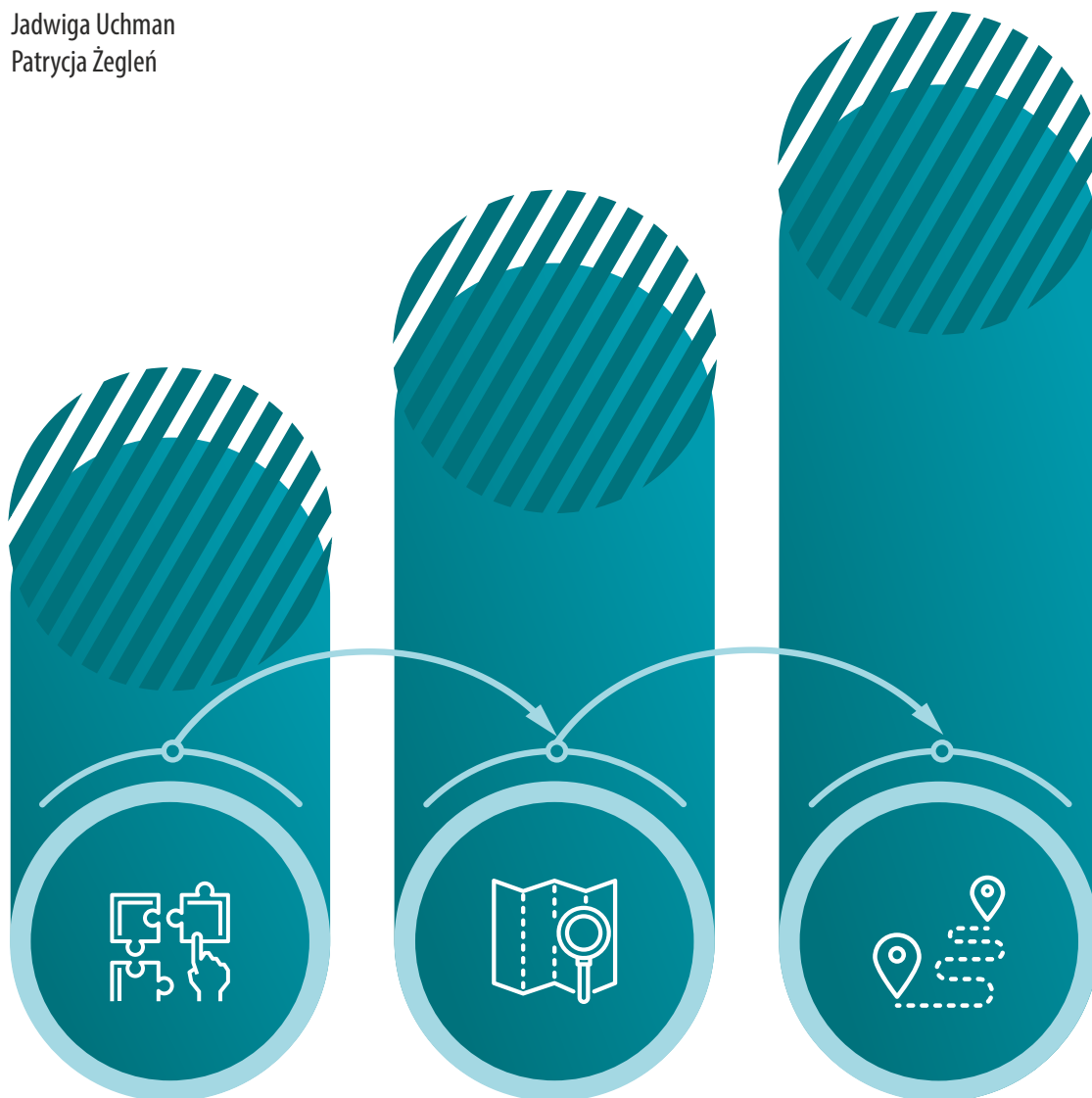


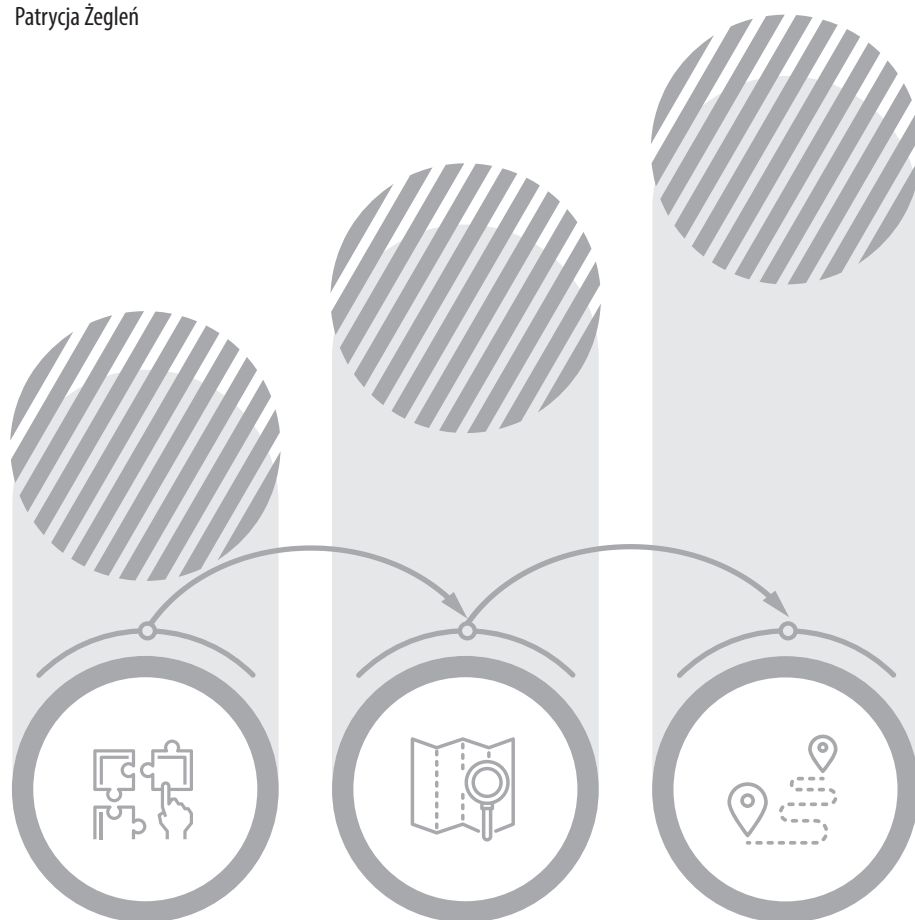
Grzegorz Ślusarz  
Marek Cierpiat-Wolan  
Beata Gierczak-Korzeniowska  
Jadwiga Uchman  
Patrycja Żegleń



# Potencjał turystyczny i jego wykorzystanie w latach 2014–2018 – ujęcie regionalne

Tourist potential and its exploitation  
in the years 2014–2018 – regional approach

Grzegorz Ślusarz  
Marek Cierpiat-Wolan  
Beata Gierczak-Korzeniowska  
Jadwiga Uchman  
Patrycja Żegleń



## **Potencjał turystyczny i jego wykorzystanie w latach 2014–2018 – ujęcie regionalne**

Tourist potential and its exploitation  
in the years 2014–2018 – regional approach

**Opracowanie merytoryczne**

Content-related works

Urząd Statystyczny w Rzeszowie  
Statistical Office in Rzeszów

Uniwersytet Rzeszowski  
University of Rzeszów

**Zespół autorski**

Editorial team

Grzegorz Ślusarz *Uniwersytet Rzeszowski*, Marek Cierpiął-Wolan *Uniwersytet Rzeszowski*, *Urząd Statystyczny w Rzeszowie*, Beata Gierczak-Korzeniowska *Uniwersytet Rzeszowski*, Jadwiga Uchman *Urząd Statystyczny w Rzeszowie*, Patrycja Żegleń *Uniwersytet Rzeszowski*

**Prace redakcyjne**

Editorial work

Dorota Jasiukiewicz, Daniel Koprowicz, Irena Trzyna, Dariusz Twaróg, Sebastian Wójcik

**Opracowanie językowo-stylistyczne i korekta**

Linguistic review and proofreading

Anna Szydło

**Tłumaczenie**

Translation

Mirosław Koszela

**Skład i opracowanie graficzne**

Typesetting and graphics

Wojciech Inglot, Bernadeta Ziomek-Niedzielska

**Autorzy ikon użytych na okładce**

Authors of icons used on the cover

Surang i Srip z [www.flaticon.com](http://www.flaticon.com)  
Surang and Srip from [www.flaticon.com](http://www.flaticon.com)

**Recenzent**

Reviewer

dr hab. Katarzyna Bilińska-Reformat, prof. UE w Katowicach

ISBN 978-83-7996-750-6

**Publikacja dostępna na stronie**

Publications available on website

<http://rzeszow/stat.gov.pl/>

**Przy publikowaniu danych GUS prosimy o podanie źródła**

When publishing Statistics Poland data — please indicate the source

1692

**WYDAWNICTWO UNIWERSYTETU RZESZOWSKIEGO**

35-959 Rzeszów, ul. prof. S. Pigonia 6, tel. 17 872 13 69, tel./fax 17 872 14 26

e-mail: [wydaw@ur.edu.pl](mailto:wydaw@ur.edu.pl); <http://wydawnictwo.ur.edu.pl>

wydanie I; format: 210 x 270 mm; ark. wyd. 9,50; ark. druk. 16,00; zlec. red. 132/2019

Druk i oprawa: Drukarnia Uniwersytetu Rzeszowskiego

# Spis treści

## Contents

	Str.
	Page
Spis tablic . . . . .	5
List of tables . . . . .	5
Spis wykresów . . . . .	7
List of charts . . . . .	7
Spis map . . . . .	7
List of maps . . . . .	7
Spis rysunków. . . . .	8
List of figures . . . . .	8
Objaśnienia znaków umownych. Skróty . . . . .	9
Symbols. Abbreviations. . . . .	9
Wstęp . . . . .	11
Introduction . . . . .	13
Rozdział 1. Uwarunkowania potencjału turystycznego. . . . .	15
Chapter 1. Determinants of tourist potential . . . . .	15
1.1. Istota potencjału turystycznego i jego znaczenie w kształtowaniu rozwoju społeczno-gospodarczego regionów. . . . .	15
1.1.The essence of tourist potential and its importance in shaping the socio-economic development of regions . . . . .	15
1.2.Czynniki kształtujące atrakcyjność turystyczną regionów. . . . .	18
1.2.Factors shaping the tourist attractiveness of regions . . . . .	18
1.3. Bariery w wykorzystywaniu potencjału turystycznego . . . . .	21
1.3.Barriers to exploiting the tourist potential . . . . .	21
1.4.Rola funduszy europejskich w budowaniu potencjału turystycznego województw . . . . .	23
1.4.The role of European funds in building the tourist potential of voivodships. . . . .	23
1.5.Wybrane metody pomiaru i oceny potencjału turystycznego . . . . .	28
1.5.Selected methods of measurement and evaluation of tourist potential . . . . .	28
Rozdział 2. Walory turystyczne Polski i ich znaczenie dla budowania potencjału turystycznego województw. . . . .	32
Chapter 2. Tourist values of Poland and their importance for creating the tourist potential of voivodships. . . . .	32
2.1. Charakterystyka walorów turystycznych i ich wpływ na rozwój ruchu turystycznego. . . . .	32
2.1.Characteristics of tourist values and their influence on the development of tourist traffic. . . . .	32
2.2.Realizacja koncepcji zrównoważonego rozwoju turystyki w województwach . . . . .	43
2.2.Implementation the concept of sustainable tourism development in voivodships . . . . .	43
2.3.Możliwości rozwoju ekoturystyki i jej wpływ na zachowanie walorów turystycznych regionu . . . . .	49
2.3.Opportunities for the development of ecotourism and its impact on preserving tourist values of the region . . . . .	49

	Str. Page
Rozdział 3. Rola infrastruktury turystycznej w budowaniu potencjału turystycznego województw . . . . .	.52
Chapter 3. The role of tourist infrastructure in creating the tourist potential of voivodships . . . . .	.52
3.1. Rola infrastruktury komunikacyjnej w kształtowaniu dostępności turystycznej . . . . .	.52
3.1. The role of communication infrastructure in shaping tourism accessibility . . . . .	.52
3.2. Publiczny transport zbiorowy w obsłudze ruchu turystycznego . . . . .	62
3.2. Public transport in servicing tourist traffic . . . . .	.62
3.3. Szlaki turystyczne i ścieżki rowerowe . . . . .	.67
3.3. Tourist trails and bicycle paths . . . . .	.67
3.4. Charakterystyka bazy noclegowej i gastronomicznej . . . . .	.75
3.4. Characteristics of accommodation and catering establishments . . . . .	.75
3.5. Dostępność bazy noclegowej dla osób niepełnosprawnych . . . . .	80
3.5. Availability of accommodation establishments for people with disabilities . . . . .	.80
Rozdział 4. Zróżnicowanie terytorialne ruchu turystycznego . . . . .	.83
Chapter 4. Territorial diversity of tourist traffic . . . . .	.83
4.1. Specyfika regionalnego ruchu turystycznego . . . . .	83
4.1. Specificity of regional tourist traffic . . . . .	.83
4.2. Wpływ wydatków związanych z podróżami na procesy wzrostu gospodarczego . . . . .	.93
4.2. Influence of tourism expenditure on economic growth processes . . . . .	.93
4.3. Przestrzenne zróżnicowanie wykorzystania potencjału turystycznego – wykorzystanie modelu miękkiego . . . . .	99
4.3. Spatial diversification of the exploitation of tourist potential – the use of the soft model . . . . .	.99
Rozdział 5. Wykorzystanie innowacyjnych metod i źródeł danych w ocenie potencjału turystycznego . . . . .	106
Chapter 5. Use of innovative methods and data sources in the evaluation of tourist potential . . . . .	106
5.1. Model przepływu danych w statystyce turystyki . . . . .	106
5.1. Data flow model in tourism statistics . . . . .	106
5.2. Portale internetowe jako źródło informacji z zakresu turystyki . . . . .	109
5.2. Internet portals as source of information in the field of tourism . . . . .	109
5.3. Łączenie danych z różnych źródeł . . . . .	111
5.3. Combining data from various sources . . . . .	111
Zakończenie . . . . .	113
Conclusion . . . . .	113
Bibliografia . . . . .	115
Bibliography . . . . .	115
Akty prawne . . . . .	126
Legal acts . . . . .	126
Netografia . . . . .	126
Webography . . . . .	126

## Spis tablic

### List of tables

	Str. Page
Tablica 1. Projekty realizowane z funduszy Unii Europejskiej w latach 2014-2020 .....	25
Table 1. Projects carried out from European Union funds in 2014-2020 .....	25
Tablica 2. Umowy zawarte w ramach partnerstwa publiczno-prywatnego .....	27
Table 2. Agreements concluded in the framework of public-private partnership .....	27
Tablica 3. Podział walorów turystycznych .....	34
Table 3. Division of tourist values .....	34
Tablica 4. Wybrane składowe walorów wypoczynkowych w 2018 r. ....	35
Table 4. Selected components of leisure values in 2018 .....	35
Tablica 5. Miejscowości uzdrowiskowe .....	36
Table 5. Health resorts .....	36
Tablica 6. Zabytki wpisane do rejestru zabytków w 2018 r. ....	41
Table 6. Monuments entered in the register of monuments in 2018 .....	41
Tablica 7. Obiekty wpisane na listę światowego dziedzictwa UNESCO .....	42
Table 7. Sites inscribed on the UNESCO World Heritage List .....	42
Tablica 8. Odwiedzający parki narodowe .....	46
Table 8. Visitors to national parks .....	46
Tablica 9. Wybrane wskaźniki zrównoważonej turystyki .....	48
Table 9. Sustainable tourism indicators .....	48
Tablica 10. Drogi publiczne o twardej nawierzchni oraz ich struktura w 2018 r. ....	54
Table 10. Hard surface public roads and their structure in 2018 .....	54
Tablica 11. Linie kolejowe normalnotorowe w 2018 r. ....	57
Table 11. Standard gauge railway lines in 2018 .....	57
Tablica 12. Wybrane wskaźniki charakteryzujące transport lotniczy .....	59
Table 12. Selected indicators characterizing air transport .....	59
Tablica 13. Porty morskie .....	61
Table 13. Sea ports .....	61
Tablica 14. Linie komunikacji miejskiej .....	63
Table 14. Urban transport lines .....	63
Tablica 15. Linie regularnej komunikacji autobusowej .....	65
Table 15. Regular bus transport lines .....	65
Tablica 16. Taksówki w 2018 r. ....	66
Table 16. Taxis in 2018 .....	66
Tablica 17. Szlaki turystyczne .....	69
Table 17. Tourist trails .....	69
Tablica 18. Podział szlaków turystycznych według wybranych kryteriów .....	70
Table 18. Division of tourist trails according to selected criteria .....	70
Tablica 19. Ścieżki rowerowe .....	73
Table 19. Bicycle paths .....	73

	Str. Page
Tablica 20. Wyposażenie turystycznych obiektów noclegowych w zaplecze konferencyjne i sportowo-rekreacyjne w 2017 r. ....	77
Table 20. Conference as well as sports and recreational facilities in tourist accommodation establishments in 2017 .....	77
Tablica 21. Placówki gastronomiczne .....	78
Table 21. Catering facilities .....	78
Tablica 22. Udogodnienia dla osób niepełnosprawnych w turystycznych obiektach noclegowych w 2017 r. ....	81
Table 22. Facilities for people with disabilities in tourist accommodation establishments in 2017 .....	81
Tablica 23. Natężenie ruchu turystycznego .....	85
Table 23. The intensity of tourist traffic .....	85
Tablica 24. Przyjazdy turystów krajowych do województw według głównego celu .....	87
Table 24. Arrivals of domestic tourists to voivodships by main purpose .....	87
Tablica 25. Przyjazdy turystów zagranicznych do województw według głównego celu .....	88
Table 25. Arrivals of foreign tourists to voivodships by main purpose .....	88
Tablica 26. Zwiedzający parki narodowe, muzea, uczestnicy imprez, kuracjusze, pielgrzymi. ....	89
Table 26. Visitors to national parks, museums, event participants, patients, pilgrims .....	89
Tablica 27. Główny rodzaj wykorzystywanego przez turystów środka transportu w 2018 r. ....	91
Table 27. Main means of transport used by tourists in 2018. ....	91
Tablica 28. Wydatki turystów związane z podróżami .....	95
Table 28. Tourism expenditure of tourists .....	95
Tablica 29. Struktura wydatków związanych z podróżami w 2018 r. ....	97
Table 29. Structure of tourism expenditure in 2018 .....	97
Tablica 30. Wybrane strony internetowe o zasięgu globalnym i lokalnym. ....	109
Table 30. Selected global and local websites. ....	109

## Spis wykresów

### List of charts

	Str. Page
Wykres 1. Lecznictwo uzdrowiskowe w 2018 r. ....	37
Chart 1. Health resort treatment in 2018 .....	37
Wykres 2. Struktura pomników przyrody w 2018 r. ....	38
Chart 2. Structure of monuments of nature in 2018 .....	38
Wykres 3. Parki i ogrody historyczne w 2018 r. ....	39
Chart 3. Parks and historical gardens in 2018. ....	39
Wykres 4. Linie krajowej komunikacji autobusowej na 100 km <sup>2</sup> .....	64
Chart 4. National bus transport lines per 100 km <sup>2</sup> .....	64
Wykres 5. Szlaki turystyczne na 100 km <sup>2</sup> w 2018 r. ....	67
Chart 5. Tourist trails per 100 km <sup>2</sup> in 2018 .....	67
Wykres 6. Turystyczne obiekty noclegowe i miejsca noclegowe w 2018 r. ....	75
Chart 6. Tourist accommodation establishments and bed places in 2018. ....	75
Wykres 7. Struktura miejsc noclegowych w turystycznych obiektach noclegowych w 2018 r. ....	76
Chart 7. Structure of bed places in tourist accommodation establishments in 2018. ....	76
Wykres 8. Dynamika liczby turystów w 2018 r. (2014=100). ....	84
Chart 8. Dynamics of the number of tourists in 2018 (2014=100). ....	84
Wykres 9. Przeciętne miesięczne wydatki gospodarstw domowych na restauracje i hotele .....	94
Chart 9. Average monthly household expenditure on restaurants and hotels .....	94
Wykres 10. Dynamika wydatków związanych z podróżami w 2018 r. (2014=100). ....	95
Chart 10. Dynamics of tourism expenditure in 2018 (2014=100). ....	95

## Spis map

### List of maps

	Str. Page
Mapa 1. Zwiedzający muzea w 2018 r. ....	40
Map 1. Visitors to museums in 2018 .....	40
Mapa 2. Emisja zanieczyszczeń gazowych z zakładów szczególnie uciążliwych dla czystości powietrza w 2018 r. ....	44
Map 2. Emission of gaseous pollutants from plants of significant nuisance to air quality in 2018 ...	44
Mapa 3. Udział obszarów prawnie chronionych w powierzchni ogółem w 2018 r. ....	45
Map 3. Share of legally protected areas in total area in 2018. ....	45
Mapa 4. Drogi publiczne o twardej nawierzchni na 100 km <sup>2</sup> według województw w 2018 r. ....	55
Map 4. Hard surface public roads per 100 km <sup>2</sup> by voivodship in 2018 .....	55
Mapa 5. Linie kolejowe na 100 km <sup>2</sup> oraz liczba dworców kolejowych według województw w 2018 r. ....	56
Map 5. Railway lines per 100 km <sup>2</sup> and the number of railway stations by voivodship in 2018. ....	56
Mapa 6. Porty lotnicze .....	58
Map 6. Airports .....	58
Mapa 7. Ścieżki rowerowe na 100 km <sup>2</sup> według województw w 2018 r. ....	72
Map 7. Bicycle paths per 100 km <sup>2</sup> by voivodship in 2018. ....	72



	Str. Page
Mapa 8. Placówki gastronomiczne w 2018 r. ....	79
Map 8. Catering facilities in 2018 .....	79
Mapa 9. Wskaźnik intensywności ruchu turystycznego według województw w 2018 r. ....	85
Map 9. Tourist traffic intensity rate by voivodship in 2018 .....	85
Mapa 10. Przeciętne wydatki turystów na 1 mieszkańca w 2018 r. ....	96
Map 10. Average expenditure of tourists per capita in 2018 .....	96
Mapa 11. Podmioty gospodarki narodowej zarejestrowane w rejestrze REGON prowadzące działalność gospodarczą związaną z zakwaterowaniem i usługami gastronomicznymi w 2018 r. ....	99
Map 11. Entities of the national economy registered in REGON register carrying out economic activity connected with accommodation and food service activities in 2018. ....	99

## Spis rysunków

### List of figures

	Str. Page
Rysunek 1. Schemat modelu miękkiego przedstawiający wykorzystanie potencjału turystycznego Polski w 2018 r. ....	100
Figure 1. Diagram of the soft model showing the exploitation of Poland's tourist potential in 2018	100
Rysunek 2. Grupowanie województw wykonane dla zmiennych ukrytych: „kultura”, „natura” oraz „infrastruktura”. ....	102
Figure 2. Grouping of voivodships for hidden variables: "culture", "nature" and "infrastructure" ....	102
Rysunek 3. Zależność potencjału turystycznego od stopnia jego wykorzystania. ....	103
Figure 3. Relation between the tourist potential and the degree of its exploitation .....	103
Rysunek 4. Model przepływu danych w statystyce turystyki .....	108
Figure 4. Data flow model in tourism statistics .....	108
Rysunek 5. Schemat wykorzystania danych z portali internetowych do stworzenia operatu badania turystycznych obiektów noclegowych .....	110
Figure 5. Diagram of the use of data from Internet portals to create a frame for the survey of tourist accommodation facilities. ....	110
Rysunek 6. Schemat innowacyjnego modelu szacowania wydatków .....	111
Figure 6. Diagram of an innovative model of estimating expenditure. ....	111

## Objaśnienia znaków umownych

### Symbols

Symbol Symbol	Opis Description
Kreska (-)	zjawisko nie wystąpiło magnitude zero
Kropka (.)	zupełny brak informacji albo brak informacji wiarygodnych data not available or not reliable
„W tym” „Of which”	oznacza, że nie podaje się wszystkich składników sumy indicates that not all elements of the sum are given
Comma (,)	used in figures represents the decimal point

Uwaga	Liczby względne (wskaźniki, odsetki) obliczono na podstawie danych bezwzględnych wyrażonych z większą dokładnością niż podano w tablicach. Ze względu na zaokrąglenia danych, w niektórych przypadkach sumy składników mogą się nieznacznie różnić od podanych wielkości „ogółem”. Liczby te są poprawne pod względem merytorycznym.
Note	Relative numbers (indicators, percentages) were calculated on the basis of absolute data expressed with more accuracy than it was given in the tables. Due to the rounding of data, in some cases sums of components may slightly differ from the amount given in the item “total”. Those numbers are correct with regard to their factual content.

## Skróty

### Abbreviations

Skrót Abbreviation	Znaczenie Meaning
tys.	tysiąc thousand
mln	milion million
zł PLN	złoty Polish zloty
ha	hektar hectare
km	kilometr kilometre
km <sup>2</sup>	kilometr kwadratowy square kilometre
p.proc. pp	punkt procentowy percentage point
r.	rok year
ok. approx.	około approximately

## Skróty (dok.)

### Abbreviations (cont.)

<b>Skrót</b> Abbreviation	<b>Znaczenie</b> Meaning
dok. cont.	dokończenie continued
Dz. U.	Dziennik Ustaw
poz.	pozycja
GUS	Główny Urząd Statystyczny Statistics Poland
OSO	Obszary specjalnej ochrony ptaków Areas of special bird protection
PPP	Partnerstwo publiczno-prywatne Public-private partnership
PTTK	Polskie Towarzystwo Turystyczno-Krajoznawcze Polish Tourist and Sightseeing Association
REGON	Krajowy rejestr urzędowy podmiotów gospodarki narodowej National Official Business Register
SOO	Specjalne obszary ochrony siedlisk Areas of special habitat protection
UNWTO	Światowa Organizacja Turystyki United Nations World Tourism Organization
WAP	Wielowymiarowa Analiza Porównawcza Multidimensional Comparative Analysis
WTTC	Światowa Rada Podróży i Turystyki World Travel and Tourism Council

## Wstęp

Turystyka uznawana jest powszechnie za sektor gospodarki odgrywający ważną rolę w rozwoju społeczno-gospodarczym krajów, regionów i mniejszych jednostek terytorialnych. Rozwój turystyki determinowany jest wieloma czynnikami, co wynika z jej złożoności będącej konsekwencją różnorodności występujących form. Stąd też do rozwoju turystyki należy podchodzić w sposób systemowy i kompleksowy, uwzględniając całokształt uwarunkowań, które stanowią jej potencjał rozwojowy określane często mianem potencjału turystycznego. W literaturze przedmiotu pojęcie potencjału turystycznego nie jest jednoznacznie definiowane. Niezależnie od tego zawsze podkreślana jest jego rola i znaczenie w kształtowaniu rozwoju turystyki. Wychodząc z założenia, że rozwój to pozytywne zmiany ilościowe i jakościowe, można przyjąć za Marciszewską, iż potencjał turystyczny tworzą wszystkie komponenty, które służą zmianom w turystyce teraz i w przyszłości. Zaliczyć tu można walory przyrodnicze i antropogeniczne, infrastrukturę turystyczną, a także dostępność wielu usług i produktów ważnych dla satysfakcjonującego zaspokajania potrzeb turystów [Marciszewska 2010, s.13]. Podchodząc do potencjału w sposób bardziej systemowy, można powiedzieć, że tworzą go wszystkie elementy środowiska geograficznego i zachowania człowieka, które mogą być wykorzystywane do uprawiania turystyki bądź do zajmowania się turystyką, czyli wszelkie zasoby strukturalne (walory oraz zagospodarowanie turystyczne, dostępność komunikacyjna i in.), a także funkcjonalne (ekonomiczne, ekologiczne, polityczne, kulturowe, technologiczne, psychologiczne i społeczno-demograficzne, itp.) warunkujące rozwój turystyki na określonym terenie [Kaczmarek et al. 2002].

Potencjał turystyczny w Polsce charakteryzuje się dużym przestrzennym zróżnicowaniem, to zaś przekłada się na możliwości rozwoju turystyki w regionach.

Rosnące zainteresowanie rozwojem turystyki powinno iść w parze ze znajomością uwarunkowań jej rozwoju oraz świadomością korzyści i zagrożeń towarzyszących temu rozwojowi. Należy pamiętać, że rozwój turystyki wiąże się z wieloma korzyściami dla regionów, ale jednocześnie należy dostrzegać potencjalne zagrożenia. Odnoszą się one do jakości środowiska i życia mieszkańców danego terytorium, ale również do samego produktu turystycznego, jego marki, do wizerunku obszarów percepcji turystycznej, czy samych turystów, zwłaszcza gdy przekroczona zostaje pojemność turystyczna danego terytorium. Dlatego niezbędne jest planowanie rozwoju turystyki oparte o prawidłową waloryzację obszarów turystycznych, pozwalające na optymalne wykorzystanie i budowanie potencjału turystycznego, a także na prawidłowe zagospodarowanie turystyczne regionów z zachowaniem zasad zrównoważonego rozwoju.

W kontekście powyższego zasadniczy problem badawczy sprowadza się do poszukiwania odpowiedzi na następujące pytania: które czynniki zasadniczo różnicują potencjał turystyczny regionów; jak zróżnicowanie to wpływa na rozwój turystyki; na ile programowanie ruchu turystycznego może pomóc we właściwym zagospodarowaniu regionu?

Głównym celem opracowania jest charakterystyka potencjału turystycznego Polski z uwzględnieniem jego regionalnego zróżnicowania oraz ocena wykorzystania tego potencjału. Realizacji celu głównego służą następujące cele szczegółowe:

- identyfikacja regionalnego potencjału turystycznego;
- określenie stopnia konkurencyjności potencjału turystycznego i jego wykorzystania w poszczególnych regionach;
- wskazanie kierunku rozwoju funkcji turystycznej (rodzaje turystyki w regionach/województwach);
- ocena wykorzystania specyfiki potencjału turystycznego dla rozwoju niszowych form turystyki (sylwanoturystyka, ekoturystyka, turystyka zrównoważona, itp.).

W pracy założono i zweryfikowano następujące hipotezy badawcze:

- potencjał turystyczny województw w Polsce jest zróżnicowany przede wszystkim ze względu na walory turystyczne oraz dostępność komunikacyjną;
- występują znaczne różnice w wykorzystaniu potencjału turystycznego województw.

Dla weryfikacji wyżej wymienionych hipotez wykorzystano metody statystyki opisowej oraz wielowymiarowej analizy porównawczej, w tym metodę taksonomiczną Warda, a także model miękki (estymowany metodą PLS) opisujący wykorzystanie potencjału turystycznego Polski.

Zakres czasowy badania obejmuje lata 2014-2018. Źródłem materiałów do badań były dane Głównego Urzędu Statystycznego, Głównego Urzędu Geodezji i Kartografii, Narodowego Instytutu Dziedzictwa oraz dane Ministerstwa Funduszy i Polityki Regionalnej.

Monografia składa się ze wstępu, pięciu rozdziałów, zakończenia, zestawienia bibliografii oraz spisu tabel, map, wykresów i rysunków.

W rozdziale pierwszym zatytułowanym „Uwarunkowania potencjału turystycznego” dokonano przeglądu literatury przedmiotu dotyczącej istoty i znaczenia potencjału turystycznego w kształtowaniu rozwoju społeczno-gospodarczego regionów, czynników oddziałujących na ich atrakcyjność turystyczną oraz barier w wykorzystaniu potencjału turystycznego. Omówione zostały także zagadnienia związane z metodami pomiaru i oceny potencjału turystycznego. W rozdziale tym przeprowadzono również analizę wykorzystania funduszy europejskich jako ważnego instrumentu wspierającego rozwój przedsięwzięć turystycznych.

Przedmiotem rozważań w rozdziale drugim są walory turystyczne ze szczególnym uwzględnieniem ich znaczenia dla budowania potencjału turystycznego regionów. Omówiono tu również podstawowe założenia koncepcji zrównoważonego rozwoju turystyki. W rozdziale tym dokonano też oceny możliwości wykorzystania specyficzności walorów turystycznych dla rozwoju ekoturystyki stanowiącej jednocześnie element kształtowania tych walorów.

W kolejnym, trzecim rozdziale, przedstawiono rolę infrastruktury turystycznej w budowaniu potencjału turystycznego województw, ze szczególnym uwzględnieniem infrastruktury komunikacyjnej oraz publicznego transportu zbiorowego w kształtowaniu ruchu turystycznego. Analizie poddano tu również zróżnicowanie zagospodarowania turystycznego związanego ze szlakami turystycznymi oraz ścieżkami rowerowymi. W końcowej części rozdziału oceniono różnicowanie kluczowych składowych potencjału turystycznego (obok infrastruktury komunikacyjnej), jakimi są baza noclegowa (z uwzględnieniem jej dostępności dla osób niepełnosprawnych) oraz baza gastronomiczna.

Rozdział czwarty poświęcony jest analizie zróżnicowania terytorialnego ruchu turystycznego oraz ocenie specyfiki regionalnego ruchu turystycznego w Polsce. Zawiera on także charakterystykę wydatków turystów związanych z podróżami w powiązaniu z procesami wzrostu gospodarczego. W końcowej części rozdziału podjęto próbę oceny wykorzystania potencjału turystycznego województw. Stopień konkurencyjności potencjału turystycznego i jego wykorzystanie w poszczególnych regionach określono przy pomocy modelowania ekonometrycznego. Wzajemne zależności występujące pomiędzy potencjałem turystycznym a stopniem jego wykorzystania zbadano z wykorzystaniem modelowania miękkiego [Rogowski, 1990; Wold, 1980], a pierwowzorem do zdefiniowania relacji wewnętrznych i zewnętrznych modelu była koncepcja syntetycznego wskaźnika atrakcyjności turystycznej [Turystyka w 2015 r., GUS, 2016].

Ostatni, piąty rozdział, poświęcony jest wyzwaniom związanym z badaniem turystyki, stanowiącej przykład zjawisk masowych, w świetle dynamicznie zmieniających się uwarunkowań jej funkcjonowania oraz jej samej, co do charakteru i form, zakresu i obszaru świadczonych usług itp. Stąd też w rozdziale zasygnalizowano potrzebę poszukiwania nowych źródeł pozyskiwania danych i metod ich opracowania pozwalających właściwie oceniać coraz większą złożoność procesów związanych z turystyką. Jednocześnie zaprezentowano tu pewne doświadczenia związane z innowacyjnymi rozwiązaniami w tym zakresie. Zaprezentowano tu innowacyjny model przepływu danych w statystyce turystyki, jak również nowatorskie sposoby pozyskiwania i łączenia danych z różnych źródeł. Wskazano potencjalne możliwości, ale równocześnie zasygnalizowano trudności wynikające z korzystania z tradycyjnych i niekonwencjonalnych źródeł informacji, a zwłaszcza ich łączenia.

## Introduction

Tourism is widely recognised as a sector of the economy playing an important role in the socio-economic development of countries, regions and smaller territorial units. The development of tourism is determined by many factors, which results from its complexity, which is a consequence of the diversity of existing forms. Therefore, the development of tourism should be approached in a systemic and comprehensive way, taking into account all the conditions that constitute its development potential, often referred to as the tourist potential. In the literature on the subject, the notion of tourist potential is not clearly defined. Regardless of this, its role and significance in shaping the development of tourism is always emphasised. Assuming that the development is a positive quantitative and qualitative change, it can be assumed, following Marciszewska, that the tourist potential is created by all components that serve the changes in tourism now and in the future. This includes natural and anthropogenic values, tourist infrastructure, as well as availability of many services and products important for satisfying the needs of tourists [Marciszewska 2010, p.13]. Approaching the potential in a more systemic way it can be said that it consists of all elements of the geographical environment and human behaviour, which can be used for tourism or for dealing with tourism, i.e. all structural resources (values and tourism management, communication accessibility, etc.) and functional resources (economic, ecological, political, cultural, technological, psychological, social and demographic, etc.), which condition the development of tourism in a given area [Kaczmarek et al. 2002].

The tourist potential in Poland is characterised by a large spatial diversification, which translates into opportunities for tourism development in the regions.

Growing interest in tourism development should go hand in hand with the knowledge of the conditions for its development and the awareness of the benefits and threats accompanying this development. It should be remembered that the development of tourism is connected with many benefits for the regions, but at the same time potential threats should be noticed. They relate to the quality of environment and life of the inhabitants of a given territory, but also to the tourist product itself, its brand, the image of the areas of tourist perception or the tourists themselves, especially when the tourist capacity of a given territory is exceeded. Therefore, it is necessary to plan the development of tourism based on the proper valuation of tourist areas, allowing the optimal use and building of tourist potential, as well as on the proper tourist management of the regions while maintaining the principles of sustainable development.

In this context, the main research problem lies in the search for answers to the following questions: which factors fundamentally differentiate the tourist potential of the regions, how does this diversity affect the development of tourism, to what extent can tourism programming help in the proper management of the region?

The main objective of the study is to characterise the tourist potential of Poland, taking into account its regional diversity, and to assess the exploitation of this potential. The implementation of the main objective is supported by the following specific objectives:

- identification of the regional tourist potential;
- determining the degree of competitiveness of tourist potential and its exploitation in individual regions;
- indication of the direction of development of the tourist function (types of tourism in regions/voivodships);
- evaluation of the exploitation of the specificity of tourist potential for the development of niche forms of tourism (silvanotourism, ecotourism, sustainable tourism, etc.).

The paper formulates and verifies the following research hypotheses :

- the tourist potential of voivodships in Poland is diversified mainly due to touristic values and transport accessibility;
- there are significant differences in the exploitation of the tourist potential of voivodships.

To verify the above mentioned hypotheses, the methods of descriptive statistics and multidimensional comparative analysis were used, including the Ward taxonomic method and the soft model (estimated by the PLS method) describing the exploitation of Poland's tourist potential.

The time range of the study covers the years 2014-2018. The source of materials for the research includes data from Statistics Poland, the Central Office of Geodesy and Cartography, the National Heritage Institute and the Ministry of Funds and Regional Policy.

The monograph consists of an introduction, five chapters, a conclusion, a bibliography as well as a list of tables, maps, charts and figures.

The chapter entitled "Determinants of tourist potential" reviewed the literature on the importance of tourist potential in shaping the socio-economic development of regions, factors influencing their tourist attractiveness and barriers to the exploitation of tourist potential. It also discusses issues related to methods of measurement and evaluation of tourist potential.

In this chapter, the analysis of the use of European funds as an important instrument supporting the development of tourism undertakings was also conducted.

The subject of consideration in the second chapter is the touristic values with particular emphasis on their importance for building the tourism potential of regions. The basic assumptions of the concept of sustainable development of tourism were also discussed here. In addition, this chapter evaluates the possibility of using the specificity of tourist values for the development of ecotourism, which is also an element of shaping these values.

The next, third chapter, presents the role of tourism infrastructure in building the tourism potential of voivodships, with particular emphasis on the transport infrastructure and public transport in shaping tourism traffic. The study also analysed the diversity of touristic development associated with tourist and bicycle routes. The final part of the chapter evaluates the diversification of key components of tourist potential (apart from transport infrastructure), such as: accommodation facilities (taking into account its accessibility for people with disabilities) and catering facilities.

The fourth chapter is devoted to the analysis of territorial diversification of tourist traffic and the evaluation of the specificity of regional tourist traffic in Poland. It also contains a description of tourists' travel expenditure in relation to economic growth processes. In the final part of the chapter, an attempt was made to assess the exploitation of voivodships. The degree of competitiveness of tourist potential and its exploitation in particular regions was determined by means of econometric modelling. Interdependencies between tourist potential and its exploitation rate were studied using soft modelling [Rogowski, 1990; Wold, 1980], and the original model to define the internal and external relations of the model was concept of a synthetic tourist attractiveness index [Tourism in 2015, Statistics Poland, 2016].

The last, fifth chapter is devoted to the challenges related to the study of tourism, which is an example of mass phenomena, in the light of the dynamically changing conditions of its functioning and itself, as to the character, forms, scope and area of services provided, etc. Therefore, the chapter indicates the need to search for new sources of data acquisition and methods of their development, which allow proper evaluation of the increasing complexity of processes related to tourism. At the same time, some experiences related to innovative solutions in this area were presented here. An innovative model of data flow in tourism statistics, as well as innovative ways of acquiring and combining data from various sources were discussed. Potential opportunities were identified, but at the same time difficulties in the use of traditional and unconventional sources of information, in particular their combination, were presented.

# Rozdział 1

## Chapter 1

### Uwarunkowania potencjału turystycznego

#### Determinants of tourist potential

#### 1.1. Istota potencjału turystycznego i jego znaczenie w kształtowaniu rozwoju społeczno-gospodarczego regionów

##### 1.1. The essence of tourist potential and its importance in shaping the socio-economic development of regions

Potencjał turystyczny jest kategorią bardzo złożoną i trudną do jednoznacznego określenia. Termin „potencjał” (łac. potentia - możliwość; siła; potencja) [Słownik wyrazów obcych, 1980] oznacza zasób możliwości, zdolności, sprawności, mocy czy wydajności tkwiący w kimś lub czymś [Lichtarski, 2003, s. 122]. Jest to zatem możliwość podejmowania określonych działań i osiągnięcia w ich wyniku wyznaczonych celów [Por. Słownik współczesnego języka polskiego, 1996]. Potencjalne jest natomiast to, co może wystąpić lub pojawić się w wyniku wykorzystania potencjału, jeśli zostaną spełnione pewne warunki. To, co potencjalne, jest więc możliwe do osiągnięcia, realne, ale wyłącznie w określonych okolicznościach.

Termin „potencjał” stał się od drugiej połowy lat 60. XX w. popularnym pojęciem stosowanym zarówno w terminologii geografii fizycznej, jak i społeczno-ekonomicznej. W literaturze geograficznej pojęcie potencjału zdefiniowano jako [Cyt. za Zajadacz, 2004, s.34]:

- możliwości wykorzystania danego obszaru, jego krajobrazu, przestrzeni przyrodniczej do określonych celów;
- możliwości wykorzystania obszaru, które tkwią w systemie materialnym jako zasoby energii, zdolne do uwolnienia dzięki podjęciu odpowiednich środków. Pojęcie potencjału odnosi się jednoznacznie do krajobrazu, do zdolności przestrzeni do dostarczania odpowiednich form materiałów oraz energii dla produkcji i celów konsumpcyjnych;
- zależne od przestrzeni przyrodniczej możliwości użytkowania terenu – potencjał gospodarczy.

W ekonomii natomiast termin „potencjał” wiąże się zazwyczaj z takimi pojęciami, jak: potencjał przedsiębiorstwa, potencjał produkcyjny i usługowy. Te dwa ostatnie nazywane są również mocami (zdolnościami) produkcyjnymi lub usługowymi, można zatem przyjąć, że są one nośnikami określonych możliwości realizacji przez przedsiębiorstwo ustalonych celów w krótkim (potencjał operacyjny) i długim okresie (potencjał strategiczny). W krótkiej perspektywie określają one, ile maksymalnie przedsiębiorstwo może wytworzyć dóbr lub wyświadczyć usług przy pełnym wykorzystaniu czynników wytwórczych, w długiej – stanowią o przetrwaniu i rozwoju przedsiębiorstwa, pozwalają na budowanie trwałej przewagi konkurencyjnej, wprowadzanie innowacji oraz osiągnięcie sukcesu na rynku [Rapacz, Gryszel, Jaremen, 2010, s. 195].

Odnosząc się zatem do powyższych uwag, potencjał turystyczny można pojmować w dwóch ujęciach – wąskim jako potencjał usługowy pojedynczego podmiotu funkcjonującego w gospodarce turystycznej lub w ujęciu szerokim – jako potencjał turystyczny miejsca recepcji turystycznej. Potencjały poszczególnych przedsiębiorstw turystycznych działających na danym obszarze są składowymi potencjałami turystycznego tego obszaru. Ten ostatni nie stanowi jednak prostej sumy tych pierwszych ani też potencjały przedsiębiorstw turystycznych nie są jedynymi elementami potencjału w ujęciu szerokim. Potencjał turystyczny to przede wszystkim kategoria związana z przestrzenią turystyczną [Rapacz, Gryszel, Jaremen, 2010, s. 195].



W literaturze przedmiotu mianem potencjału turystycznego określa się wszystkie elementy środowiska geograficznego oraz zachowania człowieka, które mogą być wykorzystane do uprawiania turystyki bądź do zajmowania się turystyką [Kaczmarek, Stasiak, Włodarczyk, 2002, s. 31]. Elementy te nazywa się zasobami, czyli nagromadzonymi w danej przestrzeni czynnikami wytwórczymi, które można wykorzystać w procesach świadczenia i wymiany usług turystycznych [Meyer, 2010, s. 24]. Są one podstawą kreowania produktu turystycznego obszaru recepcji turystycznej.

Potencjał turystyczny to właściwości przestrzeni nadające jej zdolność do przyciągania turystów i satysfakcjonującej ich obsługi, a także wyznaczające możliwości rozwoju podmiotów branży turystycznej funkcjonujących w tej przestrzeni. Wpływa on na możliwości rozwoju turystyki i gospodarki turystycznej na danym terenie (miejscowości, regionu czy kraju).

Naumowicz [2009, s. 13-15], odnosząc się do pojęcia potencjału turystycznego, zwraca uwagę na obecność w danym regionie wielu wzajemnie się uzupełniających dóbr turystycznych, których funkcją jest zapewnienie warunków do zaspokojenia potrzeb turystycznych. Do tych najczęściej poszukiwanych przez turystów należą walory naturalne i kulturowe. Nie bez znaczenia pozostają także służące turystom urządzenia, czyli potencjał techniczny. Potencjał turystyczny jest podstawą realizacji konsumpcji turystycznej. Natomiast znamienne jest to, że charakter walorów turystycznych – głównie naturalnych – w dużej mierze określa strukturę urządzeń udostępnianych turystom.

W badaniach nad potencjałem turystycznym miejscowości, gmin i regionów dominującą rolę odgrywają dwie podstawowe grupy zasobów turystycznych stanowiących o jego wartości. Większość opracowań naukowych odnosi się w tym przypadku do zasobów strukturalnych i funkcjonalnych [Kaczmarek, Stasiak, Włodarczyk, 2005]. Analizy oraz oceny ich występowania i wielkości wykorzystywane są m.in. do tworzenia dokumentów strategicznych, określania przydatności obszarów do recepcji ruchu turystycznego i prognozowania rozwoju funkcji turystycznej czy nawet jako element konkurencyjności między regionami, powiatami, gminami lub miejscowościami.

Zasoby strukturalne w sposób bezpośredni odnoszą się do istniejących w regionie elementów, które mogą być wykorzystane w procesie kreowania produktu turystycznego obszaru. Wśród zasobów strukturalnych znajdują się czynniki bezpośrednio związane z danym obszarem, obejmujące następujące elementy: walory turystyczne, zagospodarowanie turystyczne i wynikająca z niego dostępność komunikacyjna obszaru oraz pozostałe czynniki mogące sprzyjać rozwojowi turystyki, takie jak np. wolne tereny pod inwestycje turystyczne. Wymienione elementy określane są również pojęciem atrakcyjności turystycznej. Zasoby funkcjonalne to z kolei ogół czynników, które mogą być pomocne w zagospodarowaniu istniejących zasobów strukturalnych, obejmujące zarówno elementy wewnętrzne związane bezpośrednio z danym obszarem, jak i zewnętrzne w stosunku do niego. Wśród zasobów funkcjonalnych należy wyróżnić [Meyer, 2010, s. 24]:

- Uwarunkowania ekonomiczne związane z rozwiązaniami prawnymi i finansowymi, wpływającymi na podejmowanie decyzji o prowadzeniu działalności turystycznej oraz jej efektywności. Uwarunkowania te mogą mieć zarówno charakter wewnętrzny (np. ułatwienia stwarzane dla przedsiębiorców turystycznych w regionie), jak i zewnętrzny (np. możliwości kredytowania inwestycji turystycznych).
- Uwarunkowania demograficzne wynikające z cech społeczności lokalnej, dotyczących zarówno takich aspektów jak wolne zasoby siły roboczej czy struktury demograficzne, jak i aktywności w zakresie podejmowania działalności o charakterze turystycznym. Powszechnie uważa się, że optymalną organizację i jakość usług turystycznych zapewnia odpowiednie środowisko demograficzno-społeczne danego obszaru, określane jako kapitał społeczny i ludzki [Kaczmarek, Stasiak, Włodarczyk, 2002, s. 32].
- Uwarunkowania psychologiczne dotyczące percepcji regionu przez potencjalnych turystów oraz tradycji wypoczynku na danym obszarze.
- Uwarunkowania technologiczne i ekologiczne związane z możliwościami lepszego przystosowania walorów turystycznych do wykorzystania przez turystów, przy jednoczesnym zachowaniu

warunków ich ochrony przed degradacją, co w szerszym ujęciu oznacza czynniki warunkujące sprawne funkcjonowanie systemu turystycznego przy zachowaniu zasad zrównoważonego rozwoju.

- Uwarunkowania polityczne obejmujące działania podejmowane przez władze państwowe i samorządowe na rzecz rozwoju turystyki na właściwym poziomie decyzyjnym [Meyer, 2010, s. 24-25].

Warto podkreślić, iż potencjał to dopiero możliwości, czyli to co może, lecz nie musi przekształcić się w rezultaty. A zatem potencjał turystyczny to tylko istniejące moce i zdolności do tworzenia, kreowania produktów turystycznych. Dopiero jego wykorzystanie prowadzi do powstania atrakcyjnej oferty, mogącej zainteresować potencjalnych nabywców i dzięki której miejsca recepcji turystycznej mogą czerpać dochody i budować swój dobrobyt. Z kolei w wyniku wykorzystywania potencjału turystycznego dochodzi do jego pomnażania i wzrostu jego wartości. Zwiększają się więc możliwości rozwojowe miejsc recepcji turystycznej. Warunkiem powiększania potencjału jest jednak racjonalne gospodarowanie tworzącymi go zasobami. Nierespektowanie zasad racjonalnej gospodarki zasobami grozi stratami w potencjale i obniżaniem zdolności do rozwoju. Z kolei to, czy zostanie on odpowiednio wykorzystany i przyniesie spodziewane efekty, zależy od wielu czynników, wśród których wiodące znaczenie ma czynnik ludzki, jego wiedza, umiejętności i talenty [Rapacz, Gryszel, Jaremen, 2010, s. 196-197].

Wymiar i rozwój potencjału turystycznego, będącego wynikiem coraz większego ruchu turystycznego wpływa na stan gospodarki narodowej oraz kondycję poszczególnych regionów. Ruch turystyczny z ekonomicznego punktu widzenia stanowi formę popytu konsumpcyjnego, którego zaspokajanie jest możliwe dzięki działalności gospodarczej, w zakresie stworzenia odpowiednich warunków do rozwoju turystyki, m.in. poprzez rozbudowę infrastruktury turystycznej. Dlatego uznaje się, że turystyka pełni funkcję aktywizacji gospodarczej. Wzrost i stopień zaawansowania technicznego i technologicznego potencjału turystycznego, to kolejny czynnik pobudzający rozwój gospodarczy poszczególnych regionów. Koncentracja turystyki w określonych częściach kraju sprzyja intensywności rozwoju przedsiębiorczości, z drugiej zaś sprzyja procesowi racjonalnego wykorzystania zasobów pracy poprzez zatrudnianie pracowników i tworzenie nowych miejsc pracy. W tym przypadku rola potencjału turystycznego ma wymiar społeczny.

Turystyka może stanowić istotną dziedzinę gospodarki danego obszaru i staje się akceleratorem rozwoju regionalnego. Natomiast potencjał turystyczny oparty o racjonalne wykorzystanie zasobów regionalnych, może stanowić o jego przewadze konkurencyjnej. Ponadto należy mieć na uwadze, że obsługa turystów przynosi dochody miejscowej ludności, ożywia handel, miejscowe rzemiosło oraz pobudza inwestycje.

Podsumowując dotychczasowe rozważania, należy zauważyć, że w skali globalnej turystykę traktuje się jako sektor priorytetowy, ze względu na korzyści dla gospodarki. W 2015 r. turystyka wygenerowała 9% światowego PKB, a prognozy wskazują, że w 2022 r. będzie to już 10% [UNWTO Tourism Highlights, 2015, s. 1]. Te dane plasują turystykę na trzecim miejscu wśród największych dziedzin gospodarki. W gospodarce pełni ona przede wszystkim funkcje makroekonomiczne i może stymulować rozwój społeczno-gospodarczy obszarów recepcji turystycznej, a w konsekwencji gospodarki kraju poprzez [Balińska, Sieczko, Zawada, 2014, s. 72]:

- tworzenie wartości dodanej, przez co wpływa na wzrost produktu krajowego brutto;
- zwiększenie wpływów dewizowych uzyskiwanych z obsługi ruchu turystycznego;
- stymulowanie rozwoju przedsiębiorczości i infrastruktury;
- tworzenie nowych miejsc pracy i zwiększanie dochodów ludności regionów turystycznych;
- zwiększanie przychodów firm obsługujących turystów oraz sprzyjanie przedsiębiorczości i innowacjom;
- kształtowanie dochodów budżetowych samorządów lokalnych.

W aspekcie geograficznym (przestrzennym) potencjał turystyczny utożsamiać można z atrakcyjnością turystyczną [Kowalczyk, 2007, s. 34-35] środowiska geograficznego, poszerzoną o pojemność turystyczną i optymalne okresy korzystania z walorów turystycznych. O atrakcyjności turystycznej obszaru, miejscowości, obiektu czy szlaku decydują trzy czynniki: ranga walorów turystycznych, stopień dostępności komunikacyjnej i stan zagospodarowania turystycznego. Stanowią one łącznie o geograficznych warunkach rozwoju ruchu turystycznego na danym terenie [Rogalewski, 1972; Lijewski, Mikułowski, Wyrzykowski, 2008 s. 33].

## 1.2. Czynniki kształtujące atrakcyjność turystyczną regionów

### 1.2. Factors shaping the tourist attractiveness of regions

Atrakcyjność turystyczna jest pojęciem złożonym, nie zawsze jednoznacznym [Potocka, 2009, s. 19-31]. Atrakcyjny turystycznie może być jakiś obszar, region, miejscowość turystyczna lub konkretny obiekt. O atrakcyjności turystycznej regionów i obiektów turystycznych decydują z jednej strony, czynniki obiektywne, takie jak występowanie walorów przyrodniczych, walorów antropogenicznych czy odpowiednich elementów infrastruktury turystycznej i paraturystycznej. Z drugiej strony, o atrakcyjności określonego miejsca decyduje subiektywne postrzeganie wszystkich tych czynników przez turystów (atrakcyjność spędzania czasu wolnego), inwestorów (atrakcyjność lokalizacji i prowadzenia działalności gospodarczej) i mieszkańców (atrakcyjność życia w mieście) [Rapacz, Jaremen, 2011, s. 136].

Atrakcyjność turystyczna regionu jest zatem sumą pewnych cech zarówno przyrodniczych, jak i poza-przyrodniczych, które są przedmiotem zainteresowania turystów, a tym samym wpływają na rozwój turystyki w określonej destynacji turystycznej [Kurek, 2008, s.24]. Atrakcyjność turystyczna to również: „siła, z jaką dane miejsce, obiekt lub zjawisko przyciąga odwiedzających lub stopień nasycenia wydzielonych układów przestrzennych określonymi czynnikami” [Potocka 2009, s. 19-31]. W starszych pracach, m.in. Leiper'a [1990, s. 367-384] możemy spotkać się z opinią, że aby region był atrakcyjny turystycznie powinien posiadać trzy strefy: jądro atrakcyjności turystycznej, strefę krajobrazu oraz strefę zagospodarowania turystycznego. Istotę atrakcyjności turystycznej można też prezentować w trzech znaczeniach [Kowalczyk, 2000, s. 36]:

- atrakcyjność określaną przez różnego rodzaju klasyfikacje, kategoryzacje itp. (atrakcyjność ideograficzna);
- atrakcyjność wynikającą z przyjęcia określonej techniki oceniania;
- atrakcyjność będącą wynikiem subiektywnego postrzegania.

Jak już wspomniano, atrakcyjność turystyczna jest odczuciem subiektywnym. Nie zawsze środowisko geograficzne, społeczne czy kulturowe stanowi atrakcję dla turysty. Częstokroć cisza, spokój, gościnność mieszkańców, dostępność do rozrywek, nowe znajomości bądź wiedza o regionie mogą być magnesem przyciągającym turystów [Cheng-Fei, Hsun-Inn i Huery-Ren, 2010, s. 811-828] i wpływać na rozwój turystyki w regionie. Do czynników ważnych w ocenie stopnia atrakcyjności turystycznej regionu należy zaliczyć: rangę walorów turystycznych (przyrodniczych i antropogenicznych), zagospodarowanie turystyczne (infrastruktura turystyczna) oraz dostępność komunikacyjną [Bąk, Matlegiewicz, 2010, s. 57-58]. Gołębski [2009, s. 353, 364-368] uzupełnia tę listę o stan i ochronę środowiska naturalnego.

Do walorów przyrodniczych zaliczamy elementy środowiska przyrodniczego, utworzone przez siły natury lub człowieka i interesujące dla turystów, np. osobliwości fauny i flory, skały, jaskinie, ogrody botaniczne i zoologiczne. Stopień atrakcyjności różnorodnych walorów przyrodniczych ma charakter względny i w dużej mierze zależy od przygotowania terenów do uprawiania turystyki, ich reklamy i zagospodarowania oraz zapotrzebowania turystów na ten rodzaj wypoczynku i rekreacji. O atrakcyjności decydują także walory antropogeniczne, do których należą m.in.: zabytki architektoniczne, muzea, miejsca martyrologii i pamięci narodowej, miejsca kultu religijnego oraz wydarzenia kulturalno-sportowe. Gaworecki uważa, że o atrakcyjności turystycznej terenu decydują przede wszystkim walory turystyczne. Jeśli są

one zaliczane do cennych, to ruch turystyczny, mimo że w pewnych formach i w ograniczonych rozmiarach, będzie występował nawet na terenach niezagospodarowanych turystycznie i trudno dostępnych pod względem komunikacyjnym [Gaworecki, 2007, s. 103-106; Seweryn, 2002, s. 69].

Kolejnym elementem atrakcyjności turystycznej jest zagospodarowanie turystyczne (infrastruktura turystyczna). Do tej grupy obiektów należą urządzenia turystyczne, które zabezpieczają turystom przyjeżdżającym na wypoczynek możliwość korzystania z uroków wybranego przez nich miejsca wczasowego. Infrastrukturę turystyczną można podzielić na infrastrukturę techniczną i społeczną. Infrastruktura techniczna to baza noclegowa, baza gastronomiczna, obiekty sportowe, obiekty kultury, szlaki turystyczne, wyciągi narciarskie, drogi i żegluga turystyczna itp. Infrastruktura społeczna to między innymi biura turystyczne, informacja turystyczna, urządzenia rozrywkowe, punkty handlowe i usługowe. Dobrze zagospodarowane ośrodki turystyczne prowadzą do wzrostu intensywności odwiedzania regionu przez turystów, powtarzania pobytu, przywiązania do regionu i społeczności lokalnej, a tym samym promowania atrakcji turystycznych oferowanych przez region [Bąk, Matlegiewicz, 2010, s. 59].

Dostępność komunikacyjna jest jednym z kluczowych czynników przesądzających o atrakcyjności turystycznej obszaru, warunkując dostępność zasobów turystycznych oraz kształtując techniczne warunki wypoczynku [Miedzińska, 2005, s. 121-124]. Możliwości dojazdu do danego regionu i możliwość poruszania się po nim zapewniają różne rodzaje transportu, takie jak: transport lądowy, samochodowy, wodny, morski i lotniczy. Na dostępność komunikacyjną składa się przede wszystkim sieć dróg kolejowych i kołowych, częstotliwość połączeń kolejowych i autobusowych PKS utrzymywanych z innymi miastami oraz bliskość lotnisk. Dostępność komunikacyjna w regionie stymuluje rozwój turystyki, zaś rodzaj uprawianej turystyki ma wpływ na zagospodarowanie i rozwój określonych środków transportu. Niedostateczny rozwój środków transportu ogranicza lub nawet wyklucza rozwój turystyki.

Dostępność komunikacyjna zatem określana jest jako sprawność w obsłudze transportowej w regionie, wyrażona ilością i częstotliwością połączeń komunikacyjnych, rodzajem eksploatowanych środków transportowych, jakością obsługi pasażerów oraz ceną za usługi przewozowe. Dobra dostępność komunikacyjna jest ważnym i nieodzownym czynnikiem rozwoju turystyki w regionie i podnosi atrakcyjność oferowanych usług [Bąk, Matlegiewicz, 2010, s. 58].

Według Halla [2008, s. 196-211] transport we współczesnej turystyce odgrywa cztery role. Przede wszystkim łączy obszar źródłowy z miejscem docelowym; zapewnia mobilność i dostęp w obrębie obszaru/regionu/kraju destynacji; zapewnia mobilność i dostęp w obrębie atrakcji turystycznej; umożliwia doświadczenie turystyczne dzięki podróży wzdłuż szlaku rekreacyjnego oraz pełni rolę centrum zainteresowania rekreacyjnego lub historycznego. W odniesieniu do roli dotyczącej zapewnienia mobilności i dostępu w obrębie atrakcji turystycznej, specyficzne lub unikalne wymagania transportowe każdej lokalizacji sprawiają, że poszczególne doświadczenia mogą być ekstrapolowane w ograniczonym zakresie. Niemniej, najczęściej stosuje się pewne standardowe rozwiązania transportowe (takie jak „otwarte” autobusy do zwiedzania miast, „ciuchcie” o napędzie akumulatorowym, koleje zabytkowe, w tym parowe, wyciągi krzeselkowe, koleje gondolowe), ale nie w każdym przypadku mogą być one powielane w innych obszarach turystycznych. Przykładami innych rozwiązań mogą być unikalne kolejki typu monorail w parkach rozrywki, a także niektóre kolejki górskie, jak kolej terenowo-zębata Zermatt (1620 m n.p.m.) – Gornergrat (3089 m n.p.m.), czy „piętrowa” kolej linowa w Samnaun w Alpach Szwajcarskich (Silvrettabahn) [Taylor, 2018, s. 531-555].

Przemieszczanie się różnymi środkami transportu wpływa na odmienną doświadczeń transportowych. Takie sposoby transportu są przede wszystkim unikalną atrakcją i doświadczeniem turystycznym, i raczej nie stanowią praktycznego środka przemieszczeń z jednego miejsca do drugiego. Doświadczenia transportowe mogą też stanowić dodatkową istotną wartość (np. podróż odrestaurowanym Orient Expressem). I wreszcie, transport oddziałuje jako miejsce zgromadzeń znaczących grup rekreacyjnych, których zainteresowania i motyw podróżowania stanowią istniejące, przede wszystkim historyczne, formy transportu. W tym sensie doświadczenia transportowe powinny być nieodłączne (subkultury miłośników środków transportu, np. starych autobusów, tramwajów, zabytkowych samochodów, kolei, na specjalnie organizowanych imprezach).

Atrakcyjność turystyczna może mieć charakter uniwersalny lub względny. O uniwersalności mówimy wówczas, gdy zespół cech przyrodniczych i pozaprzyrodniczych sprawia, że obszar jest atrakcyjny dla ogółu turystów. Charakter względny odnosi się natomiast do określonych form turystyki, np. atrakcyjność w przypadku turystyki narciarskiej, kulturowej, biznesowej itp. [Kurek, 2008, s. 24]. Tak więc w tym przypadku atrakcyjność turystyczna przejawia się w występowaniu unikalnej cechy, przyciągającej w danym stopniu określony rodzaj turystyki, którą należy rozpatrywać kompleksowo [Batyk, 2010, s. 46].

Istotne znaczenie w ocenie atrakcyjności turystycznej regionu ma także postawa mieszkańców wobec turystów i turystyki oraz – co jest z tym ściśle związane – jakość obsługi turystycznej. Niewątpliwie wyjątkową atmosferę miejsca oraz przyjazne nastawienie mieszkańców do odwiedzających można uznać za wartość dodaną oferowaną przez miejsce recepcji turystycznej. Dodatkowych korzyści dostarczają długotrwałe relacje z turystami utrzymywane po ich powrocie z podróży [Manczak, 2015, s. 118].

Na atrakcyjność turystyczną regionu wpływa kondycja zarówno marki miejsca, regionu, jak i marki każdego z produktów regionalnych, wyróżniających się oryginalnością, za kreację których odpowiadają często indywidualne podmioty. Podstawowa oferta turystyczna, która wpływa na atrakcyjność regionu, a na kanwie której można tworzyć markowe produkty turystyczne, to głównie walory przyrodnicze: geomorfologiczne, klimatyczne, hydrologiczne, fauna, flora, obszary chronione; potencjał kulturalno-historyczny (walory antropogeniczne): zamki, muzea, skanseny, pomniki narodowe itp. oraz imprezy i wydarzenia społeczno-kulturalne: targi, wystawy, kongresy, festiwale, imprezy sportowe i wydarzenia religijne. To także namacalne komponenty, takie jak: obiekty handlowe, sportowe, infrastruktura transportowa, hotelowa, usługi komunikacyjne, zdrowotne, jak i niematerialne oraz nieuchwytny element, jak: obyczaje mieszkańców, tradycja, sztuka ludowa, język, religia, klimat przedsiębiorczości oraz atmosfera [Gierczak-Korzeniowska, 2018, s. 32; Gierczak-Korzeniowska, 2019, s. 33].

Region turystyczny może być znaczącym symbolem pod warunkiem, że ma silne powiązania z markowymi produktami turystycznymi i jest z nimi utożsamiany. Nie bez znaczenia dla stopnia atrakcyjności regionu są wszelkiego typu działania innowacyjne w turystyce, które podnoszą na wyższy poziom wizerunek produktu [Olearnik, Pasek, 2014, s. 91-92].

Rozpoznanie stopnia atrakcyjności danego regionu na potrzeby rozwoju turystyki odgrywa ważną rolę w planowaniu racjonalnego wykorzystania jego zasobów przyrodniczych i społecznych zgodnie ze zrównoważonym rozwojem. Pozwala też na określenie stopnia konkurencyjności danego obszaru względem innych, a także umożliwia kreowanie przyszłego popytu turystycznego. Ma również wpływ na tworzenie podstaw informacyjnych ułatwiających precyzyjne podejmowanie decyzji inwestycyjnych w turystyce i minimalizacji ryzyka, wyodrębnienie nowych, dotąd niewykorzystywanych turystycznie regionów, identyfikację oraz rozwój określonych form turystyki na danym terenie.

Świadomość znaczenia powyższych czynników mają władze i przedsiębiorcy miejscowości i regionów turystycznych, dlatego stale dążą do podnoszenia atrakcyjności turystycznej destynacji, m.in. poprzez działania inwestycyjne, zwracając szczególną uwagę na ich rangę i rodzaj. Uważają oni bowiem, że atrakcyjność ma ogromny wpływ na podejmowanie przez turystów decyzji wyboru miejsca swego wypoczynku [Rapacz, Jaremen, 2011, s. 131-132].

Badania prowadzone przez Floridę [2002] i Lawa [1993] wskazują, że atrakcyjność turystyczną można kreować właśnie poprzez inwestycje. Inwestycje, które przyczyniają się do wzrostu atrakcyjności turystycznej obszaru, wpływają na przyciąganie nowych inwestorów, utrwalenie dziedzictwa kulturowego i marki obszaru, wpływają też na decyzję o przyjeździe turystycznym (w szczególności renoma inwestycji), a w konsekwencji prowadzą do ożywienia gospodarczego. Istotne znaczenie dla wzrostu atrakcyjności turystycznej regionu przypisuje się również inwestycjom wpływającym na jakość pakietu udogodnień, w tym inwestycje w usługi rozrywkowe, oferty aktywności turystycznej [Kaur, 1981, s. 19-22], sportowej, rekreacyjnej i rozrywkowej [Andersson, Lundberg, 2013, s. 99-109; Barrio, Devesa, Herrero, 2012, s. 235-244; Gibson, Kaplanidou, Kang, 2012, s. 160-170]. Uznaje się, że wpływają one też na tempo rozwoju gospodarczego regionu [Rosentraub, Joo, 2009, s. 759-770]. Inwestycje w obiekty kultury materialnej również przyczyniają się do zróżnicowania atrakcji turystycznych regionu, dziedzictwa i tożsamości regionu

[Whitt, 1988, s. 49-70], a w niektórych wypadkach wpływają na jego rozwój ekonomiczny [Spencer, Nsiah, 2013, s. 221-230].

Pojęcie atrakcyjności turystycznej zawiera w sobie elementy o cechach jakościowych i ilościowych, które posiadają zdolność przyciągania turystów. Jest ono kategorią indywidualnej percepcji turysty, wynika z indywidualnych upodobań i wymagań dotyczących warunków pobytowych, jest związane z oczekiwaniami turysty wobec miejsca podróży turystycznej, wrażeń nabytych w trakcie pobytu oraz wspomnień zachowanych po podróży [Panfiluk, 2017, s. 86].

Atrakcyjność turystyczna regionu i jej ocena, to w dużej mierze kategoria indywidualna, która zmienia się pod wpływem nowych potrzeb i nabywanych w czasie podróżowania doświadczeń turystycznych. Wspomniane doświadczenia są wynikiem oceny regionu przez pryzmat zasobów warunkujących rozwój turystyki, a stanowiących potencjał turystyczny.

### 1.3. Bariery w wykorzystywaniu potencjału turystycznego

#### 1.3. Barriers to exploiting the tourist potential

Jak już wcześniej wspomniano, potencjał turystyczny jest zbiorem zróżnicowanych elementów bezpośrednio i pośrednio związanych z obszarem, którego dotyczy. Wielość i odmienność podmiotów odpowiedzialnych za wykorzystanie potencjału turystycznego sprawia, że wyjątkowego znaczenia nabiera prowadzenie właściwej polityki regionalnej w zakresie turystyki, za którą odpowiedzialne pozostają władze samorządowe.

Samorząd gminny może pełnić funkcję ważnego inwestora turystycznego zarówno w odniesieniu do przedsięwzięć infrastrukturalnych, jak i społeczno-usługowych. Może być wytwórcą oferty turystycznej gminy i regionu, tj. atrakcji turystycznych, imprez kulturalnych, wielkich wydarzeń (np. sportowych) zwiększających atrakcyjność turystyczną obszaru, skierowanych zwykle zarówno do turystów, jak i członków społeczności lokalnej. W uzasadnionych, ograniczonych prawem przypadkach może podejmować działalność gospodarczą na swoim terenie. Wiele struktur samorządowych każdego szczebla traktuje turystykę jako stymulator rozwoju gospodarczego. W wielu też dokumentach planistycznych gmin, powiatów czy województw można spotkać zapisy, mówiące o roli turystyki w rozwoju tych obszarów. Wszystkie te działania mają na celu nie tylko budowę potencjału turystycznego w danym regionie, ale i dbałość o jego efektywne wykorzystanie.

W działalność na rzecz wykorzystania potencjału turystycznego zaangażowane są ponadto podmioty z sektora prywatnego, które pozostają we wzajemnych relacjach między sobą jako wytwórcy i kreatorzy produktu turystycznego obszaru. Turysty, dokonując wyboru miejsca wypoczynku czy turystycznych peregrynacji, biorą pod uwagę w pierwszej kolejności określone miejsce w znaczeniu przestrzennym, a następnie usługodawców w wybranym obszarze [Gierczak-Korzeniowska, 2018, s. 32]. To usługodawcy tworzą swoiste grupy interesów o wspólnych celach, problemach rozwojowych oraz sposobach oddziaływania na otoczenie [Wodejko, 2006, s. 13-21]. Niestety, cele zaangażowanych podmiotów nie zawsze są spójne, a często wręcz sprzeczne. Dlatego tak ważne jest stworzenie takich warunków, aby działania prowadzone przez owe podmioty przynosiły korzyści indywidualne wszystkim zaangażowanym stronom, powodując równocześnie osiągnięcie maksymalnego efektu lokalnego [Meyer, 2010, s. 25].

Coraz większego znaczenia w ostatnich latach w kontekście zarówno budowy, jak i wykorzystania potencjału turystycznego nabierają zmiany demograficzne, związane z migracją mieszkańców i starzejącym się społeczeństwem. Starzenie się społeczeństwa powoduje wzrost wymagań w zakresie jakości, bezpieczeństwa i komfortu wypoczynku rekreacyjno-turystycznego. Migracje i zmiana struktury demograficznej przekładają się z kolei na brak kadr dla gospodarki turystycznej, w tym wykwalifikowanych pracowników, zdolnych do tworzenia nowych projektów oraz innowacyjnych ofert turystycznych. Ważną rolę w kształtowaniu stopy aktywności turystycznej odgrywa również styl i jakość życia społeczeństwa, który ulega wyraźnym przeobrażeniom. Jedną z barier wykorzystania potencjału turystycznego stanowi

również zmiana mody, ogólnych trendów, czy też zwykłe znużenie (znużenie) zarówno ze strony turystów, jak i inwestorów.

Ograniczenie przestrzeni turystycznej może mieć wreszcie charakter administracyjno-prawny – tak się dzieje np. w przypadku objęcia ochroną cennych przyrodniczo obszarów [Stasiak, 2011, s. 40]. Zarządzanie turystyką na obszarach przyrodniczo cennych stanowi wyjątkową sferę podejmowanych działań decyzyjnych ukierunkowanych na przebieg procesów realnych w gospodarce turystycznej państwa, regionu lub rejonu recepcji turystycznej. W tej sferze zarządzania zachodzi potrzeba uwzględnienia szczególnego oddziaływania gospodarki turystycznej na ekosystemy i proekologiczne ukierunkowanie działalności na obszarach recepcyjnych. Niezbędna jest zatem wiedza o skutkach rozwoju turystyki w takich rejonach i umiejętności określenia funkcji zarządzania w odniesieniu do turystów i innych osób korzystających z zasobów środowiska przyrodniczego, a także znajomości zasad działania takich terytoriów [Jalinik, 2016, s. 229].

Z określeniem potencjału turystycznego wiążą się pojęcia chłonności i pojemności turystycznej, które wpływają na stopień wykorzystania potencjału turystycznego. Chłonność turystyczna terenu (łąki, fragmentu lasu itp.) wyraża naturalną odporność środowiska przyrodniczego na degradację związaną z ruchem turystycznym. Określa ją maksymalna liczba osób (uczestników ruchu turystycznego), która może równocześnie przebywać na danym terenie (w określonej jednostce czasowej), nie powodując dewastacji i degradacji środowiska naturalnego. Przy określaniu chłonności turystycznej należy uwzględniać charakter szaty roślinnej i wynikającą stąd odporność na gnienie i deptanie, nachylenie terenu i właściwości mechaniczne podłoża. Odporność poszczególnych gatunków szaty roślinnej na deptanie określa się w badaniach terenowych. Pojemność turystyczna oznacza najczęściej dopuszczalną liczbę osób, które mogą równocześnie przebywać na danym obszarze, po jego przystosowaniu do tego celu, w warunkach prawidłowego zaspokojenia ich potrzeb, nie powodując negatywnych konsekwencji w walorach turystycznych środowiska przyrodniczego [Wyrzykowski, 2010, s. 40].

Pojemność wiąże się m.in. z: rodzajem i rangą walorów turystycznych; stopniem odporności terenów na degradację przez ruch turystyczny; wymogami ochrony przyrody i zachowania walorów turystycznych środowiska przyrodniczego; potrzebami utrzymania komfortu psychofizycznego turystów (głównie w zakresie stopnia koncentracji); ograniczeniami związanymi z rozwojem innych działów gospodarki narodowej. Ostatecznie pojemność turystyczna odzwierciedla przyjętą koncepcję wykorzystania i zagospodarowania turystycznego obszaru, przy założeniu optymalnego wykorzystania walorów turystycznych, z zachowaniem wszelkich rygorów ochronnych.

Do kompleksowego ujęcia potencjału turystycznego zaliczyć można również określenie optymalnych okresów korzystania z walorów turystycznych. W polskiej literaturze geograficznej (m.in. Wyrzykowski) wymienia się kilka rodzajów sezonów turystycznych, m.in. optymalny okres korzystania z walorów krajobrazowych, sezon kąpielowy, sezon narciarski. Ich scharakteryzowanie uzupełnia obraz potencjalnych możliwości turystycznych obszarów czy miejscowości. Optymalny okres korzystania z walorów krajobrazowych środowiska przyrodniczego w okresie ciepłym to okres od początku pełni wiosny (fenologiczna pora roku, tj. od momentu kiedy zazielenia się zupełnie las liściasty) do końca wczesnej jesieni i początku jesieni (fenologicznej pory roku, tj. momentu zmiany barwy i opadania liści). Optymalny okres korzystania z zimowych walorów krajobrazowych utożsamiać można natomiast z okresem występowania pokrywy śnieżnej [Wyrzykowski, 2010, s. 41].

Pozostając w temacie zagadnienia, jakim jest środowisko naturalne, warto dodać, że ograniczeniem w wykorzystaniu potencjału turystycznego są klęski żywiołowe, katastrofy ekologiczne, zmiany klimatyczne oraz „ekstremalne zjawiska pogodowe”, ze szczególnym uwzględnieniem zagrożenia powodzią. Brak stabilności i bezpieczeństwa w wielu, potencjalnie atrakcyjnych turystycznie miejscach czy regionach uniemożliwia jakiegokolwiek działania i prace na rzecz udostępnienia ich turystom.

Inny problem, równie istotny dla omawianego zagadnienia, stanowi brak dostosowania infrastruktury turystycznej do osób niepełnosprawnych. Sytuacja w tej kwestii z roku na rok ulega poprawie, jednak nadal ogranicza czynny udział w turystyce wielu osobom.

Kolejnym czynnikiem hamującym wykorzystanie potencjału turystycznego jest słaba dostępność komunikacyjna, będąca wynikiem niedoinwestowania infrastruktury transportowej.

Każdy turysta podczas swojego pobytu w miejscu wypoczynku, w mniejszym lub większym stopniu korzysta z transportu. Dostępność komunikacyjna w regionie stymuluje rozwój turystyki, umożliwia dotarcie do atrakcji turystycznych, zaś rodzaj uprawianej turystyki ma wpływ na zagospodarowanie i rozwój określonych środków transportu. Niedostateczny rozwój środków transportu wyklucza lub ogranicza rozwój turystyki. Słaba dostępność komunikacyjna regionu to także bariera dla potencjalnych inwestorów, hamująca w sposób istotny wszelkie działania rozwojowe i modernizacyjne w turystyce.

Ponadto wraz ze wzrostem zamożności społeczeństwa wzrasta zapotrzebowanie na skracanie czasu przeznaczonego na dojazd do miejsca recepcji turystycznej czy wybranego obiektu. Tylko sprawny i bezpieczny dojazd zachęci turystów do większej mobilności. Dostępność komunikacyjna jest określana w tym przypadku jako sprawność w obsłudze transportowej w regionie oraz miejscowości, wyrażona ilością i częstotliwością połączeń komunikacyjnych, rodzajem eksploatowanych środków transportowych, jakością obsługi pasażerów oraz ceną za usługi przewozowe. Dobra dostępność komunikacyjna jest więc ważnym i nieodzownym czynnikiem rozwoju turystyki w regionie, systemem umożliwiającym dotarcie do wszystkich elementów, stanowiących przedmiot zainteresowań turystycznych.

I wreszcie, słaba jakość informacji turystycznej oraz promocji zarówno regionów, jak i atrakcji turystycznych, ograniczają możliwości zapoznania się walorami regionu i jego eksploracją. Konieczne jest zatem zwiększenie aktywności jednostek samorządu terytorialnego w obszarze promocji produktów turystycznych, ale przede wszystkim doinwestowanie regionu w infrastrukturę turystyczną i komunikacyjną. Lokalna polityka turystyczna powinna tworzyć podstawy aktywnego wspierania rozwoju turystyki i jej otoczenia.

## 1.4. Rola funduszy europejskich w budowaniu potencjału turystycznego województw

### 1.4. The role of European funds in building the tourist potential of voivodships

Jedną z głównych barier w budowaniu potencjału turystycznego są ograniczenia kapitałowe, stąd też ważną rolę w ich pokonywaniu odgrywają fundusze europejskie. Pomoc Unii Europejskiej podporządkowana jest podstawowemu celowi, jakim jest wzrost gospodarki i jej konkurencyjności, prowadzący do stałego wzrostu poziomu życia ludzi. Fundusze unijne stanowią więc ważne narzędzie stymulowania rozwoju społeczno-gospodarczego kraju czy regionu, w którym polityka spójności (regionalna, strukturalna) podporządkowana jest zagadnieniom związanym między innymi ze zrównoważonym rozwojem, który jest jednym z priorytetów w polityce Unii Europejskiej. W związku z tym, zagadnienia związane z gospodarką turystyczną, a co za tym idzie – budowaniem potencjału turystycznego, stanowią jeden z podstawowych kierunków polityki strukturalnej i programów rozwoju regionalnego. Jedną z zasad funkcjonowania funduszy w ramach polityki spójności jest zasada wymiaru terytorialnego polityki, zgodnie z którą fundusze wspierają terytoria nie tylko administracyjne, ale i powiązane ze sobą funkcjonalnie, tj. posiadające wspólne cechy społeczno-gospodarcze oraz przestrzenne, jak również jednakowe cele rozwoju [Jaki, Rojek, 2018, s. 58]. Wobec powyższego należy zauważyć, że budowanie potencjału turystycznego w poszczególnych regionach (województwach) stanowi istotną pozycję w strukturze funduszy unijnych. Celem finansowania przedsięwzięć turystycznych za pośrednictwem funduszy europejskich jest zwiększenie wykorzystania walorów turystycznych (zwłaszcza przyrodniczych i kulturowych) dostępnych w kraju. Dotacje mają na celu stworzenie warunków do rozwoju gospodarki turystycznej w oparciu o wykorzystanie potencjału turystycznego regionu, z naciskiem na rozwijanie alternatywnych form turystyki, co jest zgodne z ogólnym charakterem działań Unii Europejskiej.



W perspektywie finansowej 2014-2020 Komisja Europejska zaproponowała koncentrację na ograniczonej liczbie celów tematycznych, wśród których turystyka się nie znalazła, ale ze względu na jej interdyscyplinarność możliwa jest realizacja działań związanych z tym obszarem w ramach niektórych zaproponowanych celów. Komisja Europejska opublikowała wytyczne tematycznie dotyczące inwestycji w turystykę, zgodnie z którymi inwestycje powinny [[https://ec.europa.eu/regional\\_policy/pl/policy/themes/tourism/](https://ec.europa.eu/regional_policy/pl/policy/themes/tourism/)]:

- być zbieżne z jednym lub kilkoma celami tematycznymi i priorytetami inwestycyjnymi;
- mieć uzasadnienie według analizy SWOT w odnośnych krajowych/regionalnych/międzynarodowych programach operacyjnych;
- koncentrować się na lepszym ukazaniu walorów lokalnych zasobów kulturowych i turystycznych;
- stymulować unowocześnianie i dywersyfikowanie produktów, procesów i usług, a także specjalizację w niszach rynkowych, tak aby zredukować uzależnienie od tymczasowej pracy o niskiej wartości dodanej, a wspomóc aktywność gospodarczą i funkcjonowanie miejsc pracy poza sezonem turystycznym.

Turystyka jest coraz częściej dostrzegana i doceniana jako gałąź gospodarki krajowej i regionalnej, ale jej rozwój wymaga również coraz większego zaangażowania władz państwowych i samorządowych, przedsiębiorców, lokalnych społeczności oraz wszelkiego rodzaju organizacji i stowarzyszeń [Żegleń, 2014, s. 7]. Jako gałąź przynosząca duże dochody, często stanowi główny czynnik warunkujący rozwój regionu. Turystyka spełnia znaczącą rolę, zarówno w sferze społecznej, jak i gospodarczej. Wszelkie działania przyczyniające się do wzrostu tych mierników, są działaniami na rzecz rozwoju turystyki, a co za tym idzie – rozwoju społeczno-gospodarczego kraju. W związku z tym fundusze europejskie, jako ważne źródło finansowania rozwoju turystyki, stanowią istotny i nierozzerwalny czynnik budowania potencjału turystycznego regionów. Kompleksowe i efektywne korzystanie ze środków funduszy unijnych wymaga wysokiej świadomości podmiotów świadczących usługi turystyczne, ale przede wszystkim władz samorządowych, które umiejętnie powinny wspierać rozwój lokalnej gospodarki turystycznej. Do końca 2020 roku samorządy województw zarządzają około 40% funduszy polityki spójności, tj. 31,28 mld euro [www.msit.gov.pl, z dn. 6.08.2019 r.]. Pieniądze inwestowane są poprzez regionalne programy operacyjne, które są dwufunduszowe, tj. finansowane ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego i Europejskiego Funduszu Społecznego.

Liczba projektów turystycznych i okołoturystycznych (bezpośrednio i pośrednio związanych z działalnością turystyczną) realizowanych i finansowanych przy wsparciu ze środków unijnych w Polsce w latach 2014-2020 (tablica 1) wskazuje na to, iż rola funduszy europejskich w budowaniu potencjału turystycznego województw jest bardzo duża. Przedsięwzięcia bezpośrednio związane z turystyką i ochroną środowiska realizowane w analizowanym okresie stanowią wartość 14 852 mln złotych. W skali całego kraju zostało zrealizowanych 2491 tego typu projektów. Najwięcej z nich było realizowanych w województwie lubelskim (509), kolejno w województwach: małopolskim (438), zachodniopomorskim (264) oraz dolnośląskim (200). Najmniej projektów z dziedziny turystyki i ochrony środowiska zostało zrealizowanych w województwie świętokrzyskim (31). Liczba projektów dofinansowanych ze środków unijnych w innych dziedzinach niż turystyka, ale pośrednio z nią związanych, wyniosła w analizowanym okresie 1352 projekty. Łącznie zrealizowano 3843 projekty bezpośrednio i pośrednio związane z turystyką. Najwięcej projektów okołoturystycznych zostało zrealizowanych w województwie małopolskim (198), następnie w województwach: warmińsko-mazurskim (130), mazowieckim (117), najmniej – w województwie podlaskim (25). Warto zaznaczyć, że zarówno projekty z zakresu turystyki, jak i z dziedzin z nią związanych wpływają pozytywnie na budowanie potencjału turystycznego województw, na przykład poprzez budowę infrastruktury turystycznej, ale i technicznej czy transportowej. Większość przedsięwzięć w mniejszym lub większym stopniu przyczynia się do budowania i zwiększania potencjału turystycznego kraju czy regionu.

**Tablica 1. Projekty<sup>a</sup> realizowane z funduszy Unii Europejskiej w latach 2014-2020**  
 Table 1. Projects<sup>a</sup> carried out from European Union funds in 2014-2020

Wyszczególnienie Specification	W dziedzinie „Turystyka” oraz „Ochrona środowiska” In the field of „Tourism” and „Environmental protection”			W innych dziedzinach, dla obszarów wsparcia związanych z turystyką In other fields, for support areas related to tourism		
	liczba projektów number of projects	wartość projektów value of projects		liczba projektów number of projects	wartość projektów value of projects	
		w mln zł in million PLN	na 1 mieszkańca w zł per 1 inhabitant in PLN		w mln zł in million PLN	na 1 mieszkańca w zł per 1 inhabitant in PLN
POLSKA POLAND	2491	14852,0	386,6	1352	10075,8	262,3
Dolnośląskie	200	1432,2	493,7	72	475,5	163,9
Kujawsko-pomorskie	74	346,7	166,7	81	538,8	259,0
Lubelskie	509	2402,2	1132,2	65	612,1	288,5
Lubuskie	42	341,1	335,9	39	258,7	254,7
Łódzkie	32	580,2	234,8	87	852,4	345,0
Małopolskie	438	1899,5	559,4	198	1272,9	374,9
Mazowieckie	131	1297,5	240,7	117	903,3	167,5
Opolskie	64	491,5	497,5	40	314,6	318,4
Podkarpackie	52	306,5	144,0	98	553,0	259,8
Podlaskie	47	197,5	167,0	25	191,7	162,1
Pomorskie	96	1527,8	656,2	34	389,0	167,1
Śląskie	117	599,1	132,0	71	618,3	136,2
Świętokrzyskie	31	381,6	306,7	65	472,9	380,0
Warmińsko-mazurskie	180	604,6	422,4	130	574,6	401,5
Wielkopolskie	132	899,4	257,7	87	560,1	160,5
Zachodniopomorskie	264	1002,5	588,7	41	308,8	181,3

a W podziale według województw nie uwzględniono projektów realizowanych na obszarze więcej niż jednego województwa lub całego kraju.

a The division by voivodships does not include projects implemented in the area of more than one voivodship or the whole country.

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych Ministerstwa Funduszy i Polityki Regionalnej.

Source: own work based on data from the Ministry of Funds and Regional Policy.

Obok funduszy europejskich ważną rolę w budowaniu potencjału turystycznego regionów stanowi stosunkowo nowa (Ustawa z dnia 19 grudnia 2008 roku o partnerstwie publiczno-prywatnym Dz. U. 2009 nr 19, poz. 100 i Ustawa o zmianie ustawy o partnerstwie publiczno-prywatnym, (Dz. U. z 2018 r. poz. 1445) koncepcja współpracy międzysektorowej, przyczyniająca się do finansowania przedsięwzięć infrastrukturalnych w dziedzinach związanych bezpośrednio i pośrednio z turystyką. Formuła partnerstwa publiczno-prywatnego (PPP) to sposób realizacji wszelkiego rodzaju usług publicznych, oparty na umowie między podmiotami obydwoh sektorów lub w formie zinstytucjonalizowanej [Bitner, Pałka 2010, s. 22]. Koncepcja PPP jest wykorzystywana do opisanego szerokiego zakresu uzgodnień roboczych od luźnych, nieformalnych i strategicznych form partnerstwa po kontrakty usługowe i oficjalne spółki typu joint venture. Partnerstwo publiczno-prywatne można zdefiniować również jako partnerstwo, w którym administracja (rządowa i samorządowa) oraz sektor prywatny realizują wspólne przedsięwzięcia, dzieląc się zarówno zyskiem, jak i ryzykiem oraz odpowiedzialnością za podejmowaną działalność [Żegleń, 2014, 26]. W formule PPP realizuje się długoterminowe projekty inwestycyjno-eksploatacyjne, których celem jest stworzenie niezbędnej infrastruktury, w tym między innymi turystycznej [Herbst, 2010, s. 25]. Dzięki podziałowi zadań, odpowiedzialności i ryzyka w ramach PPP osiąga się najbardziej efektywny ekonomicznie sposób tworzenia infrastruktury i dostarczania usług publicznych. Każda ze stron czerpie przy tym ze współpracy własne korzyści – proporcjonalne do swego zaangażowania. Partnerstwo

publiczno-prywatne staje się coraz bardziej popularną formą finansowania projektów infrastrukturalnych służących rozwojowi regionów turystycznych i budowaniu ich potencjału turystycznego [Żegleń 2011, s. 76]. Rozwój współpracy w zakresie turystyki wymaga istnienia partnerstwa między podmiotami gospodarczymi działającymi w branży turystycznej. Kooperacja między tymi jednostkami pozwala osiągnąć większe efekty ekonomiczne niż działanie w pojedynkę. Ponadto w celu osiągnięcia korzyści ze współpracy, decydenci muszą znać potrzeby turystów i całego przemysłu turystycznego, jak również społeczności lokalnych, czyli władarzy i oferentów usług turystycznych [McIntyre, Hetherington, Inskip, 1993, s. 32]. Praktyka gospodarcza przynosi wiele przykładów korzyści wynikających ze współpracy między partnerami. Najbardziej efektywne przedsięwzięcia są rezultatem partnerstwa, które wzmacnia przewagę rynkowe współdziałających firm. Zgodnie z koncepcją gron M. Portera, lokalne i regionalne podmioty gospodarcze i organizacyjne, współpracując ze sobą, przyczyniają się nie tylko do budowania własnej przewagi rynkowej, lecz również podnoszą konkurencyjność obszaru, na którym działają [Jaremen, Rapacz, 2005, 57]. Wśród przesłanek przydatności partnerstwa publiczno-prywatnego w zakresie rozwijania i zarządzania turystyką, a dzięki temu budowania potencjału turystycznego na szczeblach: lokalnym i regionalnym, wymienić należy więc [Rapacz, 2005, s. 48-49]:

- rosnące oczekiwania turystów wobec kompleksowej oferty turystycznej na odpowiednim poziomie;
- dynamiczny rozwój technologii informacyjnych (media społecznościowe, aplikacje telefoniczne, systemy rezerwacyjne itp.);
- nasilającą się konkurencję między miejscowościami i regionami turystycznymi;
- postępujący proces globalizacji rynku turystycznego;
- dążenie do wzmocnienia lokalnej gospodarki turystycznej i zwiększenia korzyści związanych z rozwojem ruchu turystycznego osiągniętych przez usługodawców i lokalną społeczność;
- oczekiwanie dodatkowych korzyści będących rezultatem współpracy międzysektorowej.

W odniesieniu do rynku turystycznego, PPP powinno przede wszystkim odgrywać znaczącą rolę w kształtowaniu przewagi konkurencyjnej turystyki w regionie [Marciszewska, Miecznikowski, 2003, s. 81]. PPP nie musi dotyczyć tylko przedsięwzięć w zakresie budowania czy rozwijania infrastruktury turystycznej regionu, czy miejscowości, niemniej jednak odgrywa kluczową rolę w budowaniu potencjału turystycznego regionów, gdyż stanowi formę finansowania przedsięwzięć turystycznych, które wcześniej nie mogły być realizowane ze względu na brak środków finansowych po stronie sektora publicznego.

Liczba przedsięwzięć zrealizowanych w formule partnerstwa publiczno-prywatnego w Polsce z podziałem na województwa (Tablica 2) nie jest imponująca. Niemniej jednak projekty tego typu stanowią przyczynek do wdrażania koncepcji PPP na większą skalę. Najwięcej umów zawartych w ramach PPP zostało podpisanych w województwie śląskim (7), następnie w województwach: mazowieckim i dolnośląskim (po 5 umów). W pozostałych województwach podpisane zostały 1-2 umowy na realizację przedsięwzięcia w formie PPP. W sumie w całym kraju podpisano 29 umów na realizację przedsięwzięć w formule PPP. Nie są to przedsięwzięcia z zakresu turystyki, jednak są to w większości projekty infrastrukturalne, a wiadomo, że infrastruktura stanowi jeden z ważniejszych elementów zagospodarowania turystycznego, a co za tym idzie – potencjału turystycznego regionów.

**Tablica 2. Umowy zawarte w ramach partnerstwa publiczno-prywatnego<sup>a</sup>**  
**Table 2. Agreements concluded in the framework of public-private partnership<sup>a</sup>**

Wyszczególnienie Specification	Liczba umów zawartych w ramach partnerstwa publiczno-prywatnego Number of agreements concluded under public-private partnership	Wartość nakładów inwestycyjnych lub usług brutto Value of investment outlays or gross services	
		w tys. zł in thousand PLN	w przeliczeniu na 1 mieszkańca w zł per 1 inhabitant in PLN
POLSKA POLAND	29	1 179 920,5	30,7
Dolnośląskie	5	15 247,9	5,3
Kujawsko-pomorskie	1	16 526,6	8,0
Lubelskie	1	9 236,6	4,4
Małopolskie	2	13 383,0	3,9
Mazowieckie	5	81 293,2	15,0
Podkarpackie	1	43 277,6	20,3
Podlaskie	2	2 922,4	2,5
Pomorskie	2	629 811,7	269,9
Śląskie	7	270 159,0	59,6
Warmińsko-mazurskie	1	88 234,0	61,7
Wielkopolskie	1	884,0	0,3
Zachodniopomorskie	1	8 944,5	5,3

<sup>a</sup> Według stanu w dniu 31 III 2019 r.

<sup>a</sup> As of 31 III 2019

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych Ministerstwa Funduszy i Polityki Regionalnej.  
 Source: own work based on data from the Ministry of Funds and Regional Policy.

Formuła partnerstwa publiczno-prywatnego nie jest prosta i dlatego przykłady realizacji projektów według tej koncepcji w Polsce są niewystarczające. Wykaz projektów dotyczących turystyki, które mogłyby być realizowane w formule PPP jest następujący:

- inwestycje w infrastrukturę turystyczną (budowa, rozbudowa i modernizacja);
- rozwój transportu turystycznego, w tym portów turystycznych, szlaków kolejowych;
- zarządzanie trasami i szlakami turystycznymi (w tym poprawa dostępu do atrakcji turystycznych dla osób niepełnosprawnych);
- budowa infrastruktury towarzyszącej turystyce kwalifikowanej, m.in. punktów rekreacyjnych wzdłuż szlaków, parkingów przy atrakcjach turystycznych, stworzenie punktów widokowych;
- budowa obiektów sportowo-rekreacyjnych (parki wodne, kompleksy sportowe);
- rewitalizacja obiektów zabytkowych na cele turystyczne.

Istnieje ponadto możliwość połączenia formuły PPP z możliwościami wsparcia z funduszy europejskich w ramach tzw. projektów hybrydowych. Realizacja takich projektów może umożliwić jednostkom samorządu terytorialnego pozyskanie niezbędnego wsparcia finansowego dla realizacji przedsięwzięć turystycznych. Realizacja tego typu projektów musi być jednak zgodna z planowaniem przestrzennym regionu uwzględniającym potrzeby ludności i ochrony środowiska przyrodniczego. Gospodarka przestrzenna bowiem, to wszystkie czynności związane z zagospodarowaniem przestrzennym danego obszaru, organizacją użytkowania przestrzeni, polityką inwestycyjną prowadzoną przez władze lokalne i regionalne, także podmioty prywatne. W ramach tych działań, w kontekście budowania potencjału turystycznego województw należy uwzględnić regionalną politykę turystyczną, będącą procesem sterowania rozwojem turystyki, w którym szczególnego znaczenia nabiera koordynacja działań wielu instytucji i podmiotów.

Podsumowując, należy stwierdzić, że fundusze europejskie w połączeniu z działaniami władz szczebla lokalnego i regionalnego, zmierzające do odpowiedniego gospodarowania przestrzenią gospodarczą regionu, w dużym stopniu mogą i powinny przyczynić się do kształtowania potencjału turystycznego województw oraz budowania ich przewagi konkurencyjnej w skali kraju. Istotną również jest współpraca samorządowa, prowadzenie odpowiedniej polityki turystycznej oraz współdziałanie różnych podmiotów z sektora publicznego i prywatnego (współpraca międzysektorowa) w celu kreowania atrakcyjności turystycznej regionów. Należy również zaznaczyć, że potencjał turystyczny jest w pewnym stopniu mierzalny i podlega ocenie w kontekście możliwości osiągnięcia powyższych celów.

## 1.5. Wybrane metody pomiaru i oceny potencjału turystycznego

### 1.5. Selected methods of measurement and evaluation of tourist potential

Rozpoznanie potencjału turystycznego ze względu na jego heterogeniczny charakter wymaga przeprowadzenia oceny kompleksowej, polegającej na zastosowaniu i integracji metod badań z wielu dziedzin wiedzy, przede wszystkim z socjologii, geografii oraz ekonomii. Ponadto wiąże się z koniecznością uwzględniania zarówno obiektywnych (przydatność), jak i subiektywnych (atrakcyjność) przesłanek decydujących o możliwościach rozwoju turystyki [Zajadacz, Śniadek, 2009, s. 38].

Istotnym etapem pracy w ocenie potencjału turystycznego danego miasta czy regionu jest rozpoznanie jego struktury. Struktura potencjału turystycznego została przedstawiona w licznych opracowaniach, między innymi: Stalskiego [1985], Bellinger [1994], Butowskiego [1996], Zajadacz [2004] oraz Kaczmarka, Stasiaka, Włodarczyka [2005]. Bellinger wyróżniła w strukturze potencjału turystycznego trzy podstawowe czynniki ruchu turystycznego: uwarunkowania przyrodnicze, infrastrukturę turystyczną oraz czynniki społeczne (tj. społeczno-kulturowe, społeczno-ekonomiczne i społeczno-psychologiczne) ruchu turystycznego. Ponadto, w badaniach nad potencjałem turystycznym uwzględniła działania marketingowe, mające na celu maksymalizację sprzedaży oferty turystycznej. Z kolei Kaczmarek, Stasiak i Włodarczyk twierdzą, że na potencjał turystyczny miasta lub regionu składają się dwie grupy zasobów, tj. zasoby strukturalne i zasoby funkcjonalne. Do pierwszych zaliczają: walory turystyczne, zagospodarowanie turystyczne i dostępność komunikacyjną. A do drugich – zasoby ekonomiczne, społeczno-demograficzne, psychologiczne, polityczne, ekologiczne, kulturalne oraz technologiczne [Kaczmarek, Stasiak, Włodarczyk, 2005, s. 52-57].

Na przykład Butowski [1996, s. 253-265], przeprowadzając studium porównawcze funkcji turystycznej sześciu europejskich stolic, objął analizą trzy podstawowe elementy: walory turystyczne, zagospodarowanie turystyczne oraz ruch turystyczny. Charakteryzując walory, szczególną uwagę zwrócił na walory historyczne. Autor ten założył istnienie ścisłego związku między wielkością miasta historycznego w poszczególnych okresach a liczbą i rangą posiadanych przez nie walorów historycznych. Uznał również, że wielkość obszaru śródmiejskiego oraz ścisłego centrum decyduje w dużym stopniu o walorach współczesnych. W zagospodarowaniu turystycznym uwzględnił natomiast bazę noclegową oraz infrastrukturę transportową determinującą dostępność komunikacyjną.

W ocenie potencjału turystycznego obszarów wykorzystuje się różne metody, takie jak inwentaryzacja, badania ankietowe, kwerenda, analizy ekspertów oraz metoda bonitacji punktowej. Prezentacji analiz potencjału turystycznego dokonuje się za pomocą między innymi map potencjału, analizy determinantów oraz analizy SWOT. Dobór metod badań potencjału turystycznego zależy od celu i skali opracowania. Przy czym cel powinien być ukierunkowany na rozpoznanie możliwości rozwoju konkretnych form turystyki (np. turystyka kwalifikowana i jej rodzaje, turystyka wypoczynkowa, rodzinna, biznesowa, kulturowa, agroturystyka, ekoturystyka itp.). Priorytetową rolę w dotychczasowych opracowaniach dotyczących ilościowej oceny walorów turystycznych odgrywa metoda bonitacyjna. Bonitacja (łac. *bonitas* – dobroć, od *bonus*) jest pojmowana jako ocena jakości i klasyfikacja [Kopaliński, 1989]. Polega ona na przypisywaniu poszczególnym cechom o zróżnicowanej wartości (np. jeziorności czy walorom kulturowym), występującym w obrębie badanej jednostki przestrzennej, odpowiedniej liczby punktów ustalonej według

obranej skali wartości. Punkty można przy tym przyznawać zarówno za występowanie w danej jednostce analizowanych elementów potencjału turystycznego (punkty dodatnie), jak i za ich brak lub niską jakość (punkty ujemne) [Kozuchowski, 2005]. Sumowanie punktów odnoszących się do poszczególnych cech daje możliwość syntetycznej oceny danej jednostki przestrzennej pod względem atrakcyjności środowiska [Warszyńska, 1971, s. 103-114; Warszyńska, Jackowski, 1978; Sołowiej, 1981, s. 16-26].

Dzięki zamianie różnych wartości na punkty bonitacji, do wspólnego mianownika sprowadza się różne wartości odnoszące się do różnych jakości środowiska geograficznego. Pozwala to na dokonywanie porównań [Bartkowski, 1971, s. 264-265]. Istnieje wiele wariantów tej metody i obserwuje się znaczną dowolność w jej stosowaniu [Warszyńska, 1999, s. 37-50]. Ocena może być wyrażona w wartościach liczb bezwzględnych, za pomocą wskaźników, a także może uwzględniać istotność czynnika dominującego. Bonitację punktową należy traktować jako sposób porządkowania informacji o czynnikach wpływających na rozwój turystyki.

W polskiej literaturze do oceny atrakcyjności turystycznej środowiska i zagospodarowania turystycznego jako pierwszy metodę bonitacji punktowej zastosował w okresie międzywojennym Leszczyński. Wykorzystał ją do określenia atrakcyjności turystycznej środowiska geograficznego Podhala i stopnia jego zagospodarowania turystycznego. Z kolei Matczak wykorzystał metodę bonitacji punktowej w analizie funkcji turystycznej województw, przyjmując do badania 33 zmienne określające rozwój funkcji turystycznej, obrazujące walory turystyczne, zagospodarowanie i ruch turystyczny [Matczak, 1995, s. 57-66]. Natomiast Bartkowski w artykule o metodyce oceny środowiska geograficznego [1971, s. 265-266] opisuje etapy oceny oraz kryteria, jakie należy uwzględnić dla różnych potrzeb (inne dla budownictwa, inne dla rekreacji). Charakteryzuje on metodę bonitacji punktowej, podkreślając, iż „dostarcza ona pewnych korzyści, jakich nie spotykamy w słownej metodzie kwalifikacyjnej”, stosowanej wcześniej do oceny środowiska geograficznego, a także w wielu pracach o charakterze planistycznym. Współcześnie metoda bonitacji punktowej wykorzystywana jest przez badaczy zajmujących się geografiami turystyki i innymi naukami o turystyce.

Inną, popularną współcześnie metodą oceny potencjału turystycznego jest metoda wielowymiarowej analizy porównawczej (WAP). Termin wielowymiarowa analiza porównawcza odnosi się do grupy metod statystycznych, za pomocą których jednoczesnej analizie poddaje się co najmniej dwie zmienne opisujące każdy badany obiekt (zjawisko). Służą one do badania zjawisk złożonych bezpośrednio niemierzalnych, charakteryzujących określone obiekty poddane analizie [Łuniewska, Tarczyński, 2006, s. 9-22].

Obejmują metody taksonomiczne stosowane w celu porządkowania i klasyfikacji badanych obiektów i zjawisk (z gr. *taksis* - układ, porządek, *nomos* - prawo-zasada). Przykłady ich zastosowań można znaleźć m.in. w opracowaniach: Kukuły [1993], Gołębskiego [1999], Pawlusińskiego [2005] i Dereka [2007].

Taksonomiczne mierniki – zmienne syntetyczne będące odpowiednimi funkcjami wyjściowych cech diagnostycznych – są szczególnie przydatne przy porównywaniu i porządkowaniu obiektów ze względu na poziom zjawiska złożonego [Synówka-Bejenka, 2017, s. 79]. Wśród metod taksonomicznych można wyróżnić metody klasyczne i relatywne oraz wzorcowe i bezwzorcowe. Taksonomiczną miarę rozwoju gospodarczego, będącą klasyczną metodą wzorcową do porównania rozwoju krajów jako pierwszy zastosował Hellwig [1968]. Do jej budowy wykorzystał pojęcie wzorca, czyli obiektu modelowego o pożądanych wartościach zmiennych diagnostycznych. Mierniki wzorcowe dość często służą do oceny atrakcyjności turystycznej, posługują się nimi np. Puciato [2010, s. 187-195] oraz Bąk i Szczecińska [2014, s. 80-95]. W badaniach z zakresu turystyki można znaleźć przykłady zastosowań mierników syntetycznych, m.in. w opracowaniach Gołębskiego [2002], Rapacza [2004] czy Strahl [1978, s. 205-215].

Wspomniana wyżej metoda WAP w badaniach ekonomicznych, odnosi się do zbioru różnych metod służących do wykrywania prawidłowości w zbiorowościach statystycznych, gdzie jednostki tych zbiorowości są opisywane za pomocą nie jednej, ale większej liczby zmiennych. Za zjawisko złożone uznaje się takie, które jest opisywane za pomocą więcej niż jednej charakterystyki (zmiennej, cechy), natomiast obiekt to jednostka statystyczna podlegająca badaniu [Zajadacz, Śniadek, 2009, s. 39]. Metody WAP zostały przedstawione w wielu opracowaniach, między innymi Hellwiga, Kani-Gospodarowicz [1975], Beltinger [1994], Gołębskiego [1999] oraz Łuniewskiej i Tarczyńskiego [2006].

Przeprowadzenie WAP obiektu wielocechowego, jakim jest potencjał turystyczny jednostek przestrzennych, wiąże się z koniecznością rozpoznania jego struktury, wyłonienia istotnych ze względu na cel badań elementów składowych (kategorii). Następny etap pracy stanowi wybór kryteriów oceny tych kategorii, czyli ustalenie listy cech charakteryzujących badany przedmiot, określenie ich wagi oraz przyjęcie odpowiednich jednostek miar. Etap ten jest bardzo istotny, ponieważ: „sukces lub niepowodzenie wyników badania uzyskanych metodami analizy porównawczej zależy właśnie od trafnego doboru cech, za pomocą których definiuje się podstawowe pojęcie analizy porównawczej, jakim jest tzw. obiekt wielocechowy”.

Hellwig i Kania-Gospodarowicz [1975] podają następujące zalecenia pragmatyczne dotyczące ustalania listy cech:

- powinna być ułożona na podstawie ogólnej znajomości badanego zjawiska, a pozycje na niej występujące zależą od przyjętego celu badania;
- ogólne sformułowania zawarte w pkt 1. ulegają konkretyzacji w trakcie zbierania danych statystycznych (wtórnych lub pierwotnych) o badanych obiektach;
- na podstawie przesłanek merytorycznych, jak i zebranego materiału konstruuje się tzw. wstępną listę potencjalnych cech, która ulega następnie redukcji z powodu stwierdzenia, iż cechy te są np. niemierzalne, mało istotne dla przedmiotu badań lub brak jest kompletnych, reprezentatywnych, porównywalnych dla wszystkich badanych obiektów danych. Powstaje w ten sposób lista cech dopuszczalnych lub istotnych, którą poddaje się dalszej analizie.

Kolejną metodą na potrzeby dokonania syntezy diagnozy wewnętrznych i zewnętrznych uwarunkowań rozwoju danego obszaru i jedną z najpopularniejszych w polskiej rzeczywistości gospodarczej jest analiza SWOT [Goranczewski, Puciato, 2010, s. 47]. Sprzyja temu jej elastyczność i relatywna łatwość przeprowadzenia, możliwość zastosowania w odniesieniu do całego obszaru, wybranej jego części lub danego składnika potencjału. Nazwa SWOT jest akronimem angielskich słów *strengths* (silne strony), *weaknesses* (słabe strony), *opportunities* (szanse), *threats* (zagrożenia). Metoda ma charakter kompleksowy, ponieważ dotyczy zarówno czynników wewnętrznych jak i zewnętrznych [Gierszewska, Romanowska, 2002, s. 45]. Zastosowanie analizy SWOT umożliwia podmiotom odpowiedzialnym za kształtowanie lokalnej czy regionalnej polityki turystycznej na obszarach recepcyjnych w sposób metodyczny i uporządkowany pozycjonować gospodarkę turystyczną w całościowym, ogólnym planowaniu strategicznym. Wytyczne wypływające z prawidłowo przeprowadzonej analizy SWOT przeprowadzonej na szczeblu lokalnym lub regionalnym determinują także kierunki postępowania strategicznego podmiotów gospodarczych, których przedmiotem działalności są usługi turystyczne. Właściwe wyspecyfikowanie kierunków działań jest istotne także dla tych podmiotów funkcjonujących na rynku usług turystycznych, które planują realizację określonych inwestycji turystycznych lub paraturystycznych na danym obszarze turystycznym [Goranczewski, Puciato, 2010, s. 53-54].

Badanie czynników wewnętrznych według metody SWOT można przeprowadzić, stosując podejście kompleksowe albo sytuacyjne. W pierwszym przypadku dąży się do pełnej identyfikacji możliwie wszystkich grup zasobów jednostki terytorialnej, a w obrębie tych grup do skonstruowania możliwie jak najpełniejszej listy tych zasobów. W drugim podejściu badanie zawęża się do tych grup zasobów, które zostały uznane za najważniejsze, decydujące o pozycji strategicznej i możliwościach rozwojowych. Podejście to stosuje się w przypadku analiz problemowych dotyczących wybranych dziedzin rozwojowych, na przykład rozwoju przemysłu, rolnictwa, czy turystyki w danym regionie [Żabińska, 1997]. Punktem wyjścia do badań powinno być precyzyjne określenie czynników wewnętrznych oraz uwarunkowań zewnętrznych przedmiotu analizy, którym jest potencjał turystyczny danego obszaru. Potencjał ten rozumiany jest jako wszelkie zasoby strukturalne i funkcjonalne warunkujące rozwój turystyki na tym terenie. W tym ujęciu za czynniki wewnętrzne, kluczowe dla rozwoju turystyki na danym obszarze, które powinny być poddane w analizie ocenie pod kątem pozytywnego (mocne strony) lub negatywnego (słabe strony) wpływu na wykorzystanie i rozwój potencjału turystycznego, uznać należy te wszystkie zasoby, zjawiska i działania bezpośrednio związane ze sprawami turystyki, które występują w badanym regionie, mają tutaj swoje źródło, stanowią wynik działań podejmowanych na tym obszarze, znajdują się w gestii władz,

podmiotów turystycznych, organizacji turystycznych, czy też mieszkańców tego obszaru. Należą do nich: walory turystyczne, infrastruktura turystyczna i towarzysząca, potencjał społeczno-ekonomiczny i kulturowy regionu oraz czynniki organizacyjne [Zajadacz, Śniadek, 2009, s. 54-55].

Natomiast uwarunkowania zewnętrzne będące źródłem okazji (szans) oraz zagrożeń dla wykorzystania i rozwoju potencjału turystycznego danego obszaru, to zasoby, zjawiska i działania, które nie składają się na potencjał turystyczny badanego obszaru, a ich źródło znajduje się w większości przypadków poza nim; są to czynniki będące wynikiem działań organizacji, instytucji, podmiotów gospodarczych lub władz innych regionów czy władz ponadregionalnych wywierających wpływ na rozwój turystyki na analizowanym terenie. Do czynników tych należą zasadniczo zjawiska i działania w skali makro, w tym głównie: czynniki ekonomiczne, czynniki kulturowe i społeczne, czynniki polityczne i prawne, czynniki organizacyjne, otoczenie konkurencyjne [Zajadacz, Śniadek, 2009, s. 54-55].

Istotnym elementem wchodzącym w skład potencjału turystycznego jest infrastruktura transportowa. Istnieje także wiele sposobów pomiaru dostępności komunikacyjnej. Mogą one bazować na ocenie wyposażenia infrastrukturalnego, analizie bezpośredniej odległości fizycznej lub odległości czasowej, a także na badaniu dostępności środków komunikacji publicznej [Cieplik, Sołtysik, 2012, s. 32-43; Sierpiński, 2010, s. 91-96].

Wiodącym elementem struktury strony podaźowej turystyki i jednocześnie elementem potencjału turystycznego są walory turystyczne. Warunkują rozwój ruchu turystycznego i mają wpływ na atrakcyjność każdego regionu.



## Rozdział 2

### Chapter 2

## Walory turystyczne Polski i ich znaczenie dla budowania potencjału turystycznego województw

Tourist values of Poland and their importance for creating the tourist potential of voivodships

### 2.1. Charakterystyka walorów turystycznych i ich wpływ na rozwój ruchu turystycznego

#### 2.1. Characteristics of tourist values and their influence on the development of tourist traffic

Możliwości rozwoju turystyki na danym obszarze są determinowane przez szereg czynników o zróżnicowanym charakterze. Wśród nich podstawowe znaczenie mają występujące na danym obszarze zasoby i walory turystyczne, które coraz częściej są wynikiem działalności człowieka, mającej na celu wykreowanie atrakcji mogących przyciągnąć turystów na dany obszar [Meyer, 2010, s. 23]. Walory turystyczne m.in. stanowią o potencjale turystycznym regionu (województwa), dlatego rozpoznanie i ocena potencjału turystycznego danego obszaru wydają się uzasadnione nie tylko z perspektywy potencjalnych turystów, ale również z punktu widzenia kwestii związanych z poprawą jakości życia osób zaangażowanych, bezpośrednio lub pośrednio, w proces świadczenia usług turystycznych [Herbert, Żegleń 2016]. Ruch turystyczny na określonych terenach i w różnych miejscowościach turystycznych zależy bowiem w dużej mierze od istnienia walorów turystycznych.

Określenie pojęcia walorów turystycznych jest trudne, na co wskazuje istnienie wielu definicji oraz klasyfikacji walorów turystycznych. Warszńska i Jackowski [1978] definiują walory jako: „zespół elementów środowiska naturalnego oraz elementów pozaprzyrodniczych, które – wspólnie lub każde z osobna – są przedmiotem zainteresowań turysty”. Według cytowanych wyżej autorów, walory turystyczne, obok dostępności komunikacyjnej oraz infrastruktury turystycznej, składają się na atrakcyjność turystyczną obszaru, miejscowości bądź szlaku i decydują w znacznym stopniu o wielkości ruchu turystycznego na obszarze recepcyjnym. Według Lijewskiego, Mikułowskiego oraz Wyrzykowskiego [2002, s. 16] walory: „stanowią specyficzne cechy i elementy środowiska naturalnego oraz przejawy działalności człowieka, które są przedmiotem zainteresowań turystów”. Peretiatkiewicz [1976, s. 63] z kolei walorami turystycznymi nazywa wszystkie te czynniki, które występują na danym terenie i mają zdolność do bycia bodźcem przyczyniającym się do przyjazdu turystów do danego miejsca. Rozpatrując walory turystyczne w tym znaczeniu okazuje się, że mianem waloru nie tylko będzie określany piękny krajobraz, zabytek czy też właściwości lecznicze, ale również możliwość rozrywki, spokoju, życzliwość i uprzejmość mieszkańców, a także sprawne zaopatrzenie oraz niskie ceny usług i całego pobytu.

Na potrzeby opracowania przyjęto definicję i podział walorów turystycznych za Warszzyńską i Jackowskim [1978]. Podział ten przedstawia się w następujący sposób:

- walory turystyczne wypoczynkowe;
- walory turystyczne krajoznawcze;
- walory turystyczne specjalistyczne.

Walory wypoczynkowe umożliwiają regenerację sił i odpoczynek, a więc bezpośrednio wiążą się z terenami mało przekształconymi przez człowieka, o harmonijnym krajobrazie i korzystnych warunkach bioklimatycznych.

Według Nowakowskiej [2002] są to tereny o rekreacyjnych zasobach środowiska, ośrodki życia kulturalnego, miejscowości będące modnymi centrami rozrywkowo-wypoczynkowymi oraz miejscowości uzdrowiskowe.

O walorach krajoznawczych decydują obiekty materialne lub niematerialne, naturalne lub antropogeniczne, będące przedmiotem zainteresowania turystów [Lijewski i in. 2002]. Dzielą się na dwie podstawowe grupy: walory przyrodnicze i pozaprzyrodnicze (antropogeniczne lub kulturowe).

Walory specjalistyczne to cechy środowiska naturalnego umożliwiające uprawianie turystyki kwalifikowanej, a także różne formy lecznictwa uzdrowiskowego i balneoterapii, w wypadku występowania wód mineralnych i korzystnego klimatu. Do walorów specjalistycznych zalicza się walory umożliwiające uprawianie aktywności związanych z kajakarstwem i żeglarstwem, wędkarstwem, myślistwem, jeździectwem, taternictwem, speleologią oraz kolarstwem i nurkowaniem.

Walory turystyczne są fundamentalnym elementem składającym się na atrakcyjność turystyczną. Należy zaznaczyć, że pojęcie walorów turystycznych często błędnie utożsamiane jest z atrakcjami turystycznymi (*tourist attractions*), szczególnie w literaturze anglojęzycznej, gdzie nie występuje pojęcie waloru turystycznego [Jacobsen 1997, Deng, King 2002 i in.]. Pojęcie atrakcji jest pojęciem szerszym, a walory często są częścią atrakcji turystycznych [Nowakowska 2002].

W celu usystematyzowania różnych klasyfikacji i rodzajów walorów turystycznych posłużono się formą tabelaryczną.

**Tablica 3. Podział walorów turystycznych**  
Table 3. Division of tourist values

Walory turystyczne Tourist values			
wypoczynkowe leisure	krajoznawcze sightseeing		specjalistyczne specialised
	przyrodnicze natural	antropogeniczne (kulturowe) anthropogenic (cultural)	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- czyste powietrze,</li> <li>- cisza,</li> <li>- harmonijny krajobraz o walorach estetycznych,</li> <li>- korzystne warunki bioklimatyczne,</li> <li>- walory lecznicze (peloidy, wody lecznicze, gazy lecznicze)- miejscowości uzdrowiskowe, ośrodki balneoterapii,</li> <li>- lasy,</li> <li>- obszary wodne,</li> <li>- obszary górskie,</li> <li>- plaże.</li> </ul>	ukształtowane bez ingerencji człowieka: <ul style="list-style-type: none"> <li>- osobliwości flory i fauny</li> <li>- skałki i grupy skał</li> <li>- wąwozy, doliny i przełomy rzeczne,</li> <li>- wodospady, źródła i wywierzyska,</li> <li>- jaskinie i groty,</li> <li>- głązy narzutowe i głazowiska,</li> <li>- inne obiekty geologiczne.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- muzea i rezerваты archeologiczne,</li> <li>- muzea etnograficzne, skanseny, ośrodki twórczości ludowej,</li> <li>- zabytki architektury i budownictwa,</li> <li>- muzea sztuki i zbiory artystyczne,</li> <li>- muzea biograficzne,</li> <li>- muzea specjalistyczne i obiekty unikatowe,</li> <li>- obiekty historyczno-wojskowe,</li> <li>- miejsca i muzea martyrologii,</li> <li>- zabytki działalności gospodarczej i techniki,</li> <li>- współczesne imprezy kulturalne,</li> <li>- miejsca pielgrzymkowe.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- wędkarskie (wody typu nizinnego, wody górskie, stawy itp.),</li> <li>- kajakowe (rzeki, kanały, jeziora naturalne, zbiorniki sztuczne),</li> <li>- żeglarskie.(jw.),</li> <li>- jeździeckie (np. stadniny koni, miejsca hodowli koni),</li> <li>- myśliwskie (szkółki myśliwskie, tereny przystosowane do polowań), związane z obfitością zwierzyny,</li> <li>- taternickie (tereny górskie, skałki, wspinaczka), ścianki wspinaczkowe, formacje skalne, ekspozycje ścian i grani, drogi taternickie,</li> <li>- speleologiczne (eksploracja jaskiń - tych ogólnodostępnych, ale i dla zaawansowanych),</li> <li>- kolarskie,</li> <li>- motorowe,</li> <li>- nurkowe (morze, jezioro itp. - środowisko wodne).</li> </ul>
	utworzone przez człowieka: <ul style="list-style-type: none"> <li>- parki zabytkowe,</li> <li>- muzea i zbiory przyrodnicze,</li> <li>- ogrody botaniczne,</li> <li>- ogrody zoologiczne.</li> </ul>		
	powstałe wskutek częściowej ingerencji człowieka: <ul style="list-style-type: none"> <li>- punkty widokowe,</li> <li>- parki narodowe,</li> <li>- parki krajobrazowe.</li> </ul>		

Źródło: opracowanie własne na podstawie literatury przedmiotu: Lijewski 2008, Kurek 2008, Rogalewski 1974, Warszyńska, Jackowski 1998, Nowakowska 2008 i in.

Source: own work based on the literature on the subject: Lijewski 2008, Kurek 2008, Rogalewski 1974, Warszyńska, Jackowski 1998, Nowakowska 2008 and others.

Podziału i klasyfikacji walorów turystycznych można również dokonać według ewidencji geodezyjnej. Jednakże nie jest on tożsamy z tym, który wynika z literatury przedmiotu. Poszczególne walory (m.in.

wypoczynkowe) są przedstawiane w sposób zbliżony do tego, który obowiązuje w literaturze naukowej. Rozbieżności w klasyfikacji mogą wynikać m.in. z trudności dokonywania tego typu podziałów i charakterystyk w praktyce.

Ważnymi, przestrzennymi składowymi walorów turystycznych są lasy, grunty pod wodami oraz tereny wypoczynku i rekreacji na terenach zurbanizowanych. Potencjał regionów wynikający z tych czynników wykazuje duże zróżnicowanie – zwłaszcza w odniesieniu do lasów i terenów pod wodami (Tablica 4). Udział lasów w ogólnej powierzchni (określany często mianem lesistości) wynosi od 21,6% w województwie łódzkim do aż 50,9% w województwie lubuskim. Odnosząc się do średniej lesistości dla kraju (30,1%) można stwierdzić, że w połowie regionów w Polsce udział lasów jest niższy od tej średniej, co może stanowić o ich słabości względem tej cechy, w stosunku do regionów dysponujących dużym zasobem lasów. W odniesieniu do gruntów pod wodami zróżnicowanie potencjału wskazuje na zdecydowaną przewagę czterech województw, w których ten udział przekracza średnią dla kraju (2,1%). Są to województwa: kujawsko-pomorskie – 2,7%, pomorskie – 4,2%, warmińsko-mazurskie – 5,7%, zachodniopomorskie – 5,3% (Tablica 4). Podkreślić należy, że z wyjątkiem województwa kujawsko-pomorskiego duży udział powierzchni pod wodami idzie w parze z dużą lesistością, co niewątpliwie jest atutem potencjału turystycznego tych regionów i potencjalną przewagą konkurencyjną.

**Tablica 4. Wybrane składowe walorów wypoczynkowych w 2018 r.**

Table 4. Selected components of leisure values in 2018

Wyszczególnienie Specification	Powierzchnia ogółem w km <sup>2</sup> Total area in km <sup>2</sup>	W tym Of which		
		lasy forests	grunty pod wodami lands under waters	tereny rekreacji i wypoczynku na gruntach zabudowanych i zurba- nizowanych recreational areas on build-up and urbanized land
w % powierzchni ogółem in % of total area				
POLSKA POLAND	312696,1	30,1	2,1	0,2
Dolnośląskie	19946,7	30,7	0,9	0,4
Kujawsko-pomorskie	17971,3	23,9	2,7	0,2
Lubelskie	25122,5	23,4	0,8	0,1
Lubuskie	13987,9	50,9	1,9	0,3
Łódzkie	18219,0	21,6	0,7	0,2
Małopolskie	15182,8	29,0	1,4	0,2
Mazowieckie	35558,5	23,5	1,2	0,1
Opolskie	9411,9	27,5	1,4	0,4
Podkarpackie	17845,8	38,6	1,2	0,2
Podlaskie	20187,0	31,3	1,4	0,1
Pomorskie	18321,9	37,3	4,2	0,2
Śląskie	12333,1	32,8	1,5	0,7
Świętokrzyskie	11710,5	28,7	0,7	0,1
Warmińsko-mazurskie	24173,5	32,3	5,7	0,1
Wielkopolskie	29826,5	26,4	1,4	0,2
Zachodniopomorskie	22897,3	36,7	5,3	0,3

U w a g a: Dane według nowej ewidencji gruntów (Dz. U. z 2001 r. Nr 38, poz. 454).

N o t e: Data of new land file (O. J. 2001, No. 38, item 454).

Ź r ó d ł o: dane Głównego Urzędu Geodezji i Kartografii.

S o u r c e: data of the Head Office of Geodesy and Cartography.

Miejscowości uzdrowiskowe posiadają bogate walory wypoczynkowe. Najwięcej tego typu miejscowości znajduje się w województwie małopolskim (11), następnie w dolnośląskim (10) oraz podkarpackim i zachodniopomorskim (po 5) (Tablica 5). Wykaz obejmuje miejscowości, które posiadają status ochrony uzdrowiskowej oraz sanatorium uzdrowiskowe w urządzonym podziemnym wyrobisku górniczym. Warto podkreślić, że występuje duże zróżnicowanie regionalne w odniesieniu do liczby uzdrowisk – dominuje województwo małopolskie, co może wynikać z faktu, iż na terenie województwa są tereny górskie (pasmo górskie Karpaty). Z kolei w województwie dolnośląskim, w którym jest podobna liczba miejscowości uzdrowiskowych (10), leżą Sudety, co niewątpliwie przyczynia się do większych możliwości budowania potencjału turystycznego. Na ostatnim miejscu znajduje się województwo mazowieckie z jedną miejscowością uzdrowiskową, co może wynikać z faktu, iż obszar tego województwa charakteryzuje się jednym z niższych udziałów procentowych terenów rekreacji i wypoczynku (0,1%) (Tablica 4). Mało miejscowości o charakterze uzdrowiskowym znajduje się w województwach: lubelskim, łódzkim, podlaskim, pomorskim i śląskim (po dwie miejscowości uzdrowiskowe). Wobec powyższego można stwierdzić, że na zróżnicowanie potencjału turystycznego województw w odniesieniu do miejscowości uzdrowiskowych wpływa w dużym stopniu położenie geograficzne województwa.

**Tablica 5. Miejscowości uzdrowiskowe<sup>a</sup>**  
Table 5. Health resorts<sup>a</sup>

Województwo Voivodship	Miejscowość Resort
Dolnośląskie	Cieplice Zdrój, Długopole Zdrój, Duszniki Zdrój, Jedlina Zdrój, Kudowa Zdrój, Łądek Zdrój, Polanica Zdrój, Przerzeczyn Zdrój, Szczawno Zdrój, Świeradów Zdrój
Kujawsko-pomorskie	Ciechocinek, Czerniawa Zdrój, Inowrocław, Wieniec Zdrój
Lubelskie	Krasnobród, Nałęczów
Łódzkie	Uniejów, Skierniewice-Maków
Małopolskie	Czarny Dunajec, Krynica Zdrój, Muszyna Zdrój, Piwniczna Zdrój, Rabka Zdrój, Swoszowice, Szczawnica, Wapienne, Wieliczka <sup>b</sup> , Wysowa Zdrój, Żegiestów Zdrój
Mazowieckie	Konstancin
Podkarpackie	Horyniec Zdrój, Iwonicz Zdrój, Latoszyn, Polańczyk, Rymanów Zdrój
Podlaskie	Augustów, Supraśl
Pomorskie	Ustka, Sopot
Śląskie	Goczałkowice Zdrój, Ustroń
Świętokrzyskie	Busko Zdrój, Kazimierza Wielka, Solec Zdrój
Warmińsko-mazurskie	Frombork, Gołdap, Lidzbark, Miłomłyn
Zachodniopomorskie	Dąbki, Kamień Pomorski, Kołobrzeg, Połczyn Zdrój, Świnoujście

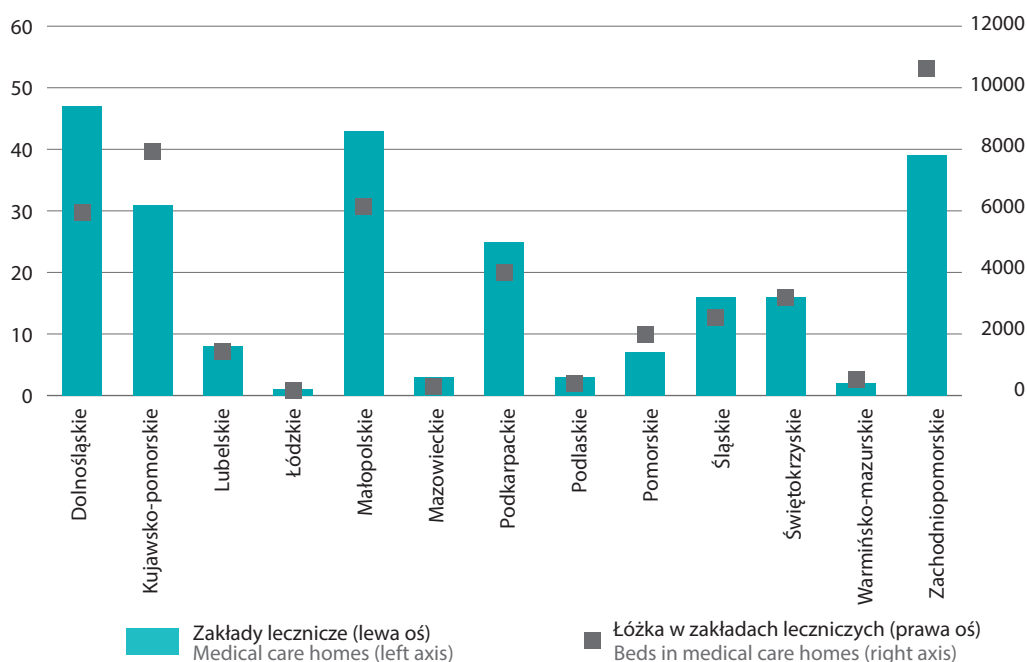
a łącznie z miejscowościami, które posiadają status ochrony uzdrowiskowej. b Sanatorium uzdrowiskowe w urządzonym podziemnym wyrobisku górniczym.

a Including villages which have the status of health protection. b Nursing home in an underground mine excavation.

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych Ministerstwa Zdrowia.

Source: own work based on data of the Ministry of Health.

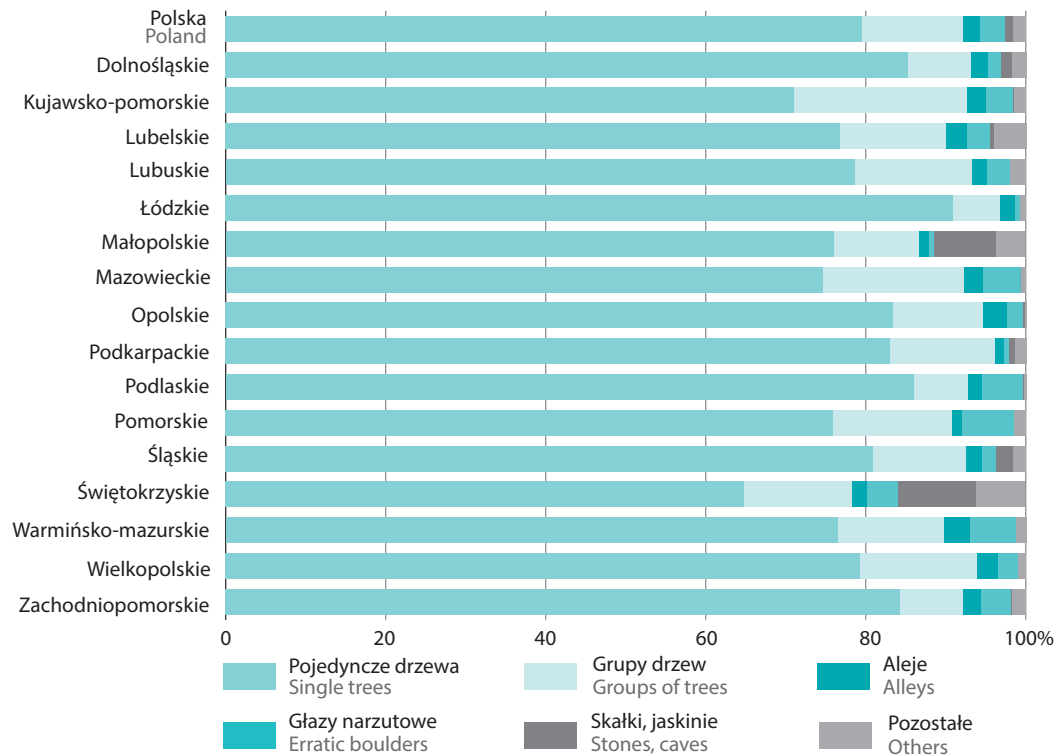
Nieodłącznym elementem związanym z walorami wypoczynkowymi miejscowości uzdrowiskowych jest lecznictwo uzdrowiskowe. W 2018 roku na terenie kraju było 241 placówek zakładów lecznictwa uzdrowiskowego, w tym najwięcej w województwie dolnośląskim (47 placówek), a najmniej w województwie łódzkim – 1 placówka. W województwach: lubuskim, opolskim i wielkopolskim nie występują tego typu obiekty, co znajduje potwierdzenie w fakcie, iż w tych województwach nie ma miejscowości uzdrowiskowych (Tablica 5).



**Wykres 1. Lecznictwo uzdrowiskowe w 2018 r.**  
Chart 1. Health resort treatment in 2018

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS.  
Source: own work based on data of Statistics Poland.

Inną kategorią zaliczaną do przyrodniczych walorów krajoznawczych, decydującą o potencjale turystycznym regionów są pomniki przyrody. Należą do nich: pojedyncze drzewa, grupy drzew, aleje, głązy narzutowe, skałki, jaskinie oraz pozostałe (krzewy, źródła, wodospady, wywierzyska, jary i inne). Pomniki przyrody w Polsce stanowią bardzo ważną część walorów przyrodniczych i często są atrakcją turystyczną samą w sobie. Warto podkreślić, że w skali całego kraju największy odsetek pomników przyrody odnotowano w województwie podkarpackim, natomiast najmniej pomników przyrody odnotowano w województwie świętokrzyskim. W strukturze pomników przyrody dominowały pojedyncze drzewa oraz grupy drzew (Wykres 2). Ponadto, w województwach lubelskim i mazowieckim można zauważyć większy udział skałek i jaskiń, co może wyróżniać je pod kątem możliwości uprawiania tam alternatywnych form turystyki, takich jak: turystyka speleologiczna czy turystyka wspinaczkowa. Warto podkreślić, że we wszystkich województwach potencjał turystyczny pod względem występowania pomników przyrody nie wykazuje dużego zróżnicowania. W większości województw przeważają pojedyncze drzewa oraz grupy drzew.



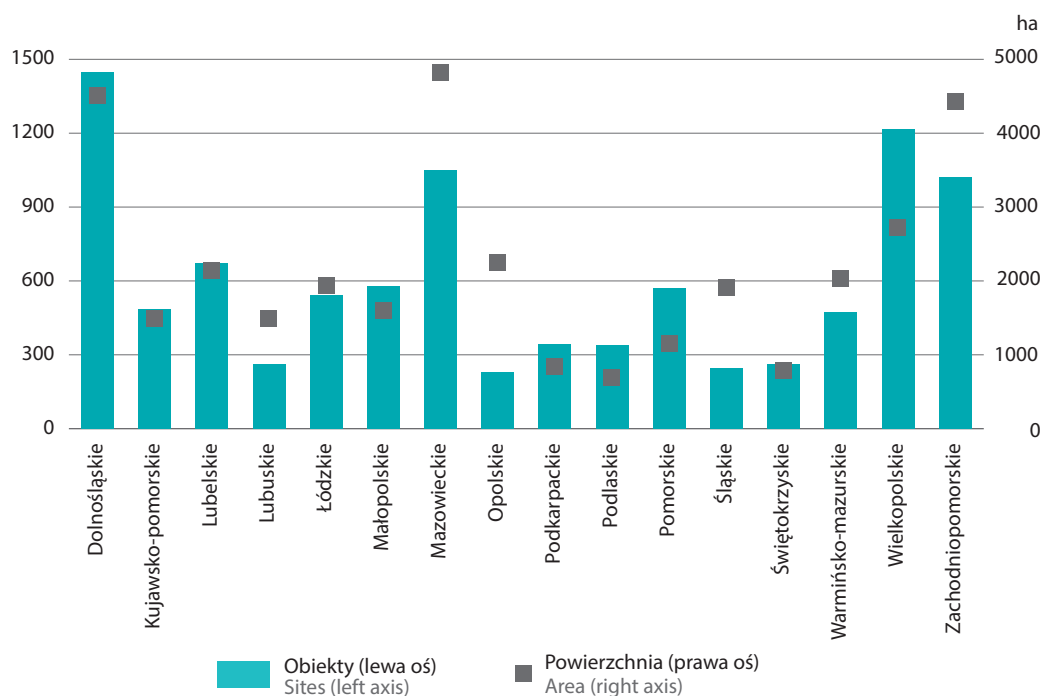
**Wykres 2. Struktura pomników przyrody w 2018 r.**

Chart 2. Structure of monuments of nature in 2018

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS.

Source: own work based on data of Statistics Poland.

Parki i ogrody historyczne, według literatury przedmiotu oraz klasyfikacji walorów turystycznych przedstawionych we wcześniejszej części opracowania, należą do grupy walorów krajoznawczych, a dokładnie antropogenicznych, będących dziełem pracy ludzkiej. Do walorów krajoznawczych zalicza się bowiem osobliwości przyrodnicze oraz elementy kultury materialnej i duchowej (klasztory, kościoły, obiekty miejskie itp.). Do kategorii parków i ogrodów historycznych zalicza się: obiekty dworskie, pałacowe i zamkowe oraz obiekty miejskie, uzdrowiskowe i szpitalne, klasztorne i kościelne oraz ogrody przydomowe. Według danych Narodowego Instytutu Dziedzictwa w 2018 r. najwięcej parków i ogrodów historycznych znajdowało się na terenie województwa dolnośląskiego, kolejno: na terenie województwa wielkopolskiego, mazowieckiego i zachodniopomorskiego. Najmniej obiektów tej kategorii występowało na terenie województwa lubuskiego (Wykres 3). Zróżnicowanie potencjału turystycznego w ujęciu regionalnym w odniesieniu do parków i ogrodów historycznych wskazuje na to, iż w województwach: dolnośląskim, mazowieckim, wielkopolskim i zachodniopomorskim występują największe możliwości rozwijania turystyki historycznej, kulturowej, ale również religijnej i sakralnej.



**Wykres 3. Parki i ogrody historyczne w 2018 r.**

Chart 3.

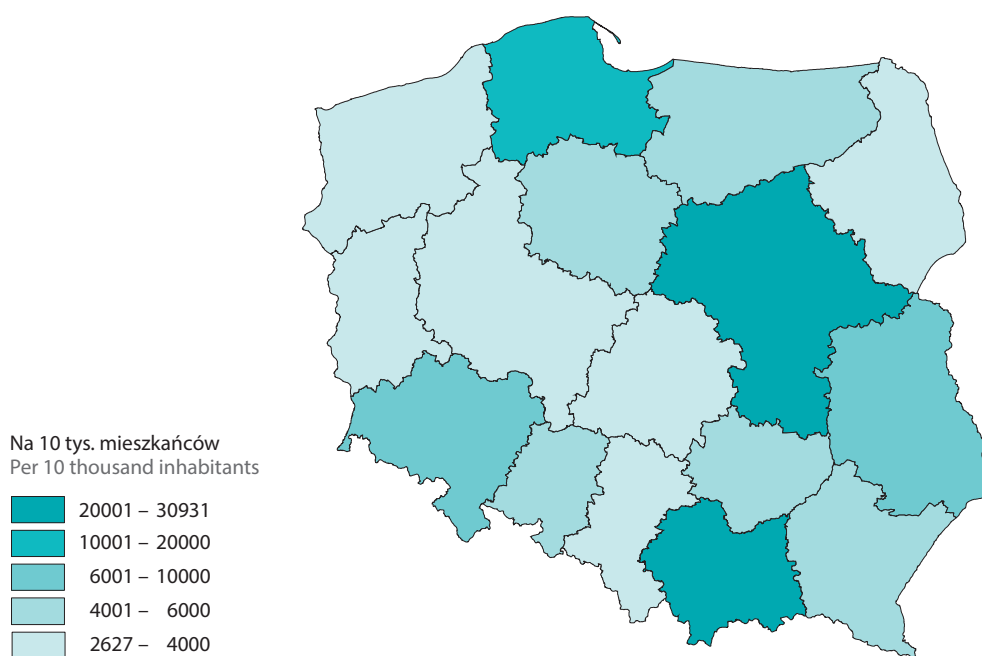
Parks and historical gardens in 2018

Źródło: dane Narodowego Instytutu Dziedzictwa.

Source: data of the National Heritage Board of Poland.

Muzea to kolejna grupa obiektów należąca do kategorii walorów krajoznawczych (antropogenicznych). W Polsce istnieje podział muzeów na: artystyczne, historyczne, biograficzne, nauki i techniki, militarne oraz regionalne. Biorąc pod uwagę liczbę muzeów warto podkreślić, że w 2018 r. w województwach: mazowieckim i małopolskim wystąpiła największa liczba zwiedzających muzea (przedział 20 tys. - 31 tys.), w przeliczeniu na 10 tys. mieszkańców, natomiast najmniejszą liczbę zwiedzających na 10 tys. mieszkańców odnotowano w województwach: lubuskim, zachodniopomorskim, wielkopolskim, łódzkim, śląskim oraz podlaskim (przedział 4 tys. - 6 tys.). Liczba zwiedzających muzea jest niewątpliwie ściśle skorelowana z liczbą muzeów zlokalizowanych w poszczególnych województwach. W związku z tym potencjał turystyczny w zakresie turystyki kulturowej, muzealnej, historycznej itp. mają województwa: mazowieckie i małopolskie, na terenie których zlokalizowanych jest najwięcej obiektów historycznych, m.in. muzeów.





**Mapa 1. Zwiedzający muzea w 2018 r.**

Map 1. Visitors to museums in 2018

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS.  
Source: own work based on data of Statistics Poland.

Na potencjał turystyczny regionów, zwłaszcza w kontekście rozwijania turystyki kulturowej, ogromny wpływ mają zabytki. Wpisane do rejestru zabytków w Polsce w 2018 roku, należą do kategorii walorów krajoznawczych (antropogenicznych) i zostały podzielone na: zabytki sztuki i rzemiosła artystycznego; ruchome zabytki techniki; pomniki historii; zabytki nieruchomości; zabytki archeologiczne. Zabytki sztuki i rzemiosła artystycznego stanowią zdecydowaną większość w skali całego kraju (prawie 263 tys. obiektów). Najmniej liczne są pomniki historii (152 obiekty w skali kraju). Duży udział w rejestrze zabytków stanowią również zabytki nieruchomości (76,7 tys. obiektów w skali kraju). W ujęciu regionalnym, najwięcej zabytków sztuki i rzemiosła artystycznego występuje na terenie województwa podkarpackiego (ponad 52 tys. obiektów), a najmniej – na terenie województwa zachodniopomorskiego (2,2 tys. obiektów). W odniesieniu do ruchomych zabytków techniki dominuje województwo mazowieckie (1572 obiekty), natomiast najmniej tego typu obiektów odnotowano w województwie podlaskim (21 obiektów). Pomników historii najwięcej jest w województwie podkarpackim (43 obiekty), zaś najmniej – w województwach: lubuskim, łódzkim oraz w podlaskim (po 4 obiekty) i w województwie zachodniopomorskim (3 obiekty). W odniesieniu do zabytków nieruchomości dominuje województwo dolnośląskie (8,8 tys. obiektów), zaś najmniejszą liczbę tego typu zabytków odnotowano w województwie podlaskim (2,4 tys.). Zabytków archeologicznych najwięcej jest w województwie dolnośląskim (1480), a najmniej w województwie łódzkim (143 obiekty) (Tablica 6). Z analizy danych wynika, że w kontekście rozwijania turystyki kulturowej, historycznej, muzealnej itp. województwo podlaskie ma najmniejsze szanse ze względu na najmniejszy potencjał turystyczny w tej kategorii. Największy potencjał turystyczny w tym aspekcie ma województwo dolnośląskie.

**Tablica 6. Zabytki wpisane do rejestru zabytków w 2018 r.**  
 Table 6. Monuments entered in the register of monuments in 2018

Wyszczególnienie Specification	Zabytki sztuki i rzemiosła arty- stycznego Monuments of art and crafts	Ruchome zabytki techniki Movable tech- nical monu- ments	Pomniki historii Monuments of history	Zabytki nieru- chome Immovable monuments	Zabytki arche- ologiczne Archaeological monuments
POLSKA POLAND	262901	3318	152	76680	7752
Dolnośląskie	40243	354	22	8787	1480
Kujawsko-pomorskie	10306	81	7	3509	191
Lubelskie	19320	75	5	4277	177
Lubuskie	6552	171	4	4584	541
Łódzkie	14316	80	4	2878	143
Małopolskie	26132	45	9	6078	488
Mazowieckie	20769	1572	6	7583	407
Opolskie	8358	56	6	3335	1220
Podkarpackie	52651	110	43	5124	479
Podlaskie	4560	21	4	2405	278
Pomorskie	6111	65	9	3662	563
Śląskie	8234	98	5	4231	241
Świętokrzyskie	13978	90	9	1914	208
Warmińsko-mazurskie	5259	87	5	6302	286
Wielkopolskie	23933	269	11	7846	680
Zachodniopomorskie	2179	144	3	4165	370

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych Narodowego Instytutu Dziedzictwa.  
 Source: own work based on data from the National Heritage Institute.

O potencjale turystycznym kraju świadczą również zabytki wpisane na listę światowego dziedzictwa UNESCO. Są one zlokalizowane na terenie 11 województw. W sumie na terenie całego kraju jest ich 30. Najwięcej tego typu obiektów znajduje się w obrębie województwa małopolskiego (13 obiektów) oraz województwa podkarpackiego (6 obiektów). Zabytki wpisane na listę UNESCO odgrywają bardzo ważną rolę w budowaniu potencjału turystycznego kraju czy regionu, ponieważ są rozpoznawalne w skali świata.

**Tablica 7. Obiekty wpisane na listę światowego dziedzictwa UNESCO**  
**Table 7. Sites inscribed on the UNESCO World Heritage List**

Województwo Voivodship	Obiekty Sites
Dolnośląskie	Hala Stulecia we Wrocławiu Kościół Pokoju w Jaworze Kościół Pokoju w Świdnicy
Kujawsko-pomorskie	Zespół staromiejski Torunia
Lubelskie	Osiedle Stare Miasto (Zamość)
Lubuskie	Park Mużakowski
Małopolskie	Auschwitz Birkenau, niemiecki nazistowski obóz koncentracyjny i zagłady /1940-1945/ Cerkiew Opieki Matki Bożej w Owczarach Cerkiew św. Jakuba w Powroźniku Cerkiew św. Michała Archanioła w Brunarach Cerkiew św. Paraskewy w Kwiatoniu Kopalnia soli Bochnia Kopalnia soli Wieliczka Kościół św. Filipa i św. Jakuba w Sękowej Kościół św. Leonarda w Lipnicy Murowanej Kościół św. Michała Archanioła w Binarowej Kościół św. Michała Archanioła w Dębnie Sanktuarium pasyjno-maryjne w Kalwarii Zebrzydowskiej Stare Miasto w Krakowie
Mazowieckie	Stare Miasto w Warszawie
Podkarpackie	Cerkiew Narodzenia Przenajświętszej Bogurodzicy w Chotyńcu Cerkiew św. Michała Archanioła w Smolniku Cerkiew św. Michała Archanioła w Turzańsku Cerkiew św. Paraskewy w Radrużu Kościół Wniebowzięcia Najświętszej Maryi Panny i św. Michała Archanioła w Haczowie Kościół Wszystkich Świętych w Bliznem
Podlaskie	Białowiecki Park Narodowy
Pomorskie	Zamek w Malborku
Śląskie	Kopalnia rud ołowiu, srebra i cynku wraz z systemem gospodarowania wodami podziemnymi w Tarnowskich Górach
Świętokrzyskie	Krzemionki

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych Narodowego Instytutu Dziedzictwa.  
 Sources: own work based on data from the National Heritage Institute.

Podsumowując rozważania na temat znaczenia walorów turystycznych w budowaniu potencjału turystycznego województw należy podkreślić, że mają one ogromny wpływ na lokalną i regionalną gospodarkę turystyczną, a co za tym idzie – na ogólny wzrost gospodarczy regionu. Polska jest krajem, który w ujęciu regionalnym posiada każdy z wymienionych i analizowanych w opracowaniu walorów turystycznych. Każde z szesnastu województw ma wiele do zaoferowania zarówno turystom krajowym, jak i zagranicznym. Niemniej jednak zauważono zróżnicowanie regionalne w odniesieniu do poszczególnych kategorii walorów turystycznych, a zwłaszcza ich składowych. W kategorii walorów wypoczynkowych, tj. miejscowości uzdrowiskowych przodują w skali kraju województwa: małopolskie, podkarpackie i dolnośląskie. Pod względem walorów przyrodniczych dominuje województwo podkarpackie, natomiast w ujęciu regionalnym zróżnicowanie występowania tych walorów jest niewielkie. Największe skupisko parków i ogrodów historycznych jako kategorii walorów antropogenicznych, sprzyjających rozwojowi turystyki kulturowej, historycznej, odnotowano w województwie dolnośląskim i wielkopolskim. Pod względem liczby muzeów w ujęciu regionalnym przodują województwa mazowieckie i małopolskie, natomiast w odniesieniu do liczby zabytków – w województwach: podkarpackim, mazowieckim i małopolskim odnotowano największą ich liczbę. Znaczenie walorów turystycznych dla budowania potencjału turystycznego regionu jest więc nieprzecenione, choć często jeszcze niedoceniane. Walory turystyczne odgrywają bardzo ważną rolę w województwach,

ponieważ to one wpływają na atrakcyjność turystyczną regionu oraz decydują o jego potencjale turystycznym, czyli możliwościach rozwoju społeczno-gospodarczego. Niemniej jednak często ten potencjał nie jest w pełni wykorzystywany. Jedną z przyczyn są ograniczone środki finansowe przeznaczane na rozwój gospodarki turystycznej na poziomie lokalnym i regionalnym, niska świadomość władz samorządowych o istotnej roli turystyki w budowaniu kapitału i przewagi konkurencyjnej regionu, a co za tym idzie – niski poziom współpracy między samorządami w zakresie rozwijania polityki turystycznej regionu.

## 2.2. Realizacja koncepcji zrównoważonego rozwoju turystyki w województwach

### 2.2. Implementation the concept of sustainable tourism development in voivodships

Koncepcja zrównoważonego rozwoju jest przedstawiana w różnego rodzaju dokumentach planistycznych, strategicznych na poziomie międzynarodowym, krajowym, regionalnym i lokalnym. Rozwój zrównoważony realizowany jest poprzez zbalansowaną ochronę kapitału (środowiska) przyrodniczego, kapitału społecznego (i ludzkiego) oraz kapitału antropogenicznego (wytworzonego przez człowieka, a zwłaszcza kapitału kulturowego i ekonomicznego) [Borys, 2011, s. 77]. Według przytoczonego autora zrównoważony rozwój to ład zintegrowany, czyli swoista gra ograniczeń w korzystaniu ze wszystkich kapitałów. W odniesieniu do terminologii dotyczącej zrównoważonego rozwoju (*sustainable development*) zaznaczyć należy, że definicji jest wiele i często naprzemiennie używa się określeń, takich jak: rozwój samopodtrzymujący, zdolny do trwania, ekorozwój czy rozwój trwały. Najczęściej jednak stosuje się określenie rozwój zrównoważony. Inna definicja traktująca o zrównoważonym rozwoju odnosi do kwestii związanych z potrzebą stworzenia możliwości rozwoju dla przyszłych pokoleń [Mazur-Wierzbicka, 2003, s. 38]. Według ustawy Prawo ochrony środowiska [Dz. U. z 2019 r., poz. 1396] zrównoważony rozwój to: „taki rozwój społeczno-gospodarczy, w którym następuje proces ingerowania działań politycznych, gospodarczych i społecznych, z zachowaniem równowagi przyrodniczej oraz trwałości podstawowych procesów przyrodniczych, w celu zagwarantowania możliwości zaspokajania podstawowych potrzeb poszczególnych społeczności lub obywateli zarówno współczesnego pokolenia, jak i przyszłych pokoleń”. Przedstawione definicje odnoszą się do zrównoważonego rozwoju w trzech wymiarach [Walosik 2013, s. 70-75]:

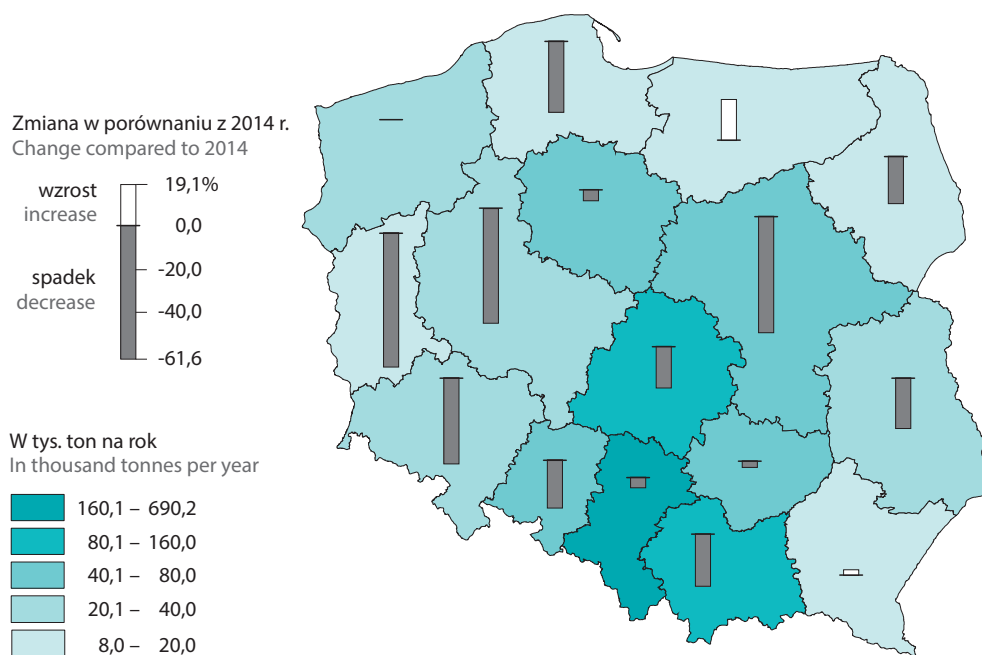
- w wymiarze ekologicznym – czym jest poszanowanie naturalnych ograniczeń ziemi oraz bioróżnorodności, by ulepszyć stan środowiska oraz zagwarantować ochronę naturalnych zasobów niezbędnych dla życia obecnych jak i przyszłych generacji;
- w wymiarze ekonomicznym – czyli tworzenie stabilnej i silnej zrównoważonej gospodarki, która zapewnia możliwości rozwoju i dobrobyt równe dla wszystkich, w której koszty społeczne i środowiskowe nakładane są na tych, którzy je wytwarzają, i która zachęca do zrównoważonego wykorzystywania zasobów;
- w wymiarze społecznym – poprzez kształtowanie postaw i wartości ludzkich, umożliwianie takich samych szans rozwoju i życia dla współczesnych oraz przyszłych pokoleń.

Zrównoważony rozwój w odniesieniu do turystyki wymaga odpowiedniego planowania, zarządzania i prognozowania rozwoju gospodarki turystycznej na danym obszarze. Wykorzystanie potencjału środowiska przyrodniczego dla rozwoju funkcji turystycznej regionu musi uwzględniać zasady rozwoju zrównoważonego. Turystyka, zarządzana w odpowiedni sposób, wspomaga rozwój obszarów recepcyjnych, przynosząc korzyści społeczno-ekonomiczne. Kompleksowe i efektywne wypełnianie zasad zrównoważonego rozwoju turystyki wymaga jednak wysokiej świadomości władz samorządowych, społeczności lokalnych oraz podmiotów świadczących usługi turystyczne. Realizacja koncepcji zrównoważonego rozwoju turystyki powinna być realizowana zarówno w wymiarze ekologicznym, jak i ekonomicznym oraz społecznym.

W wymiarze ekologicznym, konsumpcja dóbr i usług turystycznych powinna być ograniczona do akceptowanego poziomu eksploatacji środowiska naturalnego z zachowaniem naturalnych zasobów do celów turystycznych czy redukcji emisji zanieczyszczeń spowodowanych przez turystów. W wymiarze ekonomicznym realizacja koncepcji zrównoważonej turystyki powinna być realizowana w oparciu o cele zapewnienia gospodarczego dobrobytu społecznościom przyjmującym turystów. Aspekt społeczny koncepcji zrównoważonego rozwoju turystyki powinien być widoczny w działaniach zmierzających do zapewnienia warunków do wypoczynku, odnowy sił fizycznych i psychicznych czy wzrostu udziału społeczności lokalnych w polityce turystycznej, czyli udziału w decydowaniu o rozwijaniu turystyki w miejscu ich zamieszkania.

W ramach turystyki zrównoważonej rozwijane są następujące formy, przyjazne środowisku (naturalnemu i społecznemu): turystyka wiejska, agroturystyka, turystyka uzdrowiskowa, ekoturystyka czy ekoagroturystyka. Są to więc formy aktywności o niewielkim wpływie na środowisko przyrodnicze, chroniące kulturę i wspierające rozwój lokalny [Kowalczyk, 2010, s. 18]. Jak trafnie zauważa Mika [2014, s. 14-15], koncepcja turystyki zrównoważonej nie powinna opisywać stanu idealnego, gdyż jest to niemożliwe, m.in. ze względu na lokalne warunki.

W kontekście realizacji koncepcji zrównoważonej turystyki warto zaznaczyć, że jednym z czynników wpływającym na zrównoważony rozwój (wymiar ekologiczny) jest emisja zanieczyszczeń powietrza pochodzących z zakładów szczególnie uciążliwych dla czystości powietrza (Mapa 2).



**Mapa 2. Emisja zanieczyszczeń gazowych z zakładów szczególnie uciążliwych dla czystości powietrza w 2018 r.**

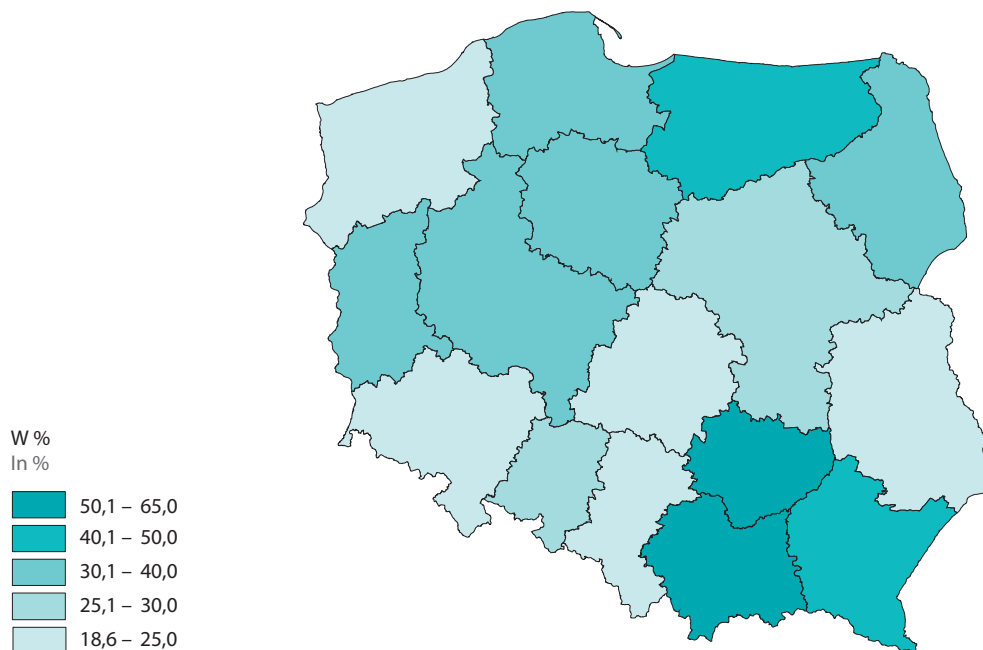
Map 2. Emission of gaseous pollutants from plants of significant nuisance to air quality in 2018

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS.

Source: own work based on data of Statistics Poland.

W 2018 r. emisja zanieczyszczeń pyłowych i gazowych (bez CO<sub>2</sub>) z zakładów szczególnie uciążliwych dla czystości powietrza zmniejszyła się w porównaniu do 2014 r. odpowiednio o 33% i 17%. Spadek emisji zanieczyszczeń pyłowych odnotowano we wszystkich województwach, w tym największy w województwie pomorskim (o 54%), natomiast w przypadku zanieczyszczeń gazowych wzrost emisji zanotowano w województwie warmińsko-mazurskim (o 19%) i podkarpackim (o 3%). Największą emisję zanieczyszczeń pyłowych odnotowano w 2018 r. w województwie śląskim (7,9 tys. ton) oraz mazowieckim i łódzkim

(odpowiednio 2,6 tys. ton i 2,5 tys. ton). W przypadku zanieczyszczeń gazowych (bez CO<sub>2</sub>) najczęściej wyemitowano z zakładów zlokalizowanych w województwie śląskim (690 tys. ton). Najmniej zanieczyszczeń zarówno pyłowych jak i gazowych (bez CO<sub>2</sub>) emitują zakłady położone na terenie województw: lubuskiego, podlaskiego i warmińsko-mazurskiego.



**Mapa 3. Udział obszarów prawnie chronionych w powierzchni ogółem w 2018 r.**

Map 3. Share of legally protected areas in total area in 2018

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS.

Source: own work based on data of Statistics Poland.

Rozpatrując zagadnienia związane z koncepcją zrównoważonego rozwoju i oddziaływania turystyki na środowisko przyrodnicze, należy poruszyć kwestię obszarów prawnie chronionych, do których należą: parki narodowe, rezerваты przyrody, parki krajobrazowe oraz obszary chronionego krajobrazu. W Polsce są 23 parki narodowe, największy z nich to Biebrzański Park Narodowy o powierzchni prawie 600 km<sup>2</sup>, najmniejszy zaś to Ojcowski Park Narodowy, zajmujący powierzchnię nieco powyżej 21 km<sup>2</sup>. Największy udział w powierzchni kraju stanowią obszary chronionego krajobrazu (prawie 80 tys. km<sup>2</sup>). Dużą część stanowią również parki krajobrazowe (ponad 26 tys. km<sup>2</sup>).

Obszary Natura 2000 odgrywają dużą rolę w zrównoważonym rozwoju turystyki. Składają się na nie: obszary specjalnej ochrony ptaków (OSO), które stanowią prawie 16% ogólnej powierzchni kraju oraz specjalne obszary ochrony siedlisk (SOO), stanowiące nieco powyżej 11% powierzchni ogólnej kraju. W województwie zachodniopomorskim udział obszarów specjalnej ochrony ptaków stanowi 30,3% ogólnej powierzchni kraju, natomiast najmniejszy udział OSO ma województwo opolskie (1,5%). W województwie podlaskim odnotowano największy udział SOO w ogólnej powierzchni kraju (26,9%).

Parki narodowe jako najwyższa forma ochrony przyrody w Polsce stanowią ciekawą atrakcję turystyczną dla rzeszy odwiedzających je turystów. Turystyka stanowi więc istotną funkcję działalności parków narodowych. Należy jednak pamiętać o minimalizowaniu efektów turystyki poprzez nadawanie jej zrównoważonego charakteru, a więc stosowanie się do zasad zrównoważonego rozwoju i ekorozwoju. Tablica 8 przedstawi liczbę turystów odwiedzających parki narodowe w Polsce w latach 2014 i 2018. Niepokojący wydaje się fakt, iż w Karkonoskim Parku Narodowym (województwo dolnośląskie) i Pienińskim Parku Narodowym (województwo małopolskie) zostały przekroczone wskaźniki dotyczące pojemności turystycznej w przeliczeniu na hektar (ha) – odpowiednio 336 osób/ha i 416 osób/ha w 2018 r. Turyści chętnie odwiedzają również Ojcowski Park Narodowy (województwo małopolskie) – 199 turystów/ha w 2018 roku, Tatrzański

Park Narodowy (województwo małopolskie) – 187 turystów/ha oraz Park Narodowy Gór Stołowych (województwo dolnośląskie) – 167 turystów/ha. Obserwuje się tendencję wzrostową liczby turystów, co wiąże się z degradacją środowiska naturalnego i brakiem zrównoważonego rozwoju turystyki.

Środowisko przyrodnicze, a zwłaszcza obszary prawnie chronione, takie jak parki narodowe czy rezerwy przyrody odgrywają ważną rolę w budowaniu potencjału turystycznego kraju i regionu. Środowisko przyrodnicze to składowa wszystkich grup walorów turystycznych, tj. wypoczynkowych, krajoznawczych i specjalistycznych. To środowisko naturalne w głównej mierze stanowi o atrakcyjności turystycznej regionu oraz o jego przewadze konkurencyjnej i potencjale. Wobec powyższego, dużego znaczenia nabiera rozwijanie turystyki i budowanie potencjału turystycznego zgodnie z zasadami zrównoważonego rozwoju.

**Tablica 8. Odwiedzający parki narodowe**  
Table 8. Visitors to national parks

Park narodowy National park	Województwo Voivodship	Liczba turystów na 1 ha The number of tourists per 1 ha	
		2014	2018
OGÓŁEM	x	37,7	44,5
Babiogórski	małopolskie	19,0	31,0
Białowiecki	podlaskie	11,0	15,0
Biebrzański	podlaskie	0,5	0,9
Bieszczadzki	podkarpackie	12,2	20,3
Bory Tucholskie	pomorskie	7,2	8,0
Drawieński	zachodniopomorskie, lubuskie, wielkopolskie	1,6	1,8
Gorczański	małopolskie	11,0	13,0
Gór Stołowych	dolnośląskie	58,0	167,0
Kampinoski	mazowieckie	25,9	29,5
Karkonoski	dolnośląskie	358,0	336,0
Magurski	podkarpackie, małopolskie	2,0	2,6
Narwiański	podlaskie	2,1	0,6
Ojcowski	małopolskie	186,4	199,0
Pieniński	małopolskie	303,0	416,0
Poleski	lubelskie	2,9	7,5
Roztoczański	lubelskie	14,1	28,7
Słowiński	pomorskie	14,1	14,9
Świętokrzyski	świętokrzyskie	17,7	19,5
Tatrzański	małopolskie	145,9	187,0
Ujście Warty	lubuskie	6,3	5,6
Wielkopolski	wielkopolskie	158,0	132,0
Wigierski	podlaskie	7,6	9,3
Woliński	zachodniopomorskie	137,0	137,0

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS.  
Source: own work based on data of Statistics Poland.

Realizacja koncepcji zrównoważonego rozwoju turystyki wymaga stosowania narzędzi umożliwiających monitoring tego rozwoju, odpowiednie zarządzanie, ocenę jego stanu oraz perspektyw. Oceniając wybrane wskaźniki zrównoważonego rozwoju turystyki (Tablica 9) można stwierdzić, że w 2018 roku (w po-

równaniu do roku 2014) nastąpił wzrost w większości wskaźników. Jednym ze wskaźników jest odsetek miejsc całorocznych w ogólnej liczbie miejsc noclegowych. Otóż w 2014 roku udział ten wyniósł niecałe 70%, natomiast w roku 2018 wzrósł nieco powyżej 70%. Wzrost ten nie był znaczący, ale warto podkreślić, że w skali kraju całoroczny odsetek miejsc noclegowych, stanowiący około 70% wszystkich miejsc noclegowych, świadczy o pewnej regularności w wykorzystywaniu bazy noclegowej przez turystów, co z kolei wskazuje na trend przełamywania zjawiska sezonowości w turystyce, które z punktu widzenia koncepcji zrównoważonej turystyki nie jest zjawiskiem pozytywnym. W ujęciu regionalnym można zauważyć, że w województwach: dolnośląskim, mazowieckim, śląskim odsetek miejsc całorocznych w ogólnej liczbie miejsc noclegowych zarówno w roku 2014, jak i w roku 2018 oscyluje w granicach 90%. Świadczy to o tym, że w województwach tych ruch turystyczny odbywa się z pewną regularnością i cyklicznością w ciągu całego roku, a nie wzmożonym ruchem turystycznym w określonych miesiącach, na przykład letnich, wakacyjnych. Wskaźnik ten co prawda nie mówi o wykorzystaniu bazy noclegowej przez turystów, ale skoro tego typu obiekty funkcjonują, to znaczy, że jest na nie zgłaszany popyt. Następnie przedstawiono liczbę miejsc noclegowych przypadającą na 1 km<sup>2</sup> powierzchni. Najwięcej miejsc noclegowych przypadających na 1 km<sup>2</sup> powierzchni odnotowano w województwach: małopolskim, dolnośląskim, pomorskim i zachodniopomorskim. Są to typowe destynacje turystyczne w Polsce, związane z uprawianiem różnorodnych form turystyki letniej (województwo pomorskie i zachodniopomorskie), jak również turystyki kulturowej, historycznej, miejskiej itp. (województwo małopolskie i dolnośląskie). Najwięcej turystów w ciągu roku (zarówno w roku 2014, jak i 2018) w przeliczeniu na 1 km<sup>2</sup> powierzchni odnotowano w województwach: małopolskim (odpowiednio: 246,9 i 343), śląskim (163,6 i 227,8), dolnośląskim (121,1 i 183,2), pomorskim (120,0 i 166,4) i zachodniopomorskim (98,2 i 132,8). Ponadto zauważono następującą prawidłowość: w każdym z województw w roku 2018 nastąpił wzrost liczby turystów odwiedzających województwo w porównaniu do roku 2014. Warto podkreślić, że w żadnym z województw wskaźniki chłonności turystycznej (20-30 osób/ha) nie zostały przekroczone, co napawa optymizmem w kontekście realizacji koncepcji zrównoważonego rozwoju turystyki. Podobnie sytuacja wygląda ze wskaźnikiem pojemności turystycznej (150-360 osób/ha). Dane dotyczące średniej długości pobytu turystów (liczba noclegów) pokazują, że turyści spędzają w destynacji turystycznej średnio 3-4 dni (2-3 noclegi). Jedynie w województwie zachodniopomorskim średnia długość pobytu turystów wyrażona w liczbie noclegów wynosiła 5,3 (w roku 2014) i 5,0 (w roku 2018). Wskazuje to na wypoczynek letni w miejscowościach nadmorskich i turystykę krótkoterminową, która jest zgodna z koncepcją zrównoważonego rozwoju turystyki. Stopień wykorzystania miejsc noclegowych w % (tzw. obłożenie) oscyluje wokół średniej 30-40%. Największe obłożenie odnotowano w województwie zachodniopomorskim. Ponadto w sezonie letnim najczęściej odwiedzane województwa to: małopolskie, pomorskie, zachodniopomorskie, śląskie i dolnośląskie.



**Tablica 9. Wybrane wskaźniki zrównoważonej turystyki<sup>1</sup>**  
**Table 9. Sustainable tourism indicators<sup>1</sup>**

Wyszczególnienie Specification  a – 2014 b – 2018		Odsetek miejsc całorocznych w ogólnej liczbie miejsc noclegowych Percentage of all year round places in the total number of bed places	Stosunek liczby udzielonych noclegów w najbardziej i najmniej wykorzystywanym miesiącu The ratio of the overnight stays in the most and least used month	Liczba miejsc noclegowych przypadająca na 1 km <sup>2</sup> powierzchni Number of bed places per 1 km <sup>2</sup> of area	Liczba turystów w ciągu roku w przeliczeniu na 1 km <sup>2</sup> powierzchni Number of tourists per year per 1 km <sup>2</sup> of area	Liczba turystów w sezonie letnim (VII, VIII) na 1 km <sup>2</sup> powierzchni Number of tourists in the summer season (VII, VIII) per 1 km <sup>2</sup> of area	Średnia długość pobytu turystów (liczba noclegów) Average length of tourists' stay (number of overnight stays)	Stopień wykorzystania miejsc noclegowych w % Occupancy rate of bed places in %
POLSKA POLAND	a	69,0	2,9	2,2	80,2	18,9	2,7	34,8
	b	70,3	2,5	2,6	108,4	25,6	2,6	40,1
Dolnośląskie	a	94,1	2,1	3,0	121,1	25,3	2,6	30,9
	b	94,7	1,8	3,5	183,2	40,0	2,5	38,4
Kujawsko-pomorskie	a	72,8	1,9	1,5	51,7	11,2	3,5	42,5
	b	80,9	1,8	1,8	73,8	16,3	3,4	44,6
Lubelskie	a	66,0	2,7	0,8	30,4	7,3	2,1	29,6
	b	69,7	2,9	1,1	43,0	10,5	2,1	31,8
Lubuskie	a	59,7	4,3	1,3	42,6	10,8	2,0	25,7
	b	59,9	3,8	1,3	49,2	12,6	2,1	29,8
Łódzkie	a	87,6	1,6	1,3	65,5	10,8	1,8	27,9
	b	85,8	1,6	1,3	74,2	12,8	1,9	34,0
Małopolskie	a	87,7	2,1	5,7	246,9	53,5	2,7	36,0
	b	90,2	2,1	6,7	343,0	73,5	2,7	41,7
Mazowieckie	a	92,5	1,6	1,3	108,8	18,5	1,7	40,6
	b	93,9	1,5	1,8	150,1	27,2	1,8	44,6
Opolskie	a	74,4	2,9	0,8	30,8	7,0	2,1	25,6
	b	69,2	2,5	1,2	44,5	10,5	2,1	31,9
Podkarpackie	a	81,6	2,6	1,5	48,9	11,9	2,9	29,9
	b	79,8	2,6	1,9	70,8	17,1	2,8	34,8
Podlaskie	a	71,1	3,4	0,6	29,7	7,3	1,8	28,9
	b	76,1	3,5	0,7	31,6	8,4	1,9	29,2
Pomorskie	a	40,8	8,0	5,3	120,0	41,9	3,2	37,6
	b	38,7	6,7	6,3	166,4	56,3	3,2	42,5
Śląskie	a	93,0	1,8	3,6	163,6	32,9	2,3	30,6
	b	90,1	1,6	4,0	227,8	45,6	2,2	38,2
Świętokrzyskie	a	84,0	1,9	1,3	40,7	8,4	2,9	30,2
	b	84,1	1,9	1,5	53,3	11,1	2,9	33,7
Warmińsko-mazurskie	a	57,0	5,0	1,6	45,6	13,9	2,5	29,1
	b	58,2	5,1	1,7	54,1	16,6	2,5	31,5
Wielkopolskie	a	72,9	3,0	1,4	59,2	12,9	1,8	25,7
	b	73,9	2,4	1,4	70,4	14,7	1,8	30,7
Zachodniopomorskie	a	42,5	6,2	5,3	98,2	34,5	5,3	46,5
	b	46,3	4,6	6,0	132,8	44,1	5,0	51,6

<sup>1</sup> Dane dotyczą turystycznych obiektów noclegowych posiadających co najmniej 10 miejsc noclegowych.

<sup>1</sup> Concern tourist accommodation facilities with at least 10 bed places.

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS.

Source: own work based on data of Statistics Poland.

Podsumowując, należy podkreślić, że zrównoważony rozwój powinien być podstawą budowy przestrzennej organizacji rozwoju społeczno-gospodarczego, realizowanego w sferze gospodarczej, społecznej i ekologiczno-przestrzennej, w których równowaga poszczególnych systemów powinna opierać się na kształtowaniu ładu ekologicznego, społecznego i gospodarczego. Prawidłowo zarządzana turystyka zrównoważona powinna być kompleksowa, tzn. jej rozwój powinien być skolidowany z rozwojem innych sfer gospodarczych [Zaręba, 2010, s. 42-44].

Realizacja koncepcji zrównoważonego rozwoju turystyki powinna opierać się na następujących zasadach: zarządzanie turystyką powinno gwarantować ochronę zasobów przyrodniczych, społecznych i kulturowych oraz ich zrównoważone wykorzystywanie, a także brać pod uwagę wyczerpywanie się zasobów, przetwarzanie i korzystanie z nich w taki sposób, by zachować ich różnorodność oraz zachować je dla przyszłych pokoleń.

Koncepcja zrównoważonego rozwoju turystyki w założeniach regionalnej polityki turystycznej jest często istotnym elementem rozwoju regionu (województwa). W związku z tym bardzo ważne dla całego kraju i jego rozwoju społeczno-gospodarczego jest zaangażowanie władz lokalnych, mieszkańców, różnego rodzaju organizacji w rozwój turystyki przyjaznej środowisku. Ważna jest świadomość władz o tym, że nieplanowany rozwój turystyki może zniszczyć całe dziedzictwo naturalne i kulturalne oraz, że jedynie zachowanie zdrowego stanu środowiska zagwarantuje niezachwiany rozwój gospodarki. Niemniej jednak, na podstawie przeprowadzonej analizy należy podkreślić, że turystyka jest branżą, której efekty są trudne do zmierzenia. Koncepcja zrównoważonego rozwoju turystyki zrównoważonej jest nieścista, co implikuje trudności w doborze właściwych zmiennych do badania oraz w określeniu ich optymalnego poziomu i kierunków działań.

## 2.3. Możliwości rozwoju ekoturystyki i jej wpływ na zachowanie walorów turystycznych regionu

### 2.3. Opportunities for the development of ecotourism and its impact on preserving tourist values of the region

Świadomość ekologiczna turystów (ale nie tylko) odgrywa istotną rolę w realizowaniu koncepcji zrównoważonego rozwoju turystyki. Wynikiem ukształtowanej świadomości ekologicznej człowieka jest kultura ekologiczna, na którą składają się między innymi: wiedza o środowisku naturalnym; umiejętność spostrzegania charakteru zjawisk przyrodniczych i ich złożoności oraz zauważanie współzależności i zgodności pomiędzy nimi; chęć podjęcia pewnych działań i zachowań na rzecz środowiska naturalnego; przekonania, działania i postawy popierające ochronę środowiska przyrodniczego, społecznego i kulturowego [Walosik 2013, s. 115]. Świadomość ekologiczna jest więc jednym z najważniejszych elementów w zrównoważonym rozwoju. To nie tylko wiedza, pojmowanie współzależności pomiędzy człowiekiem i przyrodą oraz zdawanie sobie sprawy z zagrożeń, jakie stanowi człowiek dla przyrody i potrzeby jej chronienia, ale przede wszystkim wyrażanie szacunku i doświadczanie przynależności do natury. Bardzo ważny jest wysoki poziom świadomości, wiedzy i kultury ekologicznej, a co za tym idzie ekologiczny styl życia, ponieważ od nich zależy rozwój turystyki przyjaznej środowisku, przynoszącej nie tylko korzyści ekologiczne i społeczne, ale również finansowe.

Ekoturystyka mieszcząca się w koncepcji zrównoważonego rozwoju turystyki w dużej mierze przyczynia się do kształtowania świadomości ekologicznej turystów, co w konsekwencji sprzyja zachowaniu walorów turystycznych i potencjału turystycznego regionu. Ekoturystyka jest najbardziej przyjazną dla środowiska formą podróżowania ze wszystkich form turystyki. Najczęściej jest ona przeprowadzana na obszarach krajobrazowo i przyrodniczo cennych i wprost pomaga chronić ich walory turystyczne (zwłaszcza krajoznawcze). Uczestniczą w niej ludzie uświadomieni ekologicznie i wrażliwi na przyrodę. Pojęcie ekoturystyki można definiować na wiele sposobów. Często jest ona nazywana turystyką przyrodniczą lub turystyką zieloną, która z jednej strony pomaga chronić środowisko naturalne, a z drugiej podtrzymuje dobrobyt lokalnych mieszkańców” [Zaręba, 2010, s. 50-51]. Według Światowego Funduszu Ochrony

Przyrody (WWF) ekoturystyka to: „podróż do natury, która przyczynia się do jej ochrony”. Należy jednak zaznaczyć, że kiedy ekoturystyka jest niewłaściwie planowana i udostępniana może doprowadzić do równie negatywnych skutków jak turystyka masowa. Często stwarza się pozory, że dane przedsięwzięcie jest „ekologiczne” oraz, że dana działalność jest nazwana „ekoturystyką”, podczas gdy nie ma ona z nią nic wspólnego [Lewandowski, Szewczyk, 2010, s. 16].

Wyróżnia się następujące formy ekoturystyki: [Wnuk 2008, s. 28-29].

- Ekoturystyka aktywna:
  - wędrówki piesze (*hiking*),
  - wspinaczki i wędrówki wysokogórskie (*climbing* i *trekking*),
  - wycieczki rowerowe,
  - spływy pontonami (*rafting*),
  - wycieczki łodziami, kajakowe i canoe,
  - wyprawy żeglarskie, rejsy,
  - wycieczki w karawanie wielbłądów,
  - wycieczki konne,
  - nurkowanie na głębokościach z butlą gazową lub na płytkościach z maską i rurką (*diving* i *snorkel-ling*),
  - wędrówki na nartach biegowych, turystycznych, na raketach (*cross-country skiing*, *ski-touring*, *ski-shoeing*).
- Wyprawy florystyczne w celu fotografowania, poznawania, edukacji, malowania itp. roślin:
  - wycieczki mające na celu poznawanie zbiorowisk roślinnych,
  - wycieczki mające na celu poznawanie flory określonego regionu,
  - wycieczki do lasu, boru,
  - nauka stosowania i rozpoznawania ziół i grzybów.
- Wyprawy faunistyczne w celu fotografowania, obserwowania, rysowania lub nagrywania odgłosów zwierząt:
  - wyjazdy hobbystyczne, tematyczne,
  - wyjazdy dla osób specjalnie zainteresowanych konkretnym gatunkiem zwierzęcia,
  - wyprawy ornitologiczne (*birdwatching*),
  - wyprawy mające na celu obserwowanie, fotografowanie wielorybów,
  - wyprawy safari (piesze; w samochodach terenowych, w kajakach, łodziach, statkach, z lotu ptaka,
  - w samolotach, balonach, polarne na skuterach śnieżnych, na grzbietach słońi lub wielbłądów.
- Wyprawy kulturowe i etnograficzne:
  - pobyt w centrach kulturowych i wioskach grup etnicznych, udział w imprezach i festiwalach kulturowo-folklorystycznych, poznawanie obyczajów i tradycji,
  - wędrówki objazdowe lub piesze po zabytkach kulturowo-etnograficznych danego regionu, tzw. *heritage tours* lub *cultural trails* (zwykle odbywają się one na szlakach dziedzictwa, łączących największe atrakcje historyczne, kulturowe oraz przyrodniczo-krajobrazowe w danym regionie),
  - wycieczki edukacyjne: nauka ludowego rzemiosła, miejscowych języków, regionalnej sztuki kulinarnej czy tańca.

- Inne:
  - warsztaty lub wyprawy badawcze: uczestnictwo w badaniach prowadzonych przez naukowców (*workshops, research trips*),
  - wyjazdy w celu pracy społecznej: praca społeczna połączona z możliwością zwiedzania (*voluntary trips*),
  - wyprawy przyrodniczo-przygodowe lub ogólne (*general interest nature tours*),
  - wyprawy astrologiczne, geologiczne (*astrological i geological tours*) [Wnuk 2008, s. 28-29].

Ekoturystyka jest sposobem szczegółowego i aktywnego poznawania obszarów cennych krajobrazowo, przyrodniczo i kulturowo. Ponadto ekoturystyka pomaga chronić równowagę i harmonię w ekosystemach oraz indywidualność kulturową mieszkańców, zapewnia korzyści finansowe umożliwiające ochronę przyrody i kultury, a także pozytywne korzyści społeczne i ekonomiczne dla lokalnych społeczności.

W ekoturystyce zawarte są też inne formy turystyki, ale pod warunkiem, że nie przynoszą szkód dla przyrody i środowiska społeczno-kulturowego [Pisarska 2008, s. 179]. Tak więc może to być: turystyka kwalifikowana, przygodowa, krajoznawcza czy wypoczynkowa, ale jedynie wtedy, kiedy jej uczestnicy nie naruszają i nie niszczą ładu naturalnych ekosystemów, okazują szacunek dla przyrody i tradycji mieszkańców oraz kiedy ich wydatki przynoszą korzyści dla przyrody i gospodarki danego obszaru. Z ekoturystyką kojarzy się również pojęcie *slow travel* (podróżowanie bez pośpiechu), które przeciwstawia się turystyce masowej opierającej się na szybkim zwiedzaniu jak największej liczby zabytków, gdzie program jest bardzo napięty. Z kolei *slow travel* polega na zatrzymaniu się w jednym miejscu na dłużej, aby doświadczyć codziennego życia mieszkańców, zrezygnować z masowego zwiedzania, a za to mieć możliwość rozglądnięcia się dookoła i zapoznania z obyczajami i tradycjami mieszkańców przy jednoczesnym korzystaniu z ekologicznego środka transportu [Lewandowski, Szewczyk 2010, s. 18].

Ekoturystyka jest również elementem turystyki wiejskiej. Na obszarach wiejskich zlokalizowany jest ważny specyficzny potencjał turystyczny pozwalający rozwijać niszowe formy turystyki. Oprócz ekoturystyki może to być na przykład etnoturystyka, enoturystyka, sylwanoturystyka, terapioturystyka czy agroturystyka. Dlatego warto zwrócić na to uwagę, ponieważ wszystkie formy ekoturystyki mają ścisły związek z przyrodą, środowiskiem naturalnym i społecznym, a ich rozwój jest możliwy jedynie przy zachowaniu zasad zrównoważonego rozwoju. Ponadto mogą one odgrywać istotną rolę w rozwoju obszarów wiejskich oraz budowaniu potencjału turystycznego regionów.

Podsumowując, należy stwierdzić, że odpowiednio zarządzana turystyka przyjazna środowisku jest dużą szansą na zachowanie potencjału turystycznego regionu. W związku z tym bardzo ważna jest skuteczna realizacja zadań polityki zrównoważonego rozwoju, która wymaga udziału w tym procesie wszystkich zainteresowanych podmiotów wywierających wpływ na sposób i intensywność korzystania ze środowiska, w tym także udziału społeczności lokalnych. Ważne jest uświadamianie społeczeństwa o jego ogromnym wpływie na środowisko przyrodnicze oraz uwrażliwianie w zakresie ochrony środowiska. Ponadto w idei rozwoju zrównoważonego zawiera się harmonizowanie powiązań między gospodarczą i pozagospodarczą działalnością człowieka a środowiskiem przyrodniczym oraz kształtowanie nieantagonistycznych stosunków między różnymi systemami i grupami społecznymi. W związku z tym podmioty szczebla regionalnego i lokalnego powinny realizować programy wspierające działania na rzecz ekoturystyki mającej istotny wpływ na zachowanie walorów turystycznych i całego potencjału turystycznego regionu.

Na budowanie potencjału turystycznego województw wpływa w ogromnej mierze infrastruktura turystyczna, która stanowi podstawowy element zagospodarowania turystycznego. Stanowi ona o atrakcyjności turystycznej regionu i przyczynia się do wzrostu jego popularności wśród turystów.

## Rozdział 3

### Chapter 3

## Rola infrastruktury turystycznej w budowaniu potencjału turystycznego województw

### The role of tourist infrastructure in creating the tourist potential of voivodships

#### 3.1. Rola infrastruktury komunikacyjnej w kształtowaniu dostępności turystycznej

##### 3.1. The role of communication infrastructure in shaping tourism accessibility

Infrastruktura turystyczna, inaczej określana mianem bazy materialnej turystyki, jest jednym z trzech najważniejszych czynników – obok walorów i dostępności komunikacyjnej – warunkujących atrakcyjność regionów i decydujących o ich przewadze konkurencyjnej. Jest to zespół obiektów i urządzeń, stanowiących wyposażenie danego obszaru, szlaku lub miejscowości, umożliwiających zaspokojenie potrzeb ruchu turystycznego [Bogucka, 2010, s. 94]. W infrastrukturze turystycznej wyróżnia się: podstawową bazę turystyczną (baza noclegowa i gastronomiczna) oraz bazę towarzyszącą, czyli urządzenia turystyczne, urządzenia paraturystyczne i infrastrukturę transportową [Płocka, 2002, s. 13].

Infrastruktura transportowa niewątpliwie odgrywa ważną rolę w udostępnianiu walorów turystycznych, nierzadko jeszcze dodatkowo podnosząc ich atrakcyjność w oczach turystów (np. dzięki odpowiednio poprowadzonej drodze widokowej, panoramom roztaczającym się z kabiny kolejki górskiej czy szlakom turystycznym przecinającym fantazyjne formacje skalne) [Stasiak, Śledzińska, Włodarczyk, 2014, s. 118]. Odpowiednio zorganizowana infrastruktura turystyczna wymaga od podmiotów publicznych i prywatnych wielozakresowych działań opartych na wzajemnej współpracy. Obszarem aktywności, w którym szczególnie mocno zarysowuje się pozycja władz miasta jest właśnie baza transportowa [Rogalewski, 1974, s. 12].

Rozwój turystyki od początku był determinowany przez postęp, jaki dokonywał się w transporcie. Przemieszczanie się turystów w przestrzeni jest najbardziej charakterystyczną cechą turystyki; transport zapewniający to przemieszczanie jest podstawowym warunkiem jej uprawiania [Ćwiklak, 2014, s. 1207]. Zależność turystyki od usług transportowych wynika przede wszystkim z rozproszenia oraz braku mobilności walorów turystycznych [Nowak, Ostańska, Halemba, Frańczak, 2012, s. 1705]. Już w 1982 r. Sidaway [s. 11] pisał: „Transport jest integralną częścią wielu zachowań rekreacyjnych, zarówno jako pomoc w dostępie do możliwości rekreacyjnych, jak i sama działalność rekreacyjna”. W zależności od rodzaju turystyki wykorzystuje się różne środki i sposoby transportu.

Zintegrowana wiedza na temat współdziałania transportu i turystyki ma podstawowe znaczenie dla rozwoju miejsc destynacji, przedsiębiorstw turystycznych i efektywnej polityki turystycznej, a także do rozwiązywania pojawiających się lokalnych i globalnych kwestii oraz konfliktów. Na przykład transport może oddziaływać jako „odźwierny” (*gatekeeper*) w kontaktach kulturalnych, ograniczający lub ułatwiający kontakty między gospodarzami i turystami [Lohmann, Pearce, 2010, s. 266-275]. Po drugie, mobilność turystyczna na poziomie lokalnym może okazać się krytyczna w kwestiach nierówności i społecznego wymiaru zewnętrznych efektów transportu [Hall, 1999, s. 181-188].

Niezależnie od odległości, celu podróży, każdy turysta musi być przewieziony w określone miejsce oraz powrócić do miejsca zamieszkania. Dostępność transportowa jest podstawą rozwoju turystyki, która daje możliwość dotarcia do określonego celu, miejsca podróży [Ćwiklak, 2014, s. 1206].

Jak zauważa Zajadacz [2014, s. 49-55], dostępność komunikacyjna jest dla turystów jednym z podstawowych warunków, który musi być spełniony, by możliwa była penetracja przestrzeni turystycznej. Dostępność transportowa rozumiana jest w tym przypadku jako wszelkie możliwości zarówno dojazdu do terenu będącego celem podróży, jak i poruszania się po nim. Obejmuje ona sieć połączeń i wszelką infrastrukturę z nią związaną. Generalnie dostępność komunikacyjną dzielimy na:

- dostępność zewnętrzną, którą stanowi istniejąca sieć połączeń komunikacyjnych między miejscem stałego zamieszkania turysty a celem jego wyjazdu (autostrady, drogi szybkiego ruchu, koleje, połączenia lotnicze, promowe, dalekobieżne szlaki turystyczne itp.); sieć ta zazwyczaj obejmuje także obiekty towarzyszące typu: dworce, porty lotnicze, stacje kolejowe, terminale promowe itp.;
- dostępność wewnętrzną, którą tworzy system połączeń komunikacyjnych, szlaków turystycznych (pieszych, wodnych), ścieżek rowerowych, nordic walking, kolejek (wąskotorowych, górskich itp.), wyciągów turystycznych, lokalnej sieci dróg, umożliwiających turystyce odbywanie w obrębie danego rejonu wycieczek do określonych miejsc, sieć tę zazwyczaj uzupełniają wszelkiego rodzaju przystanki (drogowe, kolejowe), parkingi, miejsca postoju itp.

Dostępność transportowa walorów i atrakcji turystycznych jest więc podstawowym warunkiem rozwoju ruchu turystycznego [Stasiak, Śledzińska, Włodarczyk, 2014, s. 116, Ćwiklak, 2014, s. 1207, Bąk, 1995, s. 11].

Samo pojęcie dostępności nie jest jednoznaczne. „Popularny słownik języka polskiego” [Dunaj, 1999, s. 103] definiuje słowo dostęp jako „możliwość dostania się do jakiegoś miejsca” lub „możliwość zetknięcia się z kimś, korzystania z czegoś”. Na gruncie geograficznym i ekonomicznym pojęcie to ewoluowało wraz z rozwojem badań transportowych [Taylor, 1999]. Początkowo skupiano się na odległościach fizycznych pomiędzy obiektami (dostępność fizyczna) i badaniach dostępności pojedynczych ośrodków. Stopniowo przechodzono do analiz wykorzystujących odległości czasowe (dostępność czasowa) oraz ekonomiczne (dostępność ekonomiczna), a przedmiotem zainteresowania stała się dostępność do poszczególnych funkcji (szkoły, zakłady pracy, szpitale, sklepy, miejsca wypoczynku i rekreacji). Tak więc transport i dostępność transportowa obecnie odgrywa bardzo ważną rolę w rozwoju społeczno-gospodarczym kraju, umożliwia sprawne funkcjonowanie poszczególnych działów gospodarki narodowej oraz jest czynnikiem intensyfikującym rozwój [Jacyna, 2012, s. 27].

Jak wcześniej wspomniano infrastruktura transportowa to system dróg lądowych, wodnych, portów lotniczych i portów morskich znajdujących się na danym terenie.

Transport lądowy obejmuje dwa sposoby przemieszczeń: koleją i drogą. W Polsce, mimo istnienia ogółem 37 kolei turystycznych, w tym 28 prowadzących ruch pociągów na liniach wąskotorowych, turystyka kolejowa jest jeszcze stosunkowo nowym zjawiskiem i dlatego mało popularna [Bebenow, 2015]. Dominującą rolę w obsłudze ruchu turystycznego odgrywa transport drogowy.

Istotnym elementem transportu drogowego jest infrastruktura utożsamiana z wszelkiego rodzaju drogami i urządzeniami stałymi, które są konieczne do zapewnienia przepływu i bezpieczeństwa ruchu [Kordel, Senator-Bentkowska, 2009, s. 110]. Podstawowe składniki tej infrastruktury, tzn. drogi i punkty transportowe, wpływają na lepsze warunki przemieszczania osób dzięki wyższym parametrom techniczno-ekonomicznym i coraz gęstszej sieci dróg [Hornig, Dziadek, 1987, s. 20].

W latach 2014-2018 długość dróg o nawierzchni twardej wzrosła o 16,3 tys. km i w 2018 r. wyniosła 304,0 tys. km. Przeważają drogi gminne i powiatowe, których udział w ogólnej długości dróg w Polsce wyniósł w 2018 r. odpowiednio ok. 38% i 46%.

**Tablica 10. Drogi publiczne o twardej nawierzchni oraz ich struktura w 2018 r.**  
**Table 10. Hard surface public roads and their structure in 2018**

Wyszczególnienie Specification	Ogółem w tys. km Total in thousand km	Z ogółem w % Of total in %				2014=100
		krajowe domestic	wojewódz- kie voivodship	powiatowe powiat	gminne gmina	
POLSKA POLAND	304,0	6,4	9,5	37,8	46,3	105,7
Dolnośląskie	20,2	7,0	10,7	39,9	42,3	105,2
Kujawsko-pomorskie	18,6	6,5	9,4	36,2	48,0	109,6
Lubelskie	23,5	4,4	9,8	39,6	46,2	108,7
Lubuskie	9,0	10,1	17,8	38,9	33,2	103,7
Łódzkie	20,8	7,1	6,6	35,8	50,5	104,3
Małopolskie	25,8	4,2	5,5	25,3	65,0	106,2
Mazowieckie	38,7	6,3	7,8	36,3	49,6	107,6
Opolskie	8,5	9,1	11,7	43,3	35,9	101,8
Podkarpackie	17,1	5,4	10,1	37,8	46,7	105,1
Podlaskie	13,4	7,4	9,9	49,9	32,8	105,1
Pomorskie	14,3	6,4	12,8	36,8	44,0	109,9
Śląskie	21,7	5,6	6,8	27,9	59,6	99,8
Świętokrzyskie	14,6	5,2	7,4	39,9	47,6	106,2
Warmińsko-mazurskie	13,8	9,6	13,9	50,2	26,3	104,9
Wielkopolskie	29,8	5,8	9,4	37,8	47,0	106,2
Zachodniopomorskie	14,0	8,1	15,3	50,2	26,4	101,7

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS.  
 Source: own work based on data of Statistics Poland.

Wzrost długości dróg odnotowano prawie we wszystkich województwach; niewielki spadek wystąpił jedynie w województwie śląskim. Najwięcej, bo o 2,7 tys. km (ok. 8%) zwiększyła się sieć dróg w województwie mazowieckim, a po ponad 1,5 tys. km przybyło dróg w województwach kujawsko-pomorskim, małopolskim i wielkopolskim.

Wskaźnik gęstości dróg o nawierzchni twardej w 2018 r. wyniósł 97 km na 100 km<sup>2</sup> i wykazywał duże zróżnicowanie terytorialne. Najwyższą wartość wskaźnika – niemal dwukrotnie przekraczającą średnią krajową – odnotowano w województwie śląskim (176 km na 100 km<sup>2</sup>) oraz małopolskim (170 km na 100 km<sup>2</sup>), a najniższą w województwie warmińsko-mazurskim (57 km na 100 km<sup>2</sup>).

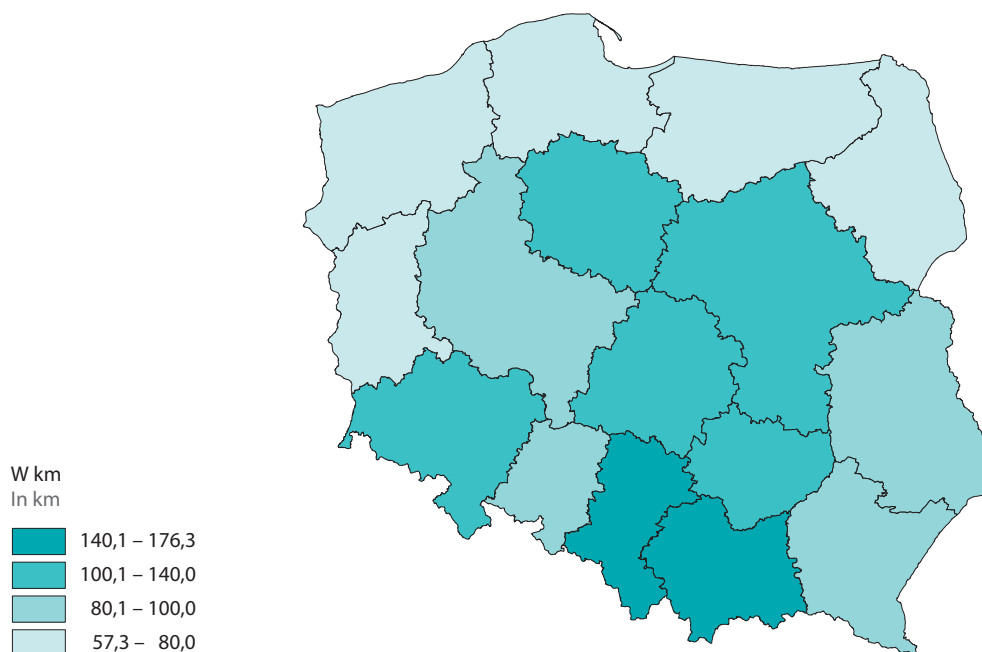
Znaczącą rolę w rozwoju ruchu turystycznego i dostępności poszczególnych regionów, odgrywają głównie elementy infrastruktury drogowej o charakterze liniowym, takie jak autostrady i drogi ekspresowe. Brak międzynarodowych autostrad lub dobrze rozwiniętych sieci dróg ekspresowych pozostaje ze szkoda dla turystyki, natomiast stan przeciwny jej sprzyja [Kaspar, 1970, s. 61].

W latach 2014-2018 odnotowano znaczący wzrost długości dróg ekspresowych i autostrad w Polsce. W końcu 2018 r. długość dróg ekspresowych wyniosła 2,1 tys. km i w porównaniu z 2014 r. wzrosła o 0,6 tys. km. Progres nastąpił we wszystkich województwach poza opolskim, które nie posiada dróg ekspresowych. W 2018 r. najdłuższą sieć dróg ekspresowych posiadało województwo mazowieckie – 286 km, po ponad 200 km autostrad było również w województwach: dolnośląskim, łódzkim, warmińsko-mazurskim i wielkopolskim.

Poprawę zauważono także w odniesieniu do autostrad, aczkolwiek tutaj zwiększenie ich długości zauważono w odniesieniu tylko do 3 województw: łódzkiego, mazowieckiego i podkarpackiego; długość auto-

strad w pozostałych województwach w analizowanym okresie nie uległa zmianie. Niewątpliwie budowa autostrad i dróg ekspresowych ze środków unijnych przyczyniła się do zwiększenia spójności terytorialnej kraju oraz wzrostu dostępności obszarów peryferyjnych. Jednak w przypadku szeroko rozumianej Polski Wschodniej postęp nie był tak duży jak w zachodniej Polsce. Nadal cztery województwa (lubelskie, podlaskie, świętokrzyskie i warmińsko-mazurskie) nie posiadają autostrad, co istotnie ogranicza dostępność transportową tych regionów oraz – co ważne dla ruchu turystycznego – redukuje jakość i poziom bezpieczeństwa systemu transportowego.

Zagospodarowanie regionów i ich sprawne funkcjonowanie w dużym stopniu jest uzależnione od rozmieszczenia i układu sieci dróg, które pełnią ważną rolę w integracji przestrzeni [Dziadek, 1992, s. 34]. Dobrze rozwinięta sieć dróg wpływa na dostępność danego regionu, a tym samym oddziałuje na kształtowanie się ruchu turystycznego i przyczynia się do osiągnięcia przez niego wymiernych korzyści ekonomicznych w postaci zmniejszenia bezrobocia czy pełniejszego wykorzystania infrastruktury.



**Mapa 4. Drogi publiczne o twardej nawierzchni na 100 km<sup>2</sup> według województw w 2018 r.**

Map 4. **Hard surface public roads per 100 km<sup>2</sup> by voivodship in 2018**

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS.  
Source: own work based on data of Statistics Poland.

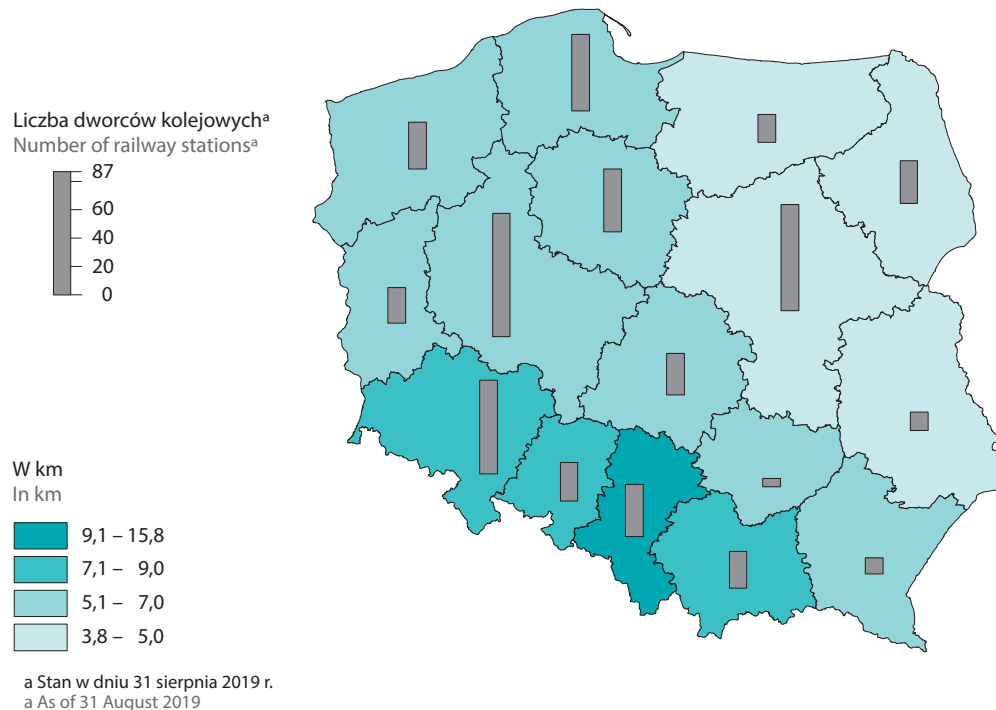
Transport drogowy odgrywa bardzo ważną rolę w turystyce. Dlatego też, aby przyczynić się do dalszego jego wzrostu, powinno się dążyć do maksymalnego dostosowania jego infrastruktury do potrzeb ruchu turystycznego.

Drugim rodzajem transportu lądowego jest transport kolejowy. Jak pokazuje historia, rozwój infrastruktury kolejowej miał istotne znaczenie dla rozwoju turystyki [Gierczak, 2011, s. 284-288]. Dzięki wielu zaletom usług transportu kolejowego stał się najbardziej uniwersalnym środkiem podróży, głównie do przewozu ruchu masowego, w tym turystycznego. Generalnie turystyka kolejowa stanowi w wielu krajach europejskich ważny element lokalnych i regionalnych gospodarek. Obserwujemy jej coraz większy rozwój i coraz lepszy poziom świadczonych usług. Również w Polsce ten rodzaj turystyki zaczął zyskiwać na popularności [Ciechański, Bebenow, 2017, s. 46].

Sieć linii kolejowych w Polsce jest zróżnicowana pod względem gęstości w poszczególnych regionach.



Najlepiej rozwinięta jest w województwie śląskim, w którym na 100 km<sup>2</sup> przypada 16 km linii kolejowych, wobec średniej krajowej wynoszącej 6 km. W pozostałych województwach wskaźnik gęstości linii kolejowej waha się od ok. 4 km w województwie podlaskim do ok. 9 km w województwie dolnośląskim.



**Mapa 5. Linie kolejowe na 100 km<sup>2</sup> oraz liczba dworców kolejowych według województw w 2018 r.**  
**Map 5. Railway lines per 100 km<sup>2</sup> and the number of railway stations by voivodship in 2018**

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS.  
Source: own work based on data of Statistics Poland.

Dysproporcja w gęstości linii kolejowych wynika z różnego stopnia rozwoju gospodarczego i technicznego w okresie powstawania sieci kolejowej, a więc w czasie podziału Polski pomiędzy zaborców [Pukowiec-Kurda, 2015, s. 8]. Jednym z najważniejszych elementów infrastruktury kolejowej są ponadto dworce kolejowe, które są pierwszym miejscem kontaktu podróżnych (turystów) z miastem. Dla osób przesiadających się często jedynym, na podstawie którego oceniają całe miasto.

Należy mieć na względzie, że podróż koleją może być również podstawowym celem wyjazdu turystycznego. Turystykę kolejową można więc rozumieć dwojako, w zależności od tego, czy kolej jest traktowana jedynie jako środek transportu, czy też stanowi główny cel migracji turystycznej. W każdym ze wspomnianych wariantów duże znaczenie ma długość linii kolejowych, które warunkują dostępność do poszczególnych regionów.

W latach 2014-2018 odnotowano mały spadek w ogólnej długości linii kolejowych w Polsce. Wśród województw, które odnotowały regres w długości linii kolejowych można wymienić: dolnośląskie, lubuskie, pomorskie, śląskie i warmińsko-mazurskie. Taki stan rzeczy jest wynikiem zmian w sposobie podróżowania, a także rodzaju wykorzystywanych środków transportu w ostatnich kilkunastu latach. Wzrost znaczenia transportu indywidualnego, a także oferta tanich linii lotniczych przy daleko odbiegającej od oczekiwanej jakości usług kolejowych, spowodowały brak zainteresowania transportem kolejowym, drastycznie ograniczając jego rolę w intensyfikacji ruchu turystycznego.

**Tablica 11. Linie kolejowe normalnotorowe w 2018 r.**  
**Table 11. Standard gauge railway lines in 2018**

Wyszczególnienie Specification	Ogółem Total	Z ogółem Of total	
		zelektryfikowane electrified	dwu- i więcej torowe double and more tracks
		w km	in km
POLSKA POLAND	19 235	11 894	8 734
Dolnośląskie	1 695	1 080	769
Kujawsko-pomorskie	1 200	563	536
Lubelskie	1 048	416	381
Lubuskie	912	335	401
Łódzkie	1 081	999	686
Małopolskie	1 086	912	483
Mazowieckie	1 716	1 412	1 025
Opolskie	782	429	433
Podkarpackie	978	370	233
Podlaskie	759	219	107
Pomorskie	1 192	464	392
Śląskie	1 943	1 636	1 035
Świętokrzyskie	721	554	373
Warmińsko-mazurskie	1 084	506	301
Wielkopolskie	1 872	1 262	1 155
Zachodniopomorskie	1 166	737	424

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS.  
 Source: own work based on data of Statistics Poland.

W obsłudze ruchu turystycznego ogromne znaczenie mają również koleje specjalne. Są to środki transportu do celów czysto turystycznych i obejmują koleje zębate, kolejki linowe oraz wyciągi. Ta istotna kategoria, której uzupełnieniem są wyciągi wagonikowe, krzeselkowe, orczykowe itd., ma szczególne znaczenie dla zimowej turystyki górskiej, uprawianej w celach sportowych [Gaworecki, 2007, s. 243].

W ostatnich latach ogromnego znaczenia w obsłudze ruchu turystycznego nabrały regionalne porty lotnicze, które często stanowią bazę dla tanich linii lotniczych. Port lotniczy jest punktowym obiektem infrastruktury transportu. Ustawodawca definiuje port lotniczy jako lotnisko użytku publicznego wykorzystywane do lotów handlowych obejmujące wydzielony obszar na lądzie, wodzie lub innej powierzchni w całości lub w części przeznaczony do wykonywania startów, lądowań i naziemnego ruchu statków powietrznych, wraz ze znajdującymi się w jego granicach obiektami i urządzeniami budowlanymi o charakterze trwałym [Ustawa Prawo lotnicze, Dz. U. z 2019 r., poz. 1580]. Władze regionalne upatrują w rozwoju i budowie regionalnych portów lotniczych szansę na poprawę konkurencyjności regionu i jego rozwój [Kłos, Milewski, 2008, s. 319]. Ponadto porty lotnicze i ich okolice są zazwyczaj postrzegane jako multimodalne węzły transportowe, które umożliwiają realizację potrzeb transportowych zarówno mieszkańców danego regionu, jak i podróżujących.

Port lotniczy jest także zbiorem różnorodnej aktywności gospodarczej. Przepływ pasażerów i towarów stymuluje działalność komercyjną, więc w obrębie portu lotniczego znajduje się wiele obiektów handlowych, takich jak: sklepy, bary, restauracje, banki, wypożyczalnie samochodów, biura podróży, hotele, sale konferencyjne czy parki biznesowe [Huderek-Glupska, 2011, s. 105]. Duże porty lotnicze, które posiadają rozbudowane terminale pasażerskie dysponują własnym wewnętrznym systemem transportowym,

który ułatwia poruszanie się pasażerom pomiędzy terminalami (ang. *interterminal transport*). Podstawowym środkiem komunikacji zbiorowej pomiędzy terminalami są zazwyczaj autobusy [Huderek-Głapska, 2011, s. 104]. Poniższa mapa przedstawia liczbę portów lotniczych w poszczególnych województwach.



a Port lotniczy w Radomiu w 2018 r. nie prowadził działalności przewozowej; odnotowany ruch dotyczył komunikacji nieregularnej.  
 a The Radom Airport did not operate in 2018; recorded traffic concerned irregular transport.

### Mapa 6. Porty lotnicze

Map 6.

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS.  
 Source: own work based on data of Statistics Poland.

Gęstość lotnisk w Polsce jest ponad 6-krotnie niższa w porównaniu do innych krajów europejskich. Wskaźnik gęstości portów lotniczych liczony jest jako stosunek liczby lotnisk komunikacyjnych obsługujących powyżej 50 tys. pasażerów rocznie w przeliczeniu na 100 tys. km<sup>2</sup> powierzchni kraju. Obecność portu lotniczego w regionie jest traktowana jako „okno na świat”, z którego można podróżować w wybrane miejsce, ale jest również miejscem przylotów turystów zagranicznych (uczestników turystyki międzynarodowej, przyjazdowej). W zależności od liczby dogodnych połączeń lotniczych zmienia się liczba turystów przylatujących w dany region [Pukowiec, Kurda, 2016, s. 185].

Działalność portu lotniczego mierzona jest zazwyczaj w liczbie odprawianych pasażerów lub towarów w ciągu roku. Miarą przyjętą do porównania województw pod względem ruchu pasażerów w portach lotniczych jest natomiast wskaźnik wyrażony liczbą pasażerów przypadających na 1000 mieszkańców. Innym wskaźnikiem jest liczba operacji lotniczych, a więc startów i lądowań samolotów.

**Tablica 12. Wybrane wskaźniki charakteryzujące transport lotniczy**  
**Table 12. Selected indicators characterizing air transport**

Wyszczególnienie Specification  a – 2014 b – 2018		Ruch samolotów Aircraft traffic		Ruch pasażerów Passenger traffic		
		starty take-offs	lądowania landings	przyjazdy arrivals	wyjazdy departures	tranzyt transit
w tys. in thousand						
POLSKA POLAND	a	168,1	168,2	13 496,4	13 584,8	949,3
	b	242,7	243,1	22 818,4	22 898,1	4078,7
Dolnośląskie	a	12,3	12,3	1014,8	1020,2	62,8
	b	15,8	15,8	1647,9	1650,2	3,5
Kujawsko-pomorskie	a	2,2	2,3	145,0	143,6	13,2
	b	4,0	4,0	207,3	205,6	1,4
Lubelskie	a	1,6	1,6	91,1	94,6	1,9
	b	2,7	2,6	226,0	233,2	-
Lubuskie	a	0,6	0,6	5,4	5,7	-
	b	0,6	0,6	10,3	11,6	-
Łódzkie	a	2,4	2,4	125,6	128,2	7,9
	b	18,7	18,7	109,6	108,5	0,6
Małopolskie	a	17,8	17,8	1896,7	1916,9	4,2
	b	25,9	25,9	3367,0	3399,9	2,4
Mazowieckie	a	78,2	78,2	6131,2	6109,1	811,9
	b	102,5	102,5	10 448,1	10 416,7	4056,2
Podkarpackie	a	5,3	5,3	297,3	303,7	-
	b	9,1	9,1	384,9	386,4	-
Pomorskie	a	18,9	18,9	1628,8	1653,3	10,3
	b	23,2	23,3	2414,6	2468,0	0,1
Śląskie	a	14,4	14,4	1320,3	1353,6	21,8
	b	20,5	20,5	2402,3	2427,6	8,3
Warmińsko-mazurskie	a	-	-	-	-	-
	b	1,4	1,4	61,3	60,6	-
Wielkopolskie	a	10,5	10,5	708,4	721,5	15,4
	b	15,9	16,1	1240,6	1229,6	6,2
Zachodniopomorskie	a	3,9	3,9	131,8	134,3	-
	b	2,4	2,4	298,5	300,2	-

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS.  
 Source: own work based on data of Statistics Poland.

W latach 2014-2018 odnotowano znaczący wzrost ruchu samolotów i pasażerów w polskich portach lotniczych. W 2018 r. liczba obsłużonych pasażerów (przyjazdy, wyjazdy, tranzyt) wyniosła niemal 50 mln osób i była o ok. 80% wyższa niż 5 lat wcześniej. W każdym województwie można zauważyć tendencję wzrostową liczby obsłużonych pasażerów. Najwięcej pasażerów skorzystało z portów lotniczych w województwach mazowieckim, pomorskim, małopolskim i wielkopolskim, zaś najmniej w województwach warmińsko-mazurskim, lubuskim i lubelskim. Największy ruch pasażerów odnotowano w portach lotniczych w województwie mazowieckim. W 2014 r. przyjazdy stanowiły 6131,2 tys., natomiast w 2018 r. 10448,1 tys. Na drugim miejscu po uwzględnieniu danych statystycznych, odnoszących się do ruchu pasażerów, znalazło się województwo małopolskie. Jest to niewątpliwie spowodowane tym, że najwięcej

turystów zagranicznych w analizowanym okresie przyjechało do województwa małopolskiego i mazowieckiego.

W analizowanym okresie ruch samolotów zwiększył się o 44%. Jedynym województwem, które odnotowało spadek ruchu samolotów (starty) w analizowanym okresie było województwo zachodniopomorskie.

Bardzo ważna w rozwoju regionalnych portów lotniczych jest kooperacja z innymi podmiotami, znajdującymi się w jego zasięgu. W otoczeniu mikro współpraca portu lotniczego jest oparta na współdziałaniu z władzami lokalnymi, biurami podróży, agentami sprzedaży, komunikacją miejską czy lokalnymi mediami. W mezootoczeniu widoczna jest współpraca z władzami wojewódzkimi, biurami podróży w regionie, agentami sprzedaży w regionie, regionalnymi przewoźnikami drogowymi i kolejowymi. Porty lotnicze wpływają w dużej mierze na rozwój turystyki, lokalizację produkcji i inwestycji zagranicznych, a także odgrywają ważną rolę w budowie nowoczesnego społeczeństwa [Kłos, Milewski, 2008, s. 327]. W ostatnim czasie można zauważyć, że porty lotnicze stają się pełne inicjatyw, coraz bardziej zaangażowane i doświadczane w staraniach o przyciągnięcie ruchu turystycznego.

Należy również mieć na uwadze, że rola i znaczenie każdego portu lotniczego jest większe, gdy dysponuje on nowoczesną infrastrukturą oraz skorelowanym z regionem, odpowiednim systemem komunikacyjnym. Bardzo istotna jest sieć połączeń komunikacyjnych, umożliwiających szybkie dotarcie do lotniska z różnych punktów miasta lub z bardziej odległego obszaru ciężenia [Gierczak, 2012, s. 38]. W przypadku wielu województw rozbudowa portu lotniczego i zwiększenie liczby połączeń może w przyszłości przyczynić się do eskalacji ruchu turystycznego.

Wyposażenie regionu, miasta w zaawansowaną infrastrukturę transportową jest więc obecnie warunkiem koniecznym dla rozwoju turystyki. Szczególnie istotną rolę odgrywa tu bliskie usytuowanie portu lotniczego. Samolot jest bowiem środkiem transportu wybieranym tym częściej, im większa odległość dzieli turystę od miejsca docelowego. Dlatego też miasto posiadające w swojej bazie komunikacyjnej infrastrukturę lotniskową wraz z rozwiniętą siecią połączeń lotniczych stanowi obecnie łatwo dostępną destynację turystyczną. Wielkość ruchu turystycznego w tym mieście zwłaszcza zagranicznego pochodzenia, jest bezpośrednio uwarunkowana ilością operacji lotniczych wykonywanych na lotnisku, a co za tym idzie liczbą pasażerów obsługiwanych przez port lotniczy. Dlatego też obecność infrastruktury lotniskowej jest niewątpliwym atutem każdego regionu i miasta, które ma przywilej jej posiadania oraz jednym z głównych czynników zwiększających jego potencjał turystyczny [Rudnicki, 2010, s. 558].

Najmniejszą rolę w obsłudze ruchu turystycznego w Polsce odgrywają porty morskie, mimo iż położenie geograficzne małych portów i przystani powoduje, że mogą one być ważnym ogniwem zarówno w obsłudze, jak i w stymulacji rozwoju turystyki oraz wypoczynku, m.in. w regionach nadmorskich. Zarówno porty morskie, jak i przystanie są usytuowane z reguły w regionach o wysokich walorach przyrodniczych. W pasie nadmorskim plaża i specyficzny klimat tworzą korzystne warunki bioklimatyczne dla lecznictwa uzdrowiskowego i różnorodnych form aktywnego i pasywnego wypoczynku. Miasta portowe są także miejscem licznych kongresów, konferencji, wystaw, imprez artystycznych, rozrywkowych i sportowych o krajowym i międzynarodowym zasięgu oddziaływania. Zlokalizowane są też w nich liczne walory kulturowe [Molenda, Ściana, 2009, s. 79].

Porty morskie, zarówno te o znaczeniu regionalnym jak i lokalnym, mogą realizować m.in. funkcję turystyczno-rekreacyjną, która wiąże się z obsługą pasażerskiego ruchu wycieczkowego oraz statków pasażerskich, jednostek żeglugi przybrzeżnej, jachtingu, jak również różnych form uprawiania sportów wodnych i rekreacji nadmorskiej (np. surfing), a także aktywnych form wypoczynku związanych z wykorzystaniem akwenów morskich i zalewowych.

Porty morskie zazwyczaj pełnią różną rolę w operacjach wycieczkowców:

- porty zawinięć lub porty destynacji, w których pasażerowie spędzają kilka godzin lub jedną noc, odwiedzając lokalne atrakcje. Porty zapewniają wówczas podstawowe udogodnienia dla statku wycieczkowego, takie jak molo i miejsce postoju lub kotwicowisko, a dla pasażerów – przyjęcie, transport i wycieczki na lądzie;

- porty zaokrętowania/wysadzenia pasażerów lub porty rozładunku i ponownego załadunku zapewniają udogodnienia jak wymienione oraz zabranie i wysadzenie pasażerów i dostaw. Zwykle dla pasażerów wycieczkowców wymagane są dobre zakwaterowanie i infrastruktura transportowa. Terminal portowy wymaga znacznej powierzchni umożliwiającej zgromadzenie odprawiających i wymeldowujących się pasażerów i bagażu, jak również pomieszczenie agencji celnych i imigracyjnych. Zazwyczaj nowe dostawy żywności i towarów są dostarczane na pokład, a odpady i inne zużyte materiały są wyładowywane. W większości przypadków, statek zaopatruje się w paliwo na kolejny etap rejsu;
- huby portowe lub porty bazowe mają wszystkie cechy poprzednich dwóch typów portów, a dodatkowo mieszczą oddział linii okrętowej wycieczkowca, są także portem macierzystym dla niektórych jednostek. Zazwyczaj dostępne są urządzenia do naprawy i konserwacji wycieczkowca [Lohmann, Duval, 2011, s. 15].

Inną funkcją, którą realizują porty morskie jest funkcja społeczna. Można ją rozpatrywać w różnych kategoriach [Waldziński, 1999, s. 116]: kulturotwórczych, identyfikacji społeczności lokalnych z daną jednostką osadniczą (co przejawia się w kształtowaniu pozytywnych więzi społecznych, np. patriotyzmu lokalnego), edukacyjnych (związanych z wychowaniem morskim i kreowaniem przedsiębiorczości lokalnej), innych (będących konsekwencją otwarcia się na turystykę, a co za tym idzie kontaktami międzynarodowymi, nauką języków obcych itd.).

Porty morskie niewątpliwie przyczyniają się do rozwoju miast i regionów nadmorskich, pełniąc funkcję miastotwórczą i regionotwórczą. Ze względu na atrakcyjne położenie duże znaczenie w portach morskich powinna odgrywać funkcja turystyczna. Wymaga to jednak rozwoju infrastruktury – bazy hotelowej czy gastronomicznej. Funkcja turystyczna powinna być też przedmiotem polityki lokalnej i regionalnej. Ważne są również powiązania portów z morską i lądową infrastrukturą transportową, od której w dużej części zależą ich możliwości rozwojowe.

**Tablica 13. Porty morskie**  
Table 13. Sea ports

Województwo Voivodship	Port Port
Pomorskie	Gdańsk, Gdynia, Ustka, Władysławowo
Warmińsko-mazurskie	Elbląg
Zachodniopomorskie	Darłowo, Dźwinów, Kołobrzeg, Nowe Warpno, Police, Stepnica, Szczecin, Świnoujście, Trzebież

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS.  
Source: own work based on data of Statistics Poland.

Podsumowując powyższe rozważania należy dodać, że w historii turystyki dostrzega się wyraźny związek pomiędzy rozwojem ruchu turystycznego a postępem technicznym transportu. Transport należy do podstawowych potrzeb w zakresie obsługi ruchu turystycznego. Z jednej strony pozwala dotrzeć do miejsca destynacji turystycznej, a z drugiej – pozwala na przemieszczanie się już w miejscu docelowym. Słuszne wydaje się stwierdzenie, że usługi transportowe to takie, które kształtują ruch turystyczny, ponieważ zapewniają przemieszczanie będące podstawą turystyki [Gosik, Zimon, 2014, s. 46]. I wreszcie, działalność transportu umożliwia sprawne funkcjonowanie każdego działu w gospodarce narodowej i przyczynia się do ogólnego rozwoju społeczno-gospodarczego państwa [Kłos, Milewski, 2008, s. 325; Miłaszewicz, Ostapowicz, 2012, s. 92].

Od wielu lat w turystyce wzrasta również funkcja komunikacyjna i informacyjna internetu. Stał się on obecnie ważnym źródłem pozyskiwania informacji o miejscach planowanych do odwiedzenia, umożliwia m.in. rezerwację noclegów, lotów, wykupu biletów itp. usług towarzyszących podróżom. Badania GUS prowadzone w przedsiębiorstwach i gospodarstwach domowych dotyczące wykorzystania technologii informacyjnych pokazały, że w 2018 r. dostęp do internetu posiadało prawie 96% przedsiębiorstw (w 2014 – 93%) oraz 84% gospodarstw domowych w Polsce. Największy odsetek przedsiębiorstw posia-

dających dostęp do internetu wystąpił w województwie zachodniopomorskim (98,2%) i lubuskim (97,2%), a najmniejszy – w łódzkim (93,0%). Własną stroną internetową dysponowało 66,8% przedsiębiorstw. W przypadku przedsiębiorstw prowadzących działalność w zakresie zakwaterowania i gastronomii 91% posiadało dostęp do internetu, a 74,5% posiadało własną stronę internetową. Przez stronę internetową można było zamawiać lub rezerwować on-line produkty lub usługi w 14% przedsiębiorstw w Polsce; w tym największy odsetek takich przedsiębiorstw odnotowano w województwie mazowieckim. Spośród przedsiębiorstw oferujących usługi zakwaterowania 35% umożliwiało zamawianie lub rezerwację produktów/ usług on-line, a w grupie prowadzących działalność w zakresie wyżywienia odsetek ten wyniósł 21%.

Systematycznie rośnie udział gospodarstw domowych posiadających w domu łącze internetowe. W 2018 r. dostęp do internetu w domu miało ponad 84% gospodarstw domowych.

Najwięcej, bo niemal 90% gospodarstw domowych posiadało w 2018 r. dostęp do internetu w województwach: wielkopolskim, pomorskim i mazowieckim. Spośród osób korzystających z internetu 23% korzystało z serwisów poświęconych turystyce. W przypadku osób zamawiających lub kupujących przez internet, 22% zamawiało lub kupowało wczasy, wycieczki, zakwaterowanie i bilety.

W przypadku turystyki coraz bardziej popularne jest również korzystanie ze stron internetowych lub aplikacji działających w ramach ekonomii współdzielenia jako pośrednicy pomiędzy prywatnymi osobami oferującymi usługę zakwaterowania lub transportu a osobami chcącymi z tych usług skorzystać. Z badań wynika, że znacznie popularniejsze jest rezerwowanie zakwaterowania niż transportu.

## 3.2. Publiczny transport zbiorowy w obsłudze ruchu turystycznego

### 3.2. Public transport in servicing tourist traffic

Funkcjonowanie systemu transportowego, przede wszystkim w aspekcie dostępności transportowej regionu i wewnątrzregionalnego transportu turystycznego, ma zasadnicze znaczenie dla rozwoju turystyki a, co za tym idzie, również rozwoju społeczno-gospodarczego obszaru recepcji. Znaczącą rolę w kształtowaniu systemu transportowego (w zakresie obsługi ruchu turystycznego) odgrywa odpowiednio zorganizowany i sprawnie funkcjonujący publiczny transport zbiorowy. Zgodnie z definicją zawartą w projekcie ustawy o publicznym transporcie zbiorowym, pod pojęciem tym należy rozumieć: „powszechnie dostępny regularny przewóz osób wykonywany w określonych odstępach czasu i po określonej linii komunikacyjnej, liniach komunikacyjnych lub sieci komunikacyjnej” [Ustawa o publicznym transporcie zbiorowym, Dz. U. z 2018 r., poz. 2016].

Ogólna długość linii komunikacji miejskiej wzrosła z 54 951,9 km w roku 2014 do 58 736,1 km w roku 2018, przy czym wzrost długości odnotowały linie autobusowe, zaś spadek – linie tramwajowe. Natomiast bardziej szczegółowa analiza danych w poszczególnych województwach pokazuje spadek długości linii autobusowych w trzech województwach, a mianowicie: podkarpackim, śląskim i świętokrzyskim. Znacznemu zmniejszeniu uległa także długość linii tramwajowych, i tu spadek odnotowały kolejno województwa: dolnośląskie, lubuskie, łódzkie, mazowieckie, śląskie oraz wielkopolskie.

**Tablica 14. Linie komunikacji miejskiej**  
**Table 14. Urban transport lines**

Wyszczególnienie Specification		Linie komunikacji miejskiej Urban transport lines	W tym Of which	
			autobusowe bus	tramwajowe tram
			w km	in km
POLSKA POLAND	a	54 951,9	52 246,5	2342,0
	b	58 736,1	55 975,2	2338,2
Dolnośląskie	a	3282,9	3021,0	261,9
	b	4130,0	3870,5	259,5
Kujawsko-pomorskie	a	1668,8	1542,5	126,3
	b	2010,4	1840,1	170,3
Lubelskie	a	2092,2	1979,8	-
	b	2461,4	2296,9	-
Lubuskie	a	1246,1	1221,1	25,0
	b	1239,8	1239,8	-
Łódzkie	a	3796,3	3497,3	299,0
	b	3880,1	3581,7	298,4
Małopolskie	a	5109,6	4812,7	296,9
	b	5168,6	4865,7	302,9
Mazowieckie	a	6324,8	5929,7	395,1
	b	6555,8	6200,5	355,3
Opolskie	a	658,0	658,0	-
	b	764,2	764,2	-
Podkarpackie	a	2967,8	2967,8	-
	b	2961,3	2961,3	-
Podlaskie	a	1191,5	1191,5	-
	b	1766,0	1766,0	-
Pomorskie	a	2959,7	2624,7	156,0
	b	3086,4	2750,5	158,9
Śląskie	a	12 969,8	12 503,2	394,6
	b	12 410,9	11 941,9	387,8
Świętokrzyskie	a	2470,5	2470,5	-
	b	1927,1	1927,1	-
Warmińsko-mazurskie	a	1244,2	1202,2	42,0
	b	1293,4	1234,5	58,9
Wielkopolskie	a	5327,5	5088,2	239,3
	b	7105,5	6876,9	228,6
Zachodniopomorskie	a	1642,2	1536,3	105,9
	b	1975,2	1857,6	117,6

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS.  
 Source: own work based on data of Statistics Poland.

Transport publiczny jest jednym z wyróżników danego regionu i decyduje o jego atrakcyjności turystycznej. Sprawna obsługa transportowa ruchu turystycznego, w tym w szczególności w okresie jego największej

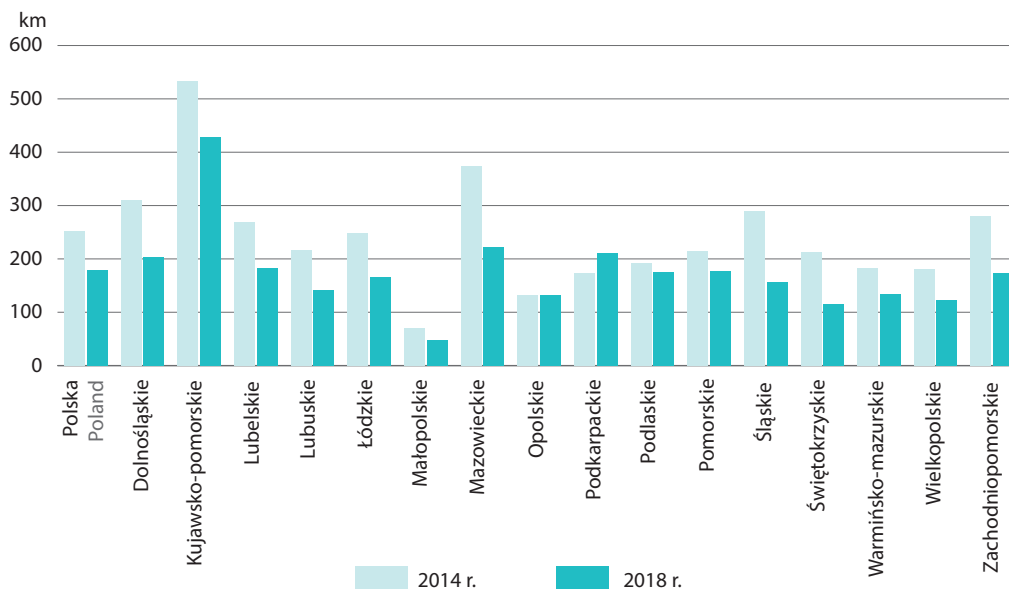


szego natężenia, wymaga wydajnego, a co za tym idzie dobrze zorganizowanego systemu transportu, w tym także transportu publicznego. Poziom natężenia potoków pasażerskich w transporcie publicznym jest ściśle związany z występowaniem zjawiska sezonowości w regionach turystycznych. W okresie lata liczba turystów zainteresowanych dotarciem do miejsca destynacji turystycznej, jak również przemieszczających się wewnątrz regionu znacząco rośnie. Sytuacja taka wpływa na działania podejmowane przez organizatorów transportu publicznego, tj. odpowiednie jednostki samorządu terytorialnego, które – dostrzegając rosnący popyt na usługi transportowe – decydują się najczęściej na zwiększenie podaży poprzez wprowadzanie dodatkowych połączeń oraz bardziej pojemnych środków transportu [Mańkowski, 2010, s. 497-505].

W rozwoju i upowszechnianiu ruchu turystycznego istotną rolę odgrywają linie regularnej komunikacji autobusowej, zarówno krajowe jak i międzynarodowe. W analizowanym okresie (2014-2018) długość zarówno jednych jak i drugich uległa zmniejszeniu.

Długość linii krajowych w regularnej komunikacji autobusowej zmniejszyła się o 30% (z 789 tys. km w 2014 r. do 559 tys. w 2018 r.), przy czym w największym stopniu skróceniu uległa długość linii dalekobieżnych i regionalnych (o ok. 40%). Najdłuższą linią regularnej krajowej komunikacji autobusowej – mimo jej skrócenia o 40% w porównaniu do 2014 r. – dysponowało województwo mazowieckie (niemal 79 tys. km w 2018 r.) oraz województwo kujawsko-pomorskie (77 tys. km). Wymienione województwa zajmowały również dwa pierwsze miejsca pod względem wskaźnika długości linii krajowej komunikacji autobusowej w przeliczeniu na 100 km<sup>2</sup>. W województwie kujawsko-pomorskim w 2018 r. na 100 km<sup>2</sup> przypadało ponad 400 km linii autobusowej, a w województwie mazowieckim – ponad 200 km.

W obrębie destynacji turystycznej popyt na transport publiczny zgłaszają trzy kategorie użytkowników, mające zróżnicowane oczekiwania i postawy wobec transportu, a mianowicie: społeczność lokalna (stali mieszkańcy), pracownicy sektora turystyki (niekoniecznie miejscowi) i turyści [Hall, 2008, s. 200]. Ponadto, w obrębie destynacji touroperatorzy korzystają z usług lokalnych przewoźników, przede wszystkim w dwóch celach: do transferów z lotnisk do hoteli oraz do obsługi fakultatywnych wycieczek przygotowanych w kooperacji z lokalnymi biurami podróży. Wszyscy wspomniani wyżej użytkownicy potencjalnie konkurują o transport w kategoriach dostępu do przewoźników publicznych, przestrzeni drogowej, miejsc parkingowych, ścieżek rowerowych i pieszych.



**Wykres 4. Linie krajowej komunikacji autobusowej na 100 km<sup>2</sup>**

Chart 4. National bus transport lines per 100 km<sup>2</sup>

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS.  
Source: own work based on data of Statistics Poland.

**Tablica 15. Linie regularnej komunikacji autobusowej**  
**Table 15. Regular bus transport lines**

Wyszczególnienie Specification  a – 2018 b – 2014 = 100		Linie krajowe Domestic lines					Linie między- narodowe International lines
		ogółem total	dalekobież- ne long-dis- tance	regionalne regional	podmiejskie suburban	miejskie urban	
POLSKA POLAND	a	559 322	130 868	114 365	312 600	1489	100 971
	b	70,9	62,8	56,5	83,2	72,4	84,8
Dolnośląskie	a	40 633	10 431	7594	22 484	124	2208
	b	65,7	48,1	72,2	76,5	49,4	201,1
Kujawsko-pomorskie	a	76 975	8320	12 824	55 652	179	1500
	b	80,4	51,0	49,9	103,8	221,0	-
Lubelskie	a	45 714	8988	12 130	24 576	20	2503
	b	67,8	49,4	70,7	76,6	-	57,6
Lubuskie	a	19 873	3380	3106	13 357	30	-
	b	65,4	66,2	29,1	92,1	29,4	-
Łódzkie	a	30 335	5416	7610	17 201	108	-
	b	67,0	44,8	57,5	86,7	108,0	-
Małopolskie	a	7372	1449	1198	4717	8	-
	b	70,0	292,7	28,7	82,7	5,2	-
Mazowieckie	a	78 718	31 434	9630	37 498	156	39 049
	b	59,3	74,5	30,5	64,0	39,2	215,3
Opolskie	a	12 373	-	1053	11 250	70	23 748
	b	99,6	-	37,4	124,6	100,0	78,0
Podkarpackie	a	37 794	9886	7147	20 761	-	16 740
	b	121,9	134,0	112,6	120,5	-	226,5
Podlaskie	a	35 536	12 665	9635	13 125	111	3600
	b	91,6	81,7	104,4	93,6	236,2	19,9
Pomorskie	a	32 380	6202	8432	17 676	70	977
	b	82,1	77,0	79,4	85,9	35,7	-
Śląskie	a	19 361	4447	2804	11 850	260	2613
	b	54,1	40,3	49,2	62,6	185,7	15,6
Świętokrzyskie	a	13 559	5112	2326	6121	-	-
	b	54,5	44,7	55,0	66,3	-	-
Warmińsko-mazurskie	a	32 569	12 848	7681	11 738	302	7650
	b	73,4	94,4	55,8	70,5	96,5	56,3
Wielkopolskie	a	36 547	2167	9095	25 285	-	-
	b	67,6	31,2	63,3	77,3	-	-
Zachodniopomorskie	a	39 583	8123	12 100	19 309	51	383
	b	61,8	45,2	54,2	81,7	63,8	12,9

Ź r ó d ł o: opracowanie własne na podstawie danych GUS.  
 S o u r c e: own work based on data of Statistics Poland.

Sprawnie funkcjonujący publiczny transport zbiorowy pełni istotną rolę w zapewnieniu wewnętrznej dostępności transportowej regionów. Pod pojęciem „wewnętrznej dostępności transportowej regionu” należy rozumieć system wewnątrzregionalnych powiązań transportowych, obejmujących swoim zasięgiem zarówno sieć infrastruktury liniowej transportu w regionie (linie kolejowe, drogi), jak i punktowej (porty morskie, lotnicze) oraz liczbę, rodzaj i stan środków transportu [Mańkowski, 2010, s. 499]. Zarówno ich ilość jak i jakość wpływają na sprawniejszą obsługę ruchu turystycznego.

Największy udział w obsłudze ruchu turystycznego w poszczególnych regionach mają publiczny zbiorowy transport drogowy i kolejowy.

Jednym ze środków transportu publicznego w istotny sposób wspierającym rozwój turystyki w regionie, jest taksówka. Jednak w literaturze turystycznej niewiele jest odniesień do roli taksówek ogólnie, a w szczególności taksówkarzy. Z perspektywy sektorowej taksówki stanowią element transportu systemu turystycznego i odnotowują duży udział w rynku, szczególnie w dużych miastach [Fajri, Kartika, 2016, s. 508-509].

Taksówki odgrywają znaczącą rolę w turystyce miejskiej, często zapewniając środki dostępu między głównymi obiektami, atrakcjami i zakwaterowaniem. Ich rola jest relatywnie ważniejsza w przypadku niezależnych turystów niż turystów grupowych, których ustalenia dotyczące transportu są często wcześniej podejmowane i zależą od transportu autokarowego [Waryszak, King, 2000, s. 318-320].

Największą liczbę taksówek odnotowano kolejno w województwach: mazowieckim (13,7 tys.), pomorskim (7,5 tys.), małopolskim i śląskim (po 7,4 tys.).

**Tablica 16. Taksówki w 2018 r.**  
Table 16. Taxis in 2018

Wyszczególnienie Specification	Licencje Licences	Taksówki Taxis	
		w liczbach bezwzględnych in absolute numbers	na 10 tys. mieszkańców per 10 thousand inhabitants
POLSKA POLAND	68 650	68 608	17,9
Dolnośląskie	5680	5680	19,6
Kujawsko-pomorskie	3119	3109	14,9
Lubelskie	2579	2578	12,2
Lubuskie	1175	1165	11,5
Łódzkie	4291	4291	17,4
Małopolskie	7367	7366	21,7
Mazowieckie	13 735	13 738	25,5
Opolskie	625	625	6,3
Podkarpackie	1447	1442	6,8
Podlaskie	1979	1979	16,7
Pomorskie	7498	7507	32,2
Śląskie	7368	7359	16,2
Świętokrzyskie	884	883	7,1
Warmińsko-mazurskie	2098	2098	14,7
Wielkopolskie	4331	4321	12,4
Zachodniopomorskie	4474	4467	26,2

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS.  
Source: own work based on data of Statistics Poland.

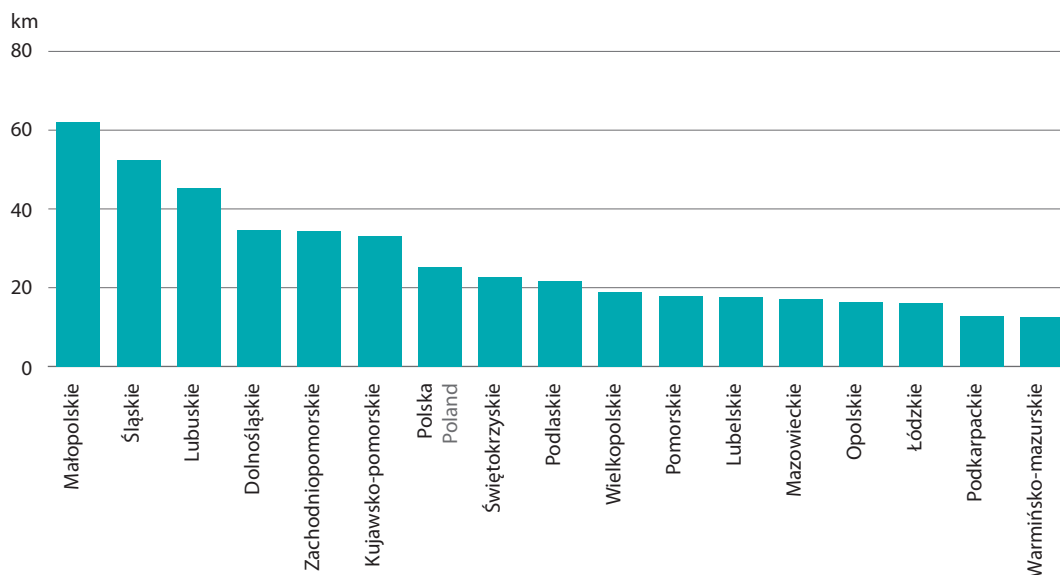
Na uwagę zasługuje fakt, że taksówki są ważne w kreowaniu wizerunku miejsca docelowego, szczególnie gdy turyści korzystają z ich usług w pierwszych punktach kontaktowych, jakimi np. są porty lotnicze.

Popyt na transport publiczny może podlegać pewnym wahaniom, w zależności od występowania różnych czynników zewnętrznych, które dzieli się na czynniki pozytywne (zwiększające potrzeby transportowe, a więc także popyt) i negatywne (zmniejszające zapotrzebowanie na przewozy). Na podstawie tego rozróżnienia do pierwszej grupy zaliczyć można: wzrost liczby ludności na danym obszarze (szczególnie przyrost osób niezmotoryzowanych – dzieci, ludzi starszych), zmiany poziomu dochodów (z reguły im niższe, tym wyższy odsetek mieszkańców niezmotoryzowanych), lokalizacje nowych usług i zakładów pracy w zasięgu połączeń komunikacyjnych, czy rozwój istniejącej sieci transportowej. Istotne znaczenie mają także kampanie reklamowe promujące transport publiczny (szczególnie jego niewielką w porównaniu do transportu indywidualnego emisję zanieczyszczeń do atmosfery). Z kolei główne czynniki negatywne to wysokie koszty podróży (wzrost cen biletów, dodatkowe opłaty), wydłużenie czasu przejazdu, pogorszenie się komfortu jazdy oraz brak poczucia bezpieczeństwa. I wreszcie, co najważniejsze, publiczny transport zbiorowy decyduje o przewadze konkurencyjnej regionu, jest jego „wizytówką”. Z założenia ma służyć przede wszystkim mieszkańcom, ale stanowi ogromny potencjał rozwojowy wówczas, gdy jest przyjazny dla turystów i usprawnia ruch turystyczny w regionie.

### 3.3. Szlaki turystyczne i ścieżki rowerowe

#### 3.3. Tourist trails and bicycle paths

Szlaki turystyczne oraz ścieżki rowerowe stanowią jeden z elementów zagospodarowania turystycznego i postrzegane są jako przykład infrastruktury komunikacyjnej o charakterze liniowym. Zarówno ilość, długość jak i jakość szlaków turystycznych oraz ścieżek rowerowych decydują o atrakcyjności i potencjale turystycznym każdego regionu czy województwa. Świadczy o tym fakt, że rozwój sieci szlaków turystycznych w regionie jest wskaźnikiem rozwoju jego funkcji turystycznej. Im większa gęstość szlaków turystycznych (mierzona np. liczbą kilometrów przypadających na jednostkę powierzchni), tym większy ruch turystyczny i lepiej rozwinięta funkcja turystyczna [Stasiak, Śledzińska, Włodarczyk, 2014, s. 121]. Szlaki turystyczne i ścieżki rowerowe są coraz bardziej popularną atrakcją łączącą zarówno walory przyrodnicze, jak i dobra kultury występujące w poszczególnych województwach. W dużej mierze decydują o wewnętrznej dostępności komunikacyjnej obszaru recepcyjnego. Na wykresie 5 przedstawiono nasycenie szlakami turystycznymi w przeliczeniu na 100 km<sup>2</sup> w każdym z województw.



**Wykres 5. Szlaki turystyczne na 100 km<sup>2</sup> w 2018 r.**

Chart 5. Tourist trails per 100 km<sup>2</sup> in 2018

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS.  
Source: own work based on data of Statistics Poland.

Szlaki turystyczne budują potencjał turystyczny województw. Według PTTK szlak turystyczny to wytyczona w terenie trasa, służąca do odbywania wycieczek, oznakowana jednolitymi znakami (symbolami) i wyposażona w urządzenia informacyjne, które zapewniają bezpieczne i spokojne jej przebycie turysty o dowolnym poziomie umiejętności i doświadczenia, o każdej porze roku, w każdych warunkach pogodowych, o ile szczegółowe wymagania nie stanowią inaczej [Instrukcja znakowania szlaków turystycznych, 2007]. Definicje szlaków różnią się ze względu na ich stopień szczegółowości, zakres pojęciowy, a także kryterium wyznaczania. Styperek [2002] szlak turystyczny zalicza do linearnych systemów penetracji rekreacyjnej (obok m.in. ścieżek dydaktycznych, ścieżek zdrowia czy tras spacerowych). W tym ujęciu jest to przestrzenny ciąg turystyczny służący do linearnej penetracji rekreacyjnej inicjującej interakcyjne związki pomiędzy turystą a środowiskiem geograficznym, zachodzące w strefie percepcji krajobrazu pobudzającego wszystkie zmysły.

Niezależnie jednak od sposobu definiowania, szlaki turystyczne należy traktować jako integralną część współczesnej standardowej infrastruktury turystycznej [Stasiak, 2006, s. 14]. Tym bardziej że sam szlak składa się nie tylko z oznakowanej drogi czy ścieżki, ale także z odpowiedniej, rozmieszczonej wzdłuż trasy wędrówki infrastruktury (budowli, obiektów, urządzeń itp.). Jej powstanie wymaga często znaczących nakładów finansowych. W zależności od rodzaju i charakteru szlaku turystycznego jego zagospodarowanie może być różne. Niektóre ze szlaków nie wymagają specjalnej infrastruktury (np. szlaki wirtualne, szlaki wytyczone w specyficznych warunkach przyrodniczych), inne z kolei wymagają bardzo specjalistycznego zainwestowania (konne, kajakowe). Najczęściej jednak infrastrukturę szlaku turystycznego tworzą m.in. [Stasiak, 2006, s. 14]:

- przygotowana (wyrównana, utwardzona) nawierzchnia, mostki, kładki, podesty;
- sztuczne ułatwienia (przydatne zwłaszcza na terenach górskich): schody, poręcze, drabinki, klamry, łańcuchy itp.;
- ułatwienia dla niepełnosprawnych (np. pochylnie, podjazdy, oznaczenia dla niewidomych); – zintegrowane ze szlakiem obiekty noclegowe (schroniska), miejsca do odpoczynku, organizacji pikników, schronienia przed złymi warunkami atmosferycznymi;
- urządzenia ułatwiające korzystanie ze sprzętu niezbędnego do uprawiania turystyki kwalifikowanej (parkingi dla rowerów, przystanie i pomosty dla kajaków i in.);
- posterunki, strażnice służb porządkowych i ratowniczych (np. GOPR, WOPR);
- zintegrowana ze szlakiem komunikacja publiczna (przystanki, parkingi, możliwość przewożenia, np. rowerów, rozkład jazdy dopasowany do ruchu turystycznego itp.).

Dodatkowym elementem każdego szlaku turystycznego jest infrastruktura informacyjno-edukacyjna, do której zalicza się m.in.:

- drogowaskazy i tabliczki informacyjne z czasem przejścia (w górach) lub odległościami (na nizinach);
- tablice z opisem przebiegu szlaku, historii regionu, charakterystyką lokalnych atrakcji (przyrodniczych i antropogenicznych), topograficzną mapą okolicy;
- punkty informacji turystycznej, ośrodki edukacyjne itp.;
- infokioski, instalacje interaktywne;
- stronę internetową szlaku, aplikacje mobilne, audioprzewodniki, a także tradycyjne materiały informacyjno-promocyjne.

Dopiero tak wyposażony szlak może w pełni zaspokoić potrzeby edukacyjno-poznawcze i wypoczynkowe turystów.

Szlaki turystyczne przebiegają we wszystkich strefach krajobrazowych, których zróżnicowanie wynika z występowania określonych, powiązanych ze sobą, komponentów przyrodniczych i antropogenicznych. Determinuje to ich rodzaje (charakter), wśród których wyróżnia się szlaki: nizinne, górskie, wodne, a także wiele typów szlaków kulturowych. Szlaki te mogą być penetrowane na różne sposoby, stąd dalsze podziały wyróżniają szlaki: piesze, narciarskie, żeglarskie, kajakowe i konne.

W 2018 r. łączna długość szlaków turystycznych wytyczonych i znajdujących się pod opieką PTTK wynosiła ponad 79 tys. km i była nieco większa w odniesieniu do 2014 r. (o ponad 3 tys. km). Biorąc pod uwagę rodzaje szlaków, to do najdłuższych należą: szlaki nizinne – 39 tys. km w 2018 r., rowerowe – 20 tys. km oraz piesze górskie – 11 tys. km.

Najdłuższe szlaki turystyczne wytyczono w województwie małopolskim – 9,4 tys. km, w tym 3,4 tys. km szlaków górskich, 2,5 tys. km szlaków konnych oraz 1,8 tys. km szlaków rowerowych. Najwięcej szlaków górskich znajduje się w województwie dolnośląskim – 4,7 tys. km, a szlaków rowerowych w zachodniopomorskim – 3,6 tys. km.

**Tablica 17. Szlaki turystyczne**  
Table 17. Tourist trails

Wyszczególnienie Specification  a – 2014 b – 2018	Ogółem Total	W tym Of which							
		piesze hiking			narciar- skie skiing	rowero- we cycling	konne horse riding	kajako- we kayaking	
		górskie moun- tain	nizinne lowland	spacero- we walking					
		w km			in km				
POLSKA POLAND	a	75907,7	11204,4	38157,3	621,8	438,7	19467,9	3557,8	1113,3
	b	79213,6	11348,1	39226,2	874,5	1316,8	20189,3	3885,6	991,3
Dolnośląskie	a	6269,0	4646,0	1269,0	-	14,5	168,0	-	-
	b	6924,0	4688,6	1828,4	53,0	14,5	168,0	-	-
Kujawsko-pomorskie	a	6037,7	-	3436,1	55,8	-	1677,8	-	362,0
	b	5969,4	-	3361,8	55,8	-	1677,8	-	362,0
Lubelskie	a	4458,1	-	3585,2	55,4	-	730,5	59,0	-
	b	4431,0	-	3429,2	58,3	-	856,5	59,0	-
Lubuskie	a	6324,1	-	2815,0	63,8	-	2738,4	580,0	73,3
	b	6332,6	-	2890,5	63,8	-	2686,4	565,0	73,3
Łódzkie	a	2540,4	-	1604,4	23,7	-	739,3	173,0	-
	b	2929,1	-	1733,1	23,5	-	1108,5	64,0	-
Małopolskie	a	9388,1	3380,2	1146,8	102,0	218,0	2214,6	2308,0	-
	b	9423,3	3439,8	1161,9	217,3	284,0	1822,8	2479,0	-
Mazowieckie	a	4226,1	-	3234,9	41,0	-	825,2	40,0	-
	b	6121,3	-	3602,0	50,5	850,0	1515,8	17,0	-
Opolskie	a	1496,5	157,6	941,3	6,5	28,2	228,0	-	-
	b	1529,8	157,6	969,5	11,5	28,3	228,0	-	-
Podkarpackie	a	2246,1	1577,6	552,0	12,5	-	104,0	-	-
	b	2283,4	1613,1	541,0	25,3	-	104,0	-	-
Podlaskie	a	4398,0	-	3329,1	3,0	-	1065,9	-	-
	b	4358,3	-	3284,4	8,0	-	1065,9	-	-
Pomorskie	a	3249,9	-	2820,4	37,7	-	377,3	-	-
	b	3288,7	-	2841,3	47,6	-	377,3	-	-

**Tablica 17. Szlaki turystyczne (dok.)**  
Table 17. Tourist trails (cont.)

Wyszczególnienie Specification  a – 2014 b – 2018		Ogółem Total	W tym Of which						
			piesze hiking			narciar- skie skiing	rowero- we cycling	konne horse riding	kajako- we kayaking
			górskie moun- tain	nizinne lowland	spacero- we walking				
		w km in km							
Śląskie	a	6177,2	1138,0	3328,5	154,5	178,0	1284,7	5,0	-
	b	6462,8	1144,0	3316,8	182,5	140,0	1284,7	308,8	-
Świętokrzyskie	a	2734,0	305,0	1081,6	50,0	-	1097,4	-	-
	b	2655,3	305,0	1002,9	50,0	-	1097,4	-	-
Warmińsko-mazur- skie	a	3011,8	-	2026,1	-	-	412,7	17,0	556,0
	b	3011,8	-	2026,1	-	-	412,7	17,0	556,0
Wielkopolskie	a	5561,4	-	3367,2	-	-	2148,2	-	-
	b	5629,5	-	3411,0	11,5	-	2138,2	-	-
Zachodniopomor- skie	a	7789,3	-	3619,7	15,9	-	3655,9	375,8	122,0
	b	7863,3	-	3826,3	15,9	-	3645,3	375,8	-

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS.

Source: own work based on data of Statistics Poland.

Podział szlaków turystycznych według kryteriów przedstawia tablica 18.

**Tablica 18. Podział szlaków turystycznych według wybranych kryteriów**  
Table 18. Division of tourist trails according to selected criteria

Kryterium podziału Division criterion	Rodzaje szlaków Types of trails
Główna tematyka	Szlaki: - przyrodnicze: krajobrazowe, osobliwości natury, ornitologiczne - kulturowe: architektoniczne, historyczne, etnograficzne, przemysłowe (zabytków techniki), biograficzne, literackie, filmowe, religijne; - przyrodniczo-kulturowe.
Motywy (cele) podróżywania	Szlaki ułatwiające: poznanie świata, aktywny wypoczynek, przeżycia religijne, doznanie mocnych wrażeń (uprawianie sportów ekstremalnych).
Środek transportu	Szlaki: piesze, narciarskie, rowerowe, samochodowe, kajakowe, żeglarskie, kolejowe, konne.
Rola szlaku	Szlaki: główne, uzupełniające, łącznikowe, doprowadzające.
Zasięg (przebieg)	Szlaki: miejskie; lokalne; regionalne (w tym transgraniczne); krajowe; subkontynentalne kontynentalne; międzykontynentalne.
Sposób wytyczenia i oznakowa- nia w terenie	Szlaki: - wytyczone i oznakowane; - wytyczone i nieoznakowane (lub oznakowane tylko przy obiektach); - niewytyczone (zbiór punktów polecanych do zwiedzania).
Okres wykorzystania	Szlaki: sezonowe, całoroczne.
Znaczenie (ranga) szlaku	Lokalne; regionalne; krajowe; międzynarodowe.

Źródło: Stasiak, 2006, s. 13

Source: Stasiak, 2006, p. 13

Fundamentalną funkcją szlaków turystycznych jest funkcja komunikacyjna. Wytyczone i oznakowane trasy umożliwiają turystom bezpieczne przemieszczanie się w terenie od punktu A do punktu B. W takim ujęciu szlaki turystyczne są częścią szeroko rozumianej dostępności komunikacyjnej obszaru recepcyjnego; zarówno dostępności komunikacyjnej zewnętrznej, jak i dostępności komunikacyjnej wewnętrznej. W tym pierwszym przypadku chodzi przede wszystkim o długodystansowe szlaki (samochodowe, ale także rowerowe, konne, kajakowe, a nawet piesze), które zapewniają turystom dotarcie do docelowego miejsca wyjazdu (obszaru recepcyjnego). Druga grupa szlaków – z reguły krótszych, ale zdecydowanie liczniejszych – tworzy mniej lub bardziej rozbudowaną sieć tras ułatwiających penetrację obszaru wypoczynku i uprawianie różnych form turystyki aktywnej (lub rekreacji). Szlaki turystyczne najczęściej stanowią dopełnienie (lub uzupełnienie) innych możliwości poruszania się po danym terenie, np. sieci dróg i komunikacji publicznej (autobusy liniowe, busy), kolejek linowych czy wyciągów narciarskich. Z analizy sieci szlaków turystycznych nie można jednak wyciągać zbyt daleko idących wniosków, gdyż jej rozwój rzadko ma charakter swobodny i przebiega bez ograniczeń (choćby natury administracyjno-prawnej). Dzieje się tak np. na terenach pogranicza, obszarach chronionych, terenach o dużej koncentracji walorów turystycznych [Stasiak, Śledzińska, Włodarczyk, 2014, s. 116-117, s. 121].

Bardzo często jest też tak, że specyfika regionu determinuje charakter szlaków turystycznych pod względem tematu przewodniego i dominujących atrakcji.

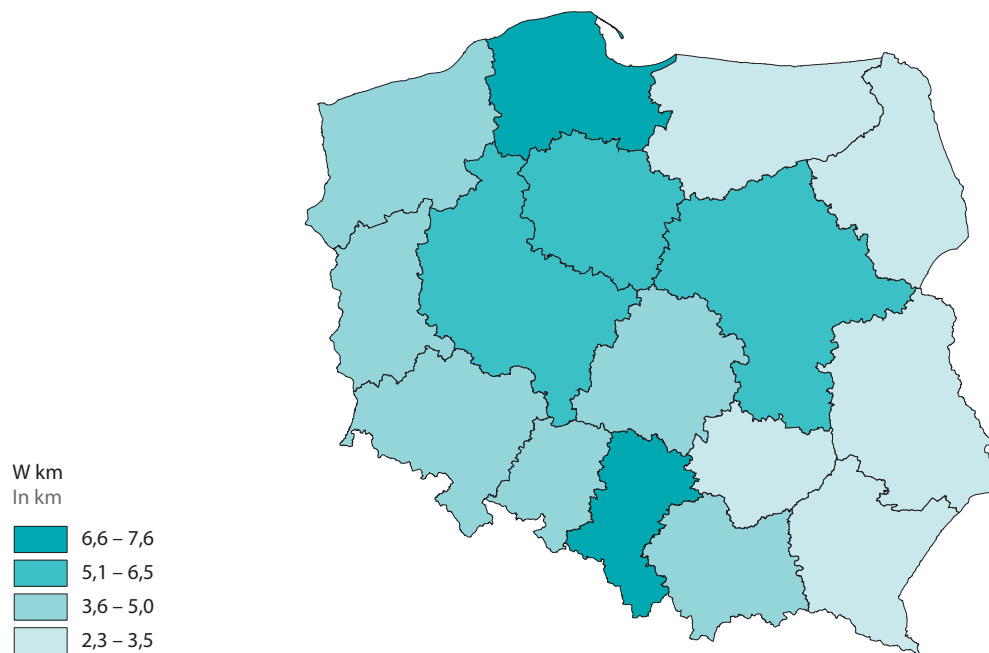
I wreszcie, szlaki turystyczne pełnią dwie zasadnicze funkcje: turystyczną i ekologiczną. Pierwsza z nich – jak wcześniej wspomniano – polega na udostępnieniu turystom najbardziej atrakcyjnych walorów turystycznych obszaru. Druga funkcja szlaków turystycznych, zwana też ochronną, ma na celu skanalizowanie ruchu turystycznego wzdłuż wytyczonych ciągów, ograniczając lub wręcz uniemożliwiając (np. w parkach narodowych) penetrację turystów na terenach szczególnie cennych lub o niewielkiej odporności na antropopresję [Stasiak, 2006, s. 14].

Elementem zagospodarowania turystycznego są również ścieżki rowerowe. Te elementy zagospodarowania przestrzennego można odnaleźć zarówno w klasyfikacji urządzeń paraturystycznych pod hasłem infrastruktura komunikacyjna, jak i urządzeń turystycznych, do których zalicza się m.in. trasy wędrowek wodnych, pieszych, rowerowych i motorowych [Kwieciński, 1984, Płocka, 2002]. Jazda na rowerze należy do najpopularniejszych form aktywności fizycznej, czego dowodem jest 8. miejsce Polski w Europie pod względem wysokości dochodów z turystyki rowerowej [Borawska-Melnyk, 2016]. Turystyka rowerowa jest rodzajem turystyki kwalifikowanej, obejmującej turystyczne przemieszczanie się rowerem w różnych celach [Przeclawski, 1986]. Ruch rowerowy jest realizowany dzięki trasom rowerowym, ciągom pieszo-jezdnym, ścieżkom rowerowym – drogom rowerowym [Ustawa Prawo o ruchu drogowym, Dz. U. z 2018 r., poz. 1990].

Według Pratte'a [2006, s. 62-84] organizacja turystyki rowerowej składa się z następujących modułów:

- tworzenie sieci szlaków jako podstawowego elementu infrastruktury rowerowej;
- współpraca instytucji, organizacji, stowarzyszeń, lokalnych społeczności m.in. w wyznaczaniu tras rowerowych;
- organizacja usług gastronomicznych, kulturalnych oraz udostępnianie innych atrakcji turystycznych;
- promocja i marketing, które są stymulatorami rozwoju turystyki rowerowej.





**Mapa 7. Ścieżki rowerowe na 100 km<sup>2</sup> według województw w 2018 r.**

Map 7. Bicycle paths per 100 km<sup>2</sup> by voivodship in 2018

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS.  
Source: own work based on data of Statistics Poland.

Ścieżki rowerowe stają się nieodzownym elementem krajobrazu miejskiego i wiejskiego. Jednak uwarunkowania rozwoju, zasady lokalizacji, technologia wykonania oraz ich wpływ na krajobraz i środowisko przyrodnicze są zupełnie odmienne w mieście i na terenach wiejskich. Prawidłowe zaprojektowanie i wykonanie ścieżki rowerowej z jednej strony pod kątem jej funkcjonalności i konstrukcji, a z drugiej – zrównoważonego rozwoju oraz małej ingerencji w przyrodę bywa zadaniem bardzo trudnym. Stanowią więc element zagospodarowania przestrzennego – w ujęciu społecznym, gospodarczym, przyrodniczym i ekonomicznym [Podawca, 2007, s. 14-22].

Długość ścieżek rowerowych w Polsce sukcesywnie rośnie. Ma to niewątpliwie związek z rozwojem turystyki rowerowej i popularnością tego środka transportu w czasie rodzinnych wyjazdów wakacyjnych. W 2014 roku w Polsce było 9,3 tys. km ścieżek rowerowych, natomiast w 2018 roku już 13,9 tys. km. Największą długość ścieżek rowerowych posiada województwo mazowieckie – 2,0 tys. km oraz wielkopolskie – 1,8 tys. km. W przeliczeniu na 100 km<sup>2</sup> najwyższe wskaźniki odnotowano w województwie śląskim (7,6 km), pomorskim (6,8 km) oraz wielkopolskim (6,1 km).

**Tablica 19. Ścieżki rowerowe<sup>a</sup>**  
Table 19. Bicycle paths<sup>a</sup>

Wyszczególnienie Specification	2014	2018		2014	2018
	w kilometrach in kilometers		2014 = 100	na 100 km <sup>2</sup> per 100 km <sup>2</sup>	
POLSKA POLAND	9347,5	13 904,7	148,8	2,99	4,45
Dolnośląskie	779,6	894,8	114,8	3,91	4,49
Kujawsko-pomorskie	771,3	1052,1	136,4	4,29	5,85
Lubelskie	425,4	762,0	179,1	1,69	3,03
Lubuskie	463,7	599,1	129,2	3,32	4,28
Łódzkie	543,8	769,2	141,4	2,98	4,22
Małopolskie	319,8	541,8	169,4	2,11	3,57
Mazowieckie	1108,3	1995,6	180,1	3,12	5,61
Opolskie	282,2	418,2	148,2	3,00	4,44
Podkarpackie	369,3	615,9	166,8	2,07	3,45
Podlaskie	326,9	576,8	176,4	1,62	2,86
Pomorskie	987,3	1243,2	125,9	5,39	6,79
Śląskie	648,7	933,7	143,9	5,26	7,57
Świętokrzyskie	161,8	276,1	170,6	1,38	2,36
Warmińsko-mazurskie	379,0	553,9	146,1	1,57	2,29
Wielkopolskie	1160,2	1824,4	157,2	3,89	6,12
Zachodniopomorskie	620,2	847,9	136,7	2,71	3,70

a Droga lub jej część przeznaczona do ruchu rowerów jednośladowych, oznaczona odpowiednimi znakami drogowymi (bez długości szlaków rowerowych).

a A road or part of it intended for the movement of bicycles, marked with appropriate road signs (without the length of bicycle lanes).

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS.

Source: own work based on data of Statistics Poland.

Ścieżki rowerowe często wykorzystują elementy infrastruktury dróg leśnych oraz wałów przeciwpowodziowych. Szlak przyjazny rowerzyście musi spełniać określoną grupę kryteriów, tj. prowadzić drogami o małym natężeniu ruchu samochodowego, być wyposażony w dobrą infrastrukturę turystyczną, jego przebieg ma zapewnić wygodę dojazdu do szlaku środkami komunikacji publicznej, którymi można przewieźć rower oraz powinna być zabezpieczona dobra dostępność map i materiałów informacyjnych szlaku. Holenderska organizacja nadzorująca ruch rowerowy (CROW) stworzyła listę wytycznych, jakie należy brać pod uwagę przy wytyczaniu szlaków:

- spójność, czyli szlaki powinny tworzyć całość i być połączone ze wszystkimi źródłami i celami podróży rowerowych;
- bezpośredniość, tj. oferować rowerzystom możliwie najkrótsze połączenia;
- atrakcyjność, zatem powinny prowadzić w sposób zapewniający jazdę wśród miejsc godnych zobaczenia;
- bezpieczeństwo ruchu;
- wygoda, czyli umożliwiać szybką i wygodną jazdę rowerem.

Według Borońskiego [2007], turystyczny szlak rowerowy to droga lądowa przeznaczona dla turystycznego ruchu rowerowego, oznakowana odpowiednio zunifikowanymi znakami drogowymi, która stanowi optymalny wyznacznik trasy wędrówki i w możliwie bezpieczny sposób doprowadzi rowerzystę do wyznaczonego celu – obiektów turystyczno-krajoznawczych. W związku z tym szlaki komunikacyjne mogą być tak lokalizowane, aby zarówno umożliwiały widok na krajobraz, przebiegały w pobliżu miejsc szczególnie atrakcyjnych pod względem turystycznym, jak i wkomponowane były w rzeźbę terenu, ale nie naruszały krajobrazu i charakterystycznych jego elementów.

Ważnym aspektem wytyczania ścieżek rowerowych jest także zaopatrzenie w pobocza postojowe w punktach o najlepszej panoramie, a miejsc do wypoczynku – w ławki, stoły itp. Poza tym należy zwrócić uwagę na bezpieczeństwo turystów korzystających ze ścieżek rowerowych oraz na miejsca kolizyjne z trasami komunikacji kołowej i kolejowej. W rejonach turystycznych zasady korzystania ze szlaków komunikacyjnych mogą dotyczyć takich wymogów, jak ograniczenie prędkości czy hałasu [Zalewski, Buliński, 2000].

Bazując na badaniach naukowych [Pratte, 2006] i obserwacjach poczynionych w innych krajach, proponuje się następujące podejście do utrzymania i tworzenia nowych tras rowerowych:

- projektując trasy rowerowe proponuje się wykorzystanie istniejących zasobów infrastrukturalnych, tak aby odcisnąć na środowisku przyrodniczym możliwie najmniejsze piętno;
- tworząc trasy rowerowe wskazane jest omijanie miejsc najcenniejszych z punktu widzenia lokalnych ekosystemów (flory i fauny), ale jednocześnie pokazywanie miejsc atrakcyjnych wizualnie;
- trasy rowerowe powinny być generatorami pozytywnych skutków ekonomicznych i społecznych dla lokalnych społeczności. Jak twierdzą Ritchie i Hall [1999, s. 89-115], jest to możliwe, gdyż ich zdaniem turystyka rowerowa jest doskonałym sposobem dystrybucji zarówno społecznych, jak i gospodarczych korzyści. Oznacza to, iż nowe szlaki powinny być połączone z osadami ludzkimi, tak aby turystyka rowerowa przyczyniła się do rozwoju polskich wsi, również i tych, które aktualnie nie mają infrastruktury turystycznej;
- jak wykazały badania Weiler i Hall [1992], turystyka rowerowa rozwija się szczególnie silnie pod wpływem organizacji komercyjnych, wypraw turystycznych, dając uczestnikom pewność siebie w poruszaniu się samodzielnie po danym terenie. Współpraca instytucji lokalnych i ponadlokalnych, wszystkich zainteresowanych stron, w tym również społeczności lokalnych jest zatem konieczna, jeśli dany region ma czerpać korzyści z udostępnienia go turystyce rowerowej;
- poszczególne szlaki rowerowe powinny tworzyć system tras turystycznych o charakterze pętlowym, o różnym poziomie nasycenia nimi przestrzeni. W pobliżu większych aglomeracji miejskich rowerowe trasy turystyczne powinny być liczniejsze, ale krótsze. Na terenach niezurbanizowanych natomiast celowe byłoby wyznaczenie mniejszej liczby szlaków, lecz dłuższych;
- wskazane jest dążenie do stworzenia tras rowerowych o różnych poziomach trudności. Wynika to z faktu, iż potencjalni użytkownicy tras rowerowych mają różne potrzeby i umiejętności. Jak argumentują Ching-Fu Chen, Pei Chun Chen [2012, s. 457-464], wysoko i nisko wyspecjalizowani cykliści chcą mieć możliwość wyboru rodzaju ścieżki;
- infrastruktura turystyczna służąca turystom rowerowym, a zlokalizowana na terenach leśnych musi realizować zasadę zrównoważonego rozwoju [Kacprzyk 2011, s. 136-139];
- zagadnienie tworzenia tras nie powinno się ograniczać wyłącznie do aspektów infrastrukturalnych. Kształtowanie ich przestrzeni powinno obejmować również atrybuty niematerialne, tj. scenierię, a usytuowane w niej elementy powinny nawiązywać do charakteru lokalnego krajobrazu;
- konieczne jest stosowanie jednorodnego systemu znakarstwa ścieżek rowerowych. Znakarstwo to musi uwzględniać różny poziom trudności ścieżek [Rothert, Kacprzyk, 2012, s. 80].

Trasy rowerowe powinny być generatorami pozytywnych skutków gospodarczych i społecznych dla lokalnych społeczności. Zdaniem Ritchie i Hall [1999, s. 89-112] jest to możliwe, gdyż turystyka rowerowa jest doskonałym sposobem dystrybucji zarówno społecznych i gospodarczych korzyści, stając się tym samym pośrednim narzędziem rozwoju obszarów wiejskich.

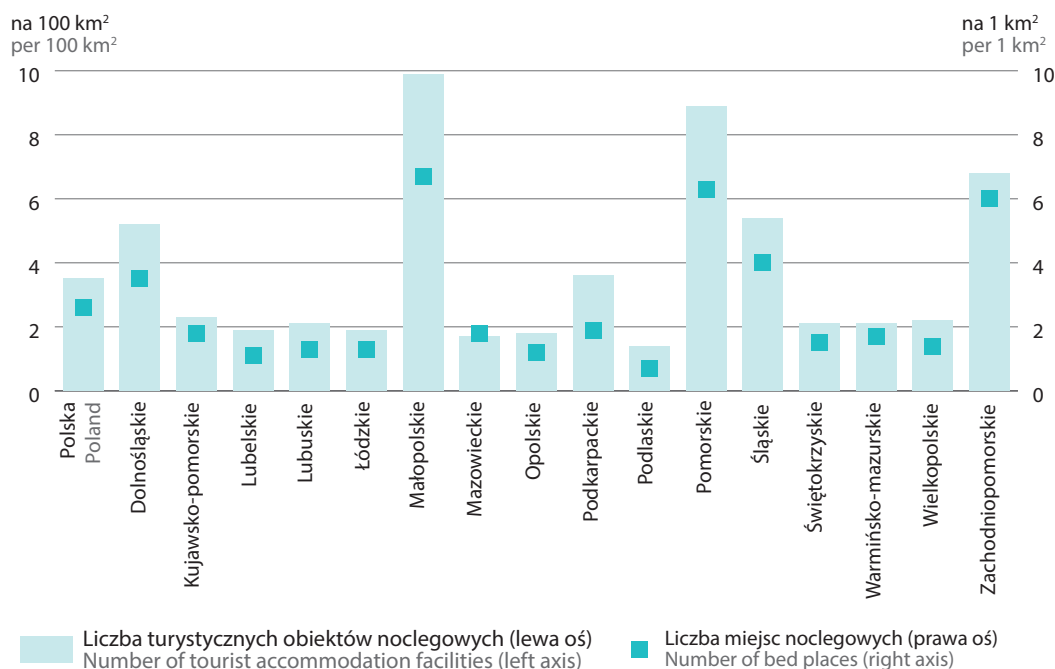
Oprócz infrastruktury komunikacyjnej w budowaniu potencjału turystycznego każdego z regionów kluczowe znaczenie ma baza noclegowa i gastronomiczna, której rozwój ilościowy i jakościowy przyczynia się do zwiększenia ruchu turystycznego odwiedzanych miejscowości.

### 3.4. Charakterystyka bazy noclegowej<sup>1</sup> i gastronomicznej

#### 3.4. Characteristics of accommodation<sup>1</sup> and catering establishments

Ważnymi składowymi infrastruktury turystycznej są baza noclegowa i gastronomiczna, mające istotne znaczenie dla budowania potencjału turystycznego.

Baza noclegowa to wszelkie obiekty i urządzenia dające turystyce możliwość zakwaterowania poza miejscem jego stałego zamieszkania [Kurek 2008, s. 26]. Wielkość bazy noclegowej jest podstawowym wyznacznikiem i miernikiem powszechnie wykorzystywanym do określenia zagospodarowania turystycznego, a tym samym potencjału turystycznego kraju, regionu czy miejscowości [Lijewski, Mikułowski, Wyrzykowski, 2008, s. 200]. Analizując zagadnienia związane z bazą noclegową należy podkreślić, że istnieją różne kryteria jej podziału. Klasyfikacje te uwzględniają rodzaj zakwaterowania, strukturę, przeznaczenie itp. i są mniej lub bardziej rozbudowane. W Unii Europejskiej, ani tym bardziej na świecie, nie wypracowano do tej pory jednolitego systemu kategoryzacji obiektów bazy noclegowej, dlatego w różnych krajach obowiązują różne systemy kategoryzacji.



**Wykres 6. Turystyczne obiekty noclegowe i miejsca noclegowe w 2018 r.**  
Chart 6. Tourist accommodation establishments and bed places in 2018

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS.  
Source: own work based on data of Statistics Poland.

Liczba turystycznych obiektów noclegowych w Polsce stale rośnie. W 2018 r. było ich ponad 11 tys. Najlichną grupę obiektów stanowią hotele – 2,6 tys., pokoje gościnne/kwatery prywatne – 2,3 tys. oraz ośrodki wczasowe – 1,1 tys. W analizowanym w okresie struktura turystycznych obiektów noclegowych nie uległa zmianie. Rozmieszczenie bazy noclegowej w Polsce jest nierównomierne, zarówno pod względem ich liczby jak i rodzajów obiektów. Prawie połowa obiektów noclegowych znajduje się w 4 woje-

<sup>1</sup> Dane o turystycznych obiektach noclegowych pozyskiwane są w badaniu GUS, które obejmuje obiekty posiadające 10 lub więcej miejsc noclegowych.

Szczegółowe dane o stanie bazy noclegowej i jej wykorzystaniu w podziale według rodzajów obiektów są dostępne w publikacjach GUS.

<sup>1</sup> Data on tourist accommodation facilities are collected in a Statistics Poland's survey, which includes facilities with 10 or more bed places.

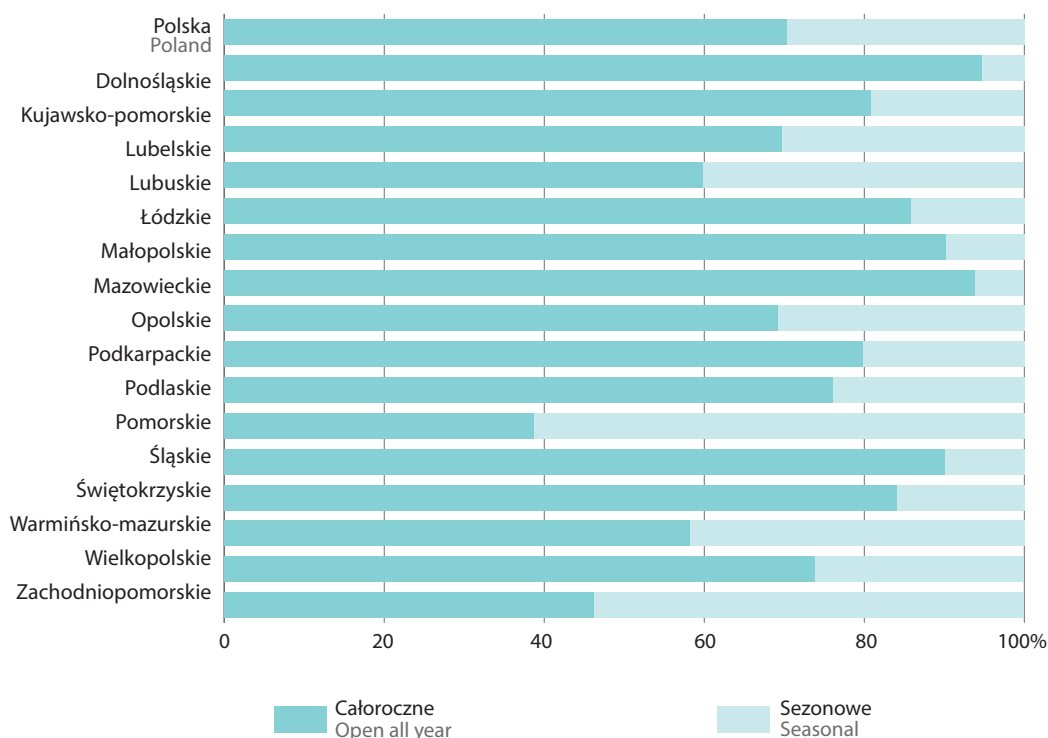
Detailed data on the state of accommodation establishments and their occupancy broken down by types of facilities are available in Statistics Poland's publications.

wództwach: pomorskim i zachodniopomorskim (po 1,6 tys.), małopolskim (1,5 tys.) oraz dolnośląskim (1,0 tys.). Pod względem liczby hoteli dominuje województwo małopolskie skupiające niemal 15% wszystkich hoteli w Polsce oraz dolnośląskie i mazowieckie (po ok. 10%). Pokoje gościnne i ośrodki wczasowe działają głównie w województwach: małopolskim, pomorskim i zachodniopomorskim skupiających łącznie po ok. 2/3 obiektów tego typu w kraju.

Rozkład turystycznych obiektów noclegowych (posiadających co najmniej 10 miejsc noclegowych) w Polsce w 2018 roku w ujęciu regionalnym wyglądał następująco: w przeliczeniu na 100 km<sup>2</sup> domino wało województwo małopolskie – 9,9 obiektów. W dalszej kolejności odnotowano dużą liczbę turystycznych obiektów noclegowych w województwie pomorskim (8,9), zachodniopomorskim (6,8), śląskim (5,4) oraz dolnośląskim (5,2). Są to województwa atrakcyjne turystycznie, posiadające rozbudowaną bazę noclegową. Najmniej turystycznych obiektów noclegowych odnotowano w województwie podlaskim (1,4 obiektów w przeliczeniu na 100 km<sup>2</sup>), które w porównaniu do wyżej wymienionych województw nie posiada dużego potencjału turystycznego.

Prawie 70% obiektów w Polsce działa przez cały rok, przy czym w województwach dolnośląskim, mazowieckim i śląskim takich obiektów jest ponad 90%. Obiekty działające sezonowo zlokalizowane są przede wszystkim w województwach nadmorskich – przez cały rok działa tam tylko ok. 1/3 obiektów.

Przeciętnie obiekt noclegowy w Polsce w 2018 r. dysponował 72 miejscami noclegowymi i w porównaniu do 2014 r. było to o 2 miejsca więcej. Największe obiekty zlokalizowane są w województwie mazowieckim, przeciętnie dysponują one 102 miejscami i są prawie dwukrotnie większe niż przeciętne obiekty w województwach podkarpackim i podlaskim. W 2018 r. w turystycznych obiektach noclegowych na przyjęcie turystów przygotowanych było 798, 7 tys. miejsc, w tym najwięcej w województwie zachodniopomorskim – ponad 138 tys., pomorskim – 116 tys. oraz małopolskim – 101 tys.



**Wykres 7. Struktura miejsc noclegowych w turystycznych obiektach noclegowych w 2018 r.**

**Chart 7. Structure of bed places in tourist accommodation establishments in 2018.**

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS.

Source: own work based on data of Statistics Poland.

**Tablica 20. Wyposażenie turystycznych obiektów noclegowych w zaplecze konferencyjne i sportowo-rekreacyjne w 2017 r.**

Table 20. Conference as well as sports and recreational facilities in tourist accommodation establishments in 2017

Wyszczególnienie Specification	Obiekty ogółem Facilities in total	Odsetek obiektów posiadających Percentage of facilities with				
		salę konfe- rencyjną conference room	boisko do siatkówki lub koszykówki volleyball or basketball court	siłownię gym	saunę sauna	wypożyczal- nię sprzętu turystycz- nego tourist equipment hire
POLSKA POLAND	10681	34,5	18,7	12,9	17,3	17,7
Dolnośląskie	951	35,1	13,5	14,7	22,2	14,1
Kujawsko-pomorskie	406	43,6	24,6	16,3	20,0	20,2
Lubelskie	445	43,4	17,8	11,2	13,0	14,4
Lubuskie	290	43,1	24,8	8,6	14,1	16,9
Łódzkie	337	49,3	16,9	14,2	17,2	15,4
Małopolskie	1532	33,2	14,9	12,8	18,1	12,5
Mazowieckie	554	53,4	14,1	14,8	16,1	14,4
Opolskie	168	47,6	21,4	13,1	19,0	16,1
Podkarpackie	582	39,0	22,0	12,5	16,3	18,0
Podlaskie	259	38,2	20,1	10,4	21,2	26,3
Pomorskie	1629	20,1	17,4	9,5	12,5	15,3
Śląskie	645	40,2	18,6	19,5	26,7	20,5
Świętokrzyskie	248	44,8	17,7	12,5	17,3	19,8
Warmińsko-mazurskie	499	36,3	31,9	14,2	23,0	34,7
Wielkopolskie	687	42,9	20,2	11,2	14,0	16,3
Zachodniopomorskie	1449	19,0	20,2	13,2	15,0	22,3

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS.

Source: own work based on data of Statistics Poland.

O potencjale turystycznym regionów świadczy również wyposażenie turystycznych obiektów noclegowych w między innymi zaplecze konferencyjne i sportowo-rekreacyjne. Wiele turystycznych obiektów noclegowych rozbudowuje swoją ofertę o usługi konferencyjne. W 2017 r. na prowadzenie konferencji przygotowanych było prawie 35% obiektów w Polsce; wśród hoteli odsetek ten wyniósł niemal 80%, a w przypadku ośrodków szkoleniowo-wypoczynkowych – 70%. Największy odsetek obiektów posiadających sale konferencyjne odnotowano w województwie mazowieckim – ponad 50%, a najniższy w zachodniopomorskim – niecałe 20%.

Turyści preferujący aktywny wypoczynek mogą korzystać z obiektów noclegowych wyposażonych w zaplecze sportowo-rekreacyjne. Najczęściej mają do dyspozycji boiska do siatkówki lub koszykówki, które posiada 19% obiektów noclegowych, w tym co trzeci obiekt województwa warmińsko-mazurskiego oraz co czwarty w województwach: kujawsko-pomorskim i lubuskim. Wypożyczalnią sprzętu pływającego oraz turystycznego (np. rowery, kijki do nordic walking, narty, łyżwy, rolki) dysponuje ok. 1/3 obiektów zlokalizowanych w województwie warmińsko-mazurskim.

Kolejnym bardzo ważnym komponentem potencjału turystycznego jest baza gastronomiczna, która świadczy usługi żywieniowe nie tylko ludności zamieszkującej na stałe daną miejscowość, jak również turystom przebywającym czasowo w danym miejscu.

Bazę gastronomiczną, wykorzystywaną w celach turystycznych dzieli się na ogólnodostępną (otwartą) i środowiskową (zamkniętą). Środowiskowa baza żywieniowa występuje zazwyczaj w parze z bazą noclegową i służy turystom na zorganizowanych pobytach. Charakter tej bazy jest stołówkowy, gdzie posiłki wydawane są o określonej porze. Natomiast ogólnodostępna baza gastronomiczna służy potrzebom całej ludności. Zakładami gastronomicznymi typu żywieniowego, czyli takimi, które prowadzą sprzedaż obiadów i dań gorących oraz napojów o różnych porach dnia, są: restauracje, bary szybkiej obsługi, bary uniwersalne, jadłodajnie, pizzerie, bistra, bary mleczne itp. Terminem zakładów gastronomicznych typu uzupełniającego określa się miejsca, świadczące ograniczone usługi żywieniowe i stwarzające warunki do wypoczynku i spotkań towarzyskich. Są to: kawiarnie, herbaciarnie, bary kawowe, cukiernie, winiarnie, puby, cocktail-bary itp. W skład bazy gastronomicznej zaliczają się również punkty gastronomiczne, takie jak: bufety, pijalnie, smaźalnie i lodziarnie. Ważną charakterystyką tych punktów jest ich elastyczność, bowiem dostosowują się one do zmieniającego się ruchu turystycznego w aspekcie czasowym i przestrzennym. Czynne są zazwyczaj wyłącznie podczas szczytu sezonu, w regionach o dużym natężeniu turystycznym [Lijewski i in. 2008, s. 211-213].

Usługi gastronomiczne z reguły świadczone są przez samodzielne podmioty gastronomiczne, które równocześnie prowadzą działalność:

- przemysłową (produkcja gastronomiczna polegająca na przetworzeniu surowców spożywczych na potrawy, napoje, wyroby cukiernicze itp.);
- handlową (sprzedaż potraw, napojów, wyrobów cukierniczych i towarów handlowych);
- usługową (organizacja konsumpcji na miejscu, usługi kulturalno-rekreacyjne).

Dodatkowo, dość często usługi gastronomiczne nierozdzielnie połączone są z innymi usługami dla podróżnych, np. noclegowymi (restauracja w hotelu) lub transportowymi (posiłek w trakcie lotu samolotem lub podróży pociągiem). Usługi te mogą świadczyć albo specjalnie wydzielone działy gastronomiczne głównego usługodawcy (np. gastronomia hotelowa, LOT Catering), albo odrębne przedsiębiorstwa gastronomiczne, dzierżawiące pomieszczenia i środki lokomocji w celu uzupełniania podstawowej oferty [Stasiak 2007, s. 108].

**Tablica 21. Placówki gastronomiczne<sup>a</sup>**  
Table 21. Catering facilities<sup>a</sup>

Wyszczególnienie Specification	Ogółem Total	Restauracje Restaurants	Bary Bars	Stołówki Canteens	Punkty gastro- nomiczne Catering points	2014 = 100
		w odsetkach in percentage				
Polska POLAND	17 700	28,4	28,9	9,9	32,8	102,2
Dolnośląskie	1 84	26,9	47,8	8,6	16,7	120,5
Kujawsko-pomorskie	597	34,3	30,5	10,1	25,1	95,8
Lubelskie	427	46,1	21,5	9,1	23,2	96,4
Lubuskie	260	39,6	26,9	9,6	23,8	100,4
Łódzkie	734	30,0	33,8	10,1	26,2	93,5
Małopolskie	1844	32,3	24,7	8,4	34,6	110,2
Mazowieckie	5291	20,0	26,3	10,6	43,1	108,2
Opolskie	333	44,7	21,3	12,6	21,3	120,2
Podkarpackie	582	40,2	30,8	5,3	23,7	85,2
Podlaskie	314	32,5	29,6	9,2	28,7	101,3

a Dane dotyczą jednostek, w których pracowało więcej niż 9 osób.  
a Data refer to entities employing more than 9 persons.

**Tablica 21. Placówki gastronomiczne<sup>a</sup> (dok.)**  
Table 21. Catering facilities<sup>a</sup> (cont.)

Wyszczególnienie Specification	Ogółem Total	Restauracje Restaurants	Bary Bars	Stołówki Canteens	Punkty gastro- nomiczne Catering points	2014 = 100
		w odsetkach in percentage				
Pomorskie	1309	24,2	25,0	6,6	44,2	98,1
Śląskie	1475	31,4	25,6	11,7	31,3	80,0
Świętokrzyskie	521	22,1	26,5	5,2	46,3	132,6
Warmińsko-mazurskie	443	38,4	33,4	12,9	15,3	117,2
Wielkopolskie	990	39,0	25,5	9,6	26,0	80,4
Zachodniopomorskie	796	30,0	31,2	17,1	21,7	110,4

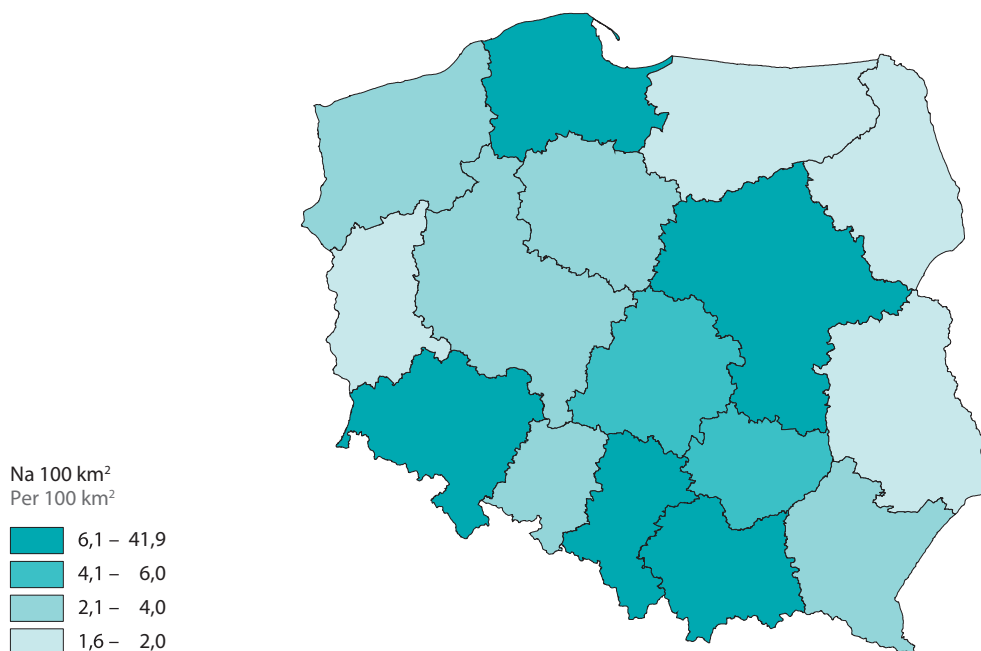
a Dane dotyczą jednostek, w których pracowało więcej niż 9 osób.

a Data refer to entities employing more than 9 persons.

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS.

Source: own work based on data of Statistics Poland.

Placówki gastronomiczne odgrywają istotną rolę w budowaniu potencjału turystycznego regionów w Polsce to głównie restauracje, bary, stołówki i punkty gastronomiczne. W końcu 2018 r. działalność prowadziło 17,7 tys. placówek gastronomicznych, z tego niemal 30% zlokalizowanych było w województwie mazowieckim. W porównaniu do 2014 r. liczba placówek gastronomicznych wzrosła o 375, w tym najbardziej wzrosła liczba punktów gastronomicznych (o 864); jednocześnie spadła liczba restauracji o 581. W przeliczeniu na 100 km<sup>2</sup> najwięcej placówek gastronomicznych funkcjonowało w województwie mazowieckim (15) oraz małopolskim i śląskim (po 12).



**Mapa 8. Placówki gastronomiczne<sup>a</sup> w 2018 r.**  
Map 8. Catering facilities<sup>a</sup> in 2018

a Dane dotyczą jednostek, w których pracowało więcej niż 9 osób.

a Data refer to entities employing more than 9 persons.

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS.

Source: own work based on data of Statistics Poland.



Gastronomia stała się ponadto dla wielu turystów atrakcją turystyczną, która często stanowi podstawowy cel podróży do danej destynacji turystycznej (turystyka kulinarna, turystyka gastronomiczna). Również z punktu widzenia zarządzania obszarem turystycznym, rozwój produktów gastronomicznych niesie z sobą wiele korzyści społecznych, ekonomicznych i promocyjnych. W warstwie społecznej przyczynia się do zachowania i dowartościowania sztuki kulinarnej, integruje lokalną społeczność (np. na etapie poszukiwania miejscowych specjałów, starań o ich rejestrację), podnosi samoocenę mieszkańców, rozwija ich lokalny patriotyzm, dumę z „małej ojczyzny”. W sferze ekonomicznej – pobudza rozwój lokalny, zwiększa przedsiębiorczość mieszkańców, sprzyja powstawaniu nowych miejsc pracy i dodatkowych źródeł dochodów [np. Hall 2003, Kowalczyk 2005]. Wolf [2004] wykazał, że rozwój gastronomii pozytywnie wpływa na koniunkturę w innych działach usług oraz inne sektory gospodarki lokalnej. Wypromowanie kuchni regionalnej oraz tradycyjnych produktów bez wątpienia wzmacnia potencjał turystyczny obszaru i sprzyja napływowi turystów. Dzięki temu zapobiega stagnacji (recesji) gospodarczej często peryferyjnych obszarów [Stasiak 2007, s. 126]. W 2018 r. w rejestrze Ministerstwa Rolnictwa i Rozwoju Wsi było zarejestrowanych 1908 produktów tradycyjnych. Najwięcej zarejestrowanych produktów – po ponad 200 – posiadały województwa: podkarpackie, małopolskie i lubelskie.

### 3.5. Dostępność bazy noclegowej dla osób niepełnosprawnych

#### 3.5. Availability of accommodation establishments for people with disabilities

Osoby niepełnosprawne, niezależnie od narodowości czy kraju zamieszkania, wykazują podobne potrzeby jak pozostała część społeczeństwa. Jedyna różnica polega na sposobie ich zaspokajania – dotyczy to również uczestnictwa w turystyce. Swobodne podróżowanie i przebywanie poza miejscem swojego zamieszkania jest ograniczone różnymi czynnikami, które w mniejszym stopniu bądź niemal w ogóle nie są odczuwane przez osoby nie dotknięte niepełnosprawnością [Grabowski, Milewska, Stasiak, 2007, s. 62]. Wśród czynników, które ograniczają dostęp osobom niepełnosprawnym do bycia aktywnym turystycznie, należą ograniczenia architektoniczne i urbanistyczne, w znacznej mierze związane z nieprzystosowaniem obiektów noclegowych właśnie dla osób niepełnosprawnych.

Dostępność bazy noclegowej dla osób niepełnosprawnych w Polsce i na świecie pozostawia wiele do życzenia. Zarówno w literaturze polskiej [Skalska, 2003; Błądek, 1993, 2003; Gałkowski, 1997; Jaranowska, 1990; Przeclawski, 1996 i inni], jak i zagranicznej [Panitz, 2000; Peninston, 1996; Seelman, Sweeney, 1995 i inni] najwięcej uwagi poświęca się barierom architektonicznym i urbanistycznym jako przyczynom niskiego poziomu uczestnictwa niepełnosprawnych w turystyce. Wydaje się, że w powszechnym odbiorze społecznym to właśnie te bariery uznawane są za główną przeszkodę w pełnym korzystaniu przez osoby niepełnosprawne z wypoczynku, w tym ze szczególnej jego formy – turystyki [Skalska 2003, s. 142]. Analizując dostępność bazy noclegowej, spotykamy się z większą ilością barier, a nie udogodnień (zwłaszcza architektonicznych i urbanistycznych). W związku z tym, niedostosowanie obiektów noclegowych do potrzeb osób niepełnosprawnych jest jedną z podstawowych przeszkód, na którą napotykają osoby niepełnosprawne chcące uprawiać aktywność turystyczną. Tymczasem z Rozporządzenia Ministra Infrastruktury z 2002 r. [Dz. U. z 2019 r., poz. 1065] w sprawie warunków technicznych, jakim powinny odpowiadać budynki i ich usytuowanie wynika, że hotel jako miejsce ogólnodostępne powinien być przystosowany także do potrzeb osób niepełnosprawnych. Hotele i wszystkie inne rodzaje bazy noclegowej powinny dawać osobom niepełnosprawnym fizycznie możliwość swobodnego wjechania do obiektu i poruszania się po nim. Osoby napotykają również bariery w wejściach do obiektu noclegowego, dlatego obiekty te powinny być wyposażone w drzwi rozwierane lub rozsuwane, przystosowane do ruchu osób niepełnosprawnych. Szerokość drzwi wejściowych musi być odpowiednia, tak aby wózek inwalidzki mógł przez nie przejechać. Z ww. rozporządzenia wynika, że dojazdy i dojścia do wejść obiektów noclegowych powinny być utwardzone i posiadać szerokość minimalną 1,5 m. Brak takich podjazdów stanowi poważną barierę dla osób niepełnosprawnych. Osoba mająca problemy z poruszaniem się nie ma możliwości dostania się do obiektu noclegowego. Podjazdy, bariery oraz podnośniki elektryczne dają taką możliwość. Po wjechaniu do obiektu noclegowego kolejną barierą dla osób niepełnosprawnych, poruszających się na wózku inwalidzkim, jest zbyt wysoka lada recepcyjna, której wysokość nie może przekraczać 0,90 m. Ponadto w sytuacji awarii windy schody są

najpoważniejszą barierą dla osoby z dysfunkcją ruchu. Odpowiednim rozwiązaniem jest stosowanie ramp, pochylni, podnośników i platform umożliwiających przemieszczanie się. Obiekt noclegowy powinien również uwzględniać ograniczenia i potrzeby osób poruszających się o kulach.

Kolejnym ograniczeniem dla osób niepełnosprawnych w obiektach noclegowych jest nieodpowiednia aranżacja pokoi. Pokój przystosowany dla osoby niepełnosprawnej ruchowo powinien uwzględniać powierzchnię manewrową wózka inwalidzkiego (pełny obrót wózka inwalidzkiego to 150 cm) jak również dawać możliwość korzystania ze wszystkich dostępnych elementów wyposażenia [Błądek 2003, s. 66-68].

Restauracja hotelowa to również miejsce, w którym liczne ograniczenia architektoniczne utrudniają dostęp osobie niepełnosprawnej do skorzystania z niej w pełni. W restauracji powinny być miejsca posiadające dodatkowe nakładki na stoły lub stoły o „talerzowych” podstawach. Dzięki takiemu rozwiązaniu osoba poruszająca się na wózku inwalidzkim ma możliwość głębszego podjazdu. Pozostałe usługi dodatkowe, które oferuje obiekt noclegowy (sauna, odnowa biologiczna, bilard itd.) również powinny być przystosowane do potrzeb osób niepełnosprawnych.

**Tablica 22. Udogodnienia dla osób niepełnosprawnych w turystycznych obiektach noclegowych w 2017 r.**  
Table 22. Facilities for people with disabilities in tourist accommodation establishments in 2017

Wyszczególnienie Specification	Obiekty posiadające Facilities with				
	pokoje przystosowane dla osób niepełnosprawnych ruchowo rooms adapted for people with reduced mobility	pochylnię wjazdową entrance ramp	drzwi automatycznie otwierane automatic doors	windę przystosowaną dla osób niepełnosprawnych ruchowo lift adapted for people with reduced mobility	parking z wyznaczonymi miejscami dla osób niepełnosprawnych ruchowo car park with places for people with reduced mobility
	w % ogółu obiektów in % of total facilities				
POLSKA POLAND	16,8	23,3	11,1	16,7	20,6
Dolnośląskie	19,8	22,1	12,9	22,6	20,1
Kujawsko-pomorskie	17,7	28,1	17,2	21,4	19,7
Lubelskie	19,3	28,3	7,6	15,5	20,7
Lubuskie	17,2	26,9	8,6	9,0	21,7
Łódzkie	20,2	29,4	12,8	18,4	27,9
Małopolskie	16,6	21,1	11,0	18,7	21,0
Mazowieckie	31,0	36,1	17,9	27,4	32,3
Opolskie	24,4	28,6	10,1	16,7	26,2
Podkarpackie	13,9	24,9	9,8	14,4	18,0
Podlaskie	13,5	27,0	11,6	16,2	27,4
Pomorskie	11,4	16,4	7,1	11,6	13,4
Śląskie	27,6	29,0	16,9	22,8	35,0
Świętokrzyskie	21,8	33,5	11,7	19,4	27,4
Warmińsko-mazurskie	17,8	21,6	7,8	12,2	16,4
Wielkopolskie	19,2	26,3	12,2	14,4	21,1
Zachodniopomorskie	7,3	17,0	9,8	12,7	15,3

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS.  
Source: own work based on data of Statistics Poland.

W celu przełamania barier osób niepełnosprawnych wynikających z ich dysfunkcji (zwłaszcza ruchowych), należy podejmować podstawowe działania zmierzające do niwelowania tych trudności, między innymi poprzez tworzenie niezbędnej infrastruktury w obiektach noclegowych (Tablica 22). W 2017 r. prawie ¼ obiektów (23,3%) posiadała pochylnię wjazdową, w ponad 11% obiektów zainstalowane były drzwi automatycznie otwierane, a windy przystosowane dla osób niepełnosprawnych znajdowały się w 16,7% obiektów. Parkingi z wyznaczonymi miejscami dla osób niepełnosprawnych posiadało natomiast 20,6% obiektów. Pokoje przystosowane dla osób niepełnosprawnych ruchowo oferowało 17% obiektów typu hotelowego (hotele, motele, pensjonaty, inne obiekty hotelowe). Najlepiej wyposażone w udogodnienia dla osób niepełnosprawnych były obiekty zlokalizowane w województwach: mazowieckim, łódzkim, dolnośląskim, świętokrzyskim, wielkopolskim. Wyposażenie obiektów w województwach w różne rodzaje udogodnień dla osób niepełnosprawnych jest zróżnicowane, niemniej jednak obserwuje się, iż coraz więcej obiektów przywiązuje większą wagę do tworzenia tego typu infrastruktury nie tylko ze względu na wymogi prawne [Rozporządzenie Ministra Gospodarki i Pracy z dnia 19 sierpnia 2004 r. w sprawie obiektów hotelarskich i innych obiektów, w których świadczony są usługi hotelarskie, Dz. U. z 2017 r. poz. 2166], ale również na wymogi rynkowe. Przełamwanie barier ma na celu również umożliwianie osobom niepełnosprawnym dostępu do wszystkich podstawowych usług, inwestowania w programy i usługi przeznaczone dla osób niepełnosprawnych czy nawet zmiany stereotypów dotyczących osób niepełnosprawnych [Żegleń, Grzywacz, 2016, s. 6].

Postulując powszechną likwidację barier architektonicznych w bazie noclegowej należy uwzględnić zasadę godzenia oczekiwań części niepełnosprawnych (zwłaszcza ruchowo) z zasadą maksymalizacji społecznego efektu użytkowego w relacji do poniesionych nakładów i rachunku utraconych korzyści (w ujęciu ilościowym i jakościowym) [Skalska 2003, s. 166, 173]. Korzyści wynikające z likwidacji barier architektonicznych w obiektach noclegowych rozważane są nie tylko z punktu widzenia osób niepełnosprawnych, ale również gestorów bazy noclegowej, ponieważ obiekty przystosowane do przyjmowania osób niepełnosprawnych stanowią o potencjale turystycznym regionu i jego atrakcyjności turystycznej w szerokim aspekcie społeczno-gospodarczym.

## Rozdział 4

### Chapter 4

## Zróżnicowanie terytorialne ruchu turystycznego

### Territorial diversity of tourist traffic

#### 4.1. Specyfika regionalnego ruchu turystycznego<sup>2</sup>

##### 4.1. Specificity of regional tourist traffic<sup>2</sup>

Duże przestrzenne zróżnicowanie potencjału turystycznego w Polsce znajduje odzwierciedlenie w specyfice regionalnego ruchu turystycznego, który wykazuje wyraźną tendencję wzrostową. W okresie objętym badaniami (lata 2014-2018) liczba turystów wzrosła z 64,0 mln w 2014 r. do 77,3 mln, co oznacza ponad 20% wzrost. Wzrost ten dotyczy zarówno turystów krajowych jak i zagranicznych (Tablica 23), przy czym dynamika tych ostatnich była nieco wyższa niż turystów krajowych i wzrost ten wyniósł 22,6%. Turyści zagraniczni, których liczba w 2018 r. wynosiła ponad 19,6 mln, stanowili 25,4% ogółu turystów.

Największa koncentracja ruchu turystycznego miała miejsce w czterech województwach: małopolskim (11,1 mln), pomorskim (10,1 mln), mazowieckim (9,8 mln) oraz zachodniopomorskim (8,7 mln). Wymienione województwa przejęły ponad połowę ruchu turystycznego w Polsce. Lidera ruchu w tym ilościowym ujęciu – województwo małopolskie – odwiedziło prawie 15% ogółu turystów.

Odnosząc ten rozkład turystów do charakterystyki potencjału turystycznego można stwierdzić, że są to regiony, których pewna przewaga wynikała z potencjału dużych miast w nich zlokalizowanych, dobrze skomunikowanych, z rozwiniętą bazą gastronomiczno-noclegową. W przypadku Warszawy dodatkowo ważną turystotwórczą rolę odgrywają funkcje metropolitalne miasta stołecznego, zaś w pozostałych trzech regionach znaczenie mają walory przyrodnicze i historyczne z nimi związane. Dla Małopolski walory przyrodnicze to przede wszystkim specyfika obszarów górskich i podgórszych, stanowiąca podstawę do rozwoju wielu całorocznych form turystyki, zaś dla województwa pomorskiego i zachodniopomorskiego atutem dla rozwoju turystyki jest niewątpliwie nadmorskie położenie.

Do regionów o najmniejszym natężeniu ruchu turystycznego mierzonego liczbą turystów odwiedzających region zalicza się województwa: opolskie, świętokrzyskie, łódzkie i lubuskie (Tablica 23). W tym gronie zdziwienie może budzić województwo łódzkie, biorąc pod uwagę potencjał turystyczny jednego z największych miast w Polsce, jakim jest Łódź.

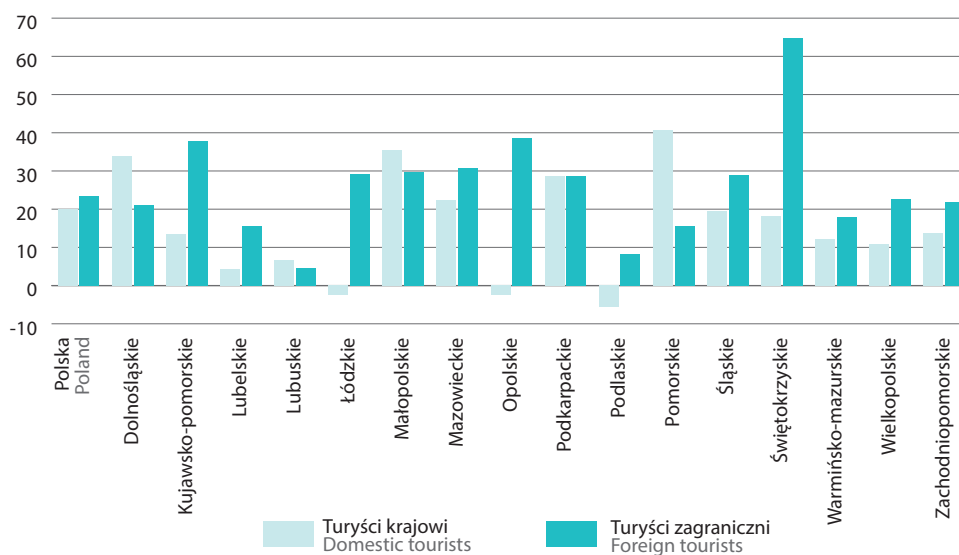
Duże zróżnicowanie wykazała również dynamika liczby turystów. W porównaniu z 2014 r. zwiększyła się

2. Informacje dotyczące turystów krajowych (mieszkańców Polski) pochodzą z reprezentacyjnego badania „Uczestnictwo mieszkańców Polski (rezydentów) w podróżach” prowadzonego w gospodarstwach domowych, z częstotliwością kwartalną. Źródłem danych o turystach zagranicznych jest kwartalne reprezentacyjne badanie przeprowadzane wśród turystów wyjeżdżających z Polski. Badanie prowadzone jest w otoczeniu wybranych przejść granicznych na wewnętrznej i zewnętrznej granicy UE na terenie Polski. Opis metody badania, doboru próby, technik zbierania danych, uogólniania wyników opisane zostały w Zeszytach Metodologicznych „Badania podróży rezydentów oraz przyjazdów nierezydentów do Polski”, Warszawa – Rzeszów 2015.

Turysta - osoba podróżująca do głównego miejsca docelowego znajdującego się poza jej zwykłym otoczeniem, na czas krótszy niż rok, w dowolnym głównym celu, w tym służbowym, wypoczynkowym lub innym celu osobistym, o ile nie jest nim zatrudnienie przez podmiot gospodarczy miejscowy dla odwiedzanego obszaru.

2. Information on domestic tourists (Polish citizens) comes from the sample survey „Participation of Polish citizens (residents) in trips” conducted in households quarterly. The source of data on foreign tourists is a quarterly sample survey conducted among tourists leaving Poland. The survey is conducted in the vicinity of selected border crossings on the internal and external borders of the EU on the territory of Poland. The description of the survey method, sample selection, data collection techniques, and generalisation of results are described in the Methodological Paper „Surveys of trips made by residents and arrivals of residents to Poland”, Warsaw – Rzeszów 2015. Tourist - a visitor taking a trip to a main destination outside his/her usual environment, for less than a year, for any main purpose, including business, leisure or other personal purpose, other than to be employed by a resident entity in the place visited.

liczba podróżujących turystów, zarówno krajowych jak i zagranicznych. Największy wzrost liczby turystów, znacznie powyżej średniej krajowej, odnotowano w województwach: małopolskim, pomorskim, dolnośląskim i podkarpackim. Nieznacznie zmniejszyła się natomiast liczba turystów odwiedzających województwo podlaskie. Liczba turystów z zagranicy w największym stopniu wzrosła w województwie świętokrzyskim – o 65%, a w przypadku turystów polskich w województwie pomorskim – o ponad 40% (Wykres 8).



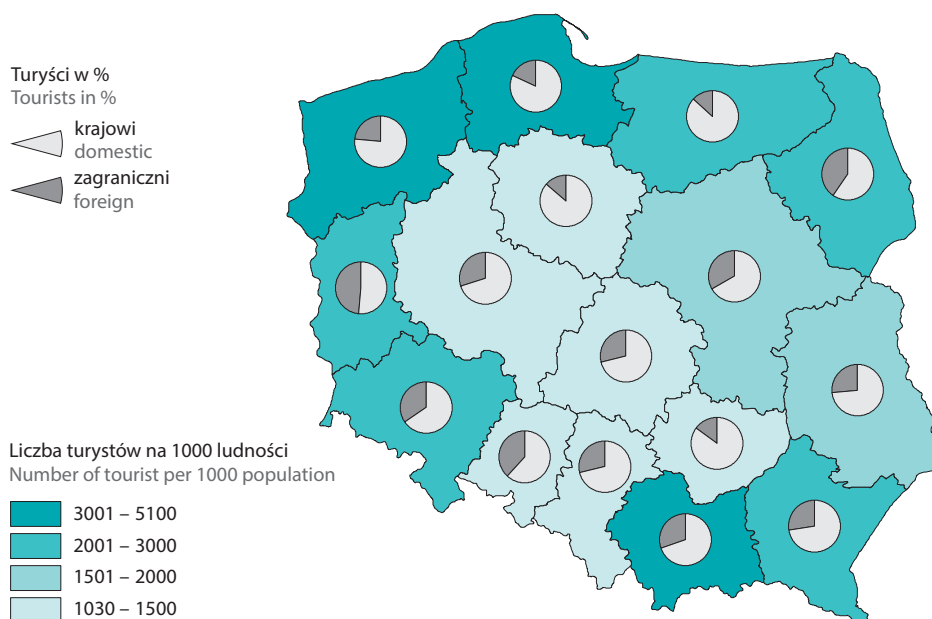
**Wykres 8. Dynamika liczby turystów w 2018 r. (2014=100)**  
Chart 8. Dynamics of the number of tourists in 2018 (2014=100)

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS.  
Source: own work based on data of Statistics Poland.

Rosnąca liczba turystów na określonym terytorium niewątpliwie świadczy o rozwoju turystyki i ma wymierny aspekt ekonomiczny. Jednak w świetle wyzwań wynikających z realizacji koncepcji zrównoważonego rozwoju ważne jest dostosowanie tej liczby do chłonności i pojemności danego miejsca, terytorium. Z tego punktu widzenia korzyści ekonomiczne z turystyki lepiej czerpać z mniejszej liczby turystów, ale wydających więcej pieniędzy, niż z dużej liczby generującej często ujemne efekty wewnętrzne. Stąd ważna jest ocena ruchu turystycznego. Wskaźnik intensywności ruchu turystycznego mierzony liczbą turystów w odniesieniu do liczby mieszkańców charakteryzuje się dużym zróżnicowaniem przestrzennym. Najintensywniej ruch turystyczny rozwija się na północy kraju, zwłaszcza w województwie zachodniopomorskim i pomorskim, gdzie wskaźnik ten przyjmuje najwyższe wartości. W 2018 r. do wymienionych województw przyjechało odpowiednio 5- i 4-krotnie więcej turystów niż wynosiła liczba mieszkańców. Wysokie wartości wskaźnik ten przyjęły także w województwach małopolskim i warmińsko-mazurskim, w których liczba turystów trzykrotnie przewyższała liczbę mieszkańców. Podobna natomiast jak liczba mieszkańców była liczba turystów, którzy odwiedzili województwa łódzkie i śląskie – wskaźnik odpowiednio 103 i 105 turystów w przeliczeniu na 100 mieszkańców (Mapa 9).

Miarą intensywności ruchu turystycznego jest również wskaźnik liczby turystów przypadających na 1 km<sup>2</sup>. Najwyższą wartość tego wskaźnika odnotowano w 2018 roku w północnych i południowych województwach Polski: małopolskim (734 osoby na 1 km<sup>2</sup>), pomorskim (550), śląskim i zachodniopomorskim (po 379 osób) oraz dolnośląskim (340). W województwach mazowieckim i podkarpackim wskaźnik gęstości ruchu turystycznego wyniósł ponad 250, zaś w pozostałych 9 województwach wahał się od 120 w województwie opolskim do 164 w warmińsko-mazurskim.

Wśród podróżujących po Polsce, jak już podkreślano, większość, bo prawie  $\frac{3}{4}$  stanowili turyści krajowi i w 2018 r. było ich 57,7 mln. Oznacza to, że mieszkaniec Polski odbył średnio więcej niż jedną podróż. Największy odsetek wizyt turystów krajowych wśród wizyt ogółem odnotowano w województwach: kujawsko-pomorskim, pomorskim, świętokrzyskim oraz warmińsko-mazurskim (ponad 80% ogółu turystów w województwie), a w przypadku turystów zagranicznych największy ich odsetek wystąpił województwach: lubuskim, podlaskim i opolskim, stanowiąc odpowiednio 49%, 40% i 38% ogółu turystów (Mapa 9).



**Mapa 9. Wskaźnik intensywności ruchu turystycznego według województw w 2018 r.**

Map 9. Tourist traffic intensity rate by voivodship in 2018

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS.  
Source: own work based on data of Statistics Poland.

**Tablica 23. Natężenie ruchu turystycznego**

Table 23. The intensity of tourist traffic

Wyszczególnienie Specification a – turyści krajowi domestic tourists b – turyści zagraniczni foreign tourists		2014	2015	2016	2017	2018
		w tys. in thousand				
POLSKA <sup>1</sup> POLAND <sup>1</sup>	a	48 038,5	50 240,4	51 522,8	55 246,7	57 667,4
	b	15 999,4	16 728,2	17 471,3	18 257,8	19 622,8
Dolnośląskie	a	3316,7	3576,6	3753,4	4082,3	4443,9
	b	1929,9	2005,9	2158,6	2260,9	2339,8
Kujawsko-pomorskie	a	2196,9	2208,7	2232,8	2308,9	2493,0
	b	295,2	356,5	366,4	390,5	406,5
Lubelskie	a	2667,5	2738,0	2558,0	2789,1	2784,2
	b	873,9	900,9	960,2	996,1	1010,8
Lubuskie	a	1006,4	1065,9	960,0	1140,4	1073,0
	b	973,2	998,7	1028,4	1055,9	1016,8
Łódzkie	a	1898,1	1762,5	1718,0	1879,7	1850,2
	b	581,3	646,8	686,1	726,0	751,9
Małopolskie	a	5740,4	6358,5	6929,1	7282,9	7777,1
	b	2598,8	2800,4	3049,4	3204,9	3368,6
Mazowieckie	a	5366,4	5458,7	5980,0	6376,4	6560,9
	b	2511,8	2715,6	2983,6	3180,8	3282,8

<sup>1</sup> Łączna liczba wizyt turystów odwiedzających województwa jest większa niż liczba podróży turystów dla Polski, gdyż część turystów podczas jednej podróży odwiedziła więcej niż jedno województwo

<sup>1</sup> The total number of visits of tourists visiting voivodships is higher than the number of tourist trips for Poland, as some tourists visited more than one voivodship during one trip.

**Tablica 23. Natężenie ruchu turystycznego (dok.)**  
**Table 23. The intensity of tourist traffic (cont.)**

Wyszczególnienie Specification a – turyści krajowi domestic tourists b – turyści zagraniczni foreign tourists		2014	2015	2016	2017	2018
		w tys. in thousand				
Opolskie	a	717,9	662,5	679,5	656,0	700,0
	b	313,2	359,5	403,5	419,1	433,9
Podkarpackie	a	2609,9	3068,7	3058,7	3270,0	3355,9
	b	984,9	1013,5	1067,0	1099,4	1266,1
Podlaskie	a	1647,6	1498,9	1405,3	1487,0	1554,8
	b	972,4	1013,6	1049,4	1061,7	1052,5
Pomorskie	a	5866,7	6565,6	7052,2	7579,9	8250,0
	b	1576,3	1616,9	1699,8	1775,4	1822,3
Śląskie	a	2790,5	2946,3	3008,0	3219,3	3336,3
	b	1036,9	1111,6	1221,4	1280,8	1338,0
Świętokrzyskie	a	1145,2	1170,7	1275,0	1295,4	1352,8
	b	144,3	185,5	218,3	228,9	237,6
Warmińsko-mazurskie	a	3058,9	2997,3	2979,0	3260,8	3434,2
	b	445,8	502,7	505,2	527,7	525,9
Wielkopolskie	a	2482,4	2572,2	2527,9	2683,4	2751,3
	b	962,3	1015,9	1088,5	1139,6	1179,8
Zachodniopomorskie	a	5836,8	5872,0	5922,0	6629,4	6641,9
	b	1676,4	1753,8	1854,4	1955,3	2043,5

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS.  
 Source: own work based on data of Statistics Poland.

W całym analizowanym okresie, głównym celem podróży turystów, zarówno krajowych jak i zagranicznych, były odwiedziny u krewnych lub znajomych, którzy udostępniali im również miejsca noclegowe (Tablice 24, 25).

W 2018 r. taki motyw podawało 47% turystów krajowych. W stosunku do roku 2014 nastąpił spadek tego odsetka (z 52% do 47%). W poszczególnych regionach występowało jednak duże zróżnicowanie tego wskaźnika. Największy odsetek turystów odwiedzających rodziny, znajomych i krewnych w 2018 r. wystąpił w województwie mazowieckim (78%), lubelskim (68%) i łódzkim (66%). Najniższym zaś charakteryzowały się województwa: pomorskie (29%), małopolskie (niecałe 35%) i zachodniopomorskie (prawie 38%). Tendencja spadkowa dotyczyła (z wyjątkiem województw: lubelskiego, mazowieckiego i świętokrzyskiego) wszystkich regionów (Tablica 24).

Kolejnym głównym motywem podróży był wypoczynek, wakacje, rekreacja. W tym przypadku odnotowano wzrost udziału podróżujących w tym celu z 39,4% w 2014 r. do 44,3% w 2018 r. (średnia dla kraju). Przy tym średnią krajową zdecydowanie przewyższało sześć województw, a do liderów należy zaliczyć województwa: pomorskie (64,7%), małopolskie (57,4%) i zachodniopomorskie (53,9%). Na drugim biegunie znalazły się województwa: mazowieckie – 20,0%, łódzkie – 24,4% i lubelskie – 26,1% (Tablica 24).

Tylko ok. 9% turystów krajowych podróżowało z powodu innych celów (m.in. zdrowotnego, służbowego, religijnego). Podróżowanie w celach zdrowotnych związane było z działalnością uzdrowiskową w województwach, a w celach religijnych z odwiedzaniem miejsc kultu religijnego.

Z badań turystycznych obiektów noclegowych wynika, że turyści korzystający z odpłatnego zakwaterowania najdłużej przebywają w województwach: zachodniopomorskim (średnio 6 dni) oraz pomorskim i kujawsko-pomorskim (5 dni), a najkrócej w mazowieckim, łódzkim i wielkopolskim (ok. 2 dni).

**Tablica 24. Przyjazdy turystów krajowych do województw według głównego celu**  
**Table 24. Arrivals of domestic tourists to voivodships by main purpose**

Wyszczególnienie Specification  a – 2014 b – 2018		Ogółem Total	Wypo- czynek , rekreacja, wakacje Leisure, recreation, holiday	Odwiedziny u krewnych lub znajo- mych Visiting family or friends	Zdrowot- ny Health related	Religijny, piel- grzymka Religious, pilgrim- age	Służbowy Profes- sional	Inny <sup>1</sup> Other <sup>1</sup>
POLSKA POLAND	a	100,0	39,4	51,8	2,5	1,1	2,6	2,5
	b	100,0	44,3	47,0	2,6	1,1	3,0	2,1
Dolnośląskie	a	100,0	39,4	49,9	3,5	0,9	3,3	2,8
	b	100,0	51,0	39,7	3,3	1,6	1,8	2,6
Kujawsko-pomorskie	a	100,0	27,2	62,8	4,9	0,7	2,0	2,3
	b	100,0	35,8	53,1	7,1	0,9	2,3	0,8
Lubelskie	a	100,0	25,9	65,4	3,3	0,9	1,7	2,8
	b	100,0	26,1	67,7	1,8	0,0	3,0	1,5
Lubuskie	a	100,0	26,2	63,6	2,9	1,2	2,0	4,1
	b	100,0	31,9	61,4	2,1	0,1	3,7	0,9
Łódzkie	a	100,0	23,5	68,0	1,0	0,9	3,2	3,4
	b	100,0	24,4	65,9	0,9	0,1	4,5	4,2
Małopolskie	a	100,0	51,2	39,2	3,0	1,3	2,5	2,8
	b	100,0	57,4	34,6	1,5	1,1	3,3	2,1
Mazowieckie	a	100,0	21,5	66,1	2,2	0,7	5,7	3,7
	b	100,0	20,0	70,1	1,4	0,8	3,9	3,8
Opolskie	a	100,0	18,3	76,1	1,2	1,0	1,9	1,6
	b	100,0	38,4	51,5	4,0	0,9	1,1	4,1
Podkarpackie	a	100,0	41,4	51,8	2,6	0,8	1,9	1,5
	b	100,0	53,1	38,6	3,3	0,7	2,7	1,6
Podlaskie	a	100,0	24,8	67,2	1,6	0,9	2,3	3,3
	b	100,0	29,1	61,9	2,1	2,0	2,8	2,2
Pomorskie	a	100,0	65,9	29,2	1,6	0,3	1,6	1,3
	b	100,0	64,7	29,1	1,2	0,1	3,2	1,6
Śląskie	a	100,0	32,3	54,5	2,6	2,1	5,2	3,3
	b	100,0	32,0	53,6	3,2	4,7	3,4	3,1
Świętokrzyskie	a	100,0	33,1	56,2	4,2	2,4	1,6	2,6
	b	100,0	30,2	58,7	6,1	1,0	2,2	1,8
Warmińsko-mazurskie	a	100,0	46,8	48,2	1,0	0,5	1,6	1,8
	b	100,0	49,4	44,0	0,6	1,7	3,7	0,5
Wielkopolskie	a	100,0	17,8	70,8	0,9	2,6	4,5	3,3
	b	100,0	27,2	60,5	3,3	3,5	4,7	0,8
Zachodniopomorskie	a	100,0	52,7	39,7	3,6	0,5	1,8	1,8
	b	100,0	53,9	37,5	4,7	0,6	1,6	1,8

<sup>1</sup> Np. kulturalny, sportowy, edukacyjny, zakupy.

<sup>1</sup> E.g. cultural, sport, educational, shopping.

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS.

Source: own work based on data of Statistics Poland.



**Tablica 25. Przyjazdy turystów zagranicznych do województw według głównego celu**  
**Table 25. Arrivals of foreign tourists to voivodships by main purpose**

Wyszczególnienie Specification  a – 2014 b – 2018		Ogółem Total	Wypo- czynek, rekreacja, wakacje Leisure, recreation, holiday	Odwiedziny u krewnych lub znaj- omych Visiting family or friends	Zdrowot- ny Health related	Zakupy Shopping	Służbowy Profes- sional	Inny <sup>1</sup> Other <sup>1</sup>	w % in %							
POLSKA POLAND	a	100,0	27,5	38,8	0,6	4,9	18,6	9,5								
	b	100,0	31,1	33,0	1,2	6,0	23,3	7,2								
Dolnośląskie	a	100,0	19,3	49,0	1,3	2,8	19,2	8,5								
	b	100,0	26,0	44,2	1,8	2,2	22,7	3,1								
Kujawsko-pomorskie	a	100,0	13,1	48,9	0,7	1,7	20,6	15,1								
	b	100,0	24,1	35,4	0,1	2,0	33,1	5,1								
Lubelskie	a	100,0	13,3	36,1	0,2	27,4	13,6	9,4								
	b	100,0	11,4	28,3	0,8	27,9	20,9	10,7								
Lubuskie	a	100,0	29,0	49,5	0,0	2,5	14,8	4,1								
	b	100,0	14,8	57,3	1,6	6,1	15,2	4,9								
Łódzkie	a	100,0	9,1	31,8	0,6	4,4	41,2	12,9								
	b	100,0	13,4	35,3	0,9	3,2	40,9	6,3								
Małopolskie	a	100,0	58,5	20,1	0,6	0,6	12,0	8,3								
	b	100,0	43,1	28,1	0,9	1,0	22,5	4,4								
Mazowieckie	a	100,0	23,0	17,1	0,3	7,3	30,5	21,8								
	b	100,0	30,1	15,6	0,5	3,5	40,2	10,2								
Opolskie	a	100,0	9,7	80,4	0,5	0,2	3,9	5,3								
	b	100,0	21,6	66,4	1,3	0,3	6,9	3,5								
Podkarpackie	a	100,0	19,1	42,8	0,0	4,4	25,9	7,7								
	b	100,0	21,5	34,0	1,0	20,9	18,0	4,6								
Podlaskie	a	100,0	4,2	34,8	0,5	24,5	23,8	12,1								
	b	100,0	15,2	27,1	0,3	29,0	23,7	4,6								
Pomorskie	a	100,0	62,9	11,7	0,6	9,1	8,6	7,0								
	b	100,0	55,7	22,2	1,1	2,6	13,6	4,8								
Śląskie	a	100,0	8,0	57,9	0,0	0,3	29,9	3,8								
	b	100,0	14,8	62,7	2,0	1,4	16,4	2,8								
Świętokrzyskie	a	100,0	5,3	72,7	0,1	1,1	19,6	1,3								
	b	100,0	14,6	40,8	0,0	2,6	39,5	2,5								
Warmińsko-mazurskie	a	100,0	34,3	25,4	0,6	13,3	8,7	17,7								
	b	100,0	46,8	29,7	0,9	4,2	14,5	3,9								
Wielkopolskie	a	100,0	6,8	38,9	1,1	3,7	37,0	12,5								
	b	100,0	20,0	36,6	1,9	1,9	34,1	5,5								
Zachodniopomorskie	a	100,0	33,7	20,7	0,2	19,8	14,7	10,9								
	b	100,0	54,2	28,3	2,9	3,2	8,9	2,5								

1 Np. edukacyjny, religijny.

1 E.g. educational, religious.

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS.  
 Source: own work based on data of Statistics Poland.

W odniesieniu do odwiedzin turystów zagranicznych, oprócz głównych motywów przyjazdu charakterystycznych dla turystów polskich, dochodzi jeszcze z rosnącym udziałem – o ponad 5% w okresie badań – kolejny, a mianowicie przyjazdy służbowe, stanowiące w 2018 r. 23,3% ogółu przyjazdów.

W celu wypoczynku i rekreacji przyjechało do Polski 5,4 mln turystów zagranicznych i odbyli oni 6,9 mln wizyt. Najczęściej odwiedzane było województwo małopolskie, w którym w 2018 r. odnotowano 1,5 mln wizyt, co stanowiło 21,1% wizyt turystów zagranicznych w tym celu w Polsce. Po ok. 1 mln turystów przyjechało na wypoczynek do województwa dolnośląskiego, mazowieckiego, pomorskiego i zachodniopomorskiego. Przy tym dla pomorskiego było to 57,7%, a dla zachodniopomorskiego 54,2% ogółu turystów (Tablica 25).

W całym analizowanym okresie najwięcej turystów zagranicznych w celach służbowych przyjeżdżało do 5 województw: dolnośląskiego, łódzkiego, małopolskiego, mazowieckiego i wielkopolskiego. W 2018 r. do wymienionych województw przyjechało 3,3 mln turystów, w tym 1,3 mln do województwa mazowieckiego i 0,8 mln do małopolskiego.

Specyfiką przyjazdów turystów zagranicznych do Polski jest duży udział – 33,0% w 2018 r. – odwiedzających krewnych i znajomych. Jest to efekt dużej emigracji zarobkowej w ostatniej dekadzie XX wieku i na początku XXI w. Osoby, które wyjechały i ich rodziny stanowią właśnie znaczącą część turystów zagranicznych odwiedzających nasz kraj. Największą grupę stanowili oni w województwie opolskim – 66,4%, śląskim – 62,7% oraz lubuskim – 57,3% (Tablica 25).

Z badań turystycznej bazy noclegowej wynika, że turyści zagraniczni korzystający z odpłatnego zakwaterowania najdłużej przebywają w województwach: zachodniopomorskim (niecałe 6 dni), a najkrócej w lubelskim, lubuskim podkarpackim, podlaskim (niecałe 3 dni).

**Tablica 26. Zwiedzający parki narodowe, muzea, uczestnicy imprez, kuracjusze, pielgrzymi**  
Table 26. Visitors to national parks, museums, event participants, patients, pilgrims

Wyszczególnienie Specification  a – 2014 b – 2018		Zwiedzający parki narodowe Visitors to national parks	Zwiedzający muzea i wystawy Visitors to museums and exhibitions	Widzowie w teatrach i instytucjach muzycznych Audience at theatres and music institutions	Uczestnicy imprez masowych Participants of mass events	Kuracjusze w zakładach lecznictwa uzdrowiskowego Patients in health establishments	Uczestnicy wycieczek organizowanych przez PTTK <sup>1</sup> Participants of tours organized by PTTK <sup>1</sup>	Pielgrzymi <sup>2</sup> Pilgrims <sup>2</sup>
		w tys. in thousand						
POLSKA POLAND	a	11799,5	30609,4	12262,2	23253,9	704,8	599,1	18858
	b	14035,4	38124,4	14895,5	27615,2	759,8	585,3	.
Dolnośląskie	a	2367,0	1809,2	837,6	2500,9	98,3	44,0	580
	b	3063,0	2035,7	1212,3	2503,2	97,2	40,3	.
Kujawsko-pomorskie	a	-	835,4	678,5	1667,8	131,0	36,6	238
	b	-	1153,9	664,2	1669,3	148,5	37,4	.
Lubelskie	a	148,0	1092,2	203,5	620,8	25,6	21,4	771
	b	316,4	1405,6	349,5	884,2	28,2	19,5	.
Lubuskie	a	59,6	218,9	839,0	799,4	-	9,7	250
	b	45,3	266,7	580,3	767,2	-	9,5	.
Łódzkie	a	-	1123,5	550,2	1053,1	1,9	30,7	188
	b	-	940,0	780,8	1493,7	1,9	25,4	.
Małopolskie	a	4366,6	8038,2	1160,5	2226,9	86,1	52,4	6279
	b	5582,3	10503,0	1633,8	2482,7	87,3	58,3	.

1 W 2014 r. – bez 0,8 tys. uczestników wycieczek i imprez zorganizowanych przez Zarząd Główny PTTK. 2 Dane dotyczą 2011 r.  
1 In 2014 – without 0.8 thousand participants of tours and events organized by the Main Board of PTTK. 2 Data for 2011.

**Tablica 26. Zwiedzający parki narodowe, muzea, uczestnicy imprez, kuracjusze, pielgrzymi (dok.)**  
 Table 26. Visitors to national parks, museums, event participants, patients, pilgrims (cont.)

Wyszczególnienie Specification  a – 2014 b – 2018		Zwiedzający parki narodowe Visitors to national parks	Zwiedzający muzea i wystawy Visitors to museums and exhibitions	Widzowie w teatrach i instytucjach muzycznych Audience at theatres and music institutions	Uczestnicy imprez masowych Participants of mass events	Kuracjusze w zakładach lecznictwa uzdrowskiego Patients in health establishments	Uczestnicy wycieczek organizowanych przez PTTK <sup>1</sup> Participants of tours organized by PTTK <sup>1</sup>	Pielgrzymi <sup>2</sup> Pilgrims <sup>2</sup>
		w tys. in thousand						
Mazowieckie	a	1000,0	9026,0	3202,0	3153,5	1,0	73,6	1081
	b	1000,0	11370,1	4049,7	3998,1	3,7	68,4	.
Opolskie	a	-	222,8	180,9	334,1	-	19,0	433
	b	-	401,3	201,1	453,7	-	21,4	.
Podkarpackie	a	395,0	1423,2	225,4	960,9	55,1	32,8	813
	b	639,0	1260,9	208,6	991,2	61,1	31,4	.
Podlaskie	a	282,3	472,3	300,5	531,3	2,3	4,7	220
	b	362,1	441,5	404,9	539,1	7,1	4,6	.
Pomorskie	a	337,0	2149,1	884,7	2269,8	24,9	41,4	118
	b	357,7	3639,1	913,3	2654,5	20,2	51,9	.
Śląskie	a	-	1423,5	1335,8	3402,4	35,3	91,9	4751
	b	-	1513,3	1620,4	4235,6	38,2	87,8	.
Świętokrzyskie	a	135,0	683,0	294,4	184,0	54,8	28,1	630
	b	149,0	643,5	440,1	729,5	64,4	13,4	.
Warmińsko-mazurskie	a	-	507,6	386,4	579,9	5,6	20,9	386
	b	-	632,5	404,2	572,6	7,5	36,2	.
Wielkopolskie	a	1200,0	1109,4	738,9	1911,0	-	56,1	2120
	b	1010,0	1290,3	785,0	2347,2	-	59,3	.
Zachodniopomorskie	a	1509,0	475,1	444,0	1058,3	182,9	34,7	-
	b	1510,5	627,0	647,3	1293,4	194,6	20,4	.

<sup>1</sup> W 2014 r. – bez 0,8 tys. uczestników wycieczek i imprez zorganizowanych przez Zarząd Główny PTTK. <sup>2</sup> Dane dotyczą 2011 r.

<sup>1</sup> In 2014 – without 0.8 thousand participants of tours and events organized by the Main Board of PTTK. <sup>2</sup> Data for 2011.

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS.

Source: own work based on data of Statistics Poland.

Odzwierciedleniem specyfiki ruchu turystycznego jest analiza ruchu turystycznego związanego z potencjałem przyrodniczym, walorami historycznymi oraz korzystaniem z infrastruktury uzdrowskowej i imprezami kulturalno-turystycznymi. Walory środowiska przyrodniczego oraz dziedzictwo kulturowe stanowią endogeniczny potencjał danego terytorium - obiektywne wewnętrzne uwarunkowania rozwoju, często decydujące o jego specyficzności i niepowtarzalności. Dlatego w literaturze przedmiotu takie walory są powszechnie wskazywane jako czynnik sprzyjający rozwojowi, a w zapisach dokumentów strategicznych, tworzonych na różnych poziomach i w założeniach różnych polityk, są one identyfikowane jako atuty jednostek dysponujących takimi walorami [Ślusarz 2018, s.249], które wykorzystywane są w działaniach na rzecz rozwoju turystyki. Stąd też ogólnie obserwuje się wzrost zainteresowania walorami przyrodniczymi

województw, ich dziedzictwem kulturowym oraz udziałem w różnego rodzaju imprezach, co znajduje odzwierciedlenie w rosnącej liczbie turystów podróżujących po Polsce. Zwiększała się również liczba osób podróżujących w celach zdrowotnych, dużo osób uczestniczyło także w pielgrzymkach do miejsc kultu religijnego. W 2018 r. ponad 38 mln osób (tj. o 25% więcej niż w 2014 r.) zwiedziło muzea i organizowane przez nie wystawy, w tym najwięcej, bo po ponad 10 mln w województwach mazowieckim i małopolskim. Niemal 20% więcej osób niż w 2014 r. uczestniczyło w zorganizowanych imprezach masowych o charakterze artystycznym, rozrywkowym lub sportowym, jak również w spektaklach i koncertach zorganizowanych przez teatry i instytucje muzyczne. W 2018 r. w imprezach masowych wzięło udział prawie 28 mln osób, w tym po ok. 4 mln osób w imprezach zorganizowanych w województwach śląskim i mazowieckim. W spektaklach teatralnych i koncertach muzycznych uczestniczyło natomiast niemal 15 mln osób, w tym najwięcej, bo 4 mln w województwie mazowieckim. Nierównomierny rozkład liczby kuracjuszy w zakładach uzdrowiskowych i zwiedzających parki narodowe jest zdeterminowany występowaniem określonych walorów przyrodniczych. Najwięcej osób korzystających z lecznictwa uzdrowiskowego w całym analizowanym okresie było w województwach: zachodniopomorskim (niecałe 200 tys.), kujawsko-pomorskim (ok. 150 tys.), dolnośląskim (ok. 100 tys.) i małopolskim (niecałe 90 tys.).

Wśród 14 mln osób, które w 2018 r. zwiedziły parki narodowe w Polsce 40% przebywało w parkach narodowych położonych na terenie województwa małopolskiego.

**Tablica 27. Główny rodzaj wykorzystywanego przez turystów środka transportu w 2018 r.**  
Table 27. Main means of transport used by tourists in 2018

Wyszczególnienie Specification  a – turyści krajowi domestic tourists b – turyści zagraniczni foreign tourists	Ogółem Total	W tym Of which			
		kolejowy train	autobusowy, auto- karowy <sup>1</sup> bus, coach <sup>1</sup>	pojazdy silnikowe prywatne i wynajęte private and rented motor vehicles	
		w %	in %		
POLSKA POLAND	a	100,0	8,9	12,8	77,8
	b	100,0	3,2	10,9	82,5
Dolnośląskie	a	100,0	10,1	12,6	77,2
	b	100,0	0,9	6,0	91,4
Kujawsko-pomorskie	a	100,0	8,4	11,2	79,3
	b	100,0	12,9	4,8	81,6
Lubelskie	a	100,0	4,1	11,8	83,0
	b	100,0	2,3	23,7	73,5
Lubuskie	a	100,0	4,8	13,5	81,1
	b	100,0	0,9	3,1	95,0
Łódzkie	a	100,0	11,4	15,7	72,8
	b	100,0	4,7	5,9	88,8
Małopolskie	a	100,0	6,8	18,8	73,9
	b	100,0	3,3	21,7	71,5
Mazowieckie	a	100,0	10,4	11,7	76,8
	b	100,0	4,2	16,1	71,3
Opolskie	a	100,0	5,5	12,2	81,4
	b	100,0	0,0	1,1	98,8

<sup>1</sup> Regularny, turystyczny.  
1 Regular, tourist.

**Tablica 27. Główny rodzaj wykorzystywanego przez turystów środka transportu w 2018 r. (dok.)**  
 Table 27. Main means of transport used by tourists in 2018 (cont.)

Wyszczególnienie Specification		Ogółem Total	W tym Of which		
			kolejowy train	autobusowy, auto- karowy <sup>1</sup> bus, coach <sup>1</sup>	pojazdy silnikowe prywatne i wynajęte private and rented motor vehicles
a – turyści krajowi domestic tourists	b – turyści zagraniczni foreign tourists		w %	in %	
Podkarpackie	a	100,0	5,2	15,3	79,1
	b	100,0	3,7	12,8	81,2
Podlaskie	a	100,0	6,6	9,3	83,8
	b	100,0	1,3	5,6	92,8
Pomorskie	a	100,0	11,0	8,4	80,2
	b	100,0	5,6	11,1	76,5
Śląskie	a	100,0	9,7	11,0	78,3
	b	100,0	3,0	1,0	94,0
Świętokrzyskie	a	100,0	4,6	25,0	69,5
	b	100,0	1,0	6,5	92,2
Warmińsko-mazurskie	a	100,0	5,4	9,1	84,7
	b	100,0	1,2	13,4	83,7
Wielkopolskie	a	100,0	11,0	13,1	75,6
	b	100,0	2,5	3,6	91,5
Zachodniopomorskie	a	100,0	12,5	11,8	75,4
	b	100,0	3,6	5,0	88,0

<sup>1</sup> Regularny, turystyczny.

<sup>1</sup> Regular, tourist.

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS.

Source: own work based on data of Statistics Poland.

Powszechnie uważa się, że nerwem gospodarki, w tym zwłaszcza turystyki, jest transport. Stąd też infrastruktura komunikacyjna i związana z tym dostępność komunikacyjna często odgrywają decydującą rolę w rozwoju turystyki. Na obecnym etapie turyści podróżują po Polsce głównie pojazdami silnikowymi (prywatnymi lub wynajętymi). Średnio ok. 80% turystów zarówno krajowych jak i zagranicznych przyjeżdżających do poszczególnych województw wykorzystuje ten rodzaj środka transportu. Przy tym różnice pomiędzy województwami są dość duże, bo dla turystów zagranicznych ten wskaźnik waha się od 71,3% w województwie mazowieckim do 98,3% w województwie opolskim, a dla turystów krajowych od 69,5% w województwie świętokrzyskim do 84,7% w województwie warmińsko-mazurskim (Tablica 27).

Powyżej 10% turystów podróżujących po Polsce korzysta również z transportu autobusowego. Spośród pozostałych środków transportu, turyści krajowi częściej korzystają z transportu kolejowego, a turyści zagraniczni – z transportu lotniczego.

## 4.2. Wpływ wydatków związanych z podróżami<sup>3</sup> na procesy wzrostu gospodarczego

### 4.2. Influence of tourism expenditure<sup>3</sup> on economic growth processes

W ujęciu ekonomicznym turystyka stanowi istotną dziedzinę działalności gospodarczej. Daje ona szansę na odkrywanie i takie wykorzystanie posiadanego potencjału, posiadanych przez kraj walorów przyrodniczych i kulturowych, które przynoszą korzyści gospodarcze. Jest ona także impulsem dynamizującym rozwój społeczno-ekonomiczny i wzrost produktu krajowego brutto (PKB), co przejawia się w jej zdolności do tworzenia nowych miejsc pracy, ograniczania bezrobocia, stymulowania inwestycji i wpływów do budżetu, redystrybucji dochodów z regionów bogatszych do biedniejszych oraz podnoszenia jakości życia lokalnych społeczności (przez zwiększony dostęp do wielu różnorodnych produktów, powstałych na potrzeby turystów lub (i) z dochodów uzyskanych z ich obsługi) [Seweryn, 2017]. Korzyści te można określić mianem tzw. efektu mnożnikowego, indukowanego wydatkami związanymi z turystyką, co zaliczamy do pozytywnych efektów rozwoju turystyki. Jednak w kontekście rozważań ekonomicznych nad turystyką nie należy zapominać również o negatywnych efektach zewnętrznych jej rozwoju, w tym często podkreślanym efekcie gapowicza [Kachniewska, Nawrocka, Niezgodna, Pawlicz, 2012, s. 248-260].

Są to zagadnienia trudne do jednoznacznej oceny, ale jednocześnie ważne w całościowej ocenie wpływu turystyki na wzrost i rozwój społeczno-gospodarczy. Ponieważ jest ściśle powiązana z wieloma sektorami gospodarki i nie jest utożsamiana z żadnym sektorem instytucjonalnym, to oszacowanie jej udziału w tworzeniu PKB. Określa się go z wykorzystaniem metodologii rachunków satelitarnych. Ze względu na brak odpowiednich danych statystycznych rachunki satelitarne opracowuje się tylko dla kraju. Ostatni pełny rachunek satelitarny turystyki dla Polski został opracowany za rok 2013, w którym wkład turystyki w tworzenie PKB został określony na poziomie 1,3%.

W okresie objętym badaniami 2014-2018 wydatki turystów związane z podróżami wynosiły średnio w roku 57 mld zł, w tym większość (54% ogółu wydatków) ponosili turyści zagraniczni. Największe wydatki ponosili turyści odwiedzający województwa małopolskie – niemal 13 mld zł średnio w ciągu roku oraz mazowieckie – 7 mld zł; w województwach tych odnotowano również najwyższe wydatki turystów zagranicznych podróżujących po Polsce (odpowiednio 2 mld zł i 1 mld zł).

W 2018 r. turyści ponieśli w związku z podróżami wydatki ogółem w wysokości 67,5 mld zł, co daje średnio w każdym województwie po ponad 4 mld zł. Prawie 15 mld zł wydali turyści w związku z podróżami do województw małopolskiego, a powyżej 5 mld zł do: dolnośląskiego, mazowieckiego, pomorskiego i zachodniopomorskiego. Na drugim biegunie znalazły się województwa: świętokrzyskie (0,9 mld zł), lubuskie (1,1 mld zł) oraz podlaskie (1,4 mld zł) (Tablica 28). Jak z powyższego widać, pomiędzy skrajnymi

3. Wydatki związane z podróżą obejmują kwoty na nabycie usług i dóbr konsumpcyjnych (w tym również trwałych dóbr konsumpcyjnych i przedmiotów o dużej wartości) poniesione przed i w czasie podróży w formie gotówkowej i bezgotówkowej (np. kartą płatniczą, przelewem) bezpośrednio przez osoby podróżujące, jak również finansowane lub refundowane przez zakład pracy, inne osoby, instytucje. Obejmują wszystkie wydatki związane z podróżą nawet, jeśli usługi zostały zarezerwowane i opłacone przed podróżą lub jeśli rzeczywista płatność nastąpiła po zakończeniu podróży. Natomiast nie obejmują wydatków na zakup towarów przeznaczonych do odsprzedaży. Informacje dotyczące wydatków turystów krajowych (mieszkańców Polski) związanych z podróżami pochodzą z reprezentacyjnego badania prowadzonego w gospodarstwach domowych „Uczestnictwo mieszkańców Polski (rezydentów) w podróżach”, prowadzonego z częstotliwością kwartalną. Źródłem danych o wydatkach turystów zagranicznych poniesionych w związku z ich podróżą do Polski jest kwartalne reprezentacyjne badanie przeprowadzane wśród turystów wyjeżdżających z Polski. Badanie prowadzone jest w otoczeniu wybranych przejść granicznych na wewnętrznej i zewnętrznej granicy UE na terenie Polski.

Opis metody badania, doboru próby, technik zbierania danych, uogólniania wyników opisane zostały w Zeszytach Metodologicznych „Badania podróży rezydentów oraz przyjazdów nierezydentów do Polski”, Warszawa – Rzeszów 2015.

3. Tourism expenditure includes amounts for the purchase of consumer goods and services (including durable and high-value consumables) incurred before and during the trip in cash or non-cash (e.g. by payment card, bank transfer) directly by travellers, as well as financed or reimbursed by the employer, other persons, institutions. It covers all tourism expenditure even if the services were booked and paid for before the trip or if the actual payment was made at the end of the trip. It does not include expenditure on the purchase of goods for resale. Information on tourism expenditure of domestic tourists (Polish citizens) comes from the sample survey „Participation of Polish citizens (residents) in trips” conducted in households quarterly.

The source of data on tourism expenditure of foreign tourists they made during the trip to Poland is a quarterly sample survey conducted among tourists leaving Poland. The survey is conducted in the vicinity of selected border crossings on the internal and external borders of the EU on the territory of Poland.

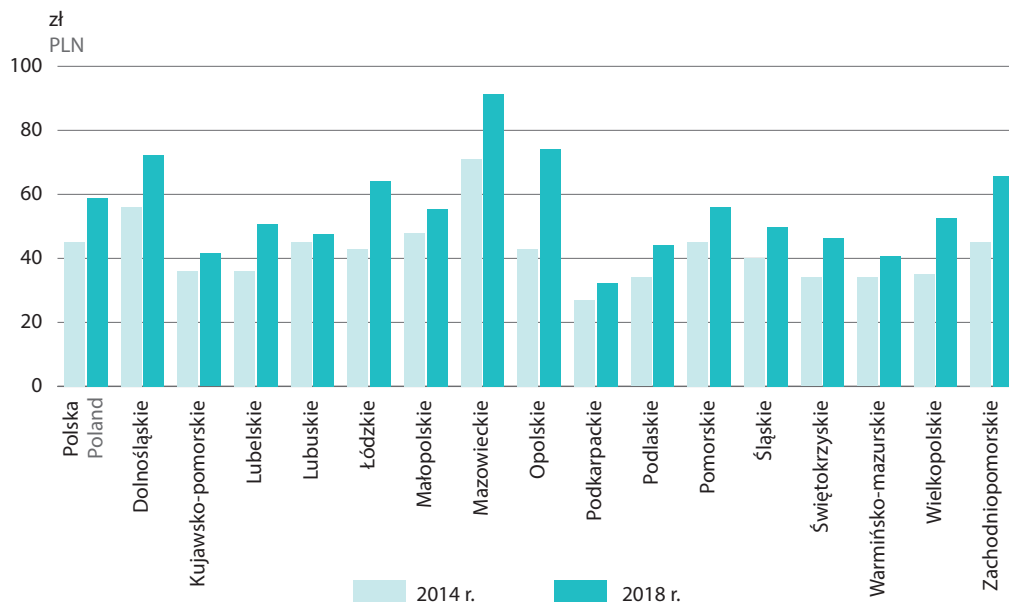
The description of the survey method, sample selection, data collection techniques, and generalisation of results are described in the Methodological Paper „Surveys of trips made by residents and arrivals of residents to Poland”, Warsaw – Rzeszów 2015.

grupami występują bardzo duże dysproporcje, które niewątpliwie wpływają na procesy wzrostu gospodarczego w regionach warunkowane turystyką.

Duże zróżnicowanie pomiędzy regionami odzwierciedlają również wydatki turystów na jednego mieszkańca (Mapa 10). W przeliczeniu na jednego mieszkańca najwyższe kwoty wydatków odnotowano w województwach: małopolskim – ponad 4 tys. zł oraz opolskim, pomorskim i zachodniopomorskim – ponad 3 tys. zł. W 5 województwach – kujawsko-pomorskim, lubelskim, łódzkim, śląskim i świętokrzyskim – kwoty te nie przekraczały 1 tys. zł.

W okresie badań w regionach różnicowana była również dynamika wydatków związanych z podróżami. W porównaniu z 2014 r. wydatki ogółem związane z podróżami były wyższe o 54%. Prawie dwukrotnie wzrosły wydatki turystów podróżujących do województw: zachodniopomorskiego, łódzkiego, opolskiego oraz dolnośląskiego. Wysoka dynamika turystów w województwie łódzkim nie wpłynęła jednak istotnie na poziom wydatków ogółem w regionie (jeden z najniższych w kraju – Tablica 28), co było skutkiem również jednego z najniższych w kraju wskaźnika liczby turystów odwiedzających region. W siedmiu województwach odnotowano dynamikę wydatków niższą od krajowej; najniższą w województwach: podlaskim, świętokrzyskim i lubelskim. Co ciekawe, w grupie regionów o niskiej dynamice wydatków turystów znalazło się też województwo małopolskie, które w całym okresie badań zdecydowanie przewyższało wszystkie regiony poziomem wydatków turystów, tak ogółem, jak i w przeliczeniu na jednego mieszkańca, przy dużym już nasileniu ruchu turystycznego. Stąd na poprawę wskaźnika dynamiki trudno liczyć bez tworzenia ofert dla turysty wymagającego, skłonnego wydawać większe pieniądze. Należy również zauważyć, że w odniesieniu do 2014 r. wydatki turystów krajowych były o prawie 60% wyższe i w najwyższym stopniu wzrosły w województwach: dolnośląskim, kujawsko-pomorskim i podkarpackim.

Tendencję wzrostową w zakresie wydatków Polaków związanych z podróżami potwierdzają również wyniki badania budżetów gospodarstw domowych. W latach 2014-2018 przeciętne miesięczne rozchody na 1 osobę w gospodarstwach domowych na restauracje i hotele wzrosły o 30%, tj. z 45 zł do niemal 60 zł.



**Wykres 9. Przeciętne miesięczne wydatki gospodarstw domowych na restauracje i hotele**  
Chart 9. Average monthly household expenditure on restaurants and hotels

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS.  
Source: own work based on data of Statistics Poland.

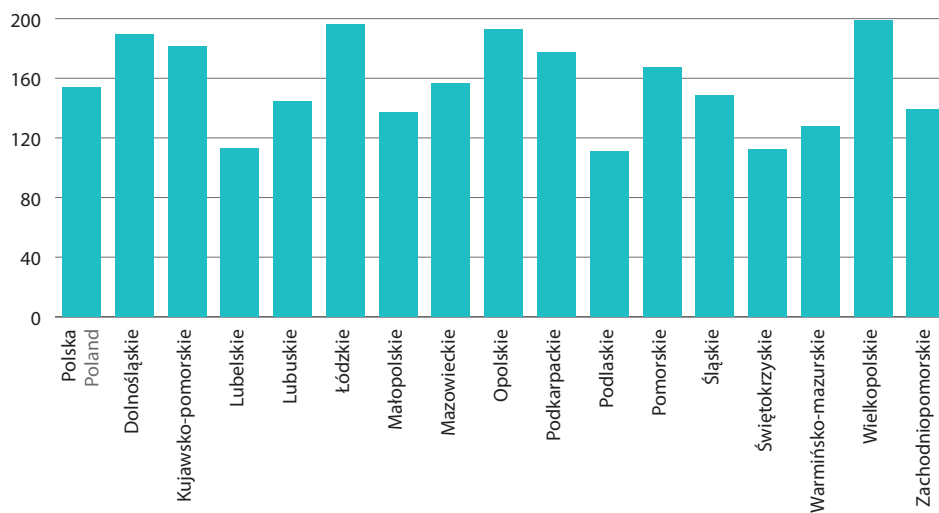
Przeciętnie jeden turysta wydał w czasie podróży ok. 900 zł, w tym najwyższą kwotę odnotowano w odniesieniu do turystów przyjeżdżających do województw opolskiego – prawie 3 tys. zł oraz małopolskiego – ok. 1,5 tys. zł. O wysokości średnich wydatków turysty w tych województwach decydowały przede wszystkim wydatki turystów zagranicznych, które w przeliczeniu na jednego turystę zagranicznego były również najwyższe w Polsce.

**Tablica 28. Wydatki turystów związane z podróżami**  
**Table 28. Tourism expenditure of tourists**

Wyszczególnienie Specification	2014	2015	2016	2017	2018
	w mln zł in million PLN				
POLSKA POLAND	43846,1	51897,6	57992,4	61632,6	67514,0
Dolnośląskie	3383,4	4897,4	5235,9	5271,9	6421,6
Kujawsko-pomorskie	1018,0	1163,6	1285,1	1430,5	1844,3
Lubelskie	1625,8	1442,2	1661,6	1950,8	1838,7
Lubuskie	742,8	846,6	939,8	886,6	1075,5
Łódzkie	812,4	1460,3	1620,0	1791,4	1593,6
Małopolskie	10704,1	11075,6	13398,5	13281,9	14703,0
Mazowieckie	4892,3	6651,1	7529,6	7981,9	7666,0
Opolskie	1661,2	2351,8	2513,1	3117,6	3208,3
Podkarpackie	2038,7	2354,1	2522,7	2524,0	3620,2
Podlaskie	1273,9	1758,5	1681,6	1408,8	1412,8
Pomorskie	4387,5	4833,2	5505,2	6226,8	7341,1
Śląskie	2711,9	3721,6	3725,4	4545,6	4027,2
Świętokrzyskie	826,6	1022,1	956,8	1260,1	930,2
Warmińsko-mazurskie	1722,3	1772,1	1984,0	1612,5	2303,8
Wielkopolskie	2027,4	2225,0	2889,2	3334,5	4039,0
Zachodniopomorskie	4017,7	4322,5	4543,8	4999,8	5588,6

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS.  
 Source: own work based on data of Statistics Poland.

Struktura wydatków ponoszonych przez turystów krajowych i zagranicznych jest zróżnicowana (Tablica 29). Oceniając ogólnie tę strukturę należy stwierdzić, że turyści krajowi najczęściej wydają kolejno na: transport, zakwaterowanie i żywienia. Z kolei w strukturze wydatków turystów zagranicznych znaczny udział mają wydatki na zakupy, transport oraz zakwaterowanie. W 2018 r. z ogólnej kwoty wydatków turystów krajowych 34% poniesionych było na transport i prawie 30% na zakwaterowanie, podczas gdy turyści zagraniczni ponad 40% wydatków przeznaczyli na zakupy, ok. 20% na transport, a prawie 16% na zakwaterowanie.

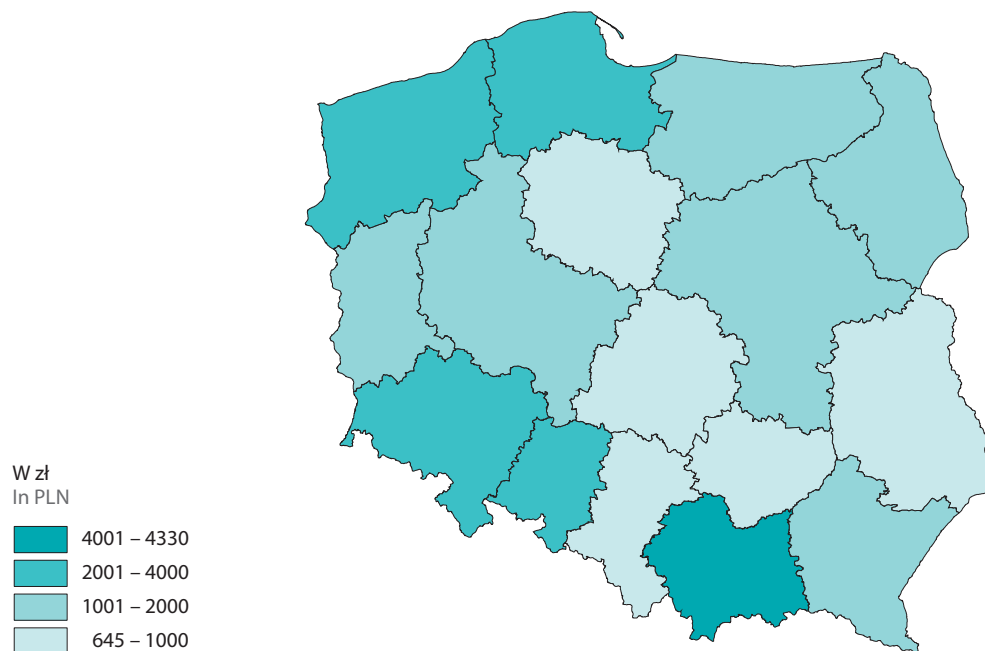


**Wykres 10. Dynamika wydatków związanych z podróżami w 2018 r. (2014=100)**  
**Chart 10. Dynamics of tourism expenditure in 2018 (2014=100)**

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS.  
 Source: own work based on data of Statistics Poland.



O ile w przypadku turystów krajowych wydatki na transport są przeważającą pozycją w strukturze wydatków we wszystkich województwach i tylko w dwóch – podlaskim i wielkopolskim – wydatki na żywność mają wyższy udział niż na zakwaterowanie (jak to jest w pozostałych województwach), tak w przypadku turystów zagranicznych w poszczególnych regionach ta struktura wydatków jest dosyć zróżnicowana. Można w niej jednak zaobserwować pewną prawidłowość, a mianowicie zakup towarów przez turystów zagranicznych jest pozycją przeważającą w strukturze wydatków w regionach przygranicznych, zwłaszcza Polski Wschodniej. Dla przykładu w województwie lubelskim wydatki takie w 2018 r. stanowiły aż 71%, w podkarpackim 65%, a w podlaskim 63% ogółu wydatków turystów zagranicznych. Można zatem wnioskować, że w regionach tych mamy do czynienia w dużej części z podróżami o charakterze handlowym, czyli ze specyficznym rodzajem turystyki.



**Mapa 10. Przeciętne wydatki turystów na 1 mieszkańca w 2018 r.**

Map 10. Average expenditure of tourists per capita in 2018

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS.  
Source: own work based on data of Statistics Poland.

**Tablica 29. Struktura wydatków związanych z podróżami<sup>1</sup> w 2018 r.**  
**Table 29. Structure of tourism expenditure<sup>1</sup> in 2018**

Wyszczególnienie Specification a – turyści krajowi domestic tourists b – turyści zagraniczni foreign tourists	Ogółem Total	Zakwatero- wanie Accommo- dation	Wyżywienie <sup>2</sup> Meals <sup>2</sup>	Transport Transport	Zakup towa- rów <sup>3</sup> Purchase of goods <sup>3</sup>	Pozostałe usługi <sup>4</sup> Other services <sup>4</sup>	w % in %
POLSKA POLAND	a	100,0	29,4	19,0	33,5	6,5	11,5
	b	100,0	15,6	14,8	20,5	42,0	7,1
Dolnośląskie	a	100,0	30,4	19,0	32,1	8,8	9,6
	b	100,0	11,5	12,8	25,2	44,5	6,0
Kujawsko-pomorskie	a	100,0	28,9	18,5	35,6	6,1	10,9
	b	100,0	8,9	13,2	33,8	26,6	17,4
Lubelskie	a	100,0	22,2	20,8	35,7	7,3	14,0
	b	100,0	9,6	8,8	8,2	71,1	2,3
Lubuskie	a	100,0	26,8	18,7	33,5	4,4	16,6
	b	100,0	9,6	17,3	20,0	45,1	8,0
Łódzkie	a	100,0	23,8	19,6	34,1	6,8	15,7
	b	100,0	9,1	10,5	33,3	44,2	2,8
Małopolskie	a	100,0	31,0	19,3	31,5	8,6	9,6
	b	100,0	19,9	17,8	17,9	36,5	7,9
Mazowieckie	a	100,0	20,8	20,5	34,3	6,5	17,8
	b	100,0	23,2	13,7	19,2	36,2	7,6
Opolskie	a	100,0	28,1	18,1	35,4	4,0	14,5
	b	100,0	6,8	15,7	17,5	53,0	7,0
Podkarpackie	a	100,0	26,0	20,3	29,0	10,1	14,7
	b	100,0	8,1	8,7	16,4	65,3	1,6
Podlaskie	a	100,0	19,4	23,1	31,4	4,9	21,1
	b	100,0	7,6	8,3	20,3	62,7	1,1
Pomorskie	a	100,0	33,8	17,1	35,2	5,9	8,1
	b	100,0	26,4	15,7	22,3	32,0	3,6
Śląskie	a	100,0	24,3	21,1	33,7	8,6	12,2
	b	100,0	8,1	14,6	20,4	48,1	8,8
Świętokrzyskie	a	100,0	24,8	20,4	33,3	6,3	15,1
	b	100,0	6,1	14,7	20,3	44,3	14,5
Warmińsko-mazurskie	a	100,0	31,7	19,2	33,2	3,8	12,2
	b	100,0	15,3	11,3	17,9	47,7	7,8
Wielkopolskie	a	100,0	20,0	24,3	36,8	4,0	14,8
	b	100,0	18,9	17,9	25,2	26,3	11,6
Zachodniopomorskie	a	100,0	35,6	17,3	33,8	4,2	9,2
	b	100,0	25,5	18,5	25,9	24,7	5,4

1 Bez kwot wpłaconych w całości organizatorowi lub pośrednikowi wyjazdu. 2 W restauracjach, kawiarniach, barach itp. 3 Na własne potrzeby. 4 Usługi kulturalno-rekreacyjne, bilety wstępu itp.

1 Without sums paid in full to the tour operator or travel agent. 2 In restaurants, cafés, bars, etc. 3 For own needs. 4 Cultural and recreational services, admission tickets, etc.

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS.  
 Source: own work based on data of Statistics Poland.

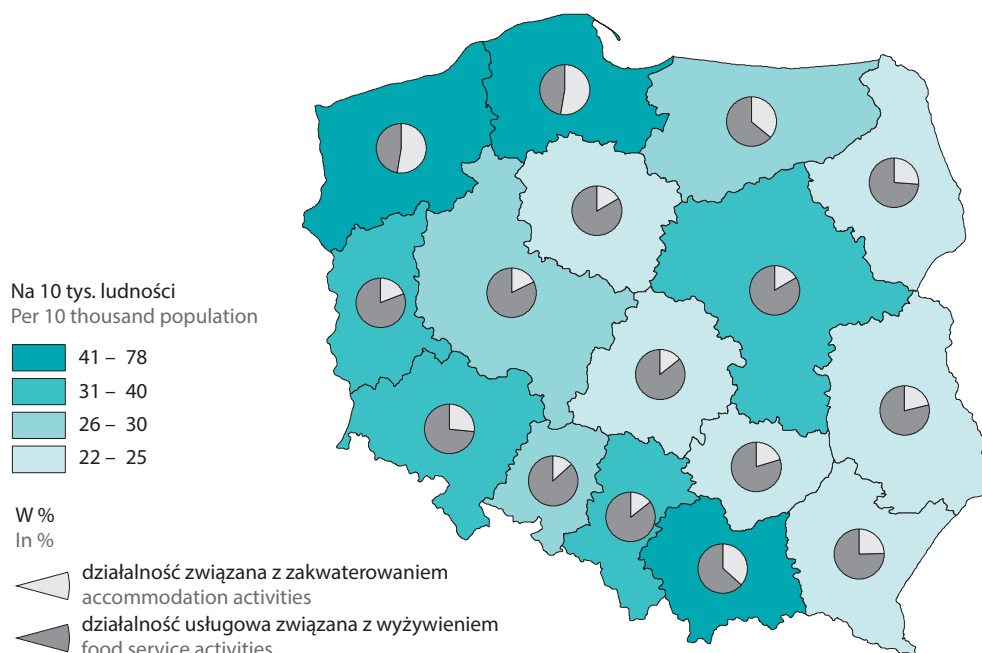
W rozwoju ruchu turystycznego szczególną rolę odgrywają podmioty prowadzące działalność w zakresie zakwaterowania i gastronomii, zaliczane w Polskiej Klasyfikacji Działalności (PKD 2007) do sekcji I. W obrębie kraju występuje duże zróżnicowanie zarówno liczby tych podmiotów, jak i ich nasycenia. W 2018 r. w sekcji I było zarejestrowanych 137 tys. podmiotów gospodarczych, w tym 99 tys. to jednostki prowadzące działalność związaną z wyżywieniem, a 38 tys. z zakwaterowaniem. Najwięcej podmiotów prowadzących działalność noclegową było zarejestrowanych w województwach: pomorskim – 8,4 tys., zachodniopomorskim – 7,0 tys. oraz małopolskim 5,5 tys.

Oceniając poziom nasycenia podmiotami prowadzącymi działalność związaną z zakwaterowaniem i wyżywieniem wyrażony ich liczbą przypadającą na 10 tys. ludności, podkreślić należy przewagę w tym zakresie województw nadmorskich, części południowo-zachodniej kraju od małopolskiego oraz województwa mazowieckiego. W strukturze tych podmiotów w większości regionów dominują jednostki świadczące usługi związane z wyżywieniem, wyjątkiem są tu województwa zachodniopomorskie i pomorskie, w których przeważają jednostki prowadzące działalność związaną z zakwaterowaniem. Dostyc duży jest także udział takich jednostek w województwie małopolskim, warmińsko-mazurskim i podlaskim (Mapa 11).

W analizowanym okresie zaobserwowano wzrost liczby podmiotów gospodarczych prowadzących działalność w zakresie zakwaterowania i gastronomii (sekcja I PKD 2007). W okresie 2014-2018 liczba zarejestrowanych w rejestrze REGON podmiotów działających w tej sekcji wzrosła o ponad 9 tys., w tym prowadzących działalność w zakresie zakwaterowania o niemal 6 tys. Najwięcej podmiotów prowadzących działalność noclegową przybyło w województwach pomorskim (1,4 tys.) oraz małopolskim i mazowieckim (po ok.1 tys.). W 2018 r. w sekcji I było zarejestrowanych 137 tys. podmiotów gospodarczych, w tym 99 tys. to jednostki prowadzące działalność związaną z wyżywieniem, a 38 tys. z zakwaterowaniem. Najwięcej podmiotów prowadzących działalność noclegową było zarejestrowanych w województwach: pomorskim – 8,4 tys., zachodniopomorskim – 7,0 tys. oraz małopolskim 5,5 tys. Przychody przedsiębiorstw w tej sekcji w 2017 r. wyniosły 41,7 mld zł i były wyższe o niemal 40% od osiągniętych w 2014 r. Najbardziej wzrosły przychody przedsiębiorstw zlokalizowanych w województwach: zachodniopomorskim – o ok. 70% oraz w dolnośląskim i opolskim - o ponad 50%. Przedsiębiorstwa województwa mazowieckiego działające w obszarze usług noclegowych i gastronomicznych uzyskały w 2017 r. ¼ przychodów osiągniętych w całej sekcji I.

Liczba pracujących w sekcji I systematycznie wzrastała, osiągając w 2018 r. poziom ponad 300 tys. osób, tj. o 18% więcej niż w 2014 r. Najwięcej osób pracowało w usługach związanych z zakwaterowaniem i wyżywieniem w województwach: mazowieckim, małopolskim i śląskim; odpowiednio 55 tys., 36 tys. i 32 tys., ale największy wzrost liczby pracujących w tej sekcji odnotowano w województwach pomorskim i zachodniopomorskim (po ok. 30%).

Podsumowując, można stwierdzić, że szeroko rozumiana turystyka związana zarówno z wydatkami podróżujących oraz z działalnością podmiotów prowadzących działalność z nią związaną niewątpliwie ma wpływ na procesy wzrostu gospodarczego. Jednocześnie duże zróżnicowanie natężenia ruchu turystycznego oraz nasycenia wspomnianymi podmiotami w regionach pozwala stwierdzić, że potencjał turystyczny nie do końca jest wykorzystywany w procesie wzrostu i rozwoju gospodarczego.



**Mapa 11. Podmioty gospodarki narodowej zarejestrowane w rejestrze REGON prowadzące działalność gospodarczą związaną z zakwaterowaniem i usługami gastronomicznymi w 2018 r.**

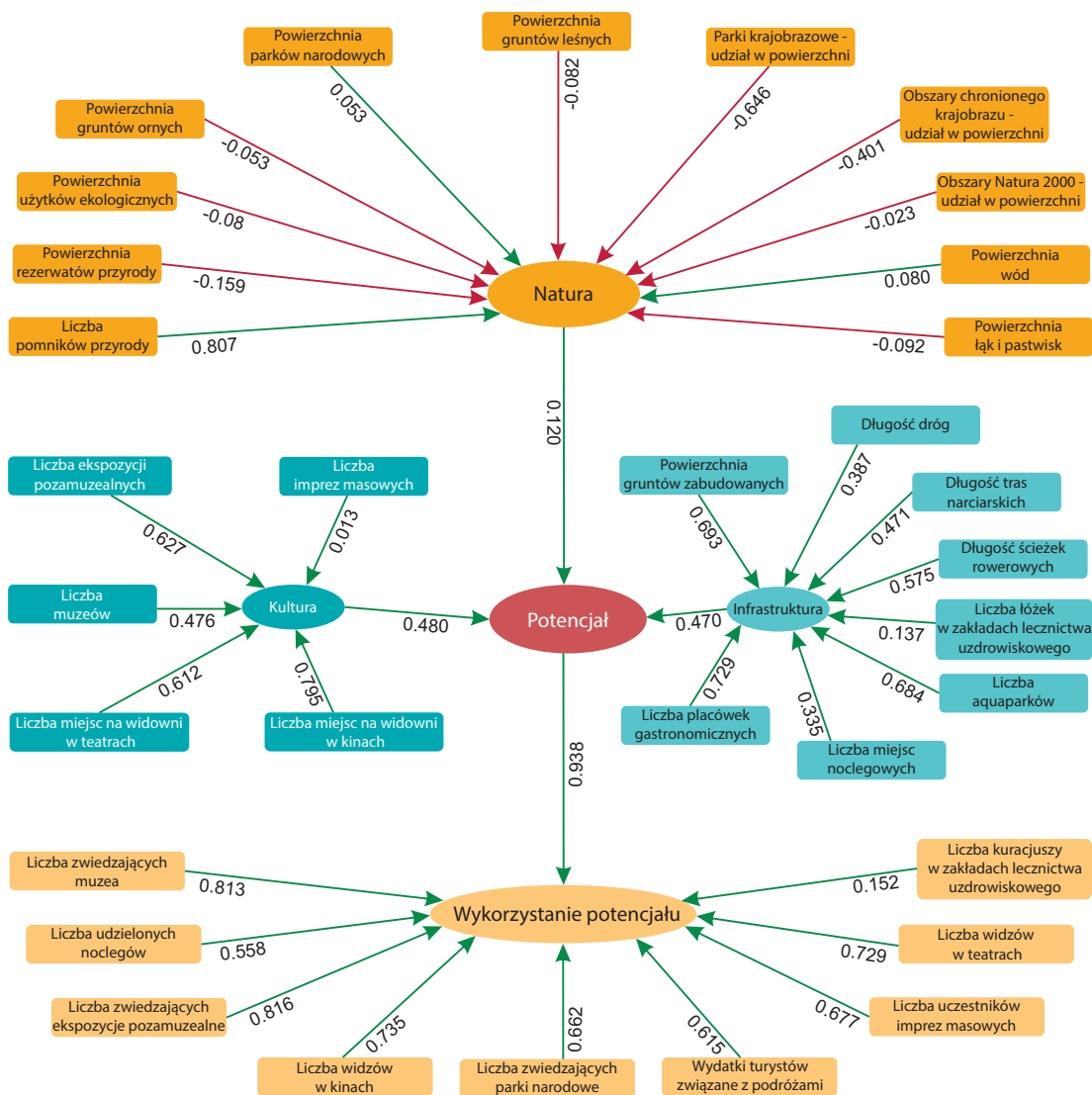
Map 11. Entities of the national economy registered in REGON register carrying out economic activity connected with accommodation and food service activities in 2018

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS.  
Source: own work based on data of Statistics Poland.

### 4.3. Przestrzenne zróżnicowanie wykorzystania potencjału turystycznego – wykorzystanie modelu miękkiego

#### 4.3. Spatial diversification of the exploitation of tourist potential – the use of the soft model

W celu zbadania wzajemnych zależności występujących pomiędzy potencjałem turystycznym, na który składają się kultura, natura oraz infrastruktura, a stopniem jego wykorzystania posłużono się modelowaniem miękkim [Rogowski, 1990; Wold, 1980]. Model miękki składa się z dwóch części: modelu wewnętrznego i zewnętrznego. Obydwie części są wykorzystywane jednocześnie w procesie estymacji parametrów. Model miękki jest estymowany metodą PLS (*partial least squares*). W wyniku estymacji, oprócz parametrów otrzymuje się również oszacowania wartości zmiennych ukrytych, które można traktować jako miary syntetyczne.



**Rysunek 1. Schemat modelu miękkiego przedstawiający wykorzystanie potencjału turystycznego Polski w 2018 r.**

**Figure 1. Diagram of the soft model showing the exploitation of Poland's tourist potential in 2018**

Źródło: Opracowanie własne.  
Source: Own work.

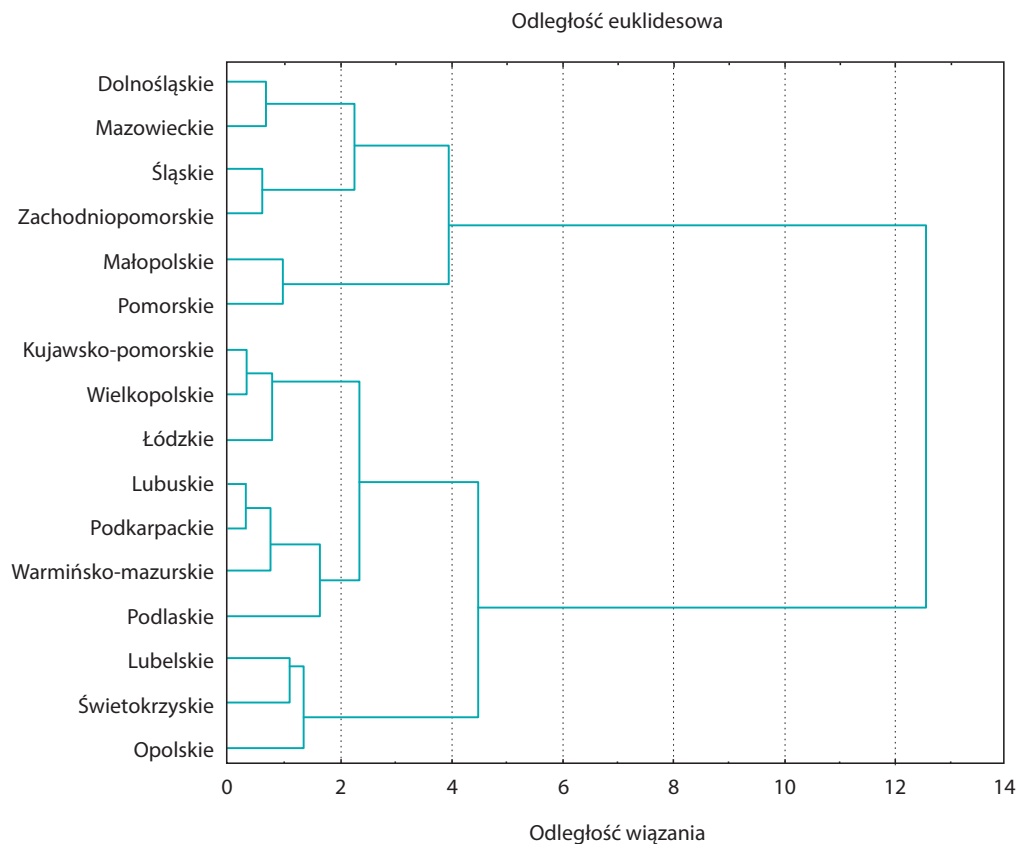
Wykorzystany w badaniach model miękkiego (Rysunek 1) został zbudowany w oparciu o: dane zamieszczone w Banku Danych Lokalnych, wyniki badania GUS dotyczącego uczestnictwa mieszkańców Polski (rezydentów) w podróżach oraz podróży turystów zagranicznych do Polski, a także Ewidencji Gruntów i Budynków za rok 2018. Pierwowzorem do zdefiniowania relacji wewnętrznych i zewnętrznych modelu była koncepcja syntetycznego wskaźnika atrakcyjności turystycznej [Turystyka w 2015 r., GUS, 2016]. Zgodnie z nią do analizy wybrano cztery zmienne ukryte pierwszego rzędu określone jako: „kultura”, „natura”, „infrastruktura”, wykorzystanie potencjału oraz jedną zmienną ukrytą drugiego rzędu: potencjał. W badanym modelu przyjęto założenie, że potencjał turystyczny i wykorzystanie potencjału turystycznego traktujemy, odpowiednio, jako „podaż” i „popyt” na rynku turystycznym. Wszystkie analizowane wskaźniki zostały zaszeregowane do strony podażowej lub popytowej. Strona „podażowa” w badanym modelu reprezentowana jest przez potencjał turystyczny, który z kolei jest determinowany przez „kulturę”, „naturę” oraz „infrastrukturę”. Zgodnie z metodologią modelowania miękkiego, zmienne ukryte występujące w modelu można de-

finiować dedukcyjnie lub indukcyjnie. W badanym modelu przyjęto podejście indukcyjne, które zakłada, że dane empiryczne (indykatory - zmienne obserwowalne) są punktami wyjścia do poszukiwania zmiennych ukrytych (pojęcia teoretyczne - zmienne nieobserwowalne). Na rysunku 1 zmienne obserwowalne zostały umieszczone w prostokątnych obszarach, natomiast zmienne nieobserwowalne w elipsach. Strzałki wskazują kierunki relacji wewnętrznych oraz zewnętrznych. Badany model zawiera zestaw 33 wskaźników (indykatorów), natomiast każda ze zmiennych nieobserwowalnych (zmienna ukryta) została zdefiniowana na podstawie agregatu wskaźników szczegółowych. Oszacowanie parametrów relacji zmiennych ukrytych, estymacji wag oraz ładunków czynnikowych wykonane zostało w środowisku „R”. Ładunek czynnikowy jest współczynnikiem korelacji między oszacowaniem zmiennej ukrytej a jej indykatorem. Wskazuje zatem na siłę i kierunek, w jakim zmienność danego wskaźnika odzwierciedla zmienność pojęcia nieobserwowalnego [Perło, 2014]. W badanym modelu kierunki relacji charakteryzujące się dodatnimi ładunkami czynnikowymi oznaczono zielonymi strzałkami, natomiast czerwonymi strzałkami oznaczono kierunki relacji opisane ujemnymi ładunkami czynnikowymi. Widoczna na rysunku 1 zmienna ukryta „kultura” została zdefiniowana za pomocą pięciu indykatorów będących jednocześnie stymulantami, czyli zmiennymi, których wyższe wartości są pożądane z punktu widzenia wykorzystania potencjału turystycznego. Biorąc po uwagę wartości ładunków czynnikowych umieszczonych w pobliżu strzałek można stwierdzić, że liczba miejsc na widowni w kinach (0,795) i teatrach (0,612) oraz liczba pozamuzealnych ekspozycji mają najistotniejszy wpływ na kształtowanie się badanej zmiennej ukrytej „kultura”. W naszym kraju duża liczba kin, teatrów czy też wspomnianych ekspozycji jest cechą przede wszystkim średnich i dużych ośrodków miejskich. Dlatego też miasta dysponujące takim potencjałem, ale również i regiony, w których występuje koncentracja średnich i dużych miast będą miały przewagę nad pozostałymi.

Zmienna ukryta „infrastruktura” determinowana jest przez osiem indykatorów również będących stymulantami. Spośród tej grupy największym ładunkiem czynnikowym (0,729) charakteryzuje się stymulanta opisująca liczbę placówek gastronomicznych. Na drugim miejscu z ładunkiem czynnikowym (0,693) znajduje się powierzchnia gruntów zabudowanych. Niewiele niższy ładunek (0,684) ma liczba aquaparków oraz długość ścieżek rowerowych (0,575). Te najwyższe ładunki indykatorów dla zmiennej ukrytej „infrastruktura”, podobnie jak w przypadku zmiennej ukrytej kultura, bardziej faworyzują średnie i duże ośrodki miejskie oraz duże i o ugruntowanej renomie ośrodki turystyczno-wypoczynkowe, a w konsekwencji i regiony dysponujące takim potencjałem.

Kolejna analizowana zmienna ukryta „natura” jest determinowana przez jedenaście indykatorów opisujących tzw. zasoby naturalne. Spośród nich aż osiem: łąki i pastwiska, grunty orne, użytki ekologiczne, rezerваты, obszary Natura 2000, grunty leśne, parki krajobrazowe oraz obszary chronionego krajobrazu pełnią rolę destymulant. Ujemna wartość ładunku czynnikowego generowanego przez grunty orne (-0,053) wynika z faktu, iż nie są to obszary atrakcyjne turystycznie, podobnie jak łąki i pastwiska (-0,092), ale tylko w rozumieniu tradycyjnej masowej turystyki. Są to bowiem użytki związane z rolnictwem i obszarami wiejskimi, które odgrywają bardzo ważną rolę nie tylko związaną z produkcją żywności, ale również kształtują jakość środowiska, w którym żyjemy oraz tak ważny dla turystyki i wypoczynku krajobraz. Ponadto przy rosnącym zainteresowaniu wypoczynkiem w kontakcie z przyrodą oraz żywnością ekologiczną obszary wiejskie stanowią mało wykorzystywany potencjał dla rozwoju ciągle niszowej turystyki wiejskiej, w tym m.in. eko- i agroturystyki wpisujących się w zrównoważony rozwój tak turystyki, jak i obszarów wiejskich. Najbardziej zaskakujący wydaje się jednak ujemny ładunek czynnikowy generowany przez parki krajobrazowe (-0,646), obszary chronionego krajobrazu (-0,401) rezerваты przyrody (-0,159) oraz obszary Natura 2000 (-0,023). Wpływ parków narodowych jest dodatni, ale również jest to mała wartość (0,053). W tym przypadku pamiętać należy, że prowadzenie działalności gospodarczej w obszarze parków krajobrazowych czy obszarów chronionego krajobrazu, a także tzw. otulinie parków narodowych lub w pobliżu rezerwatów przyrody nacechowane jest szeregiem dodatkowych ograniczeń, co utrudnia prowadzenie działalności w zakresie usług turystycznych. Natomiast spośród wskaźników mających największy dodatni wpływ na wykorzystanie potencjału turystycznego wymienić należy liczbę pomników przyrody (0,807), które często stanowią ważny element promocji miejsc, na których są one zlokalizowane. Zastosowanie modelu miękkiego pozwala również spojrzeć od strony „popytowej” na wykorzystanie potencjału turystycznego. Wykorzystanie potencjału turystycznego jest bardzo mocno skorelowane z potencjałem turystycznym (0,938). Można również zauważyć, że prawie wszystkie indykatory wykorzystania potencjału turystycznego określające popyt, takie jak: suma wydatków turystów, ilość udzielonych noclegów czy liczba zwiedzających ekspozycje są mocno dodatnio z nim skorelowane, gdyż większość indykatorów zgromadzonych po stronie popytowej generuje ładunki czynnikowe o dużych dodatnich wartościach.

Na podstawie wskaźników syntetycznych opisujących stronę podażową zbadano podobieństwo profili turystycznych województw. W tym celu wykorzystano metodę aglomeracji Warda polegającą na grupowaniu województw o podobnym profilu i poziomie atrakcyjności turystycznej według odległości euklidesowej. Województwa pogrupowane zostały według podobieństw występujących pomiędzy trzema analizowanymi wcześniej zmiennymi ukrytymi: „kultura”, „naturą” oraz „infrastrukturą”.



**Rysunek 2. Grupowanie województw wykonane dla zmiennych ukrytych: „kultura”, „natura” oraz „infrastruktura”**

Figure 2. Grouping of voivodships for hidden variables: “culture”, “nature” and “infrastructure”

Źródło: Opracowanie własne.

Source: Own work.

W wyniku grupowania uzyskano dwie duże grupy województw. Do pierwszej z nich należą województwa: małopolskie, pomorskie, mazowieckie, dolnośląskie, zachodniopomorskie oraz śląskie, które charakteryzują się najwyższymi wartościami wskaźnika syntetycznego „kultura”. Jednocześnie, województwa: małopolskie i pomorskie mają wysokie wartości wskaźnika „natura” i „infrastruktura”, co widoczne jest na diagramie jako zgrupowanie tych dwóch województw (Rysunek 2). W drugiej dużej grupie możemy zauważyć, że województwa: lubelskie, świętokrzyskie i opolskie – tworząc podgrupę – charakteryzują się najniższymi wartościami wskaźnika syntetycznego „natura”, zaś druga podgrupa odznacza się najniższymi wartościami wskaźnika syntetycznego „infrastruktura”.

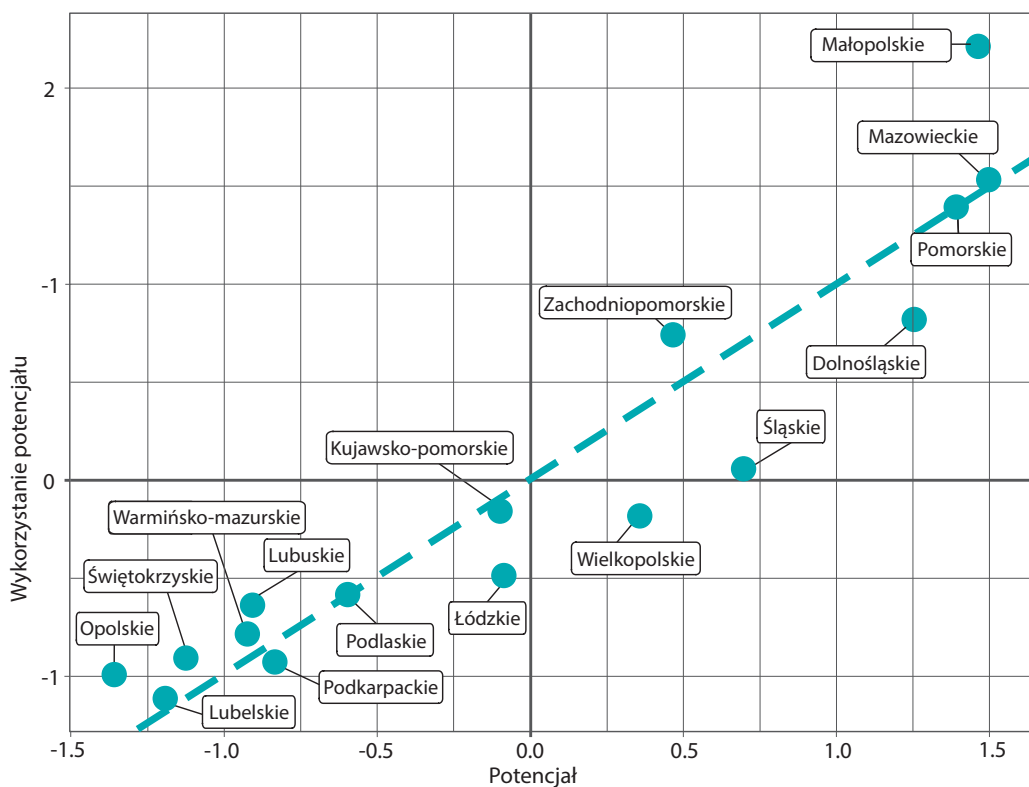
Analizowany model generuje zmienne „Wykorzystanie potencjału turystycznego” oraz „Potencjał turystyczny”, który jest pochodną trzech aspektów „kultura”, „natura” i „infrastruktura”. Zależności potencjału turystycznego od stopnia jego wykorzystania zaprezentowano na rysunku 3. Punkt (0,0) jako środek układu współrzędnych pozwala wyznaczyć cztery obszary:

- ponadprzeciętny potencjał jak i jego wykorzystanie (I ćwiartka);

- potencjał poniżej średniej z ponadprzeciętnym wykorzystaniem (II ćwiartka);
- potencjał i jego wykorzystanie poniżej średniej (III ćwiartka);
- ponadprzeciętny potencjał z wykorzystaniem poniżej przeciętnej (IV ćwiartka).

Ponadto na wykresie zamieszczono linię, która reprezentuje ten sam względny poziom potencjału i jego wykorzystania. Punkty leżące ponad tą linią to województwa, które wykorzystują swój potencjał ponadprzeciętnie w stosunku do średniej w Polsce.

W zestawieniu liderem pod względem potencjału turystycznego jak i jego wykorzystania jest województwo małopolskie. Bardzo dobrze widoczna jest grupa województw (małopolskie, pomorskie, mazowieckie, zachodniopomorskie) posiadających ponadprzeciętny potencjał turystyczny (I ćwiartka) i efektywnie go wykorzystujących (położenie ponad linią przeciętnego wykorzystania potencjału). Województwa te są częścią pierwszej dużej grupy województw widocznej na drzewie aglomeracji. Kolejną grupę tworzą województwa: dolnośląskie, śląskie i wielkopolskie. Charakteryzują się ponadprzeciętnym potencjałem turystycznym, ale nieefektywnym jego wykorzystaniem (IV ćwiartka poniżej linii przeciętnego wykorzystania potencjału). Pozostałe województwa mają niski potencjał turystyczny, jak i jego wykorzystanie (III ćwiartka). W tej grupie wyróżniają się dwa województwa. Województwo opolskie ma najniższy potencjał turystyczny w Polsce, ale wykorzystuje go ponadprzeciętnie. Wprost przeciwna sytuacja jest w województwie łódzkim o największym potencjale względem województw w III ćwiartce, ale z nieproporcjonalnie niskim wykorzystaniem potencjału. Stosując liniowy model regresji prostej można zauważyć, że zależność potęgowa lepiej opisuje zależność między potencjałem a jego wykorzystaniem niż zależność liniowa. Obserwacja ta może być interpretowana jako występowanie efektu synergii, który powoduje, że wzrost potencjału turystycznego w różnych jego aspektach jednocześnie generuje ponadproporcjonalny wzrost jego wykorzystania. Ewidentnym tego przykładem jest województwo małopolskie.



Rysunek 3. Zależność potencjału turystycznego od stopnia jego wykorzystania

Figure 3. Relation between the tourist potential and the degree of its exploitation

Źródło: Opracowanie własne.  
Source: Own work.



Grupa województw, będących liderami pod względem potencjału turystycznego (województwa: małopolskie, mazowieckie, pomorskie i zachodniopomorskie), jak i stopnia jego wykorzystania w większości charakteryzuje się bogactwem urozmaiconych walorów przyrodniczych, co znacznie podnosi ich atrakcyjność turystyczną. W przypadku województw pomorskiego i zachodniopomorskiego duże znaczenie ma dostęp do Morza Bałtyckiego, ale również liczne jeziora i oczka wodne, duża lesistość połączona z niepowtarzalnymi walorami krajobrazowymi. Natomiast województwo małopolskie buduje swoją atrakcyjność turystyczną między innymi dzięki walorom obszarów górskich i podgórskich oraz na tradycjach turystycznych związanych przede wszystkim z pasmem Tatr i Pienin. Ponadto stolica regionu – Kraków z unikatowymi walorami historycznymi dysponujący bogatym zapleczem kulturowym oraz rozbudowaną infrastrukturą turystyczną, stanowi częsty cel podróży zarówno turystów krajowych jak i zagranicznych. Warto dodać, że pod względem liczby muzeów, jak również ekspozycji pozamuzealnych w przeliczeniu na 1000 mieszkańców, województwo małopolskie uplasowało się na pierwszym miejscu w kraju. Biorąc pod uwagę zmienne związane z infrastrukturą danego województwa należy zwrócić uwagę na to, iż wysokiemu wskaźnikowi wykorzystania potencjału w województwie małopolskim sprzyja także jedna z najgęstszych w Polsce sieci dróg o twardej nawierzchni – 170 km w przeliczeniu na 100 km<sup>2</sup> powierzchni, co niewątpliwie poprawia dostępność komunikacyjną, która wpływa na konkurencyjność regionu i jest istotna ze względu na to, że głównym środkiem przemieszczania się turystów w Polsce jest transport samochodowy. Jak ważną rolę w wykorzystaniu potencjału turystycznego odgrywa transport, ściśle związany z nasyceniem siecią drogową, może świadczyć fakt, że najsłabsze wykorzystanie tego potencjału ma miejsce w regionach, gdzie sieć drogową jest zdecydowanie słabiej rozwinięta – województwa opolskie i lubelskie, tam na 100 km<sup>2</sup> powierzchni przypada zaledwie 90 km dróg o nawierzchni twardej.

O stopniu wykorzystania potencjału turystycznego świadczą również wydatki ponoszone przez turystów, zwłaszcza na usługi związane z noclegami i żywnością. Wysoka pozycja województwa pomorskiego w zakresie wykorzystania potencjału wynika, w dużym stopniu, z wysokich wydatków turystów na wspomniane usługi. W 2018 r. przeznaczali oni na noclegi i żywność 3075,5 mln zł. Dodatkowo do tego dodać należy wysoki wskaźnik udziału w imprezach masowych. W przeliczeniu na 1000 mieszkańców wskaźnik takiego uczestnictwa w regionie wyniósł w 2018 r. aż 1137 osób.

Wysoka pozycja województwa zachodniopomorskiego w dużym stopniu jest zdeterminowana pewną specjalizacją regionu w zakresie świadczenia usług sanatoryjnych. Województwo charakteryzuje się najwyższymi w Polsce wskaźnikami dotyczącymi kuracjuszy korzystających z zakładów lecznictwa uzdrowiskowego (114 kuracjuszy w przeliczeniu na 1000 mieszkańców) oraz udzielonych noclegów w turystycznych obiektach noclegowych (8898 noclegów w przeliczeniu na 1000 mieszkańców).

Analiza zależności potencjału turystycznego od stopnia jego wykorzystania (Rysunek 3) pozwala również wskazać regiony mające wyraźne trudności z wykorzystaniem swoich atutów i specyfiki w rozwoju turystyki. Są to przede wszystkim: województwo opolskie oraz województwo lubelskie, które oprócz wspomnianego wcześniej słabszego nasycenia drogami charakteryzują się: niewielką liczbą uczestników imprez masowych – odpowiednio 417 i 459 osób w przeliczeniu na 1000 mieszkańców, zwiedzających muzea (odpowiednio 35 oraz 31 osób w przeliczeniu na 1000 mieszkańców), a także liczbą udzielonych noclegów (odpowiednio 1082 i 899 w przeliczeniu na 1000 mieszkańców). Niską pozycję województwa opolskiego w pewien sposób można wytłumaczyć, porównując dane dotyczące wybranych wskaźników charakteryzujących potencjał turystyczny i jego wykorzystanie z Banku Danych Lokalnych dla dwóch sąsiednich województw: śląskiego i dolnośląskiego. W 2018 roku w województwie opolskim na 1 km<sup>2</sup> powierzchni przypadało 1,2 miejsc noclegowych, podczas gdy w województwie dolnośląskim było ich 3,5, a na terenie województwa śląskiego 4,0. Oczywiście jest, że różnice przełożyły się także na liczbę udzielonych noclegów. W przypadku indikatora mającego największy wpływ na wykorzystanie potencjału turystycznego w odniesieniu do „natury”, jakim była liczba pomników przyrody, stwierdzić należy, że na terenie województwa opolskiego w 2018 r. były zarejestrowane 663 tego typu obiekty, podczas gdy na terenie województwa śląskiego (kojarzonego raczej z działalnością przemysłową) zarejestrowane były 1492 pomniki przyrody, a w dolnośląskim 2579. Podsumowując powyższe rozważania, uzasadnione wydaje się stwierdzenie, że województwo opolskie traci część ruchu turystycznego na rzecz swych

bardziej atrakcyjnych sąsiadów. W przypadku województwa lubelskiego taką rolę pełni województwo mazowieckie (będące jednym z liderów pod względem potencjału turystycznego, jak i stopnia jego wykorzystania). Analizując rysunek 3, można stwierdzić, że część województw pomimo posiadania dużego potencjału turystycznego nie jest w stanie w pełni go wykorzystać. Do tej grupy należą województwa: wielkopolskie, śląskie oraz dolnośląskie. Najliczniejszą grupę stanowią jednak województwa charakteryzujące się niskim potencjałem turystycznym, jak i stopniem jego wykorzystania. W regionach znajdujących się w takiej sytuacji potrzebne jest kompleksowe zintegrowane podejście wszystkich partnerów publicznych i prywatnych, których działania przyczyniają się do budowy i wykorzystania potencjału turystycznego. W działaniach takich szczególną uwagę należy zwracać na wykorzystanie przede wszystkim endogenicznych specyficznych zasobów regionu. Tylko w ten sposób będzie można wykorzystać szanse wynikające z rozwoju turystyki, które wpisywać się będą w zrównoważony rozwój.

## Rozdział 5

### Chapter 5

## Wykorzystanie innowacyjnych metod i źródeł danych w ocenie potencjału turystycznego

### Use of innovative methods and data sources in the evaluation of tourist potential

Dynamiczne zmiany społeczno-gospodarcze, rozwój nowych technologii oraz zmiany trendów turystycznych, jakie nastąpiły w ciągu ostatnich kilkunastu lat wymagają prowadzenia działań polegających na nieustannym weryfikowaniu nowych źródeł informacji, jak również doskonaleniu metod i technik pozyskiwania danych. Dotyczy to zarówno informacji zamieszczanych w internecie, jak również będących w posiadaniu rozmaitych podmiotów zewnętrznych. Nowe źródła danych o turystach i ich zachowaniach otwierają zupełnie nowe możliwości ulepszenia i wzbogacania istniejącego systemu informacyjnego w zakresie turystyki, dzięki czemu może on dostarczać danych, które w większym stopniu odpowiadają na potrzeby użytkowników.

W związku z tym, ogromnym wyzwaniem jest zarówno dla środowisk naukowych jak i statystyki publicznej, wypracowanie innowacyjnych metod łączenia danych pochodzących z różnych źródeł, takich jak Big data, rejestry administracyjne czy też informacji pochodzących ze statystyki publicznej. Główne problemy wynikają przede wszystkim z niejednorodnej struktury zmiennych i niespójności metodologicznych oraz ze zróżnicowanej charakterystyki baz danych. Niezbędne jest zatem stworzenie spójnego systemu informacyjnego dla statystyki turystyki, który poprzez integrację danych i zastosowanie nowatorskich metod statystycznych będzie wspierał procesy rozwoju na poziomie lokalnym i regionalnym. Jest to szczególnie istotne dla oceny złożonego procesu społeczno-gospodarczego związanego z turystyką.

## 5.1. Model przepływu danych w statystyce turystyki

### 5.1. Data flow model in tourism statistics

Podstawowym źródłem danych zarówno o podażowej, jak i popytowej stronie turystyki są obecnie badania statystyczne oraz częściowo dane pochodzące ze źródeł administracyjnych. Dane udostępniane przez statystykę publiczną z dziedziny turystyki opierają się na badaniach pełnych i reprezentacyjnych. W przypadku podażowej strony turystyki są to badania obejmujące turystyczne obiekty noclegowe, natomiast w przypadku strony popytowej są to badania turystów i ich podróży prowadzone w gospodarstwach domowych.

Rozpoznanie i wykorzystywanie w coraz większym stopniu alternatywnych źródeł danych, zwłaszcza z rejestrów administracyjnych, otworzyło w ostatnich latach nowe możliwości.

Pojawienie się dużych zbiorów danych (Big data) mierzących przepływy osób oraz związane z tym transakcje zmieniło w istotny sposób spojrzenie na statystykę turystyki. W nadchodzących latach możemy spodziewać się, że tradycyjne badania gospodarstw domowych i obiektów noclegowych nie będą już głównym, ale jednym z wielu źródeł zasilających system informacyjny w zakresie turystyki. Pomimo że nowe źródła dostarczają mogą ogromnych ilości danych (m.in. o dużej częstotliwości i geograficznej szczegółowości) to nie zastąpią one całkowicie dotychczasowych badań prowadzonych na mniejszą skalę. Nie obejmują bowiem wszystkich aspektów istotnych dla statystyki turystyki, jak np. cech społeczno-demograficznych turystów, czy informacji o celu podróży.

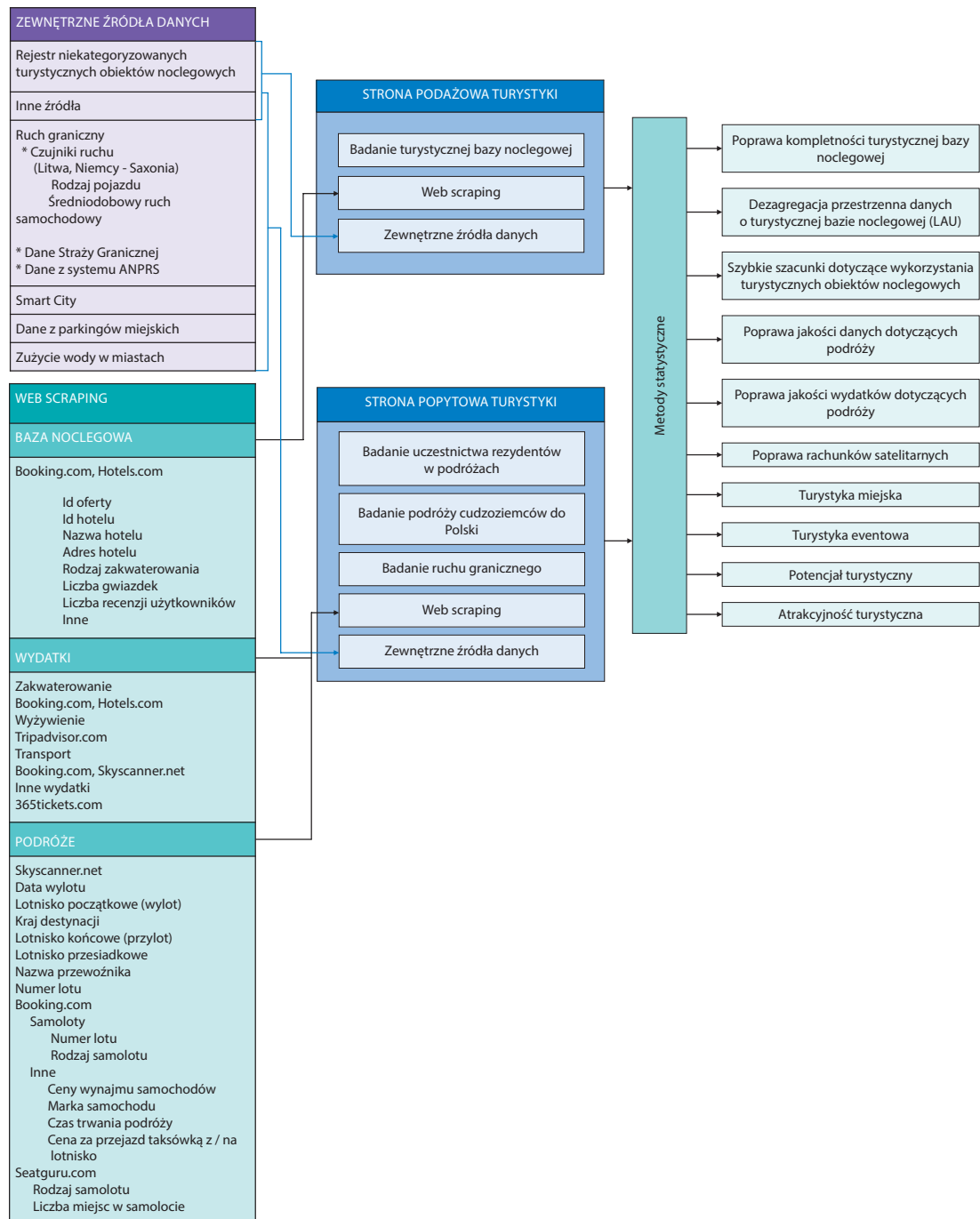
Zbiory Big data mogą być bardzo istotne dla pomiaru zrównoważonej turystyki. Szczególnie w tych obszarach badań, w których występuje brak informacji na poziomie regionalnym. Wykorzystanie tych zbiorów jest pomocne do m.in. oceny wpływu turystyki na środowisko, gospodarkę, rynek pracy czy też społeczności lokalne.

Potencjalne do wykorzystania w statystyce turystyki nowe zewnętrzne źródła danych to m.in:

- Portale internetowe oferujące:
  - rezerwowanie zakwaterowania,
  - zakup biletów lotniczych,
  - usługi transportu lokalnego,
  - usługi żywienia;
- Dane gestorów zewnętrznych obejmujące:
  - zużycie wody (liczniki),
  - produkcję odpadów,
  - natężenie ruchu drogowego (sensory),
  - ruch pasażerski,
  - zużycie energii (liczniki),
  - parkometry,
  - karty płatnicze,
  - operatorów sieci komórkowych,
  - rejestr ubezpieczeń,
  - system smart city.

Wyżej wymienione źródła zostały już w większości rozpoznane i ocenione pod względem zawartości, użyteczności oraz dostępności. Istotną kwestią jest natomiast sposób przygotowania systemów statystycznych do korzystania ze zbiorów o tak dużej skali, pod kątem zintegrowania ich z danymi pochodzącymi z badań statystyki publicznej.

Wymaga to systemowego podejścia, budowania modelowych rozwiązań łączenia danych ze źródeł zewnętrznych oraz web scrapingu z danymi publikowanymi przez statystykę publiczną. Próbę takiego modelowego rozwiązania zaprezentowano na rysunku 4.



**Rysunek 4. Model przepływu danych w statystyce turystyki**  
 Figure 4. Data flow model in tourism statistics

Źródło: Innovative Tourism Statistics Deliverable J2: Interim technical report showing the preliminary results and a general description of the methods used, praca zbiorowa pod red. M. Cierpiał-Wolana, [https://webgate.ec.europa.eu/fpfis/mwikis/essnet-bigdata/index.php/WP7\\_Reports,\\_milestones\\_and\\_deliverables1](https://webgate.ec.europa.eu/fpfis/mwikis/essnet-bigdata/index.php/WP7_Reports,_milestones_and_deliverables1) z dnia 9.12.2019 r.

Source: Innovative Tourism Statistics Deliverable J2: Interim technical report showing the preliminary results and a general description of the methods used, collaborative work, edited by M. Cierpiał-Wolana, [https://webgate.ec.europa.eu/fpfis/mwikis/essnet-bigdata/index.php/WP7\\_Reports,\\_milestones\\_and\\_deliverables1](https://webgate.ec.europa.eu/fpfis/mwikis/essnet-bigdata/index.php/WP7_Reports,_milestones_and_deliverables1) dated 9.12.2019

Istotnym elementem opracowanego schematu jest przedstawienie obszarów, w których wyniki łączenia danych pochodzących z różnych źródeł mogą zostać wykorzystane między innymi do poprawy jakości wyników badań statystycznych.

Podstawę szacunków dotyczących strony popytowej i podaźowej stanowią badania statystyczne dotyczące podróży turystów oraz badania turystycznej bazy noclegowej. Warto podkreślić, że wymienione badania dostarczają porównywalnych danych dla wszystkich krajów Unii Europejskiej. Kluczową rolę w modelu odgrywają zewnętrzne źródła danych oraz informacje pozyskane z portali internetowych metodą web scrapingu. Ich liczba oraz dostępność, będzie miała wpływ na poprawę danych statystycznych z dziedziny turystyki na poziomie europejskim, krajowym czy też lokalnym.

## 5.2. Portale internetowe jako źródło informacji z zakresu turystyki

### 5.2. Internet portals as source of information in the field of tourism

W ostatnich latach powstało wiele stron internetowych zawierających informacje, wykorzystanie których w znacznym stopniu może przyczynić się do poprawy jakości wyników i kompletności badań statystycznych. W szczególności dotyczy to wykorzystania turystycznej bazy noclegowej, szacowania liczby turystów, kosztów związanych z podróżami, a także identyfikacji najpopularniejszych miejsc turystycznych. Strony te mogą zawierać również informacje na temat aktywności, które są nie tylko bezpośrednio, ale i pośrednio związane z turystyką (usługi transportowe, gastronomiczne, itp.).

Należy podkreślić, że portale turystyczne mogą mieć zasięg globalny i lokalny. W pracach eksperymentalnych dotyczących łączenia danych z różnych źródeł korzystano m.in. ze stron zaprezentowanych w tabelicy 30.

**Tablica 30. Wybrane strony internetowe o zasięgu globalnym i lokalnym**  
Table 30. Selected global and local websites

Zasięg Reach	Nazwa portalu Name of portal
globalny global	<a href="http://www.hotels.com">www.hotels.com</a> <a href="http://www.booking.com">www.booking.com</a> <a href="http://www.kayak.com">www.kayak.com</a> <a href="http://www.tripadvisor.com">www.tripadvisor.com</a> <a href="http://www.airbnb.com">www.airbnb.com</a> <a href="http://www.zomato.com">www.zomato.com</a> <a href="http://www.zoover.nl">www.zoover.nl</a> <a href="http://www.belvilla.nl">www.belvilla.nl</a>
lokalny local	<a href="http://www.noclegi.pl">www.noclegi.pl</a> <a href="http://www.hrs.de">www.hrs.de</a> <a href="http://www.holidaycheck.de">www.holidaycheck.de</a> <a href="http://www.pincamp.de">www.pincamp.de</a> <a href="http://www.hotel.ideal.de">www.hotel.ideal.de</a> <a href="http://www.hoevelogies.nl">www.hoevelogies.nl</a> <a href="http://www.megaubytovanie.sk">www.megaubytovanie.sk</a> <a href="http://www.ubytujsa.sk">www.ubytujsa.sk</a> <a href="http://www.pampeliska.cz">www.pampeliska.cz</a> <a href="http://www.bghotelite.com">www.bghotelite.com</a>

Źródło: Opracowanie własne.  
Source: Own work.

Wykorzystywanie informacji ze stron internetowych w statystyce turystyki zależy w dużej mierze od ilości indeksowanych danych, ich szczegółowości oraz aktualizacji, a także aktywności użytkowników.

Szczególnie przydatne, w zakresie wzbogacania wyników tradycyjnych statystyk, są informacje dotyczące rodzaju zakwaterowania i liczby miejsc noclegowych, które stanowią istotną część strony podaźowej turystyki, jak też ceny zakwaterowania, transportu, posiłków i innych usług związanych z podróżami turystów dla strony popytowej.

Powszechnie stosowaną techniką pobierania danych ze stron internetowych jest web scraping. Cały proces pozyskiwania danych z tego typu źródeł obejmuje także czyszczenie, normalizację i unitaryzację. Dane uzyskane w wyniku web scrapingu powinny być poddane także analizie z uwzględnieniem kluczowych wymiarów jakości Big data: jednoznaczność; obiektywizm (błędy tzw. mapowania i redukowania); zawieranie znacznika czasowego; granularność; występowanie duplikatów danych; kompletność; dostępność; precyzja; interpretowalność; integralność i spójność [Maślankowski, 2015].

Warto także podkreślić, że podczas procesu web scrapowania, należy zwrócić uwagę na aspekty prawne, które dotyczą ochrony danych osobowych i ochrony praw autorskich, a także aspekty techniczne związane z obciążeniem scrapowanych portali [Stateva i in. 2017].

Informacje z portali turystycznych można wykorzystać do stworzenia bardzo przydatnego w analizie operatu obiektów noclegowych przy użyciu współrzędnych xy, co obrazuje rysunek 5.



**Rysunek 5. Schemat wykorzystania danych z portali internetowych do stworzenia operatu badania turystycznych obiektów noclegowych**

Figure 5. Diagram of the use of data from Internet portals to create a frame for the survey of tourist accommodation facilities

Źródło: Opracowanie własne.  
Source: Own work.

Dzięki technice web scrapingu są identyfikowane jednostki, które nie zostały objęte badaniem turystycznych obiektów noclegowych, ponieważ podstawowa działalność tych podmiotów nie była związana z zakwaterowaniem. Staje się to szczególnie ważne w kontekście dynamicznych zmian zachowań przedsiębiorców i posiadania pełnego obrazu zjawisk występujących we współczesnej turystyce. Efektem prac związanych z wykorzystywaniem informacji z portali internetowych jest poprawa jakości danych dotyczących podaźowej strony turystyki w Polsce.

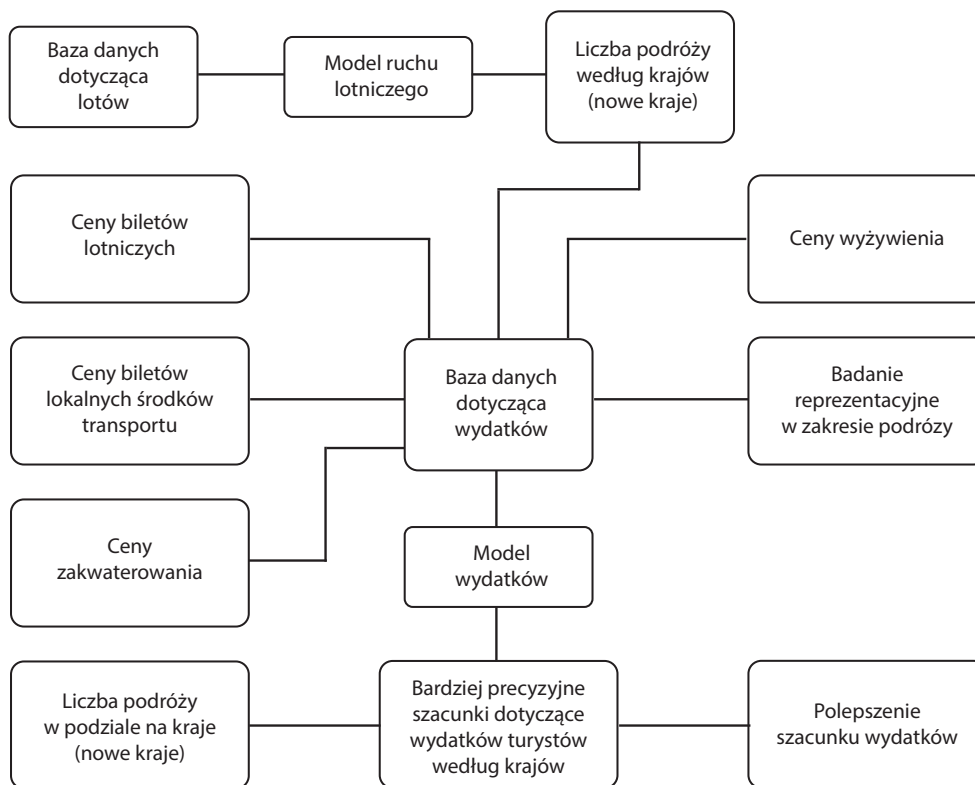
### 5.3. Łączenie danych z różnych źródeł

#### 5.3. Combining data from various sources

Łączenie danych statystycznych z innymi źródłami, szczególnie Big data wymaga poszukiwania nowych, innowacyjnych metod. Integrowane zbiory danych mają zróżnicowaną strukturę, są dostępne i pozyskiwane z różną częstotliwością, nie wszystkie posiadają współrzędne geolokalizacyjne itp. W tego typu przedsięwzięciach szczególnie przydatne stają się takie metody jak uczenie maszynowe czy sieci neuronowe.

Niezwykle ważną kwestią w statystyce turystyki jest szacowanie wydatków rezydentów i nierezydentów. Dzieje się tak dlatego, że tego typu dane wykorzystuje się zarówno w skali mikro (na poziomie przedsiębiorstwa do zwiększenia efektywności działania, na poziomie jednostek samorządu terytorialnego do zarządzania rozwojem lokalnym); mezo (do programowania i monitorowania strategii rozwoju regionalnego) i makro (do szacowania bilansu płatniczego).

Podstawowe dane o wydatkach rezydentów i nierezydentów związanych z podróżami pozyskiwane są z badania reprezentacyjnego prowadzonego kwartalnie w gospodarstwach domowych. Wielkość próby nie pozwala jednak na identyfikację niektórych krajów oraz na precyzyjne oszacowanie wydatków turystów podróżujących do rzadko odwiedzanych państw. Zatem istnieje potrzeba opracowania innowacyjnego modelu szacowania kosztów związanych z podróżami, zwłaszcza w kontekście pojawiających się nowych źródeł danych. Pierwsze rezultaty podjętych prac eksperymentalnych wskazują, że kwota wydatków związanych z podróżami jest znacznie wyższa niż wynika to z dotychczasowych badań.



**Rysunek 6. Schemat innowacyjnego modelu szacowania wydatków**  
**Figure 6. Diagram of an innovative model of estimating expenditure**

Źródło: Innovative Tourism Statistics Deliverable J1: Methods for web scraping, data processing and analyses, praca zbiorowa pod red. M. Cierpiał-Wolana, [https://webgate.ec.europa.eu/fpfis/mwikis/essnetbigdata/index.php/WP7\\_Reports,\\_milestones\\_and\\_deliverables1](https://webgate.ec.europa.eu/fpfis/mwikis/essnetbigdata/index.php/WP7_Reports,_milestones_and_deliverables1) z dnia 9.12.2019 r.

Source: Innovative Tourism Statistics Deliverable J1: Methods for web scraping, data processing and analyses, collaborative work, edited by M. Cierpiał-Wolana, [https://webgate.ec.europa.eu/fpfis/mwikis/essnetbigdata/index.php/WP7\\_Reports,\\_milestones\\_and\\_deliverables1](https://webgate.ec.europa.eu/fpfis/mwikis/essnetbigdata/index.php/WP7_Reports,_milestones_and_deliverables1) dated 9.12.2019



Szacowania wydatków turystów w warunkach globalizacji i towarzyszącej jej otwartości rynków wymaga systemowego podejścia uwzględniającego specyfikę współczesnego rynku i niekonwencjonalne źródła danych o podróżach. Próbę takiego podejścia prezentuje rysunek 6. Zaprezentowane na nim szacowanie wydatków obejmuje: wybór domen wymagających szacowania w oparciu o zewnętrzne źródła – obliczenie odpowiednich statystyk z danych z web scrapingu dla wybranych domen, oszacowanie parametrów modelu oraz imputację wydatków dla małych domen – wykorzystujących statystyki z web scrapingu i badania reprezentacyjnego.

W pierwszym etapie takiego szacowania połączono cztery źródła danych:

- dane o ruchu lotniczym pochodzące z codziennego web scrapingu;
- dane z rejestrów zawierających liczbę pasażerów i kody lotniska;
- dane techniczne samolotów (liczba miejsc);
- dane z badania dotyczącego podróży, prowadzonego w gospodarstwach domowych przez statystykę publiczną.

Pozwoliło to na otrzymanie szacunków liczby podróży turystów dla 145 krajów, podczas gdy wykorzystanie wyłącznie wyników badania reprezentacyjnego w gospodarstwach domowych obejmowało jedynie 80 krajów. W kolejnym etapie, wykorzystując dane o cenach biletów lotniczych, cenach zakwaterowania oraz cenach biletów lokalnych środków transportu pochodzących z web scrapingu, uzyskano bardziej precyzyjne szacowanie wydatków turystów według odwiedzanych krajów. Efektem prowadzonych działań jest niewątpliwie wzrost jakości danych dotyczących popytowej strony turystyki.

## Zakończenie

### Conclusion

Przeprowadzona analiza potwierdziła, że sektor usług w Polsce odgrywa coraz większą rolę w procesie rozwoju społeczno-gospodarczego. W latach 2014-2018 nastąpił prawie 20% wzrost liczby podróży. Dotyczy to zarówno mieszkańców Polski, jak i turystów zagranicznych. Wzrost ten przekłada się na rosnące wydatki turystów, a to na rosnące wpływy z tej turystyki i w konsekwencji na wzrost gospodarczy stanowiący podstawę rozwoju społeczno-gospodarczego.

Rosnące zainteresowanie rolą turystyki w rozwoju regionalnym, równocześnie złożoność jej uwarunkowań oraz wieloaspektowość oddziaływania na przestrzeń, w której jest realizowana, wskazują na potrzebę zachowania dużej staranności przy rozwijaniu funkcji turystycznych na określonym terytorium. Należy przy tym uwzględnić nie tylko potencjalne korzyści z nich płynące, ale również zagrożenia towarzyszące temu rozwojowi. To wymaga tworzenia spójnego systemu informacyjnego w dziedzinie turystyki, umożliwiającego ocenę jej potencjału oraz efekty ekonomiczne i społeczne jego wykorzystania, niezbędnego dla potrzeb prowadzenia aktywnej regionalnej polityki turystycznej, dla planowania i zagospodarowania przestrzennego. Jest to szczególnie ważne w dobie globalizacji i powszechnym dążeniu do unifikacji, co w przypadku dużego regionalnego zróżnicowania uwarunkowań dla rozwoju turystyki może prowadzić do błędnych decyzji tworzących więcej zagrożeń niż korzyści.

Turystyka, jak każda działalność gospodarcza, poszukuje dla siebie atrakcyjnej lokalizacji uwzględniającej głównie korzyści ekonomiczne, a te ściśle łączą się z potencjałem turystycznym danego terytorium. Potencjał turystyczny jest złożonym, wieloskładnikowym zbiorem powiązanych z walorami miejsca i z działalnością człowieka. Jego kształtowanie i wykorzystanie musi uwzględniać specyficzność danego terytorium, jego atuty i słabości w aspekcie szans i zagrożeń związanych z rozwojem funkcji turystycznych wpisujących się w nadrzędny priorytet rozwoju, jakim jest zrównoważony rozwój.

Przeprowadzone badania pozwoliły zidentyfikować regionalny potencjał turystyczny przy wykorzystaniu analizy opisowej, a także za pomocą wskaźników cząstkowych pogrupowanych w trzy dziedziny: „natura”, „kultura” i „infrastruktura” w oparciu o metodologię pomiaru aktywności turystycznej [Łyson i in., 2016, s. 50-54].

Dokonana w pracy ocena regionalnego potencjału turystycznego pozwoliła na pozytywną weryfikację założonej hipotezy badawczej mówiącej o występowaniu dużego zróżnicowania potencjału turystycznego w Polsce. Potwierdziła to wielowymiarowa analiza porównawcza w ujęciu dynamicznym, która posłużyła także do określenia stopnia konkurencyjności regionów względem tego potencjału jak również do oceny jego wykorzystania. Warto podkreślić, że analiza danych statystycznych z różnych źródeł oraz przegląd dostępnej literatury przedmiotu potwierdziły hipotezę o głównych czynnikach różnicujących potencjał turystyczny. Przeprowadzone badania wykazały, że do tych czynników zaliczają się przede wszystkim walory przyrodnicze i kulturowe, decydujące w dużym stopniu o atrakcyjności turystycznej regionu oraz infrastruktura komunikacyjna decydująca o jego dostępności dla osób podróżujących.

Zróżnicowaniu potencjału turystycznego towarzyszyło również duże zróżnicowanie jego wykorzystania, które zostało potwierdzone przez wyniki wykorzystanego w analizie modelu miękkiego, jak i metodę Warda. Wykazano, że niektóre województwa (małopolskie, pomorskie, mazowieckie, zachodniopomorskie) dysponują wysokim potencjałem turystycznym i wykorzystują go w sposób bardzo efektywny, co znajduje odzwierciedlenie w nasileniu ruchu turystycznego i świadczy o przewadze konkurencyjnej takich regionów. Natomiast duża część regionów (największa grupa w badanej zbiorowości) posiada znacznie niższy potencjał turystyczny, który w ograniczonym stopniu jest wykorzystywany. W tej grupie najgorzej prezentują się województwa lubelskie i opolskie. Przy wykorzystaniu modelowania miękkiego wykazano również, że istnieją województwa, które pomimo posiadania dużego potencjału turystycznego nie są w stanie w pełni go wykorzystać. Do tej grupy należą województwa: wielkopolskie, śląskie oraz dolnośląskie.

Potencjał turystyczny wyznacza również możliwości rozwoju określonych funkcji turystycznych. Biorąc pod uwagę duże zróżnicowanie tego potencjału w regionach można twierdzić, że jeden region może pełnić wiele funkcji turystycznych, adekwatnych do posiadanego potencjału. Województwa zurbanizowane w większym stopniu niż pozostałe (między innymi województwa: małopolskie, mazowieckie, dolnośląskie, śląskie, czy pomorskie) mają większe możliwości wykorzystywania swego potencjału turystycznego w kierunku promowania turystyki miejskiej, kulturowej, biznesowej, historycznej, religijnej itp. Natomiast w województwach słabo zurbanizowanych, takich jak: lubelskie, podkarpackie, podlaskie, warmińsko-mazurskie, które bogate są w walory przyrodnicze, powinny być promowane przede wszystkim alternatywne i niszowe formy turystyki, realizowane zgodnie z koncepcją zrównoważonego rozwoju i związane z szeroko rozumianą turystyką wiejską, w tym z sylwanoturystyką, ekoturystyką, agroturystyką, czy też turystyką uzdrowiskowo-leczniczą. Wydaje się, że na obecnym etapie w turystyce ciągle niedostatecznie wykorzystywany jest potencjał obszarów wiejskich z całym bogactwem tradycji, walorów przyrodniczych, historycznych, kulturowych z niepowtarzalnym pięknem krajobrazu. Tym bardziej, że walory przyrodnicze tych obszarów, stanowiące potencjał endogeniczny, często są głównym i jedynym ich atutem rozwojowym. Dążenie do optymalnego wykorzystywania endogenicznych, zróżnicowanych zasobów jednostek terytorialnych, należy traktować jako podstawę ich trwałego rozwoju, dającego szansę budowania ładu zintegrowanego, wyrażającego najwyższy stopień realizacji rozwoju zrównoważonego [Ślusarz 2018, s.288].

Potwierdzeniem takiej tezy jest niskie znaczenie wskaźnika cząstkowego w dziedzinie „natura” wykazane w pomiarze wykorzystania potencjału turystycznego.

Warto podkreślić, że na zróżnicowanie potencjału turystycznego i jego wykorzystanie wpływa szereg czynników, począwszy od niedoceniań roli turystyki w generowaniu dochodów i jej istotnej roli w ogólnym wzroście gospodarczym regionu. Skutkiem tego jest najczęściej brak strategii i kompleksowych programów działania w sferze gospodarki turystycznej na poziomie regionu lub brak konsekwencji w realizacji posiadanych strategii. Poprzez typowe i powszechne bariery infrastrukturalne, a zwłaszcza ograniczające dostępność komunikacyjną, w tym ograniczenia architektoniczne dla osób niepełnosprawnych, a skończywszy na ciągle niedostatecznej, a tak ważnej, współpracy międzyregionalnej i międzysektorowej oraz na poziomie lokalnym w zakresie rozwijania i realizacji przedsięwzięć turystycznych. Stąd też wynika potrzeba programowania rozwoju turystyki, które powinny być priorytetowym działaniem władz szczebla lokalnego i regionalnego dla budowy i wykorzystania zróżnicowanego potencjału turystycznego regionów.

Przeprowadzone badania opierały się na danych z poziomu regionalnego. Nie uwzględniały przestrzennego zróżnicowania potencjału turystycznego w regionach oraz zróżnicowania nasilenia w nich ruchu turystycznego i jego sezonowości, tak ważnych z punktu widzenia oddziaływania na środowisko przyrodnicze, ale i lokalne społeczności. Stąd też, dla pełnego wnioskowania dotyczącego wykorzystania potencjału turystycznego potrzebne są badania „schodzące” na niższy, lokalny poziom, pozwalające oceniać skutki rozwoju turystyki w aspekcie zrównoważonego rozwoju z uwzględnieniem chłonności i pojemności danego terytorium oraz jej wpływu na jakość życia mieszkańców regionów turystycznych. Ocena taka jest istotna z punktu widzenia programowania gospodarki, planowania i zarządzania rozwojem jednostek terytorialnych wpisujących często turystykę jako jeden z celów rozwoju i aktywizacji gospodarczej gmin i regionów. To wymaga budowania systemu informacyjnego w dziedzinie turystyki wykorzystującego tradycyjne oraz nowe źródła informacji i duże zbiory danych (Big data), dotyczące zarówno popytowej, jak i podażowej strony turystyki.

## Bibliografia

### Bibliography

- Andersson T. D., Lundberg E., 2013, Commensurability and Sustainability: Triple Impact Assessments of a Tourism Event, „Tourism Management”, vol. 37, no. 4.
- Balińska A., Sieczko A., Zawada J., 2014, Turystyka. Wybrane zagadnienia, Difin, Warszawa.
- Bartkowski T., 1971, O metodyce oceny środowiska geograficznego, *Przegląd Geograficzny*, T. XLIII, Zeszyt 3.
- Bartkowski T., 1974, Zastosowania geografii fizycznej, PWN, Warszawa.
- Barrio M. J., Devesa M., Herrero L. C., 2012, Evaluating Intangible Cultural Heritage: The Case of Cultural Festivals, *City, „Culture and Society”*, vol. 3, no. 4.
- Batyk I., 2010, Wpływ potencjału turystycznego na atrakcyjność turystyczną wybranych regionów Polski, *Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego „Ekonomiczne Problemy Usług”* nr 52.
- Bąk M., 1995, Komplementarność celów polityki transportowej i turystycznej w Polsce, „Przegląd Komunikacyjny”, nr 3.
- Bąk I., Matlegiewicz M., 2010, Przestrzenne zróżnicowanie atrakcyjności turystycznej województw w Polsce w 2008 roku, „ZN Usz. Ekonomiczne Problemy Usług”, nr 52.
- Bąk I., Szczecińska B., 2014, Analiza atrakcyjności turystycznej miast wojewódzkich w Polsce, *Wiadomości Statystyczne* nr 12.
- Bebenow F., 2015, Turystyka kolejowa w Polsce, Wydawnictwo Naukowe Bogucki, Poznań.
- Begg D., Fischer S., Dornbusch R., 1993, *Ekonomia*, t. 1, PWE, Warszawa.
- Bellinger C., 1994, *Touristische Angebotspotentiale einer Stadt. Trends-Forschung-Koncepte im Strategischen Tourismusmanagement*, Band 4, Trier.
- Bitner M., Pałka J., 2010, Francuski model partnerstwa publiczno-prywatnego – ewolucja regulacji PPP we Francji, *Prawo Ubezpieczeń Gospodarczych*, nr 1.
- Błachut B., Cierpień-Wolan M., Czudec A., Ślusarz G., 2017, Jakość życia w województwie podkarpackim w latach 2004-2015, *Urząd Statystyczny w Rzeszowie, Uniwersytet Rzeszowski, Rzeszów*.
- Błądek Z., 1993, *Wyposażenie obiektów hotelarskich, Zrzeszenie Polskich Hoteli Turystycznych*, Warszawa.
- Błądek Z., 2003, *Hotel bez barier: przystosowanie do osób niepełnosprawnych*, Wyd. Albus, Poznań.
- Błądek Z., Gałkowski A. E., 1997, *Udostępnianie obiektów hotelarskich dla osób niepełnosprawnych. Problematyka, projektowanie i przystosowanie*. UKFiT, PHZ, Warszawa.
- Bogucka A., 2010, *Przystosowanie bazy turystycznej na potrzeby osób niepełnosprawnych*, *Economy and Management*, nr 3.
- Borawska-Melnyk A., 2016, Czy turystyka rowerowa może stać się narodowym produktem turystycznym w Polsce?, <https://rowerowypoznan.pl/czy-turystyka-rowerowa> (dostęp: 1.09.2019 r.)
- Boroński Z., 2007, Organizacyjne i prawne problemy szlaków rowerowych w Polsce na tle wybranych państw w Europie, [w:] P. Kuleczka, red., *Szlaki turystyczne a przestrzeń turystyczna*, Wydawnictwo PTTK „Kraj”, Warszawa.
- Borys T., 2011, Zrównoważony rozwój – jak rozpoznać ład zintegrowany, „Problemy Ekorozwoju”, vol. 6, no. 2.

- Butowski L., 1996, Funkcja turystyczna dużych miast europejskich. Studium porównawcze Berlina, Budapesztu, Paryża, Pragi, Wiednia i Warszawy [w:] Gordon A., red., Turystyka szansą rozwoju kraju, Materiały pokongresowe, Kongresu Turystyki Polskiej, 6-8 listopada 1995 r., UKFiT, Warszawa.
- Butowski L., 2013, Długookresowy model turystyki zrównoważonej, Zeszyty Naukowe Uczelni Vistula, nr 32.
- Cegliński P., 2015, Kwestie zrównoważonego rozwoju w strategiach przedsiębiorstw, Studia i Prace Wydziału Nauk Ekonomicznych i Zarządzania, nr 40, t. 2.
- Cheng-Fei L., Hsun-Inn, H., Huery-Ren Y., 2010, Developing an Evaluation Model for Destination Attractiveness: Sustainable Forest Recreation Tourism in Taiwan, Journal of Sustainable Tourism, vol. 18, no. 6.
- Ching-Fu Chen, Pei-Stalski M., 1985: The methodology for the choice of the structure of tourist trade in big cities, [in:] Großstadttourismus - Tourisme des grandes Villes - Big City Tourism. Dietrich Teimer Verlag, Berlin.
- Ching Fu Chen, Pei Chun Chen 2012 Ching-Fu Chen, Pei-Chun Chen, 2012, Exploring Tourists stated preferences for heritage tourism services – the case of Tainan City, Taiwan, Tourism Economics, vol. 18, issue 2.
- ChunChen, 2012, Estimating recreational cyclists' preferences for bicycle routes – Evidence from Taiwan, Transport Policy, Elsevier.
- Ciechański A., Bebenow F., 2017, Turystyka oparta na dziedzictwie kulturowym kolei – czy bariery formalne i finansowe skutecznie blokują jej rozwój?, TTS, nr 7-8.
- Cieplik J., Sołtysik M., 2012, Próba oceny dostępności komunikacyjnej wybranych obiektów kultury materialnej i terenów rekreacyjnych Wrocławia dla mieszkańców obszarów podmiejskich, „Infrastruktura komunikacyjna w krajobrazie. Prace Komisji Krajobrazu Kulturowego”, nr 18.
- Council of Europe, 1997, Tourism and Environment. Questions and Answers, No 3, Strasbourg.
- Ćwiklak J., 2014, Transport lotniczy w turystyce, „Logistyka” nr 3.
- Deng J., King B., Bauer T., 2002, Evaluating natural attractions for tourism, “Annals of Tourism Research” 29(2).
- Derek M., 2007, Gmina turystyczna – ujęcie metodologiczno-metodyczne, [w:] Kurek W., Pawlusiński R. (red.), Studia nad turystyką. Prace ekonomiczne i społeczne. Geograficzne, społeczne i ekonomiczne aspekty turystyki, Kraków: Instytut Geografii i Gospodarki Przestrzennej, Uniwersytet Jagielloński.
- Dictionnaire de la langue française, 1990, Paris.
- Dunaj B., 1999, Słownik współczesnego języka polskiego, Wyd. Wilga, Warszawa.
- Dziadek S., 1992, Geografia transportu Polski w zarysie, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Katowicach, Katowice.
- Fajri K., Kartika T., 2016, The service quality of taxi in supporting tourism industry (case study in Bandung), Asia Tourism Forum 2016 – The 12th Biennial Conference of Hospitality and Tourism Industry in Asia (ATF-16), The authors – Published by Atlantis Press.
- Fedan R., Hop G., 2006, Walory przyrodnicze w regionie polskich Karpat wschodnich [w:] Fedan R. i Makiela Z. (red.), Uwarunkowania rozwoju turystyki Karpat Wschodnich, Wydawcy: Urząd miasta Przeworska, Przeworskie Stowarzyszenie Wspierania Inicjatyw Gospodarczych, Przeworsk.
- Florida R., 2002, The Rise of the Creative Class, Basic Books, New York.
- Gaworecki W.W., 2000, Turystyka, PWE, Warszawa.
- Gaworecki W., 2003, Turystyka, PWE, Warszawa.
- Gaworecki W.W., 2007, Turystyka, PWE, Warszawa.

- Gibson H. J., Kaplanidou K., Kang S. J., 2012, Small-scale Event Sport Tourism: A Case Study in Sustainable Tourism, „Sport Management Review”, vol. 15, no. 2.
- Gierczak B., 2011, The history of tourist transport after the modern industrial revolution, „Polish Journal of Sport and Tourism”, Vol.18, Issue 4.
- Gierczak B., 2012, Koncepcja obsługi transportem kolejowym Portu Lotniczego Rzeszów-Jasionka jako czynnik poprawy jakości usług przewozowych w transporcie turystycznym, „Przegląd Komunikacyjny”, nr 10.
- Gierczak-Korzeniowska B., 2018, Możliwości wykorzystania BAV w procesie oceny atrakcyjności turystycznej regionu, „Marketing i Rynek”, nr 7.
- Gierczak-Korzeniowska B., 2019, Wpływ markowych produktów turystycznych na atrakcyjność Podkarpacia – ocena z uwzględnieniem czynnika demograficznego, *Kwartalnik Naukowy Uczelni Vistula*, nr 2(60).
- Gierszewska G., Romanowska M., 2002, *Analiza strategiczna przedsiębiorstwa*, PWE, Warszawa.
- Gołębski G., 1999, *Regionalne aspekty rozwoju turystyki*, PWN, Warszawa.
- Gołębski G., 2002, *Metody stymulowania rozwoju turystyki w ujęciu przestrzennym*. Poznań: Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej.
- Gołębski G., 2009, *Kompedium wiedzy o turystyce*, PWN, Warszawa-Poznań.
- Goodall B., 1990, *The Dynamics of Tourism Place Marketing* [w:] *Marketing Tourism Places* (red.) Ashworth G. i Goodall B., Routledge, London.
- Goranczewski B., Puciato D., 2010, Zastosowanie analizy SWOT w formułowaniu strategii rozwoju turystyki na obszarach recepcyjnych, „Turyzm” 20/2.
- Gosik B., Zimon G., 2014, Usługi transportowe w obsłudze ruchu turystycznego, *Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego*, nr 843.
- Grabowski J., Milewska M., Stasiak A., 2007, *Vademecum organizatora turystyki niepełnosprawnych*, WSTH, Łódź.
- Gunn, C.A., 1972, *Vacationscape: Designing Tourist Regions*, Bureau of Business Research, University of Texas, Austin.
- Halbański M.E., 1999, *Leksykon sztuki kulinarnej*, Książka i Wiedza, Warszawa.
- Hall C. M., 2003, *Consuming places: the role of food, wine and tourism in regional development*, [w:] Hall C. M., Sharples L., Mitchell R., Macionis N., Camburne B. (eds.), *Food tourism around the world. Development, management and markets*, Butterworth-Heinemann, Oxford-Burlington.
- Hall D. R., 1999, *Conceptualising tourism transport: Inequality and externality issues*, „Journal of Transport Geography”, nr 7(3).
- Hall D., 2008, *Transport, tourism and leisure*, [w:] R. Knowles, J. Shaw, I. Docherty (red.), *Transport Geographies. Mobilities, Flows and Spaces*, Blackwell Publishing, MaldenOxford-Carlton.
- Hellwig Z., 1968, Zastosowanie metody taksonomicznej do typologicznego podziału krajów ze względu na poziom ich rozwoju oraz zasoby i strukturę wykwalifikowanych kadr. *Przegląd Statystyczny*, nr 4.
- Hellwig Z., Kania-Gospodarowicz A., 1975, *Zastosowanie analizy porównawczej w badaniach międzynarodowych*, GUS, Warszawa.
- Herbert J., Żegleń P., 2016, Ocena potencjału przyrodniczo-kulturowego jako narzędzia służącego kreowaniu jakości życia. Inwentaryzacja obiektów w wybranych powiatach województwa podkarpackiego w kategorii: turystyka, zdrowie, ekotechnologie, *Młoda Humanistyka*. Tom: Vol. 9 Zeszyt: 2.

- Herbst I., Mysiorski B., Zaremba P., 2010, Partnerstwo publiczno-prywatne w Polsce i na świecie, [w:] Fundusze europejskie szansą rozwoju PPP w Polsce. Ministerstwo Rozwoju Regionalnego, I. Herbst (red.), Warszawa.
- Hornig A., Dziadek S., 1987, Zarys geografii transportu lądowego, PWE, Warszawa.
- Huderek-Glupska S., 2011, Wpływ portu lotniczego na rozwój gospodarki regionu – praca doktorska, Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu.
- Hwang C. L., Yoon K., 1981, Multiple Attribute Decision Making. Methods and Applications. Nowy Jork: Springer Verlag.
- Instrukcja znakowania szlaków turystycznych, 2007, Polskie Towarzystwo Turystyczno-Krajoznawcze Zarząd Główny, Warszawa.
- Jacobsen J.K.S., 1997, The making of an attraction: The Case of North Cape, "Annals of Tourism Research" 24.
- Jacyna M., 2012, System logistyczny Polski. Uwarunkowania techniczno-technologiczne modalności transportu, Oficyna Wydawnicza Politechniki Warszawskiej, Warszawa.
- Jaki A., Rojek T., 2018, Rola funduszy europejskich w kreowaniu rozwoju i innowacyjności regionów w Polsce, Problemy teoretyczne i metodyczne, Studia i Prace WNEIZ US nr 52/2.
- Jalinik M., 2016, Zarządzanie turystyką na obszarach przyrodniczo cennych. Zeszyty Naukowe. Turystyka i Rekreacja, 1(17).
- Jaranowska K., 1990, Ośrodki rehabilitacyjno-wypoczynkowe dla osób niepełnosprawnych, Centrum Naukowo-Badawcze Społeczności Inwalidów, Warszawa.
- Jaremen D., Rapacz A., (2005), Kształtowanie partnerskich relacji między podmiotami turystycznymi w euroregionie Nysa, Ekonomiczne Problemy Turystyki Nr 5, Uniwersytet Szczeciński, Szczecin.
- Kachniewska M., Nawrocka E., Niezgoda A., Pawlicz A., 2012, Rynek turystyczny. Ekonomiczne zagadnienia turystyki, Wolters Kluwer Polska, Warszawa.
- Kacprzyk W., 2011, Wybrane problemy zagospodarowania turystyczno-rekreacyjnego lasów – uwagi praktyczne, „Studia i Materiały Centrum Edukacji Przyrodniczo-Leśnej”, R. 13, Zeszyt 4(29), Rogów.
- Kaczmarek J., Stasiak A., Włodarczyk B., 2002, Produkt turystyczny, albo jak organizować poznanie świata, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź.
- Kaczmarek J., Stasiak A., Włodarczyk B., 2005, Produkt turystyczny, PWE, Warszawa.
- Kaspar C., 1970, Współzależność między turystyką a środkami transportu, Problemy Ekonomiczne Turystyki, Departament Ekonomiczny GKKFiT, Warszawa.
- Kaur J., 1981, Methodological Approach to Scenic Resource Assessment, „Tourism Recreation Research”, vol. 6, no. 1.
- Kiełczewski D., 2001, Ekologia Społeczna, Wydawnictwo Ekonomia i Środowisko, Białystok.
- King K., 2010, Lifestyle, identity and young people’s experiences of mountain biking, [w:] Research Note, Forestry Commission.
- Kiryłuk H., 2009, Wpływ turystyki na środowisko przyrodnicze w opinii turystów Biebrzańskiego Parku Narodowego, „Economy and Management”, Zeszyt 1.
- Kizielewicz J., 2017, Potencjał infrastrukturalny portów morskich jako element konkurencyjności na rynku usług morskiej żeglugi wycieczkowej, „Folia Turistica”, nr 42.
- Kłós Z., Milewski D., 2008, Znaczenie portów lotniczych w Polsce – ich rozwój i wpływ na regiony [w:] Transport morski i lotniczy w obsłudze ruchu pasażerskiego. Implikacje dla regionów pod red. A. Pana-siuka, M. Plucińskiego, Wyd. Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin 2008.

- Kopaliński W., 1989, Słownik wyrazów obcych i zwrotów obcojęzycznych (wydanie XVIII rozszerzone), Wiedza Powszechna, Warszawa.
- Kordel Z., Senator-Bentkowska K., 2009, Definicja, klasyfikacja oraz źródła finansowania infrastruktury transportu, [w:] Finansowanie rozwoju transportu europejskiego, red. Załoga E., Zeszyty Naukowe nr 535, Ekonomiczne Problemy Usług nr 32, WNUS, Szczecin.
- Kowalczyk A., Geografia turystyki, PWN, Warszawa 2000.
- Kowalczyk A., Geografia turystyki, PWN, Warszawa 2002.
- Kowalczyk A., 2005, Turystka kulinarna – ujęcie geograficzne, Turyzm, 15/1-2.
- Kowalczyk A., Kulczyk S., Duda-Gromada K., 2010, Przyrodnicze aspekty turystyki zrównoważonej, [w:] Turystyka zrównoważona, red. Kowalczyk A., PWN, Warszawa.
- Kowalczyk A., 2007, Atrakcyjność turystyczna krajobrazu kulturowego, [w:] Znaczenie badań krajobrazowych dla zrównoważonego rozwoju, Wydział Geografii i Studiów Regionalnych, Uniwersytet Warszawski, Warszawa, s. 121-132.
- Kowalczyk A. (red.), 2001, Ekologia Krajobrazu i Ekorozwój, Wydawnictwo Akademii Bydgoskiej im. Kazimierza Wielkiego, Bydgoszcz.
- Kowalczyk A., 2010, Turystyka zrównoważona – aspekty kulturowe, [w:] Młynarczyk Z. (red.) Uwarunkowania i plany rozwoju turystyki, t. VI, Bogucki Wydawnictwo Naukowe, Poznań.
- Kozłowski S., 1996, Mechanizmy i Uwarunkowania Ekorozwoju, Wyd. KE i ZOŚ Politechniki Białostockiej, Białystok.
- Kożuchowski K., 2005, Walory przyrodnicze w turystyce i rekreacji, Wydawnictwo Kurpisz, Poznań.
- Krauz K., Mrocza A., 2001, Celowość kształcenia kadr dla turystyki w zakresie ekorozwoju, [w:] Kowalczyk A. (red.), Ekologia Krajobrazu i Ekorozwój, Wydawnictwo Akademii Bydgoskiej im. Kazimierza Wielkiego, Bydgoszcz.
- Kruczek Z., 2005, Polska – geografia atrakcji turystycznych, Proksenia, Kraków.
- Kruczek Z., 2006, Polska. Geografia atrakcji turystycznych, wyd. IV, Proksenia, Kraków.
- Książek E., Wereda W. 2012. Partnerstwo publiczno-prywatne jako przykład innowacyjnego zarządzania organizacjami. Współczesne Zarządzanie, Contemporary Management Quarterly 2/2012.
- Kukuła K., 1993, Próba waloryzacji województw ze względu na zagospodarowanie turystyczne i środowisko naturalne. Folia Turistica, nr 4, s.117-133.
- Kurek W., 2007, Turystyka, PWN, Warszawa.
- Kurek W., 2008, Turystyka, PWN, Warszawa.
- Kwieciński J., 1984, Sport i rekreacja, IKŚ, Warszawa.
- Law, C. M., 1993, Urban Tourism: Attracting Visitors to Large Cities, Mansell Publishing Limited, London.
- Leiper N., 1990, Tourist Attraction System. Annals of Tourism Research, 17.
- Lew A., 1974, A Framework of Tourist Attraction Research, [w:] Travel, Tourism and Hospitality Research. Handbook for Managers and Researches, Brent Ritchie J.R.
- Lewandowski W., Szewczyk R., 2010, Zielona Polska, PWN, Warszawa.
- Lichtarski J., 2003, Podstawy nauki o przedsiębiorstwie, Wyd. Akademii Ekonomicznej we Wrocławiu, Wrocław.



- Lijewski T., Mikułowski B., Wyrzykowski J., 2002, *Geografia turystyki Polski*, PWE, Warszawa.
- Lijewski T., Mikułowski B., Wyrzykowski J., 2008, *Geografia turystyki Polski*, PWE, Warszawa.
- Lijewski T., Mikułowski B., Wyrzykowski J., 2010, *Geografia turystyki Polski*, PWE, Warszawa.
- Lohmann G., Duval D. T., 2011, *Critical Aspects of the Tourism-Transport Relationship*, Goodfellow Publishers, Oxford.
- Lohmann G., Pearce D.G., 2010, Conceptualizing and operationalizing nodal tourism functions, „*Journal of Transport Geography*”, 18(2).
- Lundberg D., 1985, *The Tourist Business*, Van Nostrand Reinhold, New York.
- Łuniewska M, Tarczyński W., 2006, *Metody wielowymiarowej analizy porównawczej na rynku kapitałowym*, PWN, Warszawa.
- Łysoń P., Szymkowiak M., Wawrowski Ł., 2016, Badania porównawcze atrakcyjności turystycznej powiatów z uwzględnieniem ich otoczenia. *Wiadomości Statystyczne* 12, Warszawa, s. 45-57.
- Manczak I., 2015, Atrakcyjność turystyczna polskich regionów na facebooku, *Rozprawy Naukowe AWF we Wrocławiu*, nr 50.
- Mańkowski T., 2010, System publicznego transportu zbiorowego w obsłudze ruchu turystycznego w województwie zachodniopomorskim, *Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego*, nr 590.
- Marciszewska B., 2010, Potencjał turystyczny regionu a kreowanie jego wizerunku, *Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego*, nr 590, *Ekonomiczne Problemy Usług* nr 52.
- Marciszewska B., Miecznikowski S. 2003, Partnerstwo publiczno-prywatne a rozwój turystyki w regionie, [w:] *Unia Europejska a przyszłość polskiej turystyki*, Szkoła Główna Handlowa w Warszawie, Katedra Turystyki, Warszawa.
- Mastalska-Cetera B., Warczevska B., 2015, Możliwości rozwoju turystyki zrównoważonej na przykładzie dolnośląskich parków krajobrazowych, *Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu*, nr 397.
- Maślankowski J., 2015, Analiza jakości danych pozyskiwanych ze stron internetowych z wykorzystaniem rozwiązań Big Data. *Roczniki Kolegium Analiz Ekonomicznych*.
- Matczak A., 1995, Województwa o funkcji turystycznej a obszary o skażonym środowisku geograficznym w Polsce, „*Turyzm*” t. 5, z. 1.
- Mazur-Wierzbička E., 2003, Koncepcja zrównoważonego rozwoju w polskiej polityce społeczno-gospodarczej, [w:] Kopycińska D. (red.), *Państwo i Rynek w Gospodarce*, PTE, Szczecin.
- McCartney G., 2005, The Impact of the 50th Macao Grand Prix on Macao's Destination Image, *International Journal of Event Management Research*, T. 1., N. 1.
- McIntyre G., Hetherington A., Inskip E., (1993), *Sustainable Tourism Development: Guide for Local Planners*, World Tourism Organization, Madrid, Spain.
- Meyer B., 2010, Aktywność samorządu lokalnego jako element potencjału turystycznego na przykładzie wybranych gmin województwa zachodniopomorskiego, *Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego*, nr 590, *Ekonomiczne Problemy Usług* nr 52.
- Meyer B., 2010, Aktywność samorządu lokalnego jako element potencjału turystycznego na przykładzie wybranych gmin województwa zachodniopomorskiego, *Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego*, nr 590.
- Miedzińska I., 2005, Dostępność komunikacyjna w systemach rekreacyjnych na przykładzie Pojezierza Lubuskiego, „*Turystyka i Rekreacja*”, tom 1.

- Mika M., 2014, Sustainable tourism: a critique of the academic feasibility of the concept, *Tourism, the Journal of the University of Lodz*, nr 25/1.
- Mikos von Rohrscheidt A., 2008, Kulturowe szlaki turystyczne – próba klasyfikacji oraz postulaty w zakresie ich tworzenia i funkcjonowania, „*Turystyka Kulturowa*”, 2.
- Mikos von Rohrscheidt A., 2010, Regionalne szlaki tematyczne. Idea, potencjał, organizacja, seria Monografie o tematyce turystycznej, nr 6, Proksenia, Kraków.
- Milewski D., 2010, Dostępność transportowa jako element kształtujący potencjał turystyczny województwa zachodniopomorskiego, *Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego*, nr 590.
- Miłaszewicz D., Ostapowicz D., 2012, Stan transportu kolejowego w polskiej gospodarce, *Studia i Prace Wydziału Nauk Ekonomicznych i Zarządzania*, nr 25, Uniwersytet Szczeciński, Szczecin.
- Molenda M., Ściana W., 2009, Funkcja turystyczna małych portów morskich, „*Przegląd Prawno-Ekonomiczny*”, nr 7(2).
- Naumowicz K., 1993, Potencjał turystyczny i regionalizacja turystyczna Polski. Uniwersytet Szczeciński, *Rozprawy i Studia*, t. CCX 136, Szczecin.
- Naumowicz K., 2006, Wybrane zagadnienia geografii turystycznej Polski, Państwowa Wyższa Szkoła Zawodowa w Gorzowie Wielkopolskim, Gorzów Wielkopolski.
- Naumowicz K., 2009, Podstawowe zagadnienia turystyki, PWSZ, Gorzów Wielkopolski.
- Niczman M. (red.), 1963, *Kucharz gastronom*, Wyd. Przemysłu Lekkiego i Spożywczego, Warszawa.
- Niezgoda A., 2006, Obszar recepcji turystycznej w warunkach rozwoju zrównoważonego, *Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Poznaniu*, Poznań.
- Nowak S., Ostańska A., Halemba P., Frańczak A., 2012, Kreowanie zrównoważonego transportu w regionach turystycznych, „*Logistyka*” nr 3.
- Nowakowska A., 2002, Produkt turystyczny, [w:] *Kompendium wiedzy o turystyce*, G. Gołembski (red.), PWN, Warszawa-Poznań.
- Nowakowska A., 2009, Walory i atrakcje turystyczne. Potencjał turystyczny. Plany rozwoju turystyki, praca zbiorowa pod red. Z. Młynarczyka i A. Zajadacza, *Wydawnictwo Naukowe*, Poznań.
- Olearnik J., Pasek K., 2014, Innowacyjność w turystyce i jej oddziaływanie promocyjne, *Rozprawy Naukowe AWF we Wrocławiu*, nr 46.
- Panasiuk A., 2011, *Ekonomika turystyki i rekreacji*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- Panfiluk E., 2017, Wpływ środków unijnych na atrakcyjność turystyczną regionu – case study, „*Studia Oeconomica Posnaniensa*”, vol.3, no. 4.
- Panitz B., 2000, The ADA After a Decade: The Industry's Efforts to Provide Accessible Hospitality. *Restaurants USA*, National Restaurant Association.
- Pawlusiński R., 2005, Samorząd lokalny a rozwój turystyki. Przykład gmin Wyżyny Krakowsko-Częstochowskiej, IGiGP UJ, Kraków.
- Peniston L. C., 1996, Hotel Accessibility and Accommodations for People with Disabilities. *Parks&Recreation* nr 12, vol. 31.
- Peretiatkowicz R., 1976, Walory rekreacyjno-uzdrowiskowe terenów górskich; PTE, Krosno-Polańczyk.
- Peńko D., 2014, Modelowanie zrównoważonego rozwoju regionów w Polsce, *Wydawnictwo Uniwersyteckie Trans Humana*, Białystok.

- Pieńkos K., Podleśna-Dudicz K., 2008, Problemy turystyki zrównoważonej w lasach, [w:] A. Gotowt-Jezior-ska, J. Ślodzińska (red.), *Turystyka zrównoważona ekoturystyka*, Wydawnictwo PTTK „Kraj”, Warszawa.
- Pisarska B., 2008, Czynniki kształtujące nowych zwolenników ekoturystyki w Polsce, [w:] Gotowt-Jezior-ska A., Ślodzińska J., (red.), *Turystyka zrównoważona i ekoturystyka*, Wydawnictwo PTTK „Kraj”, Warszawa.
- Płocka J., 2002, *Wybrane zagadnienia z zagospodarowania turystycznego*, Cz. I, Wyd. Centrum Kształce-nia Ustawicznego, Toruń.
- Podawca K., 2007, Ścieżki rowerowe jako element infrastruktury turystycznej (na przykładzie ścieżki ro-werowej Łąck-Gąbin i Gostynin-Lucień), „Przegląd Naukowy Inżynieria i Kształtowanie Środowiska” Rocznik XVI, Zeszyt 3(37).
- Popkiewicz M., 2013, *Świat na rozdrożu*, Wydawnictwo Sonia Draga, Katowice.
- Potencjał turystyczny województwa lubelskiego w 2015 roku. Analizy statystyczne, 2017, Wyd. Urząd Sta-tystyczny w Lublinie, Lublin.
- Potocka I., 2009, Atrakcyjność turystyczna i metody jej identyfikacji, Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu, „Seria Turystyka i Rekreacja”, *Studia i Prace*, nr 3.
- Pratte J., 2006, *Bicycle Tourism on the Trail to Economic Development*, [w:] *Prairie Perspectives*, B. C. Hali-man J. Gardiner, D. Blair (red.). *Geographical Essays*, t. 9, nr 1, University of Winnipeg.
- Przeclawski K., 1986, *Humanistyczne podstawy turystyki*, Instytut Turystyki, Warszawa.
- Przeclawski K., 1996, *Człowiek a turystyka. Zarys socjologii turystyki*. Albis, Kraków.
- Przestrzenne zróżnicowanie funkcjonowania turystyki na pograniczu polsko-słowacko-ukraińskim w latach 2015-2017, 2018, Urząd Statystyczny w Rzeszowie, Rzeszów.
- Puciato D., 2010, Wybrane elementy atrakcyjności turystycznej powiatów województwa opolskiego, *Infrastruktura i Ekologia Terenów Wiejskich*, nr 1.
- Pukowiec-Kurda K., 2015, Potencjał turystyczny wybranych dworców kolejowych w Polsce, „Turystyka Kulturowa”, nr 10.
- Pukowiec K., Kurda W., 2016, Wpływ ruchu lotniczego na wielkość ruchu turystycznego w wybranych regionach polski w latach 2010–2014, *Zeszyty Naukowe. Turystyka i Rekreacja*, nr 2 (18).
- Raciborski J., Sondel J., Sondel K., Zawistowska K., 2003, *Prawo turystyczne*. Warszawa.
- Rapacz A., 1994, *Przedsiębiorstwo turystyczne. Podstawy i zasady działania*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- Rapacz A., 2004, *Współpraca i integracja w turystyce w euroregionie Nysa w perspektywie członkostwa w Unii Europejskiej*. Wrocław: Akademia Ekonomiczna im. Oskara Langego.
- Rapacz A., 2005, *Współpraca sektora publicznego i sektora prywatnego w miejscowościach i regionach turystycznych*, [w:] *Gospodarka turystyczna. Turystyka i gospodarka turystyczna w Polsce na tle procesów integracji w Europie. Euroregionalizacja. Konkurencyjność. Marketing*. A. Rapacz (red.), *Prace Naukowe Akademii Ekonomicznej im. Oskara Langego we Wrocławiu*, Wrocław.
- Rapacz A., Gryszel P., Jaremen D. E., 2010, Potencjał turystyczny uzdrowiska Świeradów-Zdrój, *Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, „Ekonomiczne Problemy Usług”*, nr 52.
- Rapacz A., Jaremen D. A., 2011, Atrakcyjność turystyczna jako czynnik wyboru destynacji turystycznej, *Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, „Ekonomiczne Problemy Usług”*, nr 75.
- Reich W., 1987, *Betriebswirtschaftslehre und gastgewerbliche Betriebslehre*, Wien.

- Ritchie B. W., Hall C. M., 1999, Bicycle Tourism and Regional Development: A New Zealand Case Study Anatolia, „An International Journal of Tourism and Hospitality Research”, t. 10, wyd. 2.
- Rogalewski O., 1972, Podstawy gospodarki przestrzennej w turystyce, [w:] Ruch Turystyczny – Monografie, z. 13, SGPiS, Warszawa.
- Rogalewski O., 1974, Zagospodarowanie turystyczne, Wydawnictwa Szkolne i Pedagogiczne, Warszawa.
- Rogalewski O., 1974, Zagospodarowanie turystyczne, WSiP, Warszawa.
- Rogowski J., 1990, Modele miękkie. Teoria i zastosowanie w badaniach ekonomicznych, Wydawnictwo Filii UW w Białymstoku, Białystok,
- Rorthert M., Kacprzyk W., 2012, Turystyka rowerowa w Lasach Państwowych – stan obecny oraz wybrane dylematy i wstępne propozycje jej rozwoju, [w:] J. Śledzińska (red.), Turystyka rowerowa w zjednoczonej Europie, Warszawa, Wyd. PTTK „Kraj” - PTTK.
- Rosentraub M. S., Joo M., 2009, Tourism and Economic Development: Which Investments Produce Gains for Regions?, „Tourism Management”, vol. 30, no. 5.
- Ruch graniczny oraz wydatki cudzoziemców w Polsce i Polaków za granicą w 2018 r., 2019, Główny Urząd Statystyczny, Urząd Statystyczny w Rzeszowie, Warszawa – Rzeszów.
- Rudnicki M., 2010, Rola międzynarodowego portu lotniczego im. Jana Pawła II w kształtowaniu ruchu turystycznego w Krakowie, Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, nr 590.
- Sala J., 2004, Marketing w gastronomii, PWE, Warszawa.
- Seelman K., Sweeney S., 1995, The Changing Universe of Disability. American rehabilitation, vol. 21.
- Sewerniak J., 1974, Przegląd nazewnictwa szlaków turystycznych na tle definicji szlaku pieszego, „Biuletyn Informacyjny Instytutu Turystyki”, nr 6-7.
- Seweryn R., 2002, Atrakcyjność turystyczna obszaru jako kategoria ekonomiczna. Istota, struktura i metody pomiaru, „ZN Akademii Ekonomicznej” w Krakowie, nr 612.
- Seweryn R., 2017, Wkład turystyki w PKB Polski na tle innych krajów Unii Europejskiej, [w:] Handel wewnętrzny 2017; 4(369): s.220-232, t. II, Instytut Badań Rynku Konsumpcji i Koniunktur, Warszawa.
- Seweryn R., 2012, Kreowanie wartości dla klienta przez obszar recepcji turystycznej, Wydawnictwo UE w Krakowie, Seria specjalna: Monografie nr 220, Kraków.
- Sidaway R. M., 1982, Mobility and country recreation, w: D.A. Halsall (red.), Transport for Recreation, IBG Transport Geography Study Group, Lancaster.
- Sierpiński G., 2010, Miary dostępności transportowej miast i regionów, „Zeszyty Naukowe Politechniki Śląskiej. Seria: Transport”, nr 66.
- Skalska T., 2003, Turystyka osób niepełnosprawnych – ograniczenia i możliwości rozwoju. Ministerstwo Gospodarki, Pracy i Polityki Społecznej, Warszawa.
- Słownik współczesnego języka polskiego, 1996, praca zbiorowa pod red. B. Dunaja. Wyd. Wilga, Warszawa.
- Słownik wyrazów obcych, 1980, praca zbiorowa pod red. J. Tokarskiego. PWN, Warszawa.
- Sołowiej D., 1981, Ocena stopnia atrakcyjności i przydatności strefy brzegowej wybranych jezior woj. leszczyńskiego dla rekreacji. Materiały konferencyjne opublikowane w zbiorze pt. „Wybrane zagadnienia ochrony i kształtowania środowiska w regionie Wielkopolskim”, PTPNoZ, Oddział Wielkopolski w Poznaniu.
- Spencer D. M., Nsiah C., 2013, The Economic Consequences of Community Support for Tourism: A Case Study of a Heritage Fish Hatchery, „Tourism Management”, vol. 34.

- Stalski M., 1985, The methodology for the choice of the structure of tourist trade in big cities, w: GroB-stadttourismus - Tourisme des grandes Villes – Big City Tourism. Dietrich Teimer Verlag, Berlin.
- Stasiak A., 2006, Produkt turystyczny – szlak, „Turystyka i Hotelarstwo”, nr 10.
- Stasiak A., 2007, Gastronomia jako produkt turystyczny, Wyższa Szkoła Turystyki i Hotelarstwa w Łodzi Turystyka i Hotelarstwo, nr 11.
- Stasiak A., 2011, Współczesna przestrzeń turystyczna, [w:] Przestrzeń turystyczna: czynniki, różnorodność, zmiany pod red. M. Durydiwka, K. Duda-Gromada, Uniwersytet Warszawski. Wydział Geografii i Studiów Regionalnych, Warszawa.
- Stasiak A., Śledzińska J., Włodarczyk B., 2014, Szlaki turystyczne, od pomysłu do realizacji, Wyd. PTTK „Kraj”, Warszawa-Łódź.
- Stateva G., ten Bosch O., Maślankowski J., Righi A., Scannapieco M., Greenaway M., Swier N., Jansson I., Wu D., 2017, WP2 – Legal aspects related to Webscraping of Enterprise Web Sites. ESSnet Big Data I.
- Strahl D., 1978, Propozycja konstrukcji miary syntetycznej. Przegląd Statystyczny, nr 2.
- Styperek J., 2002, Linearne systemy penetracji rekreacyjnej, Bogucki Wyd. Nauk., Poznań.
- Synówka-Bejenka E., 2017, Potencjał turystyczny województw Polski, Wiadomości Statystyczne, nr 7(674), s. 78-92.
- Ślusarz G., 2015. Koncepcja inteligentnej specjalizacji w rolnictwie i obszarach wiejskich. Dylematy i wyzwania. Roczniki Naukowe SERiA XVII (6): 288-293.
- Ślusarz G., 2018. Przedsiębiorczość na obszarach wiejskich cenny przyrodniczo. Roczniki Naukowe SE-RiA XX (6): 249-254.
- Taylor Z., 1999, Przestrzenna dostępność miejsc zatrudnienia, kształcenia i usług a codzienna ruchliwość ludności wiejskiej. Prace Geograficzne nr 171, Instytut Geografii i Przestrzennego Zagospodarowania PAN, Warszawa.
- Taylor Z., Ciechański A., 2014, Transport Companies in the Servicing of Organised Tourism in Poland, Monografie, IGiPZ PAN, 16, Warszawa.
- Taylor Z., 2018, Współdziałanie, rola i sposoby transportu w turystyce i rekreacji, „Przegląd Geograficzny”, nr 90(4).
- Turystyka w 2015 r., 2016, Główny Urząd Statystyczny, Warszawa.
- Uglis J., Jęczmyk A., 2015, Agroturystyka jako faktor zrównoważonego rozwoju, Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu, nr 379.
- UNWTO Tourism Highlights, UNWTO, Madrid 2015.
- Waldziński D., 1999, Miejsce i rola samorządów lokalnych w polskiej polityce morskiej, Politechnika Gdańska, Gdańsk.
- Wall G., 1997, Tourist attractions: points, lines and areas, “Annals of Tourism Research” 24(1).
- Walosik A., 2013, Przez Edukację do Zrównoważonego Rozwoju, Wydawnictwo Naukowe UP, Kraków.
- Warszyńska J., 1970, Waloryzacja miejscowości z punktu widzenia atrakcyjności turystycznej. (Zarys metody), Zeszyty Naukowe UJ 249, Prace Geograficzne, z. 27.
- Warszyńska J., 1971, Waloryzacja miejscowości z punktu widzenia atrakcyjności turystycznej, Prace Geograficzne UJ, nr 49.
- Warszyńska J., 1974, Ocena zasobów środowiska naturalnego dla potrzeb turystyki (na przykładzie województwa krakowskiego), PWN, Warszawa-Kraków.

- Warszyńska J., 1999, Główne problemy badawcze geografii turystyki, „Turystyka”, 9 (1).
- Warszyńska J., Jackowski A., 1978, Podstawy geografii turystyki, PWN, Warszawa.
- Waryszak R., King B., 2000, Tourists and taxis: An examination of the tourism transport interface, „Journal of Vacation Marketing Volume” 6 Number 4.
- Weiler B., Hall C. M., 1992, Special Interest Tourism, Belhaven Press, London.
- White P., 2009, Public transport: Its Planning, Management and Operation, Routledge, Oxon.
- Whitt J. A., 1988, The Role of the Performing Arts in Urban Competition and Growth, [w:] Cummings, S. (ed.), Business Elites and Urban Development, State University of New York Press, Albany.
- Wnuk Z., Obszary Natura 2000 i inne obszary chronione jako obiekty turystyczne, [w:] Gotowt- Jeziorska A., Śledzińska J., (red.) 2008, Turystyka zrównoważona i ekoturystyka, Wydawnictwo PTTK „Kraj”, Warszawa.
- Wodejko S., 2006, Polityka turystyczna a grupy interesu, [w:] Gospodarka turystyczna a grupy interesu, red. S. Wodejko, Szkoła Główna Handlowa w Warszawie, Warszawa.
- Wold H., 1980, Soft Modelling: Intermediate between Traditional Model Building and Data Analysis, Banach Centre Publications 6, Mathematical Statistics.
- Wójtowicz B., 2010, Geografia, Rozwój Zrównoważony, Edukacja Ekologiczna, Wydawnictwo Naukowe UP, Kraków.
- Wyszomirski O., 1994, Rynek przewozów pasażerskich, Wyd. Uniwersytetu Gdańskiego, Gdańsk.
- Wyrzykowski J., 2010, Potencjał turystyczny w ujęciu geograficznym, Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, nr 590.
- Zajadacz A., 2001, Potencjał turystyczny wybranych miast Sudetów Zachodnich. Maszynopis – praca doktorska napisana pod kierunkiem D. Sołowiej i L. Kozackiego. IGFiKŚP, WN-GiG, UAM, Poznań.
- Zajadacz A., 2004, Potencjał turystyczny miast na przykładzie wybranych miast Sudetów zachodnich, Wyd. Naukowe Bogucki, Poznań.
- Zajadacz A., Śniadek J., 2009, Ocena potencjału turystycznego, [w:] Uwarunkowania i plany rozwoju turystyki pod red. Z. Młynarczyka i A. Zajadacz, Wyd. UAM. Poznań.
- Zajadacz A., 2014, Dostępność przestrzeni turystycznej w ujęciu geograficznym, „Turystyka”, 24/1.
- Zalewski A., Buliński B., 2000, Układy tras rowerowych w zagospodarowaniu przestrzennym. IX Konferencja Naukowa „Wieś polska w nowym stuleciu” 19-21 maja 2000, Białystok - Wigry.
- Zaręba D., 2000, Ekoturystyka. Wyzwania i nadzieje, PWN, Warszawa.
- Zaręba D., 2010, Ekoturystyka, PWN, Warszawa.
- Zeszyt Metodologiczny „Badanie podróży rezydentów oraz przyjazdów nierezydentów do Polski”, 2015, Warszawa-Rzeszów.
- Żabińska T., 1997, Analiza strategiczna gminy na potrzeby wyboru strategii rozwoju, AE, Katowice
- Żegleń P., 2011, The use of Public-Private Partnership (PPP) in the Development of the Tourism Economy, Acta Touristica Nova, Vol. 5(2011), No. 1.
- Żegleń P., 2014, Partnerstwo publiczno-prywatne a konkurencyjność i rozwój obszarów recepcji turystycznej w Polsce, Wydawnictwo Uniwersytetu Rzeszowskiego, Rzeszów.
- Żegleń P., Grzywacz R., (red.) 2016, Społeczne i ekonomiczne aspekty niepełnosprawności, Wyd. Fosze, Rzeszów.

## Akty prawne

### Legal acts

Rozporządzenie Ministra Infrastruktury z dnia 12 kwietnia 2002 roku w sprawie warunków technicznych, jakim powinny odpowiadać budynki i ich usytuowanie [Dz. U. z 2019 r., poz. 1065)].

Ustawa z dnia 27 kwietnia 2001 r. Prawo ochrony środowiska (Dz. U. z 2019 r., poz. 1396).

Ustawa z dnia 3 lipca 2002 r. Prawo lotnicze (Dz. U. z 2019 r., poz. 1580).

Ustawa z dnia 16 grudnia 2010 r. o publicznym transporcie zbiorowym (Dz. U. z 2018 r., poz. 2016).

Ustawa z dnia 20 czerwca 1997 r. Prawo o ruchu drogowym (Dz. U. z 2018 r., poz. 1990).

Ustawa z dnia 19 grudnia 2008 r. o partnerstwie publiczno-prywatnym (Dz. U. z 2019 r., poz. 1445)

## Netografia

### Webography

[www.pwn.pl](http://www.pwn.pl) z dnia 22.06.2019 r.

[www.eceat.pl](http://www.eceat.pl) z dnia 22.06.2019 r.

[https://ec.europa.eu/regional\\_policy/pl/policy/themes/tourism/](https://ec.europa.eu/regional_policy/pl/policy/themes/tourism/) z dnia 11.08.2019 r.

<https://www.msit.gov.pl/pl/turystyka/ppp-w-turystyce/3459,PPP-W-TURYSTYCE.html> z dnia 5.08.2019 r.

Migas A. I., Turystyka osób niepełnosprawnych, <http://www.zielonekarpaty.org.pl> z dnia 9.08.2019 r.

Innovative Tourism Statistics Deliverable J1: Methods for web scraping, data processing and analyses, praca zbiorowa pod red. M. Cierpień-Wolana, [https://webgate.ec.europa.eu/fpfis/mwikis/essnetbigdata/index.php/WP7\\_Reports,\\_milestones\\_and\\_deliverables1](https://webgate.ec.europa.eu/fpfis/mwikis/essnetbigdata/index.php/WP7_Reports,_milestones_and_deliverables1) z dnia 9.12.2019 r.

Innovative Tourism Statistics Deliverable J2: Interim technical report showing the preliminary results and a general description of the methods used, praca zbiorowa pod red. M. Cierpień-Wolana, [https://webgate.ec.europa.eu/fpfis/mwikis/essnetbigdata/index.php/WP7\\_Reports,\\_milestones\\_and\\_deliverables1](https://webgate.ec.europa.eu/fpfis/mwikis/essnetbigdata/index.php/WP7_Reports,_milestones_and_deliverables1) z dnia 9.12.2019 r.