i więcej pracowników	
	N	%	N	%	N	%	N	%
Podstawowe	6	6,70	0	0,00	1	3,20	5	27,80
Zawodowe	33	37,10	6	15,40	17	54,80	10	55,60
Średnie ogólnokształcące	35	39,30	10	25,60	15	48,40	10	55,60
Średnie turystyczne	22	24,70	4	10,30	10	32,30	8	44,40
Średnie inne	23	25,80	4	10,30	12	38,70	7	38,90
Wyższe licencjackie turystyczne	40	44,90	17	43,60	12	38,70	11	61,10
Wyższe licencjackie inne	34	38,20	11	28,20	13	41,90	10	55,60
Wyższe magisterskie turystyczne	56	62,90	25	64,10	19	61,30	12	66,70
Wyższe magisterskie inne	56	62,90	22	56,40	22	71,00	12	66,70
Doktorat	7	7,90	0	0,00	6	19,40	1	5,60
Inne	7	7,90	1	2,60	4	12,90	2	11,10
Brak odpowiedzi	5	5,60	0	0,00	0	0,00	4	22,20
Podstawa	89	100,00	39	100,00	31	100,00	18	100,00

Źródło: opracowanie własne.

Biorąc pod uwagę wielkość przedsiębiorstwa ze względu na liczbę zatrudnionych pracowników, okazuje się, że wszystkie przedsiębiorstwa – bez względu na wielkość – zatrudniają najwięcej pracowników z wykształceniem

wyższym magisterskim o profilu turystycznym, jak też innym: mikro (64,10%; 56,40%), małe (61,30%; 71%) i średnie (66,70%; 66,70%). Znaczna część pracowników posiada także studia licencjackie turystyczne, ale najwięcej takich osób pracuje w średniej wielkości przedsiębiorstwach oraz mikro (61,10%; 43,60%). Pracownicy, którzy ukończyli inne kierunki studiów wyższych, najczęściej znajdowali zatrudnienie w przedsiębiorstwach średnich (55,60%) oraz małych (41,90%).

Z wykształceniem średnim ogólnokształcącym (48,40%; 55,60%), turystycznym (32,30%; 44,40%) lub innym (38,70%; 38,90%) zatrudniają pracowników zazwyczaj firmy małe i średnie. W przedsiębiorstwach mikro taka możliwość jest znacznie mniejsza.

Prawie połowa przedsiębiorstw małych (54,80%) i średnich (55,60%) zatrudnia także pracowników z wykształceniem zawodowym, zwykle jednak są to przedsiębiorstwa świadczące usługi noclegowe. Z kolei co piąte małe przedsiębiorstwo (19,40%) zatrudnia pracowników, którzy ukończyli studia doktoranckie.

Znajomość języków obcych w przedsiębiorstwach mikro, małych i średnich

Praca w branży turystycznej i rekreacyjnej, a szczególnie w wielu obszarach ich międzynarodowy charakter powoduje, że bardzo ważną umiejętnością jest znajomość języków obcych. Pracodawców zapytano więc, jakimi językami obcymi władają pracownicy zatrudnieni w przedsiębiorstwach mikro, małych i średnich, proponując do wyboru następujące kategorie: angielski, niemiecki, francuski, włoski, hiszpański, inny (jaki?). Uzyskane odpowiedzi przedstawiono w tabeli 2.

Analizując otrzymane wyniki ze względu na wielkość przedsiębiorstwa okazuje się, że wszyscy (lub prawie wszyscy) pracownicy potrafią komunikować się w języku angielskim: mikro (100%), małe (100%) i średnie (94,40%). Mniej przedsiębiorstw zatrudnia pracowników ze znajomością języka niemieckiego (78,70%). Dominuje on raczej w przedsiębiorstwach małych (96,80%) oraz średnich (94,40%), rzadziej w mikro (59%). W przedsiębiorstwach preferowane są także inne języki, takie jak: włoski (47,20%), francuski (46,10%), hiszpański (33,70%). Pracownicy ze znajomością języka francuskiego i hiszpańskiego są częściej zatrudniani przez przedsiębiorstwa średnie (66,70%; 44,40%) i małe (64,50%; 45,20%), natomiast z znajomością języka włoskiego najwięcej zatrudnionych jest w przedsiębiorstwach średniej wielkości (72,20%). Z przeprowadzonych badań wynika, że przedsiębiorstwa mikro znacznie rzadziej zatrudniają pracowników ze znajomością innych języków niż angielski.

Tab. 2. Znajomość języków obcych przez pracowników (wg przedsiębiorstw) – w podziale na wielkość zatrudnienia przedsiębiorstwa / Employees' knowledge of foreign languages (according to companies) – divided according to the number of people employed by a company

Znajomość języków obcych wśród pracowników	Ogółem		0-9 pracowników		10-49 pracowników		50 i więcej pracowników	
	N	%	N	%	N	%	N	%
Angielski	87	97,80	39	100,00	31	100,00	17	94,40
Niemiecki	70	78,70	23	59,00	30	96,80	17	94,40
Francuski	41	46,10	9	23,10	20	64,50	12	66,70
Włoski	42	47,20	14	35,90	15	48,40	13	72,20
Hiszpański	30	33,70	8	20,50	14	45,20	8	44,40
Inne (wskazano rosyjski)	29	32,60	10	25,60	12	38,70	7	38,90
Brak odpowiedzi	2	2,20	0	0,00	0	0,00	1	5,60
Podstawa	89	100,00	39	100,00	31	100,00	18	100,00

Źródło: opracowanie własne.

Uczestnictwo w Programie Erasmus

Na zatrudnienie pracowników oraz jakość ich pracy wpływa wiele czynników. Jednym z nich, oprócz wykształcenia i znajomości języków obcych, jest tzw. mobilność edukacyjna i zawodowa, czego wyrazem jest uczestnictwo w Programie Erasmus. Zapytano więc badanych przedsiębiorców, w badanych firmach mikro, małych i średnich, o opinię na ten temat. Z badań wynika, że tylko w co dziesiątym przedsiębiorstwie (12,4%) pracują osoby, które były uczestnikami międzynarodowej wymiany edukacyjnej. W pozostałych przedsiębiorstwach osoby takie nie pracowały (58,4%) lub respondenci nie posiadali wiedzy na ten temat (29,2%). W grupie firm, które zatrudniały „Erasmusów”, jak wynika z wypowiedzi 63,6% respondentów, uczestnictwo w Programie miało wpływ na ich zatrudnienie w firmie. Natomiast w przypadku pozostałych 36,4% firm nie miało to żadnego znaczenia. W tych przedsiębiorstwach uważa się, że osoby, które uczestniczyły w międzynarodowej wymianie edukacyjnej, w zasadzie niczym się nie wyróżniają. Większość jednak przedsiębiorców (63,6%) twierdzi wręcz odwrotnie, uważając, że osoby te wyróżniają się w grupie pracowników lepszą znajomością języków obcych (100,0%), większą zaradnością (28,6%), lepszą znajomością docelowych destynacji (28,6%), są bardziej komunikatywne (14,3%) oraz posiadają lepsze zdolności organizacyjne (14,3%). Wszystkie pozytywne opinie na powyższy temat wyrazili jednak respondenci prezentujący przedsiębiorstwa mikro, prawdopodobnie z tego

powodu, że pracodawcy znają swoich pracowników, w przeciwieństwie do przedsiębiorstw małych i średnich, które zatrudniają znacznie większą liczbę pracowników.

Kursy przydatne w pracy w turystyce i rekreacji w przedsiębiorstwach mikro, małych oraz średnich

Inwestowanie w człowieka, który dysponuje konkretnym kapitałem w nim ucieleśnionym, jest podstawowym obowiązkiem każdego przedsiębiorstwa, które chce posiadać coś więcej niż produkt czy usługę na przeciętnym poziomie. Kapitał ludzki, skutecznie wzmacniany, staje się wówczas kluczowym czynnikiem wzrostu, przyczyniając się do kreowania nowych wartości, produktów, technologii czy systemów organizacyjnych, wynikających z twórczej aktywności ludzkiego umysłu²⁴. Inwestowanie w kursy i szkolenia jest więc czynnikiem koniecznym, bowiem dużą wartością każdego przedsiębiorstwa są ci pracownicy, którzy oprócz wiedzy ogólnej, posiadają specjalistyczną wiedzę w jakiejś dziedzinie²⁵. Zapytano więc pracodawców, jakie są według nich najbardziej przydatne w turystyce i rekreacji kursy i szkolenia. Analizując wyniki ze względu na wielkość przedsiębiorstwa, ze względu na liczbę zatrudnionych pracowników (tab. 3) okazuje się, że w firmach mikro ważna jest: obsługa programów rezerwacyjnych (69,20%) oraz obsługa klienta (71,80%). Co czwarta firma zatrudnia pilotów wycieczek (25,60%), a więcej niż co dziesiąta: rezydentów (10,30%), wychowawców kolonijnych (12,80%), animatorów czasu wolnego (17,90%), a także instruktorów sportów całorocznych (5,10%), ale bardzo rzadko.

Znacznie większe zapotrzebowanie na różnorodne kwalifikacje tworzą małe przedsiębiorstwa turystyczne i rekreacyjne. Prawie wszystkie firmy zatrudniają osoby znające obsługę programów rezerwacyjnych (80,60%) i obsługę klienta (71,00%). W co dziesiątej firmie zatrudnienie znajdują instruktorzy sportów całorocznych (12,90%), piloci wycieczek (9,70%), animatorzy czasu wolnego (9,70%), osoby posiadające kurs kucharza lub baristy (9,70%). Mniej przedsiębiorstw zatrudnia rezydentów (6,50%), wychowawców kolonijnych (6,50%), instruktorów sportów zimowych (6,50%). Sporadycznie zatrudnienie znajdują osoby posiadające kwalifikacje i uprawnienia instruktora sportów letnich (3,20%), kurs walutowy (3,20%), kurs pedagogiczny (3,20%), kurs kasjera

²⁴ B. Czerniachowicz, *Zmiany w zarządzaniu kapitałem ludzkim w przedsiębiorstwie* [w:] *Zarządzanie procesami restrukturyzacji. Koncepcje – strategie – analiza*, red. R. Borowiecki, A. Jaki, Wyd. Fundacja Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie, Kraków 2012.

²⁵ A. Solak, *Oczekiwania kompetencyjne pracodawców wobec pracowników*, <http://www.rynekpracy.pl/artukul.php/wpis.732> [dostęp: 30.09.2014].

lotniczego i sprzedaży biletów lotniczych (3,20%), obsługa programów gastronomicznych (3,20%), kurs kelnerski (3,20%), kurs managerski, zarządzanie (3,20%).

Tab. 3. Kursy i szkolenia konieczne do pracy w przedsiębiorstwie – w podziale na wielkość przedsiębiorstwa /
Courses and training necessary to work for the company – divided according to the company size

Wymagane kursy/szkolenia	Ogółem		0-9 pracowników		10-49 pracowników		50 i więcej pracowników	
	N	%	N	%	N	%	N	%
Pilot wycieczek	14	15,70	10	25,60	3	9,70	1	5,60
Rezydent	6	6,70	4	10,30	2	6,50	0	0,00
Wychowawca kolonijny	9	10,10	5	12,80	2	6,50	2	11,10
Animator czasu wolnego	14	15,70	7	17,90	3	9,70	4	22,20
Instruktor sportów zimowych	2	2,20	0	0,00	2	6,50	0	0,00
Instruktor sportów letnich	3	3,40	0	0,00	1	3,20	2	11,10
Instruktor sportów całorocznych	8	9,00	2	5,10	4	12,90	2	11,10
Obsługa programów rezerwacyjnych	65	73,00	27	69,20	25	80,60	13	72,20
Obsługa klienta	66	74,20	28	71,80	22	71,00	15	83,30
Kurs walutowy	5	5,60	0	0,00	1	3,20	3	16,70
Kurs pedagogiczny	1	1,10	0	0,00	1	3,20	0	0,00
Kurs związany z gastronomią, kucharz, barista	4	4,50	1	2,60	3	9,70	0	0,00
Kasjer lotniczy, bilety lotnicze	2	2,20	1	2,60	1	3,20	0	0,00
Obsługa programów gastronomicznych	1	1,10	0	0,00	1	3,20	0	0,00
Kurs kelnerski	1	1,10	0	0,00	1	3,20	0	0,00
Kurs managerski, zarządzanie	2	2,20	0	0,00	1	3,20	1	5,60
Marketing w hotelarstwie	1	1,10	0	0,00	0	0,00	1	5,60
Brak odpowiedzi	7	7,90	5	12,80	1	3,20	1	5,60
Podstawa	89	100,00	39	100,00	31	100,00	18	100,00

Źródło: opracowanie własne.

W przedsiębiorstwach średniej wielkości, podobnie jak w mikro i małych, najbardziej przydatną kwalifikacją jest obsługa klienta (83,30%) oraz obsługa programów rezerwacyjnych (72,20%). Znacznie większe zapotrzebowanie można zauważyć także na animatorów czasu wolnego (22,20%), bowiem pra-

wie co piąte przedsiębiorstwo średniej wielkości poszukuje tego rodzaju kwalifikacji. Co dziesiąte przedsiębiorstwo zatrudnia pracowników posiadających kurs walutowy (16,70%), kurs wychowawcy kolonijnego (11,10%), instruktor sportów letnich (11,10%) i instruktorów sportów całorocznych (11,10%). Firmy te rzadziej zatrudniają osoby, które ukończyły kurs pilota wycieczek (5,60%), kurs managerski, zarządzanie (5,60%), marketing w hotelarstwie (5,60%), korzystając w tym względzie być może z usług firm zewnętrznych.

Powyższe kursy absolwenci lub pracownicy turystyki i rekreacji zwykle finansowali z funduszy własnych. W związku z powyższym, interesującym był także fakt, czy także przedsiębiorstwa inwestują w dodatkowe kwalifikacje pracowników, których zatrudniają. Wyniki na ten temat prezentuje tabela 4.

Tab. 4. Szkolenia dla pracowników organizowane przez przedsiębiorstwa /
Training courses for employees organised by companies

Szkolenia organizowane przez przedsiębiorstwa	Ogółem		0-9 pracowników		10-49 pracowników		50 i więcej pracowników	
	N	%	N	%	N	%	N	%
Językowe, doskonalenie języka	14	15,70	3	7,70	7	22,60	4	22,20
Marketingowe, sprzedażowe	20	22,50	4	10,30	9	29,00	7	38,90
Gastronomiczne/ kelnerskie, barmańskie	12	13,50	1	2,60	11	35,50	0	0,00
Obsługa klienta/ obsługa ruchu turystycznego	15	16,90	9	23,10	3	9,70	3	16,70
Obsługa programów rezerwacyjnych/ systemów biletowych	12	13,50	7	17,90	4	12,90	1	5,60
Pilot wycieczek, przewodnik, wychowawca kolonijny	5	5,60	5	12,80	0	0,00	0	0,00
Sportowe, rekreacja ruchowa	2	2,20	1	2,60	0	0,00	1	5,60
Study tours	5	5,60	5	12,80	0	0,00	0	0,00
Produktowe	6	6,70	3	7,70	2	6,50	1	5,60
Psychologia zachowań, asertywność, komunikacja	11	12,40	2	5,10	0	0,00	8	44,40
Pierwsza pomoc, przeciwpożarowe	4	4,50	1	2,60	1	3,20	2	11,10
Kasjer walutowy	5	5,60	0	0,00	5	16,10	0	0,00
Nie organizujemy szkoleń	4	4,50	3	7,70	1	3,20	0	0,00
Brak odpowiedzi	19	21,30	9	23,10	7	22,60	3	16,70
Podstawa	89	100,00	39	100,00	31	100,00	18	100,00

Źródło: opracowanie własne.

Z przeprowadzonych badań wynika, że w biurach podróży, hotelach i przedsiębiorstwach rekreacyjnych, które mają status mikro, najczęściej pracodawców organizuje dla zatrudnionych tam pracowników szkolenia z zakresu obsługi klienta (23,10%), co czyni więcej niż co piąty pracodawca. Więcej niż co dziesiąty proponuje kursy z zakresu obsługi programów rezerwacyjnych i sprzedaży biletów (17,90%), kursy pilota wycieczek, przewodnika, wychowawcy kolonijnego (12,80%), study tours (12,80%), kursy marketingowe i sprzedażowe (10,30%). Inne kursy, takie jak językowe (7,70%) czy produktowe (7,70%), organizowane są rzadziej.

Z kolei w małych przedsiębiorstwach turystycznych, hotelarskich i rekreacyjnych przedsiębiorcy najczęściej organizują kursy kelnerskie, barmańskie (35,50%), marketingowe, sprzedażowe (29,00%), językowe, doskonalenie języka (22,60%), kasjer walutowy (16,10%), obsługa programów rezerwacyjnych/systemów biletowych (12,90%), obsługa klienta/obsługa ruchu turystycznego (9,70%), produktowe (6,50%).

W średniej wielkości przedsiębiorstwach turystycznych, hotelarskich i rekreacyjnych prawie połowa firm szkoli pracowników z zakresu psychologii zachowań, asertywności, komunikacji (44,40%), proponuje także, ale nieco rzadziej, szkolenia marketingowe, sprzedażowe (38,90%). Co piąte przedsiębiorstwo proponuje pracownikom kursy językowe (22,20%) lub nieco rzadziej kursy z zakresu obsługi klienta (16,70%). Inne kursy, takie jak obsługa programów rezerwacyjnych i sprzedaż biletowych (5,60%), produktowe (5,60%), sportowe (5,60%) organizowane są sporadycznie.

Znajomość obsługi programów rezerwacyjnych

Kolejną ważną umiejętnością, jak wynika z powyższych rozważań, jest obsługa programów rezerwacyjnych. W obecnych czasach znaczną część usług, zwłaszcza turystycznych i hotelarskich, można zakupić lub zarezerwować przez Internet. Respondentów zapytano więc, jakie programy rezerwacyjne wykorzystują w swoich przedsiębiorstwach. W odpowiedzi na to pytanie (otwarte), respondenci wskazali w sumie aż 24 różne programy rezerwacyjne. Analizując listę tych programów można zauważyć ich dużą różnorodność. Okazuje się, że najczęściej badanych firm wykorzystuje program MerlinX (26,70%) oraz Amadeus (20,00%). Nieco mniej firm korzysta z programów, takich jak: BlueVendo (16,70%), Booking.com (10,00%), Chart (10,00%) oraz Iris (10,00%). Natomiast korzystanie z pozostałych programów przedstawiało się następująco: Sleepinginkrakow.pl (6,70%), Resa (6,70%), bardzo rzadko Bapsonling (3,30%), S4H (3,30%), Euroticket.com (3,30%), Fidelio (3,30%), Galileo (3,30%), GastroSzeF (3,30%), HB (3,30%), Hool (3,30%), HW (3,30%), KRAK

(3,30%), SART (3,30%), PLAZA (3,30%), Sykon (3,30%), TOM (3,30%), Travella (3,30%), WorldSpan (3,30%)

Najczęściej używanymi programami w przedsiębiorstwach mikro jest: Merlinx (37,50%), BlueVendo (31,30%), Booking.com (18,80%), Iris (18,80%), Merlin (12,50%). Z kolei w przedsiębiorstwach małych: Amadeus (50,00%), Chart (20,00%), S4H (10,00%), Gastro Szef (10,00%), Hool (10,00%), KRAK (10,00%), PLAZA (10,00%), WorldSpan (10,00%). Przedsiębiorstwa średnie korzystają najczęściej z programu: Resa (50,00%), Amadeus (25,00%), Fidewo (25,00%).

Braki, które w opinii przedsiębiorców wykazują absolwenci szkół wyższych

Praca w branży turystycznej i rekreacyjnej związana jest z posiadaniem odpowiednich kwalifikacji oraz kompetencji, które w dużej mierze zależą od kierunku studiów, jaki ukończyli zatrudnieni pracownicy, a także od programów kształcenia proponowanych przez te uczelnie.

Ważnym problemem, który próbowano rozwiązać poprzez prezentowane badania, było ustalenie, jakie braki zauważają pracodawcy u zatrudnionych absolwentów, które utrudniają im szybką adaptację na turystycznym rynku pracy (tab. 5).

Analizując powyższy problem ze względu na wielkość przedsiębiorstwa, można powiedzieć, że największym mankamentem absolwentów w przedsiębiorstwach:

- mikro, małych i średnich jest: brak doświadczenia oraz wiedzy praktycznej (28,20%; 54,80%; 33,30%), a także nieumiejętności obsługi klienta, nieznanomość technik sprzedaży (10,30%; 12,90%; 5,60%);
- mikro i małych: nieznanomość systemów rezerwacyjnych oraz programów kasowych (20,50%; 19,40%; 0,00%);
- mikro i średnich: słaba znajomość języka obcego oraz brak znajomości drugiego języka obcego (15,40%; 33,30%)
- ponadto: brak znajomości geografii (15,40%), nieumiejętność radzenia sobie w sytuacjach stresowych, trudnych (10,30%), ale najczęściej problem ten występuje w przedsiębiorstwach tylko mikro.

Zalecenia, jakie dają przedsiębiorcy dla uczelni kształcących kadry turystyczne, przedstawiają się następująco (tab. 6):

- przedsiębiorstwa mikro, małe i średnie zalecają większy nacisk na praktykę (33,30%; 58,10%; 16,70%) oraz większy nacisk na naukę języków obcych (15,40%; 3,20%; 27,80%);
- przedsiębiorstwa mikro i małe zalecają większy nacisk na naukę obsługi programów rezerwacyjnych (17,90%; 12,90%);

- co dziesiąte przedsiębiorstwo mikro podkreśla konieczność położenia większego nacisku na wiedzę z zakresu geografii i historii państw (10,30%).

Tab. 5. Braki, które wykazują absolwenci szkół wyższych po kierunkach turystycznych – w podziale na wielkość przedsiębiorstwa / Skills that higher school graduates with degrees in tourism-related fields of studies lack – divided according to the company size

Braki absolwentów kierunków turystycznych	Ogółem		0-9 pracowników		10-49 pracowników		50 i więcej pracowników	
	N	%	N	%	N	%	N	%
Brak doświadczenia, wiedzy praktycznej	34	38,20	11	28,20	17	54,80	6	33,30
Nieznajomość systemów rezerwacyjnych, programów kasowych	14	15,70	8	20,50	6	19,40	0	0,00
Słaba znajomość języka obcego, brak znajomości drugiego języka	13	14,60	6	15,40	0	0,00	6	33,30
Nieumiejętność obsługi klienta, nieznajomość technik obsługi	9	10,10	4	10,30	4	12,90	1	5,60
Brak znajomości geografii	7	7,90	6	15,40	1	3,20	0	0,00
Nieumiejętność radzenia sobie w sytuacjach stresowych, trudnych	5	5,60	4	10,30	0	0,00	1	5,60
Brak samodzielności, zaradności	5	5,60	3	7,70	1	3,20	1	5,60
Słaba wiedza z zakresu marketingu, zarządzania	4	4,50	4	10,30	0	0,00	0	0,00
Brak chęci samodoskonalenia, rozwoju	3	3,40	0	0,00	1	3,20	2	11,10
Brak umiejętności interpersonalnych	2	2,20	0	0,00	1	3,20	1	5,60
Brak umiejętności dostosowania się do zmian	1	1,10	0	0,00	1	3,20	0	0,00
Brak odpowiedzi	25	28,10	11	28,20	6	19,40	8	44,40
Podstawa	89	100,00	39	100,00	31	100,00	18	100,00

Źródło: opracowanie własne.

Tab. 6. Zalecenia dla uczelni kształcących kadry turystyczne – w podziale na wielkość przedsiębiorstw /

Recommendations for schools of tourism – divided according to the company size

Zalecenia dla uczelni kształcących kadry turystyczne	Ogółem		0–9 pracowników		10–49 pracowników		50 i więcej pracowników	
	N	%	N	%	N	%	N	%
Większy nacisk na praktyki, wiedzę praktyczną	35	39,30	13	33,30	18	58,10	3	16,70
Nacisk na wiedzę z zakresu geografii i historii państw	4	4,50	4	10,30	0	0,00	0	0,00
Nacisk na naukę języków obcych	13	14,60	6	15,40	1	3,20	5	27,80
Nauka obsługi programów rezerwacyjnych	11	12,40	7	17,90	4	12,90	0	0,00
Nacisk na kreatywność i samodzielność u studentów	2	2,20	1	2,60	1	3,20	0	0,00
Wiedza z zakresu obsługi klienta	5	5,60	2	5,10	3	9,70	0	0,00
Potrzeba samodoskonalenia, podnoszenia kwalifikacji	1	1,10	0	0,00	0	0,00	1	5,60
Więcej przygotowania rynkowego, marketingowego	6	6,70	3	7,70	3	9,70	0	0,00
Brak odpowiedzi	32	36,00	13	33,30	8	25,80	11	61,10
Podstawa	89	100,00	39	100,00	31	100,00	18	100,00

Źródło: opracowanie własne.

Z powyższego wynika tzw. niedopasowanie kompetencyjne, które odnosi się do różnych typów braku równowagi między umiejętnościami oferowanymi przez absolwentów a umiejętnościami potrzebnymi na rynku pracy. Luka kompetencyjna, jak można zauważyć, dotyczy rodzaju i poziomu umiejętności oraz wiedzy, której brakuje absolwentom do prawidłowego wykonania pracy. Problem niedopasowania kompetencyjnego jest ważny, ponieważ jego konsekwencje są dotkliwe zarówno dla absolwenta, jak też firmy²⁰, bowiem wpływa na brak satysfakcji z pracy, niższe wynagrodzenie pracownika, tym samym spada jego efektywność.

Podsumowanie

Diagnozowanie kwalifikacji i kompetencji na turystycznym oraz rekreacyjnym rynku pracy jest istotne z punktu widzenia kształcenia kadr dla turystyki, po-

zwala bowiem ustalić, jakie oczekiwania i potrzeby zgłaszają pracodawcy do zatrudnianych pracowników w przedsiębiorstwach mikro, małych i średnich. Z przeprowadzonych badań nasuwają się następujące wnioski:

1. Wszystkie przedsiębiorstwa, bez względu na wielkość, zatrudniają najczęściej pracowników z wykształceniem wyższym magisterskim oraz licencjackim o profilu zarówno turystycznym jak też innym.
2. We wszystkich przedsiębiorstwach mikro i małych, lub prawie wszystkich, co dotyczy przedsiębiorstw średnich, pracownicy potrafią komunikować się w języku angielskim. Drugim językiem obcym, którym najczęściej posługują się pracownicy w powyższych przedsiębiorstwach jest język niemiecki. Ze znajomością innych języków obcych takich, jak np. francuski, hiszpański, włoski pracownicy częściej znajdują zatrudnienie w przedsiębiorstwach większych niż mikro.
3. Kompetencje zdobywane w Programie Erasmus są najczęściej zauważane i doceniane w przedsiębiorstwach mikro, gdzie uważa się, że osoby te charakteryzują się lepszą znajomością języków obcych, większą zaradnością, lepszą znajomością różnorodnych destynacji, są bardziej komunikatywne oraz posiadają lepsze zdolności organizacyjne.
4. Kursy, które są najbardziej przydatne w firmach, bez względu na wielkość (mikro, małe, średnie), dotyczą znajomości obsługi programów rezerwacyjnych i obsługi klienta. Największe zapotrzebowanie na pilota wycieczek zgłaszają przedsiębiorstwa mikro, natomiast na pracę animatora czasu wolnego przedsiębiorstwa średniej wielkości. Największe jednak zapotrzebowanie na różnorodne kwalifikacje tworzą małe przedsiębiorstwa turystyczne i rekreacyjne.
5. Kursy i szkolenie, które organizuje najczęściej badanych przedsiębiorstw mikro, małych i średnich dotyczy najczęściej szkoleń marketingowych i sprzedażowych, obsługi klienta, językowych, obsługi programów rezerwacyjnych oraz szkoleń kelnerskich i barmańskich.
6. Najczęściej używanymi programami w przedsiębiorstwach mikro, małych i średnich jest Merlinx oraz Amadeus.
7. Największymi mankamentami absolwentów zgłaszanymi przez przedsiębiorstwa mikro, małe i średnie jest: brak doświadczenia oraz wiedzy praktycznej, nieumiejętność obsługi klienta, nieznanostwo technik sprzedaży, nieznanostwo systemów rezerwacyjnych oraz programów kasowych, słaba znajomość języka obcego oraz brak znajomości drugiego języka obcego, a także brak znajomości geografii.
8. Zalecenia, jakie dają przedsiębiorcy uczelniom kształcącym kadry turystyczne dotyczą przede wszystkim zwiększenia nacisku na praktykę, naukę języków obcych oraz naukę obsługi programów rezerwacyjnych.

Problem dopasowania kształcenia uniwersyteckiego do oczekiwań rynku pracy jest szeroko dyskutowany. Wiedza przekazywana na studiach nie zawsze musi być ściśle powiązana z rynkiem pracy, powinna jednak przybliżyć się w pewnym stopniu do tego rynku. Służyć temu może proces kształtowania kompetencji w trakcie nauczania akademickiego. Odpowiedzią na te potrzeby są z pewnością Krajowe Ramy Kwalifikacji dla Szkolnictwa Wyższego, których celem jest m.in. lepsze dopasowanie kwalifikacji do potrzeb rynku pracy oraz promowanie i ułatwienie uczenia się przez całe życie. Z kolei, zgodnie z „Kierunkami rozwoju turystyki do 2015 roku”²⁶, przygotowanie profesjonalnych kadr i ich doskonalenie powinno koncentrować się m.in. na wdrażaniu umiejętności praktycznych oraz systemie szkoleń dla pracowników sektora turystycznego, opracowanie i wdrożenie systemu staży zawodowych. „Kierunki” zakładają stworzenie systemu monitorowania zmian w zakresie potrzeb kadrowych w obrębie turystyki, w szczególności: diagnozowanie potrzeb zgłaszanych przez pracodawców, kreowanie prognoz zapotrzebowania na kwalifikacje uwzględniających trendy krajowe i międzynarodowe.

²⁶ MSiT, *Kierunki rozwoju turystyki do 2015 roku*, Dokument Rządowy przyjęty przez Radę Ministrów w dniu 26 września 2008 r., Ministerstwo Sportu i Turystyki, Warszawa, wrzesień 2008 r., s. 82.

Monika Prylińska

Krakow Urban Adventures

Urban Adventures – lokalna odpowiedź na globalne trendy

Urban Adventures – local response to global trends

Abstrakt

Celem opracowania jest wskazanie nowych możliwości rozwoju turystyki w oparciu o propozycje australijskiej firmy Urban Adventures, od niedawna obecnej również w Polsce¹. Jej działalność stanowi odpowiedź na globalne trendy w turystyce, oferowane produkty skierowane są do doświadczonej turystyki i zapewniają im unikalne doświadczenia na bazie lokalnej infrastruktury. Zgodnie z założeniami turystyki zrównoważonej, wszelkie wycieczki pod szyldem Urban Adventures przeznaczone są dla klientów indywidualnych bądź małych grup (do 12 osób), uczestniczący w nich ludzie zawsze wspierają społeczność lokalną i aktywnie uczestniczą w jej życiu razem gotując, zwiedzając prywatne przedsiębiorstwa lub domy, wspólnie poznając lokalne zakątki miasta. Najważniejszą wartością firmy jest wspólnota objawiająca się przede wszystkim intensywną współpracą między managerami wyższego rzędu (UAL) a managerami lokalnymi (UAP) na całym świecie, czytelną marką i wyznawanymi wartościami, będącymi dla klientów wyznacznikiem nowej jakości usług turystycznych w świecie rozwiniętej technologii i wszechobecnych mediów społecznościowych.

Słowa kluczowe: doświadczenie lokalne, kapitał ludzki, kultura tłumy, media społecznościowe, turystyka zrównoważona, wspólnota

Abstract

The aim of the paper is to present an Australian company Urban Adventures, which since three years is also present in Poland (Krakow Urban Adventures). Its activity is to response to global trends in tourism, the products offered to its clients are addressed especially to the most responsible and mature ones and provide them with a unique experience based on local knowledge. According to the responsible tourism principles, all trips signed by Urban Adventures are designed for individuals or small groups (up to 12 people), their participants always support the local community and are actively involved in its life by cooking together, visiting private workshops or houses, getting to know places where locals go instead of mass tourism ones. The most important value of the Urban Adventures community is Togetherness manifested primarily by intensive cooperation between general managers (UAL) and local managers (UAP) across the world, a clear company brand and the same core values which provide the customers with the new quality of face to face tourism services in the world of advanced technology and omnipresent social media.

Key words: Crowdculture, human capital, local experience, responsible tourism, social media, togetherness

¹ Dotychczas działa tylko Krakow Urban Adventures w Krakowie, przygotowujący jest produkt Warsaw Urban Adventures – produkt, który będzie aktywny od maja 2017.

Wprowadzenie

Zainteresowania turystyczne konsumentów podlegają nieustannym zmianom, co sprawia, że trudno jest jednoznacznie przewidzieć kierunek ich rozwoju, można jednak pokusić się o wyznaczenie pewnych tendencji, na podstawie danych źródłowych i własnych obserwacji. Na przestrzeni ostatnich lat nastąpiła duża zmiana w stylu życia, a co za tym idzie – w motywacji i sposobie spędzania wolnego czasu przez turystów. Z najnowszego raportu Europejskiej Komisji Turystyki² wynika, że starzenie się i wzrost zamożności społeczeństwa wpłynęło na pojawienie się niezwykle świadomych i doświadczonych turystów, którzy nie tylko wiedzą, czego chcą, ale także mają pomysł na to, w jaki sposób samodzielnie znaleźć rzetelną informację i dostosowaną do planowanych wydatków, infrastrukturę turystyczną³. Współcześni turyści zdecydowanie bardziej dbają o własne bezpieczeństwo i zdrowie, często popierają działania proekologiczne i nieobce im są idee turystyki zrównoważonej. Dzięki zaawansowanej technologii są samodzielni – korzystając z mobilnych źródeł informacji, potrafią wyszukać odpowiednią dla siebie restaurację, znaleźć przewodnika, a nawet przetłumaczyć w przeciągu kilku minut napisy informacyjne z nieznanym sobie języku. Wszystko to związane jest z opisywanym w literaturze⁴ fenomenem dojścia do głosu tzw. kultury tłumy (ang. *Crowdculture*), czyli zmiany kierunku, z którego do publicznego obiegu dostają się innowacje. Historycznie, w epoce turystyki masowej wieku XX, nowości pojawiały się dzięki jednostkom bądź innowacyjnym (dalekim od myślenia ogółu) grupom społecznym. Byli to przede wszystkim artyści, aktywiści społeczni, ludzie występujący tradycyjnie przeciw *mainstreamowi*, oferujący alternatywne sposoby odpoczynku. W obecnych czasach, wobec wszechobecnego dostępu do Internetu, nowe idee są masowe, pojawiają się równocześnie na całym świecie i rozprzestrzeniają się w tempie błyskawicznym. Pojawienie się na początku XXI wieku serwisów społecznościowych definitywnie i nieodwracalnie zmieniło kulturę jednostki w kulturę tłumy złożonego z dobrze poinformowanych, wymieniających między sobą doświadczenia jednostek, formalnych i nieformalnych grup, organizacji, wreszcie – całych społeczeństw. Każda turystyczna destynacja, przed odwiedzeniem, bardzo często jest wirtualnie skonsumowana przez klienta – obejrzana na Instagramie, poznana dzięki setkom turystycznych blogów, „zwiedzona” na YouTube czy Facebook-u, skomentowana na Twitterze.

² EUROPEAN TOURISM 2016 – TRENDS & PROSPECTS, European Travel Commission, 2016.

³ *Lifestyle trends & tourism: How changing consumer behaviour impacts travel to Europe*, Raport of the European Travel Commission, Brussels 2016, s. 7–12.

⁴ D. Holt, *Branding in the Age of Social Media*, Harvard Business Review, New York 2016.

Czy więc mamy do czynienia z powolnym końcem ery touroperatorów, agentów i innych podmiotów – pośredników świadczących usługi turystyczne? Niekoniecznie. Mimo tylu zmian w podejściu do planowania podróży, niektórzy przyszli turyści jednak pewniej czują się w grupie zorganizowanej i gotowi są zapłacić dużo wyższą cenę, by ktoś przygotował im w profesjonalny, drobiazgowy sposób pobyt w danym miejscu. Dla wielu jest to ułatwienie, dla wielu też konieczność spowodowana tym, że nie nadążają za zbyt szybko zmieniającym się tempem i sposobem życia. Ponadto, nawet ci turyści, którzy planują wszystko sami, na miejscu często chcą spotkać się z żywą osobą, szukają prawdziwego, jedyne w swoim rodzaju doświadczenia, a nie kopii przeżyć anonimowego autora bloga przeczytanego przed wyjazdem. Ludzie chcą zrobić swoje własne zdjęcia, sami coś zobaczyć i skosztować lokalnych potraw. Tym, którzy włożyli już sporo wysiłku w to, by zacząć podróż i gdzieś dojechać, nie wystarcza wirtualna świadomość miejsca. Zdaniem autorki artykułu, opisywana wcześniej kultura tłumy, przy właściwym do niej podejściu, może wręcz pomóc organizatorom turystyki pozyskać nowych, lojalnych klientów. Generuje ona bowiem wszelkiego rodzaju subkultury – osoby z całego świata połączone poprzez media społecznościowe, skupione wokół tej samej idei czy tematu. Mogą to być fani danego zespołu czy osoby uprawiające ten sam sport, obrońcy danej idei czy miłośnicy konkretnego miejsca bądź sposobu spędzania wolnego czasu. Kombinacji są miliony, subkultury powstają każdego dnia, sięgają i wchłania każdego, kto chce gdzieś przynależeć i z czymś, bądź czymś się utożsamiać. Przy odrobinie wysiłku można więc, jako organizator turystyki, nawiązać dzięki nowym technologiom tysiące kontaktów, znaleźć swoją niszę – „subkulturę” i klientów (będących jej aktywnymi członkami). Można też tak sterować podażą, by nie tylko odpowiadała na zmieniający się dynamicznie popyt, ale wyprzedzała go o kilka kroków i pozytywnie zaskakiwała potencjalnych turystów. Innowacyjny może być nie tylko produkt, ale również jedyne w swoim rodzaju przeżycie – niespotykana dotąd forma turystyki lub po prostu próba pokazania turyście czegoś nie do końca „turystycznego”, dopuszczenie go do rzeczywistości jak najbardziej lokalnej – pokazanie ulubionej restauracji w dzielnicy położonej z dala od turystycznych ikon, zaproszenie do prywatnego domu, wspólne zakupy na pobliskim rynečku czy pójście do teatru.

Marka Urban Adventures

O tym, że tak rozumiana „lokalność” cieszy się dużym powodzeniem, świadczyć może kilkuletnia (od 2010 r.) obecność na rynku i dynamiczny rozwój australijskiej firmy Urban Adventures – tour operatora o globalnym zasięgu. Urban Adventures to firma wyrosła z innej, potężnej, australijskiej firmy – In-

trepid⁵ i ściśle z nią współpracująca. Podstawowym założeniem jest organizacja, przy współudziale lokalnych ekspertów krótkich, maksymalnie całodziennych wycieczek dla klientów przebywających w różnych, atrakcyjnych turystycznie miastach świata i chcących zobaczyć je oczyma mieszkańców. Produkt początkowo przeznaczony wyłącznie dla klientów Intrepid, z czasem zaczął żyć własnym życiem, a tendencja dążenia do prawdziwości i lokalności w turystyce, okazała się właściwa. W rezultacie tylko niewielki procent turystów uczestniczących w imprezach Urban Adventures to osoby związane obecnie w jakikolwiek sposób z Intrepidem, choć firmy nadal utrzymują ze sobą ścisły związek.

Ryc. 1. Logo Urban Adventures / Urban Adventures logo



Źródło: www.urbanadventures.com [dostęp: 20.06.2016].

Głównym celem Urban Adventures jest zapewnienie klientom indywidualnym bądź małym grupom (od 1 do max. 12 osób) kilkugodzinnych albo całodniowych wycieczek (bez noclegu), mających na celu dogłębne, osobiste poznanie odwiedzanego miasta. Urban Adventures wyznacza nowy styl podróży, w którym nacisk położony jest na tzw. *local experience*, czyli bezpośredni kontakt turysty z mieszkańcem danego miasta, poznanie miejsc na co dzień niedostępnych w ofercie organizatorów turystyki, aktywne uczestnictwo w życiu lokalnej społeczności, realizowanie indywidualnych pasji poprzez spotkanie z osobami o podobnych zainteresowaniach i sposobie myślenia. Obietnica dana klientom, będąca jednoznacznie wizualnym wyznacznikiem marki to: *BEST.DAY.EVER*.

Struktura firmy jest dwustopniowa. Zarząd organizacji to *Urban Adventures Limited (UAL)* – międzynarodowa grupa ekspertów zajmująca się wypracowywaniem globalnej strategii firmy, kontaktami międzynarodowymi, sprzedażą, dystrybucją, marketingiem, finansami i public relations. Na zasadzie franczyzy, czyli współpracy między niezależnymi przedsiębiorcami, z UAL współpracują *Urban Adventures Partners (UAPs)* – partnerzy lokalni z poszczególnych miast,

⁵ Intrepid został założony w 1989 r. w Melbourne, w Australii, od tego czasu prężnie się rozwija zapewniając niezapomniane wrażenia ponad 100 000 klientom rocznie. Podróżują oni po całym świecie w małych grupach, ściśle przestrzegają zasad zrównoważonego rozwoju, zapewniają dochód lokalnej społeczności, www.intrepidtravel.com [dostęp: 20.06.2016].

którzy – korzystając z pomysłu na biznes, know-how, zaplecza logistycznego, narzędzi marketingowych i innych udogodnień – przechodzą kilkustopniowe szkolenie teoretyczne i praktyczne, podpisują umowę, w której zobowiązują się do przestrzegania wszystkich zasad firmy i sami już odpowiadają za opracowanie lokalnych programów oraz przeprowadzanie imprez turystycznych w danym miejscu, zgodnie z wyznaczonymi przez UAL standardami. UAP's, jako lokalni eksperci, zajmują się proponowaniem unikalnych programów turystycznych (które każdorazowo są zatwierdzane przez wyznaczoną do tego osobę z UAL), sprzedażą i marketingiem lokalnym, szkoleniem swoich przewodników i nawiązywaniem kontaktów biznesowych na swoim terenie.

Ryc. 2. Schemat działalności Urban Adventures / Urban Adventures business scheme



Źródło: www.urbanadventures.com/about-us [dostęp: 20.06.2016].

Fot. 1. Wizualizacja obietnicy marki UA – BEST.DAY.EVER. na firmowej koszulce /
Visualization of the brand promise BEST.DAY.EVER. as seen on the corporate T-shirt



Źródło: fot. M. Piątkowski.

Na chwilę obecną (maj 2016) UA działa w 84 krajach, 127 miastach i zatrudnia ponad 900 przewodników (Urban Adventures, 2016). Wszyscy działają zgodnie z wytyczonymi przez UAL zasadami (Setting Up For Success, 20; UAP Manual, 3) i tworzą pewien rodzaj wspólnoty, która jest zdecydowanie czymś więcej niż tylko partnerstwem biznesowym. Wspólnota (ang. *Togetherness*) jest nadrzędną wartością Urban Adventures, czynnikiem, który zdecydowanie wyróżnia tę firmę wśród innych. Można pokusić się o stwierdzenie, że dla Urban Adventures *togetherness* jest wyznacznikiem subkultury. Tylko te osoby, które dobrze rozumieją i odnajdują się w niej, mają szansę na zostanie managerem swojej destynacji. Wspólnota w filozofii Urban Adventures to nie tylko rzeczywista sieć podmiotów z całego świata, powiązanych wspólną marką i współpracujących ze sobą, by osiągnąć jak najlepszy efekt. To rzeczywista platforma wymiany informacji, myśli, pomysłów oraz idei, robione razem akcje promocyjne, wzajemne polecanie się klientom, pomoc przy rozwiązywaniu problemów, wsparcie logistyczne, merytoryczne i finansowe. Całość opiera się na koncepcji społecznego kapitału wziętej z socjologii. Społeczny kapitał w tym miejscu rozumiany jest jako sieć powiązań społecznych, opartych na wzajemnym zaufaniu prowadzącym do osiągania przychodów i obopólnych korzyści. Esencją kapitału społecznego jest jakość relacji społecznych i wza-

jemne zaufanie⁶. Inna definicja mówi, że kapitał ludzki to zbiór umiejętności i wiedzy, w jakie wyposażeni są ludzie⁷. Firmom pozwala on między innymi na właściwy wybór personelu i zapewnienie sobie przewagi konkurencyjnej na rynku⁸. Kapitał ludzki jest bardzo ważnym czynnikiem w turystyce, gdzie należy bardzo szybko przystosowywać się do zmian i na nie właściwie reagować. Zakumulowana wiedza wewnętrzna i kompetencje uzyskane w jednym miejscu mogą być bardzo użyteczne w innych miejscach o podobnej charakterystyce⁹.

W odniesieniu do Urban Adventures kapitał ludzki może wspomóc ekonomiczny i społeczny rozwój całej sieci partnerskiej¹⁰. Fenomenem firmy jest totalne zainwestowanie w kapitał ludzki, traktowanie wspólnoty jako źródła korzyści, powrót do działań grupowych w świecie szalejącego indywidualizmu i szybko przemijających relacji. Koncept wzajemności zakładający, że przysługa oddana komuś – przyniesie w przyszłości korzyść, jest bardzo ważny w odniesieniu do kapitału ludzkiego, gdyż ludzie godzą się na aktywne bycie w sieci, przede wszystkim by osiągnąć w łatwiejszy sposób własne korzyści¹¹. Fundamentem jest wzajemne zaufanie, sieci powiązań oparte na silnym wzajemnym zaufaniu pozwalają na łatwiejsze osiągnięcie większych celów¹². Oczywiście jest to idealne, w prawie każdej sieci powiązań istnieją konflikty. Powszechnym problemem jest istnienie tzw. *free-rider*, czyli sytuacji, w której członek sieci korzysta z wszystkich przywilejów bez dawania niczego w zamian¹³. Stwarza to ograniczenie zaufania i może doprowadzić do tego, że pozostali członkowie nie będą chcieli dzielić się ponownie swoimi osiągnięciami czy pomysłami z innymi. Urban Adventures radzi sobie z tym między innymi w ten sposób, że poniekąd zmusza swoich partnerów do systematycznego i aktywnego uczest-

⁶ W. Stone, J. Hughes, *Measuring Social Capital: Towards a standardised approach*, 2002, http://evaluationcanada.ca/distribution/20021030_stone_wendy_hughes_jody.pdf [dostęp: 20.06.2016].

⁷ S. Coleman, *Foundations of Social Theory*, Harvard University Press, Cambridge 1994.

⁸ B. Campbell, R. Coff, D. Kryscynski, *Rethinking sustained competitive advantage from human capital*, Academic Management Review, Copenhagen 2012.

⁹ J. Tribe, *Strategy for tourism*, Goodfellow Publishers Limited, Oxford 2010.

¹⁰ M. Woolcock, D. Narayan, *Social capital: Implications for development theory, research, and policy*, World Bank Research Observer, New York 2013.

¹¹ P. Bourdieu, *The forms of capital*, [w:] J.G. Richardson, *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education*, Greenwood Press, New York 1986, 241–258.

¹² E. Lesser, *Knowledge and Social Capital—Foundations and Applications*, Butterworth Heinemann, Boston 2012.

¹³ A. Portes, *Social capital: its origins and applications in modern sociology*, Annual Review of Sociology, London 1998.

nictwa w podejmowanych akcjach. Każdy manager destynacji (UAP) jest zobowiązany do dostarczania managerom wyższego szczebla (UAL) – w terminie – programów, zdjęć, wymaganych materiałów promocyjnych, każde miasto ma swojego bloga, w aktywny sposób prowadzone są portale społecznościowe, które ponadto są ze sobą powiązane i mają identyczną identyfikację graficzną. Ustandaryzowane są również szkolenia przewodnickie, każdy z managerów proszony jest o uczestniczenie w corocznych konferencjach i odpowiednie przygotowanie się do nich.

Wspólnota w Urban Adventures w praktyce objawia się na wiele sposobów, najważniejsze jest jednak to, że partnerzy lokalni (UAP) w żaden sposób ze sobą nie rywalizują. Ponieważ wykonują podobne zadania, ale w innych miastach na całym świecie, nie są dla siebie konkurencją, tylko pomocą. Często zdarza się, że ci sami klienci w czasie jednej podróży bądź wielu, na przestrzeni kilku czy kilkunastu lat, odwiedzają różne kraje, w których działa Urban Adventures. W czasie każdej wycieczki lokalny przewodnik opowiada o firmie, jej wartościach i globalnym zasięgu, a na pożegnanie wręcza klientom specjalne karty z kodem promocyjnym pozwalającym na 10% zniżkę podczas rezerwowania w przyszłości jakiegokolwiek imprezy Urban Adventures w jakimkolwiek mieście świata. Prosty pomysł na wzajemne promowanie się destynacji. Zwłaszcza, że ta sama karta namawia klienta, niejako przy okazji, do zostawienia osobistej opinii o odbytej imprezie i do oceny przewodnika na Trip Advisor (por. ryc. 3).

Ryc. 3. Wzór karty z „promo kodem” wręczanej po imprezie Urban Adventures / A card with the promo code given to clients after the Urban Adventures' tour



Źródło: www.intrepidgroup.filecamp.com [dostęp: 20.06.2016].

Wspólnota to niejako wartość wewnętrzna firmy, spoiwo między zarządem, a lokalnymi partnerami. Niemniej ważna jest całościowa filozofia Urban Adventure, oparta na zasadzie turystyki zrównoważonej (ang. *responsible tourism*), organizowanej przez lokalnych partnerów. Jako firma zaangażowana w odpowiedzialną turystykę, Urban Adventures nie tylko wypełnia wszelkie powinności wynikające z Globalnego Kodeksu Etyki w Turystyce Światowej

Organizacji Turystyki (UNWTO, 1999), ale wprowadza także dodatkowo szereg własnych zasad. Zawsze respektuje kulturę i tradycje odwiedzanego kraju, korzysta podczas swoich imprez z lokalnych przewodników i dostawców usług, używa miejscowej infrastruktury, zapewnia turystom aktywny kontakt z mieszkańcami odwiedzanych miast – nie wpływając w żaden sposób na zmianę stylu ich życia, wspiera działalność lokalnych firm, współpracuje z lokalnymi organizacjami¹⁴. Chociaż każda impreza Urban Adventures z założenia musi respektować wymienione zasady, dodatkowo od 2014 roku uruchomiono w wielu miastach świata specjalne programy zaangażowane, mające na celu pomoc lokalnej społeczności (ang. *In Focus*), za pomocą rozwoju turystyki zrównoważonej, przy współpracy z lokalnymi organizacjami non-profit. W programach In Focus nie chodzi o dobroczynność. Wręcz przeciwnie – idea jest dogłębne zrozumienie lokalnych potrzeb i wspólne opracowanie lokalnych projektów, które mogłyby doprowadzić do rozwoju lokalnej, niezależnej przedsiębiorczości i przynieść profity w przyszłości. Bardzo często programy zaangażowane skierowane są do środowisk wykluczonych (bezdolnych, ludzi uzależnionych od alkoholu czy narkotyków) lub niezdolnych do samodzielnej działalności (dzieci, chorzy).

Doskonałymi przykładami tych działań są między innymi następujące programy¹⁵:

- programy aktywizacji zawodowej bezdomnych: Outcast Bucharest prowadzony przez Bucharest Urban Adventures¹⁶ i Untold Abbotsford prowadzony przez Melbourne Urban Adventures¹⁷;
- program pomocowy dla syryjskich uchodźców: The Olive Tree in Istanbul wymyślony przez Istanbul Urban Adventures¹⁸;
- programy pomocowe dla mieszkańców azjatyckich slumsów: Kolkata Solar Slum Tour prowadzony przez Kolkata Urban Adventures¹⁹, Solar Slum Tour wymyślony przez Bangalore Urban Adventures²⁰.

¹⁴ Na podstawie: www.urbanadventures.com/about-us#responsible-travel [dostęp: 20.06.2016].

¹⁵ Na podstawie: www.urbanadventures.com/in-focus [dostęp: 20.06.2016].

¹⁶ www.urbanadventures.com/Bucharest-tour-outcast-bucharest [dostęp: 20.06.2016].

¹⁷ www.urbanadventures.com/Melbourne-tour-in-focus-untold-abbotsford [dostęp: 20.06.2016].

¹⁸ www.urbanadventures.com/istanbul-tour-in-focus-the-olive-tree-of-istanbul [dostęp: 20.06.2016].

¹⁹ www.urbanadventures.com/Kolkata-tour-in-focus-kolkata-solar-slum-tour [dostęp: 20.06.2016].

²⁰ www.urbanadventures.com/Bangalore-tour-pollinate-solar-slum-tour [dostęp: 20.06.2016].

Dzięki wprowadzeniu programów *In Focus* firma Urban Adventure, w 2015 r., wygrała swoje najważniejsze do tej pory wyróżnienie na polu turystyki zrównoważonej – pierwszą nagrodę w kategorii firmy zaangażowanej.

Ryc. 4. Dyplom dla Urban Adventures za zaangażowanie w rozwój turystyki zrównoważonej / WTM World Responsible Tourism Awards Diploma for Urban Adventures



Źródło: www.urbanadventures.com/about-us#press [dostęp: 20.06.2016].

Krakow Urban Adventures. Przeniesienie idei Urban Adventures na grunt polski

Na gruncie polskim, w chwili obecnej działa tylko jeden UAP – Krakow Urban Adventures²¹, którego współtwórczynią i managerką jest autorka artykułu.

Ryc. 5. Logo Krakow Urban Adventures / Krakow Urban Adventures logo



Źródło: www.krakowurbanadventures.com [dostęp: 20.06.2016].

Niewątpliwie przynależność do sieci Urban Adventures, daje cały szereg korzyści. Warto wymienić wśród nich te najważniejsze:

- rozpoznawalna marka i spójny system wartości wewnątrz całej organizacji;
- globalna sprzedaż i dystrybucja lokalnych imprez plus możliwość sprzedaży lokalnej swoich produktów i produktów partnerów z innych destynacji;
- efektywny system rezerwacji i płatności on-line;

²¹ www.krakowurbanadventures.com [dostęp: 20.06.2016].

- ustandaryzowana strona internetowa, połączona z innymi destynacjami Urban Adventures i najważniejszymi portalami społecznościowymi;
- członkostwo w zamkniętej grupie dyskusyjnej dla UAP na FB, możliwość poznania się, wymiany doświadczeń, uzyskania szybkiej pomocy czy rady;
- dostęp do bieżących informacji i wydarzeń dzięki cotygodniowemu newsletterowi;
- kody promocyjne dla pracowników, partnerów i klientów;
- ciągła opieka ze strony UAL, możliwość 24h kontaktu drogą telefoniczną, mailową bądź za pośrednictwem Skype;
- możliwość ciągłego podnoszenia kwalifikacji, dostęp do szkoleń on-line i stacjonarnych, możliwość rozwoju personalnego i czytelna ścieżka kariery (możliwość pracy w innej destynacji UA poza sezonem w swoim mieście, transfer do innej destynacji UA, stworzenie własnej, autorskiej tury UA w swoim mieście, zarządzanie mediami społecznościowymi w swojej destynacji, publikacje na blogach, stronach i w newsletterach UA, zarządzanie sprzedażą i marketingiem lokalnym);
- ustandaryzowany program szkoleń dla przewodników (obsługa klienta, PR, media społecznościowe, treść na stronie i efektywne blogi, produkt turystyczny, fotografia i film w turystyce), benefity dla najlepszych przewodników (tab. 1).

Tab. 1. Kategoryzacja przewodników Urban Adventures i benefity wynikające z przynależności do poszczególnych kategorii / Categorization of Urban Adventures guides and benefits resulting from membership in each category

Korzyści dla przewodnika	Status brązowy	Status srebrny	Status złoty
Zniżki na tury UA	cena netto	3 darmowe	zawsze darmowe
Zniżki na tury UA dla osoby towarzyszącej	-	50%	50%
Zniżki na imprezy Intrepidu	25%	50%	75%
Zniżki na imprezy Intrepidu dla osoby towarzyszącej	-	-	25%
Możliwość nominacji na przewodnika roku UA*	-	v	v
Dostęp do szkolenia przewodnickiego	v	v	v
Dostęp do profilu FB grupy przewodników UA	v	v	v
Dostęp do strony internetowej UAP	-	-	v
Dostęp do newslettera UA	-	-	v
Zaproszenie na międzynarodowe konferencje UA	-	v	v

* Przewodnik roku oprócz wszystkich benefitów złotego statusu dodatkowo otrzymuje zaproszenie na coroczną gałę Intrepidu do Australii i możliwość bezpłatnego udziału w wybranej wycieczce grupy Intrepid.

Źródło: Tłumaczenie na podstawie: Urban Adventures Guide Training Benefits, Toronto 2016 / Urban Adventures Guide Training Benefits, Toronto 2016.

W Krakowie, mieście aż za bardzo turystycznym, idea Urban Adventure wydaje się być dobrą alternatywą wobec masowej wciąż turystyki młodzieżowej, grup pielgrzymkowych i coraz liczniejszych, pijackich wieczorów kawalerskich. Daje turyście poczucie lokalności i prawdziwości, jest odpowiedzią na globalne trendy opisywane na początku artykułu, gdyż wychodzi naprzeciw dojrzałemu turyście, pokazuje prawdziwe miasto przygotowanemu na jego obejrzenie, doświadczonemu klientowi. Zgodnie z zasadami całej firmy najważniejszą cechą wyróżniającą Krakow Urban Adventures od konkurencji jest lokalne podejście do organizowania turystyki i zapewnienie turyście unikalnego doświadczenia (ang. *BEST.DAY.EVER.*). Zamiast zwiedzania miasta w tradycyjny sposób, klienci mają możliwość uczestniczenia w kilku, starannie dopracowanych programach turystycznych. Dwa najbardziej popularne wśród nich, to:

1. *Krakow Food by Foot*²² – rodzaj progresywnej kolacji, podczas której odwiedzane są lokalne bary i restauracje serwujące polskie specjały. Podczas przejść między lokalami i w czasie jedzenia przewodnik opowiada o polskich tradycjach kulinarnych, świętach, zmianie przyzwyczajzeń w związku z innym rytmem pracy w kolejnych pokoleniach Polaków. Po drodze wspomina o zabytkach miasta, choć zwiedzanie Krakowa jest niejako ubocznym efektem tej imprezy, nie jest celem samym w sobie. Celem jest – prawdziwa, szczerza rozmowa z mieszkańcem odwiedzanego miasta i poznanie polskich smaków w miejscach, gdzie na co dzień jadają mieszkańcy Krakowa, a nie turyści.
2. *Home Cooked Krakow*²³ – impreza, podczas której turyści robią z przewodnikiem zakupy na lokalnym rynku, a następnie są zapraszani do prywatnych domów, by nauczyć się lepienia tradycyjnych pierogów i zobaczyć jak wygląda życie w Krakowie z daleka od Plant i Rynku Głównego. Nie chodzi tu tylko o wspólne gotowanie. Program ten spełnia wymogi opisywanego wcześniej projektu In Focus. „Kucharzami” są bowiem nie tylko lokalni przewodnicy, ale także starsze, w większości samotne panie, które w epoce Polski Ludowej pracowały w fabrykach, po upadku komunizmu straciły pracę i nie potrafiły odnaleźć się potem na rynku pracy. Program ten jest dla nich powrotem do ludzi po latach wykluczenia społecznego. Uczestnictwo w nim daje realne zarobki, ale przede wszystkim pozwala na poczucie własnej wartości – ich wiedza i umiejętności są potrzebne, ludzie przyjeżdżają z całego świata by nauczyć się od nich gotowania, by wysłuchać, co mają do powiedzenia.

²² www.urbanadventures.com/Krakow-tour-krakow-food-by-foot [dostęp: 20.06.2016].

²³ www.urbanadventures.com/Krakow-tour-home-cooked-krakow [dostęp: 20.06.2016].

Fot. 2. Rozmowa z przewodnikiem w oczekiwaniu na jedzenie /
Talking with a guide in anticipation of food



Źródło: fot. M. Piątkowski.

Zdaniem autorki Urban Adventures jest właściwym kierunkiem rozwoju turystyki, ponieważ łączy w sobie globalność współczesnego świata z lokalnością danego miejsca. Oferuje dojrzałemu (w sensie doświadczenia, nie wieku) turyście możliwość zwiedzenia całego świata w podobny, zaangażowany sposób, daje możliwość aktywnego uczestnictwa w życiu innych ludzi i poznania ich, odległych nieraz, kultur, przy równoczesnym zapewnieniu wysokiego stopnia bezpieczeństwa. W świecie rozwiniętej technologii, która spełnia rolę istotną, lecz służebną w stosunku do czynnika ludzkiego, Urban Adventure stawia na siłę wspólnoty złożonej z kreatywnych jednostek.

Małgorzata Bajgier-Kowalska

Wydział Prawa, Administracji i Stosunków Międzynarodowych
Krakowska Akademia im. Andrzeja Frycza Modrzewskiego

Mariola Tracz

Polskie Towarzystwo Geograficzne, Oddział w Krakowie

Radosław Uliszak

Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej
Krakowska Akademia im. Andrzeja Frycza Modrzewskiego

Obiekty zabytkowe w przestrzeni wirtualnej gry Ingress na przykładzie miasta Krzeszowice

Presence of monuments in the virtual space of the game Ingress:
the example of town Krzeszowice

Abstrakt

Na terenie wielu miast w Polsce istnieje duży zasób obiektów zabytkowych, które są wykorzystywane w kampanii promocyjnej, w tym również za pomocą Internetu. Z drugiej strony, turyści nie tylko pozyskują z Internetu informacje, lecz także czynnie uczestniczą w ich tworzeniu. Wzrastająca dostępność serwisów internetowych Web 2.0 wyzwala nowe sposoby nieformalnej komunikacji między osobami. Przykładem jest gra Ingress, prowadzona w czasie rzeczywistym na urządzeniach mobilnych w rzeczywistości rozszerzonej. Jej planszę stanowi realna mapa świata (Google Maps) z nałożonymi obiektami wirtualnymi (portalami), odwierciedlającymi rzeczywiste obiekty zgłoszone przez graczy i zaakceptowane przez podmiot koordynujący grę (firma Niantic Labs). Celem badań było rozpoznanie informacji nieformalnych o postrzeganiu przestrzeni miejskiej zamieszczonej w przestrzeni wirtualnej na przykładzie planszy gry Ingress. Przeanalizowano pod względem liczby i rodzaju obiekty zabytkowe wpisane do rejestru zabytków nieruchomości w mieście Krzeszowice oraz skonfrontowano ich istnienie w przestrzeni wirtualnej gry. Dokonano również szczegółowej analizy charakteru wirtualnej mapy gry w obrębie miasta oraz inwentaryzacji i klasyfikacji obiektów zgłoszonych przez graczy i oszacowano pozycję wśród nich obiektów zabytkowych.

Słowa kluczowe: Google, gra Ingress, Krzeszowice, obiekty zabytkowe, przestrzeń wirtualna, turystyka

Abstract

Cities in Poland have many historical buildings, which are used in the city promotion campaign that takes place also in the Internet. Tourists very often obtain information from the Internet sources, as well as actively participate in their creation. Availability of Web 2.0 services is increasing and triggers new ways of informal communication. The Ingress is an example. It is a real-time mobile device game that runs in augmented reality. Its game board is a real world map (taken

from Google Maps) with superimposed virtual objects (portals). Portals reflect the actual objects proposed by players and approved by the game's administrator (Niantic Labs company). The results of the analysis of informal information shown on game map were compared with the list of historic objects in the city of Krzeszowice. The list of historic buildings in the city has been compared with portals in the virtual space of the game. A detailed analysis of the nature of the virtual game map within the city has been made. An inventory and classification of objects reported by the players and their estimated position among these historic buildings has been carried out.

Key words: Google, game Ingress, Krzeszowice, monuments, virtual space, tourism

Wprowadzenie

Współcześnie turystyka w wielu krajach świata jest istotną dziedziną gospodarki. Stanowi ważne źródło dochodu ludności, przyczyniając się tym samym do rozwoju regionów oraz podniesienia standardu i jakości życia mieszkańców. Równolegle uaktywnia szereg przemian o charakterze społecznym, kulturowym oraz gospodarczym. W wyniku zmieniających się potrzeb ludności pojawiają się coraz to nowe motywy podróży turystycznych i tym samym powstają nowe formy turystyki. Obok standardowych motywów wyjazdów turystycznych (wypoczynek, poznawanie, zdrowie) pojawiają się także motywy niekonwencjonalne (rozwój duchowy, realizacja hobby, itp.), dając podstawy do powstawania coraz bardziej różnorodnych form turystyki. Wśród szerokiego wachlarza motywów podróży turystycznych, chęć obcowania z kulturą ma istotne znaczenie. Korzystnie wpływa to na rozwój turystyki kulturowej i powstawanie szeregu jej odmian¹.

W literaturze funkcjonuje wiele definicji turystyki kulturowej. Według Ch. Metelki są to podróże związane z zainteresowaniami koncentrującymi się na bogatej przeszłości ludzi bądź obszarów, zachowanej i odzwierciedlonej w zabytkach, historycznych okolicach, tradycyjnej architekturze i rękodziełach². Turystyka kulturowa posiada szerokie spektrum zainteresowań – od wydarzeń kultury wysokiej, poprzez podróże tematyczne, językowe, po relikty dawnej kultury ludowej. W literaturze przedmiotu turystyka kulturowa dzieli się na turystykę kultury wysokiej, turystykę edukacyjną oraz powszechną turystykę kulturową³. Właśnie w tej ostatniej wyróżnia się turystykę kulturową obszarów miejskich (turystykę miejsko-kulturową). Głównym celem odbywanych podróży jest chęć zapoznania się z dziedzictwem kulturowym i żywą kulturą. Walorami turystyki miejsko-kulturowej są w tym przypadku przede

¹ R. Faracik, *Potrzeby i motywacje turystyczne*, [w:] *Turystyka*, red. W. Kurek, Warszawa 2007.

² Ch.J. Metelka, *The Dictionary of Hospitality, Travel and Tourism*, Delmar Publishers Ins., Merton house travel and tourism publishers, Albany, New York 1990, s. 41.

³ A. Mikos von Rohrscheidt, *Turystyka kulturowa. Fenomen, potencjał, perspektywy*, GWSHM, Gniezno 2008.

wszystkim: układy urbanistyczne, zabytki, muzea i galerie, imprezy kulturalne, koncerty muzyczne, parki miejskie, miejskie szlaki tematyczne, domy twórców i ich pracownie.

Migracje turystyczne do miast obejmują nie tylko wielkie centra historyczne i metropolie, ale również małe miasta, które proponują turystom bogate zasoby dziedzictwa kulturowego oraz różne atrakcje i formy spędzania wolnego czasu⁴. Znane miejsca oraz obiekty dziedzictwa kulturowego stają się przedmiotem kampanii promocyjnych prowadzonych różnymi środkami przez różnorodne podmioty. Globalna sieć i portale społecznościowe są powszechnie wykorzystywane zarówno do poszukiwania, jak i przekazywania informacji. Ważnym elementem społecznej aktywności internautów jest komunikacja nieformalna, która może być skutecznie wykorzystywana w marketingu turystycznym. Coraz powszechniejsza dostępność serwisów internetowych, określanych mianem Web 2.0, wyzwala w przestrzeni elektronicznej nowe potrzeby i sposoby nieformalnej komunikacji między osobami i grupami zainteresowanych.

Celem badań było rozpoznanie informacji nieformalnych o postrzeganiu przestrzeni miejskiej zamieszczonej w przestrzeni wirtualnej. Dokonano inwentaryzacji i klasyfikacji obiektów zgłoszonych przez graczy i zaakceptowanych jako obiekty (portale) na wirtualnej planszy gry Ingress w obrębie miasta Krzeszowice oraz oszacowano pozycję wśród nich obiektów zabytkowych.

Obiekty zabytkowe w Krzeszowicach

Krzeszowice to jedno z miast położonych na terenie Krakowskiego Obszaru Metropolitalnego. Krakowski Obszar Metropolitalny (KOM) zamieszkuje ponad 1,5 mln mieszkańców. Obejmuje on Kraków (miasto na prawach powiatu), jako centralną jednostkę osadniczą oraz 51 gmin. Na obszarze KOM zlokalizowanych jest 16 miast, w tym 12 to małe miasta liczące poniżej 20 tysięcy mieszkańców. Należą do nich: Dobczyce, Krzeszowice, Kalwaria Zebrzydowska, Myślenice, Niepołomice, Nowy Wiśnicz, Proszowice, Skała, Słomniki, Sułkowice, Świątniki Górne i Wadowice. Krakowski Obszar Metropolitalny jest jednym z ciekawszych regionów Polski, dysponujący szeroką ofertą atrakcji turystycznych, w tym kulturowych. Liczba zlokalizowanych muzeów, teatrów, bibliotek, obiektów zabytkowych itp. sprawia, że mieści się on w czołowie regionów o najbardziej bogatym duchowym i materialnym dziedzictwie. Dzięki tym czynnikom KOM posiada duży potencjał dla rozwoju turystyki kulturowej.

⁴ M. Mika, *Miasta jako obszary recepcji turystycznej*, [w:] *Kraków jako ośrodek turystyczny*, red. M. Mika, Kraków 2011, s. 15–34.

Obiekty zabytkowe, stanowiące element dziedzictwa kulturowego, są ważnym składnikiem atrakcyjności turystycznej miast i rozwoju turystyki oraz najbardziej dostrzegalnym elementem różnicującym ich potencjał turystyczny, szczególnie w dobie postępującej unifikacji i uniformizacji miejskich struktur⁵. Są one przedmiotem opieki i ochrony ze strony państwa. Ustawa o ochronie zabytków i opiece nad zabytkami szczegółowo reguluje te działania. Według przyjętej ustawy, przez zabytek rozumie się: „nieruchomość lub rzecz ruchomą, ich części lub zespoły, będące dziełem człowieka lub związane z jego działalnością i stanowiące świadectwo minionej epoki bądź zdarzenia, których zachowanie leży w interesie społecznym, ze względu na posiadaną wartość historyczną, artystyczną lub naukową”⁶. Zgodnie z przyjętą definicją wiele obiektów dziedzictwa kulturowego wchodzi w zakres terminu „zabytek”. Ustawa wyróżnia kilka typów takich obiektów. Przedmiotem analizy były zabytki określane w ustawie jako nieruchome. Ochrona dziedzictwa jest obecnie jednym z zadań samorządów lokalnych w zakresie prowadzenia ewidencji zabytków, wpisywania nowych obiektów do rejestru oraz realizacji krajowego programu ochrony zabytków i opieki nad nimi. Liczba zlokalizowanych zabytków oraz ich typ zależą od przeszłości historycznej miasta, pełnionych funkcji, zróżnicowania narodowościowego i etnicznego społeczności. Zgodnie z ustawą prowadzona jest ich rejestracja, uzupełniana o nowe obiekty. W wyniku tych działań, w świadomości społecznej utrwala się wiedza o tych obiektach, co stanowi przedmiot zainteresowania poznawczego turystów, jak i lokalnych mieszkańców.

Krzeszowice to stosunkowo młoda jednostka miejska, prawa miejskie otrzymały dopiero w XX wieku. Założenia miasta są jednak znacznie starsze. Wyrósło ono ze średniowiecznej osady o charakterze rolno-rzemieślniczym, stając się wcześniej parafią, później miejscowością znaną z rezydencji pałacowo-parkowej «krzeszowickiej» linii rodu Potockich (Artura i jego syna Adama), a w drugiej połowie XVIII w. i w XIX w. ważnym uzdrowiskiem⁷. Przeszość historyczna powoduje, że nie brakuje na jego terenie atrakcyjnych miejsc i zabytków. Dzięki obecności leczniczych wód mineralnych (wody siarczanowe), wykorzystywanych w kuracji schorzeń reumatycznych i pourazowych narządów ruchu, Krzeszowice znajdują się również w kręgu turystyki uzdrowiskowej.

⁵ *Ibidem.*

⁶ Ustawa z dnia 23 lipca 2003 r. o ochronie zabytków i opiece nad zabytkami, Dz.U. z 2003 r., nr 162, poz. 1568.

⁷ A. Kwiatek-Sołtys, *Krzeszowice – studium funkcjonalne małego miasta*, „Czasopismo Geograficzne” 1996, 67, 3–4, s. 365–375.

Badania inwentaryzacyjne zmierzające do ustalenia liczby i rodzajów obiektów zabytkowych w Krzeszowicach, wpisanych do rejestru zabytków nieruchomości Narodowego Instytutu Dziedzictwa, wykazały wyraźne ich zróżnicowanie (tab. 1). Ochronie prawnej podlega układ przestrzenny zabudowy oraz 17 obiektów nieruchomości. Istotnym wyróżnikiem są obiekty zdrojowe i pałacowe. Na liście zabytków znajdują się m.in.: zespół zdrojowy (XVIII–XX w.) oraz zespół pałacowy wraz z budynkami folwarcznymi (XIX–XX w.), a także pałac Vauxhall. Zespół pałacowy obejmuje tzw. stary pałac – dawną siedzibę (obecnie siedziba Rady Miasta) i pałac nowy, czyli rezydencję Potockich wzniesioną w latach 1850–1857. Jest to budowla w stylu renesansu włoskiego otoczona założonym parkiem o charakterze ogrodu angielskiego. Obiekt ten położony jest w zachodniej części Krzeszowic, w najwyższym punkcie obecnego parku miejskiego (290 m n.p.m.), nazywanego dawniej Górą Różaną⁸.

Tab. 1. Obiekty zabytkowe z listy Narodowego Instytutu Dziedzictwa na terenie Krzeszowic /
Monuments from the List of The National Heritage Board of Poland in the area of Krzeszowice

Lp.	Charakter obiektu	Liczba
1.	Sakralne	3
2.	Rezydencjonalne	2
3.	Użyteczności publicznej	4
4.	Mieszkalne	3
5.	Folwarczne	2
6.	Zieleń	2
7.	Inne	1

Źródło: opracowanie własne na podstawie wykazu zabytków nieruchomości wpisanych do rejestru zabytków – stan na 31 marca 2016 r., http://www.nid.pl/pl/Informacje_ogolne/Zabytki_w_Polsce/rejestr-zabytkow/zestawienia-zabytkow-nieruchomych/stan%20na%2031.03.2016/MAL-rej.pdf [dostęp: 8.05.2016].

Zespół zdrojowy tworzą: pałac Vauxhal, park zdrojowy i łaźienki „Zofia”. Pałac Vauxhal wzniesiono w latach 1783–1789, jako centralny punkt założenia uzdrowiska, pełniący dla kuracjuszy funkcję rozrywkową. Pomimo zmiany funkcji budynek zachował pierwotny układ na planie prostokąta, z dużą salą przeznaczoną na zabawy i koncerty. Obecnie mieści się w nim ośrodek kultury i galeria wystawiennicza (fot. 1). Budynki łaźienek zlokalizowane nieopodal Vauxhal, w XIX w. zostały gruntownie zmodernizowane i uzyskały nazwę „Zofia”. Do chwili obecnej utrzymały swoją funkcję. Park zdrojowy biegnie wzdłuż

⁸ Osadnictwo i krajobraz, red. Z. Noga, ZZJPK, Kraków 1997.

rzeki Krzeszówki. Znajduje się w nim m.in. Zdrój Główny (obok kościoła), ocembrowany w latach 70. XVIII w.

Listę uzupełniają inne budynki świeckie, a także kościół p.w. św. Marcina (1832 r.) i dwie kaplice (kaplica cmentarna z 1863 r. oraz kaplica p.w. św. Stanisława Biskupa z 1875 r.). Obiekty zabytkowe Krzeszowic w dużej mierze stanowią o atrakcyjności turystycznej miasta.

Krzeszowice wykorzystują istniejące obiekty zabytków nieruchomości w strategii promocyjnej miasta nie tylko online, ale także w terenie. Na obszarze miasta umieszczono w tym celu tablice informacyjne o wybranych obiektach. Zlokalizowane są one przy najciekawszych, pod względem historycznym i architektonicznym zabytkach miasta, np. przy pałacu Vauxhall, zespole pałacowo-parkowym Potockich, Parku Zdrojowym. Mieszkańcy i turyści mają więc okazję poznać najważniejsze fakty, a także zapamiętać obiekty związane z przeszłością miasta. Jest to równocześnie jeden ze sposobów popularyzacji obiektów zabytkowych w świadomości społeczeństwa.

Fot. 1. Pałac Vauxhall – obiekt zabytkowy wprowadzony jako portal do gry Ingress / Vauxhall Pallace – an Example of the Portal Included on the Official Monument's List



Źródło: fot. M. Tracz.

Percepcja przestrzeni miejskiej i współczesne sposoby jej komunikowania

Badania wyobrażeń przestrzeni stanowią przedmiot zainteresowań różnych dyscyplin naukowych. Szczególnie wykazują je psychologia, socjologia i geografia. Do literatury wprowadzono termin „mapa wyobrażeniowa”, obrazująca subiektywną wiedzę o poznawanej przestrzeni przez człowieka⁹. W badaniach nad percepcją przestrzeni ujawniają się dwa podejścia reprezentowane w naukach społecznych: behawioralne, związane z nurtem filozofii pozytywizmu oraz nurt humanistyczny, wynikający z przyjęcia założeń fenomenologii. W ujęciu humanistycznym w odbiorze przestrzeni bardziej zwraca się uwagę na związek człowieka z miejscem, jego odbiorem i nadaniem mu znaczeń¹⁰.

Mieszkańcy kierują się różnymi motywacjami zarówno w odbiorze, jak i w ocenie przestrzeni miejskiej. Wiedza ta może być istotnym punktem wyjścia nie tylko dla samorządów miejskich i planistów, ale także dla instytucji turystycznych. Dodatkowo współczesne technologie pozwalają na komunikowanie odbioru przestrzeni miejskiej przez osoby mieszkające w tym miejscu, jak i przez odwiedzających.

Komunikowanie to najczęściej przekazywanie wiadomości pomiędzy nadawcą a odbiorcą. Jest procesem porozumiewania się jednostek, grup, instytucji na różnych poziomach i przy użyciu różnych środków, którego celem jest wymiana myśli, wiedzy i informacji. Umożliwia również wyrażanie uczuć i zaspokajanie potrzeb społecznych¹¹. Według Z. Nęckiego komunikowanie interpersonalne pojmowane jest jako, podejmowana w określonym kontekście, wymiana werbalnych, wokalnych i niewerbalnych sygnałów w celu osiągnięcia lepszego poziomu współdziałania¹².

Komunikacja jest terminem szerszym od przekazu informacji, gdyż aktywizuje dwie strony: nadawcę i odbiorcę. W komunikacji zachodzi sprzężenie zwrotne między nadawcą informacji a odbiorcą. Ma ona postać werbalną, zachowania, gestu, tekstu itp., co jest powodem kreowania kolejnej informacji. Efektywna komunikacja to proces, w którym komunikat jest odbierany i rozumiany przez odbiorcę zgodnie z intencjami nadawcy. Pod pojęciem „komunikacja społeczna” rozumiemy proces zachodzący w toku interakcji międzyludzkiej¹³. Celem jej jest stworzenie wspólnoty komunikacyjnej, a więc takich

⁹ J.R. Gold, *An Introduction to Behavioural Geography*, Oxford 1980.

¹⁰ E.C. Relph, *The Phenomenological Foundations of Geography*, Toronto 1976; Yi-Fu Tuan, *Przestrzeń i miejsce*, Warszawa 1987.

¹¹ B. Dobek-Ostrowska, *Podstawy komunikowania społecznego*, Wrocław 2007.

¹² Z. Nęcki, *Komunikacja międzyludzka*, Kraków 1996.

¹³ B. Iwankiewicz-Rak, *Innowacyjne aspekty komunikacji marketingowej w środowisku organizacji obywatelskich*. „Współczesne Zarządzanie” 2011, 3, s. 69–79.

społecznych warunków, w których ludzie łatwo rozumieją się nawzajem i czują się sobie potrzebni¹⁴. Proces ten odbywa się na różnych poziomach, przy użyciu zróżnicowanych środków.

Rozwój Internetu i mediów społecznościowych zmienił sposób komunikowania się. Globalna sieć i portale społecznościowe są powszechnie wykorzystywane do poszukiwania i przekazywania przeróżnych informacji. Ważnym elementem społecznej aktywności internautów jest komunikacja nieformalna, która może być skutecznie wykorzystywana w marketingu internetowym. Cechą charakterystyczną nieformalnej komunikacji jest fakt, że wykorzystuje dwa zjawiska: zjawisko sieci (Internet) oraz przekaz z „ust do ust”¹⁵.

Z punktu widzenia rozwoju turystyki, nieformalna komunikacja może mieć znaczenie w wyborze przez potencjalnych turystów kierunków jak i obiektów do zwiedzania. Zamieszczane w przewodnikach i na oficjalnych portalach informacje o cennych zabytkach nie zawsze odpowiadają indywidualnym potrzebom turystów, dlatego poszukują oni w sieci informacji o innych ciekawych obiektach, wydarzeniach itp. Docierają tym sposobem do źródeł prezentujących subiektywną ocenę przestrzeni miejskiej, nie zawsze odpowiadającą oficjalnemu marketingowi turystycznemu.

Jednym z przykładów działania takiego mechanizmu, łączącego komunikację formalną i nieformalną, jest gra Ingress. Plansza gry, stworzona w głównej mierze przez lokalnych graczy, posłużyła autorom niniejszego opracowania do zbadania efektów ilustrujących odbiór atrakcyjności przestrzeni miejskiej.

Istota gry Ingress

Zachodzące współcześnie gwałtowne przemiany w zakresie technologii komunikacji otwierają nowe możliwości nie tylko w odniesieniu do pozyskiwania informacji, ale także czynnego uczestnictwa w jej tworzeniu i kreowaniu. Przykładem nieformalnej komunikacji są różnorodne gry interaktywne.

Ingress jest grą opracowaną na urządzenia mobilne (tablety, smartfony) posiadające stałe połączenie z Internetem i możliwość geolokalizacji przy pomocy globalnego systemu pozycjonowania (GPS). Zarówno gra, jak i samo

¹⁴ J. Mikułowski-Pomorski, *Komunikacja Międzykulturowa. Wprowadzenie*, Kraków 1999.

¹⁵ N. Hatałska, *Marketing szeptany. Mechanizmy działania niestandardowych form komunikacji marketingowej*, [w:] *Funkcjonowanie współczesnych gospodarek i przedsiębiorstw. Aspekty globalne, regionalne, sektorowe*, red. M. Kokocińska Poznań 2006, http://www.hatalska.com/wp-content/uploads/2009/02/N.Hatalska_Marketing-Szeptany_FunkcjonowanieWspolczesnychGospodarekIPrzedsiębiorstw2006.pdf [dostęp: 12.04.2016].

korzystanie z niej jest bezpłatne, choć należy się liczyć z ewentualnymi kosztami naliczanymi przez operatora sieci komórkowej za transfer danych. Grę firmuje Niantic Labs, będąca własnością internetowego giganta – firmy Google. Aplikacja została udostępniona graczom w 2012 roku i od tej pory zyskała wielu użytkowników. Dokładna ich liczba nie jest podawana do publicznej wiadomości, ale na podstawie różnych szacunków można założyć, że w skali świata są to setki tysięcy aktywnych graczy.

Fabula gry oparta jest na historii rodem z literatury fantastyczno-naukowej. Opiera się na odkryciu w CERNie nieznaną dotąd energii (XM), przesączającej się do naszego świata. Może ona wpływać na ludzkie umysły, zwiększając ich możliwości. Zadaniem dwóch grup graczy jest zawładnięcie jak największą ilością tzw. portali, przez które przecieka wspomniana energia.

Akcja gry Ingress toczy się w rozszerzonej rzeczywistości w czasie rzeczywistym. Oznacza to, że jest to gra terenowa, oparta na rzeczywistych podkładach kartograficznych opracowanych na potrzeby usługi Google Maps. Gracze poruszają się w terenie, a ich pozycja aktualizowana jest na bieżąco na mapie wyświetlanej w urządzeniu mobilnym. Mapa jest więc jednocześnie planszą gry. Na podkładach kartograficznych umieszczone są wirtualne obiekty (istniejące tylko w grze), głównie tzw. portale. Ich lokalizacja, jak i charakter, nawiązują jednak do realnie istniejących obiektów (ryc. 1).

Ryc. 1. Przykład planszy gry Ingress z terenu miasta Wadowice / Example of Ingress Dashboard from the Town Wadowice area



Źródło: <http://ingress.com/intel> [dostęp: 6.07.2016].

Gracze podzieleni są na dwie frakcje. Jedną z nich to tzw. „Oświeceni” (ang. *Enlightened*) oznaczeni kolorem zielonym, a drugą to tzw. „Ruch Oporu” (ang. *Resistance*) oznaczeni kolorem niebieskim. Zadaniem obu grup jest przejmowanie

portali, budowanie między nimi połączeń, które tworzą pola dające przewagę nad przeciwnikami. Gra została pomyślana tak, aby gracze wykazywali się nie tylko aktywnością wirtualną, ale wymaga obecności w terenie – w miejscach, gdzie zlokalizowane są portale. Analiza dostępnych danych¹⁶ wskazuje, że graczami są głównie ludzie młodzi (w wieku 20–30 lat), przeważają mężczyźni, w większości pracujący lub studiujący i dobrze zaznajomieni z technologiami mobilnymi. Ze względu na wymagania sprzętowe gry (wydajny smartfon, stale podłączony do Internetu), najliczniejsza grupa graczy to mieszkańcy dużych miast (powyżej 500 tys. mieszkańców).

Propozycje obiektów, które staną się portalami w grze, zgłaszane są przez graczy. W założeniach twórców Ingressa, portale powinny odwzorowywać obiekty rzeczywiste, ważne dla społeczności lokalnych ze względów społecznych, kulturowych, edukacyjnych. Twórcy gry przewidują pięć grup realnych obiektów¹⁷:

- miejsca, które mają ciekawą historię albo wartość historyczną lub edukacyjną;
- ciekawe dzieła sztuki lub unikalna architektura;
- ukryte perły lub lokalne atrakcje;
- biblioteki publiczne;
- publiczne miejsca kultu.

Wspólną ich cechą powinna być szeroko pojęta atrakcyjność dla potencjalnych graczy. Jednak o tym, jakie obiekty są portalami, ostatecznie decydują autorzy gry. Założony cel twórców gry ma ściśle powiązanie z aktywnym wypoczynkiem oraz odkrywaniem, upowszechnianiem i komunikowaniem w przestrzeni wirtualnej miejsc oraz obiektów z przestrzeni miejskiej określanych zazwyczaj mianem „atrakcji turystycznej”.

Wśród największych zalet gry wymienia się jej globalny zasięg. Można w nią grać zarówno w małym miasteczku w Małopolsce, wielkiej światowej metropolii gdzieś w Azji, jak i w stacji badawczej McMurdo na Antarktydzie. Drugą ważną zaletą jest to, że zmusza do wyjścia w teren osoby, które skłonne są do przesiadywania w domu – przed komputerem. Nie bez znaczenia jest kolejny atut gry – poznawanie i odwiedzanie miejsc, które inni gracze uznali za atrakcyjne.

¹⁶ Por. *Spis graczy Ingress w Polsce*, <https://infogr.am/Spis-graczy-Ingress-w-Polsce> [dostęp: 30.05.2016].

¹⁷ Por. *Ingress – Pomoc*, <https://support.ingress.com/hc/pl> [dostęp: 30.05.2016].

Obiekty w przestrzeni Krzeszowic zawarte w grze Ingress

Szczegółową analizę charakteru portali dokonano dla miasta Krzeszowice. Jednym z powodów wyboru tego miasta była liczba mieszkańców, obecnie na poziomie ok. 10 tys. osób. Krzeszowice pod tym względem znajdują się najbliższej średniej populacji dla 12 małych miast na terenie Krakowskiego Obszaru Metropolitalnego. Nie bez znaczenia jest bliskość dużego ośrodka turystycznego – Krakowa. Obydwa ośrodki są dobrze skomunikowane, łączy je linia kolejowa (szlak E30) oraz droga krajowa nr 79. Pod względem geograficznym Krzeszowice położone są w zachodniej części województwa małopolskiego, na terenie Rowu Krzeszowickiego, będącego częścią Wyżyny Krakowsko-Częstochowskiej, jednego z najatrakcyjniejszych krajobrazowo regionów kraju. Jest to również atrakcyjny obszar dla aktywnego wypoczynku, znany z turystyki pielgrzymkowej. Niedaleko od Krzeszowic, w Paczółtowicach znajduje się pole golfowe, a Czerna to znane miejsce kultu religijnego.

Zabytki znajdujące się na terenie Krzeszowic są odzwierciedleniem jego przeszłości historycznej i walorów przyrodniczych. Krzeszowice są ośrodkiem miejskim, w którym nie brak zabytkowych obiektów z czasów świetności miasta oraz funkcjonowania uzdrowiska. Łącznie na liście Narodowego Instytutu Dziedzictwa znalazło się 17 obiektów zabytkowych położonych w tym mieście (tab. 1).

Analizując wirtualną mapę gry Ingress dla Krzeszowic stwierdzono, że w granicach miasta gracze umieścili 24 obiekty – portale (stan na 31.05.2016) (ryc. 2).

Wśród tych portali, najliczniejszą grupę (9 portali) stanowią: pomniki, rzeźby i tablice (tab. 2). Na drugim miejscu znalazły się obiekty sakralne (7 portali). Porównanie zestawienia listy obiektów zabytkowych z listą portali wprowadzonych przez graczy na planszy Ingressa wskazuje spore rozbieżności. Na 17 obiektów z listy Narodowego Instytutu Dziedzictwa w grze uczestniczy tylko 4 (w tym jeden częściowo). Na planszy gry umieszczono następujące obiekty:

- kościół parafialny pod wezwaniem św. Marcina;
- zespół zdrojowy (częściowo, np. Zdrój Główny);
- pałacyk Vauxhall;
- zespół pałacowy.

Analiza portali wykazała, że aż 13 obiektów, uznanych za zabytkowe, nie ma na mapie Ingressa. W tej liczbie znajduje się między innymi kaplica cmentarna z 1863 roku. Jednocześnie gracze wprowadzili do gry cztery inne, cmentarne obiekty. W tej liczbie znajdują się nagrobki opisane jako „Krzeszowice – taka tam cmentarna Maryjka”, czy „Krzeszowice – Strózu mój przy mnie stój”;

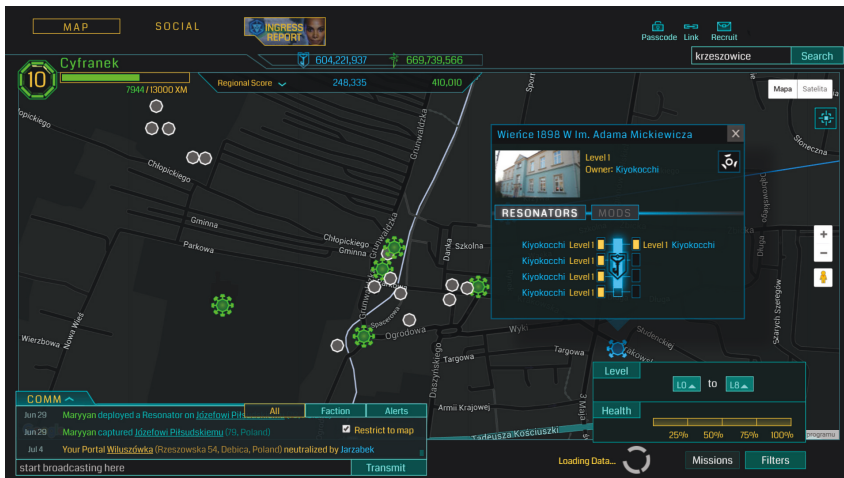
o raczej umiarkowanych walorach artystycznych czy historycznych. Na mapie gry Ingress znalazła się również rzeźba „Gladiator”, umiejscowiona w centrum miasta (fot. 2). Jest to obiekt nowy, wprowadzony do przestrzeni miasta po rewitalizacji jego centrum.

Tab. 2. Liczebność wydzielonych typów portali gry Ingress na terenie miasta Krzeszowice / Types and number of Ingress Portals Within Krzeszowice area

Lp.	Charakter obiektu	Liczba portali
1	Pomnik, rzeźba, tablica	8
2	Obiekt sakralny	6
3	Cmentarz, nagrobek	4
4	Infrastruktura miejska	3
5	Obiekt świecki	2
6	Obiekt informacji turystycznej	1
7	Mural	-
8	Instytucja edukacyjna, kulturalna	-
9	Pomnik przyrody	-
10	Obiekt rekreacyjny, sportowy	-
Razem		24

Źródło: opracowanie własne na podstawie <https://www.ingress.com/intel> [dostęp: 31.05.2016].

Ryc. 2. Plansza gry Ingress na terenie miasta Krzeszowice / Example of Ingress Dashboard from the Town Krzeszowice area



Źródło: <http://ingress.com/intel> [dostęp: 6.07.2016].

Fot. 2. Rzeźba „Gladiator” – obiekt spoza listy zabytków wprowadzony do gry Ingress /
Sculpture „Gladiator” – an Example of the Portal out of the Official Monument’s List



Źródło: fot. M. Tracz.

Szczegółowa analiza portali dla miasta Krzeszowice wskazuje, że percepcja obiektów atrakcyjnych w mieście i komunikowanych w przestrzeni wirtualnej przez użytkowników gry Ingress odbiega istotnie od listy zabytkowych obiektów Narodowego Instytutu Dziedzictwa, a także umieszczanych w przewodnikach turystycznych. Uczestnicy gry na planszy umieścili bardzo mało obiektów o dużej wartości historycznej, architektonicznej, miejsc godnych zobaczenia, uznawanych powszechnie jako zasoby dziedzictwa kulturowego i stanowiące o atrakcji turystycznej miasta. Natomiast w grze wyeksponowali listę subiektywną obiektów, miejsc godnych zobaczenia i odwiedzenia w Krzeszowicach. Zawiera ona wprawdzie cztery obiekty z listy zabytków nie-

ruchomych, ale w większości te, przy których urząd miasta umieścił tablice informacyjne o danym zabytku (np. pałacyk Vauxhall, zespół pałacowy). Do gry nie wprowadzono żadnego obiektu przyrodniczego, choć na terenie parku zdrojowego i miejskiego występują pomniki przyrody (drzewa). Również dolina Krzeszówki, w tym jej fragment na obszarze parku zdrojowego, objęta jest ochroną – Natura 2000. Informuje o tym tablica informacyjna usytuowana nieopodal kościoła parafialnego p.w. św. Marcina, który gracze wprowadzili do gry.

Przykład portali dla miasta Krzeszowice, umieszczonych w przestrzeni wirtualnej gry Ingress, unaocznili możliwości wykorzystania nowych technologii komunikacyjnych w kreowaniu percepcji przestrzeni miasta przez uczestników gry. Subiektywny wybór miejsc (obiektów), w których byli gracze, a równocześnie polecają je innym zainteresowanym, cały czas rozbudowuje wirtualną sieć informacji. Pozostaje zatem pytanie otwarte – z czego wynika ten rozdźwięk pomiędzy wiedzą, świadomością i percepcją otoczenia przez młodych ludzi? Na ile jest ono wynikiem małej efektywności edukacji szkolnej i poszkolnej o miejscu zamieszkania, a na ile wynika z innych pobudek, np. chęci „pokazania” nietuzinkowych miejsc (obiektów).

Podsumowanie

Technologie mobilne błyskawicznie stają się istotnym elementem codziennej aktywności. Gra Ingress łączy ze sobą atrakcyjność gry elektronicznej i odwiedzania interesujących miejsc, a dla jej uczestników staje się swoistym przewodnikiem po odwiedzanych miejscach w realnej przestrzeni.

Grający w Ingress samodzielnie kształtują planszę gry, wprowadzając obiekty, które w ich odbiorze i ocenie przestrzeni mają wartość poznawczą i kulturową, a tym samym komunikują innym o ich wartości. Wyniki wstępnych badań przeprowadzonych na przykładzie studium szczegółowego portalu miasta Krzeszowice wskazują, że wirtualny świat atrakcyjnych obiektów odbiega istotnie od oficjalnej listy zabytkowych obiektów. Mimo że w Ingress grają ludzie młodzi (uczący się lub studiujący), to znaczna liczba obiektów dziedzictwa kulturowego nie jest przez nich dostrzegana. Nie ma ich odzwierciedlenia w sferze przestrzeni wirtualnej analizowanej gry, będącej formą rozrywki.

Problematyka percepcji atrakcyjności otoczenia wymaga dalszych, pogłębionych badań. Dobór obiektów umieszczanych przez grających w przestrzeni elektronicznej jest odbiciem ich indywidualnej percepcji lokalnej przestrzeni oraz wyrazem więzi emocjonalnej z miejscem. Podjęcie badań nad nieformalnym komunikowaniem informacji o przestrzeni lokalnej umieszczonej w mo-

bilnych nośnikach, staje się ważne nie tylko w wymiarze indywidualnym, społecznym, socjologicznym, ale także z punktu widzenia rozwoju turystyki. Niniejsze studium uwidocznilo, że rozwój technologii, tworzenie rynkowych ich zastosowań, przyspiesza przepływ informacji o przestrzeni miejskiej między zainteresowanymi grupami, ale jednocześnie sprzyja „wypaczaniu” obrazu miejsca tworzonego w cyfrowej rzeczywistości. Szczególnie dotyczy to synchronizacji wiedzy o obiektach zamieszczanych na portalach, a faktycznej ich wartości estetycznej, historycznej i edukacyjnej.

Barbara Ostrowska

Wydział Prawa, Administracji i Stosunków Międzynarodowych
Krakowska Akademia im. Andrzeja Frycza Modrzewskiego

Zróźnicowanie potencjału turystycznego w Polsce w układach regionalnych

The diversity of the tourist potential at the system of regions in Poland

Abstrakt

Przestrzeń turystyczna jest częścią przestrzeni geograficznej, na której realizowana jest funkcja turystyczna. Proces kształtowania regionu przez turystykę rozpoczyna się w momencie, gdy pojawia się zainteresowanie turystów określonym elementem przestrzeni. Potencjał turystyczny regionu stanowią jego walory turystyczne, rozmiary ruchu turystycznego, wyposażenie w bazę materialną turystyki, a także dostępność komunikacyjna umożliwiająca dotarcie do danego obszaru. Ocenę potencjału turystycznego dokonano dla sześciu makroregionów zgodnie z europejską Nomenklaturą Jednostek Terytorialnych do Celów Statystycznych (NUTS 1), wykorzystując wskaźniki: funkcji turystycznej, intensywności ruchu turystycznego i gęstości ruchu, rozwoju oraz gęstości bazy noclegowej, a także wykorzystania pojemności noclegowej.

Przeprowadzone badania pozwoliły na wyodrębnienie regionów, dla których turystyka odgrywa bardzo istotną rolę w ich rozwoju społeczno-ekonomicznym. Siła twórczej funkcji turystyki jest zależna od wagi, jaką turystyka pełni w strukturze funkcjonalnej danego regionu.

Słowa kluczowe: potencjał turystyczny, regiony turystyczne, wskaźniki oceny funkcji turystycznej

Abstract

The tourist space is a part of the geographic space, at which the tourist function is performed. The process of shaping the region by tourism begins at the moment when the tourists are interested in some element of space. The tourist potential of the region consists of its tourist qualities, the size of tourism, the material base of tourism, as well as communication accessibility of the area. The estimation of tourist potential was performed for the six macro-regions in accordance with the European Nomenclature of Territorial Units for Statistics (NUTS 1), using indicators of: tourist function, intensity of the tourist movement and its density, the development and the density of accommodation, the extent of using of accommodation base. The result of study is identification of the regions for which tourism plays a very important role in their socio-economic development. The strength of the creative features of tourism is dependent on the importance, which tourism plays in the functional structure of the region.

Key words: tourist potential, tourist regions, indicators of evaluation of tourist function

Wprowadzenie

Turystyka na świecie jest ważnym, dynamicznie rozwijającym się działem gospodarki światowej i niebagatelnym sektorem zatrudnienia. Turystyka, od kilkunastu lat także w Polsce, ma duże znaczenie gospodarcze i pokaźny po-

tencjał rynku usług turystycznych. Dynamiczny rozwój turystyki dla wielu obszarów jest motorem rozwoju gospodarczego, szansą na aktywizację zawodową ludności, zwiększenie dochodów i intensyfikację zagospodarowania infrastrukturalnego. Dane statystyczne potwierdzają wzrost znaczenia turystyki w rozwoju naszego kraju. Na przestrzeni lat 2010–2015 przyjazdy turystów zagranicznych do Polski zwiększyły się z 12 mln 470 tys. do 16 mln 728 tys., czyli o 34%. W tym samym okresie dochody z turystyki wzrosły z 9,526 mld US\$ do 9,728 mld US\$¹.

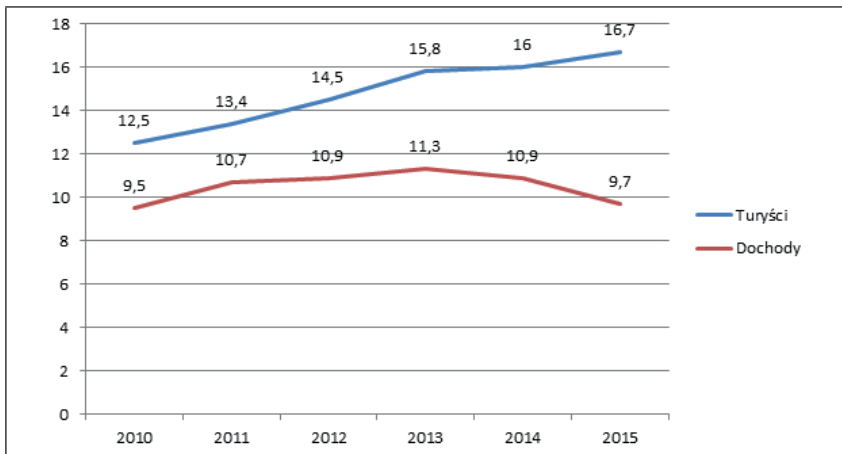
Rozmiary zagranicznego ruchu turystycznego przyjazdowego do Polski i dochody z turystyki w latach 2010–2015 przedstawia tabela 1 i rysunek 1.

Tab. 1. Przyjazdy turystów zagranicznych do Polski i dochody z turystyki w latach 2010–2015 / Arrivals of foreign tourists to the Polish and income from tourism in period 2010–2015

Przyjazdy turystów zagranicznych do Polski w mln turystów						
Lata	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Turyści	12,470	13,350	14,480	15,845	16,000	16,728
Dochody z turystyki w mld US\$						
Lata	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Dochód	9,526	10,683	10,938	11,297	10,925	9,728

Źródło: *World Tourism Organization UNWTO, Tourism highlights, Edition 2014, 2015, 2016.*

Ryc. 1. Przyjazdy turystów zagranicznych do Polski i dochody z turystyki w latach 2010–2015 / Arrivals of foreign tourists to the Polish and income from tourism in period 2010–2015



Źródło: tab. 1.

¹ *World Tourism Organization UNWTO, Tourism Highlights, Edition 2014, 2015, 2016.*

W 2015 r. do Polski przyjechało 77,7 mln cudzoziemców i było to o 5,4% więcej niż w roku poprzednim, z tego 16,7 mln to turyści (o 4,5% więcej niż w 2014 r.) i 61,0 mln to odwiedzający jednodniowi (o 5,7% więcej niż w 2014 r.)².

Głównym celem przyjazdu turystów zagranicznych były odwiedziny krewnych lub znajomych (około 41%), sprawy służbowe (24%) oraz wypoczynek, rekreacja w okresie wakacyjnym (23%). Natomiast zagraniczni odwiedzający jednodniowi przyjeżdżali do Polski głównie w celu dokonania zakupów (81%).

Do Polski przyjeżdżali głównie mieszkańcy krajów sąsiednich, którzy w 2015 r. wśród turystów stanowili 60%, a wśród odwiedzających jednodniowych 98%. Przeważali mieszkańcy Niemiec – 36% turystów i 42% odwiedzających jednodniowych. Wśród turystów z krajów niegraniczących bezpośrednio z Polską największy odsetek stanowili obywatele Wielkiej Brytanii (4,5% wszystkich turystów), Francji (2,7%) oraz Holandii, Norwegii i Stanów Zjednoczonych (po 2,6%) oraz Włoch (2,5%).

Cudzoziemcy odwiedzający Polskę w 2015 r., w związku z podróżami do naszego kraju, ponieśli wydatki w wysokości 51,0 mld zł i było to o około 18% więcej niż w roku 2014, z czego turyści – 28,1 mld zł (o około 22% więcej niż w roku 2014), a odwiedzający jednodniowi – 22,9 mld zł (o około 14% więcej niż w roku 2014). Z krajów sąsiadujących z Polską największe wydatki w 2015 r. ponieśli mieszkańcy Niemiec – 16,8 mld zł, Ukrainy – 5,9 mld zł, Czech – 3,4 mld zł, Białorusi – 3,1 mld zł. Znaczny udział w wydatkach cudzoziemców z tych państw, miały wydatki odwiedzających jednodniowych – 62,8%.

Pośród turystów najwyższe wydatki w związku z podróżą do Polski ponieśli cudzoziemcy z Niemiec – 8,6 mld zł, następnie ze Stanów Zjednoczonych – 2,3 mld zł, Ukrainy – 1,4 mld zł, Wielkiej Brytanii – 1,3 mld zł oraz Rosji – 1,1 mld zł. Wydatki turystów z Włoch wyniosły 0,8 mld zł, natomiast z Francji, Holandii i Norwegii – po około 0,7 mld zł.

Średnie wydatki na jedną podróż turystyczną do Polski wyniosły 1680 zł, a na podróż bez noclegu – 375 zł³.

Na przestrzeni badanych sześciu lat 2010–2015 ilość krajowych podróży długoterminowych mieszkańców Polski wyraźnie wzrosła, z 12,2 mln podróży do 15,6 mln, czyli o 28%⁴. W roku 2015 Polacy w wieku 15 lat i więcej, odbyli 39,8 mln podróży po kraju, z czego 24,3 mln było wyjazdów krótkookresowych i 15,6 mln podróży długookresowych. Najczęściej odwiedzane były wo-

² Informacje i opracowania statystyczne, *Turystyka w 2015*, GUS, Warszawa 2016.

³ *Ibidem*.

⁴ *Informacje i opracowania statystyczne, Turystyka w 2010*, GUS, Warszawa 2011; *Informacje i opracowania statystyczne, Turystyka w 2015*, GUS, Warszawa 2016.

jewództwa: małopolskie (5 mln), pomorskie (4,9 mln) i zachodniopomorskie (4,7 mln). Najmniej podróży było w województwie opolskim (0,5 mln), lubuskim (0,8 mln) i świętokrzyskim (0,9 mln)⁵.

Atrakcyjność turystyczna regionu i wpływ turystyki na rozwój obszaru

Atrakcyjność turystyczną określa się, jako: zespół wartości przyrodniczych i krajobrazowych osiągnięć wieków ubiegłych i czasów współczesnych, które decydują o wyborze obszaru lub miejscowości dla celów turystycznych⁶. Atrakcyjność turystyczną można rozumieć jako właściwość obszaru albo miejscowości, wynikającą z zespołu cech przyrodniczych, lub poza przyrodniczych, które wzbudzają zainteresowanie i przyciągają turystów⁷. Atrakcyjność turystyczna może mieć charakter uniwersalny albo względny. Charakter uniwersalny występuje wówczas, gdy walory przyrodnicze, kulturowe i wyposażenie obszaru w infrastrukturę są atrakcyjne dla ogółu turystów. O względnej atrakcyjności obszaru możemy mówić wówczas, gdy oceniamy ją z punktu widzenia określonych form turystyki, np. atrakcyjność dla turystyki rowerowej, narciarskiej itd.

O atrakcyjności turystycznej decydują następujące elementy:

- ranga walorów turystycznych;
- baza materialna turystyki;
- rozmiary i struktura ruchu turystycznego;
- dostępność komunikacyjna.

Ocena stopnia atrakcyjności turystycznej danego obszaru jest zagadnieniem złożonym, ponieważ zależy od formy ruchu turystycznego, osobistych upodobań turystów, informacji i propagandy, a także mody itp. W zasadzie każdy rodzaj ruchu turystycznego posiada własne, specyficzne kryteria oceny atrakcyjności turystycznej poszczególnych obszarów. Elementy atrakcyjności turystycznej przedstawia rysunek 2.

Pierwotnym i wiodącym elementem atrakcyjności są walory turystyczne, rozumiane jako zespół elementów środowiska przyrodniczego oraz elementów pozaprzyrodniczych, które są przedmiotem zainteresowania turystów. Biorąc pod uwagę kryterium funkcjonalne wyróżnia się walory wypoczynkowe, krajoznawcze i specjalistyczne. Walory przyciągają ruch turystyczny, a ich charakter określa rozmiary, typy i strukturę ruchu turystycznego. O użyteczności walorów decyduje ich chłonność turystyczna, mierzona dopuszczalną

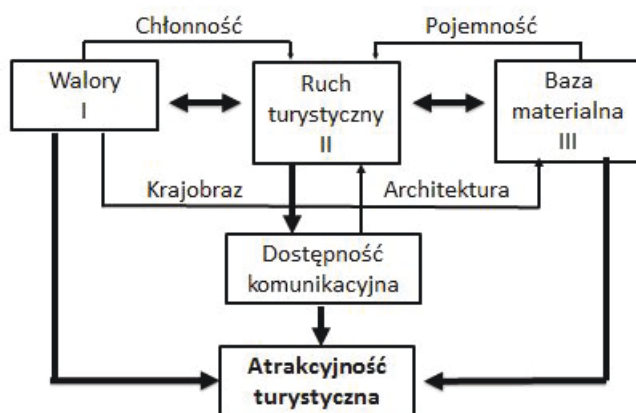
⁵ *Informacje i opracowania statystyczne, Turystyka w 2015, GUS, Warszawa 2016.*

⁶ R. Bar, A. Doliński, *Turystyka*, PWE, Warszawa 1973, s. 175; J. Warszzyńska, A. Jackowski, *Podstawy geografii turystyki*, PWN, Warszawa 1978, s. 31.

⁷ *Turystyka*, pod red. W. Kurek, PWN, Warszawa 2007, s. 24, 27.

liczbą osób odwiedzających. Chłonność możemy rozpatrywać jako chłonność podmiotową i chłonność przedmiotową oraz przepustowość. Chłonność podmiotowa walorów turystycznych mierzona jest dopuszczalną liczbą turystów równocześnie korzystających z walorów, biorąc pod uwagę ich potrzeby. W tym przypadku kryterium stanowi granica dogodności „konsumpcji” walorów przez odwiedzających. Dla określenia chłonności przedmiotowej walorów turystycznych kryterium stanowi bezpieczeństwo, granica odporności walorów na użytkowanie. Natomiast przepustowość określa liczbę osób mogących korzystać z walorów w warunkach optymalnego odbioru i pełni wrażeń oraz swobody ruchu w określonej jednostce czasu. Określenie przepustowości jest szczególnie ważne, gdy istotnym elementem użytkowania jest intensywność ruchu turystycznego, np. na szlaku.

Ryc. 2. Elementy atrakcyjności turystycznej / Elements of tourist attractiveness



Źródło: opracowanie własne.

Drugim istotnym elementem atrakcyjności turystycznej obszaru jest baza materialna turystyki, określana jako zagospodarowanie turystyczne, na które składa się przede wszystkim baza noclegowa, baza żywieniowa i baza uzupełniająca, zwana inaczej towarzyszącą. Baza materialna turystyki limituje rozmiary ruchu turystycznego, z kolei wzmożony ruch turystyczny wymusza rozszerzenie materialnej bazy turystyki. Pojęcie pojemności odnosi się do obiektów i określa ilość osób, które mogą równocześnie skorzystać z danego urządzenia. Pojemność podmiotowa bierze pod uwagę dogodność korzystania z bazy materialnej przez turystów, zaś pojemność przedmiotowa na uwadze ma głównie odporność urządzenia na użytkowanie i zwykle obwarowana jest normami technicznymi. Przy organizowaniu i budowaniu bazy materialnej

turystyki konieczne jest uwzględnienie krajobrazu i dopasowanie do niego odpowiedniej architektury. Kolejnym elementem atrakcyjności jest dostępność komunikacyjna, która jest niezbędna aby dotrzeć do walorów i elementów zagospodarowania, ale sama w sobie nie stanowi o atrakcyjności obszaru.

W ujęciu przestrzennym, w zależności od atrakcyjności turystycznej obszaru, turystyka może być czynnikiem polaryzującym, stymulującym, bądź neutralnym dla rozwoju badanego obszaru⁸. Wpływ turystyki na rozwój obszaru przedstawia rysunek 3.

Ryc. 3. Wpływ turystyki na rozwój obszaru /
The impact of tourism on the development of the area



Źródło: opracowanie własne na podstawie: B. Meyer, *Turystyka jako ekonomiczny czynnik kształtowania przestrzeni*, Uniwersytet Szczeciński, „Rozprawy i Studia” t. 545, Szczecin 2004, s. 176.

Wpływ turystyki na rozwój obszaru, mający charakter **polaryzacyjny** (zróżnicowany), jest typowy dla obszarów posiadających wysokiej rangi walory turystyczne i dobrze rozwiniętą infrastrukturę, gdzie występują sprzyjające warunki ekonomiczne do rozwoju innych sektorów gospodarki. Wzrastający ruch turystyczny i sfera jego obsługi powoduje rozwój wielu dziedzin gospodarczych, których funkcjonowanie jest zależne od turystyki. Tworzy to warunki do kompleksowej specjalizacji regionu, gdzie rozwój wszystkich dziedzin

⁸ B. Meyer, *Turystyka jako ekonomiczny czynnik kształtowania przestrzeni*, Uniwersytet Szczeciński, „Rozprawy i Studia” t. 545, Szczecin 2004.

gospodarczych w regionie determinowany jest przez turystykę, np. nadmorskie miejscowości letniskowe.

Stymulacyjny wpływ turystyki na rozwój społeczno-gospodarczy regionu jest typowy tam, gdzie turystyka ma jedynie pośredni wpływ na gospodarkę, obok innych sektorów gospodarki mających decydujące znaczenie w rozwoju obszaru.

Wszędzie tam, gdzie turystyka jest jedynie elementem uzupełniającym i nie ma istotnego wpływu na rozwój społeczno-gospodarczy regionu, mówimy o **neutralnym** znaczeniu.

Pojęcie regionu turystycznego i klasyfikacja NUTS w Polsce

Za region turystyczny uważa się obszar pełniący funkcję turystyczną dzięki pewnej jednorodności cech środowiska przyrodniczego i społeczno-kulturowego oraz wewnętrznym powiązaniom usługowym⁹. Regionem turystycznym nazywa się stosunkowo jednorodny obszar, który przyciąga ruch turystyczny i wyróżnia się z otoczenia atrakcyjnymi walorami turystycznymi oraz zagospodarowaniem turystycznym. Regionami turystycznymi nazywa się te regiony, które cechują się wiodącą funkcją turystyki.

Głównymi wyróżnikami regionu turystycznego są: walory turystyczne, jedność środowiska, zagospodarowanie turystyczne, ruch turystyczny, powiązania wewnętrzne, dostępność komunikacyjna.

Regionalizacja to procedura wyróżniania regionów. Dokonuje się jej za pomocą różnych metod na dwa zasadnicze sposoby¹⁰:

- poprzez dzielenie obszaru na jednostki regionalne, na podstawie przyjętych kryteriów;
- poprzez łączenie ze sobą przylegających do siebie mniejszych jednostek o podobnych cechach środowiska.

Można wyróżnić trzy główne kryteria delimitacji regionów¹¹:

- kryterium fizyczno-geograficzne, którego podstawą jest obszar podobnie ukształtowanego terenu pod względem cech naturalnego krajobrazu oraz klimatu, wyraźnie geograficznie wydzielony z większego terytorium;
- kryterium ekonomiczno-przestrzenne bierze pod uwagę warunki przyrodnicze, takie jak zasoby surowcowe, wodne czy leśne, ale też działania ludzkie dotyczące kształtowania przestrzeni;

⁹ *Turystyka*, pod red. W. Kurek, PWN, Warszawa 2007, s. 28.

¹⁰ Z. Kruczek, P. Zmyślony, *Regiony turystyczne*, Proksenia, Kraków 2010, s. 12.

¹¹ *Ibidem*.

- kryterium administracyjne zgodne z obowiązującym układem administracyjnym. Region w tym znaczeniu to kompleks produkcyjno-usługowy o określonej specjalizacji z centrum administracyjnym.

Nowe wzorce dla studiów regionalnych związane są z członkostwem Polski, od 1 maja 2004 roku, w Unii Europejskiej. Wiązało się to z przyjęciem przez Polskę klasyfikacji i nomenklatury statystyki regionalnej, zgodnej z Unią Europejską. Wprowadzenie tej klasyfikacji stanowi warunek porównywalności analiz regionalnych, zgodnych ze standardami polityki regionalnej w Unii Europejskiej. Zaproponowana przez Unię Europejską klasyfikacja regionalna, zwana Nomenklaturą Jednostek Terytorialnych dla Celów Statystycznych, tzw. NUTS-y (ang. The Nomenclature of Units for Territorial Statistics) jest innym, nowym kryterium delimitacji regionów opartym na kryterium statystycznym. System NUTS jest jednolitym i spójnym schematem podziału terytorialnego krajów Unii Europejskiej, wprowadzonym w 1988 roku. NUTS jest klasyfikacją hierarchiczną, w której wyróżnia się trzy główne poziomy klasyfikacji regionalnej (NUTS 1, NUTS 2, NUTS 3) i dwa poziomy lokalne (NUTS 4 i NUTS 5)¹².

W polskich warunkach NUTS 1 odpowiada poziomowi 6 makroregionów¹³:

- makroregion centralny (województwa łódzkie i mazowieckie);
- południowy (małopolskie i śląskie);
- wschodni (lubelskie, świętokrzyskie, podkarpackie i podlaskie);
- północno-zachodni (wielkopolskie, zachodniopomorskie, lubuskie);
- makroregion południowo-zachodni (województwa dolnośląskie i opolskie);
- makroregion północny (województwa kujawsko-pomorskie, warmińsko-mazurskie i pomorskie).

NUTS 2 odpowiada wielkości polskich regionów administracyjnych, czyli 16 województw.

NUTS 3 obejmuje obszar 66 tzw. podregionów, NUTS 4 dotyczy powiatów, NUTS 5 obejmuje gminy. Podział Polski na makroregiony pokazuje rysunek 4.

Ruch turystyczny nie rozkłada się równomiernie na obszarze kraju, lecz koncentruje się na obszarach atrakcyjnych turystycznie. Potencjał turystyczny regionu stanowią jego walory turystyczne, rozmiary ruchu turystycznego, wyposażenie w bazę materialną turystyki, a także dostępność komunikacyjną umożliwiającą dotarcie do danego obszaru. Potencjał turystyczny obszaru określany jest najczęściej przez liczbę turystycznych obiektów noclegowych,

¹² Z. Szymła, *Determinanty rozwoju regionalnego*, Ossolineum, Kraków 2000.

¹³ *Informacje i opracowania statystyczne, Turystyka w 2014*, GUS, Warszawa 2015.

czy miejsc noclegowych oferowanych turystom, a jego wykorzystanie mierzy się m.in. liczbą korzystających z noclegów, liczbą udzielonych noclegów i średnią długością pobytu turystów w obiektach.

Ryc. 4. Makroregiony w Polsce – poziom NUTS 1 /
Macroregions in Poland NUTS 1



Źródło: *Informacje i opracowania statystyczne, Turystyka w 2014*, GUS, Warszawa 2015.

W Polsce największą powierzchnię zajmuje region wschodni – 74866 km², który obejmuje cztery województwa (lubelskie, podkarpackie, podlaskie i świętokrzyskie), zaś pod względem liczby ludności na pierwszym miejscu jest region południowy – 7943,4 tys. osób (województwa: małopolskie i śląskie), a na drugim region centralny – 7842,7 tys. osób (województwa: łódzkie i mazowieckie). W roku 2015 najwięcej turystów skorzystało z noclegu w regionie południowym – 6222,4 tys., w tym 4675,7 tys. turystów krajowych i 1546,7 tys. turystów zagranicznych. Turyści krajowi najczęściej korzystali z turystycznych obiektów noclegowych w województwie małopolskim (2856,9 tys. turystów) i mazowieckim (2848,8 tys. osób.). Turyści zagraniczni nocowali głównie w województwie mazowieckim (1258,2 tys. turystów) i województwie małopolskim (1218,1 tys. turystów). Powierzchnię, ludność oraz liczbę turystów korzystających z noclegów w turystycznych obiektach noclegowych według regionów i województw przedstawia tabela 2.

Tab. 2. Powierzchnia, ludność oraz turyści korzystający z noclegów w turystycznych obiektach noclegowych według regionów i województw w 2015 roku / The area, population and tourists accommodate in tourist accommodation establishments according to regions and provinces in 2015

Regiony	Powierzchnia w km ²	Ludność w tys.	Turyści w tys. ogółem korzystający z turystycznych obiektów noclegowych	Turyści w tys. krajowi korzystający z turystycznych obiektów noclegowych	Turyści w tys. zagraniczni korzystający z turystycznych obiektów noclegowych
Polska	312679	38437,2	26942,0	21252,4	5689,6
Region centralny	53777	7842,7	5388,1	3930,2	1457,9
Łódzkie	18219	2493,6	1281,1	1081,4	199,7
mazowieckie	35558	5349,1	4107,0	2848,8	1258,2
Region południowy	27516	7943,4	6222,4	4675,7	1546,7
małopolskie	15183	3372,6	4075,0	2856,9	1218,1
śląskie	12333	4570,8	2147,4	1818,8	328,6
Region wschodni	74866	6713,4	2876,6	2458,3	418,3
lubelskie	25122	2139,7	794,4	682,3	112,1
podkarpackie	17846	2127,7	957,7	837,3	120,4
podlaskie	20187	1188,8	606,5	448,7	157,8
świętokrzyskie	11711	1257,2	518,0	490,0	28,0
Region północno-zachodni	66706	6203,9	4875,8	3863,7	1012,1
lubuskie	13988	1018,1	615,9	462,0	153,9
wielkopolskie	29826	3475,3	1882,7	1601,6	281,1
zachodniopomorskie	22892	1710,5	2377,2	1800,1	577,1
Region południowo-zachodni	29359	3900,2	2949,4	2409,4	540,0
dolnośląskie	19947	2904,2	2620,4	2119,8	500,6
opolskie	9412	996,0	329,0	289,6	39,4
Region północny	60455	5833,6	4629,7	3915,1	714,6
kujawsko-pomorskie	17972	2086,2	1055,5	950,4	105,1
pomorskie	18310	2307,7	2439,2	1987,3	451,9
warmińsko-mazurskie	24173	1439,7	1135,0	977,4	157,6

Źródło: *Rocznik Demograficzny*, GUS, Warszawa 2016; *Informacje i opracowania statystyczne, Turystyka 2015*, GUS, Warszawa 2016 oraz obliczenia własne.

W 2015 roku najwięcej miejsc noclegowych posiadał region północno-zachodni – 182 027 (województwo zachodniopomorskie – 120 603) i południowy – 136 188 miejsc noclegowych (województwo małopolskie – 90 304). Stopień wykorzystania miejsc noclegowych był najwyższy w regionie północnym – 38,2 i centralnym – 36,8. W województwie zachodniopomorskim wskaźnik wykorzystania miejsc noclegowych wyniósł – 48,3, natomiast w województwie ku-

jawsko-pomorskim – 44,2, w mazowieckim – 43,0 i pomorskim – 40,2. Pod względem ilości udzielonych noclegów na pierwszym miejscu jest region północno-zachodni – 16 997,6 tys. noclegów (województwo zachodniopomorskie – 12 330,1 tys.) oraz region południowy – 15 888,5 tys. udzielonych noclegów (województwo małopolskie – 10 942,8 tys.). Ta sama kolejność regionów i województw występuje co do liczby udzielonych noclegów turystom zagranicznym. Miejsca noclegowe oraz udzielone noclegi turystom w turystycznych obiektach noclegowych według regionów i województw w 2015 roku przedstawia tabela 3.

Tab. 3. Miejsca noclegowe oraz udzielone noclegi turystom w turystycznych obiektach noclegowych według regionów i województw w 2015 roku / Places accommodation and provided accommodate for tourists in the tourist accommodation according regions and provinces in 2015

Wyszczególnienie	Miejsca noclegowe ogółem	Stopień wykorzystania miejsc noclegowych	Noclegi udzielone ogółem w tys.	Noclegi udzielone turystom krajowym w tys.	Noclegi udzielone turystom zagranicznym w tys.	Noclegi udzielone turystom zagranicznym ogółem = 100%
Polska	710274	36,7	71234,4	57476,7	13757,7	19,3
Region centralny	72110	36,8	9371,6	6646,7	2724,9	29,1
łódzkie	23128	30,6	2302,0	1934,4	367,6	15,8
mazowieckie	48982	43,0	7069,6	4712,3	2357,3	33,3
Region południowy	136188	35,0	15888,5	12285,7	3602,8	22,7
małopolskie	90304	37,9	10942,8	8002,3	2940,5	26,9
śląskie	45884	32,0	4945,7	4283,4	662,3	13,4
Region wschodni	80125	30,5	7079,0	6412,4	666,6	9,4
lubelskie	21848	30,5	1711,6	1540,2	171,4	10,0
podkarpackie	28711	31,6	2772,6	2559,2	213,4	7,7
podlaskie	13465	30,0	1128,1	911,5	216,6	19,2
świętokrzyskie	16101	29,8	1466,7	1401,5	65,2	4,4
Region północno-zachodni	182027	34,4	16997,6	13223,7	3773,9	22,2
lubuskie	18570	27,2	1289,2	1018,4	270,8	21,0
wielkopolskie	42854	27,7	3378,3	2836,8	541,5	16,0
zachodniopomorskie	120603	48,3	12330,1	9368,5	2961,6	24,0
Region południowo-zachodni	69548	30,0	7559,8	6312,3	1247,5	16,5
dolnośląskie	60147	33,1	6829,7	5673,0	1156,7	16,9
opolskie	9401	26,9	730,1	639,3	90,8	12,4
Region północny	170276	38,2	14337,9	12595,9	1742,0	12,1
kujawsko-pomorskie	28515	44,2	3625,5	3385,9	239,6	6,6
pomorskie	101739	40,2	7880,5	6758,4	1122,1	14,2
warmińsko-mazurskie	40022	30,2	2831,9	2451,6	380,3	13,4

Źródło: Informacje i opracowania statystyczne, Turystyka 2015, GUS, Warszawa 2016 oraz obliczenia własne.

Wskaźniki oceny funkcji turystycznej

Celem pracy jest ocena potencjału turystycznego 6 makroregionów w Polsce, poziom NUTS 1, za pomocą wskaźników oceny funkcji turystycznej.

Do oceny funkcji turystycznej obszaru wykorzystuje się szereg wskaźników, wśród których szczególnie popularne są¹⁴:

- Baretje'a – Deferta T_{bd} ;
- Schneidera T_s – intensywności ruchu turystycznego;
- Charvata Ch – intensywności ruchu turystycznego;
- Gęstości ruchu Gt ;
- Gęstości bazy noclegowej Gb ;
- Rozwoju bazy noclegowej Bn .

Wyliczone wskaźniki oceniające zróżnicowanie potencjału turystycznego i wskazujące na funkcję turystyczną w układzie makroregionów i województw dla roku 2015 przedstawiają tablice 4 i 5. Siła twórczej funkcji turystyki jest zależna od wagi, jaką turystyka pełni w strukturze funkcjonalnej danego obszaru. Z perspektywy przedmiotu przeprowadzonych badań istotna jest funkcja turystyki w wymiarze stymulowania rozwoju zaplecza noclegowego. Baza noclegowa jest podstawowym elementem zagospodarowania turystycznego, zaś wielkość zaplecza noclegowego stanowi zasadniczy miernik stopnia rozwoju funkcji turystycznej. Realizacja tej funkcji przejawia się we wzroście liczby miejsc noclegowych w stosunku do liczby stałych mieszkańców. Jednym ze wskaźników oceny znaczenia turystyki dla rozwoju danego obszaru jest wskaźnik Baretje'a-Deferta T_{bd}

Wskaźnik Baretje'a-Deferta T_{bd} :

$$T_{bd} = \frac{100 N}{L},$$

gdzie:

N – liczba turystycznych miejsc noclegowych,

L – liczba ludności miejscowej.

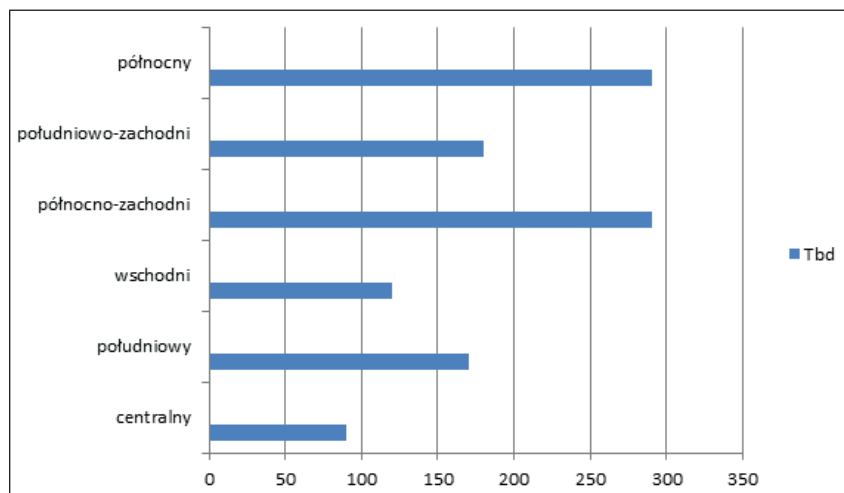
Miernik ten określa liczbę miejsc noclegowych przypadającą na tys. mieszkańców. Przyjmuje się, że dla obszarów o niewielkim stopniu zagospodarowania turystycznego wskaźnik Baretje'a-Deferta T_{bd} jest stosunkowo niski i wynosi od 1 do 100. Zgodnie z tym wskaźnikiem funkcja turystyczna obszaru zaczyna się wykształcać, gdy ma on wartość 100, a przy wskaźniku od 100 do 500 funkcja jest już dobrze rozwinięta¹⁵. Najwyższy poziom wskaźnika odno-

¹⁴ W. Cabaj, Z. Kruczek, *Podstawy geografii turystycznej*, Proksenia, Kraków 2010, s. 217; *Turystyka*, pod red. W. Kurek, PWN, Warszawa 2007, s. 40.

¹⁵ T. Lijewski, B. Mikułowski, J. Wyrzykowski, *Geografia turystyki Polski*, PWE, Warszawa 1998, s. 23–24.

towano w makroregionie północno-zachodnim i północnym (po 290) oraz południowo-zachodnim (180). Poziom wskaźnika T_{bd} w regionach, poziom NUTS 1, przedstawia rysunek 5.

Ryc. 5. Wskaźniki Baretje'a-Deferta T_{bd} dla regionów w Polsce 2015 r. / Indicators Baretje'a-Deferta T_{bd} for regions in Poland 2015



Źródło: tab. 4.

Wśród innych popularnych wskaźników wyznaczających funkcję turystyczną obszaru wymienić należy wskaźnik Schneidera T_s , który wyraża liczbę turystów korzystających z noclegów w stosunku do liczby stałych mieszkańców.

Wskaźnik Schneidera T_s :

$$T_s = \frac{100 T}{L},$$

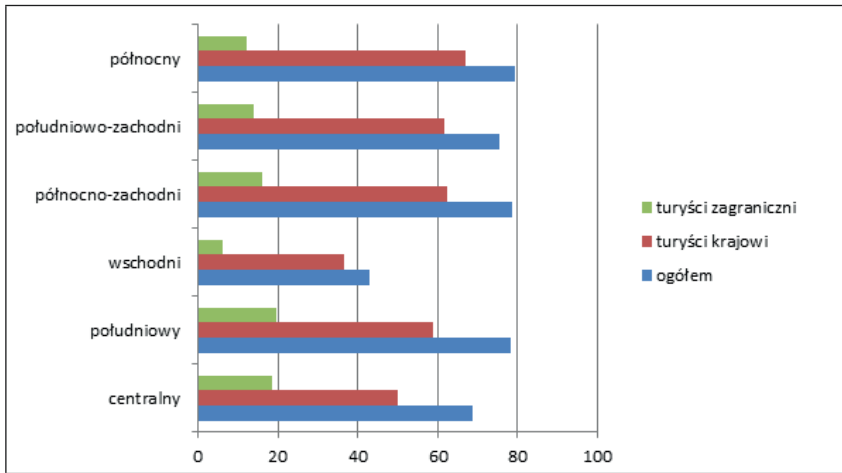
gdzie:

T – liczba turystów korzystających z noclegów,

L – liczba ludności miejscowej.

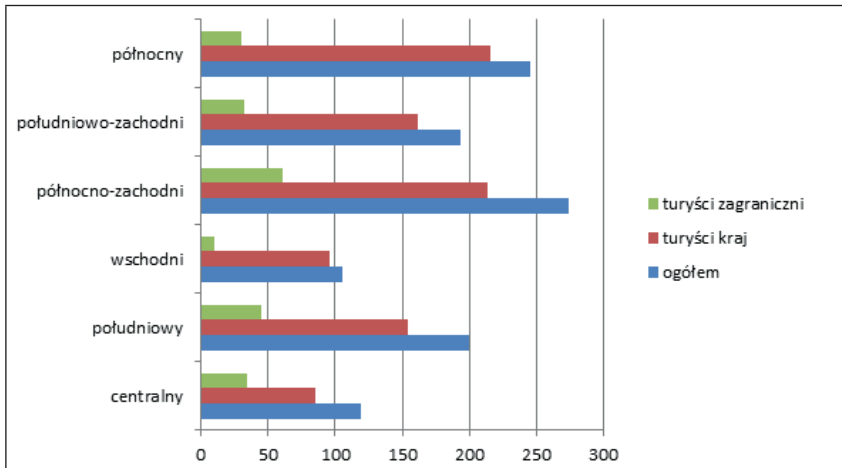
Wskaźnik ten odnośnie turystów ogółem korzystających z noclegów był najwyższy w regionie północnym, północno-zachodnim i południowym. Natomiast wskaźnik T_s , biorący pod uwagę turystów zagranicznych, był najwyższy w regionie południowym, centralnym i północno-zachodnim. Poziom wskaźnika T_s w regionach przedstawia rysunek 6.

Ryc. 6. Wskaźnik Schneidera T_s dla regionów NUTS 1 w Polsce w 2015 r. /
Indicators Schneidera T_s for regions NUTS 1 in Poland in 2015



Źródło: tab. 4.

Ryc. 7. Wskaźniki Charvata w regionach w 2015 r. / Indicators Charvata in regions 2015



Źródło: tab.4.

O intensywności występowania ruchu turystycznego na danym obszarze mówi wskaźnik Charvata. Wskaźnik intensywności ruchu turystycznego wg Charvata oblicza się zgodnie ze wzorem:

$$Ch = \frac{\text{liczba osobonoclegów} \times 100}{\text{liczba stałych mieszkańców}}$$

Wskaźnik Charvata najwyższy był w regionie północno-zachodnim oraz północnym. Natomiast wśród ilości udzielonych noclegów turystom zagranicznym, na pierwszym miejscu plasował się region północno-zachodni, a na kolejnym region południowy. Poziom wskaźników Charvata w regionach przedstawia rysunek 7.

W analizie ruchu turystycznego i zagospodarowania turystycznego bierze się również odniesienie do wielkości powierzchni obszaru. Służą ku temu takie wskaźniki, jak wskaźnik gęstości ruchu turystycznego G_t i wskaźnik gęstości bazy noclegowej G_b .

Wskaźnik G_t – gęstości ruchu turystycznego:

$$T_s = \frac{T}{S},$$

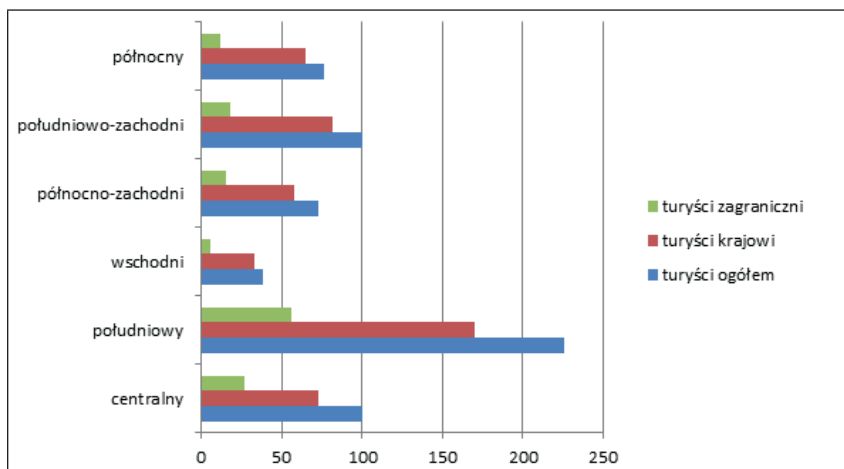
gdzie:

T – liczba osób korzystających z noclegów,

S – powierzchnia w km^2 .

Wskaźnik gęstości ruchu turystycznego G_t , obrazujący liczbę osób korzystających z noclegów przypadający na 1 km^2 powierzchni, najwyższy był w regionie południowym (226,1) i w regionie południowo-zachodnim (100,5) oraz centralnym (100,2). Wskaźniki gęstości ruchu turystycznego przedstawia rysunek 8.

Ryc. 8. Wskaźniki G_t gęstości ruchu turystycznego w regionach w 2015 r. / Indicators G_t density tourist traffic in the regions in 2015



Źródło: tab. 5.

Kolejnym popularnym wskaźnikiem oceny rozwoju turystyki na danym obszarze jest wskaźnik G_b , gęstość bazy noclegowej, wskazujący na ilość miejsc noclegowych przypadających na 1 km² powierzchni.

Wskaźnik G_b – gęstość bazy noclegowej:

$$G_b = \frac{N}{S},$$

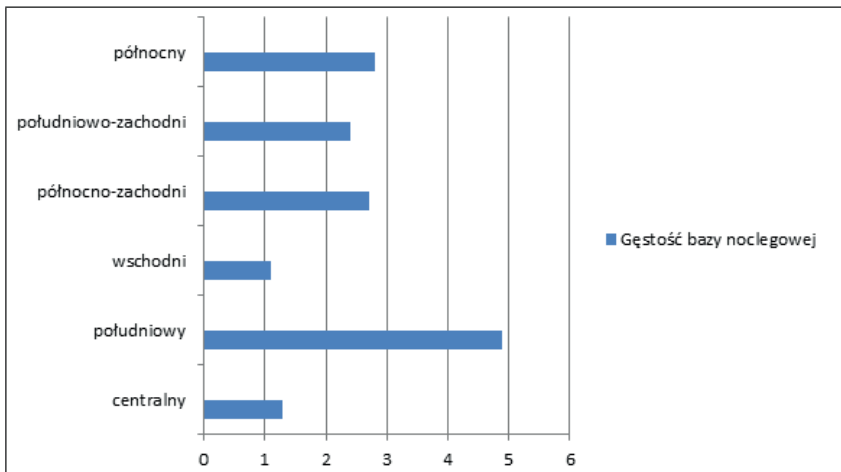
gdzie:

N – liczba miejsc noclegowych,

S – powierzchnia w km².

Wskaźnik ten był zdecydowanie najwyższy w regionie południowym. Wskaźniki gęstości bazy noclegowej przedstawia rysunek 9.

Ryc. 9. Wskaźniki G_b gęstości bazy noclegowej w regionach w 2015 r.
/ Indicators G_b density tourist accommodation in the regions in 2015



Źródło: tab. 5.

Wskaźnik B_n – wskaźnik rozwoju bazy noclegowej, pokazuje ilu turystów przypada na jedno miejsce noclegowe.

Wskaźnik B_n – wskaźnik rozwoju bazy noclegowej:

$$B_n = \frac{T}{N},$$

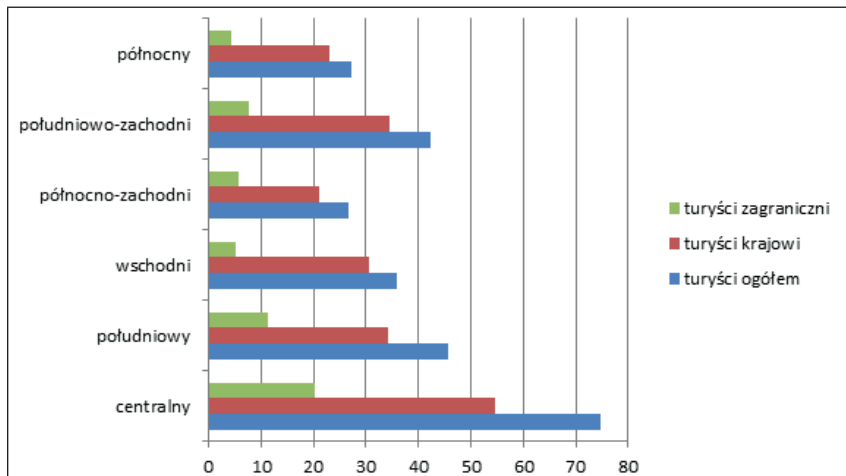
gdzie:

T – liczba osób korzystających z noclegów,

N – liczba miejsc noclegowych.

Największe obłożenie miejsc noclegowych obserwuje się w regionie południowym i południowo-zachodnim. Wskaźniki B_n rozwoju bazy noclegowej pokazuje rysunek 10.

Ryc. 10. Wskaźniki B_n rozwoju bazy noclegowej w regionach w 2015 r. / Indicators B_n of development tourists accommodation in regions in 2015



Źródło: tab. 5.

Tab. 4. Wskaźniki zróżnicowania potencjału turystycznego 2015 r. (T_{bd} , T_s , Ch) / Indicators of potential diversity of tourist 2015 (T_{bd} , T_s , Ch)

Wyszczególnienie	T_{bd}	T_s ogół	T_{sk}	T_{sz}	Ch ogół	Ch_k	Ch_z
Polska	180	70,1	55,3	14,8	185,3	149,5	35,8
Region centralny	90	68,7	50,1	18,6	119,5	84,8	34,7
łódzkie	90	51,4	43,4	8,0	92,3	77,6	14,7
mazowieckie	90	76,8	53,3	23,5	132,2	88,1	44,1
Region południowy	170	78,3	58,9	19,5	200,0	154,7	45,4
małopolskie	270	120,8	84,7	36,1	324,5	237,3	87,2
śląskie	100	47,0	39,8	7,2	108,2	93,7	14,5
Region wschodni	120	42,8	36,6	6,2	105,4	95,5	9,9
lubelskie	100	37,1	31,9	5,2	80,0	72,0	8,0
podkarpackie	130	45,0	39,4	5,7	130,3	120,3	10,0
podlaskie	110	51,0	37,7	13,3	94,9	76,7	18,2
świętokrzyskie	130	41,2	39,0	2,2	116,7	111,5	5,2
Region północno-zachodni	290	78,6	62,3	16,3	274,0	213,2	60,8
lubuskie	180	60,5	45,4	15,1	126,6	100,0	26,6
wielkopolskie	120	54,2	46,1	8,1	97,2	81,6	15,6

zachodniopomorskie	710	139,0	105,2	33,7	720,8	547,7	173,1
Region południowo-zachodni	180	75,6	61,8	13,8	193,8	161,8	32,0
dolnośląskie	210	90,2	73,0	17,2	235,2	195,3	39,8
opolskie	90	33,0	29,1	4,0	73,3	64,2	9,1
Region północny	290	79,4	67,1	12,2	245,8	215,9	29,9
kujawsko-pomorskie	140	50,6	45,6	5,0	173,8	162,3	11,5
pomorskie	440	105,7	86,1	19,6	341,5	292,9	48,6
warmińsko-mazurskie	280	78,8	67,9	10,9	196,7	170,3	26,4

Źródło: tab. 2 i 3 oraz obliczenia własne.

Tab. 5. Wskaźniki zróżnicowania potencjału turystycznego 2015 r. (G_r , G_b , G_n) /
Indicators of potential diversity of tourist 2015 (G_r , G_b , G_n)

Wyszczególnienie	G_T ogół	G_{Tkr}	G_{Tz}	G_B	B_N ogół	B_N kraj	B_N zag
Polska	86,2	68,0	18,2	2,3	37,9	29,9	8,0
Region centralny	100,2	73,1	27,1	1,3	74,7	54,5	20,2
łódzkie	70,3	59,4	11,0	1,3	55,4	46,8	8,6
mazowieckie	115,5	80,1	35,4	1,4	83,8	58,2	25,7
Region południowy	226,1	169,9	56,2	4,9	45,7	34,3	11,4
małopolskie	268,4	188,2	80,2	5,9	45,1	31,6	13,5
śląskie	174,1	147,5	26,6	3,7	46,8	39,6	7,2
Region wschodni	38,4	32,8	5,6	1,1	35,9	30,7	5,2
lubelskie	31,6	27,2	4,5	0,9	36,4	31,2	5,1
podkarpackie	53,7	46,9	6,7	1,6	33,4	29,2	4,2
podlaskie	30,0	22,2	7,8	0,7	45,0	33,3	11,7
świętokrzyskie	44,2	41,8	2,4	1,4	32,2	30,4	1,7
Region północno-zachodni	73,1	57,9	15,2	2,7	26,8	21,2	5,6
lubuskie	44,0	33,0	11,0	1,3	33,2	24,9	8,3
wielkopolskie	63,1	53,7	9,4	1,4	43,9	37,4	6,6
zachodniopomorskie	103,8	78,6	25,2	5,3	19,7	14,9	4,8
Region południowo-zachodni	100,5	82,1	18,4	2,4	42,4	34,6	7,8
dolnośląskie	131,4	106,3	25,1	3,0	43,6	35,2	8,3
opolskie	35,0	30,8	4,2	1,0	35,0	30,8	4,2
Region północny	76,6	64,8	11,8	2,8	27,2	23,0	4,2
kujawsko-pomorskie	58,7	52,9	5,8	1,6	37,0	33,3	3,7
pomorskie	133,2	108,5	24,7	5,6	24,0	19,5	4,4
warmińsko-mazurskie	47,0	40,4	6,5	1,7	28,4	24,4	3,9

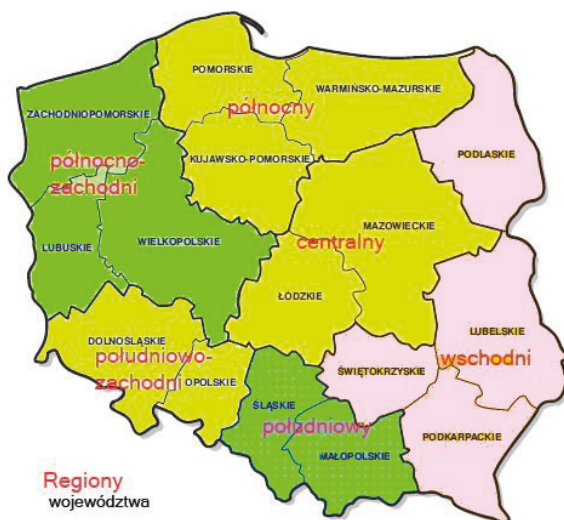
Źródło: tab. 2 i 3 oraz obliczenia własne.

Wnioski z przeprowadzonych badań

Przeprowadzone powyżej badania pozwalają na uszeregowanie regionów pod względem znaczenia turystyki w ich rozwoju:

- Turystyka odgrywa znaczącą rolę w makroregionie południowym i północno-zachodnim.
 - Makroregion południowy to obszar o cenionych walorach przyrodniczych, obszar Tatr, Beskidów i Pienin, region posiadający liczne uzdrowiska. Duże znaczenie mają także walory kulturowe. W regionie południowym, w województwie małopolskim, turystyka odgrywa szczególną rolę. Potwierdzają tą tezę przedstawione powyżej wskaźniki. Dużą rolę w rozwoju turystyki odgrywa miasto Kraków z cennymi zabytkami, dawna stolica Polski, centrum kultury i nauki, które przyciąga licznie turystów krajowych i zagranicznych.
 - O rozwoju turystyki w makroregionie północno-zachodnim decyduje położenie nad morzem Bałtyckim i przy granicy z Niemcami, którzy chętnie przyjeżdżają do Polski na wypoczynek. W tym regionie najwyższe wskaźniki dotyczące oceny funkcji turystycznej obszaru należą do województwa zachodnio-pomorskiego, co potwierdza, że turystyka pełni istotną rolę w rozwoju tego obszaru.

Ryc. 11. Zróżnicowanie potencjału turystycznego w Polsce w regionach NUTS 1 w 2015 r. / Differentiation potential tourist in Poland in the regions NUTS 1 in 2015



Źródło: tab. 5 i 6.

- Drugą grupę stanowią makroregiony o zróżnicowanej strukturze funkcjonalnej, gdzie turystyka jest jednym z wielu działań rozwoju społeczno-gospodarczego.
 - Do tej grupy zaliczono makroregion centralny, północny i południowo-zachodni.
- W trzeciej grupie znalazł się makroregion wschodni, czyli tzw. ściana wschodnia. W tym makroregionie wskaźniki funkcji turystycznej są najniższe, co potwierdza tezę o słabym zagospodarowaniu turystycznym, mimo posiadania walorów przyrodniczych i zbytków (Bieszczady, Zamość itd.).
Zróżnicowanie potencjału turystycznego w Polsce w odniesieniu do 6 makroregionów, poziom NUTS 1, w roku 2015 przedstawia rysunek 11.

Podsumowanie

Przestrzeń turystyczna jest częścią przestrzeni geograficznej, na której realizowana jest funkcja turystyczna. Proces kształtowania regionu przez turystykę rozpoczyna się w momencie, gdy pojawia się zainteresowanie turystów określonym elementem przestrzeni. Potencjał turystyczny regionu stanowią jego walory turystyczne, rozmiary ruchu turystycznego, wyposażenie w bazę materialną turystyki, a także dostępność komunikacyjna umożliwiająca dotarcie do danego obszaru. Ocenę potencjału turystycznego dokonano dla sześciu makroregionów, zgodnie z europejską Nomenklaturą Jednostek Terytorialnych do Celów Statystycznych (NUTS 1), wykorzystując wskaźniki: funkcji turystycznej, intensywności ruchu turystycznego i gęstości ruchu, rozwoju oraz gęstości bazy noclegowej, wykorzystania pojemności noclegowej.

Przeprowadzone badania pozwoliły na wyodrębnienie regionów, dla których turystyka odgrywa bardzo istotną rolę w ich rozwoju społeczno-ekonomicznym. Siła twórczej funkcji turystyki jest zależna od wagi, jaką pełni ona w strukturze funkcjonalnej danego regionu.

Bożena Wójtowicz

Wydział Prawa, Administracji i Stosunków Międzynarodowych
Krakowska Akademia im. Andrzeja Frycza Modrzewskiego

Perspektywy rozwoju turystyki w jaskiniach jako obiektach geoturystycznych w Polsce

Prospects for the development of tourism in the caves as objects geotouristic in Poland

Abstrakt

W opracowaniu zaprezentowano walory i atrakcje geoturystyczne jaskiń w Polsce, które zostały udostępnione dla ruchu turystycznego. Przedstawiono ich genezę oraz lokalizację z uwzględnieniem regionów fizycznogeograficznych. Zaprezentowana została historia odkrycia i udostępnienia jaskiń, a także podstawowe dane dotyczące warunków ich zwiedzania. Jaskinie występujące w Polsce posiadają dużą wartość przyrodniczą i cieszą się zainteresowaniem turystów, o czym świadczy stale wzrastająca liczba odwiedzających. Istotnym czynnikiem generującym rozwój turystyki jaskiniowej i geoturystyki jest stworzenie nowatorskiej oferty, która pozwoliłaby na rozwój usług turystycznych w oparciu o przygotowanie do ruchu i przystosowanie ich do zwiedzania. Konieczne jest opracowanie sposobów udostępniania jaskiń dla celów turystycznych i sportowych, szczególnie dla obszarów niepodlegających ochronie prawnej.

Słowa kluczowe: geoturystyka, jaskinie, ruch turystyczny, walory turystyczne, zjawiska krasowe

Abstract

The paper presents the advantages and attractions geotourist caves in Poland, which have been made available for tourist traffic. They presented their origins and location taking into account the physico regions. It was presented as the history of the discovery and sharing of these caves, as well as basic data about the conditions of their visit. Caves found in Poland have high environmental value and captured the attention of tourists, as evidenced by the constantly increasing number of visitors. An important factor in generating the development of tourism and geotourism cave would be to create an innovative offer that would allow the development of tourist services on the basis of ready to move and adapt them to the public. It is necessary to develop ways to share the caves for tourism and sport, especially for areas not subject to legal protection.

Key words: geotourism, caves, tourism, tourist attractions, karst phenomena

Wprowadzenie

Jaskinie, jako miejsca związane z człowiekiem, odwiedzane są przez miliony turystów. Posiadają one niezwykle walory geologiczne, będąc przy tym miejscami kultu i życia ludzi prehistorycznych. Jaskinie są również ważnymi obiektami dla rozwoju nauki. Swoiste elementy litosfery, elementy geosystemu, odsłonięcia skał i struktur geologicznych, formy związane genetycznie ze

specyficznymi procesami geologicznymi (kras, grawitacja, wulkanizm) budzą coraz większe zainteresowanie wśród turystów na całym świecie. Geoturystyka, jako forma turystyki oparta na poznawaniu atrakcyjnych turystycznie stanowisk geologicznych, stanowi doskonale poszerzenie wiedzy z zakresu turystyki przyrodniczej. W ostatnich latach, zarówno w Polsce, jak i na świecie, zwrócono szczególną uwagę na możliwość przygotowania takich obiektów, jak jaskinie, do przyjęcia turystów, tworząc tzw. obiekty geoturystyczne.

Polska, pod względem geologicznym i geomorfologicznym, stanowi interesujący teren posiadający liczne obiekty geoturystyczne. Znajduje się na nim około 4400 jaskiń, które występują głównie na obszarach górskich i wyżynnych, z czego 1800 dostępna jest dla turystów. Wśród nich znajdują się jaskinie geoturystyczne przystosowane do zwiedzania, które są położone głównie na szlakach turystycznych, oraz jaskinie zagospodarowane turystycznie, w których zwiedzanie odbywa się w sposób zorganizowany. Ruch turystyczny w jaskiniach z roku na rok zyskuje na popularności z uwagi na atrakcyjność wizualną, poznawczą i nierzadko pojawiający się element ryzyka, wynikający z trudnej dostępności obiektu. Możliwości sportowe, stwarzane przez największe i najgłębsze systemy jaskiniowe, przyciągają taterników jaskiniowych. Głównym celem penetracji jaskiń są specyficzne, nietypowe, oryginalne zjawiska krasowe (korytarze, szczeliny, sale, kominy, studnie), a zwłaszcza szata naciekowa, których nigdzie indziej nie można obserwować i podziwiać. Jaskinie przyciągają również turystów ze względu na swoje środowisko i mikroklimat panujący wewnątrz.

Cel i przedmiot badań

Przedmiotem badań są jaskinie, jako obiekty geoturystyczne w Polsce i ich walory, które wywierają wpływ na wielkość ruchu turystycznego, jego przestrzenne zróżnicowanie oraz perspektywy rozwoju geoturystyki. Głównym celem badawczym była ocena walorów turystycznych jaskiń zagospodarowanych i w pełni przystosowanych do masowego ruchu turystycznego oraz ich lokalizacja na tle jednostek fizycznogeograficznych. Przedstawiono również historię odkrycia i udostępniania jaskiń, a także ruch turystyczny w wybranych jaskiniach oraz jego natężenie. Ponadto ukazano możliwości rozwoju turystyki w jaskiniach, jako obiektach geoturystycznych, dokonano oceny roli geoturystyki w aspekcie dalszych możliwości wykorzystywania jaskiń w celach poznawczych, edukacyjnych i sportowych. Na podstawie celu głównego i celów szczegółowych sformułowano następujące hipotezy badawcze:

- Polska, to obszar bogaty w dziedzictwo geologiczne i obiekty geoturystyczne;

- Polska posiada potencjał do rozwoju turystyki w jaskiniach, jako obiektach geoturystycznych, dzięki niezwykłym walorom geologicznym, naukowym i kulturowym;
- Jaskinie przystosowane do zwiedzania w Polsce nie prezentują wszystkich typów i regionów, dlatego powinna wzrosnąć ich liczba;
- Przystosowanie jaskiń do zwiedzania i organizacja ruchu turystycznego stanowi właściwą drogę do efektywnej edukacji poznawczej, skutecznej ich ochrony oraz wzrostu bezpieczeństwa osób je odwiedzających;
- Wzrost zainteresowania jaskiniami, jako obiektami geoturystycznymi, z jednej strony przyczynia się do szybkiego rozwoju geoturystyki i edukacji w zakresie geologii oraz geomorfologii, z drugiej zaś obserwuje się negatywny wpływ ruchu turystycznego na szatę naciekową, stanowiska archeologiczne, paleontologiczne, a także florę i faunę.

Metodologia badań

Badania dotyczące perspektyw rozwoju turystyki w jaskiniach, jako obiektach geoturystycznych w Polsce, obejmowały trzy etapy.

Etap pierwszy dotyczył przeglądu literatury dotyczącej problematyki, a także zbierania i oceny materiałów faktograficznych. Uwzględniono w nim metody kameralne, takie jak:

- kwerenda biblioteczna;
- analiza danych uzyskanych z polskich jaskiń turystycznych;
- analiza informacji zawartych na stronie Państwowego Instytutu Geologicznego – Centralny Rejestr Geostanowisk Polski;
- analiza Witryny Portalu CBDG „Jaskinie Polski” prezentującej stan wiedzy o jaskiniach, gromadzony przez Polskie Towarzystwo Przyjaciół Nauk o Ziemi (PTPNo);
- analiza Internetowego serwisu informacyjnego „Jaskinie Polski”;
- analiza dokumentacji jaskiń z różnych regionów Polski.

Oceny materiałów faktograficznych dokonano w oparciu o metody terenowe (ilościowe i jakościowe):

- IDI – indywidualny wywiad wśród przewodników turystycznych jaskiń w liczbie 5;
- obserwacja i opis z autopsji;
- gromadzenie dokumentacji fotograficznej.

Etap drugi dotyczył uporządkowania i opracowania zebranych w trakcie badań kameralnych i terenowych materiałów oraz danych. W tym etapie badawczym wykorzystano metody prezentacji graficznej i metody kartograficz-

ne. Ostatni etap badawczy to opracowanie i przedstawienie wyników. Zastosowano w nim metodę opisowo-analityczną i metody porównawcze.

Geoturystyka jaskiniowa

W polskiej literaturze naukowej oraz w podręcznikach i w inwentarzach jaskiń, jaskinia definiowana jest, jako naturalna pustka podziemna dostępna dla człowieka. Niektórzy badacze, jak podaje J. Urban¹, uwzględniają również minimalną jej długość (wynoszącą zwykle 2–3 m). Terminy jaskinia, pieczara oraz grotta, jako dziedzictwo kulturowe, definiowane są zarówno w encyklopediach, jak i słownikach języka polskiego². Geoturystyka (geoturism), to forma turystyki, która polega na dostarczaniu turystom informacji i zapewnieniu takiej infrastruktury, aby podczas zwiedzania atrakcyjnych miejsc, oprócz doznań estetycznych, mogli oni przyswoić sobie wiedzę potrzebną do zrozumienia geologii i geomorfologii odwiedzanego obszaru³. M. Mika⁴ określił geoturystykę, jako „jedną z form turystyki przyrodniczej, której głównym motywem uprawiania jest zwiedzanie i poznawanie obiektów przyrody nieożywionej”, zaś inne autorki⁵ definiują geoturystykę, jako „poznawanie obiektów i procesów geologicznych”. A. Kowalczyk z kolei podkreśla związki geoturystyki z turystyką zrównoważoną⁶. We wszystkich przytoczonych definicjach pojawia się aspekt poznawczy i edukacyjny geoturystyki oraz związane z nim odpowiednie zagospodarowanie (infrastruktura lub materiały edukacyjne), które taki element poznawczy umożliwią⁷. Dziedzictwo geologiczne obejmuje te składniki naturalnej georóżnorodności, które mają znaczącą wartość dla człowieka, włączając w to badania naukowe, edukację, walory estetyczne, rozwój

¹ J. Urban, *Terminy jaskinia, pieczara i grotta jako dziedzictwo kulturowe*, Prądnik, Prace Muzeum Szafera, 22 Ojców 2012, s. 112–113.

² *Imy słownik języka polskiego*, red. M. Bańko, PWN, Warszawa 2000, s. 561; R. Suski, *O jaskiniach, pieczarach i grotach słów kilka*, [w:] *Materiały 45. Symp. Speleologicznego*, red. M. Gradziński, J. Partyka, Ojców, 20–23.10. 2005.

³ T.A. Hose, *Selling the story of Britain's Stone*, „Environmental Interpretation” 1995, vol. 10 (2), s. 16.

⁴ M. Mika, *Formy turystyki poznawczej*, [w:] *Turystyka*, red. W. Kurek, PWN, Warszawa 2007, s. 200.

⁵ T. Słomka, A. Kicińska-Świdarska, *Geoturystyka – podstawowe pojęcia*, „Geoturystyka” 2004, nr 1, s. 5–7.

⁶ *Turystyka zrównoważona*, red. A. Kowalczyk, PWN, Warszawa 2010.

⁷ E. Pijet-Migoń, *Geoturystyka – nowe możliwości wykorzystania dziedzictwa Ziemi w turystyce. Studium przypadku krainy wygasłych wulkanów w Sudetach Zachodnich*, „Ekonomiczne Problemy Turystyki” 1 (33), Szczecin 2016.

kulturalny i zrozumienie miejsca człowieka na Ziemi⁸. Polska, pod względem georóżnorodności, jest krajem atrakcyjnym dzięki złożoności i różnicowaniu budowy geologicznej, odsłaniającym się na powierzchni terenu licznym elementom krajobrazu, bogactwu form geomorfologicznych, minerałów, nagromadzeń skamieniałości, śladów procesów geologicznych, jakie miały miejsce w przeszłości geologicznej oraz tych zachodzących współcześnie.

Geoturystyka jaskiniowa ściśle związana jest ze środowiskiem, w jakim turysta się porusza, a mianowicie jaskiniami. Najbardziej ogólny podział jaskiń rozróżnia jaskinie pierwotne i wtórne. Jaskinie pierwotne to te, które powstały w jednym procesie razem ze skałą, w której występują. Typowym przykładem takich jaskiń są jaskinie lawowe powstałe podczas krzepnięcia spływających jęzorów lawy. Z kolei jaskinie wtórne powstały już po uformowaniu się skały. Zaliczymy tutaj np. jaskinie tektoniczne, powstałe na skutek uderzeń fal morskich i jaskinie krasowe⁹. Jaskinie krasowe są najczęściej występującym typem jaskiń na terenie Polski, mają największe rozmiary i stanowią główny obiekt zainteresowań geoturystów. Zjawiska krasowe rozwijają się najpełniej na obszarach, gdzie skały mają dużą miąższość i są silnie spękane. Typowymi obszarami krasowymi w Polsce, poza Tatrami, są Wyżyna Krakowsko-Częstochowska, Góry Świętokrzyskie oraz Sudety, zaś kras gipsowy występuje tylko w Niecce Nidziańskiej. Znane są także jaskinie pseudokrasowe, utworzone w skałach nie węglanowych, występujące na obszarze polskich Karpat Fliszowych (Pasma Beskidów) i na Pogórzach. Większość jaskiń w Polsce występuje na obszarach górskich i wyżynnych. Najliczniej w Polsce jaskinie występują na Wyżynie Krakowsko-Częstochowskiej, zwanej też Jurą – znajduje się tu ok. 1800 jaskiń krasowych, w tym ok. 130 o długości przekraczającej 40 m. W Tatrach znanych jest 858 jaskiń o łącznej długości przekraczającej 132,5 km. Tam też znajduje się największa i najgłębsza jaskinia Polski – Jaskinia Wielka Śnieżna. W Sudetach występuje około 200 jaskiń, z których najdłuższa to Jaskinia Niedźwiedzia, położona w Masywie Śnieżnika, o długości 4081 m, deniwelacji 118 m, uważana za najpiękniejszą jaskinię Polski udostępniona dla ruchu turystycznego¹⁰. W Karpatach fliszowych geneza występujących jaskiń związana jest przede wszystkim z ruchami masowymi: osuwiskami, obrywami, działalnością erozyjną. Zinwentaryzowano ponad 1160 jaskiń o łącznej

⁸ G. Dixon, *Geoconservation: an international review and strategy for Tasmania*, Miscellaneous Report, Parks & Wildlife Service, Tasmania 1996, p. 101.

⁹ A. Poniewska, *Turystyka jaskiniowa jako nowa oferta programowa organizatora imprez turystycznych*, Warszawa 2008.

¹⁰ J. Urban, K. Piksa, *Jaskinie nieudostępnione do zwiedzania*, [w:] *Monitoring siedlisk przyrodniczych. Przewodnik metodyczny. Część 4*, red. W. Mróz, Główny Inspektorat Ochrony Środowiska, Warszawa 2015.

długości 21184 m (najwięcej w Beskidzie Śląskim, Beskidzie Niskim i Beskidzie Sądeckim). Interesujący obszar występowania jaskiń krasu gipsowego stanowi Niecka Nidziańska. Znajdują się tu 103 jaskinie, z największą jaskinią wytworzoną w gipsach – Jaskinią Skorocicką o długości 352 m i deniwelacji 5 m. Obszarem wyróżniającym się w występowaniu jaskiń krasowych są również Góry Świętokrzyskie, na obszarze których znajdują się ponad 33 jaskinie. Występują tu m.in.: Chelosiowa Jama o dł. 3670 m, den. 61 m oraz jedna z najpiękniejsza jaskiń krasowych w Polsce, udostępniona do zwiedzania – Jaskinia Raj o dł. 240 m, den. 9,5 m, z bogatą szatą naciekową. Jaskinie turystyczne to jaskinie zwiedzane w sposób zorganizowany, jest ich w Polsce 10, czyli tyle, ile jest jaskiń turystycznych (10), tzw. przystosowanych do zwiedzania (na szlakach turystycznych i ścieżkach edukacyjnych). Większość z nich znajduje się w Tatrach (6) i na Wyżynie Krakowsko-Częstochowskiej (6), pozostałe w Sudetach (3) i Górach Świętokrzyskich (2), po jednej w Beskidach oraz na Pomorzu Gdańskim¹¹.

Poniżej w tabeli 1 przedstawiono lokalizację jaskiń zagospodarowanych i w pełni przystosowanych do masowego ruchu turystycznego na tle jednostek fizycznogeograficznych Polski, wg. Kondrackiego¹².

Tab. 1. Lokalizacja jaskiń Polski na tle jednostek fizycznogeograficznych Polski / Location of caves on the background of Polish units physicogeographica

Jaskinia	Prowincja	Podprowincja	Makroregion
Groty Mechowskie	Niż Środkowoeuropejski	Pobrzeże Południowobałtyckie	Pobrzeże Gdańskie
Raj	Wyżyny polskie	Wyżyna Małopolska	Wyżyna Kielecka
Kadzielnia/Prochownia	Wyżyny polskie	Wyżyna Małopolska	Wyżyna Kielecka
Niedźwiedzia	Masyw Czeski	Sudety z Przedgórzem Sudeckim	Sudety Wschodnie
Ciemna	Wyżyny Polskie	Wyżyna Małopolska	Wyżyna Krakowsko-Częstochowska
Łokietka	Wyżyny Polskie	Wyżyna Małopolska	Wyżyna Krakowsko-Częstochowska
Nietoperzowa	Wyżyny Polskie	Wyżyna Małopolska	Wyżyna Krakowsko-Częstochowska
Wierzchowska	Wyżyny Polskie	Wyżyna Małopolska	Wyżyna Krakowsko-Częstochowska
Smocza Jama	Wyżyny Polskie	Wyżyna Małopolska	Wyżyna Krakowsko-Częstochowska
Mroźna	Karpaty zachodnie z podkarpaciem zachodnim i Północnym	Zewnętrzne Karpaty Zachodnie	Łańcuch Tatrzański

Źródło: opracowanie własne na podstawie: J. Kondracki, *Geografia Polski. Mezoregiony fizycznogeograficzne*. Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 1994.

¹¹ *Ibidem*.

¹² J. Kondracki, *Geografia Polski. Mezoregiony fizycznogeograficzne*, PWN, Warszawa 1994.

Jak widać, większość jaskiń znajduje się w prowincji Wyżyny Polskie, podprovincji Wyżyna Małopolska (7), makroregionie Wyżyna Krakowsko-Częstochowska (5) (obszar ten potocznie zwany jest Jurą) oraz Wyżynie Kieleckiej w Górach Świętokrzyskich (2). Drugim obszarem dużej koncentracji tych obiektów geologicznych jest podprovincja Karpaty Zachodnie z Podkarpaciem. Znajduje się tu zagospodarowana i w pełni przystosowana do masowego ruchu turystycznego Jaskinia Mroźna. Poza prowincją Wyżyny Polskie i prowincją Karpaty Zachodnie z Podkarpaciem, jedna jaskinia turystyczna znajduje się w Masywie Czeskim w Sudetach – jaskinia Niedźwiedzia oraz jedna w podprovincji Pobrzeże Południowo Bałtyckie – jaskinia Groty Mechowskie.

Historia odkrycia i udostępniania jaskiń

Jaskinie na obszarze Polski znane były miejscowej ludności od dawna, o czym świadczą liczne ludowe legendy i podania. Znane są również z jaskiń ślady poszukiwaczy skarbów zachowane w postaci znaków i rysunków naskalnych. Przeprowadzone badania archeologiczne potwierdziły także istnienie obozowisk człowieka pierwotnego w licznych jaskiniach, szczególnie Jury Krakowsko-Częstochowskiej, który wykorzystywał naturalne próżnie skalne jako miejsce schronienia¹³. Początki turystycznego poznania jaskiń w Polsce sięgają I poł. XIX w. i dotyczą głównie regionu Tatr, zaś za pioniera turystyki jaskiniowej uważa się Seweryna Goszczyńskiego, który w swoich zapisach zostawił informacje, że zwiedzanie jaskiń przez niego było umotywowane „ciekawością i doznaniem wrażeń”. Eksploracja jaskiń tatrzańskich była więc początkiem turystycznego, a później naukowego poznania środowiska przyrodniczego jaskiń¹⁴. Podwaliny pod badania naukowe i metodyczne poznania jaskiń wniosło, powstałe w 1873 r., Galicyjskie Towarzystwo Tatrzańskie (późniejsze Polskie Towarzystwo Tatrzańskie). W XIX w. zostały również poznane jaskinie okolic Ojcowa oraz zjawiska krasowe Sudetów, ale podobnie jak w Tatrach wiele obiektów znanych było wcześniej miejscowej ludności. Eksploracja jaskiń odbywała się jednak tylko w częściach ogólnodostępnych i ograniczona była do partii przyotworowych. Spowodowane było to brakiem specjalistycznego sprzętu, umożliwiającego zwiedzanie dalszych fragmentów próżni oraz elementów pionowych jaskini. Pierwsza wycieczka turystyczna z miejscowym przewodnikiem do jaskini wzmiankowana jest w przewodniku W. Eliasza z 1870 r., pt. *Ilustrowany przewodnik do Tatr Pienin i Szczawnicy* i dotyczyła

¹³ J. Partyka, *Ojców i Archeolodzy do Pierwszej Połowy XX wieku*, Materiały 45. Sympozjum Speleologicznego, Ojców, 20–23.10.2011 r., s. 91.

¹⁴ Ch. Parma, A. Rajwa, *Turystyczne jaskinie Tatr. Przewodnik*, wyd. 2 popr., Warszawa 1989.

zwiedzania Jaskini Magurskiej. Natomiast pierwsze badania naukowe jaskiń dotyczyły hydrologii krasu i wykonane zostały dla Jaskini Wodnej pod Pisaną, przez wszechstronnego badacza Tatr – Ludwika Zejsznera. Kolejne badania prowadzone w latach 80. XIX w. prowadzone były przez Gotfryda Ossowskiego i obejmowały zagadnienia z zakresu archeologii¹⁵. Ważne informacje dotyczące jaskiń tatrzańskich podaje szkic z podróży *Naokoło Tatr* Walerego Eliaza, z 1887 roku. Systematyczna inwentaryzacja obiektów jaskiniowych została rozpoczęta przez Jana Gwalberta Pawlikowskiego, który odkrył i opisał grotty znajdujące się w Dolinie Kościeliskiej. Z jego inicjatywy zostały także udostępnione i przystosowane do ruchu turystycznego Jaskinie Mylna i Raptawicka¹⁶.

Spośród dziesięciu udostępnionych turystycznie w Polsce jaskiń dwie zostały opisane kilkaset lat temu: Jaskinia Ciemna i Jaskinia Łokietka. Jaskinia Łokietka była znana od dawna, bowiem pierwsze o niej wzmianki pochodzą z końca XVII w. Od końca XVIII w. stanowiła atrakcję turystyczną – podczas odwiedzin popularnego wówczas Ojcowa zwiedzano ją wraz z sąsiednią Jaskinią Ciemną. W 1927 r. uznana została za zabytek. Najstarsza wzmianka o jaskini, zapisana przez S. Piskorskiego, pochodzi z roku 1691. W roku 1783 przez miejscowego plebana sporządzony został opis tej jaskini, na zlecenie prymasa Polski, M.J. Poniatowskiego, prezesa Komisji Edukacji Narodowej¹⁷. Jaskinia Ciemna wzmiankowana była przez Sebastiana Piskorskiego w 1691 roku. W latach 80. XVIII w. dwukrotnie odwiedził ją Hugo Kołataj (1798 i 1805), jak również przebywał w niej Stanisław Staszic. W 1787 r. zwiedził ją król Stanisław August Poniatowski przy okazji pobytu w Krakowie, Pieskowej Skale i Ojcowie¹⁸. Prawdopodobnie obie traktowane były jako miejsce schronienia. Kolejne dwie jaskinie odkryto w XIX wieku, a były to: Nietoperzowa i Wierchowska (1866 i 1853). Jaskinia Smocza Jama, jak i inne w obrębie Wzgórza Wawelskiego, znana była od dawna. Wspomina o nich już Jan Długosz, jednak pierwsza pisemna wzmianka o tej jaskini pochodzi z I połowy XVI w. Jednakże pierwsze badania naukowe Smoczej Jamy prowadzono w drugiej połowie XIX w. (prof. Alojzy Alth w 1874)¹⁹. W ciągu lat stopień poznania tych obiektów geologicznych stał się coraz dokładniejszy dzięki ich eksploracji, zarówno przez amatorów, jak też speleologów. W tabeli 2 Przedstawione zostały

¹⁵ S. Zwoliński, *W podziemiach tatrzańskich*, Wydawnictwa Geologiczne, Warszawa 1987.

¹⁶ *Ibidem*.

¹⁷ W. Wiśniewski, *Jaskinie ojcowskie w piśmiennictwie staropolskim i Oświecenia (do końca XVIII w.)*, Materiały 31. Sympozjum Speleologicznego [Sekcji Speleologicznej Polskiego Towarzystwa Przyrodników im. Kopernika], 1997.

¹⁸ J. Partyka, *Przewodnik Ojcowski Park Narodowy*, Warszawa 1979.

¹⁹ J. Motyka, M. Gradziński, K. Rózkowski, A. Górny, *Chemistry of cave water in Smocza Jama, city of Kraków*, „Annales Soc. Geol. Poloniae” 2005, 75, s. 189–198.

informacje dotyczące parametrów jaskiń, a także dat ich odkrycia i udostępnienia do zwiedzania.

Tab. 2. Parametry jaskiń turystycznych Polski zwiedzanych w sposób zorganizowany / Parameters of the caves visited Polish tourist in an organized manner

Nazwa jaskini	Rok odkrycia/ pierwsza wzmianka	Rok udostępnienia	Długość jaskini w m	Długość trasy turystycznej
Grotty Mechowskie	1818	1949	65	61
Raj	1963	1972	240	180
Kadzielnia/Prochownia	1959	2012	400	150
Niedźwiedzia	1966	1983	4100	700
Ciemna	1691		230	186
Łokietka	1691	1924/1987	320	270
Nietoperzowa	1866		326	300
Wierzchowska	1853	1996	975	700
Smocza Jama	Przełom XII/XIII w.	1974	276	82
Mrożna	1934	1953	773	773

Źródło: opracowanie własne.

Walory geoturystyczne jaskiń na terenie Polski

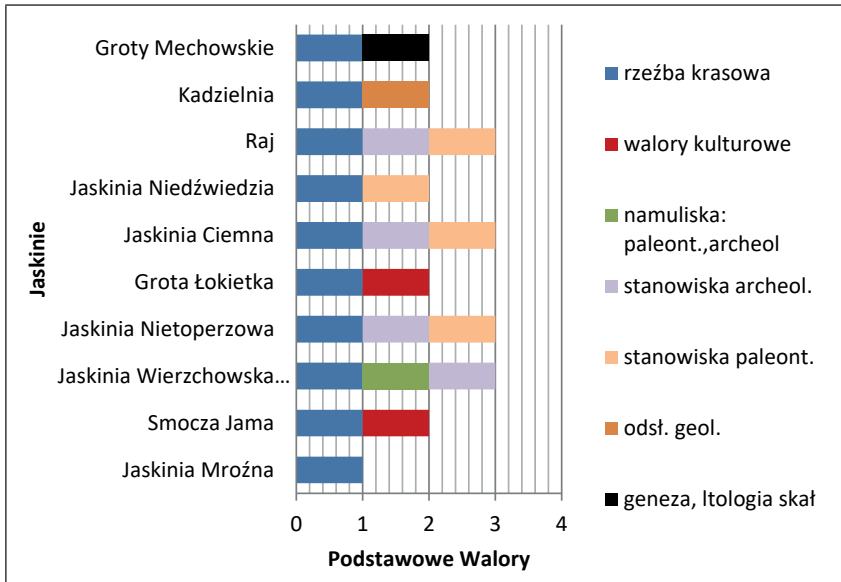
Jaskinie geoturystyczne zagospodarowane i w pełni przystosowane do masowego ruchu turystycznego, posiadają zwykle podobne, typowe dla jaskiń krasowych, walory dziedzictwa geologicznego. Dwie jaskinie (Niedźwiedzia i Ciemna) reprezentują typowe dla jaskiń krasowych walory o bardzo wysokich wartościach naukowo-edukacyjnych. Jaskinie Mechowska i Kadzielnia mają nietypowe wartości naukowo-edukacyjne. Z kolei jaskinie Smocza Jama i Łokietka charakteryzują się wysokimi wartościami kulturowymi. Jaskinia Raj, Ciemna, Nietoperzowa, Wierzchowska i Niedźwiedzia posiadają stanowiska archeologiczno-paleontologiczne (ryc. 1).

Jak już wcześniej wspomniano, na terenie Wyżyny Krakowsko-Częstochowskiej występuje pięć jaskiń udostępnionych dla ruchu turystycznego. Są to: Smocza Jama (Kraków), Nietoperzowa, Wierzchowska Górna, Grota Łokietka, Ciemna.

Smocza Jama jest jaskinią krasową położoną pod Wzgórzem Wawelskim, jedną z turystycznych atrakcji Krakowa. Według legendy zamieszkiwana była niegdyś przez Smoka Wawelskiego. Łączna długość jej podziemi wynosi 270 m, a maksymalna wysokość jaskini to 10 m. Trasa udostępniona do zwiedzania liczy 81 m i obejmuje zejście dawną studnię austriacką oraz oddzielone przewężeniami 3 komory skalne. Wnętrze jaskini uformowało się 12–1,6 mln lat temu w wyniku procesów rzeźbotwórczych (krasowych). Od VII w. jest ona

stale uczęszczana przez człowieka. Pierwszą informację o jaskini podał, wraz z legendą o smoku wawelskim, Mistrz Wincenty zw. Kadłubkiem w *Kronice polskiej* (XII/XIII w.)²⁰.

Ryc. 1. Podstawowe walory jaskiń zagospodarowanych i w pełni przystosowanych do masowego ruchu turystycznego w Polsce / The basic values of caves developed and fully adapted to the mass tourism in Poland



Źródło: opracowanie własne.

Jaskinia Nietoperzowa leży w grupie skał górnej części Doliny Będkowskiej, położona 447 m n.p.m., o długości 306 m. Należy do jednych z największych jaskiń Jury Krakowsko-Częstochowskiej. Nazwa jaskini pochodzi od znalezionych w niej bogatych szczątków kopalnych i współcześnie żyjących gatunków nietoperzy. Na uwagę zasługuje wodospad naciekowy w początkowej części jaskini oraz liczne kotły wirowe na stropie w głębszych jej partiach²¹. Z punktu widzenia archeologicznego Jaskinia Nietoperzowa znana jest przede wszystkim, jako stanowisko górnopaleolityczne, datowane na 38 000 lat wstecz, będące obozowiskiem łowców niedźwiedzia jaskiniowego. Łowcy jержmanowscy byli przedstawicielami grup ludzkich, określanymi już jako *homo sapiens* (człowiek myślący)²².

²⁰ O. Paul, *Smocza Jama*, „Informator Jaskinie Wyżyny” nr 9, marzec–kwiecień 1996.

²¹ <http://www.nietoperzowa.ojcow.pl> [dostęp: 6.05.2016].

²² <http://orlegniazda.pl/Poi/Pokaz/159907> [dostęp: 6.05.2016].

Jaskinia Wierzchowska Górna jest drugą pod względem długości jaskinią na Wyżynie Krakowsko-Częstochowskiej. Jaskinia Wierzchowska powstała w wapieniach górnourajskich, stanowi przykład podziemnej formy krasowej. Ma złożony system korytarzy i komór. Posiada trzy otwory wejściowe skierowane na północny zachód. Korytarze jaskini mają łącznie 975 m długości²³. Jest najdłuższą przystosowaną do zwiedzania jaskinią w Polsce. Prowadzi przez nią wytyczona trasa wiodąca poprzez kręty Przesmyk Długi, Salę z Kotłami i Hotelik do największej komory jaskiniowej, Sali Balowej oraz dalej do Sali Człowieka Pierwotnego. Można spotkać nietoperze (głównie podkowce małe) oraz pająki – sieciarze jaskiniowe²⁴.

Jaskinia Łokietka (dawniej znana jako Jaskinia Królewska). Jest największą i najpiękniejszą ze znanych jaskiń Ojcowskiego Parku Narodowego. Składa się z dwóch dużych komór oraz kilku korytarzy, ich łączna długość wynosi 320 m. Stanowi ona przykład typowej jaskini krasowej o rozwinięciu poziomym, położonej w Dolinie Szępowskiej w północno-zachodnim zboczu Chełmowej Góry w obrębie Ojcowskiego Parku Narodowego. Pierwsze wzmianki o niej pochodzą z końca XVII. Od końca XVIII w. stanowiła atrakcję turystyczną²⁵.

Jaskinia Ciemna, o długości 230 m, zaliczana jest do najcenniejszych stanowisk archeologicznych w Polsce. Stanowi pewien fragment dawnego systemu podziemnych korytarzy i komór. Jaskinia składa się z obszernej komory, przechodzącej dalej w zwężający się korytarz. Komora wstępna jest największą ze wszystkich znanych na Wyżynie Krakowsko-Częstochowskiej. Jej długość wynosi około 90 m, szerokość 20 m, a wysokość dochodzi miejscami nawet do kilkunastu metrów. Niestety szata naciekowa jest uboga, ponieważ w znacznym stopniu została zniszczona już w XIX w. oraz w okresie późniejszym, kiedy udostępniono ją do zwiedzania. W 1691 roku o jaskini pisał już Sebastian Piskorski, a w latach 80. XVIII w. odwiedzali ją znani uczeni: Hugo Kołłątaj (1798 i 1805) i Stanisław Staszic²⁶.

Jaskinia Raj jest jedną z najbardziej znanych atrakcji turystycznych Gór Świętokrzyskich i jedną z najpiękniejszych jaskiń krasowych naszego kraju. Zachwyca bogactwem i różnorodnością kalcytowych form naciekowych. Występują tutaj skupiska stalaktytów o unikatowym, na skalę światową, zagęszczeniu. Jaskinia uznana została za rezerwat przyrody nieożywionej i stanowisko archeologiczne²⁷. Od 1972 roku udostępniona została dla ruchu tury-

²³ W. Kołodziej, *Jaskinia Wierzchowska*, Wydawnictwo Karpaty Andrzej Łączyński, Kraków 1997.

²⁴ A.Górny, M. Szelerewicz, *Jaskinia Wierzchowska Górna – Przewodnik Turystyczny*, Wydawnictwo PTTK Kraj, Warszawa–Kraków 1984.

²⁵ Ch. Parma, *Najpiękniejsze jaskinie*, Wydawnictwo Voyager, Warszawa 1992.

²⁶ J. Partyka, *Przewodnik Ojcowski Park Narodowy*, Warszawa 1979.

²⁷ R. Garus, *Jaskinia „Raj”*, Kielce: Agencja „JP”, 2005.

stycznego wyłącznie pod opieką przewodnika. Korytarze jaskini wytworzone zostały w wapieniach środkowego dewonu, które ok. 360 milionów lat temu powstały na dnie płytkiego morza. Rozwój jaskini zachodził w kilku etapach, głównie pod koniec trzeciorzędu i w czwartorzędzie. Wyróżnia się dobrze zachowaną szatą naciekową. Korytarze powstały w dewonie ok. 350 mln lat temu. W późnym trzeciorzędzie i czwartorzędzie jaskinia się powiększała. Zamieszkiwana była przez neandertalczyków. W samej jaskini można obejrzeć bogate i różnorodne formy naciekowe, czasem o oryginalnych kształtach, jak: stalaktyty, stalagmity, kolumny naciekowe i „perły” jaskiniowe, jeziorka oraz „pola ryżowe”²⁸.

Kadzielnia/Prochownia to połączony w trasę turystyczną zespół jaskiń, znajdujący się we wzgórzu Kadzielnia na terenie Kielc²⁹. Jaskinie zostały odkryte podczas eksploatacji wapieni dewońskich, która trwała na Kadzielni do 1962 roku. Aktualnie Trasa liczy około 160 metrów długości. System jaskiniowy – jaskinia Odkrywców–Prochownia–Szczelina na Kadzielni jest największym obiektem podziemnym na Kadzielni. Jaskinie powstały w wyniku działania procesów krasowych. W jaskiniach Kadzielni występują formy i zjawiska charakterystyczne zarówno dla skał budujących wzgórze, jak i dla procesów związanych z systemem krasowym (jaskiniowym). Do najważniejszych z nich należy zaliczyć:

- struktury i organizmy charakterystyczne dla dawnego dewońskiego morza (głównie skamieniałości koralowców, ramienionogów, liliowców, głownogów i innych żyjących wówczas zwierząt), głównie stalagmity, polewy naciekowe oraz nieliczne stalaktyty o różnym wieku i wykształceniu zawierające czasami szczątki kostne (namuliska gliniaste, manganowe, kości nietoperzy);
- procesy tektoniczne i mineralizacyjne (uskoki, żyły kalcytowo-galenowo-barytowe);
- kształty korytarzy jaskiniowych i rzeźba ich ścian, jako wynik działania korozji krasowej (charakterystyczne gruszkowate przekroje);
- nacieki jaskiniowe (głównie stalagmity, polewy naciekowe oraz nieliczne stalaktyty);
- namuliska jaskiniowe o różnym wieku i wykształceniu zawierające czasami szczątki kostne (namuliska gliniaste, manganowe, kości nietoperzy)³⁰.

²⁸ M. Boczarowa, *Odkrycie nowej jaskini w Górach Świętokrzyskich*, „Przegląd Geologiczny”, R. 13, nr 3, Warszawa 1965, s. 128–130.

²⁹ A. Kasza, *Nowe odkrycia w jaskiniach Kadzielni*, „Jaskinie” 2009, 1(54), s. 30–31.

³⁰ J. Urban, *Jaskinie regionu świętokrzyskiego*, Pol. Tow. Przyjaciół Nauk o Ziemi, Warszawa 1996.

Fot. 1. Filary o fantazyjnych formach w jaskini Mechowskiej /
Pillars of fancy forms in the cave Mechowska



Źródło: fot. Bożena Wójtowicz.

Groty Mechowskie, Jaskinia Mechowska położona jest w obrębie Wysoczyzny Żarnowieckiej, wytworzona w osadach fluwioglacjalnych zlodowacenia bałtyckiego. Stanowi dużą osobliwość geologiczną w skali Niziu Środkowo-europejskiego, chronioną od 1955 roku jako pomnik przyrody nieożywionej. Powstała na skutek wypłukiwania piasku pomiędzy skał osadowych scementowanych przez związki wapnia. Wejście tworzą filary o fantazyjnych formach, które podtrzymują też strop wewnątrz. Grota jest niska i tylko część została udostępniona do zwiedzania. Odkryto ją w 1818 roku, a już w 1908 roku władze pruskie uznały ją za pomnik przyrody³¹. Jak już wspomniano, najstarsza

³¹ <http://www.polskieszlaki.pl/groty-mechowskie.htm> [dostęp: 10.06.2016].

wzmianka o jaskini w Mechowie pochodzi z 1818 roku, była ona jednak znana okolicznej ludności znacznie wcześniej. Wtedy też dokonano jej pierwszych pomiarów. Geneza powstania jaskini jest złożona. Rozwinęła się w gruboziarnistych piaskowcach i zlepieńcach scementowanych spoiwem kalcytowym. Jaskinia posiada kilka otworów; charakterystyczne są skalne kolumny z piaskowca o większej odporności. Prześwity pomiędzy nimi prowadzą do dalszych części, w tym dosyć rozległej salki, gdzie kończy się trasa turystyczna. W głąb wzgórza morenowego biegnie niski korytarz kilkudziesięciometrowej długości. Występują w nim następujące formy naciekowe: niewielkie stalaktyty, żebra i polewy, częściowo zabarwione na kolor czerwony, dzięki obecności związków żelaza rozpuszczonych w wodzie³².

Jaskinia Niedźwiedzia – najdłuższa jaskinia w Sudetach, położona jest w Masywie Śnieżnika, w dolinie Kleśnicy, w pobliżu wsi Kletno. Odkryta została podczas eksploatacji kamieniołomu marmuru w 1966 roku, w obrębie wzniesienia Stroma (1166 m n.p.m.). Jaskinia Niedźwiedzia jest najdłuższą i posiadającą największą deniwelację jaskinią Sudetów. Korytarze jaskini pokrywają liczne formy naciekowe. Okazałe stalaktyty, stalagmity, stalagnaty, kaskady, kopuły, misy martwicowe oraz draperie naciekowe uważane są za jedne z najciekawszych elementów szaty naciekowej w polskich jaskiniach. W jaskini tej stwierdzono również występowanie Radonu (Rn)³³.

Ruch turystyczny w jaskiniach polskich

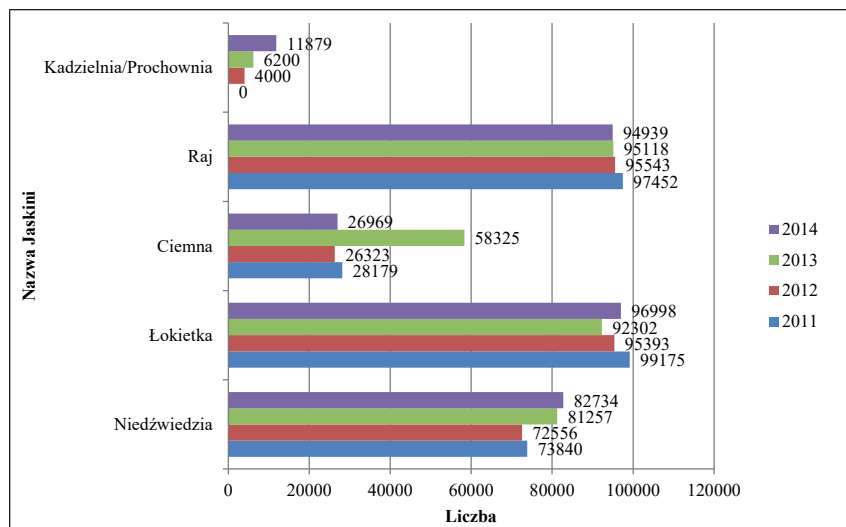
O atrakcyjności jaskiń świadczy liczba odwiedzających je turystów. Ponad 1 milion turystów odwiedziło jaskinie przystosowane do zwiedzania, w tym w sposób zorganizowany – 857 tys. W latach 2013–2014 było ich w pięciu jaskiniach ponad 640 tys. (ryc. 2). Od 2011 roku, kiedy to liczba turystów przekroczyła w czterech jaskiniach ponad 299 tys., obserwuje się w niektórych z nich (jaskinia Niedźwiedzia, jaskinia Kadzielnia/Prochownia) systematyczny, acz niewielki wzrost turystów, a także systematyczny ich spadek w takich jaskiniach, jak: Jaskinia Raj, którą w 2011 roku odwiedziło ponad 97 452 osoby, a w roku 2014 niespełna 95 tys. Z kolei w jaskini Łokietka występowały wahania w liczbie turystów, których w 2011 roku było ponad 99 tys., w 2012 roku o 4 tys. mniej, a w 2014 roku nastąpił wzrost do około 97 tys. Istotne zmiany w wielkości ruchu turystycznego w latach 2011–2014 miały miejsce w jaskini Ciemnej, w której w roku 2013 odnotowano największą liczbę odwiedzających

³² J. Baryła, *Jaskinia w Mechowie*, Kraków 1999.

³³ T. Przylibski, *Radon w powietrzu jaskiń i innych podziemnych obiektów turystycznych*, Prace Naukowe Instytutu Górnictwa Politechniki Wrocławskiej, Nr 102, Studia i Materiały Nr 29, Górnictwo i Geologia VI. 2002, s. 167–179.

– ponad 58 tys. – w porównaniu do lat 2012 i 2014, w których odnotowano blisko 27 tys. Możliwe, że tendencje spadkowe turystów odwiedzających jaskinie związane są z zainteresowaniem Polaków jaskiniami poza granicami kraju, gdzie podobne obiekty można spotkać na Słowacji, w Czechach, Niemczech czy też Austrii.

Ryc. 2. Ruch turystyczny w wybranych jaskiniach Polski w latach 2011–2014 / Tourist traffic in Polish caves in 2011–2014



Źródło: opracowanie własne.

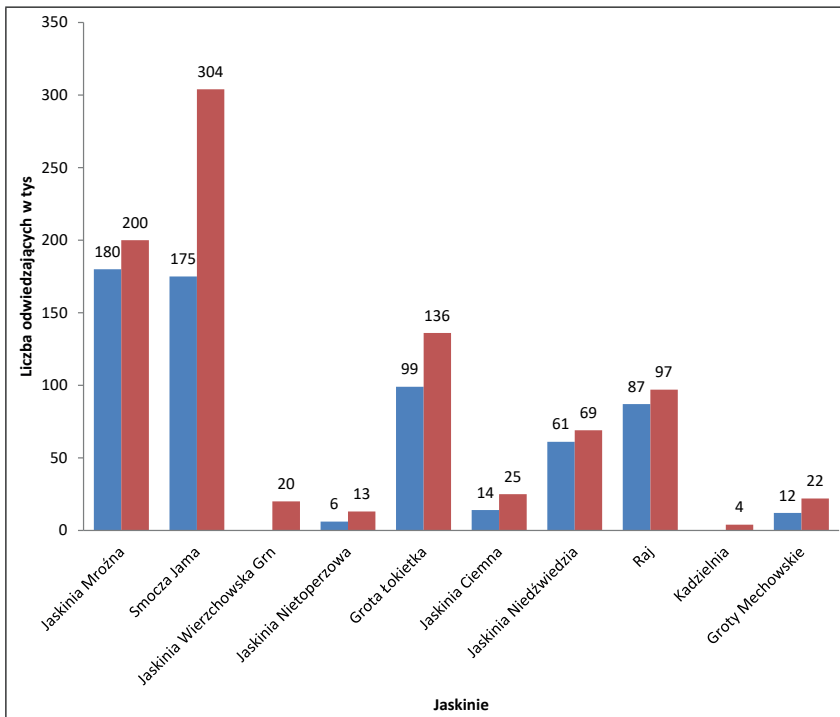
Na ruch turystyczny duży wpływ ma również ograniczony okres zwiedzania, ze względu na aktywną ich ochronę. Jaskinia Ciemna jest udostępniona do zwiedzania tylko od maja do września, Smocza Jama i Jaskinia Nietoperzowa od kwietnia do listopada, Jaskinia Mroźna od maja do października, a Jaskinia Niedźwiedzia i Jaskinia Raj ma ponadto ograniczony nie tylko okres zwiedzania, który trwa od lutego do listopada, ale również liczbę zwiedzających, co może mieć istotny wpływ na wielkość ruchu turystycznego. Niewielka jest liczba osób zwiedzających jaskinie w miesiącach zimowych, co wynika to z faktu, że część z tych obiektów od grudnia do lutego jest zamknięta dla ruchu turystycznego.

Dynamika ruchu turystycznego w poszczególnych jaskiniach

Jak już uprzednio wspomniano, liczba turystów odwiedzających poszczególne jaskinie jest różna. Przyczynę tego stanowią: atrakcyjność samej jaskini, jej for-

my naciekowe, sposób jej zwiedzania, a także dostępność komunikacyjna. Największym zainteresowaniem na terenie Polski cieszy się jaskinia Smocza Jama w Krakowie, w której odnotowano największą liczbę turystów w zagospodarowanych i w pełni przystosowanych do masowego ruchu turystycznego jaskiniach Polski, ponad 304 tys. osób (ryc. 3), a najmniejszą – około 175 tys. O tak dużej liczbie turystów zadecydowały zapewne: rzeźba krasowa (kras hipogeniczny), walory kulturowe (zabytek kultury) oraz to, że jako jedyna z jaskiń położona jest na terenie Krakowa – miasta odwiedzanego przez największą liczbę turystów (rocznie około 10 milionów), niebagatelny jest także fakt, że największa liczba wycieczek szkolnych przypada na przełomie maja i czerwca. Pomimo ograniczenia wynikającego z jej dostępności (czynna od kwietnia do listopada) obserwuje się stały wzrost liczby zwiedzających.

Ryc. 3. Liczba turystów odwiedzających jaskinie potencjalnie geoturystyczne w Polsce / The number of tourists visiting the caves potentially geotourist in Poland



Źródło: na podstawie J. Urban: <https://www.targikielce.pl/geoexpo/prezentacje/jaskinie.pdf> [dostęp: 10.06.2016].

Drugą jaskinią geoturystyczną, zagospodarowaną i w pełni przystosowaną do masowego ruchu turystycznego, najliczniej odwiedzaną jest jaskinia Mroźna,

w której zanotowano 200 tys. turystów i tu różnice w porównaniu z najmniejszym natężeniem są mniej istotne, ponieważ liczba turystów spadła tylko o 20 tys. i wyniosła 180 tys. odwiedzających (ryc. 3). Na trzecim miejscu plasuje się jaskinia Łokietka, w której największa liczba turystów, jaką odnotowano, wynosiła ponad 136 tys., a generuje ją w dużym stopniu szkolny ruch turystyczny. Najmniejszą liczbę turystów odnotowano w jaskini Kadzielnia/Prochownia, którą odwiedziło tylko 4 tys. turystów (dane uwzględniają tylko lipiec–sierpień 2015).

Różnorodne czynniki wpływają na ruch turystyczny w jaskiniach. Do najważniejszych z nich należą:

- dostępność jaskiń związana z położeniem w centrach turystycznych, np. Smocza Jama;
- rzeczywiste walory dziedzictwa geologicznego i promocja geoturystyczna. Przykładem jest Jaskinia Niedźwiedzia, Jaskinia Raj;
- tradycje kulturowe (Smocza Jama, Jaskinia Wierchowska, Jaskinia Nietoperzowa, Jaskinia Łokietka, Jaskinia Ciemna);
- ograniczenia prawne dotyczące jaskiń objętych ochroną przyrody: Groty Mechowskie, (pomnik przyrody), Jaskinia Raj (rezerwat przyrody), Jaskinia Niedźwiedzia (rezerwat przyrody);
- bardzo różna własność i sposób zarządzania (użytkownicy jaskiń). Połowa spośród wszystkich jaskiń geoturystycznych, zwiedzanych w sposób zorganizowany, ma użytkowanie prywatne (Jaskinia Mroźna – w Tatrzańskim PN; Jaskinia Nietoperzowa, Jaskinia Wierchowska – pomniki przyrody; Jaskinia Niedźwiedzia, Jaskinia Raj – rezerwaty przyrody; Kadzielnia – Geopark Kielce). Jaskinia Groty Mechowskie (pomnik przyrody) jest zarządzana i we własności administracji lokalnej. Z kolei użytkownikiem i zarządcą Groty Łokietka oraz Jaskini Ciemnej jest Ojcowski Park Narodowy. Jaskinia Smocza Jama jest zabytkiem kultury zarządzanym przez Muzeum Narodowe.

Podsumowanie

Turystyka jaskiniowa jest jedną z form geoturystyki pozwalającą na aktywne spędzenie wolnego czasu i poznawanie atrakcji przyrodniczych oraz krajobrazowych odwiedzanego regionu. Na terenie Polski znajduje się około 4400 jaskiń, z czego 1800 jest udostępniona dla turystów, w obrębie których turystyka jaskiniowa mogłaby być z powodzeniem realizowana, uwzględniając przy tym jednocześnie różne typy i regiony. Istotnym czynnikiem generującym rozwój turystyki jaskiniowej i geoturystyki byłoby stworzenie nowatorskiej oferty, która pozwoliłaby na rozwój usług turystycznych w oparciu o przygotowane

do ruchu i przystosowanie jaskiń do zwiedzania w formie podziemnych tras turystycznych lub udostępnienia ich do samodzielnego zwiedzania w sposób bezpieczny, z wykorzystaniem podstawowych technik poruszania się. Należy w tym celu uwzględnić preferencje i oczekiwania osób odwiedzających dany region: infrastrukturę tworzącą trasę turystyczną czy szlak geoturystyczny, a także zagospodarowanie turystyczne samej okolicy. Istotne jest również, by przebieg tras przeznaczonych dla turystyki jaskiniowej uwzględniał jednocześnie promowanie innych atrakcji krajoznawczych regionu, zarówno przyrodniczych, jak i kulturowych. Ponieważ większość jaskiń znajduje się na obszarach parków narodowych, rezerwatów przyrody, parków krajobrazowych, goturystryka jaskiniowa powinna uwzględniać ochronę przyrody zgodnie z zasadami zrównoważonego rozwoju. Geoturystyka jaskiniowa pozwala również na zapoznanie się z obiektami przyrody nieożywionej, o których do tej pory turyści jedynie mogli słyszeć, oraz poszerzenie wiedzy na temat geologii i geografii³⁴.

Wychodząc naprzeciw oczekiwaniom turystów, poza zwiedzaniem obiektów jaskiniowych oferowane są różne działania związane z turystyką jaskinią: zajęcia terenowe, edukacja ekologiczna, szkolenia i kursy z zakresu bezpieczeństwa czy podstawowych technik poruszania się po jaskiniach, a także wykłady dotyczące środowiska jaskiń i ich środowiska.

Propozycje

Jaskinie przystosowane do zwiedzania w Polsce nie prezentują wszystkich typów i regionów, dlatego powinna wzrosnąć ich liczba. Przystosowanie jaskiń do zwiedzania i organizacja ruchu turystycznego stanowi właściwą drogę do ich skutecznej ochrony oraz efektywnej edukacji poznawczej, a także wzrostu bezpieczeństwa osób je odwiedzających. Konieczne jest opracowanie sposobów udostępniania jaskiń dla celów turystycznych i sportowych, szczególnie dla obszarów niepodlegających ochronie prawnej.

Wiedza o jaskiniach powinna być uwzględniana w planach zagospodarowania przestrzennego dla tych regionów, na obszarze których występują, ponieważ może to mieć istotne znaczenie dla podejmowanych inwestycji, szczególnie: drogownictwa, infrastruktury wodno-kanalizacyjnej oraz gospodarki odpadami. Poprzez geoturystykę jaskiniową można realizować zarówno cele krajoznawcze, poznawcze, patriotyczne, jak i rekreacyjno-zdrowotne.

³⁴ K. Przeclawski, *Człowiek a turystyka. Zarys socjologii turystyki*, Kraków 1997.

Katarzyna Gmyrek-Gołąb

Wydział Turystyki i Rekreacji
Akademia Wychowania Fizycznego w Krakowie

Wspinaczka skałkowa w Dolinie Będkowskiej

The rock climbing in Bedkowska Valley

Abstrakt

Dolina Będkowska jest obszarem chronionym, który w pełni wykorzystuje swój potencjał krajobrazowy i przyrodniczy do uprawiania różnych form turystyki, w tym wspinaczki skałkowej. Wspinaczka wydaje się być dyscypliną, która intensywnie ingeruje w środowisko przyrodnicze, czego dowodem może być konieczność przystosowania skał i wytyczanie dróg wspinaczkowych. Osoby uprawiające wspinaczkę, mimo braku odpowiednich regulacji prawnych, wykształciły sposób działania, który w pełni respektuje zasady zrównoważonego rozwoju. Sami wspinacze bardzo pozytywnie oceniają przystosowanie doliny dla potrzeb wspinaczki. Na terenie doliny działa wiele organizacji, których zadaniem jest koordynacja i popularyzacja wspinaczki skałkowej zgodnie z powyższymi zasadami. Dolina Będkowska może być wzorem zagospodarowania obszaru chronionego, jakim są parki krajobrazowe, z którego przykład mogą brać inne obszary wspinaczkowe.

Słowa kluczowe: Dolina Będkowska, obszar chroniony, park krajobrazowy, rozwój zrównoważony, wspinaczka skałkowa, zagospodarowanie turystyczne

Abstract

The Bedkowska Valley this is the protected area, which fully uses the landscape and natural potential, to go in for the various form of the tourism, like rock climbing. The climbing seems to be the sport discipline, which intensive interferes in the natural environment what in consequences requires adaptation of rocks and establish of trails. People who are practicing this sport discipline, although lack of the adequate legal regulations, have created the own principles, which respect the rules of balanced development. Sole climbers evaluate very positively the preparation of the valley for this specific sport. There are various of organizations, which main goal it is coordination and popularization of the rock climbing in line with above rules. Bedkowska Valley can be an excellent sample of the developed protected territory for other climbing areas.

Key words: Bedkowska Valley, protectet area, balanced development, landscape park, rock climbing, tourist development

Wprowadzenie

Postrzeganie atrakcyjności turystycznej danego terenu w dużej mierze uzależnione jest od możliwości przystosowania go do uprawiania różnych form turystyki, dlatego pojęcie zagospodarowania turystycznego i rekreacyjnego jest zagadnieniem złożonym oraz wieloaspektowym. Biorąc pod uwagę ewolucję pojęcia zagospodarowania turystycznego i rekreacyjnego zauważyć można, że pierwsze definicje wydają się być chaotyczne, a pojęcia w nich słabo spre-

cyzowane. W późniejszych definicjach, obok potrzeb turystów, zaczęto podkreślać potrzeby ludności miejscowej, ochronę środowiska oraz możliwości ekonomiczne i techniczne terenu. Wpływ na zmianę podejścia do planowania turystycznego miało wprowadzenie do nauki pojęcia rozwoju zrównoważonego¹. W literaturze przedmiotu można zauważyć wiele różnych podejść do zagospodarowania, ale bez wątpienia w planowaniu inwestycji turystycznych niezbędna jest obserwacja zmieniających się zarówno wymagań, przemian społeczno-ekonomicznych oraz przekształceń środowiska przyrodniczego, jak również zmieniających się potrzeb turystów i konieczności zapewnienia im interesujących produktów².

Szczególnie rozważnie należy gospodarować przestrzenią na obszarach chronionych. Parki krajobrazowe, do których należy Dolina Będkowska, zgodnie z ustawą o ochronie przyrody z 2004 roku, obejmują obszary chronione ze względu na wartości przyrodnicze, historyczne i kulturowe oraz walory krajobrazowe – w celu zachowania, popularyzacji tych wartości w warunkach zrównoważonego rozwoju.

Jedną z form popularyzacji tych wartości jest możliwość zagospodarowania takiego obszaru chronionego na potrzeby różnych form turystyki.

Planując przestrzeń obszarów chronionych należy pamiętać, że z jednej strony atrakcyjność walorów turystycznych decyduje o formie zagospodarowania turystycznego, z drugiej natomiast poziom tego zagospodarowania wpływa na dostępność i atrakcyjność obszaru recepcyjnego i możliwość uprawniania różnych form turystyki.

W niniejszym opracowaniu podjęto próbę odpowiedzi na pytania – w jaki sposób Dolina Będkowska przystosowana jest dla potrzeb jednej z form turystyki, jaką jest wspinaczka skałkowa, i czy w zagospodarowaniu turystycznym doliny zachowane są zasady zrównoważonego rozwoju.

Wspinaczka skałkowa z roku na rok zyskuje coraz większą popularność za sprawą zwiększania się dostępności rejonów wspinaczkowych. Wspinaczka to pokonywanie terenu górskiego (taternictwo, alpinizm, himalaizm itp.), a także jaskiń (alpinizm jaskiniowy), skał lub sztucznej ściany wspinaczkowej (wspinaczka skałkowa), które znajdują się poza górami, z zamiarem wejścia na szczyt lub przejścia określonej drogi, przy użyciu nóg oraz rąk, a także innych części ciała (np. pleców do wspinania się w kominach)³.

¹ K. Gmyrek-Gołąb, *Rola statutowych uzdrowisk karpaccich w odnowie psychosomatycznej człowieka – praca doktorska*, Kraków 2010.

² K. Gmyrek-Gołąb, M. Łabaj, *Metodyka Zrównoważonego zagospodarowania turystycznego gminy*, [w]: *Sporty zimowe, strategia rozwoju, badania naukowe*, red. S. Krasicki, Kraków 2005.

³ M. Nycz, *Adaptacja Doliny Będkowskiej na potrzeby wspinaczki skałkowej – praca magisterska*, Kraków 2015.

Można wyróżnić dwa rodzaje wspinaczki: klasyczną oraz wspinaczkę przy użyciu sztucznych ułatwień.

We wspinaczce wyróżnia się kilka dyscyplin, które różnią się rodzajem wysiłku, trudnością oraz techniką ruchu. Do dyscyplin tych zaliczamy:

- wspinaczkę halową, która polega na wspinaniu się po sztucznych ściankach wspinaczkowych;
- bouldering, który charakteryzuje się wspinaniem po małych formacjach skalnych na niskiej wysokości, bez użycia sprzętu do asekuracji;
- wspinaczkę skałkowa, która polega na wspinaniu się w skałach na drogach jedno lub wielowyciągowych; dzieli się ona na dwa style – pierwszym z nich jest wspinanie klasyczne, czyli wspinaczka z użyciem własnego sprzętu do asekuracji, drugim jest styl sportowy, który charakteryzuje się wspinaniem po drogach ubezpieczonych;
- alpinizm, czyli wspinaczka wysokogórska; charakteryzuje się wspinaniem po dużych ścianach górskich (Tatry, Dolomity, Alpy itp.) oraz w górach wysokich (Kaukaz, Andy, Himalaje); wymaga wieloletniego doświadczenia oraz ogromnej ilości sprzętu⁴.

Na terenie Doliny Będkowskiej uprawia się przede wszystkim wspinaczkę skałkową oraz w mniejszym stopniu bouldering.

Dolina Będkowska jako miejsce uprawiania wspinaczki skałkowej

Dolina Będkowska to jedna z siedmiu dolin wchodzących w skład Parku Krajobrazowego Dolinki Podkrakowskie, obejmującego również Dolinę Kluczwozdy, Bolechowicką, Kobyłańską, Szklarki, Raclawki i Eliaszówki (ryc. 1).

Jest jedną z największych dolinek, ciągnie się na długości około 7 km, a pod względem atrakcyjności zajmuje drugie miejsce spośród wszystkich dolin Jury Krakowsko-Częstochowskiej (umowna nazwa Wyżyny Krakowsko-Częstochowskiej ciągnącej się od Krakowa do Wielunia, na długości 160 km), zaraz po Dolinie Prądnika, gdzie znajduje się Ojcowski Park Narodowy⁵.

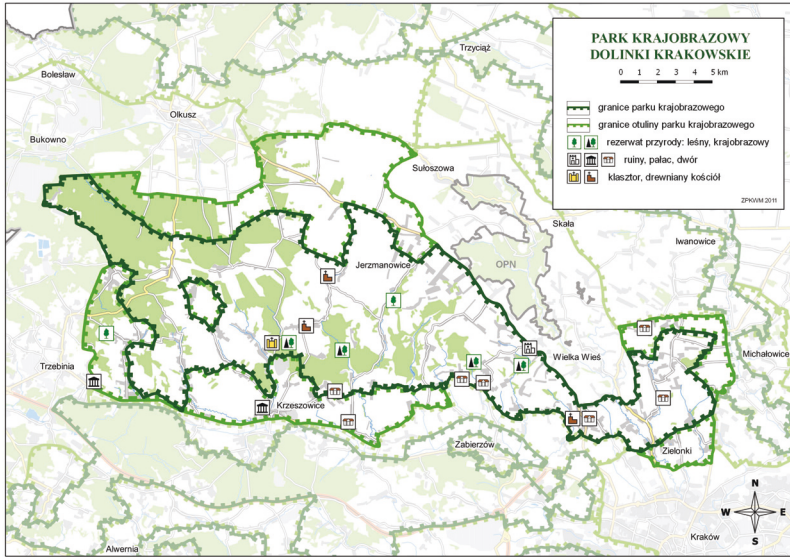
Dzięki swojej atrakcyjności oraz dostępności komunikacyjnej, w tym możliwości przejechania jej samochodem, jest popularnym miejscem codziennego wypoczynku mieszkańców Krakowa i okolic, a także daje możliwość uprawiania różnych form turystyki.

Przez Dolinę Będkowską przebiega wiele szlaków turystyki pieszej, rowerowej oraz edukacyjnej, m.in.: Jaskiniowa Dolina, Małopolski Szlak Geoturystyczny, Szlak Warowni Jurajskich.

⁴ G. Hattinght, *Wspinaczka – poradnik*, Łódź 1999.

⁵ S. Adamczyk, K. Firlej, *Jura Krakowsko-Częstochowska*, Bielsko-Biała 2001.

Ryc. 1. Park Krajobrazowy – Dolinki Podkrakowskie /
Landscape Park – Podkrakowskie Valleys



Źródło: www.zpkwm.pl [dostęp: 28.05.2016].

Dnem doliny płynie potok Będkówka, który tworzy największy na terenie Jury Krakowskiej wodospad „Szum”.

Dolina Będkowska, oprócz walorów estetyczno-krajobrazowych, przyrodniczych, geologicznych, posiada również inne atrakcje przyciągające turystów, a są to np. gospodarstwo rybackie z trzema łowiskami wędkarskimi i restauracją oraz szczególnie istotna z punktu widzenia rozważań na temat wspinaczki skałkowej – Brandysówka. Obecnie Brandysówka to gospodarstwo agroturystyczne, z którym związana jest historia polskiego taternictwa, stanowi punkt orientacyjny wśród wspinaczy⁶.

Charakteryzując Dolinę Będkowską pod kątem wspinaczki skałkowej należy zwrócić uwagę na fakt, że w dolinie tej można spotkać prawie wszystkie elementy jurajskiego krajobrazu. Znajdują się w niej skalne wąwozy i bramy, grupy skalne, wywierzyska, ostańce oraz jaskinie⁷.

Dolina Będkowska jest największym skupiskiem skał wapiennych w naszym kraju. Skały występują jako pojedyncze formy, grupy oraz zespoły;

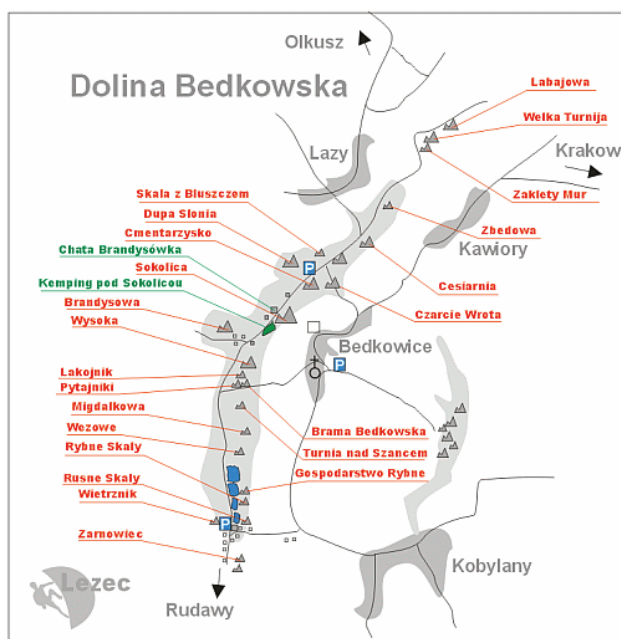
⁶ M. Nycz, *Adaptacja Doliny Będkowskiej...*, op. cit.

⁷ C. Skała, *Jura*, Bielsko-Biała 2007.

charakteryzują się różną wielkością oraz różnymi kształtami – baszty, ambony, mury skalne, wieże czy iglice⁸.

W Dolinie Będkowskiej znajduje się 12 sektorów skalnych (ryc. 2), do których zalicza się: Fiałę, Wzgórze 502, Grupę Łabajowej, Grupę Wielkiej Turni, Grupę Zakłętego Muru, Czarcie Wrota, Grupę Dupy Ślonia, Cmentarzysko, Wąwóz Przemówki, Grupę Wysokiej, Grupę Pytajników oraz Grupę Bramy Będkowskiej. We wszystkich tych sektorach mieści się 65 skał. Większość sektorów, skał i dróg to umowne nazwy wspinaczy, którzy adaptowali je na potrzeby wspinaczki⁹.

Ryc. 2. Dolina Będkowska / Bedkowska Valley



Źródło: www.lezec.cz [dostęp: 28.05.2016].

Wśród najpopularniejszych skał wyróżnić należy Sokolicę – najwyższą skałę w Polsce (90 m wysokości). Pierwsze drogi powstały tu już w 1938 roku, dziś

⁸ J. Balon, K. Pięta, *Formy skalne jako wartość środowiska przyrodniczego Parku Krajobrazowego Dolinki Podkrakowskiej*, [w:] *Krajobrazy rekreacyjne – kształtowanie, wykorzystanie, transformacja*, Problemy Ekologii Krajobrazu, t. XXVII, Biała Podlaska 2014.

⁹ M. Nycz, *Adaptacja Doliny Będkowskiej...*, *op. cit.*

na ścianie Sokolicy znajduje się 35 linii wspinaczkowych (łącznie z projektami), z czego 5 dróg ma charakter górski.

Kolejną grupą skalną jest Dupa Słonia (w grupie skał zwanych Zamczy-skciem), która według Rettingera skupia 50% ruchu wspinaczkowego w Dolinie Będkowskiej. Skała posiada 59 dróg ubezpieczonych oraz 10, na których można się wspiąć z własną asekuracją.

Na wyróżnienie zasługuje również Łabajowa. Wytyczonych jest tu 60 dróg o różnym stopniu trudności. Znajdują się tam prawie wszystkie spotykane formacje skalne – od litych płyt z małymi dziurkami, przez rysy, kominy, iglice, aż do wspinania w okapach. Zwiększaniu się ruchu wspinaczkowego bardzo sprzyja także dostępność komunikacyjna, bowiem do samej skały prowadzi droga asfaltowa. Ruch turystyczny zwiększa również znajdująca się nieopodal Jaskinia Nietoperzowa¹⁰.

Liczba dróg w Dolinie Będkowskiej, aż 1002, stanowi koło 10% wszystkich dróg wspinaczkowych w południowej części Wyżyny Krakowsko-Częstochowskiej¹¹ i jest to najlepszy wynik ze wszystkich sektorów wspinaczkowych na Jurze Krakowsko-Częstochowskiej.

Większość skał na dnie Doliny Będkowskiej zostało już spenetrowanych, lecz ze względu na rozległość doliny, na zboczach znajduje się jeszcze wiele miejsc, które mogą zostać zaadaptowane na potrzeby wspinaczki.

Wpływ wspinaczki skałkowej na środowisko przyrodnicze Doliny Będkowskiej

Każda forma turystyki w jakimś stopniu pływa na środowisko przyrodnicze i podobnie jest też ze wspinaczką skałkową. Można sądzić, że wspinanie szczególnie inwazyjnie ingeruje w różnego rodzaju formacje skalne, które trzeba przystosować do potrzeb wspinaczy. Obijanie dróg wspinaczkowych nie zostało w Polsce prawnie uregulowane. Z tego względu każda osoba, która chce zaadoptować skałę do uprawiania wspinaczki, może to zrobić.

W ramach Polskiego Związku Alpinizmu (PZA) stworzony został system ekiperski, czyli system ubezpieczenia dróg wspinaczkowych, który pomaga w wyposażaniu skał¹².

Liczba osób uprawiających wspinaczkę z roku na rok wzrasta, a co za tym idzie, zwiększa się ryzyko niszczenia przyrody. Reakcje na to zjawisko są bardzo różne. Zdarza się, że władze odpowiedzialne za utrzymanie ochrony przyrody zamykają lub ograniczają dostęp wspinaczy do pewnych rejonów tak, by

¹⁰ *Ibidem.*

¹¹ G. Rettinger, *Jura Południowa*, Kraków 2014.

¹² M. Nycz, *Adaptacja Doliny Będkowskiej...*, *op. cit.*

nie zniszczyć tego, co natura stworzyła sama. W innych przypadkach otwiera się nowe rejony wspinaczkowe, aby nie skupiać w jednym miejscu dużej ilości osób i nie dopuścić do przekroczenia wskaźników pojemności oraz chłonności turystycznej terenu.

Niezależnie od liczby wspinaczy istnieją pewne zachowania, które nie powinny mieć miejsca. Wspinacze sami zaczęli zwracać uwagę na ten problem i dlatego zostały wprowadzone nieformalne reguły zachowania, które przestrzegają sami wspinający się. Wśród nich można wskazać m.in.: niewspinanie się w rejonach objętych zakazem, zakaz wspinaczki w okresach wylęgu rzadkich gatunków ptaków, zachowanie ciszy, sprzątanie po sobie wszystkich rzeczy, a w szczególności śmieci, chodzenie po wydeptanych ścieżkach, parkowanie pojazdów w miejscach do tego wyznaczonych, uwzględniając przy tym komfort i spokój okolicznych mieszkańców oraz właścicieli gruntów, na których znajdują się skały, bezwzględny zakaz niszczenia naturalnej flory.

Przestrzegając tych prostych zasad będzie można długo uprawiać wspinaczkę w czystym i niezdegradowanym środowisku¹³.

Tematem, który bardzo dzieli środowisko wspinaczkowe, jest tzw. „ulepszanie” skał w taki sposób, aby umożliwić wspinaczkę w tych miejscach, na których nie dałoby się w żaden sposób wspiąć. Jest to realizowane przez podkuwanie chwytów w skałę, wklejanie fragmentów skał, a nawet sztucznych chwytów, aby droga była możliwa do poprowadzenia¹⁴. Jednak przy dużej dostępności europejskich rejonów skalnych, dużej ilości rejonów i nowych dróg w Polsce oraz ciągle rosnącej liczbie sztucznych ścian wspinaczkowych, taka praktyka, według PZA, nie ma uzasadnionych podstaw. Komisja do spraw wspinaczki skałkowej w swoim komunikacie przypomina, że wiele rejonów znajduje się na terenach objętych ochroną przyrody (parki narodowe i krajobrazowe, rezerваты, czy rejony w obszarze Natura 2000), dlatego należy uwzględniać konieczność ochrony przyrody. W związku z tym Komisja sprzeciwia się ingerencji w aktualne drogi, dopuszczalnymi formami ingerencji jest przykładowo podklejenie urywającego się lub urwanego już chwytu, aby przywrócić pierwotny charakter drogi (przy czym działanie to musi być jak najmniej widoczne), czy też oczyszczanie skały z kruszyny, co uzasadnione jest względami bezpieczeństwa.

Otwierając nowe drogi lub całą skałę dla wspinaczy, należy czasami ingerować w roślinność, która się na niej znajduje. Wszelkie podejmowane czynności muszą przy tym uwzględniać regulację ustawy o ochronie przyrody. Wśród celów regulacji, w powołanej ustawie wskazuje się: zachowanie, zrównoważony rozwój i odnawianie zasobów, tworów i składników przyrody, do których

¹³ S. Głowacz, W. Pohl, *Jak wspiąć się na skały*, Warszawa 1999.

¹⁴ G. Hattinght, *Wspinaczka – poradnik...*, *op. cit.*

należą m.in. dziko rosnące, chronione oraz zagrożone wyginięciem rośliny, zwierzęta, grzyby, twory żywej przyrody, krajobraz czy zadrzewienie. Jeżeli konkretne skały znajdują się na terenie chronionym, decyzję o możliwości udostępnienia skały, w przypadku Doliny Będkowskiej, wydaje Regionalna Dyrekcja Ochrony Środowiska Województwa Małopolskiego¹⁵.

Jeżeli jakaś skała znajduje się na terenie prywatnym, wszystko zależy od woli właściciela. Właściciele gruntu przyjmują różne schematy porozumień ze wspinaczami – od całkowitej swobody działalności wspinaczkowej, poprzez system różnych porozumień, aż do całkowitego zakazu uprawiania wspinaczki.

Na terenie Doliny Będkowskiej działają liczne organizacje, których celem jest koordynacja i popularyzacja wspinaczki skałkowej zgodnie z zasadami zrównoważonego rozwoju. Do organizacji tych należy m.in. Polski Związek Alpinizmu (PZA), który powstał w 1974 r.; Fundacja Wspierania Rozwoju Wspinaczki „Wspinka” powstała w 2009 r.; Inicjatywa Środowisk Wspinaczkowych „Nasze Skały”, organizacja ta została powołana na początku 2008 r. Spośród pozostałych organizacji na szczególną zasługuje Związek Gmin Jurajskich. Co więcej także Górskie Ochotnicze Pogotowie Ratunkowe (GOPR) posiada terenową stację ratunkową w Dolinie Będkowskiej.

Niestety żadna z tych organizacji, z powodu braku odpowiedniej regulacji prawnej mającej za przedmiot wspinaczkę skałkową, nie ma kompetencji do zarządzania i kontroli ruchu wspinaczkowego.

Ocena atrakcyjności Doliny Będkowskiej dla potrzeb wspinaczy

Zgodnie z definicją zagospodarowania turystycznego, jednym z jego elementów jest zapewnienie odpowiednim segmentom rynku turystycznego atrakcyjnych produktów¹⁶, a zatem jak sami zainteresowani wspinacze oceniają przystosowanie Doliny Będkowskiej dla swoich potrzeb.

Na podstawie badań, które zostały przeprowadzone wśród osób uprawiających wspinaczkę skałkową w Dolinie Będkowskiej wynika, że niezależnie od tego, czy wspinanie odbywa się na drogach ubezpieczonych czy drogach z własną asekuracją, jak również niezależnie od doświadczenia wspinaczy oraz skali trudności dróg wspinaczkowych – średnia ocena dostosowania doliny dla potrzeb wspinaczki jest bardzo wysoka i wynosi ona powyżej 5 punktów, w skali 1–10¹⁷.

¹⁵ M. Nycz, *Adaptacja Doliny Będkowskiej...*, *op. cit.*

¹⁶ K. Gmyrek-Gołąb, M. Łabaj, *Metodyka Zrównoważonego...*, *op. cit.*

¹⁷ M. Nycz, *Adaptacja Doliny Będkowskiej...*, *op. cit.*

Również biorąc pod uwagę przygotowanie terenu wokół skał do uprawiania wspinaczki skałkowej większość (75–90%) ankietowanych oceniła go pozytywnie.

O właściwym zagospodarowaniu i przystosowaniu Doliny Będkowskiej do potrzeb wspinaczki świadczą również opinie respondentów na temat udogodnień, które powinny się w niej pojawić. Niezależnie od zaawansowania wspinania, większości ankietowanym niczego nie brakuje¹⁸. Około 20% osób uważa, że można by było uzupełnić infrastrukturę o wyznaczone miejsca na ogniska lub zabawę z dziećmi oraz dodatkowe atrakcje, takie jak np. tyrolki czy mosty linowe. Część ankietowanych zwróciła również uwagę na konieczność wyposażenia doliny w dodatkowe parkingi, toalety, kosze na śmieci oraz bazę gastronomiczną i ścieżki podejściowe.

Podsumowanie

Dolina Będkowska jest obszarem chronionym, który w pełni wykorzystuje swój potencjał krajobrazowy, przyrodniczy, do uprawiania różnych form turystyki, w tym wspinaczki skałkowej.

Wspinaczka skałkowa wydaje się być dyscypliną, która dość intensywnie ingeruje w środowisko przyrodnicze, czego dowodem może być konieczność przystosowania skał i wytyczenie dróg wspinaczkowych. Osoby uprawiające wspinaczkę, mimo braku odpowiednich regulacji prawnych, wykształciły sobie sposób działania, który w pełni respektuje zasady zrównoważonego rozwoju, uwzględniając zarówno jego aspekty środowiskowe, jak i społeczne oraz ekonomiczne.

Wspinacze bardzo pozytywnie oceniają przystosowanie Doliny Będkowskiej dla potrzeb wspinaczki skałkowej po drogach ubezpieczonych, z wykorzystaniem własnej asekuracji i boulderingu. Również wysoko oceniają przygotowanie terenu wokół skał oraz dostępność komunikacyjną.

Na terenie doliny działa wiele organizacji, których zadaniem jest koordynacja i popularyzacja wspinaczki skałkowej zgodnie z powyższymi zasadami.

Dolina Będkowska może być wzorem zagospodarowania obszaru chronionego, jakim są parki krajobrazowe, z którego przykład mogą brać inne obszary wspinaczkowe.

¹⁸ *Ibidem.*

Małgorzata Bajgier-Kowalska

Wydział Prawa, Administracji i Stosunków Międzynarodowych
Krakowska Akademia im. Andrzeja Frycza Modrzewskiego

Agroturystyka jako forma zrównoważonego rozwoju obszarów wiejskich na przykładzie powiatu limanowskiego

Agritourism as a form of sustainable development of rural areas on the example of Limanowa district

Abstrakt

W rozwoju współczesnej turystyki można zaobserwować rosnące zainteresowanie turystyką przyjazną środowisku. Głównym jej celem jest zachowanie trwałego, zrównoważonego rozwoju zasobów i walorów turystycznych poprzez integrację działalności turystycznej z celami ochrony przyrody oraz życiem społeczno-gospodarczym. Zrównoważony rozwój w turystyce ma więc na celu zminimalizowanie niekorzystnych efektów jej rozwoju, jak również ochronę terenów recepcyjnych, zachowując dla przyszłych pokoleń w niezmiennym stanie zasoby naturalne i kulturowe. Agroturystyka jest jedną z form turystyki, która nawiązuje bezpośrednio do idei rozwoju zrównoważonego. Celem pracy była analiza działalności agroturystycznej gospodarstw rolnych oraz ukazanie ważności rozwoju pozarolniczych funkcji obszarów wiejskich w ich zrównoważonym rozwoju na przykładzie powiatu limanowskiego. Przedstawiono ilość i zróżnicowanie przestrzenne rozmieszczenia gospodarstw agroturystycznych, ich konkurencyjność w proponowanej ofercie i dostosowanie się do zróżnicowanych potrzeb i wymagań nabywców usług turystycznych, a także znaczenie w rozwoju gospodarczym oraz umacnianiu pozycji regionu w sektorze turystycznym. Powiat ten znajduje się w środkowej części województwa małopolskiego, na obszarze Beskidu Wyspowego i Górców, a 70% jego powierzchni stanowią obszary prawnie chronione, dając wyraz temu, jaką wagę władze samorządowe i miejscowa ludność przykładają wobec cennych zasobów przyrody. Tereny wiejskie w powiecie limanowskim stanowią 96% jego powierzchni, a prawie 60% ludności powiatu zajmuje się działalnością związaną z sektorem rolnictwa i leśnictwa. Istnieją na nim szczególnie przesłanki przyrodniczo-kulturowe i społeczno-gospodarcze do rozwoju agroturystyki.

Słowa kluczowe: agroturystyka, obszary wiejskie, powiat limanowski, turystyka wiejska, zrównoważony rozwój

Abstract

An increasing interest in environmentally friendly tourism can be observed in last decades. Its main objective is to preserve permanent sustainable development of tourism resources and tourist values through integration of tourism activity, environmental conservation and economic development. Sustainable development in tourism is therefore aimed at minimizing negative effects of the development, as well as protection of the area. It also conserves natural and cultural resources for future generations. Agritourism is one of the forms of tourism that directly refers to the idea of sustainable development. The aim of this paper was to analyze agritourism activity of farms and to show the importance of sustainable development of non-agricultural functions of rural areas on the example of Limanowa district. Quantity as well as spatial variation of agri-

tourism farm locations, competitiveness of their offers and their adaptation to various needs and expectations of the customers were presented. Also its significance to economic development as well as enhancement of the position of the region in tourism sector were recounted. The Limanowa district is located in the central part of the Malopolska Voivodeship, containing the Island Beskids and the Gorce Mountains. 70% of its area is protected by law, which proves the importance of the valuable environmental resources for both the people and the local government. Rural areas in Limanowa district cover 96% of its territory and almost 60% of its inhabitants work in agriculture and forestry sector. Particular environmental, cultural as well as socio-economic reasons exist in this area for the development of agritourism.

Key words: agritourism, rural areas, Limanowa district, rural tourism, sustainable development

Wprowadzenie

Turystyka jest jedną z najszybciej rozwijających się gałęzi gospodarki współczesnego świata, która ulega jednocześnie różnym trendom i przemianom. W jej rozwoju obserwuje się rosnące zainteresowanie turystyką przyjazną środowisku naturalnemu, której głównym celem jest zachowanie trwałego, zrównoważonego rozwoju zasobów i walorów turystycznych poprzez integrację działalności turystycznej z celami ochrony przyrody oraz życiem społeczno-gospodarczym. Zrównoważony rozwój w turystyce ma na celu zminimalizowanie niekorzystnych efektów jej rozwoju, jak również ochronę terenów recepcyjnych, zachowując ich zasoby przyrodnicze, społeczne i kulturowe¹. Nawiązuje on do ogólnych koncepcji zrównoważonego rozwoju, według których „jest to rozwój oparty na racjonalnym i efektywnym wykorzystaniu dostępnych zasobów i technologii oraz minimalizowaniu niekorzystnego oddziaływania człowieka na środowisko przyrodnicze, przy jednoczesnym zaspokajaniu potrzeb społecznych, gospodarczych i ekologicznych współczesnych i przyszłych pokoleń”². Podstawą koncepcji turystyki zrównoważonej jest więc dążenie do osiągnięcia równowagi pomiędzy potrzebami turystów, środowiska przyrodniczego oraz społeczności lokalnych³. Działalność turystyczna powinna być zatem podejmowana w taki sposób, aby z jednej strony przynieść korzyści lokalnym mieszkańcom – poprzez ich zatrudnienie, zwiększenie dochodów i jakości życia, wykorzystanie lokalnych materiałów i produktów, a także tradycyjnych umiejętności, natomiast z drugiej strony zachować zasoby przyrodnicze oraz kulturowe obszaru⁴.

¹ D. Dzwonkowska, *Zasada zrównoważonego rozwoju w turystyce*, „Studia Ecologiae et Bioethicae” 2011, t. IX, 2, s. 23–41.

² M. Kowalczyk, *Wskaźniki zrównoważonego rozwoju turystyki*, „Człowiek i Środowisko” 2011, nr 35, (3–4), s. 35.

³ *Kompendium wiedzy o turystyce*, red. G. Gołębski, Warszawa 2006.

⁴ S.P. Cottrell, J.J. Vaske, J.M. Roemer, *Resident satisfaction with sustainable tourism: The case of Frankenwald Nature Park, Germany*, „Tourism Management Perspectives” 2013, 8, s. 42–48.

Jedną z form turystyki, nawiązującą do zasad zrównoważonego rozwoju, jest turystyka na obszarach wiejskich. Jest to każda forma turystyki odbywająca się w środowisku wiejskim oraz wykorzystująca walory tego środowiska⁵. Badania europejskie dowodzą, że ludzie coraz bardziej doceniają potrzebę wypoczynku, regeneracji sił fizycznych i psychicznych w miejscach bezpośredniego kontaktu z przyrodą, w ciszy i oddaleniu od zgiełku wielkich miast⁶. Turystykę tą cechuje bliskość natury, osobisty kontakt z mieszkańcami wsi, aktywny wypoczynek oraz pobyt na terenach mało zaludnionych. Stanowi ona coraz częściej jedną z ważniejszych dziedzin gospodarki lokalnej⁷. Uprawianie turystyki na wsi staje się coraz bardziej popularne. W Europie Zachodniej zaspokaja ona 10% popytu na usługi wypoczynkowe, średnio 3–5% gospodarstw rolnych świadczy takie usługi. Liderami są: Austria, Niemcy, Wielka Brytania, Francja i Irlandia. Turystyka wiejska prężnie rozwija się także w krajach skandynawskich i Europy Południowej⁸. Obejmuje ona wszelkie przejawy turystyki zorganizowanej na obszarach wiejskich, spełniające kryteria dostosowania do istniejących warunków, przy racjonalnym wykorzystaniu naturalnych zasobów miejscowych. Jest jedną z wielu dróg gospodarczego ożywienia obszarów wiejskich i ich wielofunkcyjnego zagospodarowania⁹.

Rozwój i sukces turystyki wiejskiej uzależniony jest od wielu czynników. Do czynników zewnętrznych należy atrakcyjność przyrodnicza danego regionu i jego nasycenie walorami kulturowymi, krajowa i regionalna polityka turystyczna, a także poziom zamożności społeczeństwa. Do czynników wewnętrznych można zaliczyć wielkość i jakość zagospodarowania turystycznego, dostępność komunikacyjną terenu, politykę samorządów lokalnych, przedsiębiorczość mieszkańców oraz ich otwartość¹⁰.

W podjętym studium dokonano analizy działalności agroturystycznej gospodarstw rolnych oraz ukazano ważność rozwoju pozarolniczych funkcji obszarów wiejskich w ich zrównoważonym rozwoju, na przykładzie powiatu limanowskiego. Celem pracy była analiza ilości i zróżnicowania przestrzennego

⁵ J. Majewski, *Turystyka konwencjonalna i alternatywna a agroturystyka*, „Rynek Turystyczny” 1994, 7, s. 14–19; M. Drzewiecki, *Agroturystyka*, Bydgoszcz 1995; M. Dębniwska, M. Tkaczuk, *Agroturystyka – koszty, ceny, efekty*, Warszawa 1997.

⁶ N.P. Nickerson, R.J. Black, S.F. McCool, *Agritourism: motivations behind farm/ranch business diversification*, „Journal of Travel Research” 2001, 40 (1), s. 19–26.

⁷ M. Drzewiecki, *Agroturystyka współczesna w Polsce*, Gdańsk 2009.

⁸ Eurostat, 2014. <http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/eurostat/home> [dostęp: 16.04.2016].

⁹ A. Bienkowski, *Turystyka jako forma wielofunkcyjnego rozwoju obszarów wiejskich*, „Gospodarka w Praktyce i Teorii” 2001, Nr 1 (8), s. 106–116.

¹⁰ M. Bednarek-Szczepańska, J. Bański, *Lokalizacyjne uwarunkowania oferty gospodarstw agroturystycznych w Polsce*, „Przegląd Geograficzny” 2014, 86, (2), s. 243–260.

rozmieszczenia gospodarstw agroturystycznych powiatu limanowskiego, ich konkurencyjności w proponowanej ofercie i dostosowania do zróżnicowanych potrzeb i wymagań nabywców usług turystycznych. Badania inwentaryzacyjne gospodarstw agroturystycznych prowadzone były w 2012 i 2015 roku. Polegały one na badaniach terenowych oraz ankietowych w urzędach gmin i stowarzyszeniach agroturystycznych działających na terenie powiatu. Przeanalizowano również oficjalne portale turystyczne poszczególnych gmin i powiatu, profile oraz oferty zamieszczone na stronach internetowych gospodarstw agroturystycznych, a także przeprowadzono uzupełniające badania ankietowe w 76 gospodarstwach położonych w różnych częściach powiatu.

Istota agroturystyki

Jedną z najprężniej rozwijających się form turystyki wiejskiej jest agroturystyka, która na stałe wpisuje się w wiejski krajobraz. Zgodnie z tradycyjnym podejściem do definicji agroturystyki, baza noclegowa, żywieniowa oraz wszelkie aktywności rekreacyjne, informacyjne i edukacyjne związane są z funkcjonującym gospodarstwem rolnym i jego otoczeniem¹¹. Jest rodzajem podejmowanego przez rolników przedsięwzięcia turystycznego w oparciu o posiadane zasoby lokalowe, produkcji i pracy. Nawiązuje ona bezpośrednio do idei rozwoju zrównoważonego, która podtrzymuje ekologiczną, społeczną i ekonomiczną integralność terenów, a dla przyszłych pokoleń zachowuje także w niezmiennym stanie zasoby naturalne i kulturowe obszarów wiejskich¹². Z założenia wyklucza ona intensywny ruch turystyczny i nie powoduje nadmiernej presji na środowisko przyrodnicze oraz kulturowe, a także jest formą propagowania myślenia ekologicznego i większego poszanowania środowiska naturalnego¹³. Rozpatrywana jest ona jako jedna z możliwych dróg wielofunkcyjnego rozwoju obszarów wiejskich i możliwości alternatywnych źródeł dochodu dla ich mieszkańców. Jest jedną z form pozarolniczej działalności rodzin rolniczych, które decydują się na organizowanie pobytu turystów we własnym gospodarstwie rolnym, a więc jej rozwój jest kreowaniem przedsiębiorczości na wsi. W Polsce gospodarstwa agroturystyczne funkcjonują w ramach gospodarstw rolnych lub też poza nimi, jako indywidualna działalność gospodarza prowadzona na własny rachunek, zgodnie z ustawą o swobodzie działalności go-

¹¹ M. Sznajder, L. Przezbórska, *Agroturystyka*. Warszawa 2006; M. Drzewiecki, *Agroturystyka współczesna w Polsce*, Gdańsk 2009; s. Phillip, C. Hunter, K. Blackstock, *A typology for defining agritourism*, „Tourism Management” 2010, 31, s. 754–758.

¹² D. Zaręba, *Ekoturystyka*, Warszawa 2006.

¹³ J. Uglis, A. Jęczynek, *Agroturystyka jako faktor zrównoważonego rozwoju*, „Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu” 2015, 379, s. 57–66.

spodarczej oraz o podatku dochodowym i w różnych formach organizacyjno-prawnych.

Od lat 90. ubiegłego wieku obserwuje się w Polsce systematyczny wzrost liczby gospodarstw rolnych świadczących usługi agroturystyczne o różnym profilu. Do ich rozwoju predysponuje mało skażone i urozmaicone środowisko przyrodnicze, tradycyjny, kultywowany od pokoleń krajobraz rolniczy z małymi gospodarstwami rolnymi oraz dużymi i niewykorzystanymi zasobami lokalowymi, a także kapitał ludzki. Po zmianach ustrojowych i przejściu do gospodarki wolnorynkowej, typowa działalność rolnicza, szczególnie w małych gospodarstwach, napotkała znaczące trudności związane z jego niedostosowaniem się do działania w nowych warunkach ekonomicznych, co prowadziło często do zaniechania produkcji rolnej, a w konsekwencji do wzrostu poziomu bezrobocia na wsi i szukania zatrudnienia w zawodach pozarolniczych. Jedną z dróg poszukiwania dodatkowych źródeł zarobku stała się agroturystyka. Jednak dane dotyczące ilości gospodarstw agroturystycznych są tylko szacunkowe i nieprecyzyjne, pochodzące z różnych źródeł. Według danych Głównego Urzędu Statystycznego, w Polsce w 2014 roku działało 3756 gospodarstw agroturystycznych, w tym 804 oferujących 10 i więcej miejsc noclegowych¹⁴. Dane te jednak nie odzwierciedlają stanu faktycznego. Z Powszechnego Spisu Rolnego z 2010 roku wynika, że w grupie rolników posiadających gospodarstwa o powierzchni 1–2 ha, aż 27,3% uzyskuje dochody z agroturystyki¹⁵. Również badania innych autorów¹⁶wskazują, że w Polsce funkcjonuje obecnie ponad 8 tys. gospodarstw agroturystycznych, dysponujących około 82 tys. miejscami noclegowymi, z czego najwięcej gospodarstw agroturystycznych znajduje się w gminach należących do województwa małopolskiego¹⁷.

¹⁴ *Turystyka w 2014 roku*, GUS, Warszawa 2015, <http://stat.gov.pl/obszary-tematyczne/kultura-turystyka-sport/turystyka/turystyka-w-2014-r-1,12.html> [dostęp: 30.05.2016].

¹⁵ *Charakterystyka gospodarstw rolnych w województwie małopolskim w 2013 roku*, Urząd Statystycznych w Krakowie, Kraków 2014.

¹⁶ A. Jagusiewicz, K. Łopaciński, *Ocena stanu turystyki wiejskiej i agroturystyki w Polsce w latach 2005–2009*, Instytut Turystyki sp. z o.o., Warszawa 2010, pozyskano z: http://bip.minrol.gov.pl/FileRepozytory/FileRepozytoryShowImage.aspx?item_id=37813 [dostęp: 3.05.2016]; S. Dorocki, T. Rachwał, A. Szymańska, M. Zdon-Korzeniowska, *Spatial Conditions for Agritourism Development on the Example of Poland and France*, „Current Issues of Tourism Research” 2012, 2, s. 20–29; M. Bednarek-Szczepańska, J. Bański, *Lokalizacyjne uwarunkowania oferty...*, op. cit.

¹⁷ S. Dorocki., A. Szymańska, M. Zdon-Korzeniowska, *Polskie gospodarstwa agroturystyczne w dobie kryzysu gospodarczego*, „Przedsiębiorczość – Edukacja” 2013, 9, s. 175–184; M. Bajgier-Kowalska, M. Tracz, R. Uliszak, *Uwarunkowania rozwoju przedsiębiorczości na obszarach wiejskich na przykładzie gospodarstw agroturystycznych województwa małopolskiego*, „Przedsiębiorczość – Edukacja” 2016, 12, s. 244–261.

Podstawy rozwoju agroturystyki w powiecie limanowskim

Powiat limanowski położony jest w środkowej części województwa małopolskiego, na obszarze Beskidu Wyspowego i Gorców. W skład powiatu wchodzi 10 gmin wiejskich oraz 2 gminy miejskie – Limanowa i Mszana Dolna. Obszar powiatu zamieszkuje 129 332 osoby, z czego ponad 80% stanowią mieszkańcy wsi. Ze względu na atrakcyjne turystycznie walory przyrodnicze, obszary prawnie chronione i brak rozwiniętej na wielką skalę turystyki masowej, możliwy jest tu odpoczynek w ciszy i spokoju w bogatym kulturowo środowisku wiejskim, w tym w funkcjonujących tu gospodarstwach agroturystycznych. Walory przyrodniczo-krajobrazowe, duża lesistość (38,6%) oraz czystość ekologiczna, a także mały stopień degradacji środowiska przyrodniczego, stanowią podstawę rozwoju turystyki w regionie.

Tereny wiejskie w powiecie limanowskim stanowią 96% jego powierzchni, a 59,2% ludności powiatu zajmuje się działalnością związaną z sektorem rolnictwa i leśnictwa¹⁸. Zajmuje on powierzchnię ponad 951 km², z czego 70% stanowią obszary prawnie chronione: Gorczański Park Narodowy, którego ok. 78% powierzchni znajduje się na terenie powiatu¹⁹, cztery rezerwaty przyrody („Śnieżnica”, „Luboń Wielki”, „Kostrza”, „Mogielica”), obszar chronionego krajobrazu, 45 pomników przyrody oraz 12 obszarów Natura 2000²⁰. Jak wskazują badania, obszary prawnie chronione stanowią istotny element rozwoju turystyki wiejskiej i agroturystyki. Równie istotnym walorem turystycznym powiatu jest zróżnicowana rzeźba terenu. Powiat położony jest w malowniczym Beskidzie Wyspowym z odosobnionymi wzniesieniami dochodzącymi do 1170 m n.p.m. (Mogielica) oraz w obrębie północnych stoków Gorców z najwyższym ich szczytem – Turbaczem (1311 m n.p.m.).

Atrakcyjność przyrodniczą obszaru wzbogaca materialne i duchowe dziedzictwo kulturowe w postaci zabytkowych obiektów sakralnych. Są to: Bazylika Matki Boskiej Bolesnej w Limanowej, Sanktuarium Matki Bożej Pocieszenia w Pasierbcu, opactwo ojców Cystersów w Szczyrzycu oraz drewniane kościoły w Pisarzowej, Dobrej, Słopnicach, Łososinie Górnej, Łukowicy, Kamionce

¹⁸ http://krakow.stat.gov.pl/vademecum/vademecum_malopolskie/portrety_powiatow/powiat_limanowski.pdf [dostęp: 30.04.2016].

¹⁹ *Program ochrony środowiska powiatu limanowskiego na lata 2010 – 2013 z perspektywą do roku 2017*, Załącznik Nr 1 do Uchwały Nr XLI/416/10 Rady Powiatu Limanowskiego z dnia 27 października 2010 r. Limanowa, http://www.powiat.limanowa.pl/files/s/180/7782/Edytor/File/pce/Program_Ochrony_Srodowiska_Powaitu_Limanowskiego_na_lata_2010-2013_wo.pdf. [dostęp: 12.05.2016].

²⁰ *Formy ochrony przyrody w powiecie limanowskim*, Limanowa 2011, <http://www.powiat.limanowa.pl/pl/1954/0/ochrona-przyrody-w-powiecie-limanowskim.html> [dostęp: 12.05.2016].

i Męcinie, a także liczne kapliczki przydrożne. Uzupełnieniem są świeckie obiekty, m.in. w postaci zespołów parkowo-pałacowych i dworskich w Kamienicy, Laskowej, Niedźwiedziu i Świdniku. Materialne dziedzictwo kulturowe wzbogaca regionalny folklor oraz tradycja. Walory te stwarzają możliwości przygotowania zróżnicowanej programowo oferty spędzania wolnego czasu, skierowanej do różnych grup odbiorców, wykorzystujących liczne szlaki turystyczne, imprezy folklorystyczne i kulturalne.

Pod względem użytkowania terenu, powiat jest obszarem rolno-leśnym. Użytki rolne stanowią ponad 50% powierzchni terenu, a lasy – 38,6%. Rolnictwo powiatu limanowskiego, podobnie jak w całym województwie małopolskim, odznacza się rozdrobnieniem gospodarstw rolnych. Na terenie powiatu funkcjonuje 18 666 indywidualnych gospodarstw rolnych. Największy odsetek stanowią gospodarstwa o powierzchni od 1 do 5 ha (ok. 80%). Wskaźnik średniej powierzchni gospodarstwa rolnego wynosi 3,5 ha i jest jednym z największych w województwie²¹. Jeśli chodzi o użytkowanie rolnicze przeważa gospodarka pastersko-leśna, nastawiona na hodowlę i wytwarzanie produktów mleczarskich. Jest to istotny element przy wzbogacaniu oferty agroturystycznej, polegający na przygotowywaniu i wytwarzaniu produktów regionalnych, zgodnych z tradycyjną recepturą.

Niski wskaźnik urbanizacji sprzyja rozwojowi różnych form turystyki wiejskiej, w tym agroturystyki, podobnie jak mała gęstość zaludnienia na obszarach wiejskich wynosząca 112 os./km², przy średniej dla całego powiatu 136 os./km². Powiat charakteryzuje się wysokim wskaźnikiem przyrostu naturalnego, wynoszącym 4,7 osoby na 1000 ludności (w województwie 1,4), a ludność w wieku produkcyjnym stanowi 61,5% ogółu mieszkańców. Pod względem poziomu rejestrowanego bezrobocia (15,8%) znajduje się on w czołowie powiatów Małopolski. Cechą powiatu jest niski stopień uprzemysłowienia oraz mała ilość prowadzonej działalności gospodarczej. Jest ona głównie rejestrowana na terenach miejskich. Wskaźnik przedsiębiorczości, wyrażony liczbą podmiotów gospodarki narodowej na 1 tys. Mieszkańców, wynosi 72, przy średniej dla województwa 106²². Wysokie bezrobocie, głównie na terenach wiejskich, duża liczebność rodzin oraz mała dochodowość z produkcji rolnej wymusza wśród mieszkańców poszukiwania dróg zarobkowania w sektorach pozarolniczych lub szukania dodatkowych źródeł zarobkowania.

Każda z gmin powiatu posiada cechy wiejskiej przestrzeni rekreacyjnej, które stanowią mocny fundament dla rozwoju turystyki, w tym agroturystyki.

²¹ *Rolnictwo w województwie małopolskim w 2014 r.*, Urząd Statystyczny w Krakowie, Kraków 2015.

²² http://krakow.stat.gov.pl/vademecum/vademecum_malopolskie/portrety_powiatow/powiat_limanowski.pdf [dostęp: 26.04.2016].

Dlatego też najbardziej wskazanym kierunkiem rozwoju obszarów wiejskich badanego powiatu jest rozwój wielofunkcyjny. Przyczynia się on do wzrostu dochodów ludności wiejskiej, rozwoju społeczno-gospodarczego, a tym samym do wzrostu atrakcyjności wsi, jako miejsca zamieszkania i pracy. Według M. Koziej i in. warunkiem rozwoju obszarów wiejskich jest konieczność zróżnicowania ich struktury gospodarczej poprzez rozwój wszelkich form przedsiębiorczości, prowadzących do tworzenia nowych miejsc pracy oraz zwiększenia źródeł dochodów ludności²³.

Liczba i rozmieszczenie gospodarstw agroturystycznych

Agroturystyka jest formą turystyki, która od końca lat 90. ubiegłego wieku w powiecie limanowskim rozwijała się dynamicznie. Według danych Urzędu Statystycznego w Nowym Sączu, w 1998 roku w powiecie limanowskim funkcjonowało tylko 12 gospodarstw agroturystycznych, oferujących 142 miejsca noclegowe²⁴. Badania Instytutu Turystyki w 2000 roku wykazały istnienie już 108 gospodarstw agroturystycznych, funkcjonujących w 8 gminach powiatu²⁵. W 2007 roku na terenie powiatu funkcjonowało 116 gospodarstw agroturystycznych, dysponujących 1297 miejscami noclegowymi, a w 2013 roku – 132 gospodarstwa²⁶ (tab. 1).

Badania inwentaryzacyjne gospodarstw agroturystycznych w powiecie limanowskim były prowadzone przez autorkę w 2012 i 2015 roku. Polegały one na pracach terenowych oraz ankietowych w urzędach gmin i stowarzyszeniach agroturystycznych działających na terenie powiatu. Przeanalizowano również oficjalne portale turystyczne gmin i powiatu. Ustalono, że gospodarstwa agroturystyczne znajdują się w każdej gminie powiatu (tab. 1, ryc. 1). Jednak ich liczba jest wyraźnie zróżnicowana w zależności od zasobności poszczególnych obszarów w walory środowiskowe i antropogeniczne, przedsiębiorczości ludności wiejskiej oraz zaangażowania władz, a także społeczności

²³ M. Koziej, L. Bednarski, S. Neugebauer, *Wielofunkcyjny rozwój obszarów wiejskich województwa świętokrzyskiego*, [w:] *Wielofunkcyjna gospodarka na obszarach wiejskich*, Kielce 2002, s. 159–172.

²⁴ *Kierunki rozwoju produktu turystycznego gmin powiatu limanowskiego*, Instytut Turystyki, Oddział w Krakowie, Kraków 2001, http://www.powiat.limanowa.pl/files/fck/File/2014/Kierunki_Rozowju_Produktu_Turystycznego_Powiatu_Limanowskiego.pdf [dostęp: 26.04.2016].

²⁵ J. Musiał, *Stan i możliwości rozwoju turystyki i agroturystyki w powiecie limanowskim*, [w:] *Turystyka wiejska a rozwój i współpraca regionów*, red. Z. Kryński, Krosno 2005.

²⁶ A. Niedziółka, *Historia agroturystyki i aspekty zarządzania usługami agroturystycznymi w powiecie limanowskim*, „Krakowskie Studia Małopolskie” 2013, 18, s. 122–135.

lokalnej w przedsięwzięcia na rzecz rozwoju agroturystyki. Największa liczba gospodarstw agroturystycznych występuje w sąsiedztwie Gorczańskiego Parku Narodowego, wysokich szczytów Beskidu Wyspowego, które są miejscem sprzyjającym dla pasjonatów turystyki górskiej, oraz w pobliżu ośrodków narciarskich. Miejsca te przyciągają dużą liczbę turystów, co motywuje lokalną społeczność do podejmowania przedsięwzięć agroturystycznych. Jednocześnie gminy leżące na tym terenie (Niedźwiedź, Mszana Dolna (gmina miejska), Mszana Dolna (gmina wiejska), Kamienica) mają najlepiej rozwiniętą funkcje turystyczną spośród innych gmin powiatu²⁷.

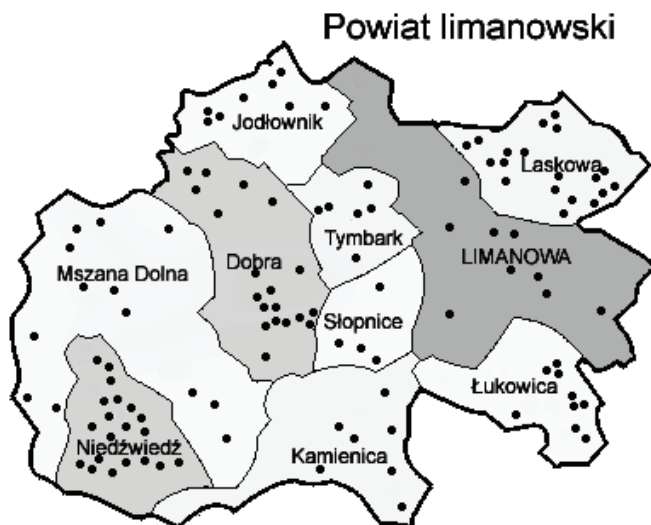
Tab. 1. Liczba gospodarstw agroturystycznych w powiecie limanowskim w latach 2000–2015 /
Number of agritourism farms in Limanowa district in 2000–2015 years

Gmina	Liczba gospodarstw agroturystycznych w poszczególnych latach				
	2000	2007	2012	2013	2015
Rok					
Dobra	12	18	24	22	19
Jodłownik	-	7	5	6	8
Kamienica	25	9	16	9	7
Laskowa	10	16	16	22	17
Limanowa	19	9	18	12	8
Miasto Limanowa	-	-	4	-	1
Łukowica	2	8	12	12	9
Mszana Dolna	11	17	13	19	12
Miasto Mszana Dolna	-	1	3	-	1
Niedźwiedź	14	24	30	28	20
Słupnice	-	2	3	3	4
Tymbark	15	5	9	5	6
Razem	108	116	153	132	112

Źródło: *Kierunki rozwoju produktu turystycznego gmin powiatu limanowskiego*, Instytut Turystyki, Oddział w Krakowie, Kraków 2001, http://www.powiat.limanowa.pl/files/fck/File/2014/Kierunki_Rozowju_Produktu_Turystycznego_Powiatu_Limanowskiego.pdf [dostęp: 26.04.2016]; A. Niedziółka, *Historia agroturystyki i aspekty zarządzania usługami agroturystycznymi w powiecie limanowskim*, „Krakowskie Studia Małopolskie” 2013, 18, s. 122–135 oraz badania własne.

²⁷ I. Kapera, *Akcesja do unii Europejskiej a turystyka w powiatach (na przykładzie powiatu limanowskiego)*, [w:] *Spoleczne, gospodarcze i polityczne relacje we wspolczesnych stosunkach miedzynarodowych*, red. B. Bednarczyk, M. Lason., Kraków, 2007, s. 207–215.

Ryc. 1. Rozmieszczenie gospodarstw agroturystycznych w poszczególnych gminach powiatu limanowskiego (2015) / Distribution of agritourism farms in various communes of Limanowa district (2015)



Źródło: opracowanie własne w oparciu o mapę dostępną na stronie: <http://limanowa.idn.org.pl/powiat.htm> [dostęp: 12.04.2015].

Na podstawie badań, z 2012 roku oszacowano liczbę gospodarstw agroturystycznych na 153, które oferowały 2037 miejsc noclegowych. W porównaniu do 2000 roku liczba gospodarstw agroturystycznych zwiększyła się o 42%. W stosunku do niezbyt bogatej bazy turystycznych obiektów zbiorowego zakwaterowania (31), gospodarstwa agroturystyczne w powiecie oferowały wówczas o 41% więcej miejsc noclegowych²⁸.

Zebrane przez autorkę dane z oficjalnych portali turystycznych powiatu i poszczególnych gmin wykazały, że liczba funkcjonujących gospodarstw agroturystycznych w 2015 roku spadła do 112, a więc zmniejszyła się o 27% w stosunku do 2012 roku (tab. 1). Oferowały one 1599 miejsc noclegowych, czyli podobnie jak turystyczne obiekty zbiorowego zakwaterowania na terenie powiatu, których liczba zwiększyła się do 35.

Zmniejszenie liczby gospodarstw agroturystycznych wiąże się m.in. z zaprzestaniem przez niektóre gospodarstwa typowej działalności rolniczej i bra-

²⁸ M. Bajgier-Kowalska, *Agroturystyka jako czynnik rozwoju gospodarczego obszarów wiejskich powiatu limanowskiego*, [w:] *Problematyka 30. Jubileuszowej Międzynarodowej Konferencji Naukowej nt. „Problematyka badawcza przemian strukturalnych przemysłu i usług w układach przestrzennych”*, red. Z. Ziolo, T. Rachwał, Kraków-Warszawa 2014, s. 12–13.

ku możliwości oferowania np. swoich produktów żywnościowych, uczestnictwa turystów w pracach polowych, czy też poznania zwierząt gospodarskich, stąd stały się one mało atrakcyjne dla potencjalnego klienta, co wpłynęło na małą dochodowość tego przedsięwzięcia. Część gospodarstw przekształciło się na działalność gospodarczą związaną z turystyką wiejską – wynajem kwater, otwarcie pensjonatu. W Małopolsce, obszarami bardziej zasobnymi w kwatery agroturystyczne są ciągle powiat tatrzański, nowotarski i nowosądecki, mimo że obserwuje się podobną tendencję spadku liczby gospodarstw agroturystycznych, zwłaszcza w powiecie tatrzańskim²⁹.

Oferta gospodarstw agroturystycznych

Z przeprowadzonych analiz profili i ofert zamieszczonych na stronach internetowych gospodarstw agroturystycznych, informatorów agroturystycznych oraz uzupełniających badań ankietowych, w 76 gospodarstwach położonych w różnych częściach powiatu wynika, że gospodarstwa agroturystyczne w powiecie limanowskim najczęściej posiadają od 10 do 20 miejsc noclegowych (57%), a tylko 10% gospodarstw oferuje powyżej 20 miejsc. Należy dodać, że aż 33% gospodarstw agroturystycznych posiada poniżej 10 miejsc noclegowych, a więc nie mieszczą się one w obecnych oficjalnych statystykach GUS. Dominują gospodarstwa przyjmujące gości przez cały rok (99%) i oferujące całodzienne wyżywienie (98%). Natomiast 51% gospodarstw daje możliwość zakupu artykułów spożywczych pochodzących z własnej produkcji rolniczej. Z kolei aż 91% gospodarstw dysponuje łazienkami wyłącznie do użytku gości. Niestety, ale tylko 2% obiektów zadeklarowało wyposażenie dla osób niepełnosprawnych, natomiast wszystkie deklarują przyjmowanie rodzin z dziećmi i osób starszych. Z ogólnej liczby funkcjonujących gospodarstw tylko 10% posiada kategoryzację Polskiej Federacji Turystyki Wiejskiej „Gospodarstwa Gościnne”.

Aby osiągnąć sukces w prowadzeniu gospodarstwa agroturystycznego nie wystarczy już dzisiaj udostępnić gościom „miejsca do spania” w atrakcyjnej okolicy oraz dobrą polską kuchnię. Gospodarstwo musi zawierać w swojej ofercie jakąś specjalność, odróżniającą je od innych ofert tego typu oraz dysponować zasobami, które uatrakcyjnią pobyt turyście. Około 50% gospodarstw w badanym powiecie oferuje możliwość jazdy konnej, organizację kuligów, przejażdżki bryczką, wypożyczenie rowerów, sprzętu narciarskiego, możliwość

²⁹ S. Dorocki, T. Rachwał, A. Szymańska, M. Zdon-Korzeniowska, *Spatial Conditions...*, *op. cit.*; M. Bajgier-Kowalska, M. Tracz, R. Uliszak, *Uwarunkowania rozwoju przedsiębiorczości...*, *op. cit.*

wędkowania, grzybobrania czy plac zabaw dla dzieci. Nieliczne gospodarstwa przyjmują zorganizowane grupy i zielone szkoły, oferują udział w pracach polowych, naukę wypieku chleba, robienia masła, sera i przetworów. Starając się dostosować do wymagań turystów, 11 gospodarstw uzyskało certyfikaty gospodarstwa ekologicznego – najwięcej jest ich w gminie Niedźwiedź (9) i po jednym w gminach Dobra i Łukowica. Oferują one zdrowe produkty żywnościowe wytwarzane we własnym gospodarstwie.

Na terenie powiatu limanowskiego funkcjonują obecnie dwa stowarzyszenia agroturystyczne: Stowarzyszenie Agroturystyczne Powiatu Limanowskiego, z siedzibą w Limanowej, oraz Stowarzyszenie Gospodarstw Eko i Agroturystycznych „Gazda”, z siedzibą w Niedźwiedziu, które są członkiem Polskiej Federacji Turystyki Wiejskiej „Gospodarstwa Gościnne”. Na terenie powiatu swój oddział ma również Stowarzyszenie Turystyki i Agroturystyki Ziemi Górskich. Działają one na rzecz gospodarstw agroturystycznych, współpracy z biurami turystycznymi i instytucjami prowadzącymi promocję gospodarstw, doradztwo prawne, finansowe i inwestycyjne, a także podnoszenie kwalifikacji. Stowarzyszenia te zrzeszają łącznie 45% gospodarstw agroturystycznych powiatu i odgrywają istotną rolę w popularyzacji i wspieraniu idei turystyki na obszarach wiejskich.

Podsumowanie

Agroturystyka jest jedną z ważniejszych sfer przedsiębiorczości na terenach wiejskich powiatu limanowskiego, zajmuje też wysokie miejsce w strategii rozwoju całego województwa małopolskiego. Dzięki posiadanym walorom środowiska naturalnego i dziedzictwa kulturowego oraz uwarunkowaniom społeczno-gospodarczym jest ono predysponowane do rozwoju działalności agroturystycznej. W ostatnich latach liczba gospodarstw agroturystycznych w powiecie uległa jednak zmniejszeniu, co jest związane z postępującą rezygnacją mieszkańców z działalności rolniczej. Gospodarstwa agroturystyczne oferując produkty nie wytworzone w gospodarstwie własnym traciły swój główny atut, a jakością bazy noclegowej nie mogły dorównać pensjonatom i hotelom, czy ośrodkom wczasowym i wypoczynkowym istniejącym na terenie powiatu. Większość gospodarstw agroturystycznych w swojej bogatej ofercie nie stwarza również możliwości uczestnictwa w życiu gospodarzy oraz drobnych pracach polowych. Obserwuje się także przechodzenie z agroturystyki na działalność gospodarczą związaną z usługami turystycznymi na obszarach wiejskich. Jest to zgodne z ogólnymi tendencjami obserwowanymi w południowej części województwa małopolskiego. Dalszy zanik działalności rolniczej może spowodować osłabienie autentycznej kultury ludowej, ograniczenie produk-

cji „zdrowej” żywności oraz zmiany krajobrazu rolniczego, a w konsekwencji zanik gospodarstw agroturystycznych lub ich funkcjonowanie tylko z nazwy.

Działalność agroturystyczna postrzegana jest przez rolników jako działalność dodatkowa, która opiera się na istniejących, a niewykorzystanych zasobach ludzkich i lokalowych. Zmniejszająca się dochodowość z produkcji rolnej i wysoki poziom bezrobocia na obszarach wiejskich, wymusiły na części społeczności poszukiwanie dodatkowych źródeł zarobkowania. Dochód z działalności agroturystycznej, który w ocenie ankietowanych sięga od 10 do 40% ogólnych dochodów, stanowi ważne uzupełnienie dochodu z gospodarstwa rolnego i w niektórych przypadkach miejsce pracy nie tylko dla mieszkańców danego gospodarstwa. Agroturystyka stanowi również rynek zbytu na produkty żywnościowe i drobnej przedsiębiorczości. W odpowiedzi na panującą modę spędzania wolnego czasu w kontakcie z naturą i spożywania produktów ekologicznych, 11 gospodarstw agroturystycznych przeszło na gospodarstwa ekoagroturystyczne, co stanowi największy odsetek wśród wszystkich powiatów województwa małopolskiego. Działalność agroturystyczna poprawia głównie sytuację kobiet wiejskich, pełniących z reguły rolę organizatora takiego pobytu, ale niesie również duże korzyści dla całej społeczności wiejskiej.

Agroturystyka stała się jednym z głównych produktów turystycznych powiatu limanowskiego i jest najbardziej realną formą działalności pozarolniczej, jaka dziś jest realizowana na obszarach wiejskich. Rozszerza ona ofertę turystyczną powiatu i daje możliwość połączenia korzyści ekonomicznych z ochroną środowiska, sprzyja poprawie estetyki wsi i rozwoju jej infrastruktury społeczno-technicznej. Agroturysta na skutek bezpośredniego kontaktu z przyrodą i ludnością autochtoniczną ma szansę poznać ogrom cennych atutów tego obszaru. Jest ona formą turystyki zgodną z paradygmatem rozwoju zrównoważonego i staje się ważnym elementem wpływającym na ochronę dziedzictwa przyrodniczego oraz kulturowego społeczności wiejskich.

Krystyna Krauz

Wydział Prawa, Administracji i Stosunków Międzynarodowych
Krakowska Akademia im. Andrzeja Frycza Modrzewskiego

Adam Mrocza

Wydział Turystyki i Rekreacji
Akademia Wychowania Fizycznego w Krakowie

Problemy rozwoju turystyki rowerowej na przykładzie gminy Krzeszowice

Problems of development of tourism cycling on the example
of municipality Krzeszowice

Abstrakt

Na tle warunków przyrodniczo-kulturowych panujących w gminie Krzeszowice poddano analizie opinię turystów o aktualnym stanie infrastruktury rowerowej gminy, dalszych kierunkach jej rozwoju oraz motywacjach uprawiania turystyki rowerowej na obszarze gminy. Badania przeprowadzono na przełomie wiosny i lata 2014 roku na trasach rowerowych gminy, na losowo wybranej grupie turystów czynnie uprawiających kolarstwo w dniu realizacji badań. Kwestionariusz ankiety oparto, oprócz metryczki, na siedemnastu pytaniach zamkniętych, w tym czterech pytaniach rozstrzygnięcia. Do analizy zakwalifikowano 264 ankiety. Wykazano dużą popularność gminy, jako miejsca uprawiania turystyki rowerowej, dobrą znajomość topografii lokalnych szlaków rowerowych, świadomość skutków zdrowotnych uprawiania kolarstwa, dobry stan zaawansowania infrastruktury rowerowej, ale też jej braki w kwestiach ilościowych i jakościowych (krytyczne oceny nawierzchni niektórych odcinków szlaków, brak nowoczesnego przewodnika o szlakach, brak zaplecza gastronomicznego, brak centrum rowerowego). Wyniki badań mogą być pomocne dla podejmowania strategicznych decyzji turystycznego rozwoju gminy.

Słowa kluczowe: gmina Krzeszowice, turystyka rowerowa, badania ankietowe

Abstract

Against the background of the natural and cultural conditions prevailing in the municipality of Krzeszowice the opinion of visitors about the current state of cycling infrastructure, further directions of its development and motivation for cycling in the area of the municipality was analyzed. The study was conducted at the turn of spring and summer 2014 on cycling routes of the commune, at randomly selected group of tourists actively practicing cycling at the date of testing. The questionnaire was based, except for particulars, at seventeen closed questions. For the analysis 264 questionnaires were qualified. Demonstrated was great popularity of the commune as a place for cycling, a good knowledge of the topography of the local cycling routes, the awareness of the health effects of biking, good progress of cycling infrastructure but also its shortcomings (critical evaluation of the surface of some sections of routes, lack of modern guide for trails, the lack of catering facilities, lack of bicycle center). The findings may be useful for strategic decision-making of the tourist development of the municipality.

Key words: Krzeszowice commune, tourism cycling, poll enquiry

Wprowadzenie

Od roku 1998 gmina Krzeszowice posiada dobrze zaprojektowaną, przy współpracy z PTTK, sieć przecinających się szlaków rowerowych¹. Składa się na nią jedenaście tras rowerowych (w tym jedna ponadregionalna), które ze względu na specyficzne cechy budowy geologicznej gminy i ukształtowanie powierzchni, bogato występującą szatę roślinną oraz zespoły obiektów zabytkowych, pozwalają realizować trzy podstawowe funkcje turystyki rowerowej²: rekreacyjną, krajoznawczo-poznawczą, zdrowotną. Rozkład przestrzenny sieci szlaków przedstawiony jest na poglądowej rycinie 1. Ich dokładny przebieg można prześledzić na ogólnie dostępnych mapach turystycznych, obejmujących tereny między Krakowem a Trzebinia³.

Trasy rowerowe są zróżnicowane pod względem struktury (rodzaj nawierzchni, przewyższenia) i długości. Wzdłuż całej siatki szlaków rozlokowane są liczne parkingi, co zwiększa ich dostępność dla rowerzystów spoza gminy. Niektóre szlaki główne posiadają stosunkowo krótkie szlaki łącznikowe, co pozwala na zmianę trasy wycieczki rowerowej i dzięki temu cały teren gminy jest dostępny dla rowerzystów o różnym stopniu zaawansowania, a równocześnie pozwala to na dojazd do interesujących turystę miejsc i obiektów w gminie.

W oficjalnym wykazie tras rowerowych gminy⁴ figuruje tylko pięć szlaków, których łączna długość osiąga 122 km. Są to: 1. zielony szlak okrężny Krzeszowic; 2. niebieski szlak okrężny Krzeszowic (tzw. Dębnicki); 3. czerwony szlak Orlich Gniazd; 4. zielony szlak Greenways; oraz 5. czarny szlak łącznikowy Krzeszowice – Wola Filipowska. W rzeczywistości rowerzysta jeżdżący po terenie gminy napotka tych szlaków jedenaście. Różnica wynika z tego, że władze gminy wymieniają jako swoje tylko te, które w całości leżą na jej obszarze lub pierwotnie przygotowane były jako szlaki wieloetapowe (szlak Orlich Gniazd i Greenways). Podejście to wydaje się być nieprawidłowe, gdyż przez obszar gminy przechodzą też inne trasy rowerowe, które łączą interesującą nas gminę z gminami sąsiednimi. Do nich należą cztery szlaki, które przynajmniej w pewnej części prowadzą przez teren gminy oraz dwa, które należą do gmin sąsiednich, ale w swoim fragmencie prowadzą po granicy gminy Krzeszowice.

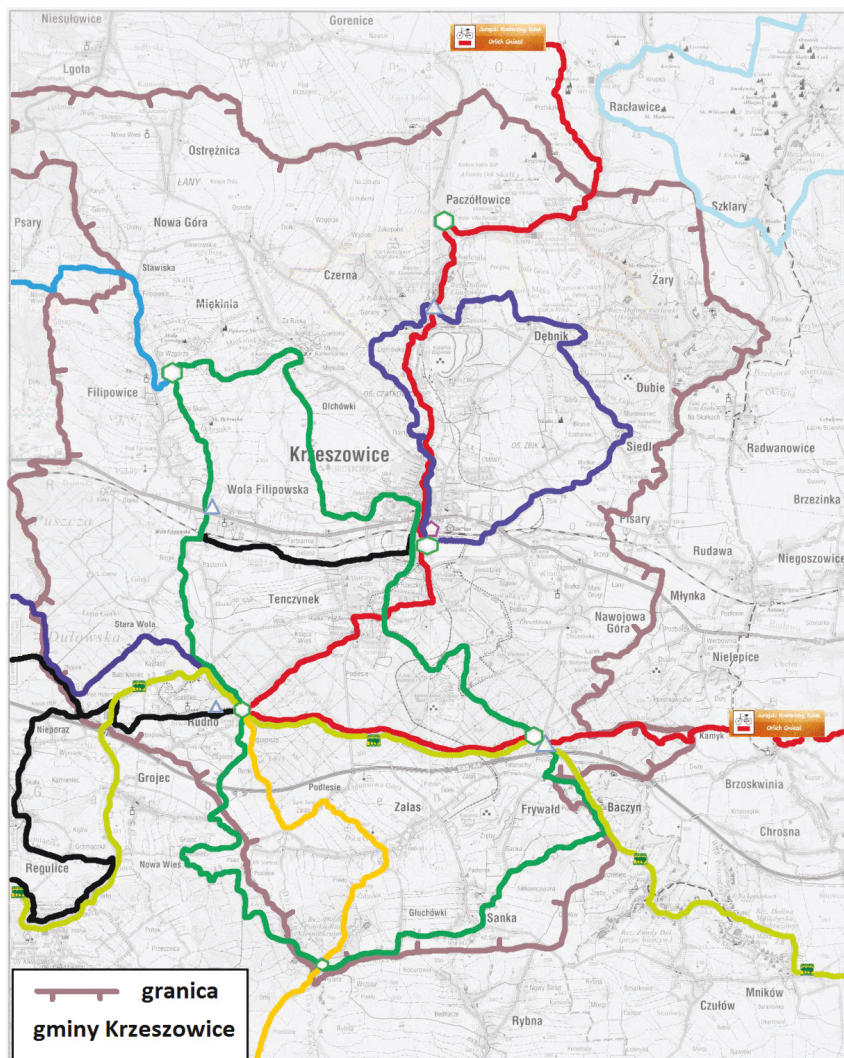
¹ *Program ochrony środowiska dla gminy Krzeszowice na lata 2004–2015*, uchwalony 23.12.2004, Krzeszowice, s. 33.

² J. Merski, J. Warecka, *Turystyka kwalifikowana, turystyka aktywna*, Wyd. Alma Mer, Warszawa 2009, s. 140–141.

³ *Krzeszowice i okolice na rowerze*, Mapa turystyczna, skala 1: 50 000, Wyd. Compass, Kraków 2007; *Jura Krakowsko-Częstochowska*, Mapa turystyczna, skala 1: 50 000, Wyd. Compass, Kraków 2015.

⁴ www.gminakrzeszowice.pl/turystyka_i_sport/szlaki_rowerowe [dostęp: 20.05.2016].

Ryc. 1. Sieć szlaków rowerowych gminy Krzeszowice /
The network of cycling trails in the municipality of Krzeszowice



Źródło: opracowanie własne na podstawie: *Krzeszowice i okolice na rowerze, Mapa turystyczna*, Compass, Kraków 2007.

W pierwszej grupie są to: 1. niebieski szlak Puszczy Dulowskiej, który prowadzi z dolnego parkingu, pod ruinami zamku Tenczyn, w kierunku północno-zachodnim, przez Puszcę Dulowską nad Zalew Chechło w Trzebini; 2. pomarańczowy szlak Rudno – Alwernia, który zaczyna się na skrzyżowaniu szlaków pod zamkiem tęczynskim i biegnie na południe przez Zalas, Brodła

do Alwerni; 3. niebieski szlak łącznikowy Trzebinia – Filipowice, który zlokalizowany jest w zachodniej części gminy, na wysokości Krzeszowice; 4. czarny szlak łącznikowy Wygietzów – Rudno, zwany inaczej „Dwa Zamczyska”, gdyż prowadzi od zamku Lipowiec do zamku Tenczyn. Do drugiej grupy należą: 1. czarny szlak „Pierścień Regulic”, który otacza Regulice, na terenie gminy Alwernia, ale biegnie częściowo południowo-zachodnim fragmentem granicy gminy Krzeszowice, w okolicach Rudna i Nieporazu; 2. niebieski szlak okrężny Jerzmanowic (gmina Jerzmanowice), który częściowo biegnie północno-wschodnim fragmentem granicy gminy Krzeszowice (lub w jej pobliżu) na odcinku między Szklarami i Raclawicami. Większość rowerzystów jest świadoma opisanego stanu rzeczy, korzysta z wymienionych szlaków i dlatego w opracowaniu ujęto wszystkie jedenaście tras rowerowych.

Z dokumentów strategicznych gminy wynika, że władze gminy sprzyjają rozwojowi turystyki rowerowej, chociaż brak w tym zakresie konkretnych wytycznych na przyszłość⁵. Do kalendarza corocznych wydarzeń w gminie, oprócz imprez doraźnych, wpisały się już dwie stałe imprezy rowerowe (Rekreacyjny Rajd Rowerowy Szlakami Zabytków Ziemi Krzeszowickiej w czerwcu oraz Rajd Rowerowy Lokalnej Grupy Działania „Zdrój” w październiku).

Materiał i metoda

Celem opracowania było rozpoznanie opinii turystów, uprawiających turystykę rowerową, o znaczeniu kolarstwa, jako formy rekreacji, w tym o roli, jaką ono odgrywa dla respondentów, motywacjach uprawiania turystyki rowerowej na obszarze badanej gminy, stopniu świadomości turystów-kolarzy o aktualnym stanie infrastruktury rowerowej gminy i atrakcyjności terenu gminy dla uprawiania tej formy aktywności. Badania przeprowadzono w dniach 1–11 maja, 24–27 maja, oraz w czasie dwóch pierwszych weekendów czerwca 2014 roku na najczęściej odwiedzanych i najbardziej popularnych odcinkach szlaków rowerowych gminy Krzeszowice. Były to: zielony szlak okrężny gminy Krzeszowice oraz niebieski szlak Puszczy Dulowskiej (Rudno – Zalew Chechło). Badania zrealizowano metodą sondażu diagnostycznego na losowo wybranej grupie turystów czynnie uprawiających kolarstwo w dniu realizacji badań. Kwestionariusz ankiety oparto, oprócz metryczki, na siedemnastu pytaniach zamkniętych, w tym czterech pytaniach rozstrzygnięcia. Nie zastosowano pytań otwartych, aby ograniczyć czas niezbędny do wypełnienia ankiety (w danym dniu respondenci realizowali swoją wycieczkę rowerową).

⁵ *Strategia rozwoju gminy Krzeszowice na lata 2014–2022*, uchwalona 29.07.2015, Krzeszowice, s. 73.

Po wstępnej weryfikacji jakości wypełnionych kwestionariuszy do ostatecznej analizy zakwalifikowano 264 ankiety.

Populacja badawcza

Większość badanych (63,2%) stanowili mężczyźni. Wśród ogółu respondentów dominował wiek z zakresu 29–37 i 38–46 lat (po 23,5%). Co ciekawe, najmniejsza liczba respondentów mieściła się w przedziale wiekowym 22–28 lat (7,4%), większy był nawet udział osób powyżej 60 roku życia (8,8%). Przeważały osoby ze średnim wykształceniem (44,1%), a dopiero po nich znalazły się osoby z wykształceniem wyższym (32,3%).

Wyniki

Atrakcyjność turystyki rowerowej jako formy rekreacji

Ponad połowa badanych (51,5%) nadała turystyce rowerowej najwyższe wartości, tj. 9–10, w skali 1–10, na tle innych podejmowanych przez siebie aktywności turystyczno-rekreacyjnych. Ocena taka nie jest zaskakująca, gdyż indagowano osoby czynnie uprawiające tę formę aktywności. Niemniej – 11,2% respondentów wystawiło tutaj ocenę niższą niż 6. Rozkład odpowiedzi pokazuje tabela 1.

Tab. 1. Atrakcyjność turystyki rowerowej jako jednej z form aktywnego wypoczynku (liczba odpowiedzi w %) /
The attractiveness of cycling as a form of active leisure (number of responses in %)

Skala oceny	mała		umiarkowana		średnia		duża		bardzo duża	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Liczba odpowiedzi	-	1,5	3,0	2,2	5,1	5,9	13,2	17,6	5,9	45,6

Źródło: opracowanie własne.

Aktywność kolarska respondentów

Większość badanych (40,4%) podejmuje omawianą aktywność więcej niż trzy razy w tygodniu. Tak duża częstotliwość znajduje swoje uzasadnienie tylko przy założeniu, że osoby te wykorzystują rower również jako środek transportu codziennego. Trzy razy w tygodniu jeździ na rowerze 19,9% badanych, a raz w tygodniu 30,8% (co w powszechnie panującej opinii stanowi minimum dla osób prowadzących zdrowy styl życia).

W trakcie jednodniowych wycieczek rowerowych osoby te często pokonują bardzo długie dystanse, przekraczające 42 km (27,9% respondentów). Co ciekawe trasy o takiej długości na ogół dzielone są w przewodnikach rowerowych na wycieczki dwudniowe. Nieco krótsze wycieczki jednodniowe (31–42 km) realizuje 16,2% respondentów, a 25,0% z nich wycieczki o długości 23–30 km. Tylko 6,6% osób realizuje krótkie wycieczki (do 10 km).

Respondenci najchętniej podejmują wycieczki rowerowe na terenach leśnych (33,8% spośród badanych), jak również na innych przygotowanych szlakach rowerowych o charakterze naturalnym (32,4%). Sieć gminnych szlaków w większości prowadzi właśnie takimi trasami, co przekłada się na spory potencjał zarówno istniejących już szlaków, jak również pozostałych nieoznakowanych ścieżek leśnych w gminie, o które w przyszłości można by powiększyć istniejącą sieć krzeszowickich szlaków. Realizację rekreacji rowerowej drogami publicznymi i ulicami dopuszcza tylko 14,7% badanych.

Ankietowani bardzo często korzystają z istniejącej w gminie Krzeszowice infrastruktury rowerowej (tab. 2).

Tab. 2. Częstotliwość odwiedzania szlaków gminnych przez rowerzystów (w %) / The frequency of visiting municipal routes by cyclists (in %)

Częstość wycieczek rowerowych w gminie	Jeden raz w sezonie	Jeden raz w miesiącu	Dwa razy w miesiącu	Jeden raz w tygodniu	Częściej niż raz w tygodniu
Liczba odpowiedzi	14,7	23,5	20,6	25,0	16,2

Źródło: opracowanie własne.

Przynajmniej raz w tygodniu pojawia się tam nieco ponad 40% respondentów. Na tak duże zainteresowanie szlakami gminnymi może wpływać dość dobre, nowoczesne rozplanowanie szlaków na tle gminy oraz bogactwo tego obszaru w aspekcie krajoznawczym.

Sklonność do uprawiania turystyki rowerowej

W zdecydowanej większości (77,2%) respondenci, w dniu przeprowadzania badania, rozpoczęli swoją wycieczkę rowerową wyjeżdżając na rowerze z domu. Pozostałe osoby, aby dotrzeć do ścieżek rowerowych gminy Krzeszowice, musiały jednak wykorzystać istniejącą sieć transportową w postaci PKP (8,1%) lub skorzystać z własnego samochodu (14,7%). Trzeba podkreślić dobrą dostępność komunikacyjną gminy, w tym również dla tej formy rekreacji.

Osoby uprawiające kolarstwo są zdecydowane pokonać duże odległości masowym środkiem transportu lub prywatnym samochodem, aby dotrzeć do interesującego ich miejsca wycieczki rowerowej. 39,7% z nich jest gotowa

w tym celu pokonać każdą odległość, 11,8% odległość z przedziału 33–50 km, 10,3% odległość 16–32 km, a 13,2% odległość do 15 km. Istnieje też znacząca grupa osób (25,0%), która nie widzi sensu łączenia wycieczki rowerowej z dojazdami i takiej wycieczki rowerowej nie podejmuje. Należy podkreślić, że do ostatniej grupy w większości należały osoby mieszkające na terenie gminy Krzeszowice.

Niezależnie od już wysokiej aktywności rowerowej respondentów, prawie wszyscy zadeklarowali (94,1%), że gdyby mogli, to chcieliby poświęcić jeszcze więcej czasu niż dotychczas na jazdę na rowerze.

Znajomość szlaków rowerowych znajdujących się na terenie gminy

Rowerzyści, wśród których zostały przeprowadzone badania deklarowali, że mają dobre rozeznanie w topografii szlaków rowerowych na terenie gminy Krzeszowice (75,0% odpowiedzi). Może to być efektem ich wcześniejszego pobytu na tych szlakach, studiowania materiałów informacyjnych przed wyjazdem, ale też świadczyć o dobrym oznakowaniu ścieżek rowerowych w gminie.

Gdy jednak zapytano o nazewnictwo szlaków rowerowych na terenie gminy, to sytuacja nie była już tak jednoznaczna. Ilustruje to tabela 3.

Tab. 3. Znajomość nazewnictwa szlaków rowerowych w gminie Krzeszowice / Knowledge of naming cycling trails in the municipality of Krzeszowice

L.p.	Nazwa szlaku	Liczba wskazań respondentów (w %)
1	Niebieski Szlak Puszczy Dułowskiej (Rudno–Zalew Chechło)	51,5
2	Zielony Szlak Okrężny Krzeszowic	50,0
3	Zielony Szlak Greenways „Kraków–Morawy–Wiedeń”	36,8
4	Pomarańczowy Szlak Rudno–Alwernia	28,7
5	Czerwony Szlak Orlich Gniazd	26,5
6	Niebieski Szlak Łącznikowy Trzebinia–Filipowice	23,5
7	Czarny Szlak Łącznikowy Wygiełzów–Rudno „Dwa Zamczyska”	19,1
8	Niebieski Szlak Okrężny Jerzmanowic	17,6
9	Niebieski Szlak Okrężny Krzeszowic	17,6
10	Czarny Szlak Łącznikowy Krzeszowice–Wola Filipowska	17,6
11	Czarny Szlak „Pierścień Regulic”	14,7

Źródło: opracowanie własne.

W tabeli widać, że można wyróżnić pięć grup szlaków w kontekście ich rozpoznawalności. Pierwsza grupa, którą zna przynajmniej połowa respondentów, to dwa szlaki długie i popularne (Rudno – Zalew Chechło i Zielony

Szlak Okrężny); druga grupa – jednoelementowa – to szlak Greenways (zna go nieco ponad 1/3 respondentów); na trzecią grupę składają się trzy szlaki znane około 1/4 respondentów (Rudno–Alwernia, Orlich Gniazd oraz łącznikowy Trzebinia–Filipowice); czwarta grupa zawiera cztery szlaki znane nieco ponad 1/6 respondentów (łącznikowy Wygieźłów–Rudno, okrężny Jerzmanowic, Niebieski Okrężny Krzeszowic , a także łącznikowy Krzeszowice–Wola Filipowska); grupa piąta, też jednoelementowa, to najmniej popularny szlak czarny – „Pierścień Regulic”, znany 1/7 respondentów.

Zauważono, że mieszkańcy gminy, uprawiający turystykę rowerową, nie są do końca świadomi po jakim szlaku się poruszają – znając okolicę zapewne podróżują na wycieczki i są w stanie określić jedynie kolor szlaku, po którym jadą.

Wśród badanych wyróżniono niewielką grupę osób (12,5%), która nie znała nazwy żadnego ze szlaków.

Jakość infrastruktury rowerowej na badanym obszarze

Odnosząc się do powyższego problemu respondenci mieli określić ogólną jakość infrastruktury rowerowej w skali od 1 do 10. Rezultaty oceny umieszczono w tabeli 4.

Tab. 4. Ocena stanu infrastruktury rowerowej w gminie Krzeszowice (odpowiedzi w %) / Assessment of cycling infrastructure in the municipality of Krzeszowice (answers in %)

Skala oceny	zła		dostateczna		dobra		dobra plus		bardzo dobra	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Liczba odpowiedzi	2,2	3,8	5,1	6,6	8,8	11,0	13,2	14,7	16,2	18,4

Źródło: opracowanie własne.

Widoczny jest proporcjonalny przyrost liczby odpowiedzi w miarę wzrostu wartości skali oceny. Przyrost ten wynosi od 1,3 do 2,2 punktu procentowego między sąsiednimi wartościami skali, co powoduje, że jest on prawie liniowy. Stosując procenty skumulowane można odczytać, że prawie połowa liczby respondentów (49,3%) uważa, że stan infrastruktury jest prawie bardzo dobry (wartości skali 8–10), a jedynie 6,0% , że jest zły (wartości skali 1–2). Widać, że ocen „bardzo dobrych” jest ponad 5-krotnie więcej niż „złych”.

Respondentów zapytano wprost, czy widzą potrzebę wytyczenia specjalnych miejsc do zatrzymania się przy trasach rowerowych. Większość (66,9%) odpowiedziała, że przy szlakach rowerowych gminy zdecydowanie brakuje tzw. MOR-ów, czyli „miejsc odpoczynku rowerzysty”. Pytanie o takie miejsca może budzić kontrowersje, gdyż do odpoczynku może posłużyć każdy pień,

ławka, fragment łąki napotkane po drodze, jednak należy zwrócić uwagę, że oczekiwania sporej części rowerzystów idą w kierunku miejsc przygotowanych do odpoczynku, a więc zatrzymania się, zjedzenia posiłku, schronienia się przed ewentualnymi załamaniem pogody, regulacji lub naprawy sprzętu, zapoznania się z tablicami informacyjnymi itp.

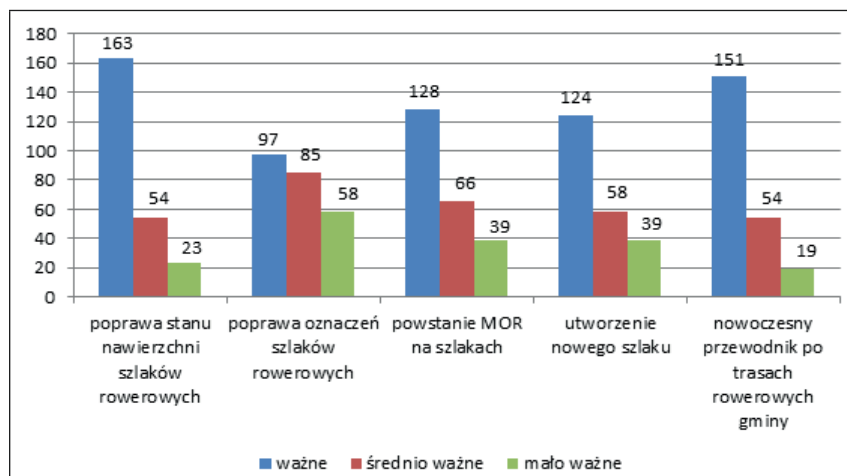
Potrzeba promocji turystyki rowerowej i wprowadzanie zachęt do jej uprawiania na terenie gminy

W zasadzie wszystkie badane osoby wypowiedziały się za prowadzeniem działań promocyjnych turystyki rowerowej, jako aktywnej formy wypoczynku i jako takiej, która działa na rzecz utrzymywania bądź poprawy stanu zdrowia człowieka (tylko jedna osoba nie wiedziała co ma na ten temat sądzić).

W ślad za powyższym problemem zapytano rowerzystów, jakie powinny zostać podjęte działania, aby zachęcić ludzi do częstszego odwiedzania szlaków rowerowych w gminie Krzeszowice. W kafeterii odpowiedzi sformułowano pięć problemów, które w świetle przedmiotowej literatury wydają się być najważniejsze dla intensyfikacji zainteresowania turystyką rowerową. Równocześnie poproszono respondentów, aby wskazali stopień istotności danej cechy dla rozwoju turystyki rowerowej na terenie omawianej gminy (problem ważny, średnio ważny, mało ważny). Rozkład odpowiedzi ilustruje rycina 2.

Ryc. 2. Działania mające zachęcić turystów do odwiedzania szlaków rowerowych w gminie (liczba odpowiedzi) /

Measures to encourage tourists to visit the bike trails in the municipality (number of responses)



Źródło: opracowanie własne.

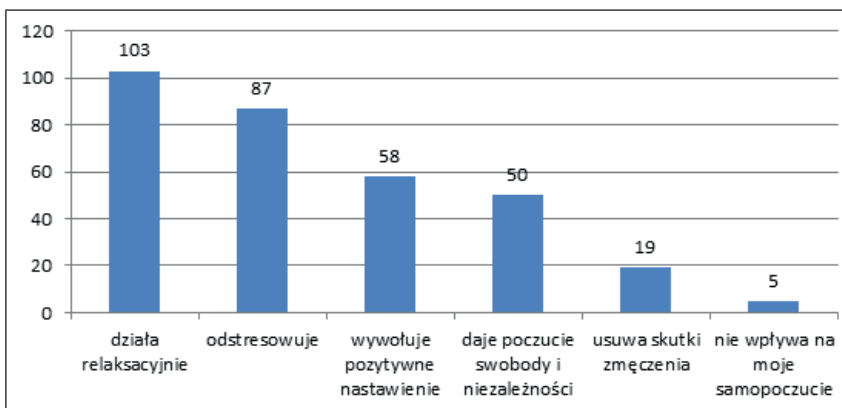
Wszystkie działania w kierunku poprawy stanu turystyki rowerowej w gminie zyskały silne poparcie respondentów. Jak widać najważniejsze dla rowerzystów są: poprawa stanu nawierzchni szlaków i opublikowanie nowoczesnego przewodnika po tych szlakach. Rowerzyści chętnie przyjęliby też utworzenie nowego szlaku rowerowego i zlokalizowanie w terenie MOR-ów, chociaż jak widać z wykresu nie są to działania pierwszej potrzeby. Z wykresu wynika też, że aktualne oznakowanie szlaków rowerowych w gminie jest całkiem zadowalające, chociaż mogłoby być lepsze. Chodzi tu o bardziej efektywne rozpropagowanie ich nazewnictwa, gdyż topograficzny rozkład szlaków przez aktualnych użytkowników tras – jak wykazano to wcześniej – jest dobrze znany.

Wpływ turystyki rowerowej na zdrowie

W świetle wypowiedzi badanych osób turystyka rowerowa nie pozostaje bez wpływu na zdrowie i samopoczucie człowieka oraz daje wyłącznie pozytywne efekty zdrowotne. Respondenci stwierdzali, że po przejażdżce rowerowej czują się „pozytywnie zmęczeni” (75,0%) lub wręcz „wypoczęci” (25,0%). Żaden z nich nie odczuwał „negatywnego zmęczenia” lub „złego samopoczucia”.

Korzyści wynikające z uprawiania turystyki rowerowej ankietowani upatrywali przede wszystkim w działaniu relaksacyjnym kolarstwa, a dla wielu osób jest to także aktywność o charakterze redukującym stres. Inne istotne korzyści to efekt pozytywnego nastawienia oraz poczucie swobody i niezależności. Ocenę korzyści zdrowotnych związanych z turystyką rowerową prezentuje rycina 3.

Ryc. 3. Wpływ turystyki rowerowej na samopoczucie człowieka w ocenie respondentów (liczba odpowiedzi) /
Effect of cycling on the well-being of man according to the respondents (number of responses)



Źródło: opracowanie własne.

Podsumowanie

Walory kulturowo-środowiskowe, zróżnicowane ukształtowanie terenu i dobrze rozplanowana sieć tras rowerowych sprawiają, że gmina Krzeszowice może stać się istotnym ośrodkiem turystyki rowerowej między aglomeracją śląską a Krakowem. Bardzo dobra dostępność transportowa gminy ułatwia realizację turystyki kolarskiej. Jak pokazały badania, prawie 40% respondentów jest gotowa przejechać dowolną ilość kilometrów publicznym środkiem transportu lub własnym samochodem, aby dostać się do rejonu umożliwiającego jazdę na rowerze w warunkach naturalnych. Rodzaj podłoża, po jakim poruszają się rowerzyści amatorzy, nie jest dla nich obojętny. Chcą jeździć trasami leśnymi i przygotowanymi szlakami rowerowymi, najlepiej o podłożu naturalnym. Taki właśnie charakter szlaków rowerowych gminy jest bardzo ceniony przez rowerzystów. Sprzyjające turystyce rowerowej warunki przyrodnicze gminy Krzeszowice znalazły potwierdzenie w dużej częstotliwości odwiedzania szlaków gminnych przez ankietowanych (61,8% z nich jest tam od dwóch razy w miesiącu do kilku razy w tygodniu).

Osoby czynnie uprawiające turystykę kolarską są bardzo zdeterminowane w tej aktywności. Większość osób badanych chętnie poświęciłaby na jazdę na rowerze jeszcze więcej czasu niż dotychczas. Potwierdza to fakt dużej częstotliwości uprawiania turystyki rowerowej przez osoby badane – 91,1% z nich czyni to przynajmniej jeden raz w tygodniu, a gdy już podejmuje wycieczkę rowerową, to w ciągu jednego dnia pokonuje odległości od 10 km do ponad 42 km. Spostrzeżenie to może być przyczynkiem do zrewidowania powszechnie przyjmowanego poglądu o konieczności podziału czterdziestokilometrowej wycieczki rowerowej na dwa dni.

W badaniach ujawniono silne przekonanie respondentów o zdrowotnym oddziaływaniu turystyki rowerowej. To bardzo ważne, ponieważ jak wynika z wypowiedzi respondentów, u podłoża uprawiania przez nich omawianej formy turystyki tkwi świadomość, że ma ona pozytywne efekty zdrowotne. Obiektywnie stwierdzone korzystne oddziaływanie wysiłku fizycznego na zdrowie człowieka znajduje tutaj poparcie w subiektywnych odczuciach osób badanych.

Jak się okazuje ograniczenia wiekowe uprawiania sportu nie dotyczą turystyki rowerowej. Pokazuje to struktura wiekowa osób badanych. Dobierani losowo respondenci mieli od 16 do 72 lat. Zaskakujący fakt większej liczby osób z najwyższego przedziału wiekowego (powyżej 60 lat), w porównaniu do osób młodych, w wieku sprzyjającym pełnej aktywności (22–28 lat), znajduje swoje uzasadnienie w większych możliwościach ruchowych osób młodych, a to daje sposobność angażowania się w inne, niż kolarstwo, formy rekreacyjno-spor-

towe. Relatywnie duży udział osób starszych wśród badanych rowerzystów potwierdza znane stwierdzenie, że turystyka rowerowa „jest dla wszystkich”⁶ i stanowi istotną przesłankę, aby działania popularyzujące tę formę aktywności w gminie Krzeszowice rozpowszechniać wobec wszystkich grup wiekowych, bez wyjątku.

Jakość infrastruktury rowerowej gminy oceniona została wysoko (34,6% ocen bardzo dobrych), ale nie brakuje też ocen niskich (bardziej wymagający turyści ocenili ją jako „złą”, bądź „dostateczną”, a razem to 17,7% badanych rowerzystów). Wynik ten znajdują pokrycie w rzeczywistości, ponieważ wzdłuż szlaków rowerowych brakuje typowej bazy gastronomicznej – wszelkie tego rodzaju usługi skupia największa miejscowość gminy, miasto Krzeszowice. W tym kontekście sytuację pogarsza całkowity brak „miejsc odpoczynku rowerzysty” (MOR), o które tak dopominają się ankietowani.

W działaniach na najbliższą przyszłość należałoby na pierwszym miejscu uwzględnić poprawę stanu nawierzchni szlaków. Zagadnienie to należy uznać za priorytetowe w sytuacji, gdy ścieżki rowerowe mają nawierzchnię o charakterze drogi naturalnej. Ścieżki takie szybko ulegają degradacji, w zależności od warunków pogodowych i liczby użytkowników. Bez wątplenia należałoby też opracować przewodnik/informator po trasach rowerowych gminy, uwzględniając nie tylko wymienione na początku pięć gminnych tras, ale wszystkie wykazane w tym opracowaniu. Skoro takiego wydawnictwa oczekują aktualni użytkownicy tras w gminie, to tym większą rolę spełniłoby ono jako element pozytywnego marketingu gminy.

⁶ J. Merski, Warecka J., *Turystyka kwalifikowana...*, *op. cit.*

Literatura

- Adamczyk S., Firlej K., *Jura Krakowsko-Częstochowska*, Bielsko-Biała 2001.
- Ahlfeldt G.M., Franke B., Maennig W., *Terrorism and international tourism: the case of Germany*, „Jahrbücher für Nationalökonomie und Statistik” 2015, 235 (1), s. 3–21.
- Alejziak B., *Analiza ofert pracy oraz poszukiwanych kwalifikacji w sektorze usług turystycznych*, „Folia Turistica” 2005, nr 16.
- Alejziak B., *Kwalifikacje i kompetencje pracowników turystyki. diagnoza turystycznego rynku pracy*, „Folia Turistica” 2014, nr 32, s. 117–144.
- Alejziak B., *Monitoring potrzeb na rynku pracy w usługach turystycznych i okoturystycznych*, zlecenie Biura ds. Turystyki Urzędu Miasta Krakowa, 2007, www.bip.krakow.pl/zalacznik.php?zal_id=16964 [dostęp: 30.09.2014].
- Alejziak B., Wilkońska A., *Social competence of student youth as value at the tourist labour market*, Silesian University in Opava Faculty of Philosophy and Science in Opava; Secondary School of Hospitality Industry and Services The Higher Professional School, Karviná 2014, Czech Republic, s. 11–23.
- Armstrong M., *Zarządzanie zasobami ludzkimi*, Warszawa 2007.
- Badania pracowników Grupy Hotelowej Orbis*, FDDS, Warszawa 2012.
- Bajgier-Kowalska M., *Agroturystyka jako czynnik rozwoju gospodarczego obszarów wiejskich powiatu limanowskiego*, [w:] *Problematyka 30. Jubileuszowej Międzynarodowej Konferencji Naukowej nt. „Problematyka badawcza przemian strukturalnych przemysłu i usług w układach przestrzennych”*, red. Z. Zioło, T. Rachwał, Kraków–Warszawa 2014, s. 12–13.
- Bajgier-Kowalska M., Tracz M., Uliszak R., *Uwarunkowania rozwoju przedsiębiorczości na obszarach wiejskich na przykładzie gospodarstw agroturystycznych województwa małopolskiego*, „Przedsiębiorczość – Edukacja” 2016, 12, s. 244–261.
- Baker D., Mc. A., *The Effects of Terrorism on the Travel and Tourism Industry*, „International Journal of Religious Tourism and Pilgrimage” 2014, 2 (1), s. 58–67.
- Balon J., PiętaK K., *Formy skalne jako wartość środowiska przyrodniczego Parku Krajobrazowego Dolinki Podkrakowskie*, [w:] *Krajobrazy rekreacyjne – kształtowanie, wykorzystanie, transformacja*, „Problemy Ekologii Krajobrazu”, t. XXVII, Biała Podlaska 2014.
- Bar R., Doliński A., *Turystyka*, Warszawa 1973.

- Baryła J., *Jaskinia w Mechowie*, Kraków 1999.
- Bednarek-Szczepańska M., Bański J., *Lokalizacyjne uwarunkowania oferty gospodarstw agroturystycznych w Polsce*, „Przegląd Geograficzny” 2014, 86 (2), s. 243–260.
- Bieńkowski A., *Turystyka jako forma wielofunkcyjnego rozwoju obszarów wiejskich*. „Gospodarka w Praktyce i Teorii” 2001, Nr 1 (8), s. 106–116.
- Boczarowa M., *Odkrycie nowej jaskini w Górach Świętokrzyskich*, „Przegląd Geologiczny” 1965, R. 13, nr 3, s. 128–130.
- Borne-Falencik H., *Losy zawodowe absolwentów średnich szkół hotelarsko-turystycznych w latach 1991–1993*, [w:] *Kadry w turystyce*, „Folia Turistica” 1998, Nr 8, s. 17–38.
- Borne-Januła H., *Stan bezrobocia w zawodach turystyczno-hotelarskich i gastronomicznych*, „Problemy Turystyczne” 2002, Vol. 25, nr 1–2, s. 119–127.
- Bourdieu P., *The forms of capital*, [w:] Richardson J.G., *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education*, Greenwood Press, New York 1986, s. 241–258.
- Budzyńska A., Zmarzlik J., *Rozpoznawanie krzywdzenia dziecka. Szkolenie dla profesjonalistów*, FDN, Warszawa 2014.
- Burzyński T., *Prognozy rozwoju oraz oddziaływania turystyki na rynek pracy oraz modernizację przedsiębiorstw w województwie śląskim*, Instytut Turystyki w Krakowie, Kraków 2010.
- Cabaj W., Kruczek Z., *Podstawy geografii turystycznej*, Kraków 2010.
- Campbell B., Coff R., Kryscynski D., *Rethinking sustained competitive advantage from human capital*, *Academic Management Review*, Copenhagen 2012.
- Cele i treści akademickiego kształcenia w dziedzinie turystyki i rekreacji*, red. A. Nowakowska, materiały pokonferencyjne: 25 lat kierunku Turystyka i Rekreacja 18–19 września 2000, „Zeszyty Naukowe AWF”, Kraków 2001, Nr 81, Kształcenie zawodowe, s. 221–227.
- Charakterystyka gospodarstw rolnych w województwie małopolskim w 2013 roku*, Urząd Statystycznych w Krakowie, Kraków 2014, s. 1–89.
- Charakterystyka przyjazdów cudzoziemców do Polski w 2015 roku*, Ministerstwo Sportu i Turystyki, https://s3-eu-west-1.amazonaws.com/fs.siteor.com/m sport/article_attachments/attachments/88517/original/Charakterystyka_przyjazdow_cudzoziemcow_do_Polski_w_2015_roku.pdf?1461917174 [dostęp: 30.05.2016].
- Coleman S., *Foundations of Social Theory*, Harvard University Press, Cambridge 1994.
- Cottrell S.P., Vaske J.J., Roemer J.M., *Resident satisfaction with sustainable tourism: The case of Frankenwald Nature Park, Germany*, „Tourism Management Perspectives” 2013, 8, s. 42–48.

- Czerniachowicz B., *Zmiany w zarządzaniu kapitałem ludzkim w przedsiębiorstwie*, [w:] *Zarządzanie procesami restrukturyzacji. Koncepcje – strategie – analiza*, red. nauk. R. Borowiecki, A. Jaki, Wyd. Fundacja Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie, Kraków 2012.
- Dębniwska M., Tkaczuk M., *Agroturystyka – koszty, ceny, efekty*, Warszawa 1997.
- Dixon G., *Geoconservation: an international review and strategy for Tasmania*. Miscellaneous Report, Parks & Wildlife Service, Tasmania 1996.
- Dobek-Ostrowska B., *Podstawy komunikowania społecznego*, Wrocław 2007.
- Dorocki S., Rachwał T., Szymańska A., Zdon-Korzeniowska M., *Spatial Conditions for Agritourism Development on the Example of Poland and France*, „Current Issues of Tourism Research” 2012, 2, s. 20–29.
- Dorocki S., Szymańska A., Zdon-Korzeniowska M., *Polskie gospodarstwa agroturystyczne w dobie kryzysu gospodarczego*, „Przedsiębiorczość – Edukacja” 2013, 9, s. 175–184.
- Drzewiecki M., *Agroturystyka współczesna w Polsce*, Gdańsk 2009.
- Drzewiecki M., *Agroturystyka*, Bydgoszcz 1995.
- Dubois D., Rothwall W., *Zarządzanie zasobami ludzkimi oparte na kompetencjach*, Gliwice 2008.
- Dzwonkowska D., *Zasada zrównoważonego rozwoju w turystyce*, „Studia Ecologiae et Bioethicae” 2011, t. IX, 2, s. 23–41.
- Eurostat, 2014, <http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/eurostat/home> [dostęp: 16.04.2016].
- Exploitation and Sexual Abuse*, Luksemburg 2016.
- Faracik R., *Potrzeby i motywacje turystyczne*, [w:] *Turystyka*, red. W. Kurek, Warszawa 2007.
- Formy ochrony przyrody w powiecie limanowskim*, Limanowa 2011, <http://www.powiat.limanowa.pl/pl/1954/0/ochrona-przyrody-w-powiecie-limanowskim.html> [dostęp: 12.05.2016].
- Garus R., *Jaskinia „Raj”*, Kielce 2005.
- Global Terrorism Index 2015*, Institute for Economics & Peace, <http://economicsandpeace.org/wp-content/uploads/2015/11/2015-Global-Terrorism-Index-Report.pdf> [dostęp: 30.05.2016].
- Głowacz S., Pohl W., *Jak wspinać się na skały*, Warszawa 1999.
- Gmyrek-Gołąb K., Łabaj M., *Metodyka zrównoważonego zagospodarowania turystycznego gminy*, [w:] *Sporty zimowe, strategia rozwoju, badania naukowe*, Kraków 2005.
- Gmyrek-Gołąb K., *Rola statutowych uzdrowisk karpaccich w odnowie psychosomatycznej człowieka – praca doktorska*, Kraków 2010.
- Gold J.R., *An Introduction to Behavioural Geography*, Oxford 1980.

- Gołembski G., *Przedsiębiorstwo turystyczne w gospodarce wolnorynkowej*, Poznań 1997.
- Górny A., Szelerewicz M., *Jaskinia Wierchowska Górna – Przewodnik Turystyczny*, Warszawa–Kraków 1984.
- Greijer S., Doek J., *Terminology Guidelines for the Protection of Children from Sexual*
- Has terrorism affected Australian tourism to Bali? Press Release*, <http://www.roy-morgan.com/findings/6775-has-terrorism-affected-australian-tourism-to-bali-201604272240> [dostęp: 12.05.2016], za: *Roy Morgan Holiday Tracker (Australia)*, Jan-Dec 2015, n=15,367. Base: Australians 14+.
- Hatalska N., *Marketing szeptany. Mechanizmy działania niestandardowych form komunikacji marketingowej*, [w:] *Funkcjonowanie współczesnych gospodarek i przedsiębiorstw. Aspekty globalne, regionalne, sektorowe*, red. M. Kokocińska, Poznań 2006, http://www.hatalska.com/wp-content/uploads/2009/02/N.Hatalska_MarketingSzeptany_FunkcjonowanieWspolczesnychGospodarekIPrzedsiębiorstw2006.pdf [dostęp:12.04.2016].
- Hattingh G., *Wspinaczka – poradnik*, Łódź 1999.
- Hawke A., Raphael A., *Offenders on the Move. The Global Study on Sexual Exploitation of Children in Travel and Tourism*, ECPAT International 2016.
- Hirschman E., *Consumers and their animal companions*, „Journal of Consumer Research” 1994, 20, s. 616–632.
- Holt D., *Branding in the Age of Social Media*, Harvard Business Review, New York 2016.
- Hose T.A., *Selling the story of Britain’s Stone*, „Environmental Interpretation” 1995, vol. 10 (2).
- Implementacja dyrektyw unijnych*, www.fdds.pl/kategoria_bazy/akty-prawne [dostęp: 6.06.2016].
- Informacje i opracowania statystyczne*, Turystyka 2015, GUS, Warszawa 2016.
- Informacje i opracowania statystyczne*, Turystyka w 2014, GUS, Warszawa 2015.
- Inny słownik języka polskiego*, red. M. Bańko, Warszawa 2000.
- International tourist arrivals up 4% reach a record 1.2 billion in 2015*, pozyskano z: <http://media.unwto.org/press-release/2016-01-18/international-tourist-arrivals-4-reach-record-12-billion-2015> [dostęp: 4.05.2016].
- ITB World Travel Trends Reports 2015/2016*, Messe Berlin GmbH, pozyskano z: http://www.itb-berlin.de/media/itb/itb_dl_all/itb_presse_all/WTTR_ITB2016_8_Web.pdf [dostęp: 30.05.2016].
- Inwankiewicz–Rak B., *Innowacyjne aspekty komunikacji marketingowej w środowisku organizacji obywatelskich*, „Współczesne Zarządzanie” 2011, z. 3, s. 69–79.

- Jagusiewicz A., Łopaciński K., *Ocena stanu turystyki wiejskiej i agroturystyki w Polsce w latach 2005–2009*, Warszawa 2010, pozyskano z: http://bip.minrol.gov.pl/FileRepozytory/FileRepozytoryShowImage.aspx?item_id=37813 [dostęp: 3.05.2016].
- Juchnowicz M., *Kapitał ludzki a kształtowanie przedsiębiorczości*, Warszawa 2004.
- Jura Krakowsko-Częstochowska, *Mapa turystyczna*, skala 1:50 000, Kraków 2015.
- Kapera I., *Akcesja do unii Europejskiej a turystyka w powiatach (na przykładzie powiatu limanowskiego)*, [w:] *Spoleczne, gospodarcze i polityczne relacje we współczesnych stosunkach międzynarodowych*, red. B. Bednarczyk, M. La-soń., Kraków, 2007, s. 207–215.
- Kapera I., *Terroryzm a turystyka w krajach arabskich na przykładzie Egiptu*, [w:] *Bezpieczeństwo w turystyce. Wybrane zagadnienia*, red. S. Sacha, Kraków 2009, s. 9–22.
- Kasza A., *Nowe odkrycia w jaskiniach Kadzielni*, „Jaskinie” 2009, 1 (54).
- Kierunki rozwoju produktu turystycznego gmin powiatu limanowskiego*, Instytut Turystyki, Oddział w Krakowie, Kraków 2001, http://www.powiat.limanowa.pl/files/fck/File/2014/Kierunki_Rozowju_Produktu_Turystycznego_Powiatu_Limanowskiego.pdf [dostęp: 26.04.2016].
- Kierunki rozwoju turystyki do 2015 roku*. Dokument Rządowy przyjęty przez Radę Ministrów w dniu 26 września 2008 r., Ministerstwo Sportu i Turystyki, Warszawa 2008.
- Kloc Z., Popławska A., *Handel ludźmi i przestępstwa okołoprostytucyjne na szkodę małoletnich. Raport z badań aktowych.*, FDN, Warszawa 2012.
- Kodeks Postępowania* (ang. *The Code of Conduct*), pozyskano z: www.thecode.org [dostęp: 10.06.2016].
- Kołodziej W., *Jaskinia Wierzchowska*, Wydawnictwo Karpaty Andrzej Łączyński, Kraków 1997.
- Kompendium wiedzy o turystyce*, red. G. Gołębski, Warszawa 2006.
- Kondracki J., *Geografia Polski. Mezoregiony fizycznogeograficzne*, Warszawa 1994.
- Konwencja o Prawach Dziecka* (1989), ONZ, pozyskano z: www.isap.sejm.gov.pl/DetailsServlet?id=WDU19911200526 [dostęp: 20.05.2016].
- Konwencja Rady Europy o ochronie dzieci przed seksualnym wykorzystywaniem i niegodziwym traktowaniem w celach seksualnych*, pozyskano z: www.coe.int/t/dghl/standardsetting/children/Source/LanzaroteConvention_pl.pdf [dostęp: 10.06.2016].
- Kowalczyk M., *Wskaźniki zrównoważonego rozwoju turystyki*, „Człowiek i Środowisko” 2011, nr 35 (3–4), s. 35–50.

- Koziej M., Bednarski L., Neugebauer S., *Wielofunkcyjny rozwój obszarów wiejskich województwa świętokrzyskiego*, [w:] *Wielofunkcyjna gospodarka na obszarach wiejskich*, Kielce 2002, s. 159–172.
- Kruczek Z., *Losy zawodowe magistrów turystyki – absolwentów AWF w Krakowie*, „Folia Turistica” 2003, nr 14, s. 43–56.
- Kruczek Z., Zmysłony P., *Regiony turystyczne*, Kraków 2010.
- Krzeszowice i okolice na rowerze, Mapa turystyczna, skala 1:50 000, Kraków 2007.
- Kształcenie dla potrzeb turystyki w regionie małopolskim*, red. Z. Kruczek, [w:] *Kadry w turystyce*, „Folia Turistica” 1998, Nr 8, s. 5–16.
- Kühn G., *Komersyjne wykorzystywanie seksualne dzieci w kontekście podróży i turystyki*, „Dziecko krzywdzone. Teoria, badania, praktyka” 2014, 13 (1).
- Kühn G., Trocha O., *Przeciwdziałanie wykorzystywaniu seksualnemu dzieci w turystyce. Pytania i odpowiedzi*, wersja angielska: L. Ferran, G. Berardi, P. Sakulpitakphon, D. Sever, M. Capaldi, A. Burnett i M. Naebklang, EC-PAT International, FDN, Warszawa 2014.
- Kwiatek-Sołtys A., *Krzeszowice-studium funkcjonalne małego miasta*, „Czasopismo Geograficzne” 1996, t. 67, z. 3–4, s. 365–375.
- Lesser E., *Knowledge and Social Capital—Foundations and Applications*, Butterworth Heinemann, Boston 2012.
- Liczba turystów międzynarodowych w 2014 roku przekroczyła 1,1 mld*, <http://www.msport.gov.pl/badania-ryнку-turystycznego/liczba-turystow-miedzynarodowych-w-2014-r-przekroczyła-11-mld> [dostęp: 4.05.2016].
- Lifestyle trends & tourism: How changing consumer behaviour impacts travel to Europe*, Raport of the European Travel Commission, Brussels 2016.
- Lijewski T., Mikułowski B., Wyrzykowski J., *Geografia turystyki Polski*, Warszawa 1998.
- Lisiecki T., *Absolwenci uczelni wychowania fizycznego o swoim zatrudnieniu w pierwszych miesiącach po ukończeniu studiów*, „Kultura Fizyczna” 2003, Nr 7–8, s. 20–23.
- Majewski J., *Turystyka konwencjonalna i alternatywna a agroturystyka*, „Rynek Turystyczny” 1994, 7, s. 14–19.
- Marczak M., *Wpływ terroryzmu na rozwój turystyki międzynarodowej*, „Zeszyty Naukowe” nr 738, Ekonomiczne Problemy Turystyki nr 4 (20), Uniwersytet Szczeciński 2012, s. 89–102.
- Merski J., Warecka J., *Turystyka kwalifikowana, turystyka aktywna*, Warszawa 2009.
- Metelka Ch.J., *The Dictionary of Hospitality, Travel and Tourism*, Delmar Publishers Ins., Merton house travel and tourism publishers, Albany, New York 1990.

- Meyer B., *Turystyka jako ekonomiczny czynnik kształtowania przestrzeni*, „Rozprawy i Studia” t. 545, Uniwersytet Szczeciński 2004.
- Mika M., *Formy turystyki poznawczej*, [w:] *Turystyka*, red. W. Kurek, Warszawa 2007.
- Mika M., *Miasta jako obszary recepcji turystycznej*, [w:] *Kraków jako ośrodek turystyczny*, red. M. Mika, Kraków 2011, s. 15–34.
- Mikos von Rohrscheidt A., *Turystyka kulturowa. Fenomen, potencjał, perspektywy*, Gniezno 2008.
- Mikułowski-Pomorski J., *Komunikacja Międzykulturowa. Wprowadzenie*, Kraków 1999.
- Morris H., *Natural disasters worse for tourism than terror attacks*, Press release, The telegraph Travel, 29.03.2016, pozyskano z: <http://www.telegraph.co.uk/travel/news/terrorism-has-the-smallest-impact-on-tourism-industries> [dostęp: 4.05.2016].
- Motyka J., Gradziński M., Rózkowski K., Górny A., *Chemistry of cave water in Smocza Jama, city of Kraków, Poland*, „Annales Soc. Geolog. Poloniae” 2005, 75, s. 189–198.
- MSiT, dane statystyczne: www.msport.gov.pl/statystyka-turystyka [dostęp: 20.05.2016].
- MSiT, podsumowanie konferencji, www.msport.gov.pl/aktualnosci-turystyka/konferencja-dotyczaca-ochrony-dzieci-i-mlodziezy-przed-wykorzystywaniem-w-kontekscie-podrozy-i-turystyki [dostęp: 2.06.2016].
- Musiał J., *Stan i możliwości rozwoju turystyki i agroturystyki w powiecie limanowskim*, [w:] *Turystyka wiejska a rozwój i współpraca regionów*, red. Z. Kryński, Krosno 2005.
- Narodowy Program Antyterrorystyczny na lata 2015-2019*, Warszawa 2014, Uchwała nr 252 Rady Ministrów z dnia 9 grudnia 2014 roku w sprawie „Narodowego Programu Antyterrorystycznego na lata 2015-2019”, Warszawa, dnia 24 grudnia 2014 roku, Poz. 1218,.
- Nęcki Z., *Komunikacja międzyludzka*, Kraków 1996.
- Nickerson N.P., Black R.J., Mccool S.F., *Agritourism: motivations behind farm/ranch business diversification*. „Journal of Travel Research” 2001, 40, (1), s. 19–26.
- Niedziółka A., *Historia agroturystyki i aspekty zarządzania usługami agroturystycznymi w powiecie limanowskim*, „Krakowskie Studia Małopolskie” 2013, 18, s. 122–135.
- Nycz M., *Adaptacja Doliny Będkowskiej na potrzeby wspinaczki skałkowej – praca magisterska*, Kraków 2015.
- Od Europejskich do Krajowych Ram Kwalifikacji*, red. E. Chmielnicka, Warszawa 2009, www.cofund.org.pl [dostęp: 21.03.2014].

- Ogólnopolska diagnoza problemu przemocy wobec dzieci. Zespół badawczy FDN we współpracy z Millward Brown, „Dziecko krzywdzone. Teoria, badania, praktyka”, nr 12 (3), FDN, Warszawa 2013.
- Okoń W., *Nowy Słownik Pedagogiczny*, Warszawa 2004.
- Osadnictwo i krajobraz, red. Z. Noga, ZZJPK, Kraków 1997.
- Palkiewicz D., *Terroryzm a przemysł turystyczny na świecie*, <http://www.terroryzm.com/article/480/Terroryzm-a-przemysl-turystyczny-na-swiecie.html> [dostęp: 12.05.2016].
- Panasiuk A., *Ekonomika turystyki i rekreacji*, Warszawa 2011.
- Parkinson J., Heyden T., *How terrorist attacks affect tourism*, Press release, BBC News, 29 czerwiec 2015, pozyskano z: <http://www.bbc.com/news/magazine-33310217> [dostęp: 4.05.2016].
- Parma Ch., *Najpiękniejsze jaskinie*, Warszawa 1992.
- Parma Ch., Rajwa A., *Turystyczne jaskinie Tatr*, Przewodnik, wyd. 2 popr. Warszawa 1989.
- Partyka J., *Ojców i Archeolodzy do Pierwszej Połowy XX wieku*, Materiały 45. Sympozjum Speleologicznego, Ojców 20–23.10.2011.
- Partyka J., *Przewodnik Ojcowski Park Narodowy*, Warszawa 1979.
- Paul O., *Smocza Jama*, Informator Jaskinie Wyżyny, nr. 9 marzec–kwiecień 1996.
- Peyroux O., *Fantasies and Realities Fueling Child Trafficking in Europe*, ECPAT France, Paryż 2015.
- Phillip S., Hunter C., Blackstock K., *A typology for defining agritourism*, „Tourism Management” 2010, 31, s. 754–758.
- Pijet-Migoń E., *Geoturystyka – nowe możliwości wykorzystania dziedzictwa Ziemi w turystyce. Studium przypadku krainy wygasłych wulkanów w Sudetach Zachodnich*, „Ekonomiczne Problemy Turystyki” 1, (33), Szczecin 2016.
- Polska krajem zagrożonym terroryzmem*, <http://2ba.pl/news-posts/polska-krajem-zagrozonym-terroryzmem> [dostęp: 5.05.2016].
- Polska wersja wytycznych ONZ dotyczących biznesu i praw człowieka*, pozyskano z: www.pihrb.org/publikacja-zawierajaca-polska-wersje-wytycznych-onz-dot-biznesu-i-praw-czlowieka-juz-dostepna [dostęp: 20.07.2016].
- Poniewska A., *Turystyka jaskiniowa jako nowa oferta programowa organizatora imprez turystycznych*, Warszawa 2008.
- Poon A., *Competitive strategies for a new tourism*. Channel View Publications, Clevedon 2013.
- Portes A., *Social capital: its origins and applications in modern sociology*, „Annual Review of Sociology”, London 1998
- Program ochrony środowiska dla gminy Krzeszowice na lata 2004–2015*, uchwalony 23.12.2004, Krzeszowice 2004.

- Program ochrony środowiska powiatu limanowskiego na lata 2010–2013 z perspektywą do roku 2017*, Załącznik Nr 1 do Uchwały Nr XLI/416/10 Rady Powiatu Limanowskiego z dnia 27 października 2010 r., Limanowa 2010, pozyskano z: http://www.powiat.limanowa.pl/files/s/180/7782/Edytor/File/pce/Program_Ochrony_Srodowiska_Powaitu_Limanowskiego_na_lata_2010-2013_wo.pdf [dostęp: 12.05.2016].
- Przeclawski K., *Człowiek a turystyka. Zarys socjologii turystyki*, Kraków 1997.
- Przedsiębiorstwo turystyczne*, red. A. Rapacz, Warszawa 2007.
- Przylibski T., *Rodon w powietrzu jaskiń i innych podziemnych obiektów turystycznych*, „Prace Naukowe Instytutu Górnictwa Politechniki Wrocławskiej” 2002, Nr 102, *Studia i Materiały* Nr 29, Górnictwo i Geologia VI, s. 167–179.
- Rada Europy, kampania One in five*, Pozyskano z: www.coe.int/t/dg3/children/lin5/default_en.asp [dostęp: 20.05.2016].
- Raport tygodniowy 17/2015*, Polski Związek Organizatorów Turystyki, pozyskano z: http://www.pzot.pl/tempOpen/default/files/00000000M843UA5GA-PA51JA67R01LK22_Booking_Report_17_2015.pdf [dostęp: 5.05.2016].
- Relph E.C., *The Phenomenological Foundations of Geography*, Toronto 1970.
- Rettinger G., *Jura Południowa*, Kraków 2014.
- Rocznik Demograficzny*, GUS, Warszawa 2016.
- Rolnictwo w województwie małopolskim w 2014 r.*, Urząd Statystyczny w Krakowie, Kraków 2015.
- Rozga D., *Tourisme sexuel impliquant des enfants: prévention, protection, interdiction et soins aux victimes. Actes du 18e Séminaire international de l'Institut international des Droits de l'Enfant*, Sion 2013.
- Różycki P., *Analiza czynników determinujących efekty kształcenia studentów AWF na kierunku turystyka*, [w:] *Kadry w turystyce*, „Folia Turistika” 1998, Nr 8, s. 39–47.
- Skąła C., *Jura*, Bielsko-Biała 2007.
- Słomka T., Kicińska-Świdarska A., *Geoturystyka – podstawowe pojęcia*, „Geoturystyka” 2004, nr 1, s. 5–7.
- Solak A., *Oczekiwania kompetencyjne pracodawców wobec pracowników*, <http://www.rynekpracy.pl/arttykul.php/wpis.732> [dostęp: 30.09.2014].
- Sönmez S., *Tourism, Terrorism and Political Instability*, „Annals of Tourism Research” 1998, 25 (2), s. 416.
- Stone W., Hughes J., *Measuring Social Capital: Towards a standardised approach*, 2002, http://evaluationcanada.ca/distribution/20021030_stone_wendy_hughes_jody.pdf [dostęp: : 20.06.2016].
- Strategia rozwoju gminy Krzeszowice na lata 2014–2022*, uchwalona 29.07.2015, Krzeszowice.

- Suski R., *O jaskiniach, pieczarach i grotach słów kilka*, [w:] *Materiały 45. Symp. Speleologicznego*, red. M. Gradziński, J. Partyka, Ojców 2005.
- Sznajder M., Przezbórska L., *Agroturystyka*, Warszawa 2006.
- Szymła Z., *Determinanty rozwoju regionalnego*, Kraków 2000.
- Światowe Dni Młodzieży 2016 w liczbach, <http://wiadomosci.onet.pl/kraj/sdm-2016-podsumowanie-i-najwazniejsze-liczby/0120e7> [dostęp: 3.08.2016].
- Tanaś S., *Znaczenie ludobójstwa i terroru w turystyce poznawczej*, „Turyzm” 2013, 23/1, s. 7–16.
- Terre des Hommes*, www.terredeshommes.org/webcam-child-sex-tourism [dostęp: 20.06.2016].
- Thoning L., *Togetherness in Urban Adventures Company*, Københavns Universitet, Copenhagen 2015.
- Tourism Highlights 2015 Edition*, UNWTO, <http://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284416899> [dostęp: 30.05.2016].
- Tribe J., *Strategy for tourism*, Goodfellow Publishers Limited, Oxford 2010.
- Turystyka w 2014 roku*, GUS, Warszawa 2015, <http://stat.gov.pl/obszary-tematyczne/kultura-turystyka-sport/turystyka/turystyka-w-2014-r-,1,12.html> [dostęp: 30.05.2016].
- Turystyka zrównoważona*, red. A. Kowalczyk, Warszawa 2010.
- Turystyka*, red. W. Kurek, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2007.
- Tyrańska M., *Zarządzanie kompetencjami pracowników hotelu*, [w:] *Współczesna Turystyka. Zagadnienia prawne, społeczno-ekonomiczne, przestrzenne*, red. S. Sacha, Oficyna Wydawnicza AFM, „Państwo i Społeczeństwo” 2011, (XI) nr 1.
- Ugls J., Jęczyk A., *Agroturystyka jako faktor zrównoważonego rozwoju*, „Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu” 2015, 379, s. 57–66.
- UNICEF, *Hidden in Plain Sight*, 2014, www.unicef.org/protection/57929_58006.html [dostęp: 25.05.2016].
- UNWTO, *Globalny Kodeks Etyki w Turystyce*, 1999, www.ethics.unwto.org/sites/all/files/docpdf/poland_0.pdf [dostęp: 15.06.2016].
- UNWTO, *Statement on the Prevention on the Organized Child Sex Tourism*, Światowa Organizacja Turystyki, Egipt 1995.
- UNWTO, *Tourism Highlights*, 2014 edition, www.mkt.unwto.org/publication/unwto-tourism-highlights-2014-edition [dostęp: 15.06.2016].
- UNWTO, *Tourism Highlights*, 2015 edition.
- UNWTO, *Tourism Highlights*, 2016 edition.
- Urban J., *Jaskinie regionu świętokrzyskiego*, Pol. Tow. Przyjaciół Nauk o Ziemi, Warszawa 1996.

- Urban J., *Terminy jaskinia, pieczara i grota jako dziedzictwo kulturowe*, „Prace Muzeum Szafera” 22, Ojców 2012.
- Ustawa o swobodzie działalności gospodarczej z dnia 2 lipca 2004 r., Dz.U. 2004 Nr 173 poz. 1807, Dz.U. z 2015 poz. 584.
- Ustawa o usługach turystycznych z 1997, Dz.U. 1997 Nr 133 poz. 884 oraz Dz.U. z 2014 r. poz. 196, 822, <http://prawoturystyczne.pl/ustawa-o-uslugach-turystycznych-nowelizacja> [dostęp: 14.07.2016].
- Ustawa z dnia 10 czerwca 2016 r. o działaniach antyterrorystycznych, Dz.U. 2016 poz. 904
- Ustawa z dnia 23 lipca 2003 r. o ochronie zabytków i opiece nad zabytkami, Dz.U. 2003 nr 162 poz. 1568.
- Warszyńska J., Jackowski A., *Podstawy geografii turystyki*, Warszawa 1978.
- Wartecka-Ważyńska A., *Kompetencje zawodowe absolwentów na kierunku turystyka i rekreacja Akademii Wychowania Fizycznego w Poznaniu na rynku pracy*, „Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego” 2014 (805), „Ekonomiczne Problemy Turystyki” nr 1 (25), s. 231–248.
- Weekly Report 17/2016*, Polski Związek Organizatorów Turystyki, pozyskano z: http://www.pzot.pl/tempOpen/default/files/00000000802K33U23IY4274NT56D53N4_Booking_Report_17_2016.pdf [dostęp: 5.05.2016].
- Wiśniewski W., *Jaskinie ojcowskie w piśmiennictwie staropolskim i Oświecenia (do końca XVIII w.)*, Materiały 31. Sympozjum Speleologicznego [Sekcji Speleologicznej Polskiego Towarzystwa Przyrodników im. Kopernika], 1997.
- Włodarczyk J., Hamela M., *Komercyjne wykorzystywanie dzieci i młodzieży*, raport z badań FDN, Warszawa 2011, pozyskano z: www.stopwykorzystywaniu.fdn.pl/badania-4?cat1=&cat2=1280&cat3= [dostęp: 6.06.2016], oraz niepublikowane badania FDN, Warszawa 2014.
- Wodejko S., *Kształcenie kadr dla potrzeb turystyki w Polsce na poziomie akademickim*, [w:] *Kadry w turystyce*, „Folia Turistica” 1998, Nr 8, s. 81–87.
- Woolcock M., Narayan D., *Social capital: Implications for development theory, research, and policy*. World Bank Research Observer, New York 2013.
- Wyjazdy wypoczynkowe Polaków w 2015 roku i plany na rok 2016. Komunikat z badań*, Warszawa 2016, http://www.cbos.pl/SPISKOM.POL/2016/K_021_16.PDF [dostęp: 30.05.2016].
- Wytyczne ONZ dotyczące biznesu i praw człowieka*, www.pihrb.org/publikacja-zawierajaca-polska-wersje-wytycznych-onz-dot-biznesu-i-praw-czlowieka-juz-dostepna [dostęp: 20.07.2016].
- Yi-Fu Tuan, *Przestrzeń i miejsce*, Warszawa 1987.
- Zagrożenie terroryzmem. Komunikat z badań BS/78/2013*, CBOS, Warszawa 2013.

Zaręba D., *Ekoturystyka*, Warszawa 2006.

Ziółkowski R., *Analiza potrzeb zatrudnienia w sektorze turystycznym w regionie polski północno-wschodniej*, „Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego” 2013, nr 785, „Ekonomiczne Problemy Turystyki”, nr 4 (24).

Zwoliński S., *W podziemiach tatrzańskich*, Warszawa 1987.

Strony internetowe

<http://ingress.com/intel> [dostęp: 6.07.2016].

<http://limanowa.idn.org.pl/powiat.htm> [dostęp: 12.04.2015].

<http://orlegniazda.pl/Poi/Pokaz/159907> [dostęp: 6.05.2016].

http://www.nid.pl/pl/Informacje_ogolne/Zabytki_w_Polsce/rejestr-zabytkow/zestawienia-zabytkow-nieruchomych/stan%20na%2031.03.2016/MAL-rej.pdf [dostęp: 8.05.2016].

<http://www.nietoperzowa.ojcow.pl> [dostęp: 6.05.2016].

<http://www.polskieszlaki.pl/groty-mechowskie.htm> [dostęp: 10.05.2016].

http://www.powiat.limanowa.pl/files/fck/File/2014/Kierunki_Rozowju_Produktu_Turystycznego_Powiatu_Limanowskiego.pdf [dostęp: 26.04.2016];

<https://www.ingress.com/intel> [dostęp: 31.05.2016].

<https://www.targielce.pl/geoexpo/prezentacje/jaskinie.pdf> [dostęp: 10.06.2016].

www.fdds.pl/kategoria_bazy/akty-prawne [dostęp: 6.06.2016]

www.gminakrzyszowice.pl/turystyka_i_sport/szlaki_rollerowe [dostęp: 20.05.2016].

www.handelludzmi.eu [dostęp: 2.06.2016].

www.intrepidgroup.filecamp.com [dostęp: 20.06.2016].

www.intrepidtravel.com [dostęp: 20.06.2016].

www.krakowurbanadventures.com [dostęp: 20.06.2016].

www.lezec.cz [dostęp: 28.05.2016].

www.reportchildsextourism.eu [dostęp: 20.06.2016].

www.statystyka.policja.pl [dostęp: 2.06.2016]

www.stopsekturystyce.fdds.pl [dostęp: 20.06.2016]

www.terredeshommes.org/webcam-child-sex-tourism [dostęp: 10.06.2016].

www.unicef.org/protection/57929_58006.html [dostęp: 25.05.2016]

www.urbanadventures.com [dostęp: 20.05.2016].

www.urbanadventures.com/about-us [dostęp: 20.06.2016].

www.urbanadventures.com/about-us#press [dostęp: 20.06.2016].

www.zpkwm.pl [dostęp: 28.05.2016].