



ISSN 0867-3888  
e-ISSN 2353-5962

**AKADEMIA WYCHOWANIA FIZYCZNEGO  
IM. BRONISŁAWA CZECHA W KRAKOWIE**

# FOLIA TURISTICA

**Nr 38 – 2016**



**KRAKÓW 2016**

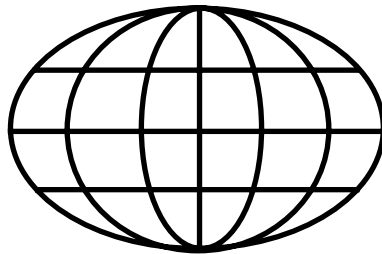
ISSN 0867-3888, e-ISSN 2353-5962

AKADEMIA WYCHOWANIA FIZYCZNEGO  
IM. BRONISŁAWA CZECHA W KRAKOWIE

---

# FOLIA TURISTICA

**Nr 38 – 2016**



KRAKÓW 2016

### Kolegium Redakcyjne

**prof. nadzw. dr hab. Wiesław Alejziak** – redaktor naczelny  
**prof. nadzw. dr hab. Zygmunt Kruczek** – zastępca redaktora naczelnego  
**dr Bartosz Szczechowicz** – sekretarz redakcji  
**prof. nadzw. dr hab. Andrzej Matuszyk**  
**prof. nadzw. dr hab. Ryszard Winiarski**  
**prof. nadzw. dr hab. Maria Zowisło**  
**dr Sabina Owsianowska**

### Redaktorzy tematyczni

**prof. nadzw. dr hab. Maria Zowisło** – redaktor tematyczny dla nauk humanistycznych  
**prof. nadzw. dr hab. Zygmunt Kruczek** – redaktor tematyczny dla nauk geograficznych  
**dr Bartosz Szczechowicz** – redaktor tematyczny dla nauk ekonomicznych

### Rada Naukowa

<b>prof. David Airey</b> (University of Surrey, UK)	<b>prof. nadzw. dr hab. Marek Kazmierczak</b> (Akademia Wychowania Fizycznego w Poznaniu, Polska)
<b>prof. nadzw. dr hab. Stefan Bosiacki</b> (Akademia Wychowania Fizycznego w Poznaniu, Polska)	<b>prof. dr hab. Andrzej Kowalczyk</b> (Uniwersytet Warszawski, Polska)
<b>prof. Richard W. Butler</b> (University of Strathclyde, Glasgow, UK)	<b>prof. dr hab. Stanisław Liszewski</b> (Uniwersytet Łódzki, Polska)
<b>prof. Erik Cohen</b> (The Hebrew University of Jerusalem, Israel)	<b>prof. dr hab. Barbara Marciszewska</b> (Akademia Morska w Gdyni, Polska)
<b>prof. Chris Cooper</b> (Oxford Brookes University, UK)	<b>prof. Josef A. Mazanec</b> (MODUL University Vienna, Austria)
<b>prof. (emeritus) Graham M.S. Dann</b> (UiT The Arctic University of Norway, Alta Campus, Norway)	<b>prof. Philip L. Pearce</b> (James Cook University, Australia)
<b>prof. dr hab. Zbigniew Dziubiński</b> (Akademia Wychowania Fizycznego w Warszawie, Polska)	<b>prof. nadzw. dr hab. Krzysztof Podemski</b> (Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu, Polska)
<b>prof. Milan Ćuriček</b> (Uniwersytet Preszowski, Słowacja)	<b>prof. dr hab. Andrzej Rapacz</b> (Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu, Polska)
<b>prof. Charles R. Goeldner</b> (University of Colorado, Boulder, USA)	<b>prof. (emeritus) H. Leo Theuns</b> (Tilburg University, Netherlands)
<b>prof. dr hab. Grzegorz Gołębski</b> (Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu, Polska)	<b>prof. (emeritus) Boris Vukonić</b> (Uniwersytet w Zagrzebiu, Chorwacja)
<b>prof. Jafar Jafari</b> (University of Wisconsin-Stout, USA)	<b>prof. Arch G. Woodside</b> (Carroll School of Management, Boston College, USA)
<b>prof. nadzw. dr hab. Magdalena Kachniewska</b> (Szkoła Główna Handlowa w Warszawie, Polska)	<b>prof. nadzw. dr hab. Janusz Zdebski</b> (Wszelchnia Świętokrzyska w Kielcach, Polska)
	<b>prof. nadw. dr hab. Michał Żemła</b> (Uniwersytet Pedagogiczny w Krakowie, Polska)

**Redaktor naukowy numeru**  
**Wiesław Alejziak**

**Redaktor statystyczny**  
**dr Stanisław Matusik**

**Redaktor językowy (wersja polskojęzyczna)**  
**Barbara Przybyło**

**Redaktor językowy (wersja anglojęzyczna)**  
**Soren Gauger (native speaker)**

### Adres Redakcji:

Akademia Wychowania Fizycznego  
al. Jana Pawła II 78, 31-571 Kraków, Pawilon IV, pok. 316, tel. +48 12 6831139  
Deklaracja o wersji pierwotnej – wersją pierwotną czasopisma jest wersja papierowa.

ISSN 0867-3888, e-ISSN 2353-5962

© Copyright by  
University of Physical Education, Cracow, Poland

---

**DTP:** Ryszard Sasorski  
**Druk:** Drukarnia Eikon Plus Dominik Sieńko, ul. Wybickiego 46, 31-302 Kraków

## SPIS TREŚCI

<b>Wiesław Aleziak:</b> <i>Od Redaktora</i> . . . . .	5
<b>Jakub Isański:</b> <i>Migracje i turystyka. O ekonomicznym tle i społeczno-kulturowych konsekwencjach ruchliwości przestrzennej</i> . . . . .	11
<b>Rafał Matera, Klaudia Miksa:</b> <i>Wpływ czynników politycznych i ekonomicznych na zmiany ruchu turystycznego w regionie tzw. Szerokiego Bliskiego Wschodu w początkach XXI wieku</i> . . . . .	27
<b>Piotr Zmyślony, Natalia Piechota:</b> <i>Metropolie turystyczne świata w świetle rankingów międzynarodowych – statystyczna analiza rangowania wielokryterialnego</i> . . . . .	57
<b>Tomasz Studzieniecki, Aleksandra Wołoszyk:</b> <i>Statystyka publiczna jako narzędzie badawcze turystyki na obszarach transgranicznych w Polsce</i> . . . . .	81
<b>Grzegorz Gołembski, Marta Bera:</b> <i>Determinanty struktury kapitału w przedsiębiorstwach hotelarskich w Polsce</i> . . . . .	113
<b>Wojciech Fedyk:</b> <i>Dywersyfikacja źródeł finansowania regionalnych organizacji turystycznych w Polsce jako czynnik decydujący o skuteczności ich działania</i> . . . . .	127
<b>Justyna Maciąg:</b> <i>Rola organizacji sieciowych w doskonaleniu jakości obszarowego produktu turystycznego</i> . . . . .	163
<b>Jan Krupa, Izabela Cichocka:</b> <i>Ocena jakości usług świadczonych w wybranych obiektach sanatoryjnych w województwie podkarpackim</i> . . . . .	183
RECENZJE, POLEMIKI NAUKOWE, SPRAWOZDANIA, WSPOMNIENIA	
<b>Zbigniew Dziubiński:</b> <i>Wspomnienie o profesorze Kazimierzu Denku: patriocie, wychowawcy, uczonym, turyście, krajoznawcy oraz twórcy edukacji turystyczno-krajoznawczej dla dzieci i młodzieży</i> . . . . .	207
<b>Informacje i instrukcje dla autorów</b> . . . . .	217

## CONTENTS

<b>Wiesław Alejziak:</b> <i>From the Editor</i> . . . . .	5
<b>Jakub Isański:</b> <i>Migrations and Tourism. Economical and Socio-cultural Consequences of Spatial Mobility</i> . . . . .	11
<b>Rafał Matera, Klaudia Miksa:</b> <i>The Impact of Political and Economic Factors on Changes in Tourist Arrivals in the Broader Middle East at the Beginning of the 21<sup>st</sup> Century</i> . . . . .	27
<b>Piotr Zmyślony, Natalia Piechota:</b> <i>The World's Tourist Metropolis in International Cities' Rankings – Statistical Multicriterial Ranking Analysis</i> . . . . .	57
<b>Tomasz Studzieniecki, Aleksandra Wołoszyk:</b> <i>Official Statistics as a Tourism Research Tool in Cross-border Areas of Poland</i> . . . .	81
<b>Grzegorz Gołembski, Marta Bera:</b> <i>Determinants of Capital Structure in Polish Hotel Companies</i> . . . . .	113
<b>Wojciech Fedyk:</b> <i>Diversification of Sources of Financing Regional Tourist Organizations in Poland as Conditioning the Effectiveness of their Actions</i> . . . . .	127
<b>Justyna Maciąg:</b> <i>The Role of Tourist Networks in the Improvement of the Destination Product's Quality – Results of Research</i> . . . . .	163
<b>Jan Krupa, Izabela Cichocka:</b> <i>Quality Evaluation of the Services Provided in Selected Sanatorium Facilities in the Podkarpackie Province</i> . . . . .	183

REVIEWS, OPINIONS, COMMENTS, SCIENTIFIC  
CONTROVERSY

<b>Zbigniew Dziubiński:</b> <i>Memories of Kazimierz Denek: patron, educator, scholar, tourist, domestic excursionist and creator of tourism and sightseeing education for children and youth</i> . . . . .	207
<b>Information and Instructions for Authors</b> . . . . .	217

## OD REDAKTORA

Szanowni Państwo,

niniejszym numerem (38-2016) rozpoczynamy trzeci rok funkcjonowania naszego czasopisma jako kwartalnika. Z perspektywy minionych dwóch lat można stwierdzić, że decyzja o zwiększeniu częstotliwości wydawania czasopisma okazała się trafna i została doceniona nie tylko przez czytelników i autorów prac, ale także przez podmioty odpowiedzialne za parametryczną ocenę działalności naukowej w Polsce. W opublikowanym ostatnio (tj. 18 grudnia 2015 roku) „Wykazie czasopism punktowanych” Ministerstwa Nauki i Szkolnictwa Wyższego (MNiSW) „Folia Turistica” uzyskała 11 punktów, co lokuje ją w elitarnej grupie czasopism naukowych, które uzyskały więcej niż 10 punktów<sup>1</sup>. Bardzo się z tego cieszymy, gdyż oznacza to, że cele które Redakcja postawiła przed sobą dwa lata temu są realizowane.

Dotyczy to także sprawy umiędzynarodowienia naszego czasopisma. Miło mi bowiem poinformować, że w ostatnim okresie „Folia Turistica” pozyskała do współpracy kilkunastu ekspertów turystyki o światowej renomie. Nowymi członkami naszej Rady Naukowej zostali profesorowie: David Airey (University of Surrey, UK); Richard W. Butler (University of Strathclyde, Glasgow, UK); Erik Cohen (The Hebrew University of Jerusalem, Israel); Chris Cooper (Oxford Brooks University, UK); Graham M.S. Dann (UiT The Arctic University of Norway, Alta Campus, Norway); Charles R. Goeldner (University of Colorado, Boulder, USA); Jafar Jafari (University of Wisconsin-Stout, USA); Josef A. Mazanec (MODUL University Vienna, Austria); Douglas G. Pearce (Victoria University of Wellington, New Zealand); Philip L. Pearce (James Cook University, Australia); Chris Ryan (The University of Waikato, New Zealand); H. Leo Theuns (Tilburg University, Netherlands) oraz Arch G. Woodside (Carroll School of Management, Boston College, USA)<sup>2</sup>. Jesteśmy dumni z tego, że tak wybitni badacze i znawcy turystyki zadeklarowali chęć współpracy z naszym czasopismem. Serdecznie witamy ich w naszym gronie i mamy nadzieję, że nasza współpraca przyczyni się do jeszcze lepszego funkcjonowania czasopisma oraz podniesienia

---

<sup>1</sup> Tworzy ją około 20% spośród 2212 czasopism reprezentujących wszystkie dziedziny nauki, które znalazły się na liście „B” MNiSW. Por. Online: [www.nauka.gov.pl/komunikaty/komunikat-w-sprawie-wykazu-czasopism-naukowych-wraz-z-liczba-punktow-przyznawanych-za-publikacje-w-tych-czasopismach.html](http://www.nauka.gov.pl/komunikaty/komunikat-w-sprawie-wykazu-czasopism-naukowych-wraz-z-liczba-punktow-przyznawanych-za-publikacje-w-tych-czasopismach.html) (15.02.2016),

<sup>2</sup> Pełny skład Rady Naukowej oraz Kolegium Redakcyjnego czasopisma znajduje się na stronie: <http://www.folia-turistica.pl/index.php/pl/redakcja-czasopisma>.

jego prestiżu w środowisku badaczy turystyki. Sądzę, że oddawany właśnie do rąk czytelników numer może być dowodem na to, że tak właśnie będzie, gdyż zawiera on prace, które nie tylko poruszają aktualne i ważne problemy badawcze, ale także prezentują wysoki poziom merytoryczny.

Zeszyt otwiera artykuł **Jakuba Isańskiego**, w którym autor analizuje podobieństwa i różnice dotyczące dwóch rodzajów masowej ruchliwości przestrzennej, jaką podejmują dzisiaj ludzie w różnych częściach świata – migracji oraz turystyki. W tekście przedstawione zostały trzy najważniejsze – zdaniem autora – podobieństwa dotyczące tych dwóch zjawisk: „zadomawianie się” w odwiedzanych przez nich przestrzeniach geograficznych oraz ich trwała zmiana (co dotyczy tak turystów jak i migrantów), utrzymywanie więzi społecznych z członkami własnej grupy etnicznej (zarówno w miejscach pochodzenia, jak i miejscach przybycia), a także przestrzenne skupienie migrantów i turystów. W swoich rozważaniach autor odwołuje się między innymi do koncepcji transferów społecznych, koncentrującej się na tych skutkach zmian ruchliwości przestrzennej, które wykraczają poza grono bezpośrednich uczestników. Artykuł ten stanowi dobre wprowadzenie do problematyki trzech kolejnych prac, które dotyczą różnych aspektów turystyki międzynarodowej.

W pierwszym z nich, **Rafał Matera** i **Klaudia Miksa** dokonują identyfikacji najważniejszych czynników wpływających na zmiany w ruchu turystycznym na obszarze tzw. Szerokiego Bliskiego Wschodu (ang. *Broader Middle East*). Badany region obejmuje 20 krajów, które Światowa Organizacja Turystyki (UNWTO) zalicza – co ciekawe – aż do czterech (spośród pięciu w ogóle wyodrębnianych przez siebie) regionów turystycznych świata: aż 13 krajów (Arabia Saudyjska, Bahrajn, Egipt, Irak, Jemen, Jordania, Katar, Kuwejt, Liban, Libia, Oman, Syria i Zjednoczone Emiraty Arabskie) reprezentuje region Bliskiego Wschodu (*Middle East*), trzy kraje (Maroko, Algieria i Tunezja) reprezentują region Afrykański (*Africa*), trzy kolejne kraje (Iran, Afganistan i Pakistan) przynależą do regionu Azji i Pacyfiku (*Asia and the Pacific*). Ostatnim z uwzględnionych w badaniach krajem jest Izrael, który w statystykach UNWTO zaliczany jest do regionu europejskiego (*Europe*). Do analiz wykorzystano liczne bazy danych statystycznych (głównie Banku Światowego oraz Światowej Organizacji Turystyki), które zostały zestawione z najważniejszymi wydarzeniami politycznymi i ekonomicznymi, jakie w analizowanym okresie miały miejsce w analizowanym regionie. Przeprowadzone analizy wykazały, że czynniki polityczne miały znacząco większy wpływ na dokonujące się w tym regionie przepływy turystów, niż czynniki ekonomiczne (np. skutki globalnego kryzysu finansowego).

Przedmiotem badań drugiego ze wspomnianych wyżej artykułów dotyczących problematyki międzynarodowej są największe metropolie turystyczne świata, które wszechstronnym analizom poddali **Piotr Zmyślony** oraz **Natalia Piechota**. W swoich analizach posłużyli się oni wielokryterialną metodą rangowania, wykorzystując do tego informacje i dane pochodzące

z kilkudziesięciu różnych rankingów międzynarodowych miast, charakteryzujących ich potencjał turystyczny oraz gospodarczy. Badania pozwoliły im stworzyć własny ranking 22 metropolii turystycznych świata, na czele którego uplasowały się Londyn, Paryż i Nowy Jork. Przeprowadzone badania potwierdziły silny związek zachodzący między potencjałem turystycznym a potencjałem gospodarczym metropolii. Dużym walorem pracy jest to, że stanowi ona nie tylko aplikatywną weryfikację koncepcji miast światowej turystyki (*world tourism cities*) zaproponowanej wcześniej przez R. Maitlanda i P. Newmana, ale przedstawia także własną metodę pomiaru stopnia internacjonalizacji turystycznej miast.

Problematyce międzynarodowej w dużej części poświęcony jest także artykuł **Tomasza Studzenieckiego** oraz **Aleksandry Wołoszyk**, w którym dokonano analizy możliwości, jakie dla badań turystyki w obszarach transgranicznych stwarza polski system statystyki publicznej. W artykule zinventaryzowano, przeanalizowano i porównano dokumenty oraz akty prawne, a także publikacje i wyniki badań statystycznych pod kątem ich wykorzystania w badaniach dotyczących turystyki na obszarach transgranicznych, ze szczególnym uwzględnieniem okresu po wejściu Polski do strefy Schengen. Analizom poddanych zostało 5 spośród 16 istniejących na terytorium Polski euroregionów. Badania wykazały, że wykorzystanie dorobku statystyki publicznej utrudniają przede wszystkim: niejednolita delimitacja obszarów transgranicznych oraz niekompatybilność prowadzonych badań w aspekcie przestrzennym, czasowym i przedmiotowym.

Kolejna praca dotyczy rynku hotelarskiego. **Grzegorz Gołębski** oraz **Marta Bera** nie tylko identyfikują w nim oraz poddają szczegółowym analizom najważniejsze determinanty struktury kapitału w polskim hotelarstwie, ale starają się także ocenić siłę ich oddziaływania oraz znaczenie, jakie w tej kwestii ma lokalizacja hoteli. Badania przeprowadzono w 35 hotelach (17 działających w dużych miastach oraz 18 zlokalizowanych w regionach turystycznych). Zastosowano analizę wielorakiej regresji liniowej (przy doborze zmiennych do modelu skorzystano z metody selekcji postępującej). Badania wykazały, że w hotelach zlokalizowanych w regionach turystycznych udział kapitału obcego uzależniony jest od wielkości przedsiębiorstwa oraz udziału środków trwałych w aktywach ogółem, zaś udział kapitału własnego zależy głównie od rentowności jego aktywów. Natomiast w hotelach zlokalizowanych w miastach żadna z branych pod uwagę zmiennych objaśniających nie miała istotnego wpływu na wielkość kapitału obcego. Zauważono też, że w hotelach miejskich udział kapitału własnego w pasywach uzależniony był przede wszystkim od rentowności aktywów. W artykule wskazano na istniejący w Polsce niedostatek badań nad czynnikami wpływającymi na kształtowanie się struktury kapitału w hotelach, zwłaszcza takich, które uwzględniałyby nie tylko lokalizację hoteli, ale także stopień ich scentralizowania i przynależność sieciową.



Problematyce ekonomicznej poświęcony jest także artykuł **Wojciecha Fedyka**, który podejmuje próbę oceny kondycji finansowej wszystkich Regionalnych Organizacji Turystycznych (ROT) działających w Polsce. W pracy podjęto także także próbę oceny wpływu, jaki na zakres oraz skuteczność ich funkcjonowania mają czynniki o charakterze finansowym. Oprócz analiz wielu źródeł wtórnych (dotyczących różnych aspektów szeroko pojętej problematyki uwarunkowań funkcjonowania ROT-ów), artykuł przedstawia także wyniki badań empirycznych, które zostały przeprowadzone metodą sondażu diagnostycznego (w oparciu o autorski kwestionariusz). Badania ujawniły silne zróżnicowanie – zarówno jeśli chodzi o poziom, jak i źródła finansowania – działalności ROT-ów oraz potwierdziły fakt, że ma to kluczowe znaczenie dla skuteczności ich funkcjonowania.

Następny artykuł dotyczy roli organizacji sieciowych w doskonaleniu jakości produktu turystycznego. **Justyna Maciąg** prezentuje w nim wyniki własnych badań, w których dokonała analizy działań podejmowanych przez: Jurajską Organizację Turystyczną, Związek Gmin Jurajskich, Jurajski Klastr Turystyki oraz Stowarzyszenie Region Beskidy. Wykorzystała do tego zarówno materiały wtórne (analiza dokumentów strategicznych sieci – regulaminy działania, statuty), jak i pierwotne (m.in. wywiad bezpośredni, częściowo skategoryzowany – z liderem sieci). Badania wykazały, że działania służące poprawie jakości obszarowego produktu turystycznego dotyczą przede wszystkim takich – wyodrębnionych w tym artykule przez autorkę – wymiarów działalności, jak: „pewność”, „reagowanie na potrzeby klienta” oraz „rzetelność”, podczas gdy mniejsze znaczenie mają: „empatia” i „infrastruktura materialna”. Na podkreślenie zasługuje fakt, że bezpośrednie efekty działania w zakresie podnoszenia jakości infrastruktury turystycznej były wskazywane przede wszystkim przez te organizacje, w których większościowy udział mają jednostki samorządu terytorialnego. Badania ujawniły także fakt, że realizowane działania mają często charakter bardzo rozproszony.

Problematyki jakości dotyczy także praca **Jana Krupy** oraz **Izabeli Cichockiej**, w której dokonano oceny usług świadczonych w wybranych obiektach sanatoryjnych województwa podkarpackiego. W artykule – w oparciu o przegląd literatury przedmiotu – przedstawiono znaczenie turystyki zdrowotnej oraz trendy w rozwoju miejscowości uzdrowiskowych. Natomiast w oparciu o badania empiryczne, dokonano oceny jakości usług świadczonych przez wybrane obiekty sanatoryjne (na podstawie opinii ich klientów). W artykule wykorzystano dane zastane pochodzące z sondażu ankietowego przeprowadzonego w trzech polskich uzdrowiskach (Iwonicz-Zdrój, Horyniec-Zdrój oraz Rymanów-Zdrój) w latach 2011-2013. Ostatnią pracą zamieszczoną w tym numerze czasopisma jest piękny tekst **Zbigniewa Dziubińskiego** poświęcony zmarłemu niedawno Profesorowi Kazimierzowi Denkowi, który był nie tylko wybitnym badaczem turystyki i krajoznawstwa

oraz znakomitym pedagogiem, tworzącym kanony edukacji turystyczno-krajoznawczej dla dzieci i młodzieży, ale także wielkim patriotą, którego życiorys oraz ścieżka kariery naukowej mogą służyć jako wzór do naśladowania.

Życząc Państwu przyjemnej lektury oraz – być może – naukowych inspiracji, zapraszam do współpracy, w tym zwłaszcza do publikowania na naszych łamach wyników swoich badań, recenzji i polemik naukowych oraz innych prac mieszczących się w profilu naszego czasopisma.

*Wiesław Alejziak*



## MIGRACJE I TURYSTYKA. O EKONOMICZNYM TLE I SPOŁECZNO-KULTUROWYCH KONSEKWENCJACH RUCHLIWOŚCI PRZESTRZENNEJ

*Jakub Isański\**

### Abstrakt

**Cel.** Analiza literatury przedmiotu w zakresie podobieństw dwóch rodzajów masowej współczesnej ruchliwości przestrzennej – migracji i turystyki.

**Metoda.** Analiza tekstów z literatury przedmiotu. Artykuł zawiera także część teoretyczną

**Wyniki.** W tekście przedstawione zostały trzy najważniejsze, zdaniem autora, podobieństwa dotyczące migracji i turystyki: zdomawianie się – tak turystów, jak i migrantów w odwiedzane przez nich przestrzenie geograficzne i ich trwała zmiana, utrzymywanie w tych miejscach więzi społecznych z członkami własnej grupy etnicznej – tak w miejscach pochodzenia, jak i miejscach przybycia oraz przestrzenne skupienie migrantów i turystów.

**Ograniczenia badań i wnioskowania.** Tekst odnosi się do ograniczonej liczby opracowań, a zaprezentowane przykłady dotyczą wybranych zbiorowości ludzkich. Wspólnym mianownikiem jest ruchliwość przestrzenna, która niejako przy okazji prowadzi do wieloaspektowych zmian tak w kulturze kraju przyjmującego, jak i w miejscach, skąd przybywają czy to turyści, czy migranci.

**Implikacje praktyczne:** Zwrócenie uwagi na potrzebę dostosowania definicji teoretycznych (operacyjnych) do zmieniających się współcześnie wzorów mobilności oraz społecznych konsekwencji kontaktów międzykulturowych.

**Oryginalność.** Zaprezentowane w pracy wnioski stanowią rozwinięcie obecnych w literaturze przedmiotu wątków wskazujących na wzajemne związki migracji i turystyki. W pracy przywołana jest również koncepcja transferów społecznych, która skupia swoją uwagę na skutkach zmian ruchliwości przestrzennej wykraczających poza ich bezpośrednich uczestników.

**Rodzaj pracy.** Artykuł ma charakter przeglądowy, oparty jest na literaturze przedmiotu.

**Słowa kluczowe:** migracje, turystyka, transfery społeczne, społeczne konsekwencje migracji.

---

\* Dr hab., Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu, Wydział Nauk Społecznych, Instytut Socjologii, e-mail: isan@amu.edu.pl

## Wstęp

Co sprawia, że ludzie zmieniają miejsca swojego zamieszkania na dłużej, migrując do innych krajów? Czy są to podobne przyczyny do tych, jakie przyświecają turystom? Czy punktem wspólnym obu rodzajów aktywności jest poszukiwanie odmiany codziennego życia, pogoń za lepszym, chociaż na chwilę (w przypadku turystów) lub też na dłużej (w przypadku migrantów)? W tekście starano się przyjrzeć podobieństwom współczesnych migracji i turystyki. Potoczna obserwacja może skłaniać do wniosku, że w obydwu przypadkach mamy do czynienia z ruchliwością przestrzenną, która w wielu miejscach ma zbliżony przebieg, formy jak i przyczyny. Jedną z różnic, która najczęściej jest podnoszona w naukowej refleksji, dotyczy relacji wobec pracy. Migrant pracuje i produkuje [Koser 2007], turysta konsumuje [Ritzer 1999, 2001], można by też rzec ‘próźnuje’ [por.: Veblen 1998].

W tym znaczeniu obydwie te rodzaje aktywności uzupełniają się wpływając na współczesny rynek towarów i usług. Jak pokazują przykłady z literatury przedmiotu, turyści często tworzą rynek pracy dla migrantów z własnego kraju – czy to dla tłumaczy, przewodników, ale i dostawców produktów żywnościowych i różnych innych towarów. Czy można wyobrazić sobie udany pobyt w którymś z egzotycznych kurortów bez filiżanki ulubionej kawy, schłodzonych drinków czy kontynentalnego śniadania? Interesujące wnioski pojawiają się także, gdy próbujemy się zastanowić nad wpływem turystyki i migracji na konkretne miejsca przyjazdu turystów i migrantów. Czy miejscowi odróżniają tych, którzy przybyli na kilkudniowe wakacje od tych, którzy są tu po raz kolejny czy też osiedlają się na dłużej? Jak wygląda przepływ kulturowych treści pomiędzy tymi zbiorowościami? Czy zachodzi, a jeśli tak, to czy jesteśmy w stanie zidentyfikować jego skutki? Dalej, odnosząc się do tych zagadnień, próbowano nieco uporządkować wzajemne relacje migracji i turystyki, traktując też te rodzaje ludzkiej aktywności jako platformę międzykulturowego kontaktu. Celem tego artykułu jest więc analiza zagadnień związanych z podobieństwami i różnicami wspomnianych rodzajów ludzkiej aktywności oraz ich społecznych konsekwencji związanych ze zmianą kulturową opisywaną przy wykorzystaniu koncepcji transferów społecznych.

## Migracje a turystyka

Granica pomiędzy turystyką a migracją jedynie na pierwszy rzut oka wydaje się być ostra. A. Giddens [1990] w książce „Consequences of modernity” zwracał uwagę, że migracje i długoterminowe podróże występowały już w czasach przed-nowoczesnych jednak, jak podkreślał, zdecydowana większość populacji była wówczas mocno związana z miejscem. Sprzyjało to pewnym utrwalonym formom życia społecznego, miało wpływ na tożsamości ży-

jących w tych warunkach ludzi. Jak jest dzisiaj? Tak w jednym, jak i drugim przypadku turystę i migranta definiuje przebywanie poza miejscem stałego zamieszkania, jednak zarówno czas trwania tego pobytu, jak i ewentualne podejmowanie pracy zarobkowej komplikują definicję. Jedną z najbardziej przekonujących typologii turystów przedstawił E. Cohen. Wyróżnił więc 4 typy turystów: zorganizowanego turystę masowego oraz indywidualnego turystę masowego oraz odkrywcę i „dryfującego” [por. Cohen 1988b, 1993]. Koncepcja ta, szeroko komentowana w literaturze przedmiotu, doczekała się także szeregu dalszych wersji. Należy pamiętać, że granice pomiędzy powyższymi kategoriami mogą być przekraczane nawet przez pojedynczego turystę i to w czasie jednego wyjazdu [Pearce 1982, cyt. za: McCabe 2005, s. 91]. Równie istotne wydaje się być spostrzeżenie o znaczeniu stopnia obcości i znajomości różnego w każdym z wymienionych powyżej typów [McCabe 2005, s. 88]. Wielu autorów zwracało także uwagę na stereotypowe wymiary interakcji przebiegających na linii turyści – tubylcy [Laxson 1991], podobnych do tych, jakie towarzyszą każdemu międzykulturowemu spotkaniu [Krzywicki i in. 2005]. Turyści byli więc oskarżani o uleganie pokusie uproszczonej wizji rzeczywistości, tak przyrodniczej i historycznej, jak i społecznej oraz poszukiwanie umownych znaków tworzących jeden z kodów współczesności [MacCannell 2002]. Podobnie dzieje się w przypadku migrantów, zwłaszcza gdy przybywają oni z krajów biedniejszych i kulturowo odległych od krajów rozwijających, których gospodarki wchłaniają kolejne rzesze przybyszów. W opinii publicznej krajów przyjmujących zazwyczaj *en masse* traktowani są jako niewykształceni i zdolni jedynie do obsadzania niższych stanowisk na rynku pracy (na przykład w społeczeństwie amerykańskim) [por. Portes, Rumbaut 2006; Ream 2006]. Turysta, według definicji Światowej Organizacji Turystyki<sup>1</sup>, przebywa poza miejscem swojego zamieszkania krócej niż rok, po przekroczeniu tego limitu stając się, przynajmniej dla statystycznych opracowań, migrantem.

Z kolei definicja migranta, wykorzystywana w różnych opracowaniach demograficznych i statystycznych, często zakłada posługiwanie się wieloma terminami konotującymi tymczasowość i powtarzalność ich doświadczenia. Można więc przypomnieć określenie „migranci sezonowi”, zazwyczaj zaliczając do nich osoby podejmujące kilkumiesięczne (a nawet krótsze) wyjazdy zarobkowe. Zajęcia podejmowane przez migrantów sezonowych dotyczą zarówno pracy w sektorze rolniczym, sadownictwie i ogrodnictwie, jak i obsłudze ruchu turystycznego. Pracujący wówczas migranci sami stają się także odbiorcami oferty kierowanej dla turystów poszukując miejsca do krótkotrwałego zamieszkania czy żywienia się – jest tak, na przykład, w przypadku poszukiwania pracy sezonowej. Coraz popularniejsze internetowe portale oferujące możliwość wynajmu mieszkania w okresie wakacyjnym wykorzystywane są tak przez turystów, jak i migrantów.

---

<sup>1</sup> [http://statistics.unwto.org/content/irts2008\\_cg](http://statistics.unwto.org/content/irts2008_cg) (lipiec 2015)

Również temat podejmowania pracy zarobkowej może posłużyć jako ilustracja punktów wspólnych definicji turysty i migranta – popularne wyjazdy podróżnicze (na przykład dookoła świata) często łączone są z krótkotrwałą pracą zarobkową, pozwalającą zdobyć dodatkowe źródło utrzymania, dzięki posiadanym przez turystów kompetencjom językowym czy też innym kwalifikacjom, na które akurat jest popyt w miejscu ich tymczasowego przebywania. Zarówno turyści jak i migranci przemieszczają się, przekraczają granice i tworzą specyficzny, międzynarodowy i międzykulturowy koloryt wielu miejsc na mapie świata. Atrakcyjność turystyczna wielu miejsc jest wynikiem zwiększonego ruchu turystycznego ludzi z różnych stron świata. Jeżeli nawet nie tworzą oni kulturowego tygla, o którym piszą różni autorzy opisujący społeczeństwo amerykańskie, to z pewnością można powiedzieć o „kulturowych tygielkach”, które ubarwiają miejsca atrakcyjne turystycznie, przyciągając do nich kolejnych przybyszów oraz sprzyjając powstawaniu nowych, wielokulturowych społeczności nieustannie pulsujących swoją zmiennością i tymczasowością. To miejsca, w których nikt nie jest na stałe, na zawsze czy od zawsze. Jako przykłady można tu wymienić sezonowy napływ turystów towarzyszący międzynarodowym imprezom kulturalnym – festiwalom, koncertom i wydarzeniom religijnym (jak choćby zbliżające się Światowe Dni Młodzieży w Krakowie).

### Podobieństwa turystyki i migracji

We współczesne migracje, podobnie jak w turystykę, trwale wpisana jest tymczasowość [por. Kołodziejczak 2014]. Migracje wahadłowe, cyrkulacyjne (związane z tymczasowym pobytem i pracą migrantów, a następnie ich powrotem do kraju pochodzenia) [Castles, Miller 2011, s. 93], określane też jako „cyrkulacja mózgow” [Goldin i in. 2011, s. 183], czy też transnarodowa mobilność na rynku pracy [Magala 2011, s. 70] – to wszystko określenia związane z brakiem kategoryczności i nieodwołalności, która towarzyszyła migracjom przed laty. Podobieństwa są wreszcie widoczne w kierunkach – na mapie świata dominują wyjazdy turystyczne z północy na południe oraz migracje zarobkowe w przeciwnym kierunku, na co zwraca uwagę m.in. F. Laczko [2008]. Autor ten zwraca uwagę na pomijanie w wielu analizach przypadków migracji wewnątrz krajowych, choć ich liczba przekracza nawet migracje międzynarodowe, podobnie zresztą jak kwoty przesyłane, na przykład, przez chińskich migrantów pracujących w dużych miastach i transferujących swoje zarobki do regionów pochodzenia [Laczko 2008, s. 9].

Migracje są związane z bardziej długotrwałymi skutkami niż turystyka, chociaż często zarówno turystów, jak i migrantów można spotkać w tych samych miejscach [Dann, Cohen 1991, s. 157]. Dla przykładu można wspomnieć o jednym z nich – Hiszpanii. To jeden z krajów odwiedzanych rokrocz-

nie przez największą liczbę turystów, przy czym znaczna część ich pobytów trwa na tyle długo, że ich pobyt staje się jedną z form migracji. Turyści długoterminowi w Hiszpanii stanowią około 2-milionowy rynek konsumentów [Haug, Dann, Mehmetoglu 2007, s. 207] generujący istotną część przychodów lokalnych gospodarek, zwłaszcza w regionach nadmorskich. Zbiorowość ta obejmuje zarówno turystów w wieku emerytalnym, jak i osoby prowadzące działalność gospodarczą skierowaną do innych turystów z krajów Europy zachodniej i północnej (w tym usługi fryzjerskie, utrzymanie i opiekę nad domami i ogrodami, a także usługi związane z infrastrukturą turystyczną)<sup>2</sup>.

Osobny rozdział aktywności migrantów stanowią osoby przyjeżdżające wraz ze swoimi dziećmi w wieku szkolnym. Karen O'Reilly, pisząc o tych szkołach w Maladze, w których przeważają uczniowie, których rodzice osiedlili się niedawno w Hiszpanii, zauważa, że uczęszczanie dziecka do szkoły na terenie Hiszpanii może być czytelną granicą odróżniającą turystów od migrantów [O'Reilly 2003, s. 307]. Z kolei S.K. Smith i M. House, podejmując temat analizy migracji wewnętrznych najpopularniejszego wśród turystów długoterminowych amerykańskiego stanu – Florydy [Smith, House 2007] zauważyli, że zdecydowana większość z nich (bo aż 68%) ma 55 lat i więcej, a najczęściej wymienianą przez nich przyczyną przyjazdu na Florydę jest klimat (73%). Autorzy ci wspominają także o metodologicznym wyzwaniu dla statystycznych analiz ruchów migracyjnych, nieobejmujących zazwyczaj stanu faktycznego, a jedynie prawnego (*de iure*) rejestrowanych migrantów [Smith, House 2007, s. 451]. Docieramy w ten sposób do ciekawego problemu osiedlania się turystów (zazwyczaj po ich wcześniejszych krótszych pobytach) w regionach atrakcyjnych turystycznie oraz powstawania, przy tej okazji, konsumenckiego turystyczno-migracyjnego rynku. Jego uczestnicy przynoszą ze sobą nie tylko swoje preferencje (np. kulinarne), ale też charakterystyczne dla siebie sposoby spędzania czasu, uprawiane aktywności, czy też gotowość do wchodzenia w relacje społeczne z innymi.

Podobieństwa turystyki i migracji są widoczne nie tylko w przykładach podobnych do wymienionych wyżej. Do innych ważnych przejawów dotyczących podobieństw pomiędzy obu analizowanymi zjawiskami można zaliczyć:

1. dłuższe przebywanie lub kolejne wizyty w tym samym miejscu, często prowadzą do zadomowienia się, turyści często stają się migrantami trwale wpisującymi się w społeczny krajobraz odwiedzanych i zamieszkanych przez siebie miejsc;
2. tak wspomnianym wyjazdom, jak i wizytom i dłuższym pobytom towarzyszy tendencja do utrzymywania więzi w obrębie własnej grupy etnicznej, zarówno w miejscu aktualnego przebywania, jak i utrzymywania więzi z krajem pochodzenia, więzi te stają się następnie jednym

---

<sup>2</sup> Obcokrajowcy są także skłonni do tworzenia klubów i stowarzyszeń organizujących życie społeczne w swoim środowisku, podobnie zapewniają też obsługę gościom w ich narodowych językach, opiekę medyczną, a także religijną.



z czynników sprzyjających przyjazdom kolejnych osób, co dalej utrwała stan wspomniany powyżej;

3. należy także zauważyć przestrzenne skupienie tak turystów, jak i migrantów – ich wyjazdy nie mają charakteru przypadkowego, ale są kształtowane przez przemysł turystyczny i migracyjny, przygotowanie infrastruktury etc.

Poniżej przedstawiono rozszerzoną argumentację, która – jak się wydaje – potwierdza przedstawione opinie.

**Ad 1.** Wspomniane wyżej zadomowienie, wydaje się być naturalną konsekwencją przyjazdu i zatrzymywania się na dłużej w nowym miejscu. Należy pamiętać, że niektóre formy turystyki, jak choćby wspomniane powyżej pobyty w Hiszpanii, związane z częstym odwiedzaniem tego samego miejsca i utrzymywaniem tam drugiego domu, lub też zakupem takiego domu na wynajem, by samemu z niego korzystać przez kilka tygodni w roku, są w istocie formą migracji czasowej. W tym wypadku jest ona charakterystyczna dla współczesności, a więc dostosowana do potrzeb osób ceniących tymczasowość i brak przywiązania do miejsca, możliwość swobodnego wyboru tegoż miejsca i jego zmiany po pewnym czasie czy też braku jednoznacznego definiowania siebie poprzez miejsce swojego (dłuższego nawet) przebywania. Niewielu migrantów zrywa jednak całkowicie więzi z miejscem swojego pochodzenia, gdyż zazwyczaj podtrzymują nie tylko więzi rodzinne i przyjacielskie, ale także przesyłają tam część zarobionych za granicą pieniędzy (co dotyczy zwłaszcza migrantów pochodzących z krajów biedniejszych). Utrzymywanie domu w miejscu pochodzenia migrantów związane jest nie tylko z przesyłaniem pieniędzy, ale i koniecznością wizyt celem podejmowania decyzji dotyczących, na przykład, remontowania, rozbudowy lub sprzedaży domów [Long 2008, s. 39]. W takim przypadku turyści wracają do tego samego miejsca, podobnie jak do miejsca swojego pochodzenia.

Zadomowienie istotne jest także w kształtowaniu turystycznego charakteru niektórych miejsc recepcji turystycznej – masowa turystyka istnieje dzięki temu, że rozbudowana infrastruktura przyjmuje rokrocznie turystów, dostosowując się do ich oczekiwań i oferując im wyspecjalizowane usługi. W ten sposób trudno wyobrazić sobie miejsca odwiedzane przez cohenskich masowych czy też indywidualnych turystów zorganizowanych, bez obecności tychże turystów. Warto także pamiętać, że w miejscach tych pulsuje intensywne życie społeczne także w obrębie samych zbiorowości turystów, co zostanie poruszone jeszcze w dalszej części pracy. Przykład ten pokazuje, że samo rozróżnienie pomiędzy turystami i migrantami ma charakter umowny, stosowany głównie w celach statystycznych. Wydaje się także, iż zarówno autodefinicja turystów i migrantów, jak i ich funkcjonowanie w życiu społecznym miejsc ich pobytu, mogą stanowić jeden z argumentów przemawiających za podobieństwem migracji i turystyki.

**Ad 2.** Powstawanie i utrwalanie się różnych form więzi opartych o wspólne etniczne pochodzenie to kolejne z ważnych konsekwencji przyjazdów tak turystów, jak i migrantów. Na ich znaczenie zwrócił uwagę już przed laty J. Coleman, rozwijając teorię kapitału społecznego, w której podkreślał znaczenie różnych form współpracy opartej o etniczne pochodzenie ich członków, oferujące wsparcie tak potrzebne dla osób pojawiających się w nowym i nieznanym sobie miejscu [Coleman 1988]. Według Colemana, utrwalanie zachowań opartych o więzi społeczne jest jednym z czynników wspierających powstawanie wspólnot, stowarzyszeń i innych form współpracy przynoszącej korzyści zarówno osobom bezpośrednio zaangażowanym w to działanie, jak i całej lokalnej społeczności. Korzyści te mogą mieć wymiar zarówno społeczny, gdy wpływają na ożywienie życia społecznego sprzyjając durkheimowskiej ‘gęstości społecznej’, ale także mogą prowadzić do korzyści ekonomicznych. Zdaniem Colemana, jako przykład mogą posłużyć sprzedawcy diamentów, którzy byli w stanie – właśnie dzięki gęstej sieci wzajemnych powiązań – prowadzić działalność przy takim wysokim poziomie zaufania, który gwarantował im przewagę na rynku [Coleman 1988]<sup>3</sup>.

W przypadku migrantów efektem tej działalności mogą być choćby kluby sportowe i organizacje polityczne [Long 2008] czy opisywane przez F. Znanieckiego [1976a] „jadłodajnie” albo ich współczesne wersje – popularne „polskie sklepy”<sup>4</sup>, ale także parafie i stowarzyszenia zawodowe, sportowe czy rekreacyjne. W przypadku turystów sama działalność touroperatorów organizujących wypoczynek oraz kierujących ofertę rekreacyjną na miejscu dla turystów w danym języku (na przykład w języku polskim) czy też oferujących wycieczki o określonym profilu kulturowym (na przykład śladami polskości we Lwowie) lub też religijnym (na przykład wycieczko-pielgrzymki śladami chrześcijaństwa w Jerozolimie i Ziemi Świętej), implikuje skład etniczny swoich klientów sprzyjając nawiązywaniu przez nich więzi. Więzy te mogą mieć różny charakter, jak w przykładzie przedstawianym przez F. Znanieckiego piszącego o polskich migrantach w Stanach Zjednoczonych w pierwszej połowie XX wieku: „Tak więc każdy Polak przyjmujący pomoc od instytucji amerykańskich uważany jest nie tylko za nędzarza, ale także za jednostkę przynoszącą wstyd całej kolonii polskiej. (...) Nikt, kto zachował

<sup>3</sup> Za inny przykład korzyści płynących ze współpracy mogą posłużyć wnioski P. Bourdieu i J.-C. Passerona, piszących o możliwościach konwersji kapitałów – na przykład kapitału społecznego (więzi społecznych) w materialny (na przykład dzięki możliwościom znalezienia pracy wskutek znajomości opartych o etniczne pochodzenie czy też członkostwo w zawodowych organizacjach) [Bourdieu, Passeron 1990].

<sup>4</sup> Narodowe sklepy to nie tylko polska specyfika. Towarzyszą one – podobnie jak bary i restauracje, herbaciarnie i kawiarnie, targi i sezonowe targowiska – wszystkim większym skupiskom migrantów w różnych częściach świata. Stałe dostawy produktów z kraju pochodzenia migrantów pozwalają im utrzymywać więź z krajem, a także innymi migrantami. W literaturze przedmiotu wspomina się także o okazji do znalezienia pracy (migranci obsługują członków własnej grupy etnicznej), jak i zmniejszenia kosztów utrzymania się migrantów w nowym miejscu.

choć resztki ambicji, nie przyjmie jej [pomocy] od instytucji amerykańskich, chyba że jego tradycyjne pojęcia zostały zachwiane z powodu nowych warunków życia i niedostatecznego kontaktu z grupą polsko-amerykańską.” [Znaniński, Thomas 1976b, s. 36]. Wydaje się też, że potoczne opinie o współczesnych migrantach łączy na „etniczny socjal”, jaki przysługuje wielu z nich w krajach Europy Zachodniej, są wyolbrzymione – stopniowe ograniczanie wydatków na opiekę społeczną nad różnymi kategoriami migrantów w tych krajach nie spowodowało, jak dotąd, powrotów polskich migrantów [Isański 2015, s. 169 i nast.].

Wspomniane więzi w przypadku migrantów są jedną z przyczyn pojawiania się migracji łańcuchowych, przyczyniają się do powstawania turystycznych destynacji wyspecjalizowanych w obsłudze turystów ze względu na miejsca ich pochodzenia. I tak, na turystycznych straganach Rzymu można znaleźć zachęcające napisy „U nas taniej niż w Biedronce”, podobnie jak po niemiecku reklamują się polscy handlarze i przedsiębiorcy oferujący swoje towary i usługi w pobliżu zachodniej granicy Polski.

**Ad 3.** Migranci, podobnie jak turyści, są skupieni przestrzennie, przy czym turyści wybierają zarówno obszary zurbanizowane oraz regiony nieurbanizowane, określane jako atrakcyjnie turystycznie, natomiast migranci – głównie obszary zurbanizowane w przypadku migracji osiedleńczych, a nieurbanizowane także w przypadku migracji sezonowych, gdy poszukiwanym rodzajem zajęcia jest praca w rolnictwie [Portes, deWind 2008; Fiń 2014]. Co ciekawe, skupienie to dotyczy także obszarów, z których migranci wyjeżdżają – więzi sąsiedzkie z miejsca pochodzenia są utrzymywane także w nowym miejscu pobytu. Dla przykładu, 2/3 przybyszów z Pakistanu na Wyspy Brytyjskie pochodzi z prowincji Azad Kaszmir w północnej części kraju, podobnie jak 90% przybyszów z Bangladeszu do Wielkiej Brytanii przybyło z jednego dystryktu Sylhet [za: Skeldon 2008, s. 31].

Masowość takich wyjazdów także często pojawia się w literaturze przedmiotu – zarówno gdy analizujemy historyczne przykłady *Grand Tour* i współczesne migracje edukacyjno-zarobkowe, jak i wtedy, gdy bierzemy pod uwagę masowych charakter migracji, np. „brazylijską gorączkę” (wyjazdy z ziem polskich przełomu XIX i XX wieku do Ameryki Południowej) czy „wyjazdy na saksy” (sezonowe wyjazdy zarobkowe do Saksonii i innych części Niemiec w podobnym okresie) przed stu laty oraz współczesne masowe migracje młodych Polaków (w niektórych obszarach sięgające 40% populacji w wieku poniżej 35 lat). W podobny sposób odbywa się „promocja” turystyki i migracji, narzędziami nazywanymi w teorii marketingu „marketingiem szeptanym” – zadowoleni klienci przekazują sobie z ust do ust informację o „okazjach”.

Skupienie przestrzenne turystów wydaje się być równie istotną cechą turystycznego rynku, z jednej strony ułatwiając turystom korzystanie z różnych atrakcji turystycznych na miejscu, a z drugiej – dając tubylcom i firmom

oferującym swoje usługi szansę na wyspecjalizowanie się w danej grupie językowej czy też, szerzej, etnicznej – jak we wspomnianym powyżej przypadku polskich turystów podróżujących śladami historii Polski na dawnych Kresach Wschodnich (warto także dodać, że w tym konkretnym przypadku 15% Polaków deklaruje posiadanie kresowych korzeni, co niejako konstytuuje potencjalną grupę odbiorców takiej oferty [por. Herrmann 2012, s. 2]).

Turystyka to także rynek pracy dla migrantów, produkcja pamiątek i towarów kupowanych przez turystów, zróżnicowany rynek usług, w których wielu migrantów znajduje zatrudnienie. Warunki tego zatrudnienia częstokroć odbiegają od powszechnych wyobrażeń o wakacjach z miłą i uśmiechniętą obsługą – na przykład personel pokładowy na statkach wycieczkowych na Karaibach całymi tygodniami pracuje bez jednego dnia przerwy, bez możliwości zejścia na stały ląd, bywa też, że z bardzo niskim uposażeniem rekompensowanym jedynie w przypadku otrzymania napiwków od turystów [por. np. McCabe 2005, Weaver 2005]. Nasuwają się tutaj skojarzenia z podobną sytuacją migrantów, pracujących w sektorze prac ‘brudnych, niebezpiecznych i ciężkich’ (ang. 3D - *dirty, dangerous, difficult*, por. np. Koser 2007, s. 102) i podobnie wykluczonych – tak ekonomicznie, jak i społecznie. Wykonując ciężką pracę, migranci zmuszeni są zazwyczaj do zaakceptowania niepewnych form zatrudnienia, braku lub ograniczenia w zakresie możliwości skorzystania z opieki medycznej czy też braku innych form ubezpieczeń społecznych. Mimo iż jedną z podstawowych korzyści, jakie odnoszą kraje przyjmujące migrantów zarobkowych, jest redukcja problemu demograficznego deficytu, migranci ponoszą zarazem największe koszty tej sytuacji korzystając z minimalnego wymiaru społecznych korzyści [Smolarkiewicz 2014; Koser 2007, s. 122].

### **Transfery pieniężne i transfery społeczne – poszukiwanie kolejnych podobieństw**

Migranci, którzy osiedlają się na stałe w nowych miejscach, w różnym stopniu integrują się nie tylko ekonomicznie, ale i kulturowo czy społecznie. W literaturze przedmiotu można znaleźć opis życia codziennego we Włoszech migrantów zarobkowych z Ameryki Południowej, w którym przedstawione są wyniki badania przeprowadzonego wśród peruwiańskich migrantek – jedna z nich korzysta z porad matki, pozostałej w Peru, wróżącej z ziaren kukurydzy czy wydaje znaczne kwoty na zakup i sprowadzanie z kraju swojego pochodzenia amuletów, mających zapewnić jej szczęście osobiste i powodzenie zawodowe w miejscu jej nowego osiedlenia się [Long 2008]. Autor podaje także inne przykłady przesyłania do członków rodzin pracujących za granicą znacznych ilości produktów codziennego użytku, a szczególnie jedzenia (paczek zawierających ziemniaki, mięso, mąkę, masło, ser itd.).

Umożliwia im to nie tylko obniżenie kosztów utrzymania się w nowym miejscu, ale i sprzyja utrzymywaniu więzi rodzinnych czy sąsiedzkich (produkty w formie podarunków mogą być przekazywane zaprzyjaźnionym członkom diaspory), a także przyczyniać się do zwiększania atrakcyjności lokalnych przedsięwzięć, szczególnie w branży gastronomicznej.

Podobne zachowania zauważono także w trakcie badań prowadzonych w innych miejscach [de Haas 2007; Vertovec 2008; Levitt, Lamba-Nieves 2011]. Poza wspomnianymi dotąd analogiami, podobieństwa pomiędzy turystami i migrantami widoczne są także w różnych formach kulturowej dyfuzji, nazywanej coraz częściej transferami społecznymi, które – według definicji zaproponowanej przez P. Levitt [2005] – obejmują cztery zasadnicze obszary: normy społeczne, praktyki dnia codziennego, tożsamości oraz kapitał społeczny.

Wspominane powyżej transfery pieniężne są najważniejszym czynnikiem odróżniającym migrację od turystyki. Przesyłanie pieniędzy do kraju pochodzenia towarzyszyło migracjom od samego początku, zwłaszcza gdy mowa o migracjach sezonowych [Skeldon 2008], podczas gdy turyści to raczej konsumenci skłonni wydawać swoje pieniądze na miejscu. Tematyka ta podejmowana była przez różnych autorów podkreślających znaczenie migracji dla przemian w kraju pochodzenia migrantów, wykraczających poza przekazy finansowe [Boccagni, Decimo 2013, s. 4; de Haas 2007]. Przy tej okazji pomiędzy nadawcą (migrantem) i odbiorcą (nie-migrantem) przepływają także niematerialne, symboliczne treści. Zauważono więc, że tak jak rodzina jest głównym odbiorcą finansowych transferów z zagranicy, tak też jest ona głównym odbiorcą kulturowych treści, jakie powstają za sprawą kontaktów utrzymywanych regularnie przez przekazy pieniężne, przy czym przy tej okazji przekaz dotyczy także różnych napięć w życiu społecznym związanych z powstawaniem ‘kultury migracji’ [por. Boccagni, Decimo 2013, s. 5, por. także Kołodziejczak 2014].

Inni autorzy wymieniają obszary tych napięć związanych, na przykład ze zmianą ról rodzinnych czy też sytuacją dzieci w migrujących rodzinach [por. np. Ryan, Sales 2013]. W klasycznych dla badaczy migracji pracach F. Znanieckiego [por. Znaniecki, Thomas, 1976a, 1976b] znajdujemy szereg przykładów utrzymywania więzi migranta z rodziną pozostawioną w kraju, realizowaną poprzez regularne przesyłanie pieniędzy, dodatkowo wzmacniane specjalnymi okazjami, jak śluby i pogrzeby w rodzinie, albo też zbieranie kapitału na zakup ziemi. W jednej ze swych prac przytacza on fragment listu, w którym ojciec pisze do swojego syna migranta: „Drogi Synu! Otrzymaliśmy twój list (...) i raz 200 rubli, a następnie 50. Dzięki Bogu, że pozwolił ci je zarobić. Dziękujemy ci za te pieniądze. Schowamy je w bezpieczne miejsce.” [Znaniecki, Thomas, 1976a, s. 353]. Podobne sytuacje mają miejsce w przypadku współczesnych migracji polskich, badanych w Wielkiej Brytanii [Ryan, Sales 2013; White 2011]. Trudno jest odpowiedzieć na pytanie, jak dużą część swoich zarobków migrant transferuje do miejsca swojego pochodzenia. Na

przykład Mazzucato podaje wyniki swojego badania wśród migrantów z Ghany mieszkających w Holandii, którzy transferują 35% całości swoich wydatków (z wyłączeniem wydatków na jedzenie) [Mazzucato 2008, s. 75]. Z kolei najważniejszym spostrzeżeniem, jakie niesie ze sobą koncepcja transferów społecznych dotyczy dwukierunkowego przepływu treści kulturowych oraz potencjału zmiany, jaki pojawia się szczególnie wtedy, gdy mamy do czynienia z podróżami, czy też migracjami, tam i z powrotem.

Należy podkreślić, że zmiana ta pojawia się po obu stronach spotkania, chociaż w literaturze przedmiotu zazwyczaj ujmuje się je osobno. W przypadku miejsc odwiedzanych przez turystów wymienia się więc często niszczący dla lokalnych kultury charakter rozwoju przemysłu turystycznego. Z kolei skutki podobnego napływu turystów, ale i migrantów, w krajach zachodnich często określane są jako wielokulturowość. Koncepcja transferów społecznych może być uznana za kolejny etap teoretycznych poszukiwań skutków międzykulturowych kontaktów, która bierze swój początek w teorii dyfuzji kulturowej [por. Golka 2007, s. 238] i transnacionalizmie [Schiller 1992, Vertovec 1999, cyt. za: Mazzucato 2008, s. 71]. Twórcy teorii dyfuzji już przed laty zwracali uwagę na wagę zapożyczeń i międzykulturowych kontaktów w rozwoju najbardziej nawet izolowanych wyspiarskich kultur. Wśród ich spostrzeżeń warto przypomnieć te, które podkreślały wagę różnego tempa przekazu i przyjmowania poszczególnych kulturowych treści, wielokierunkowość tego procesu i jego niesymetryczność, a także selektywność [Golka 2007, s. 240-241]. Współczesna koncepcja transferów społecznych akcentuje z kolei zmiany norm społecznych towarzyszących migrantom w miejscach ich wyjazdu oraz przyjazdu. Migranci stają się katalizatorem zmian, łącząc oba te miejsca, ich kultury, ale też dając okazję do powstania czegoś nowego, uzmysławiając nam przy okazji, jak bardzo zmienna jest kultura i jak nieoczekiwane mogą być źródła tych zmian. Wymieniane wcześniej praktyki życia codziennego mogą być czytelnym, poddającym się zewnętrznej obserwacji przykładem zmiany, widocznej zarówno dla samych migrantów, jak i osób, wśród których oni żyją. Wspomnieć tutaj można zarówno o nowych sposobach spędzania wolnego czasu, jak i uprawianych sportach czy też sposobie ubierania się. Kolejne dwa z wymienionych przez P. Levitt [2005] obszarów zmiany towarzyszącej transferom społecznym – tożsamość i kapitał społeczny, kierują naszą uwagę w stronę utrwalania się wymienionych wyżej elementów.

## Podsumowanie

Popularność międzynarodowych programów zagranicznej pracy dla ludzi młodych, w ramach zjawiska określanego jako „work and travel” jest jednym z wielu przykładów na podobieństwa łączące obydwa rodzaje aktywności – migrację i turystykę. Warto jednak przyjrzeć się nie tylko

zewnątrznym formom, ale też ich przyczynom i społecznym konsekwencjom. Tak turystyka, jak i migracja zmieniają ludzi. Zmiany te mogą mieć powierzchowny charakter – jak ta przypominana przez F. Znanieckiego, który cytuje fragment pamiętnika jednego z migrantów: „Drogi Bracie! (...) Wyglądasz bardzo ładnie i młodo na fotografii. Trochę trudno rozpoznać cię na fotografii, bo tak utyleś.” [Znaniecki, Thomas, 1976a, s. 395]. Znacznie bardziej interesujące są jednak zmiany, które zachodzą na poziomie życia społecznego, zwłaszcza gdy zachodzą w dłuższym okresie czasu i powodują złożone i trudne do przewidzenia skutki. Pod koniec lipca 2015 roku media doniosły o śmierci nielegalnych imigrantów – tym razem nie na Morzu Śródziemnym, ale w tunelu pod kanałem La Manche, którym próbowali się przedostać do Wielkiej Brytanii<sup>5</sup>. Nikt nie ma wątpliwości, że byli to migranci, a nie turyści. Rozwój turystyki stymuluje migracje, kierując uwagę ludzi w stronę miejsc, gdzie można znaleźć pracę, choćby było to wypłacanie warkoczyków turystkom albo uliczny taniec i śpiewy. O zaliczeniu do kategorii turystów, czy też migrantów decyduje miejsce ich pochodzenia. Pisząc o poszukiwaniu okazji do spędzenia udanego urlopu nie można zapominać, że tuż obok rozgrywają się dramaty ludzi, którzy – choć bez wątpienia są migrantami – także nie mieszczą się w przypomnianej na początku tekstu definicji.

W analizie podobieństw pomiędzy turystyką i migracją najważniejsze jest, jak sądzę, zwrócenie uwagi na ich długofalowe konsekwencje – turystyka „dzieje się” teraz, przynosi zyski w konkretnym miejscu w danym sezonie turystycznym. Migracjom natomiast towarzyszy szerszy kontekst społeczny i temporalny wymiar – istotne jest nie tylko dokąd przybywają migranci, ale także skąd pochodzą, jakie są ich zawodowe kwalifikacje i stopień kompatybilności z lokalnym rynkiem pracy, wreszcie – jakie są społeczne konsekwencje ich przyjazdu [Roos 2013]. Oprócz obaw związanych z ich aktualną liczbą, nie mniej istotne pytania stawiane przez naukowców pojawiają się więc wobec możliwości ich kulturowej adaptacji w miejscach, gdzie będą się oni osiedlać.

Żywe są także spory o proporcje kosztów i korzyści z współczesnej skali migracji, a także możliwości krajów europejskich, by sprostać zadaniom związanym z napływem migrantów. W sporze tym nie powinna jednak umknąć najważniejsza sprawa: zmiana. Tak jak wspomniano na wstępie, obydwa te rodzaje aktywności są ściśle ze sobą związane, przeplatają się wzajemnie – turyści mogą łatwo stać się migrantami, ci z kolei mogą wchodzić w role turystów. Wydaje się, że jednym z przykładów tego przenikania się są także wspomniane zmiany zachodzące na poziomie kultury. Przywołana w tej pracy koncepcja transferów społecznych jest ciekawą próbą opracowa-

---

<sup>5</sup> <http://wiadomosci.dziennik.pl/swiat/artykuly/496454,francja-2-tysiace-imigrantow-przedzieralo-sie-tunelem-do-wielkiej-brytanii.html> (dostęp: lipiec 2015).

nia narzędzia teoretycznego, które może ułatwić opis i wyjaśnianie zakresu i głębokości tych przemian. Chociaż jej historia liczy kilkanaście lat, to tkwiący w niej potencjał wydaje się być bardzo obiecujący, a realizowane obecnie projekty badawcze z jej wykorzystaniem dają szansę na lepsze zrozumienie świata społecznego. Również korzenie tej koncepcji, związane z teorią dyfuzji kulturowej i analizą przypadków zmian zachodzących w efekcie międzykulturowych kontaktów dowodzą utrwalonej obecności refleksji na temat tych zmian w naukach społecznych. Wydaje się także, że w przyszłości społeczne konsekwencje obydwu przedstawianych zjawisk będą coraz bliższe, sprzyjając – być może – opracowaniu nowej teorii migracji turystycznej.

### Bibliografia

- Bente H., Dann G., Mehmetoglu M., (2007), *Little Norway in Spain. From tourism to migration*, „Annals of Tourism Research”, Vol. 34 (1), s. 202-222.
- Boccagni P., Decimo F., (2013), *Mapping social remittances*, „Migration letters”, Vol. 10, No. 1, migrationletters.com, s. 1-10.
- Bourdieu P., Passeron J.-C., (1990), *Reprodukcja. Elementy teorii systemu nauczania*, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Castles M., Miller S., (2011), *Migracje we współczesnym świecie*, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Cohen E., (1988a), *Authenticity and Commoditization in Tourism*, „Annals of Tourism Research”, Vol. 15, Elsevier, s. 371-386.
- Cohen E., (1988b), *Traditions in the qualitative sociology of tourism*, „Annals of Tourism Research”, Vol. 15, Elsevier, s. 29-46.
- Cohen E., (1993), *Introduction. Investigating tourist arts*, „Annals of Tourism Research”, Vol. 20, Elsevier, s.1-8.
- Cohen E., (2005), *Tourism and disaster: The Tsunami Waves in Southern Thailand*, [w:] Winiarski Ryszard i Wiesław Alejziak (red.), *Turystyka w badaniach naukowych w Polsce i na świecie*, Wydawnictwo Akademii Wychowania Fizycznego w Krakowie, Kraków – Rzeszów, s. 81-114.
- Coleman J. (1988), *Social Capital in the Creation of Human Capital*, „The American Journal of Sociology”, Vol. 94, s. 95-120.
- Fiń A., (2014), *Współczesna polska emigracja w Stanach Zjednoczonych: skala, rozmieszczenie przestrzenne, przyczyny wyjazdów*, „Studia Migracyjne-Przegląd Polonijny”, Vol. 40.2 (152), s. 105-130.
- Giddens A., (1990), *Consequences of Modernity*, Stanford University Press, California.
- Goldin I., Cameron G., Meera B., (2011), *Exceptional People. How Migration Shaped Our World and Will Define Our Future*, Princeton and Oxford: Princeton University Press.



- Golka M. (2007), *Socjologia kultury*, Wydawnictwo Naukowe SCHOLAR, Warszawa.
- Dann G.M.S., Cohen E. (1991), *Sociology and Tourism*, „Annals of Tourism Research”, Vol. 18, Elsevier, s. 155-169.
- Haas de H., (2007), *Social remittances. A Conceptual Review of the Literature*, UNRISD Programme on Social Policy and Development, Paper No. 34.
- Herrmann M., (2012), *Kresowe korzenie Polaków*, komunikat z badań Centrum Badania Opinii Społecznej nr BS/50/2012, cbos.pl.
- Isański J., (2015), *Migracje i transfery kapitału społecznego*, Wydawnictwo Naukowe UAM, Poznań.
- Kołodziejczak S., (2014), *Problemowy wymiar emigracyjnej tymczasowości*, „Studia Migracyjne – Przegląd Polonijny”, Vol. 40.2 (152), s. 25-40.
- Koser K., (2007), *Migration. A very short introduction*, Oxford University Press: New York.
- Krzywicki J., Nalborczyk A. S., Pałasz-Rutkowska E., Religa M., Stasik D., (2005), *Wizerunek Europejczyków i kultury Zachodu w Azji i Afryce*, Warszawa: Wydawnictwo TRIO.
- Laczko F., (2008), *Migration and Development: the Forgotten Migrants*, [w:] *Migration and development within and across borders: research and Policy Perspectives on Internal and International Migration*, IOM Report, The Social Sciences Research Council, 2008, s. 7-11.
- Laxson J. D., (1991), *How „we” see „them”*. *Tourism and Native Americans*, „Annals of Tourism Research”, Vol. 18 (3), Elsevier, s. 365-391.
- Levitt P., Lamba-Nieves D., (2011), *Social remittances revisited*, „Journal of Ethnic and Migration Research”, Vol. 37 (1), s. 1-22.
- MacCannell D., (2002), *Turysta. Nowa teoria klasy próżniaczej*, MUZA SA Warszawa.
- Magala S., (2011), *Kompetencje międzykulturowe*, Warszawa: Oficyna Wolters Kluwer business.
- McCabe S., (2005), *‘Who is a tourist?’ A critical review*, „Tourist Studies”, Vol. 5(1), s. 85-106,
- Mazzucato V., (2008), *Simultaneity and Networks in Transnational Migration: Lessons Learned from an SMS Methodology*, [w:] *Migration and development within and across borders: research and Policy Perspectives on Internal and International Migration*, IOM Report, The Social Sciences Research Council, s. 69-100.
- O’Reilly K., (2003), *When is a tourist? The articulation of tourism and migration in Spain’s Costa del Sol*, „Tourist Studies”, Vol. 3(3), SAGE, s. 301-317.
- Portes A., DeWind J. (red.), (2008), *Rethinking Migration. New Theoretical and Empirical Perspectives*, Berghahn Books, New York, Oxford.

- Portes A., Rumbaut R. G., (2006), *Immigrant America. A portrait. Third edition. Revised, Expanded and Updated*, University of California Press, Berkeley. Los Angeles. London.
- Ream R. K., (2006), *Uprooting children. Mobility, social capital and Mexican-American underachievement*, New York: LFB Scholarly Publishing LLC.
- Ritzer G., (1999), *Makdonaldyzacja społeczeństwa*, wyd. MUZA S.A., Warszawa.
- Ritzer G., (2001), *Magiczny świat konsumpcji*, wyd. MUZA S.A. Warszawa.
- Skeldon R., (2008), *Linkages between Internal and International Migration*, [w:] *Migration and development within and across borders: research and Policy Perspectives on Internal and International Migration*, IOM Report, The Social Sciences Research Council, s. 27-36.
- Roos Ch., (2013), *The EU and Immigration Policies. Cracks in the Walls of Fortress Europe?*, Palgrave Macmillan.
- Ryan L., Sales R., (2013), *Family Migration: the Role of Children and Education in Family Decision-Making Strategies of Polish Migrants in London*, „International Migration”, April 2013, s. 90-103.
- Smith S. K., House M., (2007), *Temporary migration: a case study of Florida*, „Popul Res Policy Rev”, Vol.26, Springer Science+Business Media B.V., s. 437-454.
- Smolarkiewicz E., (2014), *Odtwarzanie barier migracyjnych w warunkach kryzysu migracyjnego*, „Studia Migracyjne-Przegląd Polonijny”, Vol. 40.2 (152), s. 131-150.
- Veblen Th., (1998), *Teoria klasy próżniaczej*, wyd. MUZA S.A., Warszawa.
- Vertovec S., (2008), *Migrant Transnationalism and Modes of Transformation*, [w:] Portes Alejandro, DeWind J. (red.), *Rethinking Migration. New Theoretical and Empirical Perspectives*, Berghahn Books, New York, Oxford, s. 149-180.
- Weaver A., (2005), *Interactive service work and performative metaphors: the case of cruise industry*, „Tourist Studies”, Vol. 5(1), SAGE Publications, s. 85-106.
- White A., (2011), *The mobility of Polish families in the West of England: translocalism and attitudes to return*, „Studia Migracyjne – Przegląd Polonijny”, Nr1, s. 11-32.
- Znanięcki F., Thomas W., (1976a), *Chłop polski w Europie i Ameryce. Organizacja grupy pierwotnej*, t. 2, Warszawa.
- Znanięcki Florian, Thomas W., (1976b), *Chłop polski w Europie i Ameryce. Organizacja i dezorganizacja w Ameryce*, t. 5, Warszawa.

## MIGRATIONS AND TOURISM. ECONOMICAL AND SOCIO-CULTURAL CONSEQUENCES OF SPATIAL MOBILITY

### Abstract

**Purpose.** The aim of this article is analysis of the state of art to discuss the similarities of the two selected types of mass contemporary spatial mobility – migration and tourism.

**Method.** Desk research. The paper presents theoretical analysis.

**Findings.** Three important aspects are presented in the text, as seen by the author, the similarities of migration and tourism: the settlement into similar areas – as tourists and migrants tend to visit these spaces and improve the cultural change there, maintaining social networks within particular ethnic groups – both in the places of origin and arrival, and the spatial concentration of migrants and tourists.

**Research and conclusion limitations.** The text refers to a limited number of studies, and presented examples relate to selected human communities. The common denominator is the mobility space, which by the way, leads to multi-faceted changes both in the culture of the host country and in places where tourists or migrants arrive.

**Practical implications:** Underlying the need to adapt the definition of ‘theoretical’ (operating) to the changing contemporary patterns of mobility and social consequences of intercultural relations.

**Originality.** The presented work is in need of an extension regarding the current topics in literature indicating the interrelationship of migration and tourism. In the paper, the concept of social remittances is presented. This brings our attention to the effects of changes in spatial mobility beyond their direct participants.

**Type of paper.** The text is a review based on desk research as a background.

**Keywords:** migration, tourism, social remittances, social consequences of migration.

# WPŁYW CZYNNIKÓW POLITYCZNYCH I EKONOMICZNYCH NA ZMIANY RUCHU TURYSTYCZNEGO W REGIONIE TZW. SZEROKIEGO BLISKIEGO WSCHODU W POCZĄTKACH XXI WIEKU

*Rafał Matera\*, Klaudia Miksa\*\**

## Abstrakt

**Cel.** Przedstawienie zmian zachodzących w ruchu turystycznym na tzw. Szerokim Bliskim Wschodzie (ang. *Broader Middle East*) w XXI wieku oraz wskazanie na potencjalne przyczyny polityczne i ekonomiczne je wywołujące.

**Metoda.** Praca oparta została na analizie rankingów i baz danych statystycznych (głównie z Banku Światowego) oraz na przeglądzie wydarzeń wpływających na zmiany w ruchu turystycznym w regionie.

**Wyniki.** Dokonana analiza wskazuje, że w początkach XXI wieku czynniki polityczne i bezpieczeństwo polityczne miało znacząco większy wpływ na przepływ turystów na tzw. Szerokim Bliskim Wschodzie niż zagrożenie i skutki globalnego kryzysu finansowego.

**Ograniczenia badań i wnioskowania.** Należałoby podkreślić trudności w precyzyjnym rozdzieleniu (odseparowaniu od siebie) politycznych i ekonomicznych czynników.

**Implikacje praktyczne.** Praca może być wykorzystywana w dydaktyce przez studentów kierunków ekonomicznych i turystycznych. Wnioski mogą być też wykorzystane przez biura podróży.

**Oryginalność.** Brak jest w literaturze przedmiotu opracowania koncentrującego się na tym regionie w takim czasowym i przedmiotowym zakresie analiz.

**Rodzaj pracy.** Połączenie pracy przeglądowej z badaniami empirycznymi.

**Słowa kluczowe:** Szeroki Bliski Wschód, ruch turystyczny, globalny kryzys finansowy, bezpieczeństwo.

---

\* Dr hab., Uniwersytet Łódzki, Wydział Ekonomiczno-Socjologiczny, Instytut Ekonomii; e-mail: rmater@uni.lodz.pl.

\*\* Mgr, Nordea Bank AB S.A., Oddział w Polsce; e-mail: klaudia\_miksa@wp.pl.

## Uzasadnienie podjęcia badań, cel i zakres pracy

Istnieje duża trudność w wyznaczeniu precyzyjnych granic Bliskiego Wschodu. Problem ten mają specjaliści różnych dyscyplin naukowych. Sama nazwa regionu budzi wątpliwości. Jest naznaczona spojrzeniem europocentrycznym. To bowiem mieszkańcy świata zachodniego najczęściej posługują się tym właśnie terminem. W zależności od rozmaitych kryteriów przyjmowanych przez geografów, historyków, politologów, ekonomistów bądź instytucje międzynarodowe, liczba państw wchodzących w skład tego regionu może się różnić, niekiedy nawet dość zasadniczo. O trudnościach pojęciowych i geograficznych związanych z regionem Bliskiego Wschodu piszą również polscy badacze [Ożarowski 2009].

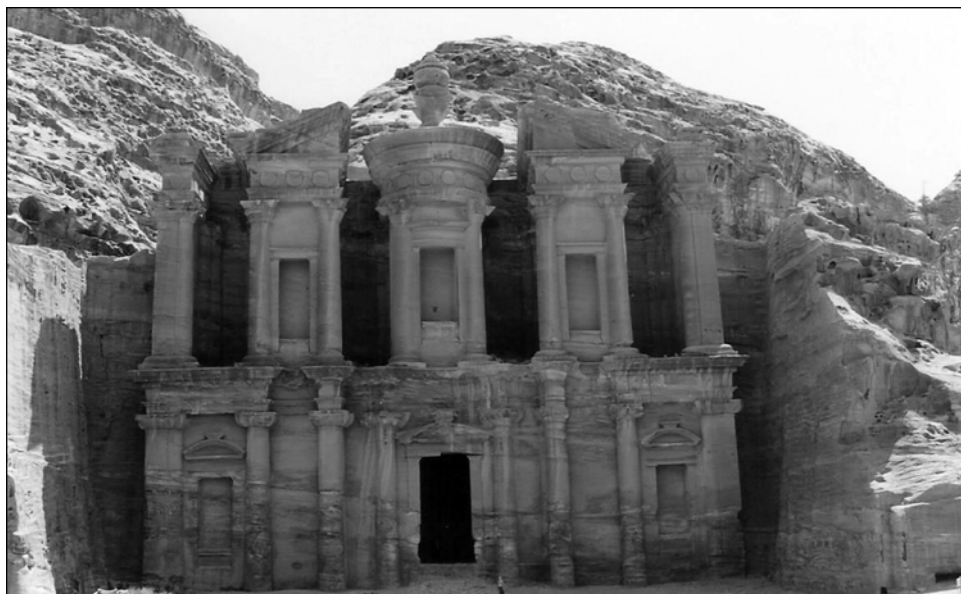
Członkami formalnie reprezentującymi Bliski Wschód (ang. *Middle East*) w ramach Światowej Organizacji Turystyki (UNWTO, *World Tourism Organization*) było (w 2015 r.) 13 krajów: Arabia Saudyjska, Bahrajn, Egipt, Irak, Jemen, Jordania, Katar, Kuwejt, Liban, Libia, Oman, Syria, Zjednoczone Emiraty Arabskie (dalej: ZEA). Na potrzeby niniejszego artykułu, ale też zgodnie m.in. z definicją Instytutu Bliskiego Wschodu (MEI, *Middle East Institute*) do Bliskiego Wschodu włączono ponadto kraje Maghrebu tj. Maroko, Algierię i Tunezję (reprezentujące w UNWTO Afrykę), a także Iran, Afganistan i Pakistan (reprezentujące w UNWTO Azję Południową) oraz „europejskiego” przedstawiciela tego regionu w statystykach UNWTO – Izrael<sup>1</sup>. Doprecyzowując, przedmiotem niniejszej analizy będą więc kraje Afryki Północnej oraz Bliskiego i Środkowego Wschodu, albo – używając terminu stosowanego przez część amerykańskich instytucji rządowych – Szerszego Bliskiego Wschodu (*Broader Middle East*). Również w polskiej literaturze coraz częściej po termin Szeroki Bliski Wschód sięgają specjaliści [Sasnal 2009].

Badany region należy do najbardziej interesujących turystycznie miejsc na Ziemi. Na jego obszarze rozwijają się głównie trzy rodzaje turystyki: poznawcza, wypoczynkowa i religijna [Daher 2006]. Mieszczą się tam m.in. obiekty najbardziej rozpowszechnionych religii i systemów filozoficznych, w tym chrześcijaństwa, islamu, judaizmu i buddyzmu. Piramidy egipskie jako jedyne przetrwały do dziś z siedmiu antycznych cudów świata, a skalne miasto Petra w Jordanii zostało w 2007 roku uznane za jeden z siedmiu nowych cudów świata.

Na Bliskim Wschodzie (włączając Afrykę Północną) znajduje się 107 miejsc z listy światowego dziedzictwa UNESCO (czyli niemal 10% wszystkich zabytków rejestrowanych przez tę organizację). Według danych z 2015 roku aż 18 z nich było zagrożonych<sup>2</sup>. Było to efektem katastrof naturalnych

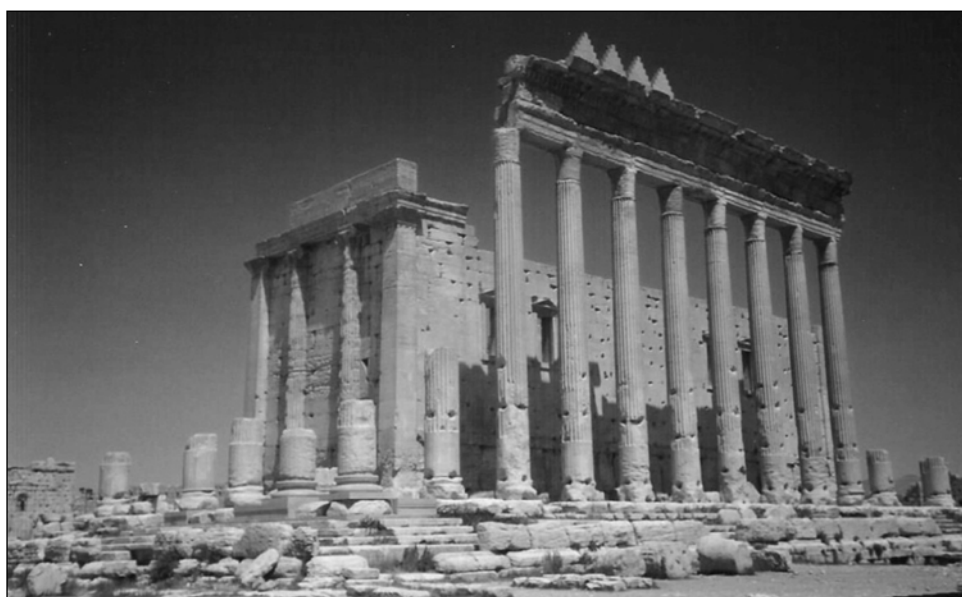
<sup>1</sup> <http://media.unwto.org/members/states> (20.01.2016).

<sup>2</sup> <http://whc.unesco.org/en/list/> (20.01.2016).



**Ryc. 1.** Monastyr (Ad-Deir) w skalnym mieście w Petrze – rok 2004 (zdjęcie: R. Matera)

**Fig. 1.** Monastery (Ad-Deir) in rock town of Petra – 2004 (photo: R. Matera)



**Ryc. 2.** Świątynia Szamin-Baala w Palmyrze – rok 1997 (zdjęcie: R. Matera)

**Fig. 2.** Temple of Baalshamin in Palmyra – 1997 (photo: R. Matera)

(np. trzęsienia ziemi w Bam w Iranie w grudniu 2003 roku), destrukcyjnych rządów ekstremistów (np. wysadzenia przez talibów posągów Buddy w Bamianie w Afganistanie w marcu 2001 roku, czy zburzenia świątyni Szamin-Baala w Palmyrze w sierpniu 2015 roku przez dżihadystów tzw. Państwa Islamskiego), ale zwłaszcza wojen (głównie w Iraku i Syrii – co np. spowodowało niemal całkowite zniszczenie zabytków Aleppo).

Bliski Wschód należy bowiem do najbardziej niebezpiecznych regionów Ziemi. W rankingu *Global Peace Index*, tworzonym przez Instytut Ekonomii i Pokoju (*Institute for Economics and Peace*), czołowy *think-tank* mierzący poziom bezpieczeństwa krajów świata, wśród 25 najbardziej niebezpiecznych państw, aż 11 reprezentowało obszar od Maroka po Pakistan. W rankingu za 2015 roku, uwzględniającym 162 kraje, za 3 najbardziej niebezpieczne uznano: Syrię, Irak i Afganistan [*Global Peace Index...*, s. 10].

Celem artykułu jest pokazanie zmian w ruchu turystycznym na terenie Szerokiego Bliskiego Wschodu na początku XXI wieku oraz próba uwypuklenia czynników politycznych i ekonomicznych, które w największym stopniu wpłynęły na ruch turystyczny na tym obszarze. Zgodnie z postulatami nowej ekonomii instytucjonalnej, gospodarka powinna być postrzegana jako system składający się z sieci instytucjonalnych i prawnych powiązań [North 1995]. Jednym z kluczowych tego typu powiązań jest współcześnie turystyka, w ramach której aktorzy gospodarki światowej dostarczają określone dobra i usługi powodując rozwój tego sektora i instytucji występujących na danym obszarze.

Kolejnym celem opracowania jest próba określenia, które z czynników w największym stopniu oddziaływały na ruch turystyczny. Czy łatwiej było zaobserwować wahania w przepływie turystów pod wpływem określonej sytuacji politycznej, czy też bardziej destrukcyjny okazał się globalny kryzys finansowy? Istotne było zidentyfikowanie miejsc w regionie Bliskiego Wschodu, które zostały najbardziej dotknięte skutkami niestabilności politycznej oraz państw, w których następowało załamanie się systemu bezpieczeństwa oraz ujawniały się problemy ekonomiczne. Zakres opracowania uwzględnia okres od końca XX wieku do 2012 roku, a szczegółowa analiza dotyczy czasu globalnego kryzysu finansowego z lat 2007/2008-2012. Tylko incydentalnie odnieszono się w artykule do wpływu Arabskiej Wiosny i wojny domowej w Syrii na stan turystyki w regionie. Te kwestie mogą być przedmiotem dalszych studiów i część najnowszych opracowań już do nich nawiązuje [Avraham, Ketter 2016].

## **Rozwój turystyki na Bliskim Wschodzie w końcu XX stulecia**

Początek rozwoju turystyki bliskowschodniej przypadł na drugą połowę XIX wieku. Najczęściej odwiedzanymi zabytkami były obiekty z czasów egipskiej potęgi faraonów (Giza, Teby, Luksor), ważne miejsca dla wyznawców religii (Jerozolima, Damaszek), czy też pozostałości świata starożytnego.

go (ruiny w Kartaginie, Palmyrze, Babilonie). Napływ coraz większej liczby odwiedzających był skutkiem kontrolowania ziem Bliskiego Wschodu przez państwa kolonialne. Wyraźnie zarysowały się dwa obszary wpływów: francuski – w większości krajów Maghrebu oraz angielski – w Egipcie i na wschód od niego. Europejczycy coraz częściej przybywali na te tereny, inicjując nową modę na turystykę poznawczą w czasie wielomiesięcznego podróżowania [Jędrusik, Makowski, Plit 2010, s. 244-247].

Okres politycznej zależności od krajów Europy Zachodniej wpływał pozytywnie na rozwój turystyki na obszarze Afryki Północnej i Bliskiego Wschodu. Mimo iż został on zaburzony przez dwie wojny światowe, to gospodarcze i turystyczne kontakty między Europejczykami a mieszkańcami Bliskiego Wschodu zostały uruchomione i mogły się dalej rozwijać [Said 2005, s. 85-94]. Z tego okresu wystarczy choćby wspomnieć słynne ekspedycje Wilfreda Thesigera [Thesiger 1994].

Przełomem w rozwoju turystyki na Bliskim Wschodzie był z pewnością rozwój sektora naftowego (szczególnie od lat 80. XX wieku). Spowodowało to otwieranie się krajów tego regionu na zagraniczne inwestycje w zakresie przemysłu i usług. Wzrost nakładów na turystykę szybko przekładał się na dodatkowe dochody zasilające budżety poszczególnych państw. Część krajów decydowała się na otwieranie granic dla podróżujących i dbała o atrakcyjności kulturową i krajobrazową. Wzrost liczby zatrudnionych w sektorze turystyki przyczyniał się też do redukcji wysokiego bezrobocia [Said 2005, s. 110]. Obok krajów Afryki Północnej, w latach osiemdziesiątych XX wieku nową branżą zaczęły poważnie interesować się również państwa Zatoki Perskiej stawiające na specjalizację w turystyce luksusowej. Takie kraje, jak ZEA, Bahrajn, czy Katar podejmowały się olbrzymich inwestycji, głównie w miastach przybrzeżnych, które miały w założeniach stać się ośrodkami luksusu oraz symbolami kurortów adresowanych do najbogatszych klientów [Jędrusik, Makowski, Plit 2010, s. 247]. Do tradycyjnych historycznych atrakcji dołączyły więc nowe, które miały równie dużą moc przyciągania<sup>3</sup>.

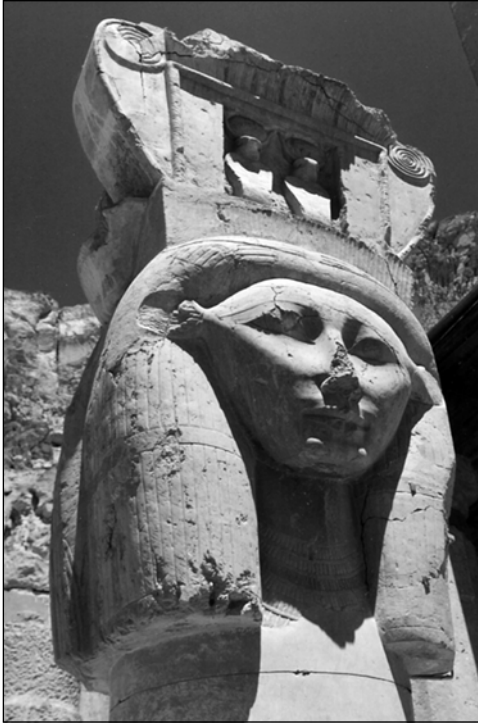
Znaczenie turystyki międzynarodowej, w tym na Bliskim Wschodzie, wzrosło w ostatniej dekadzie XX stulecia. W związku z upadkiem rządów komunistycznych zakończył się etap rywalizacji między Wschodem i Zachodem, ale z drugiej strony następowały nowe konflikty, które część intelektualistów określało mianem „zderzenia cywilizacji”<sup>4</sup>. Nie nastąpił więc koniec historii, jak definiował czas po upadku „żelaznej kurtyny” Francis Fukuyama. Gwoli pełnej jasności należy przypomnieć, że słynna teza

---

<sup>3</sup> Z bardziej ekstremalnych przykładów wystarczy wspomnieć kompleks Ski Dubai, pierwszy kryty ośrodek narciarski. Kompleks ma wysokość 25 pięter, długość stoku – 400 metrów, a szerokość 85 metrów). O znaczeniu takich nowych atrakcji turystycznych pisze m.in.: Kruczek [2014, s. 18].

<sup>4</sup> Pierwszy tego terminu użył na łamach „Foreign Affairs” w 1993 roku S. Huntington. Zob. jego książkę: [Huntington 2003].





**Ryc. 3.** Kolumna w kaplicy Hathor w świątyni Hatszepsut (Deir el-Bahari) w Tebach Zachodnich – rok 1998 (zdjęcie: R. Matera)

**Fig. 3.** Column in Hathor chapel in temple of Hatshepsut (Deir el-Bahari) in Western Thebes – 1998 (photo: R. Matera)

skich w listopadzie 1997 r. przed wejściem do świątyni Hatszepsut w Tebach, w wyniku którego zginęły 62 osoby), w ostatniej dekadzie XX wieku turystyka w krajach Bliskiego Wschodu odnotowywała wzrost znaczenia. Przekładało się to na przyrost PKB krajów inwestujących w rozwój tej gałęzi gospodarki [Czerny 2005, s. 66-68]. Sytuację taką ilustruje tabela 1, pokazująca udział dochodów z turystyki w PKB wybranych krajów Bliskiego Wschodu w latach 1998-2000.

W przypadku krajów takich jak: Bahrajn, Egipt, Maroko, Syria, a szczególnie Tunezja i Jordania udział sektora turystycznego tworzeniu PKB był znaczący. Największe dochody z turystyki czerpał Egipt – 3,6 mld USD. Również Maroko, Tunezja i Arabia Saudyjska odnotowywały w latach 1998-2000 wysokie dochody z turystyki. Nie w każdym jednak kraju przekładało się to na istotny wzrost dochodu na przeciętnego mieszkańca. W Bahrajnie dochody z turystyki *per capita* wynosiły 591 USD na osobę, a w Jordanii

Fukuyamy odnosiła się do końcowego etapu w rozwoju ludzkości pod względem ideologicznym oraz uniwersalizacji liberalnej demokracji jako ostatecznej formy rządu [Fukuyama 1991, s. 8]. W każdym razie naśladowanie zachodnich wzorców, nastawionych na efektywny rozwój gospodarczy o charakterze kapitalistycznym, miało otwierać nowe (wschodzące) gospodarki na globalizację. Dostosowanie większości państw do już istniejących standardów wymagało liberalizacji wielu sfer życia polityczno-administracyjno-gospodarczego. Dotyczyło to także wielu krajów szeroko ujmowanego Bliskiego Wschodu.

Pomimo niepewności sytuacji politycznej w niektórych państwach (np. w Iraku po jego ataku na Kuwejt w 1990 roku, a następnie wskutek pierwszej interwencji amerykańskiej [Matera, Matera 2007, s. 324-326]), a także pomimo powtarzających się ataków terrorystycznych (szczególnie spektakularny był atak bojówek muzułmań-

niemal 4-krotnie mniej, mimo że udział turystyki w PKB wynosił tyle samo (5,7%). Marginalny wpływ na dochody na jednego z mieszkańca czerpały z turystyki takie kraje, jak: Algieria, Jemen czy Pakistan.

**Tab. 1.** Dochody z turystyki i ich udział w PKB krajów Bliskiego Wschodu w latach 1998-2000 (w mld USD i USD na mieszkańca)

**Tab. 1.** Tourism receipts and their share in GDP of Middle East states between 1998-2000 (in bln USD and USD *per capita*)

Kraj	w mld USD 1998-2000	w USD per capita	% PKB 1998-2000
Algieria	0,02	1	0,00
Arabia Saudyjska	1,5	72	0,8
Bahrajn	0,4	591	5,7
Egipt	3,6	57	5,7
Iran	0,7	11	0,7
Jemen	0,1	4	1
Jordania	0,8	161	9,3
Kuwejt	0,2	120	0,7
Maroko	1,9	66	5,4
Pakistan	0,1	1	0,1
Syria	1,0	64	6,2
Tunezja	1,5	163	7,7

**Źródło/Source:** [World Bank 2003, s. 234–235. Online: <http://web.worldbank.org/archive/website01418/WEB/IMAGES/MULTI0-2.PDF> (4.02.2016)].

### **Wyodrębnienie kluczowych wydarzeń politycznych i ekonomicznych wpływających na ruch turystyczny na Bliskim Wschodzie w XXI wieku**

Wśród politycznych wydarzeń, które wpływały na ruch turystyczny należałoby analizować nie tylko sytuację w państwach Bliskiego Wschodu, ale też okoliczności międzynarodowe, które wpływały na postrzeganie regionu. Skutki ataków terrorystycznych na Zachodzie mogły mieć również znaczący wpływ na decyzje turystów w kwestii kierunków ich wyjazdów, jak sytuacja w danym kraju bliskowschodnim. Dlatego też trudno będzie w tej skrótovej analizie zachować w pełni układ chronologiczny.

Do najbardziej destrukcyjnych (i jednocześnie najbardziej medialnych) zamachów terrorystycznych na terytorium państw Zachodu w XXI w., które bez wątpienia powstrzymywały turystów przed wyjazdami w ogóle, ale zwłaszcza na Bliski Wschód, trzeba zaliczyć ataki w: Nowym Jorku i Waszyngtonie<sup>5</sup> (11 września 2001 r.), Madrycie (11 marca 2004 r.), Londynie (7 lipca 2005 r.) oraz w Paryżu (7 stycznia i 13 listopada 2015 r.). Wszystkie z nich były przygotowane i zrealizowane przez ekstremistów pochodzących z krajów muzułmańskich, działających w różnych fundamentalistycznych organizacjach.

Konsekwencją ataków z 11 września i częścią wojny z terroryzmem była interwencja Stanów Zjednoczonych wraz z państwami koalicji w Afganistanie jeszcze w 2001 roku, a następnie także interwencja w Iraku w 2003 roku. W wyniku tych działań udało się odsunąć od władzy okrutne dyktatury (talibów oraz Saddama Husajna), ale doprowadziło to równocześnie do destabilizacji politycznej obu państw, pomimo utrzymywania na ich terenie wojsk sprzymierzonych (głównie z krajów zachodnich). O ile niestabilna sytuacja w Afganistanie nie musiała przekładać się na zahamowanie ruchu turystycznego (w kraju tym toczyła się wojna od końca lat 80. XX wieku), to jednak destabilizacja w Iraku odsuwała niemal automatycznie plany wyjazdowe do takich krajów, jak: Syria, Jordania, Izrael czy Egipt. Poza tym, należy pamiętać, że również na terenie Żyźnego Półksiężycy<sup>6</sup> wciąż toczyła się wojna między Izraelem a Palestyńczykami. W latach 2000-2004 trwała przecież intifada Al-Aksa, a w 2006 roku wybuchł kolejny konflikt izraelsko-libański. Ponadto w całym analizowanym okresie permanentnie niespokojnie było w Strefie Gazy, kontrolowanej przez władze Hamasu.

Znacznie bardziej bezpośrednie przełożenie na ruch turystyczny miały z pewnością wydarzenia Arabskiej Wiosny w pierwszej połowie 2011 r. Formalnie rewolucja w świecie arabskim zaczęła się w Tunezji w grudniu 2010 roku, ale protesty nasiliły się w kolejnych miesiącach w większości krajów muzułmańskich Bliskiego Wschodu. Szczególne napięcia utrzymywały się w Egipcie, Bahrajnie, Jemenie, Syrii i Libii, ale interwencja państw zachodnich miała miejsce jedynie w tym ostatnim kraju [Matera 2012, s. 66-67].

---

<sup>5</sup> Nawet z krótkiej historycznej perspektywy 11 września 2001 r. stanowi jedną z najważniejszych cezur w dziejach świata. W tym dniu członkowie terrorystycznej organizacji muzułmańskiej al-Kaida porwali cztery samoloty pasażerskie, rozbijając je o bliźniacze wieże World Trade Center w Nowym Jorku i budynek Pentagonu w Waszyngtonie. Celem ostatniego ataku miała być również stolica USA, jednak samolot rozbił się w zachodniej Pensylwanii. W atakach zginęło łącznie blisko 3 tysiące osób, w tym zdecydowana większość pod gruzami WTC. Nie tylko w Stanach Zjednoczonych, ale w całym demokratycznym świecie, wydarzenia te wywołały wstrząs. Niekwestionowany światowy lider militarny i ekonomiczny nie potrafił zapobiec tragedii. Spodziewano się w każdej chwili kolejnych ataków al-Kaidy – nie można było jednak przewidzieć, gdzie i kiedy one nastąpią [Matera, Matera, s. 367].

<sup>6</sup> Terminem tym określa się ziemie cechujące się szczególną żyznością ciągnące się od Egiptu poprzez Palestynę i Syrię, aż po Mezopotamię (strefa ta ma kształt półksiężycy), które stanowią kolebkę wielkich cywilizacji starożytnego Bliskiego Wschodu.

Konsekwencją arabskiej rewolty było obalenie części reżimów (np. Bena Alego w Tunezji czy Hosniego Mubaraka w Egipcie), ale równocześnie w innych miejscach ruchy społeczne przerodziły się w wojny domowe i trwały destabilizację. Najgorsza sytuacja panowała w Syrii, gdzie według danych ONZ w ciągu pięciu lat zginęło ponad 250 tys. ludzi [Kaplan 2015]<sup>7</sup>. Mało tego, na terenie państwa powstało kilka ośrodków władzy, w tym tzw. Państwo Islamskie – samozwańczy kalifat, a właściwie rozbudowana organizacja terrorystyczna, której zasięg terytorialny w zachodnim Iraku i wschodniej Syrii przekraczał 80 tys. km<sup>2</sup>.

Wewnętrzne konflikty na Bliskim Wschodzie sprzyjały rozwojowi ruchów fundamentalistycznych, których celem były m.in. ataki na turystów. Z wielką mocą nasiliły się one w 2015 roku, a więc już poza okresem naszej analizy, ale należałoby je przynajmniej odnotować. Do najbardziej dramatycznych wydarzeń należał atak z 18 marca 2015 roku w Muzeum Bardo w tunezyjskiej stolicy, gdzie zginęło 20 turystów. Z kolei zamach w Susie z 26 czerwca 2015 r. w ośrodku turystycznym Marsa al-Kantawi pochłonął życie 39 osób. Jeszcze bardziej odstrasząca turystów była katastrofa samolotu 31 października 2015 roku lecącego z rosyjskimi turystami z Szarm el-Szejk do Sankt Petersburga. Wprawdzie raport władz Egiptu nie potwierdził tezy o zamachu, ale Rosyjska Federalna Służba Bezpieczeństwa ustaliła nawet rodzaj materiału wybuchowego na pokładzie samolotu. Do zamachu przyznali się ponadto członkowie Daesz (tzw. Państwa Islamskiego). Oba dramatyczne wydarzenia miały znacznie większe znaczenie na decyzje turystów spoza Bliskiego Wschodu niż wcześniejsze – choć równie szokujące, a w skali ofiar nawet większe – zamachy terrorystyczne w Iraku czy Pakistanie<sup>8</sup>.

Amerykański Departament Stanu w raporcie na temat światowego terroryzmu odnotowywał, że tylko w 2014 roku wydarzyły się 13463 ataki terrorystyczne w 95 krajach, z czego 60% miało miejsce w Iraku, Pakistanie, Afganistanie, Indiach i Nigerii. W tym czasie zginęło 32727 ludzi, z czego w Iraku 30% (9929), 14% w Afganistanie (4505), i po 5% w Pakistanie (1757) i Syrii (1698) [Imielski 2015]. Zdecydowaną większość ofiar zamachów stanowili więc sami muzułmanie, ale przecież nie był to raczej argument dla potencjalnych turystów zachodnich na rzecz przybywania w zagrożone i niestabilne regiony.

---

<sup>7</sup> Znacznie wyższe dane podaje Syryjskie Centrum Badań Politycznych. Wskazuje ono, że w ciągu pięciu lat wojny zginęło 470 tys. osób, a 1,9 mln zostało rannych [„Gazeta Wyborcza”, 12.02.2016].

<sup>8</sup> Wystarczy przypomnieć największy zamach od czasów 11 września 2001 roku, który miał miejsce w Mosulu 10 czerwca 2014 r. W tym dniu sunniccy zamachowcy z Daesz (tzw. Państwa Islamskiego) zaatakowali więzienie w Mosulu. Zginęło wówczas blisko 700 osób (głównie szyitów). Drugim dramatycznym wydarzeniem w tym samym roku był atak na szkołę wojskową w pakistańskim Peszawarze 16 grudnia 2014 r., gdzie terroryści przetrzymywali ponad 500 zakładników. Zginęło wówczas ponad 150 osób, z czego ponad 130 dzieci.



**Ryc. 4.** Dziedziniec w islamskiej części Muzeum Bardo w Tunisie – rok 2006 (zdjęcie: R. Matera)  
**Fig. 4.** Courtyard of Islamic department in Bardo Museum in Tunis – 2006 (photo: R. Matera)

O ile politycznych wydarzeń wpływających na ruch turystyczny możemy wymienić bardzo dużo, to po stronie czynników ekonomicznych decydujący na potencjalnych konsumentów był wpływ globalnego kryzysu finansowego z lat 2008-2012. Był to ogólny szok makroekonomiczny, który wpłynął na wszystkie sektory gospodarki światowej. Ponieważ czynniki ekonomiczne mają dużą możliwość wpływania na strumień ruchu turystycznego oraz biznesowego ludności uderzył on też w branżę turystyczną [Matera, Gabrielczak 2011, s. 53]. W konsekwencji, od końca 2008 roku oraz w całym roku 2009 można było zaobserwować znaczące spadki liczby turystów podróżujących we własnych krajach, jak i uczestniczących w ruchu międzynarodowym [UNWTO *World Tourism Barometer* 2010; Bartoszewicz, Skalska 2010].

Początek kryzysu miał miejsce w Stanach Zjednoczonych, natomiast jego efekty szybko odbiły się echem w pozostałych gospodarkach, dotykając zarówno kraje wysoko rozwinięte, jak i kraje o gospodarkach uznawanych za wschodzące. Pierwsze skutki amerykańskiego kryzysu, który w krótkim czasie stał się kryzysem całej światowej gospodarki były odczuwalne poprzez spadek popytu, który obniżył jednocześnie wartość światowego eksportu. Ponadto nastąpiły gwałtowne zmiany w kursach walutowych (zwłaszcza w krajach rozwijających się) oraz podwyższenie oceny ryzyka inwestowa-

nia na rynku międzynarodowym, co było powodem wycofywania kapitału przez międzynarodowych inwestorów [Bartoszewicz, Skalska 2010, s. 58-61]. Największe bezpośrednie konsekwencje kryzysu poniosły kraje wysoko rozwinięte, które ze względu na swój długotrwały rozwój i zasięg posiadały nieograniczony dostęp do instrumentów na rynkach finansowych, które jako pierwsze załamały się i spowodowały tak ogromną skalę problemu. W krajach wschodzących i rozwijających się instrumenty te nie cieszyły się tak dużą popularnością, a ograniczony do nich dostęp był powodem mało odczuwalnych bezpośrednich strat. Jednak spadek popytu globalnego oraz zaburzenia kursów walut, jako konsekwencje globalnego kryzysu, przyczyniły się do wstrząsów na wszystkich rynkach finansowych, walutowych i surowcowych także na Bliskim Wschodzie.

### **Specyfika kryzysu finansowego na Bliskim Wschodzie. Analiza ważniejszych wskaźników ekonomicznych**

Część państw Bliskiego Wschodu stało się w okresie ostatniego półwiecza kluczowym elementem polityki i finansów międzynarodowych. Swoistym gospodarczym symbolem krajów z tego regionu stała się ropa naftowa, której ogromne zasoby znajdowały się na terenie wokół Zatoki Perskiej, a także kilku krajów afrykańskich (w tym m.in. Libii). Przez kilka dekad surowiec ten wpływał znacząco na politykę międzynarodową państw Bliskiego Wschodu.

Kryzys finansowy musiał więc oddziaływać wspomnianymi kanałami (finansowym, walutowym czy surowcowym) na kraje Bliskiego Wschodu powodując zmiany zarówno w koniunkturze gospodarczej, jak i w życiu społeczno-politycznym. Jednym z najważniejszych skutków globalnego kryzysu dla sytuacji krajów z tego regionu były znaczące zmiany na rynku surowców, zwłaszcza ropy naftowej. Do 2008 roku utrzymywała się tendencja wzrostu jej cen<sup>9</sup>, a przez to wpływy budżetowe w krajach Bliskiego Wschodu rosły. Jednak kryzys w roku 2008 zaważył na koniunkturze rynku surowców. Konsekwencje kryzysu w wydobywaniu ropy naftowej widać jednoznacznie w 2009 roku, kiedy to załamanie spowodowało kilku-, a nawet kilkunastoprocentowe (a w przypadku Arabii Saudyjskiej 20%) spadki wartości wydobywanego paliwa w relacji do PKB. Natomiast ceny ropy naftowej na londyńskiej giełdzie spadły między lipcem 2008 a grudniem 2009 roku ze 144 USD do 40 USD za baryłkę<sup>10</sup>. Rok 2010 był nieco lepszy od poprzedniego, ale niewielka

---

<sup>9</sup> Jeszcze na początku 2008 roku trwała zwyżka cen ropy, która skutkowałą wzrostem cen żywności (ze względu na wykorzystanie biopaliw). Wzrost ceny ropy napędzał więc inflację [Morawski 2008, s. 120-122].

<sup>10</sup> <http://www.bankier.pl/inwestowanie/profile/quote.html?symbol=ROPA><http://www.bankier.pl/inwestowanie/profile/quote.html?symbol=ROPA> (7.02.2016).

stabilizacja trwała tylko do początku 2011 roku, w którym – oprócz Libii – wszystkie kraje Bliskiego Wschodu ponownie odnotowały recesję w sektorze surowców. Przyczyny zaistniałej sytuacji nie były już jednak wywołane globalnym kryzysem, ale skutkami Arabskiej Wiosny.

Zmiany cen surowców na światowych rynkach doprowadziły do załamania stabilności przepływu kapitałów i kryzysu w handlu zagranicznym krajów Bliskiego Wschodu. Stosunek wywozu ropy naftowej do ogólnego poziomu eksportu uległ wyraźnemu zmniejszeniu. W przypadku większości krajów (oprócz ZEA i Pakistanu) wartość eksportu w czasie kryzysu spadała. W takich państwach jak Katar, Kuwejt czy Oman ujemny przyrost wartości eksportu wystąpił jednak tylko w 2009 roku. Wpływ kryzysu finansowego na import krajów Bliskiego Wschodu miał natomiast mniejsze znaczenie. W przypadku Algierii, ZEA czy Tunezji (po 2009 r.) następował wzrost wartości przywozu. Z kolei w takich krajach jak Arabia Saudyjska, Irak czy Kuwejt występowały spore wahania. Spadek wartości importu zaobserwować można w przypadku takich państw, jak: Egipt, Katar, Oman, czy Pakistan.

Istotnym skutkiem kryzysu gospodarczego w krajach Bliskiego Wschodu był spadek cen (co było bezpośrednią konsekwencją spadku cen ropy). W większości krajów wskaźnik inflacji po 2008 roku zaczął znacznie maleć, doprowadzając w rezultacie do zjawiska deflacji<sup>11</sup>. To mogło mieć pozytywny skutek na przyjazdy turystów zagranicznych. Państwo z niską inflacją lub deflacją staje się (relatywnie) tańsze i bardziej atrakcyjne dla cudzoziemców.

Tabela 2 przedstawia wahania poziomu cen w okresie 2006-2013. W każdym z państw inflacja w latach 2006-2008 utrzymywała się na stosunkowo wysokim poziomie (z wyjątkiem Izraela, Maroka i Tunezji). Od momentu wybuchu kryzysu następował znaczący spadek cen. Począwszy od 2009 roku obserwować można było przejawy deflacji. Ceny produktów i usług konsumpcyjnych w bardzo szybkim tempie spadały ze względu na spadek popytu globalnego. Kraje, w których struktura handlu w dużej mierze oparta jest na wydobyciu i eksporcie ropy naftowej, jeszcze silniej odczuwały zmiany w ogólnym poziomie cen. W latach 2010-2011 znowu można było obserwować wzrost indeksu cen, co było skutkiem wzrostu popytu na towary zarówno konsumowane na terytorium Bliskiego Wschodu, jak i produkty eksportowane poza granice tego obszaru. Zachwianie politycznego porządku, wywołane wybuchem Arabskiej Wiosny, w większości krajów Bliskiego Wschodu przyczyniło się do ponownego zaburzenia wskaźników cen.

---

<sup>11</sup> Islamski system finansowy cechuje się wyjątkowymi zasadami funkcjonowania. Dominują w nim reguły etyki i zasady islamu. Bazują one na trzech następujących zasadach: *zakat* (jałmużna), *mirath* (dziedziczenie), *riba* (odsetki) [Boutayeba, Benhamida, Guesmi 2014, s. 111-121; Bukowski 2014, s. 123-131].

**Tab. 2.** Inflacja w krajach Bliskiego Wschodu w latach 2006-2013 (w %)**Tab. 2.** Inflation in Middle East states between 2006-2013 (in %)

Kraj	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Algieria	10,5	6,4	15,8	-11,2	16,1	17,8	5,6	2,4
Arabia Saudyjska	8,6	4,2	15,3	-18,9	14,3	17,1	3,6	-1,9
Bahrajn	8,8	8,4	11,4	-13,0	7,4	10,6	2,2	1,5
Egipt	7,4	12,6	12,2	11,2	10,1	11,7	12,4	9,0
Irak	18,0	15,0	32,2	-21,4	17,5	21,7	5,1	1,9
Iran	12,1	20,5	25,7	2,5	14,4	25,7	5,1	1,9
Izrael	1,2	0,7	2,2	3,8	1,4	1,9	4,1	2,5
Jemen	13,6	31,3	14,5	-8,7	13,8	15,3	1,0	7,9
Katar	8,4	11,0	22,9	-24,2	9,6	20,1	5,7	0,5
Kuwejt	16,2	4,3	18,7	-17,2	11,2	16,6	5,8	-
Libia	14,9	14,3	25,4	-32,8	15,3	18,3	18,9	2,6
Maroko	1,5	3,9	5,9	1,5	0,6	0,1	0,4	1,0
Oman	13,6	8,3	33,8	-25,1	15,6	17,5	5,4	-
Pakistan	19,1	7,3	13,2	20,7	10,9	19,6	6,0	7,4
Syria	7,8	12,0	-	-	-	-	-	-
Tunezja	3,4	2,6	5,8	2,5	5,0	2,2	4,4	5,4
ZEA	12,0	12,5	18,5	-15,2	11,0	15,8	2,4	2,7

**Źródło/Source:** <http://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.DEFL.KD.ZG> (4.02.2016).

Podstawowym wskaźnikiem pokazującym zmiany w koniunkturze w dobie kryzysu jest PKB. Również kraje Afryki Północnej oraz Zatoki Perskiej nie uniknęły negatywnych efektów globalnej depresji gospodarczej, jednak w większości przypadków spadki te były nieporównywalnie niższe niż osłabienie wzrostu Stanów Zjednoczonych czy większości krajów europejskich. W tabeli 3 można zaobserwować dwie grupy państw. W jednej z nich dostrzec można równomierny wzrost PKB krajów na średnim i wysokim poziomie rozwoju, stosunkowo stabilnych gospodarczo, takich jak: Algieria, Tunezja, Maroko, ale też Izrael i ZEA. W ich przypadku różnice w zmianach wzrostu wartości PKB czy jego spadku w czasie kryzysu finansowego nie są duże. W drugiej grupie państw można zauważyć bardzo niestabilny wzrost gospodarczy, charakterystyczny dla krajów wschodzących, bardziej podat-



nych na zewnętrzne zaburzenia. Przykładami takich państw mogą być Irak, Iran i Pakistan. Najbardziej spektakularnym przypadkiem spadku PKB była jednak Libia. W jej przypadku spadek nie był wynikiem dekonunktury światowej, ale politycznej destabilizacji, wywołanej interwencją zewnętrzną państw zachodnich (w 2011 r.), a następnie wojną domową.

**Tab. 3.** Wzrost PKB w krajach Bliskiego Wschodu w latach 2006-2013 (w %)

**Tab. 3.** Growth of GDP in Middle East states between 2006-2013 (in %)

Kraj	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Algieria	1,7	3,4	2,0	1,6	3,6	2,8	3,3	2,8
Arabia Saudyjska	5,6	6,0	8,4	1,8	7,4	8,6	5,8	4,0
Bahrajn	6,5	8,3	6,2	2,5	4,3	2,1	3,6	5,3
Egipt	6,8	7,1	7,2	4,7	5,1	1,8	2,2	2,1
Irak	10,2	1,4	6,6	5,8	5,5	10,2	10,3	4,2
Iran	5,9	7,8	0,6	3,9	5,9	3,0	3,0	-5,8
Izrael	5,8	6,3	3,5	1,9	5,8	4,2	3,0	3,2
Jemen	3,2	3,3	4,0	4,1	3,3	-15,1	2,5	4,2
Katar	26,2	18,0	17,7	12,0	16,7	13,0	6,0	6,3
Kuwejt	7,5	6,0	2,5	-7,1	-2,4	10,2	8,3	-
Libia	5,9	6,0	3,8	2,1	5,0	-62,1	104,5	-10,9
Maroko	7,8	2,7	5,6	4,8	3,6	5,0	2,7	4,4
Oman	5,4	4,5	8,2	6,1	4,8	0,9	5,8	-
Pakistan	6,2	4,8	1,7	2,8	1,6	2,7	3,5	4,4
Syria	5,0	5,7	-	-	-	-	-	-
Tunezja	5,7	6,2	4,7	3,6	3,2	-0,5	4,7	2,5
ZEA	9,8	3,2	3,2	-5,2	1,6	4,9	4,7	5,2

**Źródło/Source:** <http://data.worldbank.org/indicator/NY.GDPMKTPKD.ZG> (4.02.2016).

Kryzys gospodarczy, skutkujący spadkiem popytu konsumpcyjnego oraz towarowego, przyczynił się do obniżenia produkcji. Konsekwencją tego był spadek liczby zatrudnionych. Do roku 2008 bezrobocie w krajach arabskich utrzymywało się na średnim poziomie (pomijając Kuwejt czy Katar, gdzie bezrobocie osiągało minimalne wartości), zwłaszcza w stosunku do krajów wysoko rozwiniętych. Natomiast po 2008 roku, w krajach przechodzących

Arabską Wiosnę i odczuwających skutki kryzysu gospodarczego, jego wartość zaczęła wzrastać. Stopę bezrobocia w wybranych krajach Bliskiego Wschodu przedstawia tabela 4.

**Tab. 4.** Stopa bezrobocia w krajach Bliskiego Wschodu w latach 2006-2013 (w %)

**Tab. 4.** Rate of unemployment in Middle East states between 2006-2013 (in%)

Kraj	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Algieria	12,3	13,8	11,3	10,2	10,0	10,0	11,0	9,8
Arabia Saudyjska	6,3	5,7	5,1	5,4	5,4	5,8	5,6	5,7
Bahrajn	8,5	8,2	7,8	7,6	7,4	7,4	7,4	7,4
Egipt	10,6	8,9	8,7	9,4	9,0	12,0	12,7	12,7
Irak	17,5	16,9	15,3	15,2	15,2	15,2	15,1	16,0
Iran	11,6	10,6	10,5	12,0	13,5	13,3	13,1	13,2
Izrael	8,4	7,3	6,1	7,5	6,6	5,6	6,9	6,3
Jemen	15,7	15,7	15,7	15,6	17,8	17,7	17,7	17,4
Katar	0,9	0,5	0,3	0,3	0,4	0,6	0,5	0,5
Kuwejt	1,3	1,5	1,8	1,6	1,8	3,6	3,4	3,1
Libia	19,6	19,4	19,1	18,9	18,8	18,2	19,6	19,6
Maroko	9,7	9,8	9,6	9,1	9,1	8,9	9,0	9,2
Oman	8,4	8,4	8,4	8,3	8,2	8,1	7,9	7,9
Pakistan	6,1	5,1	5,0	4,9	5,0	5,0	5,0	5,1
Syria	8,2	8,4	10,9	8,1	8,4	11,5	11,4	10,8
Tunezja	12,5	12,4	12,4	13,3	13,0	18,3	14,0	13,3
ZEA	3,3	3,4	4,0	4,2	4,2	4,1	4,0	3,8

**Źródło/Source:** <http://data.worldbank.org/indicator/SL.UEM.TOTL.ZS> (4.02.2016).

Do krajów, które najbardziej zaczęły odczuwać wzrost stopy bezrobocia, należały: Egipt, Jemen, Kuwejt, Syria, Tunezja czy Izrael. W tym ostatnim przypadku trudno jest jednak zauważyć trend, chociaż widać negatywne oddziaływanie kryzysu finansowego w latach 2008-2009. Wzrost liczby bezrobotnych wywołany był tam m.in. zwolnieniami pracowników w sektorze finansowym. W krajach Bliskiego Wschodu odnotowywano spadki liczby zatrudnionych w wielu dziedzinach gospodarki. Powodowało to wzrost niezadowolenia społeczeństwa wobec aktualnych rządów, co pośrednio doprowadziło do wybuchu Arabskiej Wiosny.

Skutki globalnego kryzysu w różnym stopniu dotknęły gospodarki państw Bliskiego Wschodu. Było to wynikiem zróżnicowania politycznego i społecznego krajów regionu. Początkowo najbardziej niekorzystne wyniki dotyczyły państw najlepiej rozwiniętych, dysponujących znacznymi zasobami surowcowym oraz aktywnych w rozwijaniu zaplecza finansowo-gospodarczego. Spadki cen ropy naftowej – najważniejszego surowca, zapewniającego pracę milionom ludzi, doprowadziły do znacznego ograniczenia eksportu tego surowca, co w rezultacie spowodowało zawężenie kanałów dystrybucji, ograniczenie dochodów krajów z eksportu, a tym samym spadku w wydobyciu<sup>12</sup>. W konsekwencji tego, wartości procentowe handlu międzynarodowego, w tym przede wszystkim eksportu, znacznie zmalały. Doprowadziło to do wzrostu bezrobocia i niestabilności cen, co skutkowało zachwianiem inwestycji w regionie. Znaczące spadki wzrostu gospodarczego były konsekwencją braku rozwoju ekonomiczno-technologicznego, co m.in. przypisywano również słabej administracji i autorytarnym rządów w większości krajów arabskich<sup>13</sup>. Rosnące niezadowolenie społeczne doprowadziło finalnie do oporu wobec reżimów, w celu eliminacji dotychczasowych elit politycznych.

### **Przeplwy turystów na Bliskim Wschodzie do 2007 roku**

Zastanawiając się nad wpływem ataków na Nowy Jork i Waszyngton we wrześniu 2001 roku na zmiany w zachowaniu turystów dostrzec można (np. na podstawie danych udostępnianych przez UNWTO) tylko niewielką zależność między tymi wydarzeniami a zahamowaniem ruchu turystycznego na Bliskim Wschodzie. Można było się spodziewać, iż islamscy terroryści wywołają strach w turystach, którzy unikać będą wyjazdów w region Bliskiego Wschodu – miejsca, gdzie było przygotowywane uderzenie w Zachód. Już w latach 90. XX wieku prognozowano, że terroryści skutecznie doprowadzą do spadku liczby turystów, wynikającego z niechęci i lęku wobec tych państw, z których pochodzili zamachowcy [Said 1997, s. 51-54].

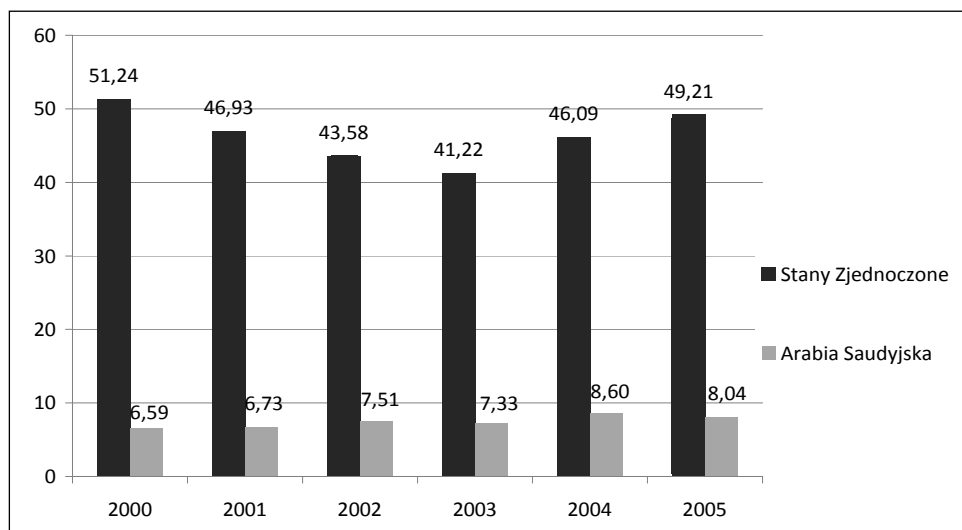
Rycina 1 porównuje liczbę turystów napływających do USA oraz do Arabii Saudyjskiej w latach 2000-2005. Po pierwsze, widać sporą dysproporcję w liczbie przyjmowanych turystów, co nie powinno być żadnym zaskoczeniem. Stany Zjednoczone cieszyły się ogromną popularnością wśród turystów zagranicznych. Liczba odwiedzających ten kraj przewyższała 7- do 8-krotnie przybywających podróżnych (głównie pielgrzymów) do Arabii Saudyjskiej. Dysproporcje występują również w przypadku spadku liczby podróżujących w reakcji na ataki z 11 września 2001 roku. Otóż to w Stanach Zjednoczonych widać zauważalne spadki liczby turystów przekraczają-

<sup>12</sup> [http://www.cfr.org/world/issue-guide-middle-east-global-financial-crisis/p19521\(4.02.2016\).](http://www.cfr.org/world/issue-guide-middle-east-global-financial-crisis/p19521(4.02.2016).)

<sup>13</sup> [http://www.brandeis.edu/crown/publications/meb/MEB40.pdf\(4.02.2016\).](http://www.brandeis.edu/crown/publications/meb/MEB40.pdf(4.02.2016).)

cych amerykańską granicę. Od roku 2001 liczby napływających gości malały aż do roku 2004. Niewątpliwie jedną z przyczyn spadku była obawa turystów zarówno przed kolejnym atakiem ze strony terrorystów, jak i podróżami lotniczymi w ogóle. Względna stabilizacja nastąpiła po trzech latach od zamachów, w konsekwencji czego od 2004 r. coraz więcej turystów ponownie zaczęło decydować się na przyjazdy do USA.

Przykład Arabii Saudyjskiej pokazuje, iż jako kraj muzułmański i pośrednio odpowiedzialny za zamachy z 11 września (ze względu na pochodzenie saudyjskie Osamy bin Ladena i pozostałych zamachowców)<sup>14</sup>, nie odczuł żadnych negatywnych zmian w ruchu turystycznym. Arabia Saudyjska była bowiem krajem zamkniętym na zagranicznych turystów niebędących muzułmanami, co sprawiło, że zarówno przed, jak i po zamachach liczba turystów z krajów zachodnich świadomych zagrożenia była tak niewielka, że nie miała wpływu na ogólną liczbę przyjezdnych. W Arabii Saudyjskiej



**Ryc. 1.** Liczba turystów przyjeżdżających do Stanów Zjednoczonych i Arabii Saudyjskiej w latach 2000-2005 (w mln)

**Fig. 1.** Number of incoming tourists to the United States and Saudi Arabia between 2000-2005 (in mln)

**Źródło:** Opracowanie własne na podstawie danych z: <http://data.worldbank.org/indicator/ST.INT.ARVL?page=3> (4.02.2016)

**Source:** Own elaboration based on: <http://data.worldbank.org/indicator/ST.INT.ARVL?page=3> (4.02.2016)

<sup>14</sup> Odpowiedzialnością za ataki oskarżono al-Kaidę i jej przywódcę Osamę bin Ladena. Takie założenia oznaczały *de facto* wypowiedzenie wojny talibom, sprawującym władzę w Afganistanie, którzy udzielali schronienia Osamie bin Ladenowi i ukrywali członków al-Kaidy.

rozwijala się głównie turystyka religijna ze względu na posiadanie najważniejszych miejsc kultu dla wyznawców islamu (Mekka i Medyna). To implikowało wzrost liczby turystów muzułmańskich z kręgu krajów należących do Bliskiego Wschodu [Jędrusik, Makowski, Plit 2010, s. 245; Burns 2006].

Taki dobór krajów (USA-Arabia Saudyjska) i analiza przepływu turystów do tych państw ma m.in. służyć zwróceniu uwagi na fakt, że zamachowcy osiągnęli cel w tym sensie, że wywołali strach wśród turystów wyjeżdżających do państwa-ofiary ataków terrorystycznych, natomiast nie przekładało się to na ograniczenie ruchu w kraju pośrednio odpowiedzialnym za powstanie ruchu radykałów islamskich, którzy zorganizowali zamachy na Nowy Jork i Waszyngton. Należałoby jednak dodać, że przypadek przepływu turystów do Arabii Saudyjskiej wymyka się standardowym zasadom rządzącym ruchem turystycznym z powodu odmiennych motywacji przybywających do tego kraju pielgrzymów. Ponadto warto wspomnieć, że *hadżdż*<sup>15</sup> jest instytucjonalną siecią powiązań, gdzie istotną rolę odgrywają kwoty pielgrzymów przypadające na dany kraj.

Atak terrorystyczny 11 września 2001 roku w różnym stopniu oddziaływał na zmiany liczby podróżujących do krajów Bliskiego Wschodu. Zależność ta wynikała z charakteru turystyki, w jakiej specjalizowały się kraje islamskie. Potencjalnie, szczególnie narażone na spadki liczby przybywających gości były państwa muzułmańskie, najbardziej otwarte na turystów z krajów zachodnich: Egipt, Maroko czy Tunezja. Jednak sektor turystyki wypoczynkowej, charakterystyczny dla tych krajów nie odczuł w znaczący sposób istotnego spadku wyjazdów zachodnich turystów. Nieznaczny efekt spadku turystów w latach 2001-2002 widać było w przypadku Izraela i Tunezji, ale już nie Maroka i Egiptu (choć w przypadku tego ostatniego kraju efekt mógł wystąpić wcześniej – już w roku 2001). Natomiast w przypadku ZEA dostrzec można wręcz dynamiczny wzrost liczby podróżnych w tym samym czasie.

Z kolei państwa, w których funkcjonowała turystyka o charakterze religijnym: Arabia Saudyjska, Jemen czy Syria, koncentrowały się głównie na turystach z Bliskiego Wschodu. W związku z tym zamachy na obiekty w Stanach Zjednoczonych nie miały negatywnego wpływu na wskaźniki ruchu turystycznego, wręcz przeciwnie – muzułmańska społeczność okazała się bardziej solidarna i wybierała przede wszystkim państwa muzułmańskie, jako cele swoich podróży. Rozwinęła się wówczas turystyka wewnątrzregionalna<sup>16</sup>. Szczegółowe zmiany w ruchu turystycznym na Bliskim Wschodzie na przełomie mileniów przedstawia tabela 5.

W badanym okresie do najbardziej popularnych krajów Bliskiego Wschodu wśród turystów zachodnich należały: Egipt, Izrael, Maroko, Tunezja (zostały one zaznaczone kolorem ciemniejszym w tabeli 5). W wyniku ataków

<sup>15</sup> Pielgrzymka do Mekki, jeden z obowiązków religijnych wyznawców islamu.

<sup>16</sup> <https://www.depts.ttu.edu/museumttu/CFASWebsite/H7000%20folder/Readings%20Heritage%20Tourism%202010/Islamic%20Tourism%20Al-Hamarneh.pdf>, s. 178-180 (4.02.2016).

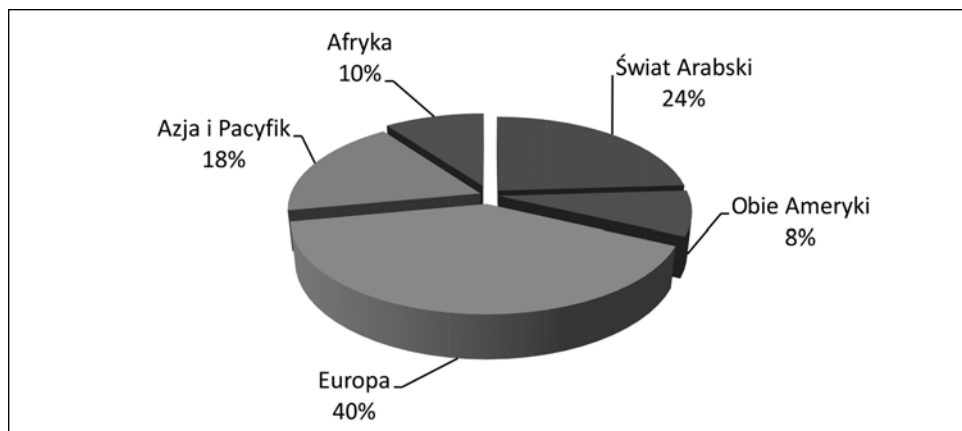
**Tab. 5.** Liczba przyjazdów (w tys.) do krajów Bliskiego Wschodu w latach 1999-2005**Tab. 5.** Number of arrivals (in thousands) to Middle East states between 1999-2005

Kraj	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Algieria	749	866	901	988	1,166	1,234	1,443
Bahrajn	3,280	3,869	4,388	4,831	4,844	5,667	6,313
Egipt	4,490	5,116	4,357	4,906	5,746	7,795	8,244
Irak	30	78	127	–	–	–	–
Iran	1,321	1,342	1,402	1,585	1,546	1,659	1,889
Izrael	2,312	2,417	1,196	862	1,063	1,506	1,903
Jemen	58	73	76	98	155	274	336
Jordania	–	1,580	1,672	2,384	2,353	2,853	2,987
Katar	357	378	376	587	557	732	913
Kuwejt	84	78	73	96	94	91	104
Maroko	3,817	4,278	4,380	4,453	4,701	5,477	5,843
Oman	–	–	829	817	1,039	1,195	896
Pakistan	432	557	500	498	501	648	798
Syria	1,386	2,100	2,192	2,661	2,598	3,399	3,571
Tunezja	4,832	5,058	5,387	5,064	5,114	5,998	6,378
ZEA	3,393	3,907	4,134	5,445	5,871	6,195	7,126

**Źródło/Source:** <http://data.worldbank.org/indicator/ST.INT.ARVL?page=1> (4.02.2016)

terrorystycznych we wrześniu 2001 r. wystąpił wyraźny spadek turystów przyjeżdżających do Izraela. W przypadku pozostałych krajów trudno znaleźć równie silny efekt, choć w przypadku Egiptu widać też istotne załamanie między rokiem 2000 a 2001. W wyniku wydarzeń z 11 września 2001 r. można dostrzec zmiany w strukturze geograficznej przybywających turystów. Obrazują je ryciny 2 i 3. Najbardziej widoczna zmiana dotyczyła liczby turystów z zachodniej strony Atlantyku (zwłaszcza przybyszów z USA). Ich udział w całkowitej liczbie turystów spadł 2,5-krotnie. Liczba turystów z pozostałych regionów również obniżyła się, choć nie tak drastycznie, jak

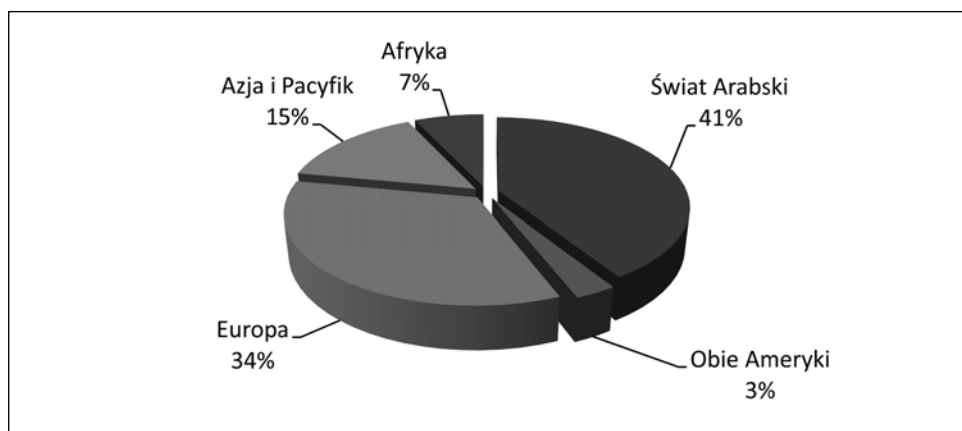
w przypadku turystów amerykańskich. W wyniku zahamowania rozwoju turystyki z krajów Zachodu, w bardzo szybkim tempie nastąpił wzrost znaczenia turystyki wewnątrzregionalnej, (zwłaszcza o charakterze religijnym). Udział turystów z krajów arabskich, w przeciągu trzech lat, wzrósł o 16%, rekompensując do pewnego stopnia straty w liczbie turystów z innych regionów.



**Ryc. 2.** Pochodzenie turystów przybywających do państw arabskich w 2000 r.

**Fig. 2.** Origin of tourists arriving to Arabic states in 2000

**Źródło:** Opracowanie graficzne własne na podstawie / Source: Own graphic elaboration based on: [Górak-Sosnowska 2007, s. 148].



**Ryc. 3.** Pochodzenie turystów przybywających do państw arabskich w 2003 r.

**Fig. 3.** Origin of tourists arriving to Arabic states in 2003

**Źródło:** Opracowanie graficzne własne na podstawie / Source: Own graphic elaboration based on: [Górak-Sosnowska 2007, s. 148].

## Przeływy turystów w krajach tzw. Szerokiego Bliskiego Wschodu w dobie globalnego kryzysu finansowego

Wahania w przepływach liczby turystów w pierwszej dekadzie XXI wieku były wywołane w największym stopniu brakiem stabilizacji politycznej regionu oraz powtarzającymi się atakami na turystów zagranicznych. Dlatego też jednym z celów artykułu było sprawdzenie, czy i w jakim stopniu globalny kryzys finansowy miał wpływ na przepływy turystów na Bliskim Wschodzie.

Warto zwrócić uwagę, że w latach 2008-2009 zdecydowana większość krajów europejskich musiała się liczyć z ograniczeniem ruchu osób przybywających zza granicy. W grupie dziesięciu państw o największej atrakcyjności turystycznej spadki wahały się od 5 do nawet kilkunastu procent [Matera, Gabrielczak 2011]. Inaczej sytuacja przedstawiała się w regionie Szerokiego Bliskiego Wschodu.

Dane zawarte w tabeli 6, pokazujące liczbę turystów przyjeżdżających do wybranych krajów Bliskiego Wschodu w latach 2007-2012 dowodzą, iż globalny kryzys finansowy nie oddziaływał negatywnie na większość państw tego regionu. Jedynie Egipt, Izrael oraz Tunezja, a więc kraje najlepiej rozwinięte pod względem turystycznym, nastawione na turystów zachodnich odczuły



**Ryc. 5.** Centrum finansowe Dubaju, Zjednoczone Emiraty Arabskie – rok 2001 (zdjęcie: R. Matera)

**Fig. 5.** Financial center of Dubai, United Arab Emirates – 2001 (photo: R. Matera)



w 2009 roku minimalne spadki w stosunku do dotychczasowych wyników. W pozostałych krajach dostrzec można tendencje wzrostowe. Podobnie jak w przypadku większości krajów europejskich, liczba turystów w latach 2009-2010 (między drugim a trzecim rokiem kryzysu) zaczęła wzrastać w większości państw Bliskiego Wschodu (w tym w Egipcie, Izraelu i Tunezji).

**Tab. 6.** Turyści przyjeżdżający (w tys.) do krajów Bliskiego Wschodu w latach 2007-2012

**Tab. 6.** Incoming tourists (in thousand) to Middle East states between 2007-2012

Kraj	Przyjazdy (w tys.)					
	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Algieria	1,743	1,772	1,912	2,070	2,395	2,634
Bahrajn	7,833	8,631	8,861	11,952	6,732	8,062
Egipt	10,610	12,296	11,914	14,051	9,497	11,196
Irak	–	864	1,262	1,518	1,510	1,111
Iran	2,219	2,034	2,116	2,938	3,354	3,834
Izrael	2,067	2,572	2,321	2,803	2,820	2,886
Jemen	948	1,023	1,028	1,025	829	874
Jordania	3,431	3,729	3,789	4,207	3,960	4,162
Katar	964	1,405	1,482	1,700	2,057	2,346
Kuwejt	293	259	297	270	269	300
Libia	38	34	–	–	–	–
Maroko	7,408	7,879	8,341	9,288	9,342	9,375
Oman	1,271	1,374	1,521	1,442	1,018	1,438
Pakistan	840	823	855	907	1,161	966
Syria	4,158	5,430	6,092	8,546	5,070	–
Tunezja	6,762	7,050	6,901	6,903	4,785	5,950

**Źródło/Source:** <http://data.worldbank.org/indicator/ST.INT.ARVL> (4.02.2016).

Dane uwzględnione w tabeli 6 pokazują natomiast wyraźne spadki liczby przybywających turystów w większości państw między 2010 a 2011 rokiem. Sytuacja ta nie była jednak efektem globalnego kryzysu, ale wywołana została wybuchem Arabskiej Wiosny. Widać to w przypadku państw, gdzie demonstracje i zamieszki przybierały największe rozmiary: w Bahrajnie, Egipcie, Jemenie, Jordanii, a jeszcze bardziej w Syrii i Tunezji. Tam, gdzie

jednak sytuacja polityczna była w miarę stabilna, dostrzec można powrót do lepszej koniunktury na przyjazdy turystyczne. Liczba turystów, pomimo potencjalnych zagrożeń, zaczęła systematycznie wzrastać w Bahrajnie, Jemenie oraz Tunezji. W Egipcie natomiast w wyniku ponownego załamania się sytuacji polityczno-społecznej w 2013 roku sektor turystyczny znowu przeżywał regres. Turyści odczuwali bezpośrednie zagrożenie w związku z utrzymującymi się zamieszkami. Ze względu na zaawansowany konflikt zbrojny w Syrii, brak jest danych dotyczących przepływu turystów do tego kraju. W obliczu panującej tam wojny domowej, sektor turystyczny uległ całkowitej destrukcji, a przepływ ludzi na tereny Syrii dotyczył wyłącznie żołnierzy, wolontariuszy, wysłanników wojennych itd.

Z danych prezentowanych w tabeli 6 widać więc wyraźniej różnicę pomiędzy czasem pokoju a czasem wojny oraz to, że w sposób bezpośredni negatywnie oddziaływały one na gospodarcze wskaźniki. Zmiany te były tym bardziej niekorzystne, jeśli jedną z głównych gałęzi gospodarczych, od której zależał wzrost kraju, była turystyka. Zmniejszeniu ulegała więc liczba przybywających turystów oraz dochody państw uzyskiwane z tego sektora. Przychody z turystyki państw Bliskiego Wschodu w 2011 roku zmniejszyły się o ponad 17% w stosunku do roku 2010. W roku 2012 nastąpiła minimalna poprawa o 2,2% w stosunku do roku poprzedniego, ale już rok 2013 przyniósł kolejny kryzys sektora turystycznego, zmniejszając wskaźniki o 1,9% w porównaniu do dochodów z roku 2012<sup>17</sup>.

Tabela 7 przedstawia zmiany w dochodach z turystyki w wybranych krajach tzw. Szerokiego Bliskiego Wschodu. W roku 2008, a więc wtedy, gdy kryzys się rozpoczął, w większości krajów widać spadek dochodów z turystyki liczonych udziałem w eksporcie. Z kolei w 2009 roku dostrzec można, że w każdym kraju objętym analizą odsetek dochodów z turystyki będący częścią eksportu wzrósł. Turystyka okazała się więc branżą mniej podatną na wahania w eksporcie niż pozostałe usługi czy sektory. Wskaźniki dochodów z turystyki (jako % eksportu) w następnych latach ulegały wahanom, w zależności od tego, jak silne były wewnętrzne mechanizmy gospodarcze reagujące na zmiany w światowych finansach.

Druga część tabeli 7, prezentująca zmiany w dochodach z turystyki liczonych w mln USD, pokazuje że w 2008 roku dochody nadal rosły (co zaznaczono ciemniejszym tłem w tabeli). Z kolei w 2009 roku dostrzec można wyraźny spadek realnych dochodów (co zaznaczono nieco jaśniejszym tłem). Dotyczy to też regionalnych potentatów turystycznych (Egiptu, Izraela, Maroka, Tunezji). Można to tłumaczyć w sposób następujący: zmniejszenie wartości inwestycji w regionie, a ponadto spadek zamożności zagranicznych turystów w perspektywie kryzysu gospodarczego, mimo utrzymującej się

---

<sup>17</sup> [http://dtxqt4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/unwto\\_highlights14\\_en.pdf](http://dtxqt4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/unwto_highlights14_en.pdf) (20.01.2016).

wysokiej liczby przyjazdów, spowodował spadek dochodów państw. Takie kraje jak Bahrajn, Egipt, Maroko czy Tunezja, dotąd cieszące się wysoką popularnością wśród turystów, od 2009 r. zaczęły odnotowywać mniejsze zyski z turystyki. Zarówno kryzys finansowy, jak i następująca po nim (lub nadochodząca na niego) rewolucja arabska, doprowadziły do wzrostu niestabilności regionu, a to wprost przełożyło się na znaczne ograniczenie dochodów z turystyki.

**Tab. 7.** Dochody z turystyki (jako % całkowitego eksportu i w mln USD) w krajach Bliskiego Wschodu w latach 2007-2012

**Tab. 7.** Tourism receipts (as % of total export and in mln USD) in Middle East states between 2007-2012

Kraj	Dochody z turystyki (% eksportu)						Dochody z turystyki (mln USD)					
	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Algieria	0,5	0,6	0,7	0,5	0,4	0,4	334	473	361	324	300	295
Bahrajn	10,7	9,1	11,9	12,1	7,7	7,6	1,854	1,927	1,873	2,163	1,766	1,742
Egipt	23,3	22,1	26,4	27,9	19,8	22,3	10,327	12,104	11,757	13,633	9,333	10,823
Irak	1,4	1,3	3,4	3,2	1,9	1,7	555	867	1,432	1,736	1,557	1,640
Iran	-	-	-	-	-	-	1,950	1,978	2,259	2,631	2,574	1,346
Izrael	6,1	6,6	7,3	7,1	6,6	6,6	4,405	5,509	5,067	5,824	6,029	6,178
Jemen	5,5	8,7	12,6	12,9	7,5	9,0	425	886	899	1,161	780	755
Jordania	29,3	27,9	31,4	34,4	31,7	35,8	2,754	3,539	3,472	4,390	4,351	5,123
Katar	-	-	-	-	3,7	5,1	-	-	-	-	4,463	7,220
Kuwejt	0,7	0,6	1,0	0,8	0,6	0,6	530	610	660	574	644	780
Libia	0,2	0,2	0,4	0,3	-	-	99	99	159	170	-	-
Maroko	34,7	29,1	33,3	30,2	28,6	26,3	8,307	8,885	7,980	8,176	9,101	8,491
Oman	3,4	2,8	3,7	3,3	3,2	2,9	905	1,105	1,092	1,256	1,571	1,781
Pakistan	4,2	3,9	4,3	3,6	3,6	3,2	912	986	950	998	1,123	1,016
Syria	19,0	16,1	24,1	32,2	-	-	2,972	3,176	3,781	6,308	1,816	-
Tunezja	16,9	15,6	17,8	15,7	11,2	13,2	3,373	3,909	3,524	3,477	2,529	2,931
ZEA	-	-	-	-	-	-	6,072	7,162	7,352	8,577	9,204	10,380

**Źródło/Source:** <http://data.worldbank.org/indicator/ST.INT.RCPT.XPZS?page=1> oraz <http://data.worldbank.org/indicator/ST.INT.RCPT.CD> (4.02.2016)

## Wnioski

Brak stabilizacji politycznej utrzymującej się na Bliskim Wschodzie od początku nowego stulecia, globalny kryzys finansowy od lat 2007-2008, a zwłaszcza wydarzenia Arabskiej Wiosny, wpłynęły na przepływy turystów w analizowanym regionie. Zmiany te jednak, w kontekście tak nadzwyczajnych zdarzeń, nie były tak wielkie, jak można byłoby prognozować. Tym niemniej w okresie analizowanej dekady liczba turystów przyjeżdżających na Bliski Wschód mocno się wahała, tak jak i struktura ich pochodzenia oraz dochody generowane rozwojem turystyki. Te wahania wywoływane były głównie wydarzeniami politycznymi (zamachami terrorystycznymi i atakami na turystów), a nie kilkuletnim kryzysem.

Wnioski takie można wyciągnąć na podstawie analizy wahań liczby turystów w najbardziej turystycznie rozwiniętych krajach regionu. W Egipcie liczba turystów w 2000 roku wynosiła 5 mln, w 2005 r. 8 mln, a w 2010 r. (trzy lata od początku globalnego kryzysu finansowego) już 14 mln. Istotne tąpnięcie w przepływie turystów nastąpiło dopiero w 2011 r. wskutek wydarzeń Arabskiej Wiosny. Jeszcze bardziej skutki tego ostatniego wydarzenia widać w przypadku Tunezji. W pierwszej dekadzie XXI wieku (pomiędzy 2000, 2005 a 2010 rokiem) liczba turystów wzrosła tam z 5 do niecałych 7 mln, ale już w roku 2011 spadła wyraźnie poniżej 5 mln. Inaczej sytuacja przedstawiała się w przypadku Izraela. Porównując rok 2000 z 2005 liczba turystów do tego kraju obniżyła się z ok. 2,5 mln do 2 mln (był to wciąż skutek ataków z 11 września, gdyż Izrael przez dużą grupę turystów był postrzegany jako bliski sojusznik Stanów Zjednoczonych). W 2010 roku można jednak już odnotować wzrost liczby turystów – do 2,8 mln, a w kolejnym roku liczba ta niemal się nie zmieniła. Ani więc globalny kryzys finansowy, ani wydarzenia Arabskiej Wiosny w krajach bezpośrednio sąsiadujących z Izraelem nie wpłynęły na istotne zmiany w przepływie turystów do tego kraju. Z kolei w miarę stabilne wzrosty liczby gości występowały w badanym okresie w takich krajach, jak Maroko (drugi najchętniej odwiedzany kraj tzw. Szerokiego Bliskiego Wschodu w latach 2007-2012, gdzie nie było takich ataków terrorystycznych, jak w Tunezji czy Egipcie), Jordania czy nawet Iran. Wysoki poziom liczby przyjeżdżających turystów (również z krajów samego Bliskiego Wschodu) występował w Bahrajnie i ZEA. W tym ostatnim kraju efekt globalnego kryzysu finansowego oraz Arabskiej Wiosny był dużo słabiej widoczny.

Mimo tak licznych niepokojów związanych z brakiem stabilizacji politycznej, bliskowschodnia turystyka utrzymywała do 2012 roku wysoki poziom transferu turystów i wciąż dysponowała wielkim potencjałem rozwojowym<sup>18</sup>. Ograniczenia w przyjazdach turystów zachodnich zostały bowiem

<sup>18</sup> <http://www.unict.it/en/sites/default/files/International/Croitor.pdf> (20.01.2016).

zastąpione większą mobilnością muzułmańskiej społeczności, co łączyć można z dynamicznym rozwojem turystyki o charakterze religijnym (zwłaszcza do Arabii Saudyjskiej), ale też wzrostem zamożności części mieszkańców regionu (przyjazdy do Bahrajnu, Kataru, ZEA). Dlatego też liczba przyjeżdżających do części krajów tzw. Szerokiego Bliskiego Wschodu nie spadła mimo ewidentnych zagrożeń dla bezpieczeństwa w krajach sąsiadujących. Było to m.in. wynikiem wzrostu roli turystyki wewnątrzregionalnej. Zachowanie arabskich społeczeństw w obliczu kryzysu turystyki może być do pewnego stopnia związane z działaniem efektu szminki<sup>19</sup>, który w tym przypadku oznaczałby rezygnację z dalekich, luksusowych podróży do krajów zachodnich, na rzecz podróży ograniczonych do Bliskiego Wschodu.

Okres globalnego kryzysu gospodarczego (2007/2008-2012) przyniósł wiele zmian w kondycji światowych finansów i spowodował dekoniunkturę wielu gospodarek, w tym również arabskich (choć nie w takim stopniu, jak w większości państw zachodnich). Mimo silnych zaburzeń wskaźników ekonomicznych (np. spadku wolumenu eksportu ropy naftowej, wzrostu stopy bezrobocia, spadku inwestycji w regionie), kryzys gospodarczy nie miał wielkiego wpływu na zmianę w ruchu turystycznym na tym obszarze. Wydarzenia związane z załamaniem się światowej gospodarki uderzały w sektor turystyki państw arabskich tylko pośrednio. Spadki wskaźników ekonomicznych, w tym obniżenie się stopy życiowej mieszkańców regionu, wpłynęły bowiem na rozwój ruchów politycznych, a następnie w 2011 roku na wybuch krwawych wewnętrznych konfliktów na terenie wielu państw arabskich.

Wskaźniki ruchu turystycznego w regionie tzw. Szerokiego Bliskiego Wschodu w latach 2011-2012 (w czasie Arabskiej Wiosny) wykazały wyraźne tąpnięcie w przeciwieństwie do efektów wywołanych globalnym kryzysem finansowym. Czynniki polityczne oraz kwestie bezpieczeństwa miały znacząco większy wpływ na zmiany w liczbie przybywających na Bliski Wschód niż niestabilność ekonomiczna czy wahania koniunktury gospodarczej. W świetle niestabilnej sytuacji w 2015 r. (ataki na turystów we względnie bezpiecznej Tunezji, zestrzelenie samolotu nad Synajem, ale też zamachy terrorystyczne w Paryżu z 13 listopada) należy spodziewać się dalszych spadków w liczbie turystów przyjeżdżających do krajów tego regionu.

## Bibliografia

Avraham E., Ketter E. (2016), *Tourism Marketing for Developing Countries: Battling Stereotypes and Crises in Asia, Africa and the Middle East*, Palgrave Macmillan, New York.

---

<sup>19</sup> Autorem tej teorii jest Leonard Lauder, który zwrócił uwagę, że mimo gorszej koniunktury gospodarczej, wzrasta w tym samym czasie sprzedaż kosmetyków. Obserwacje z okresu 2000-2001 nie potwierdziły się jednak w czasie globalnego kryzysu finansowego.

- Bartoszewicz W., Skalska T. (2010), *Zagraniczna turystyka przyjazdowa do Polski w 2009 roku*, Wydawnictwo IT, Warszawa.
- Boutayeba F., Benhamida M., Guesmi S. (2014), *Ethics in Islamic Economics*, „Annales. Etyka w Życiu Gospodarczym”, t. 17, nr 4, s.111-121.
- Bukowski A. (2014), *Social Role of Alms (zakat) in Islamic Economies*, „Annales. Etyka w Życiu Gospodarczym”, t. 17, nr 4, s. 123-131.
- Burns P. (2006), *From Hajj to Hedonism? Paradoxes of Developing Tourism in Saudi Arabia*, [w:] Daher R.F., red., *Tourism in the Middle East: Continuity, Change, and Transformation (Tourism and Cultural Change)*, Channel View, Clevedon, s. 215-236.
- Czerny M. (2005), *Globalizacja a rozwój: wybrane zagadnienia geografii społeczno-gospodarczej świata*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- Daher R.F. (2006), *Reconceptualizing Tourism in the Middle East: Place, Heritage, Mobility & Competitiveness*, [w:] Daher R.F. red., *Tourism in the Middle East: Continuity, Change, and Transformation (Tourism and Cultural Change)*, Channel View, Clevedon, s. 1-69.
- Fukuyama F. (1991), *Koniec historii?*, „Konfrontacje”, nr 13, s. 7-36. „Gazeta Wyborcza”, 12.02.2016.
- Global Peace Index 2015. Measuring Peace, its Causes and its Economic Value* (2015), Institute for Economics and Peace, New York.
- Górak-Sosnowska K. (2007), *Świat arabski wobec globalizacji. Uwarunkowania gospodarcze, kulturowe i społeczne*, Wydawnictwo Difin, Warszawa.
- Hazbun W. (2008), *Beaches, Ruins, Resorts: The Politics of Tourism in the Arab World*, University of Minnesota Press, Minneapolis..
- Huntington S.P. (2003), *Zderzenie cywilizacji i nowy kształt ładu światowego*, Warszawskie Wydawnictwo Literackie MUZA SA, Warszawa.
- Imielski R. (2015), *Dżihad zabija głównie muzułmanów*, „Gazeta Wyborcza”, 20.11.2015.
- Jędrusik M., Makowski J., Plit F. (2010), *Geografia turystyczna świata. Nowe trendy, regiony turystyczne*, Wydawnictwo Uniwersytetu Warszawskiego, Warszawa.
- Kaplan M. (2015), *Syria's Civilian Death Toll: Number of ISIS Victims in 2015 Is Much Less than Assad Regime-Inflicted Casualties*, „International Business Times”, 29.12.2015.
- Kruczek Z. (2014), *Od egipskich piramid po Disneylandy. Szkice o ewolucji atrakcji turystycznych*, „Folia Turistica”, nr 31, s. 9-30.
- Matera P. (2012), *Relacje transatlantyckie w czasie prezydentury Baracka Obamy*, „Przegląd Zachodni”, nr 4 (345), s. 57-66.
- Matera P., Matera R. (2007), *Stany Zjednoczone i Europa. Stosunki polityczne i gospodarcze. 1776-2004*, Wydawnictwo Książka i Wiedza, Warszawa.
- Matera R., Gabrielczak P. (2011), *Kryzys ekonomiczny a zmiany w ruchu turystycznym. Wpływ załamania makroekonomicznego kraju przyjmujące-*

- go na przyjazdy zagraniczne*, [w:] Kościk E., red., *Gospodarczy wymiar turystyki*, GAJT Wydawnictwo 1991 s.c., Wrocław.
- Morawski W. (2008), *Historia finansów współczesnego świata od 1900 roku*, Wydawnictwo Difin, Warszawa.
- North D.C. (1997), *The New Institutional Economics and Development*, [w:] Harriss J., Hunter J., Colin M. Lewis, red., *The New Institutional Economics and Third World Development*, Routledge, London.
- Ożarowski R. (2009), *Bliski Wschód w rozważaniach pojęciowych i geograficznych*, „Gdańskie Studia Międzynarodowe”, vol. 7, nr 1-2, s. 115-123.
- Said E.W. (1997), *Covering Islam: How the Media and the Experts Determine How We See the Rest of the World*, Vintage Books, New York.
- Said E.W. (2005), *Orientalizm*, Wydawnictwo Zysk i S-ka, Warszawa.
- Sasnal P. (2009), *Szeroki Bliski Wschód a prezydencja Polski w Radzie UE*, „Biuletyn”, nr 22 (554).
- Thesiger W. (1994), *Arabian Sands*, Motivate Publishing, London.
- UNWTO World Tourism Barometer, October 2010* (2010), World Tourism Organization, Madrid.
- World Bank (2003), *Trade, Investment and Development in the Middle East and North Africa, Engaging with the World*, World Bank, Washington.

## Netografia

- <http://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.DEFL.KD.ZG> (4.02.2016).
- <http://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.MKTP.KD.ZG> (4.02.2016).
- <http://data.worldbank.org/indicator/ST.INT.RCPT.CD> (4.02.2016)
- <http://data.worldbank.org/indicator/ST.INT.RCPT.XP.ZS?page=1> (4.02.2016)
- <http://data.worldbank.org/indicator/SL.UEM.TOTL.ZS> (4.02.2016).
- <http://data.worldbank.org/indicator/ST.INT.ARVL> (4.02.2016).
- <http://data.worldbank.org/indicator/ST.INT.ARVL?page=1> (4.02.2016)
- <http://data.worldbank.org/indicator/ST.INT.ARVL?page=3> (4.02.2016)
- [http://dtxqtq4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/unwto\\_highlights14\\_en.pdf](http://dtxqtq4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/unwto_highlights14_en.pdf) (20.01.2016).
- <http://media.unwto.org/members/states> (20.01.2016).
- <http://mkt.unwto.org/barometer/october-2010-volume-8-issue-3>, (5.02.2016).
- <http://web.worldbank.org/archive/website01418/WEB/IMAGES/MULTI0-2.PDF> (4.02.2016).
- <http://whc.unesco.org/en/list/> (20.01.2016).
- <http://www.bankier.pl/inwestowanie/profile/quote.html?symbol=ROPA>  
<http://www.bankier.pl/inwestowanie/profile/quote.html?symbol=ROPA> (7.02.2016).

- <http://www.brandeis.edu/crown/publications/meb/MEB40.pdf> (4.02.2016).
- <http://www.cfr.org/world/issue-guide-middle-east-global-financial-crisis/p19521> (4.02.2016).
- <https://www.depts.ttu.edu/museumttu/CFASWebsite/H7000%20folder/Readings%20Heritage%20Tourism%202010/Islamic%20Tourism%20Al-Hamarneh.pdf> (4.02.2016).
- <http://www.ibtimes.com/syrias-civilian-death-toll-number-isis-victims-2015-much-less-assad-regime-inflicted-2242839> (10.02.2016)
- <http://www.unict.it/en/sites/default/files/International/Croitor.pdf> (20.01.2016).
- [http://www.visionofhumanity.org/sites/default/files/Global%20Peace%20Index%20Report%2020150\\_0.pdf](http://www.visionofhumanity.org/sites/default/files/Global%20Peace%20Index%20Report%2020150_0.pdf) (20.01.2016).

## THE IMPACT OF POLITICAL AND ECONOMIC FACTORS ON CHANGES IN TOURIST ARRIVALS IN THE BROADER MIDDLE EAST AT THE BEGINNING OF THE 21<sup>ST</sup> CENTURY

### Abstract

**Purpose.** To present the changes in tourist arrivals in the Broader Middle East in the 21<sup>st</sup> century and to point at potential political and economic reasons influencing these changes.

**Method.** Analysis of the rankings and statistical sets (mainly from World Bank) and the review of the events influencing the changes in tourist arrivals to the Middle East.

**Findings.** Analysis points out that political factors and political security strongly impacted tourist arrivals to the Broader Middle East at the beginning of the 21<sup>st</sup> century, even more strongly than the threats and effects of the global financial crisis.

**Research and conclusion limitations.** Difficulties in the separation of political and economic factors should be underlined.

**Practical implications.** The paper may be used as didactic support by students of economic and touristic fields of studies. The results may be also used by tourists and travel agencies.

**Originality.** There is lack of specialized papers concentrating within the objective scope regarding this region or during this period of time.

**Type of paper.** A combination of an overview with empirical studies.

**Keywords:** the Broader Middle East, tourist arrivals, global financial crisis, security issues.





# METROPOLIE TURYSTYCZNE ŚWIATA W ŚWIETLE RANKINGÓW MIĘDZYNARODOWYCH – STATYSTYCZNA ANALIZA RANGOWANIA WIELOKRYTERIALNEGO

*Piotr Zmysłony\*, Natalia Piechota\*\**

## Abstrakt

**Cel.** (1) Pomiar potencjału gospodarczego oraz turystycznego metropolii uznawanych za miasta światowe lub miasta globalne; (2) określenie natężenia relacji między potencjałem turystycznym a potencjałem gospodarczym tych miast; (3) zaproponowanie klasyfikacji metropolii turystycznych świata.

**Metoda.** Wielokryterialna metoda rangowania przeprowadzona na podstawie źródeł wtórnych w formie rankingów miast, charakteryzujących ich potencjał turystyczny oraz gospodarczy. Pomiar związku między potencjałem turystycznym a gospodarczym z wykorzystaniem współczynnika korelacji Pearsona.

**Wyniki.** Uzyskano ranking 22 metropolii turystycznych świata, na czele którego uplasowały się Londyn, Paryż i Nowy Jork. Potwierdzono silny związek między potencjałem turystycznym a potencjałem gospodarczym badanych miast.

**Ograniczenia badań i wnioski.** Jakość materiału źródłowego, ograniczony obiektywizm metody selekcji materiału źródłowego oraz metody rangowania; uogólniony charakter wyników.

**Implikacje praktyczne.** Aplikatywna weryfikacja opisowej koncepcji miast światowej turystyki (*world tourism cities*) zaproponowanej przez R. Maitlanda i P. Newmana [2009]. Zaproponowanie własnej metody pomiaru stopnia internacjonalizacji turystycznej miast.

**Oryginalność pracy.** Zaproponowanie pierwszej klasyfikacji metropolii turystycznych świata, analiza potencjału turystycznego miast w kontekście konkurencyjności gospodarczej.

**Rodzaj pracy.** Praca teoretyczno-empiryczna.

**Słowa kluczowe:** turystyka w mieście, rankingi miast, miasta światowe, miasta globalne, metropolie turystyczne.

---

\* Dr hab., Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu, Wydział Gospodarki Międzynarodowej, Katedra Turystyki; e-mail: p.zmyslony@ue.poznan.pl.

\*\* Mgr, Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu, Wydział Gospodarki Międzynarodowej, Katedra Turystyki; e-mail: Natalia.piechota@ue.poznan.pl.

## Wprowadzenie

Światowe metropolie są wielkimi skupiskami ludności, a także globalnymi koncentratorami i węzłami w globalnej cyrkulacji kapitału, wiedzy, innowacji, wyspecjalizowanych usług biznesowych, towarów oraz trendów konsumpcyjnych [Castells 2010]. Funkcjonują nie poprzez eliminowanie się na arenie światowej konkurencji, ale na zasadzie powiązań sieciowych, tworząc najwyższą, ponadnarodową hierarchię ośrodków miejskich wzmacniających swój potencjał konkurencyjny [Taylor 2012]. Jednocześnie światowe metropolie stały się najczęściej i najliczniej odwiedzanymi obszarami przez turystów, zarówno w czasie wolnym, jak i w ramach podróży służbowych, czego przyczyną jest mieszanka dziedzictwa kulturowego i historycznego z nowoczesnością, oferowana poprzez współczesną architekturę, kulturę i sztukę, siłę gospodarki oraz wizerunku. Można zatem wysunąć hipotezę, że sfera turystyki – rozumiana jako funkcja miejsca w rozumieniu działalności społeczno-gospodarczej miast – w wymiarze międzynarodowym pozostaje w silnej relacji z ich potencjałem gospodarczym, a siła tej relacji decyduje o międzynarodowej konkurencyjności metropolii.

Dorobek naukowy z zakresu miast światowych oraz miast globalnych pozwala na wymierną ich kwantyfikację, której efektem są rankingi miejskie sporządzane cyklicznie w oparciu o ściśle określone procedury badawcze. Od lat 80. poprzedniego wieku znana jest hierarchia miast światowych oraz miast globalnych, zapoczątkowana przez J. Friedmanna [1986] i kontynuowana przez wiele ośrodków badawczych, które systematycznie dokonują pomiaru globalnego potencjału, siły lub konkurencyjności najsilniejszych gospodarczo miast [por. A.T. Kearney 2012; Beaverstock, Smith, Taylor 1999; EIU 2012; GaWC 2014; Zmyślony 2015]. Z kolei od czasu, kiedy R. Maitland i P. Newman [2009] sformułowali koncepcję miast światowej turystyki (*world tourism cities*), odnoszącą się w dużej mierze do dorobku wspomnianych koncepcji miast światowych i miast globalnych, nie pojawiła się klasyfikacja będąca wynikiem wielowymiarowego pomiaru opartego na metodyce odpowiadającej – choćby ogólnie, biorąc pod uwagę dostępność źródeł – charakterystyce tego typu miast. Istnieją oczywiście rankingi najbardziej popularnych lub najczęściej odwiedzanych przez turystów miast świata, jednak tworzone są one zwykle na podstawie zaledwie jednego lub dwóch mierników, co sprawia, że indywidualnie nie można ich uznać jako wystarczające narzędzia poznawcze [por. Euromonitor International 2013; Hedrick-Wong, Choog 2013; ICCA 2013, UIA 2013]. Prasa oraz portale turystyczne pełne są wyników najróżniejszych plebiscytów na ten temat, jednak procesowi ich tworzenia brakuje obiektywnego reżimu naukowego.

W związku z tym sformułowano trzy cele artykułu: (1) pomiar potencjału gospodarczego oraz turystycznego najsilniejszych metropolii na świecie uznawanych za miasta światowe lub miasta globalne; (2) określenie natężenia

nia relacji między potencjałem turystycznym a potencjałem gospodarczym tych miast; (3) zaproponowanie klasyfikacji metropolii turystycznych świata w oparciu o koncepcję miast światowej turystyki R. Maitlanda i P. Newmana [2009].

Artykuł składa się z pięciu części. Po części literaturowej, wyjaśniającej istotę miast światowych oraz miast globalnych, a także omawiającej koncepcję światowych miast turystyki oraz wyzwania związane z ich klasyfikacją, przedstawiono koncepcję i metodykę przeprowadzonego badania. W kolejnej części zaprezentowano wyniki, które następnie odniesiono do dotychczasowego dorobku naukowego w tym zakresie oraz omówiono ich ograniczenia poznawcze. Artykuł zakończony jest wnioskami dotyczącymi międzynarodowego potencjału turystycznego i gospodarczego miast.

### Przegląd literatury

Koncepcję miast światowych jako ośrodków charakteryzujących się globalnym zakresem oddziaływania sformułował P. Hall [1966], określając następujące ich role: centra władzy politycznej; centra handlu krajowego i międzynarodowego; wrota do krajów, a czasem krajów ościennych; centra finansowe; centra zaawansowanych usług biznesowych; centra wiedzy i edukacji; centra gromadzenia i dyfuzji informacji poprzez wydawnictwa i media; centra konsumpcji dóbr luksusowych oraz masowych; centra sztuki, kultury i rozrywki oraz wszelkie branże wspierające i usługowe w stosunku do wyżej wymienionych. W miarę rozwoju koncepcji pojawiły się inne ujęcia teoretyczno-badawcze, uwypuklające kolejne kluczowe czynniki potencjału światowego miast – np. lokalizacja zarządów korporacji transnarodowych lub międzynarodowych centrów finansowych, główne węzły przestrzennej organizacji produkcji i rynków oraz koncentracji i akumulacji światowego kapitału [por. Friedmann 1986; Beaverstock, Smith, Taylor 1999; Reed 1981]. J. Friedmann [1986] sformułował hipotezę o istnieniu zhierarchizowanego systemu miast światowych oraz stworzył ich pierwszą hierarchię, stosując kryteria lokalizacyjne (lokalizacja centrów finansowych, siedzib korporacji transnarodowych, instytucji międzynarodowych, ważnych zakładów produkcyjnych, węzłów komunikacyjno-transportowych) oraz zasobowe (wskaźnik rozwoju sektora wysoko wyspecjalizowanych usług biznesowych, potencjał ludnościowy).

Z kolei S. Sassen [2001, 2006], autorka koncepcji miast globalnych – którą w pewnym sensie można uznać za konsekwentne rozszerzenie koncepcji miast światowych – za ich istotę uznaje zdolność do wytwarzania globalnych funkcji zarządzania i kontroli, które są strategicznymi zasobami globalnej gospodarki. Według tej autorki, miasta globalne pełnią rolę „centrów dowodzenia” światową gospodarką, poprzez koncentrację funkcji decyzyjnych stanowią miejsca organizacji, koordynacji i obsługi przepływu

globalnego kapitału, są kluczowymi lokalizacjami oraz równocześnie rynkami dla wiodących finansów i zaawansowanych usług biznesowych oraz głównymi miejscami produkcji innowacji (włączając w to produkcję innowacji) dla tych branż [Sassen 2006, s. 7]. Uznaje ona zatem miasta globalne za miejsca współczesnej produkcji niebędącej produkcją przemysłową, dlatego warunkiem koniecznym określającym współczesne miasta globalne nie jest wyłącznie lokalizacja głównych siedzib korporacji transnarodowych lub instytucji finansowych, ale istnienie sektora zaawansowanych oraz silnie usieciowionych usług biznesowych [Sassen 2001, 2006].

Miasta globalne tworzą transnarodowy, wspólny rynek, przede wszystkim kapitałowy, inwestycyjny oraz usług biznesowych. Rozwijają się poprzez wzajemne powiązania, a nie poprzez eliminowanie się na arenie światowej konkurencji. L. Gordon [1999] wyróżnia cztery podstawowe cechy takiego globalnego systemu miejskiego: hierarchiczny charakter zbudowany na zasadzie ośrodków centralnych, tendencja do poziomej specjalizacji miast i zróżnicowania ich aktywności, funkcjonalny podział pracy oraz tworzenie się podsięci współpracujących ze sobą ośrodków. Zgodnie z teorią przepływów centralnych [Taylor, Hoyler, Verbruggen 2010], bezpośrednie relacje konkurencyjne zachodzą między ośrodkami znajdującymi się na niższych oraz różnych względem siebie poziomach i mają charakter hierarchiczny, czyli rywalizacji o status w globalnej hierarchii.

Według S. Sassen [2001] istnieje kilka miast globalnych, z których trzy mają najbardziej rozwinięte funkcje globalne: Nowy Jork, Londyn oraz Tokio. Inne miasta, mające wyspecjalizowane funkcje, to Frankfurt, Paryż, Hong Kong, Singapur. W trzecim wydaniu swojej książki [Sassen 2006], autorka stwierdza istnienie około 40 miast globalnych, podkreślając, że niektóre z nich (jak Londyn, Amsterdam, Bombaj i Szanghaj) są centrami światowego handlu i finansów od stuleci, natomiast inne (jak Los Angeles, Chicago i São Paulo) są stosunkowo młode.

P. Hall [2001] wymienia turystykę jako jeden z czterech obszarów skupień zaawansowanych usług globalnych regionów miejskich, wchodzących w relacje synergiczne z trzema pozostałymi sferami funkcyjnymi: zarządzania i kontroli, usług finansowych i biznesowych oraz kultury i branż kreatywnych. Jego zdaniem [Hall 1997], rozwój turystyki jest wtórny w stosunku do pierwotnych czynników rozwoju miast światowych. Turystyka biznesowa, podejmowana w celu wymiany informacji, tworzy stałe powiązania między miastami, które istnieją przede wszystkim dzięki ich potencjałowi i znaczeniu gospodarczemu, politycznemu i administracyjnemu, a nie jako wynik ich atrakcyjności turystycznej w odniesieniu do turystyki czasu wolnego (kulturowej i wypoczynkowej). Globalne oddziaływanie miast jest wzmacniane przez rozwój branż związanych ze sztuką, kulturą, rozrywką, przy dalszym pochodnym rozwoju branż usługowych – hoteli, restauracji, pubów i obiektów pokrewnych.

Rola turystyki w koncepcji miast globalnych ma znaczenie pośrednie i uzupełniające. Po pierwsze, istotne znaczenie ma sfera turystyki biznesowej, którą można uznać za część sfery bezpośredniej obsługi działalności składających się na funkcje globalne. Po drugie, miasta globalne są jednocześnie lokalizacjami produkcji i konsumpcji rozrywki, przyczyniając się do nowej formy rozwoju turystyki w mieście, polegającej na traktowaniu miasta jako przedmiotu konsumpcji [Sassen, Roost 1999, s. 143]. Po trzecie, turystyka, staje się beneficjentem wzrostu sektora kultury w miastach, dlatego jest także wykorzystywana w procesach rewitalizacji w celu zwiększenia lub zachowania rangi danego miasta w narodowych systemach miejskich [Sassen 2006, s. 3].

Zaproponowana przez R. Maitlanda i P. Newmana [2009] koncepcja miast światowej turystyki bezpośrednio odnosi się do koncepcji miast światowych oraz miast globalnych. Autorzy uznają za nie wielkie, wielofunkcyjne i policentryczne miasta, które skupiają międzynarodowy biznes, elity krajowe oraz zasoby kultury o randze narodowej i międzynarodowej, w których zlokalizowane są charakterystyczne zabytki historii oraz obiekty będące ich współczesnymi ikonami. Ponadto, miasta te oferują odwiedzającym szeroką gamę doznań i doświadczeń oraz – co bardzo istotne – możliwość eksploracji turystycznej nowych miejsc i przestrzeni, poza uznanymi i często zatłoczonymi atrakcjami. Dzięki tym atrybutom miasta światowej turystyki uzyskują znaczącą przewagę także w międzynarodowym (a raczej międzymiastowym) wyścigu o turystów, nowych mieszkańców oraz inwestycje [Maitland, Newman 2009, s. 5].

Charakterystyczna dla miast światowej turystyki jest zróżnicowana struktura typologiczna odwiedzających oraz wzajemne ujednocianie się postaw i zachowań mieszkańców, zatrudnionych, turystów i innych „użytkowników” miast [Clark 2004]. Turystyka przestała być odrębną aktywnością podejmowaną w mieście, a turyści odrębną grupą konsumentów, z charakterystycznym dla siebie potrzebami i strukturą popytu. Oprócz tradycyjnych odwiedzających kulturowych, miasta goszczą turystów mniej wyróżniających się w przestrzeni – podróżujących służbowo, odwiedzających krewnych i znajomych, studentów międzynarodowych, turystów łączących pobyt z pracą, którzy są doświadczonymi międzynarodowymi użytkownikami miast, często z nimi dobrze zaznajomionymi. Natomiast mieszkańcy, często o krótkim stażu w danym mieście, pod wpływem własnych doświadczeń turystycznych oraz poszerzającej się oferty wolnego czasu, podlegają procesowi turystyfikacji życia w mieście [Judd 2003; Maitland 2013]. Skutkiem tego jest trudność w rozróżnieniu przestrzeni wypoczynku od przestrzeni zawodowych, rekreacji od aktywności zawodowej oraz aktywności turystycznej od nieturystycznej [Maitland, Newman 2009, s. 4]. To zacieranie różnic powoduje dodatkowe utrudnienia dla sfery badań i analiz turystyki w miastach.

Do światowych miast turystyki autorzy zaliczają dziesięć ośrodków: Nowy Jork, Paryż, Londyn, Berlin, Sydney, Chicago, Los Angeles, San Francisco, Madryt oraz Moskwę, zaznaczając przy tym, że wyróżnikami są wielofunkcyjność i policentryczność tych ośrodków, dlatego Barcelona, Praga, Ateny, a nawet Rzym nie mogą być, według autorów, za takie uznane. Istotne jest to, że zaproponowana przez nich klasyfikacja ma charakter arbitralny, nieoparty szczegółowymi kryteriami lub miernikami, a zaproponowane rozgraniczenie może budzić kontrowersje. Należy zatem stwierdzić, że dotychczas nie dokonano klasyfikacji oraz całościowego badania źródła potencjału światowych miast turystyki. W tych okolicznościach zasadne wydaje się być sformułowanie celów niniejszego artykułu, zwłaszcza zaś celów numer 1 i 3.

### **Metoda i źródła danych**

Globalny zakres przedmiotowy badania, połączony z heterogenicznym zakresem przedmiotowym i podmiotowym gospodarki turystycznej, determinują wybór źródeł. Koszt przeprowadzenia badań opartych na źródłach pierwotnych byłby ekonomicznie nieuzasadniony, albowiem przekracza możliwości finansowe nawet wielkich międzynarodowych instytutów badawczych. Problemem jest także pozyskanie odpowiednich źródeł wtórnych w formie wyników pomiaru poszczególnych cech określających potencjał ogólnogospodarczy oraz turystyczny, który wynika z liczby oraz różnorodności narodowych systemów statystyki publicznej. W tej sytuacji przyjęto, że podstawą wnioskowania będą dane syntetyczne publikowane w formie ogólnodostępnych rankingów będących wynikami badań nad poszczególnymi obszarami potencjału konkurencyjnego miast, realizowanych przez publiczne i prywatne instytuty badawcze, organizacje międzynarodowe i ponadnarodowe agencje konsultingowe. Do badań zakwalifikowano rankingi mające zakres ogólnoświatowy (nie zaś makroregionalny – np. europejski lub amerykański), tworzone na podstawie obiektywnych mierników oraz zawierające opis metodyczny – w ten sposób odrzucono zestawienia mające formę plebiscytów popularności. Na podstawie tych kryteriów we wstępnej fazie gromadzenia danych, spośród ponad 150 zestawień i rankingów miast mierzących poszczególne aspekty ich funkcjonowania, których identyfikacji i syntetyzacji dokonali T. Moonen i G. Clark [2013], wyodrębniono 88 zestawień. W kolejnym etapie postępowania badawczego dokonano dalszej selekcji rankingów. Z uwagi na długotrwały okres gromadzenia danych oraz okresowość publikowania rankingów, dla obu rodzajów potencjału kwalifikowano rankingi tworzone dla roku 2012 z możliwością odchylenia +/- jednego roku.

Głównym założeniem doboru rankingów turystycznych było możliwie najwierniejsze odwzorowanie zakresu potencjału turystycznego wielkich

miast oraz „długość” rankingu (minimum 20 pozycji). Uzyskano pięć zestawień o charakterze jednokryterialnym oraz pięć zestawień, których przedmiotem nie są miasta, ale obiekty lub podmioty charakteryzujące inne wymiary potencjału turystycznego: dostępność komunikacyjną, podaż usług restauracyjnych oraz sferę kultury, w stosunku do których przekonwertowano dane, aby uzyskać informacje w danych ujęciach według miast. Tak więc w badaniach wzięto pod uwagę następujące zestawienia:

1. Ranking miast turystycznych (*City Destination Ranking*), tworzony przez agencję badawczą Euromonitor International [2013] na podstawie wskaźnika liczby odwiedzin turystów zagranicznych.
2. Ranking globalnych miast turystycznych (*Global Destination Cities Index*), tworzony na zlecenie Mastercard na podstawie prognoz liczby zagranicznych odwiedzających i ponoszonych przez nich wydatków dokonywanych za pośrednictwem płatności kartami płatniczymi [Hedrick-Wong, Choog 2013].
3. Ranking miast tworzony przez International Congress and Convention Association [ICCA 2013], tworzony na podstawie liczby zrealizowanych międzynarodowych spotkań stowarzyszeń.
4. Ranking miast tworzony przez International Union of International Associations [UIA 2013] na podstawie liczby międzynarodowych spotkań organizacji.
5. Ranking najlepszych miast sportu (*Ultimate Sports Cities*), tworzony przez Sport Business [2013], obejmujący zakresem miasta, w których w perspektywie 8 lat od momentu pomiaru zorganizowano lub planuje się zorganizować wielkie międzynarodowe zawody sportów powszechnych.
6. Klasyfikacja miast na podstawie rankingu lotnisk międzynarodowych według wielkości obsługiwanego międzynarodowego ruchu pasażerskiego, obliczanego na podstawie danych rocznych gromadzonych przez Airports Council International [2013].
7. Klasyfikacja miast stworzona na podstawie liczby międzynarodowych połączeń lotniczych według lotnisk (airport route maps) według IATA (publikowanych regularnie na portalu Openflights [OpenFlights.org 2013]).
8. Klasyfikacja miast tworzona na podstawie liczby restauracji skatalogowanych w przewodniku gastronomicznym *The Michelin Guide Selection* [Michelin 2014] oraz wyróżnionych w rankingu najlepszych restauracji na świecie (*The World's 50 Best Restaurants*), opracowywanym przez akademię krytyków kulinarnych działających pod auspicjami Diners Club [2013].
9. Klasyfikacja miast tworzona na podstawie liczby obiektów wpisanych na Listę Światowego Dziedzictwa Ludzkości opracowywanej przez UNESCO [2013] (kryterium zakwalifikowania danego obiektu do danego miasta: odległość nie większa niż 75 kilometrów).



10. Klasyfikacja miast stworzona na podstawie rankingu najczęściej odwiedzanych muzeów sztuki opracowana na zlecenie „The Art Newspaper”, klasyfikujący muzea gromadzące zbiory pod względem liczby odwiedzających [Skeggs 2013].

Do pomiaru potencjału ogólnogospodarczego zakwalifikowano wielokriterialne zestawienia liczące co najmniej 40 pozycji, uzyskując w ten sposób 10 zestawień, które są najbardziej prestiżowymi i najczęściej cytowanymi rankingami miejskimi:

1. Ranking Miast Światowych z tendencjami hierarchicznymi, tworzony przez międzynarodową Sieć Badawczą nad Globalizacją i Miastami Światowymi (*Globalization and World Cities Research Network*) z Uniwersytetu w Loughborough [GaWC 2014].
2. Ranking Miast Globalnych (*Global City Index*), tworzony przez badaczy reprezentujący A.T. Kearney i The Chicago Council on Global Affairs [A.T. Kearney 2012].
3. Ranking Miast o Globalnej Sile (*Global Power City Index*), tworzony przez Instytut Badań Strategii Miejskich (Institute for Urban Strategies – IUS) z The Mori Memorial Foundation w Tokyo [2013], który jest najbardziej szczegółowym badaniem internacjonalizacji i siły globalnej miast.
4. Ranking Konkurencyjności Miast Globalnych (*Global City Competitiveness Index*), opracowywany przez think-tank The Economist [EIU 2012], w którym sklasyfikowanych jest 120 największych miast na świecie pod kątem ich konkurencyjności.
5. Badanie Miast Globalnych (*Global City Survey*), będące składową „Raportu nt. Bogactwa” sporządzanego przez globalną agencję nieruchomości Knight Frank [2013], którego celem jest ocena najważniejszych ośrodków miejskim pod względem potencjału inwestycyjnego oraz wpływu, jakie wywierają one na globalnych liderów biznesu i polityków.
6. Indeks Miast Globalnych (*Global Cities Index*) według Martin Prosperity Institute [2013], w którym „mierzy się” miasta w czterech sferach: technologie, talent, tolerancja oraz jakość miejsca.
7. Globalny Indeks Miast Innowacyjnych (*Innovation Cities Global Index*) według instytutu badawczego 2thinknow [2013] z Melbourne.
8. Indeks Dobrobytu Miast (City Prosperity Index), tworzony przez UN-Habitat – Program Narodów Zjednoczonych ds. Osiedli Ludzkich [2013].
9. Indeks globalnej miejskiej konkurencyjności (*Global Urban Competitiveness Index*), tworzony od 2005 roku przez badaczy zrzeszonych w Chińskiej Akademii Nauk Społecznych, reprezentujących szeroki wachlarz dziedzin i specjalizacji [Ni 2012].
10. Indeks marek miast (*City Brands Index*) firmowany przez partnerstwo Simona Anholt z agencją badawczo-konsultingową GfK Roper Public Affairs, Media [Anholt 2013].

W kolejnym kroku przyjęto, że badania zostaną przeprowadzone z wykorzystaniem wielokryterialnej metody rangowania<sup>1</sup>, jednak nie dotyczy ona cech, ale wyników rankingów miast. Z uwagi na brak jakichkolwiek wyników badań, które mogłyby dać wskazówkę w zakresie określenia wag obu sfer przyjęto, że są one w równym stopniu komponentem rozwoju i umiędzynarodowienia turystyki w metropoliach światowych. Uzyskano w ten sposób 10 monokryterialnych zestawień odnoszących się do sfery potencjału turystycznego oraz 10 wielokryterialnych zestawień opisujących sferę potencjału ogólnogospodarczego. Każdemu miastu w każdym rankingu przypisano liczbę punktów odpowiednią do zajmowanej pozycji, przy czym dla zestawień ogólnogospodarczych liczba punktów zawierała się w przedziale 1-40, a dla rankingów turystycznych w przedziale 1-20, po czym była podwajana dla uzyskania efektu porównywalności. Równie istotną informacją okazała się obecność miasta w rankingach. Przyjęto bowiem założenie, że o stopniu umiędzynarodowienia świadczy nie tylko pozycja rankingowa, ale także wielofunkcyjność oraz jak najszerzej rozwinięty potencjał rozwojowy, znajdujące odbicie w uwzględnianiu miasta w różnorodnych zestawieniach [por. Zmyślony, Piechota 2014].

Na bazie zestawień cząstkowych utworzono dwa rankingi syntetyczne – międzynarodowego potencjału turystycznego oraz międzynarodowego potencjału gospodarczego. Uznano, że za metropolie turystyczne świata mogą być uznane te ośrodki, które są obecne w co najmniej trzech rankingach szczegółowych odnoszących się do potencjału turystycznego oraz w co najmniej pięciu rankingach określających ich ogólnogospodarczą pozycję konkurencyjną.

Dla potrzeb rankingu dokonano normalizacji cech w odniesieniu do potencjalnej wartości maksymalnej, wynoszącej 800 punktów (użyto bowiem 20 rankingów mierzonych w przedziale 1-40), dzięki czemu wartość wskaźnika zawiera się w przedziale 0-1, co daje większą porównywalność wyników. Normalizacji poddano wcześniej wyniki dla sfery turystycznej i ogólnogospodarczej. Ranking metropolii turystycznych świata powstał z połączenia obu rankingów dla sfer. Wzięto pod uwagę tylko te miasta, które pojawiły się w obu zestawieniach. Pozycja miast została wyznaczona jako suma wartości

---

<sup>1</sup> Wykorzystywana ona jest wtedy, kiedy niemożliwe jest uzyskanie informacji źródłowych na temat zjawiska w formie danych podstawowych opisujących jego poszczególne cechy, za to dostępne są wtórne informacje o charakterze zbiorczym w formie rankingów i zestawień porównawczych, a więc z założenia relatywne. W przypadku, gdy badacz dysponuje zbiorczą listą wartości danej cechy, metoda rangowa polega na zastąpieniu wartości każdej cechy jej pozycją (rangą) na uporządkowanej malejąco liście wszystkich wartości tej cechy, mającej postać kolejnych miast. W przypadku, gdy dostępne są tylko listy rankingowe, możliwe jest przyznanie punktów poszczególnym miastom odpowiednio do pozycji zajmowanych w każdym zestawieniu pozycji (zgodnie z zasadą im wyższe miejsce, tym większa liczba przyznanych punktów), a następnie obliczenie rangi sumarycznej, czyli zsumowanie wyniku dla wszystkich zestawień, tworząc syntetyczną listę rankingową [Pociecha 2002, s. 89; Sobczyk 2002, s. 244; Stabryła 2000].

pochodzących z obu rankingów z uwzględnieniem rangi danej sfery (50%). Ponadto, w celu stwierdzenia związku między potencjałem turystycznym a potencjałem ogólnogospodarczym badanych miast, obliczono współczynnik korelacji liniowej Pearsona, który jest unormowanym miernikiem siły związku między dwiema cechami mierzalnymi i wyznaczany jest przez standaryzację kowariancji. Przyjmuje on wartości z przedziału  $-1 \leq r_s \leq 1$ , przy czym im wyższa i bliższa 1 jest wartość bezwzględna współczynnika, tym zależność korelacyjna jest silniejsza. Przyjęto, że korelacja między cechami jest słaba, jeśli współczynnik jest równy lub mniejszy od wartości 0.3, średnia, jeśli współczynnik znajduje się w przedziale między wartościami 0.3 a 0.5, wyraźna, jeśli współczynnik jest wyższy od 0.5 [Pociecha 2002, s. 85-89; Sobczyk 2002, s. 238]. Silną zależność można stwierdzić w przypadku wartości współczynnika powyżej 0.7.

## Wyniki

Na podstawie analizy międzynarodowego potencjału turystycznego oraz ogólnogospodarczego miast uwzględnionych w rankingach wyodrębniono ośrodki o najwyższych poziomach potencjałów: 29 miast o najwyższym potencjale turystycznym oraz 40 o najwyższym potencjale ogólnogospodarczym. Ich zestawienie przedstawiono w tabeli 1. Na ich podstawie wyodrębniono ranking 22 metropolii turystycznych świata, przedstawiony na rycinie 1.

Na podstawie wyników badania można stwierdzić, że światowa turystyka wielkomięjska jest zdominowana przez Londyn i Paryż, dla których wartość wskaźnika syntetycznego wynosi 89% i 86% poziomu potencjalnego (maksymalnego). Są one jedynymi miastami w zestawieniu, które zostały wskazane we wszystkich dwudziestu rankingach. Londyn znalazł się na pierwszym miejscu sześciu wykazów szczegółowych, w tym aż czterech charakteryzujących międzynarodowy potencjał turystyczny. Jest on najsilniejszym miastem sportu, muzeów sztuki współczesnej. Ponadto jest też największym węzłem transportu lotniczego na świecie, obsługującym największą liczbę połączeń oraz największą liczbę pasażerów. Najsłabszą pozycją rankingową tego miasta jest miejsce dziesiąte. Z kolei Paryż, posiadający najsilniejszą markę na świecie, tylko w trzech rankingach zajmuje pozycje poniżej pierwszej piątki, przy czym w zestawieniach charakteryzujących potencjał turystyczny plasuje się najczęściej na drugiej pozycji.

Kolejne miejsce zajmuje Nowy Jork osiągający trzy czwarte potencjalnego poziomu wskaźnika syntetycznego. Sklasyfikowany jest w 18 rankingach szczegółowych, z czego w sześciu przypadkach jest liderem. Najsilniejszy potencjał międzynarodowy w sferze turystyki buduje miasto w zakresie gastronomii oraz sztuki współczesnej, jest także liderem pod względem liczby turystów oraz wielkości wydatków turystycznych. Można stwierdzić, że realny

**Tab. 1.** Międzynarodowy potencjał turystyczny i międzynarodowy potencjał ogólnogospodarczy badanych miast światowych/globalnych**Tab. 1.** International tourist potential and international economic potential of world/global cities

Międzynarodowy potencjał turystyczny				Międzynarodowy potencjał ogólnogospodarczy			
	Miasto	Punkty	Liczba rankingów		Miasto	Punkty	Liczba rankingów
1	<b>Paryż</b>	336	10	1	<b>Nowy Jork</b>	384	10
2	<b>Londyn</b>	334	10	2	<b>Londyn</b>	380	10
3	<b>Singapur</b>	246	9	3	<b>Paryż</b>	349	10
4	<b>Nowy Jork</b>	218	8	4	<b>Tokio</b>	315	10
5	<b>Tokio</b>	170	7	5	<b>Singapur</b>	260	9
6	<b>Istambuł</b>	154	8	6	Toronto	259	10
7	<b>Seul</b>	150	6	7	Los Angeles	257	9
8	<b>Madryt</b>	144	6	8	<b>Hong Kong</b>	243	8
9	<b>Barcelona</b>	132	7	9	<b>Amsterdam</b>	228	9
10	<b>Hong Kong</b>	132	4	10	Chicago	228	9
11	<b>Dubaj</b>	130	5	11	<b>Seul</b>	222	10
12	Bangkok	126	6	12	<b>Sydney</b>	211	8
13	<b>Amsterdam</b>	118	7	13	<b>Wiedeń</b>	210	8
14	<b>Berlin</b>	118	7	14	San Francisco	198	8
15	Rzym	114	6	15	Waszyngton	195	8
16	<b>Kopenhaga</b>	108	4	16	<b>Bruksela</b>	177	9
17	<b>Bruksela</b>	104	5	17	Boston	168	8
18	<b>Wiedeń</b>	100	3	18	<b>Sztokholm</b>	160	7
19	<b>Sztokholm</b>	98	4	19	<b>Melbourne</b>	157	7
20	<b>Sydney</b>	90	4	20	Frankfurt	155	6
21	Kuala Lumpur	78	6	21	<b>Berlin</b>	152	6
22	<b>Melbourne</b>	66	3	22	<b>Kopenhaga</b>	152	6
23	<b>Moskwa</b>	60	4	23	Pekin	149	8
24	<b>Tajpej</b>	56	4	24	Zurych	148	7
25	Macau	48	3	25	Seattle	131	5
26	Budapeszt	40	4	26	<b>Szanghaj</b>	116	7

poziom jego potencjału turystycznego jest jeszcze wyższy niż wynika to z badania, ponieważ nie jest on klasyfikowany w rankingu spotkań międzynarodowych z powodu niedostarczenia danych. Warto także zauważyć, że jest to jedyne miasto reprezentujące kontynenty amerykańskie w całym zestawieniu.

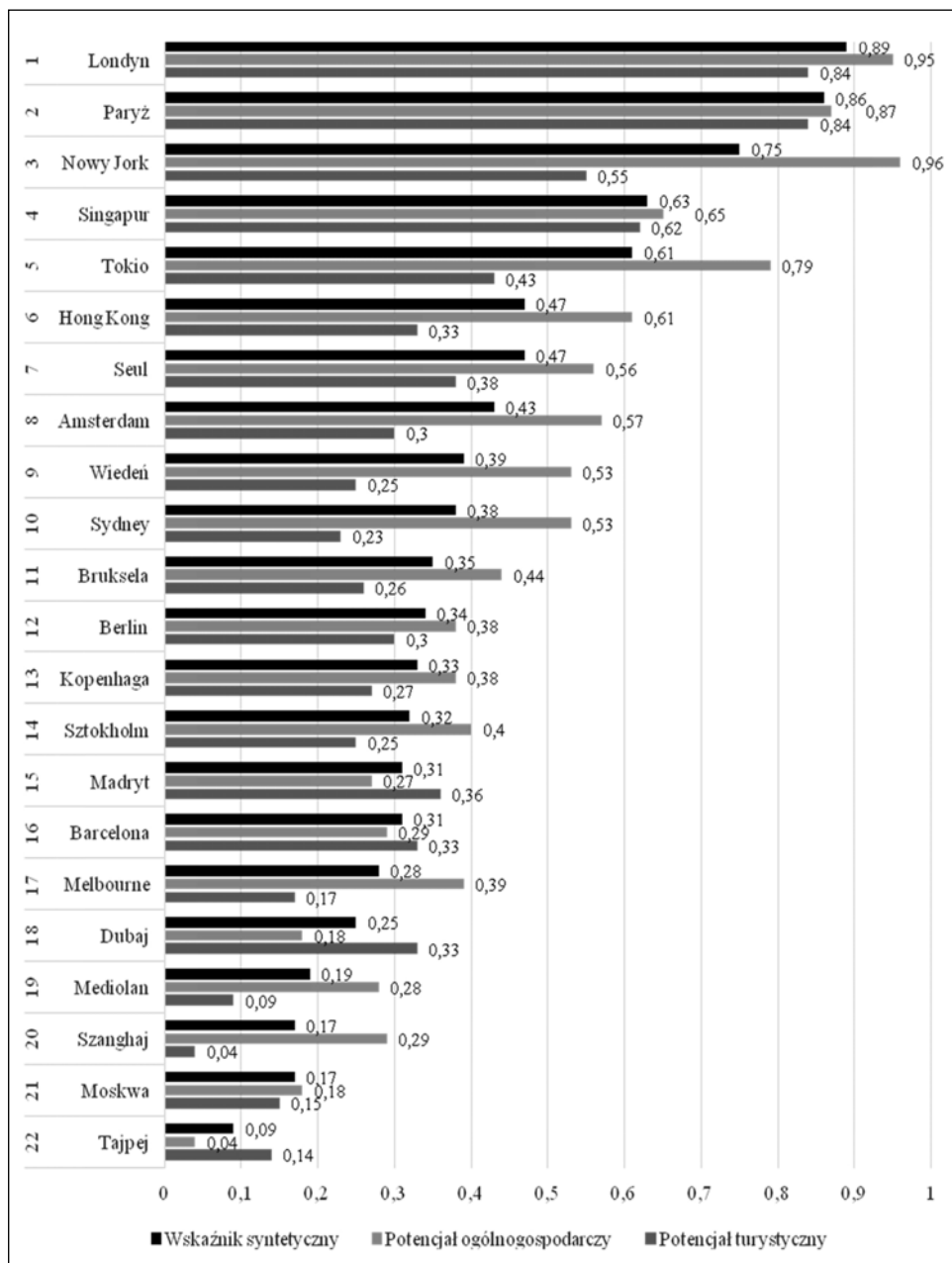
Cd. Tab. 1.

27	Praga	38	3	27	<b>Barcelona</b>	115	6
28	<b>Mediolan</b>	36	3	28	<b>Mediolan</b>	112	6
29	<b>Szanghaj</b>	16	3	29	<b>Madryt</b>	106	5
Uwagi: Pogrubioną czcionką zaznaczono miasta pojawiające się w obu zestawieniach.				30	Montreal	100	6
				31	Genewa	99	5
				32	Monachium	91	5
				33	Dublin	86	5
				34	<b>Moskwa</b>	72	5
				35	<b>Dubaj</b>	72	6
				36	Vancouver	69	5
				37	Sao Paulo	67	5
				38	Meksyk	65	5
				39	Miami	52	5
40	<b>Tajpej</b>	17	5				

**Źródło:** Opracowanie własne / Source: Own elaboration.

Kolejne cztery pozycje zajmują miasta azjatyckie – Singapur, Tokio, Hong Kong i Seul. Ich wskaźnik syntetyczny waha się w przedziale od 47 do 63%. Singapur i Hong Kong zyskują swoją rangę w rankingach międzynarodowych już przez sam fakt funkcjonowania jako miasta-państwa, przez co ich niemal cały ruch turystyczny ma automatycznie charakter międzynarodowy. Potwierdzeniem tego jest ranking międzynarodowych odwiedzin turystów według Euromonitor International. Dodatkowo Singapur buduje swoją międzynarodową pozycję konkurencyjną poprzez rozwój branży spotkań (pierwsze miejsce w rankingu UIA oraz siódme w rankingu ICCA).

Kolejne miejsca zajmuje 9 metropolii, dla których wskaźnik syntetyczny przyjmuje wartość powyżej 30%. Prawie wszystkie z nich – oprócz Sydney, które zamyka pierwszą „dziesiątkę” – są położone w Europie. Wśród nich na uwagę zasługuje Wiedeń, który buduje potencjał turystyczny poprzez branżę spotkań (pierwsze miejsce w rankingu ICCA oraz trzecie w rankingu UIA). Kolejne miejsca w rankingu zajmują miasta charakteryzujące się



**Ryc. 1.** Metropolie turystyczne świata: ranking syntetyczny

**Fig. 1.** World's tourist cities: synthetic ranking

**Źródło:** Opracowanie własne / Source: Own elaboration.

relatywnym poziomem potencjału turystycznego w granicach 17-28%. Nie jest to jednorodna grupa. Obok ośrodków takich jak Mediolan, Moskwa i Szanghaj, niewyróżniających się w żadnej dziedzinie, zalicza się do niej także Dubaj, klasyfikowany na czołowych lokatach w zakresie dostępności lotniczej, oraz Melbourne, osiągające wysoką rangę na liście światowych miast sportu. Z kolei miejsce Tajpej w rankingu metropolii turystycznych świata wynika bardziej z obecności w wielu zestawieniach cząstkowych niż z wysokich pozycji w nich zajmowanych, co potwierdza bardzo niski wskaźnik syntetyczny.

Z 22 wyodrębnionych metropolii turystycznych świata najwięcej (bo aż 12) położonych jest w Europie (ryc. 2.). Kolejną grupę stanowią miasta azjatyckie, z których sześć znajduje się w Azji Wschodniej, a jedno na Bliskim Wschodzie. Należy podkreślić umiędzynarodowienie turystyczne miast australijskich, z których aż dwa ośrodki znalazły się na liście, oraz stosunkowo niski potencjał międzynarodowy miast amerykańskich. Tylko Nowy Jork reprezentuje tę część rynku turystycznego. Ponadto, 15 z nich pełni funkcję stolic państwowych, natomiast 4 uznawane są jako gospodarcze kontrapunkty dla stolic.

Już z pobieżnej analizy zawartości ryciny 1. wynika, że miasta o najwyższym potencjale turystycznym charakteryzują się najsilniejszymi gospodarkami. Przystępując do pogłębionej analizy wyników należy zwrócić uwagę na relacje między dwoma potencjałami tych miast, przedstawionymi na rycinach 1 i 3. Dzieląc macierz w obu osiach na pół, uzyskujemy możliwość pogrupowania miast na trzy grupy, pamiętając przy tym o relatywnym charakterze porównań ograniczonym tylko do wyodrębnionych metropolii turystycznych świata.

- Pierwszą grupę tworzą miasta o ponadprzeciętnym poziomie potencjału gospodarczego oraz turystycznego. Jest to "pierwsza liga" miast, które można nazwać globalnymi miastami turystyki. Tworzą ją: Londyn, Paryż, Nowy Jork i Singapur. Ich silna pozycja wynika z multifunkcyjności gospodarczej, jak i zróżnicowanego, wszechstronnego potencjału turystycznego.
- Drugą grupę stanowią miasta, których międzynarodowy potencjał gospodarczy przekracza poziom 50% potencjalnego (maksymalnego) poziomu, natomiast międzynarodowy potencjał turystyczny jest niższy od 50% potencjalnego poziomu. Grupę tę tworzy sześć miast: Tokio, Hong Kong, Seul, Amsterdam, Wiedeń i Sydney. Można zaryzykować stwierdzenie, że ich potencjał stricte turystyczny jest wzmacniany przez siłę ich gospodarek, przy czym natężenie tej wtórności jest różne: najsilniejsze w przypadku Tokio, najsłabsze w przypadku Seulu.
- Trzecią, najliczniejszą grupę, tworzą miasta o relatywnie niskich poziomach (niższych od 50% potencjalnego poziomu) międzynarodowego potencjału gospodarczego i turystycznego. Do grupy tej należy 12 miast, począwszy od Brukseli, skończywszy na Tajpej, przy czym najsłabszy

potencjał turystyczny osiągają Szanghaj i Mediolan. Należy oczywiście pamiętać, że absolutny poziom internacjonalizacji ich funkcji turystycznej i tak jest ponadprzeciętny.

Przeprowadzone badania weryfikują pozytywnie hipotezę na temat istnienia silnego związku internacjonalizacji funkcji turystycznej miast z ich potencjałem ogólnogospodarczym. Obliczona standaryzowana wartość współczynnika korelacji liniowej Pearsona wynosi aż 0.79, co jest dowodem



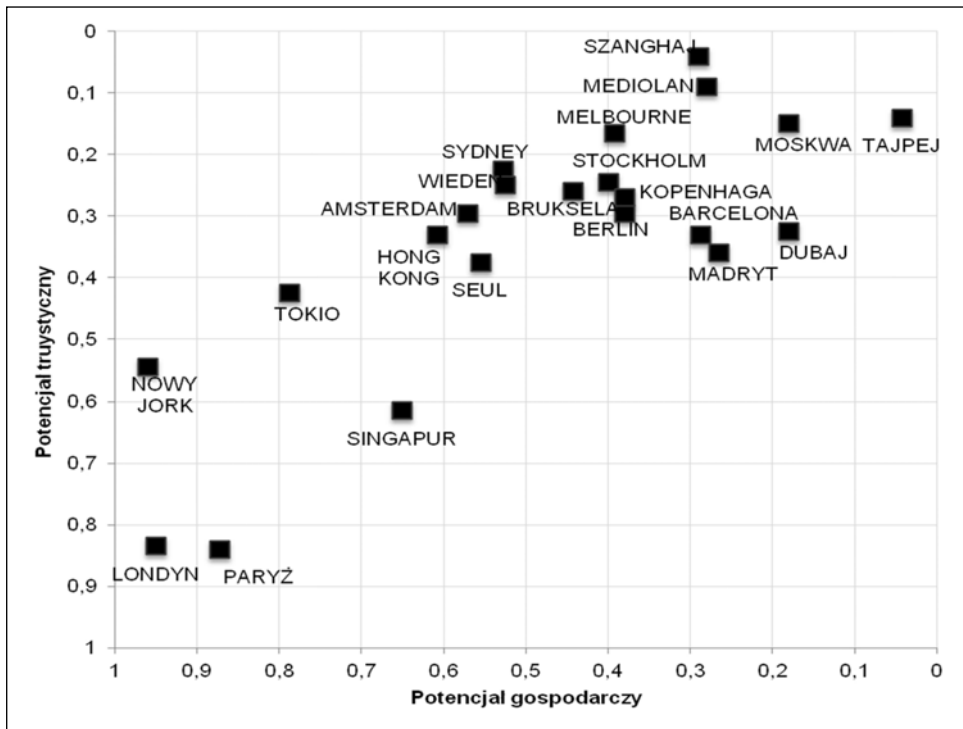
**Ryc. 2.** Mapa metropolii turystycznych świata

**Fig. 2.** Map of world's tourist cities

**Źródło:** Opracowanie własne z wykorzystaniem Piktochart.

**Source:** Own elaboration using Piktochart.





**Ryc. 3.** Relacje między potencjałem turystycznym a potencjałem gospodarczym metropolii turystycznych świata

**Fig. 3.** Relations between the tourist potential and economic potential of the world's tourist cities

**Źródło:** Opracowanie własne / **Source:** Own elaboration.

na istnienie bardzo silnej zależności między tymi zjawiskami. Siła potencjału turystycznego badanych miast jest ściśle związana z ich ogólnym umiędzynarodowieniem, przy czym związek ten jest dwustronny. Dodatkowe wnioski umożliwia analiza danych według podziału wytyczonego przekątną prowadzącą od najniższego do najwyższego poziomu obu potencjałów miejskich na rycinie 3. Miasta położone w macierzy najbliższej tej linii, niezależnie od poziomu natężenia umiędzynarodowienia, charakteryzują się najbardziej zrównoważonym potencjałem funkcji turystycznej. Są to następujące miasta: Paryż, Singapur, Moskwa i Barcelona. Ich pozycja na globalnym rynku turystycznym w stosunkowo równej mierze zależy od siły gospodarki, jak i potencjału turystycznego – te dwa wymiary wzajemnie się dopełniają. Powyżej tej linii znajdują się miasta, których potencjał turystyczny jest w większej mierze zależny od pozycji konkurencyjnej gospodarki niż dostępności komunikacyjnej oraz zasobów turystycznych. Tych miast jest zdecydowana większość (ponad 80%), przy czym w najsilniejszym stopniu zależność

ta jest widoczna dla miast tworzących linię, zaczynając od Nowego Jorku, poprzez Tokio, Hong Kong, Amsterdam, Wiedeń, Sydney, Melbourne, Mediolan i Szanghaj.

Tylko w czterech miastach, stanowiących niecałe 20% zidentyfikowanych metropolii turystycznych, międzynarodowy potencjał turystyczny jest silniejszy od międzynarodowego potencjału gospodarczego. Są to Madryt, Dubaj, Tajpej oraz – w zależności od interpretacji wyników, ponieważ zaliczono ją także do pierwszej grupy miast – Barcelona. Oznacza to, że potencjał turystyczny tych miast wzmacnia siłę gospodarek tych miast, które – na zasadzie sprzężenia zwrotnego – przyczyniają się do ich ogólnej pozycji w rankingu metropolii turystycznych świata. Należy jednak bardzo ostrożnie interpretować te wyniki, albowiem w dwóch przypadkach – Dubaju i Tajpej – pozycje w poszczególnych rankingach szczegółowych są na tyle niskie, że relacja ta może być przypadkowa i wynikać z uproszczeń charakterystycznych dla przyjętej metody rangowania.

## Dyskusja

Z uwagi na charakter i sposób doboru źródeł, badanie metropolii turystycznych świata ma charakter typowo eksploracyjny i pogładowy. W jego wyniku wyodrębniono 22 metropolie o najsilniejszym potencjale funkcji turystycznej. Ich dobór może budzić kontrowersje, biorąc pod uwagę brak wielu popularnych turystycznie ośrodków. Szukając wyjaśnienia wyraźnej „podreprezentacji” miast amerykańskich warto ponownie zwrócić uwagę na tabelę 1 zawierającą rankingi syntetyczne dla obu badanych zakresów potencjału międzynarodowego. W prawej kolumnie znajduje się aż 12 ośrodków zakwalifikowanych jako metropolie o najwyższym na świecie potencjale gospodarczym, w tym aż trzy – Toronto, Los Angeles i Chicago – znajdują się w pierwszej dziesiątce rankingu. Mimo tego relatywny poziom wskaźnika syntetycznego wymaga równocześnie obecności w rankingach turystycznych, czego nie spełnia żadne z tych miast. Los Angeles obecne jest tylko w dwóch rankingach, pozostałe w pojedynczych zestawieniach lub wcale. Przyczyna tego stanu rzeczy tkwi w metodyce tworzenia rankingów syntetycznych dotyczących turystyki, które „promują” ośrodki zlokalizowane w małych państwach, co zostało już podkreślane w trakcie omawiania wysokich pozycji Hong Kongu i Singapuru, natomiast wszystkie wymienione miasta Ameryki zlokalizowane są w państwach dużych.

Ponadto, należy wskazać inne miasta, które są rozpoznawalne na turystycznej mapie świata, a które także nie osiągnęły w badaniu rangi metropolii turystycznych świata. Należą do nich Bangkok, Rzym, Kuala Lumpur, Budapeszt i Praga, należące do miast o wysokim międzynarodowym potencjale turystycznym, ale nie osiągające wystarczającej międzynarodowej

pozycji konkurencyjnej. Z kolei Lizbona, Istambuł i Sankt Petersburg oraz inne miasta uznawane za atrakcyjne turystycznie, nie znalazły się w wystarczającej liczbie turystycznych rankingów częściowych. Warto jednak zaznaczyć, że przyczyną mogą być nie tylko niedostatki potencjału, ale także niedostatki informacji statystycznej na jego temat.

Podkreślić należy, że ani w trakcie przedstawiania metody, ani w ramach prezentacji wyników nie użyto sformułowania „miasta światowej turystyki” zgodnie z charakterystyką R. Maitlanda i P. Newmana [2009] zaprezentowaną w części literaturowej. Brak kwantyfikacji stosowanych przez tych autorów sformułowań, które w wielu przypadkach muszą pozostać w sferze uogólniającego opisu (np. wielofunkcyjny charakter, policentryczność, obecność rozpoznawalnych budynków, status wiodących ośrodków kulturalnych, czy wreszcie możliwość „zejścia z głównego szlaku”), prowadzi do konieczności stosowania pewnych uproszczeń, które uzdalniają do dokonania pomiaru tych miast. Dlatego, przyjmując takie uproszczenia wynikające zarówno z przyjętej metodyki, jak i z zawężenia definicji do niektórych tylko elementów miasta, można stwierdzić, że wyodrębnione 22 metropolie turystyczne świata wypełniają charakterystykę miast światowej turystyki. Dodatkowym potwierdzeniem na przyjęcie tej tezy jest zgodność wyników badania z wyróżnionymi przez autorów przykładami miast światowej turystyki. Ze wskazanych przez nich miast – Nowego Jorku, Paryża, Londynu, Berlina, Sydney, Madrytu i Moskwy, Chicago, Los Angeles, San Francisco – tylko w przypadku trzech ostatnich amerykańskich ośrodków nie zachodzi zgodność wynikowa, co jednak może być wyjaśnione przedstawioną wcześniej metodą konstrukcji zestawień charakteryzujących potencjał turystyczny, ponieważ w syntetycznym rankingu potencjału gospodarczego miasta te są uwzględniane i zajmują wysokie pozycje. Można zatem stwierdzić, że jako wartość dodaną badania należy wskazać weryfikację i uzupełnienie listy miast uznawanych za miasta światowej turystyki.

Wyniki badania stanowią częściowe potwierdzenie rozważań badaczy specjalizujących się w badaniu miast światowych i globalnych: P. Halla [1997, 2001], S. Sassen [2001, 2006], a także M. Castellsa [2010], którzy wskazują na wtórne, czyli pośrednie znaczenie funkcji turystycznej w procesie umiędzynarodawiania najsilniejszych miast. Należy jednak dodać, że mimo stwierdzonej zależności występującej między potencjałem turystycznym miast a ich potencjałem gospodarczym, samo osiągnięcie bardzo silnej pozycji konkurencyjnej w wymiarze światowym nie oznacza automatycznie wysokiej atrakcyjności turystycznej. Niewątpliwie jednak jest to warunek konieczny na drodze internacjonalizacji funkcji turystycznej. Im większe miasto, tym silniej jest on odczuwany.

Jak już wcześniej stwierdzono, wyniki przeprowadzonego badania należy przyjmować z ostrożnością, mając na uwadze zarówno jakość materiału źródłowego, jak i przyjętą metodykę, zawierającą element subiektywizmu,

tak na etapie pozyskiwania danych źródłowych (liczba miejsc w rankingu), jak i przyjęcia reguł selekcji miast do dalszych badań (obecność w rankingach). Nie jest jednak możliwe, aby bez dużych nakładów finansowych, organizacyjnych i czasowych uzyskać bardziej precyzyjne wyniki. Warto też wskazać inne ograniczenia badań. Metoda rangowa nie pozwala na rozpoznanie struktury internacjonalizacji funkcji turystycznej oraz stopnia jej wpływu na umiędzynarodowienie całego miasta. Analiza musi zatrzymać się na ogólnym rozpoznaniu wzajemnych zależności. Badania oparte o źródła wtórne, szczególnie w formie rankingów, z założenia tworzą syntetyczny, a więc uogólniony obraz, mogący w szczegółach zawierać błędy i zakłócenia, wynikające z jakości danych wyjściowych, zakresu podmiotowego (często wybór miast poddanych badaniu ma charakter celowy lub inny subiektywny), różnego sposobu określania granic miast, a także różnej oryginalności, porównywalności oraz aktualności danych.

## Wnioski

Przeprowadzone badanie pozwoliło pozytywnie zweryfikować hipotezę sformułowaną we wprowadzeniu. Istotnie, w odniesieniu do metropolii turystycznych świata można stwierdzić, że ich międzynarodowy potencjał turystyczny pozostaje w silnym związku z ich potencjałem gospodarczym. Ponadto siłę tego związku można zmierzyć – kształtuje się on na poziomie 0.79 współczynnika korelacji Pearsona. Silną relację potwierdza dodatkowo duża zbieżność występująca między pozycjami miast w dwóch rankingach syntetycznych stanowiących wymiary internacjonalizacji funkcji turystycznej: międzynarodowego potencjału gospodarczego oraz międzynarodowego potencjału turystycznego. W przypadku miast światowych i globalnych nie jest możliwe odseparowanie funkcji turystycznej oraz jej międzynarodowego potencjału od ogólnej struktury funkcjonalno-przestrzennej miasta.

Badania zaprezentowane w artykule stanowią weryfikację opisowej koncepcji miast światowej turystyki R. Maitlanda i P. Newmana [2009], wzbogacając ją dodatkowo o aspekt empiryczny w formie klasyfikacji tych miast, sporządzonej na podstawie dostępnych źródeł danych. W ramach dalszej eksploracji badawczej w tym zakresie konieczna byłaby weryfikacja zaproponowanej metody oraz sporządzenie kolejnych zestawień dla nowego zakresu czasowego, aby możliwa była analiza dynamiki rozwoju turystyki międzynarodowej w miastach światowych oraz miastach globalnych.

Na podstawie dotychczasowych rozważań można ogólnie stwierdzić, że wielkie miasta pełnią dwojaką funkcję na globalnym rynku turystycznym. Po pierwsze są największymi na świecie generatorami międzynarodowego ruchu turystycznego. Będąc obszarami generującymi gigantyczny wyjazd-

wy ruch turystyczny, stanowią zatem źródło popytu zasilającego wszystkie rodzaje regionów turystycznych, w dużej części – poprzez usieciowienie – siebie wzajemnie. Stały się także najczęściej odwiedzanymi obszarami turystycznymi [por. Zmyślony 2015, s. 41-42]. Proces ten znajduje potwierdzenie w statystykach, jak i przeprowadzonym na ich podstawie badaniu.

Zarówno turystyka, jak i metropolizacja uznawane są za czynniki i przejawy globalnych sił gospodarczych, społecznych i kulturowych. W efekcie obserwowany jest ciągły wzrost znaczenia miast na arenie międzynarodowych stosunków gospodarczych. Należy je postrzegać jako podmioty pośredniczące między szczeblem globalnym a szczeblem lokalnym, a gospodarka turystyczna, jednocześnie zdeterminowana lokalnie i mająca globalny zakres oddziaływania, doskonale wpisuje się w tę sieciową, miejską logikę funkcjonowania gospodarki światowej.

### Bibliografia

- 2thinknow (2013), *Innovation Cities Global Index 2012-2013*, <http://www.innovation-cities.com/indexes> (11.10.2014).
- A.T. Kearney (2012), *2012 Global Cities Index and Emerging Cities Outlook*, Chicago.
- Airports Council International (2013), *International Passenger Traffic*, <http://www.aci.aero/Data-Centre/Monthly-Traffic-Data/International-Passenger-Rankings/12-months> (11.10.2014).
- Anholt S. (2013), *City Brands Index*, <http://www.simonanholt.com/Research/cities-index.aspx> (11.10.2014).
- Beaverstock J. V, Smith R. G., Taylor P. J. (1999), *A roster of world cities*, "Cities", Vol. 16 (6), s. 445-458.
- Castells M. (2010), *Globalisation, networking, urbanisation: Reflections on the spatial dynamics of the information age*, "Urban Studies", Vol. 47 (13), s. 2737-2745.
- Clark T. N., red. (2004), *The City as an Entertainment Machine*, Research in Urban Policy, vol. 9, Elsevier, Oxford.
- EIU (2012), *Hot spots: Benchmarking global city competitiveness*, The Economics Intelligence Unit, London-New York-Hong Kong-Geneva.
- Euromonitor International (2013), *Top 100 Cities Destination Ranking*, <http://blog.euromonitor.com/2013/01/top-100-cities-destination-ranking.html> (11.10.2014).
- Friedmann J. (1986), *The World City Hypothesis*, [w:] "Development and Change", Vol. 17, s. 69-83.
- GaWC (2014), *The World According to GaWC 2012*, Globalization and World Cities, Loughborough, <http://www.lboro.ac.uk/gawc/world2012t.html> (14.04.2015).

- Gordon I. (1999), *Internationalisation and Urban Competition*, "Urban Studies", Vol. 36 (5), s. 1001-1016.
- Hall P. (1966), *The World Cities*, Heinemann, London.
- Hall P. (1997), *Megacities, World Cities and Global Cities*, The Megacities Foundation, Rotterdam, [http://www.megacities.nl/lecture\\_1/lecture.html](http://www.megacities.nl/lecture_1/lecture.html) (7.03.2014).
- Hedrick-Wong Y., Choog D. (2013), *MasterCard Global Destination Cities Index*, MasterCard Worldwide.
- ICCA (2013), *Country and City Rankings 2012: International Association Meetings Market*, International Congress & Convention Association, Amsterdam.
- Judd D. R. (2003), *Visitors and the spatial ecology of the city*, [w:] Hoffman L.M., Fainstein S.S., Judd D.R., red., *Cities and Visitors: Regulating People, Markets, and City Space*, Blackwell Publishing Ltd, Oxford, s. 23-38.
- Knight Frank Research (2013), *The Wealth Report 2013*, Knight Frank, London.
- Maitland R. (2013), *Backstage Behaviour in the Global City: Tourists and the Search for the "Real London"*, "Procedia – Social and Behavioral Sciences", Vol. 105, s. 12-19.
- Maitland R., Newman P. (2009), *Developing world tourism cities*, [w:] Maitland R., Newman P., red., *World Tourism Cities: Developing Tourism Off the Beaten Track*, Routledge, Oxon, s. 1-21.
- Martin Prosperity Institute (2013), *Project: Global Cities Index*, Toronto.
- Michelin (2014), *Michelin-starred restaurants – the Michelin Guide Selection*, <http://www.viamichelin.com/web/Restaurants> (11.10.2014).
- Moonen T., Clark G. (2013), *The Business of Cities 2013*, Jones Lang LaSalle, Chicago.
- Ni P. (2012), *The Global Urban Competitiveness Report – 2011*, Edward Elgar Publishing, Cheltenham–Northampton.
- OpenFlights.org (2013), *Route maps*, <http://openflights.org/html/route-maps> (31.12.2014).
- Pociecha M. (2002), *Metody statystyczne w zarządzaniu turystyką*, Albis, Kraków.
- Reed H. C. (1981), *The Preeminence of International Financial Centers*, Praeger, New York.
- Sassen S. (2001), *The Global City: New York, London, Tokyo*, Princeton University Press, Princeton.
- Sassen S. (2005), *The Global City: Introducing a concept*, "The Brown Journal of World Affairs", Vol. XI (2), s. 27-43.
- Sassen S. (2006), *Cities in a World Economy*, Pine Forge Press, Thousand Oaks.
- Sassen S., Roost F. (1999), *The city: Strategic site for the global entertainment industry*, [w:] Judd D.R., Fainstein S.S., red., *The Tourist City*, Yale University Press, New Haven-London, s. 143-154.

- Skeggs T. (2013), *Visitor Figures 2012: Exhibition and museum attendance survey*, "The Art Newspaper", Vol. 245, s. 21-30.
- Sobczyk M. (2002), *Statystyka*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- Sport Business (2013), *Ultimate Sports Cities 2012*, <http://www.sportbusiness.com/publication/ultimate-sports-cities-2012> (11.10.2014).
- Stabryła A. (2000), *Zarządzanie strategiczne w teorii i praktyce firmy*, PWN, Warszawa.
- Taylor P. J. (2012), *The Challenge Facing World City Network Analysis*, [w:] GaWC Research Bulletin, Vol. 409, <http://www.lboro.ac.uk/gawc/rb/rb409.html> (25.09.2012).
- Taylor P. J., Hoyler M., Verbruggen R. (2010), *External Urban Relational Process: Introducing Central Flow Theory to Complement Central Place Theory*, "Urban Studies", Vol. 47(13), s. 2803-2818.
- The Diners Club (2013), *The World's 50 Best Restaurants*, <http://www.theworlds50best.com/list/1-50-winners> (11.10.2014).
- The Mori Memorial Foundation (2013), *Global Power City Index 2013*, Tokyo.
- UIA (2013), *International Meetings Statistics for the Year 2012*, [w:] "Union of International Associations – HQ Europe (HeadQuarters Magazine)" Vol. 56, s. 15.
- UN-HABITAT (2012), *State of the World's Cities Report 2012/2013: Prosperity of Cities*, United Nations Human Settlements Programme, Nairobi.
- UNESCO (2013), *World Heritage List Statistics*, Paris, <http://whc.unesco.org/en/list/stat> (31.12.2013).
- Zmyślony P., Piechota N. (2014), *Znaczenie przemysłu spotkań w kształtowaniu potencjału turystycznego miast*, [w:] Celuch K., red. *Zarządzanie i organizacja przemysłu spotkań w Polsce: teoria i praktyka*, Szkoła Główna Turystyki i Rekreacji w Warszawie, Warszawa, s. 103-117.
- Zmyślony, P. (2015), *Funkcja turystyczna w procesie internacjonalizacji miast*, Proksenia, Poznań–Kraków.

## THE WORLD'S TOURIST METROPOLIS IN INTERNATIONAL CITIES' RANKINGS – STATISTICAL MULTICRITERIAL RANKING ANALYSIS

### Abstract

**Purpose.** (1) Measuring the economic and tourist potential of metropolitan areas recognized as world/global cities; (2) determining the intensity of the relationship between tourism potential and economic potential of these cities; (3) proposing a classification of the world's tourist cities.

**Method.** Multicriterial ranking method based on secondary sources in the form of cities' rankings characterized by their tourist and economic potential; measuring the relationship between their tourism and economic potential using the Pearson correlation coefficient.

**Findings.** The study revealed the ranking of 22 world's tourist cities, led by London, Paris and New York. The strong association between the tourist and economic potential of the cities was confirmed.

**Research and conclusion limitations.** The quality of the sources, limited objectivity of the source selection and the ranking method used; the generalized nature of the results.

**Practical implications.** Practical verification of the descriptive concept of world tourism cities proposed by R. Maitland and P. Newman [2009]; proposing the authors' method of measuring the degree of internationalization of city tourism function.

**Originality.** The paper proposes a ranking of the world's tourist cities and analyses the tourism potential of cities in the context of their economic competitiveness.

**Type of paper.** Theoretical/empirical study.

**Keywords:** city tourism, city rankings, world cities, global cities, tourist cities.





## STATYSTYKA PUBLICZNA JAKO NARZĘDZIE BADAWCZE TURYSTYKI NA OBSZARACH TRANSGRANICZNYCH W POLSCE

*Tomasz Studzieniecki\*, Aleksandra Wołoszyk\*\**

### Abstrakt

**Cel.** Zbadanie możliwości i zakresu wykorzystania systemu statystyki publicznej w badaniach turystyki na obszarach transgranicznych w Polsce. Celem dodatkowym jest analiza ewolucji tego systemu w kontekście zmieniających się warunków otoczenia i potrzeb w tym zakresie.

**Metoda.** Metoda opisu, analizy krytycznej i analizy porównawczej. Opisano system statystyki publicznej w ujęciu podmiotowym, przedmiotowym i przestrzennym. Zinventaryzowano, przeanalizowano i porównano dokumenty, akty prawne, publikacje i wyniki badań statystycznych.

**Wyniki.** Niezbędna staje się synergia dwóch podsystemów przedmiotowych systemu statystyki publicznej – to jest statystyki turystyki i statystyki transgranicznej. Po wejściu Polski do strefy Schengen wzrosła rola statystyki transgranicznej. Pojawiły się nowe badania i publikacje statystyczne. Wykorzystanie dorobku statystyki publicznej w zakresie turystyki na obszarach transgranicznych jest utrudnione ze względu na fakt niejednorodnej delimitacji obszarów transgranicznych oraz niekompatybilności badań w aspekcie przestrzennym, czasowym i przedmiotowym.

**Ograniczenia badań i wnioski.** W pracy badano jedynie system statystyki publicznej w Polsce, (bez państw sąsiednich) ze szczególnym uwzględnieniem okresu po wejściu Polski do strefy Schengen.

**Implikacje praktyczne.** Wyniki badań przydatne będą we wszystkich analizach rozwoju współpracy i turystyki na obszarach transgranicznych w Polsce. Pomogą one we wskazaniu kierunków dalszego rozwoju i ewentualnej modyfikacji statystyki transgranicznej i statystyki turystyki.

**Oryginalność.** Po raz pierwszy podjęto próbę dotarcia do wszystkich możliwych dostępnych informacji systemu statystyki publicznej i zaprezentowania ich w sposób systemowy, chronologiczny i kompleksowy.

**Rodzaj pracy.** Praca przeglądowo-empiryczna.

**Słowa kluczowe:** statystyka, turystyka, euroregion, obszar transgraniczny, granica, pogranicze.

\* Dr, Akademia Morska w Gdyni, Wydział Przedsiębiorczości i Towaroznawstwa Katedra Organizacji Usług Turystyczno-Hotelarskich; e-mail: tomaszstudzieniecki@wp.pl.

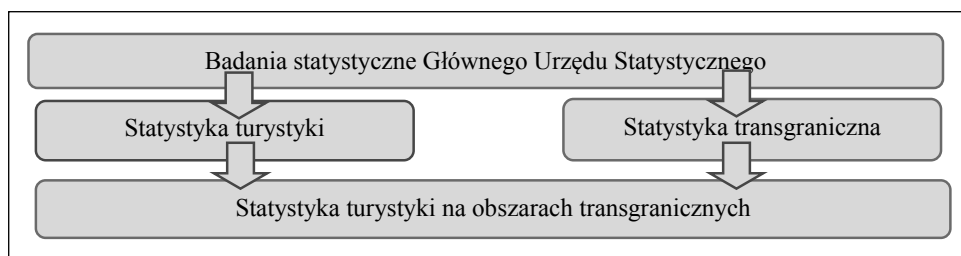
\*\* Mgr, Wyższa Szkoła Społeczno-Ekonomiczna w Gdańsku, Wydział Pedagogiki i Zarządzania; e-mail: a.woloszyk@wp.pl.

## Wprowadzenie

Procesy integracyjne i dezintegracyjne w Europie, zachodzące na obszarach transgranicznych, powodują zmiany w sytuacji społeczno-gospodarczej w skali lokalnej, regionalnej i globalnej [Ruch graniczny... 2015, s. 3]. Niezbędne staje się prowadzenie badań statystycznych na tych obszarach, gdyż służą one wspieraniu rozwoju regionalnego oraz współpracy pomiędzy krajami [Monitoring... 2014, s. 2]. Informacje te są wykorzystywane także do analizy stanu rozwoju pogranicza, oceny efektów współpracy euroregionalnej oraz tworzenia planów regionalnego zagospodarowania w ujęciu ponadgranicznym [Rocznik Euroregionu Nysa ... 2011, s. 27].

W statystyce europejskiej pojawiła się statystyka obszarów transgranicznych, zwana umownie „statystyką transgraniczną”. Rozwija się ona zarówno wewnątrz Unii Europejskiej [Peyrony 2014, s. 3], jak i na jej zewnętrznych granicach [Armiomov 2014]. W Polsce uznano, że „statystyka ma obowiązek opisywać procesy społeczno-ekonomiczne zachodzące na obszarach transgranicznych” [Informacja..., 2010b, s. 4]. Procesy te dotyczą także turystyki na obszarach transgranicznych.

Problematyka statystyki turystyki od wielu lat wchodzi w zakres tematyczny systemu statystyki publicznej [Kachniewska 2004]. Znajomość głównych parametrów statystycznych określających wielkość ruchu turystycznego interesuje zarówno analityków rynku, jak i działających na nim praktyków [Dziedzic, Skalska 2012]. Zdaniem badaczy turystyki „statystyka turystyki ma wąski zakres w odniesieniu do rzeczywistości” [Zmysłony 2012, s. 80], między innymi z tego powodu, że „brakuje wiarygodnych, precyzyjnych i miarodajnych danych” [Chomicz, Batyk 2012, s. 71]. Problem ten dotyczy także turystyki na obszarach transgranicznych. Wykorzystanie dwóch obszarów badawczych Głównego Urzędu Statystycznego pozwala jednak ma pozyskanie wielu ważnych informacji z zakresu statystyki turystyki na obszarach transgranicznych (ryc. 1).



**Ryc. 1.** Statystyka turystyki na obszarach transgranicznych w badaniach GUS w Polsce

**Fig. 1.** Statistics of tourism in cross-border areas in Poland within Central Statistical Office's studies.

**Źródło:** Opracowanie własne / **Source:** Own elaboration.

Odpowiedź na pytanie, w jaki sposób system statystyki publicznej może pomóc w badaniach turystyki na obszarach transgranicznych wymaga kompleksowej analizy tego systemu z uwzględnieniem jego ewolucji.

## **Istota i znaczenie statystyki publicznej**

Statystyka, jako ważna nauka o poznawaniu państwa [Bielecka 2011, s. 14], zajmuje się procesami masowymi oraz ich analizą w ujęciu ilościowym i jakościowym. Odgrywa istotną rolę w poznawaniu zjawisk społeczno-gospodarczych. Umożliwia formułowanie i weryfikację „obiektywnych praw działających w gospodarce” [Michalski 2008, s. 159]. Stawia sobie za cel pełnienie „wiodącej roli diagnostycznej i monitorującej we wszystkich warunkach rozwoju gospodarczego” [Witkowski 2010, s. 7]. Statystyka publiczna nabiera rangi dobra publicznego o znaczeniu strategicznym [Ostasiewicz 2011, s. 15], chronionego i nadzorowanego przez państwo w ramach swoich kompetencji. Obowiązkiem państwa staje się sprawne zarządzanie systemem statystyki publicznej [Iwasiewicz 2011, s. 106] w taki sposób, aby mógł on dostosowywać się do rosnących potrzeb społecznych [Henzler 2013].

## **Statystyka publiczna w ujęciu systemowym**

System statystyki publicznej w Polsce jest jednym z podstawowych systemów informacyjnych państwa. Funkcjonuje jako wielopoziomowa struktura, pozwalająca użytkownikowi na wejście oraz wyjście z systemu, a także na transformowanie określonych informacji za pomocą określonych procedur zgodnie z zasadami ustalonymi przez ośrodki decyzyjne [Niewiadomska 2012, s. 213]. W systemie administracji rządowej centralnym organem właściwym w sprawach statystyki jest Prezes Głównego Urzędu Statystycznego powoływany przez Prezesa Rady Ministrów.

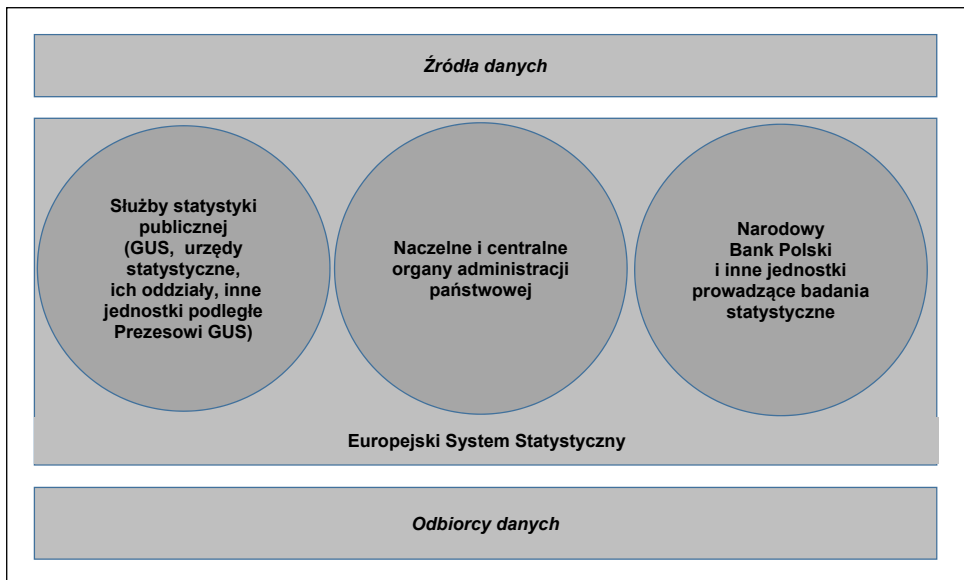
System statystyczny w ujęciu podmiotowym obejmuje powiązane ze sobą instytucje zajmujące się badaniami statystycznymi, zgodnie z obowiązującym prawem. Na podstawie ustawy [Ustawa 1995] Prezes GUS tworzy urzędy statystyczne i nadaje im statut, zaś Rada Ministrów co roku ustala program badań statystycznych statystyki publicznej. Dla każdego badania określa się:

1. temat,
2. organ lub podmiot prowadzący,
3. cykliczność,
4. cel,
5. szczegółowy zakres podmiotowy i przedmiotowy,
6. źródła danych,

7. podmioty przekazujące dane,
8. informacje dotyczące przekazywanych danych,
9. rodzaje wyników informacji statystycznych oraz formy i terminy ich udostępnienia.

W ujęciu czynnościowym system obejmuje następujące sekwencje działań (ryc. 2):

- zbieranie danych statystycznych,
- gromadzenie, przechowywanie i opracowywanie zebranych danych,
- ogłaszanie, udostępnianie i rozpowszechnianie wyników badań statystycznych jako oficjalnych danych statystycznych [Ustawa 1995].



**Ryc. 2.** System statystyki publicznej w Polsce

**Fig. 2.** System of official statistics in Poland

**Źródło/Source:** [Kierunki 2012, s. 5]

Od 2009 roku krajowy system statystyki publicznej roku jest częścią Europejskiego Systemu Statystycznego (ESS). Główny Urząd Statystyczny pełni w tym systemie rolę „krajowego urzędu statystycznego (KUS), czyli jedyne-go punktu kontaktowego w sprawach dotyczących statystyki” [Rozporządzenie (WE) 2009]. Wszystkie podmioty ESS są zobowiązane do przestrzegania 6 podstawowych zasad statystycznych (tab. 1).

Europejski System Statystyczny rozwija się tak, aby europejska statystyka była łatwa do porównania, łatwo dostępna, a także regularnie i bezwzględnie aktualizowana. Wszyscy użytkownicy mają mieć dostęp do tych

**Tab. 1.** Podstawowe zasady statystyczne Europejskiego Systemu Statystycznego**Tab. 1.** Basic statistic principles of the European Statistical System

Lp.	Zasada	Istota zasady
1.	niezależność zawodowa	dane statystyczne muszą być opracowywane, tworzone i rozpowszechniane w sposób niezależny i wolny od jakichkolwiek nacisków ze strony grup politycznych lub innych grup interesów
2.	obiektywność	dane statystyczne muszą być opracowywane, tworzone i rozpowszechniane w sposób systematyczny, wiarygodny i bezstronny
3.	bezstronność	dane statystyczne muszą być opracowywane, tworzone i rozpowszechniane w sposób neutralny, a użytkownicy traktowani w równy sposób
4.	wiarygodność	dane statystyczne muszą być jak najwierniej, najdokładniej i w sposób jak najbardziej spójny i zgodny z kryteriami naukowymi mierzyć rzeczywistość
5.	poufność informacji statystycznych	dane przekazywane przez jednostki statystyczne muszą być objęte ochroną i nie mogą być ujawniane i wykorzystane do celów innych niż statystyczne
6.	opłacalność	koszty tworzenia danych statystycznych muszą być współmierne do wagi oczekiwanych wyników i korzyści

**Źródło:** opracowanie własne na podstawie [Rozporządzenie (WE) 2009].

**Source:** Own elaboration based on [Rozporządzenie (WE) 2009].

samych danych w tym samym czasie [Rozporządzenie (UE) 2015]. Koordynatorem ESS jest oficjalny organ statystyczny wspólnoty – Eurostat, który prowadzi badania statyczne w oparciu o Europejski Program Statystyczny. W programie na lata 2013-2017 przewidziano badania w ramach trzech bloków tematycznych [Rozporządzenie (UE) 2013]:

- działalność gospodarcza,
- Europa obywateli,
- statystyki dotyczące geoprzestrzeni, środowiska, rolnictwa i inne statystyki sektorowe.

Problematyka turystyczna znalazła się w pierwszym bloku tematycznym. W Programie nie omówiono kwestii statystyki transgranicznej, jednak zwrócono uwagę na fakt, że globalizacja wpływa na wzrost przepływów transgranicznych. Badania w zakresie statystyki transgranicznej podjęło w Europie kilka krajowych urzędów statystycznych w ramach własnych programów badań (między innymi Główny Urząd Statystyczny, Federalny Urząd Statystyczny Niemiec, Czeski Urząd Statystyczny).

## Statystyka transgraniczna w systemie statystyki publicznej

Statystyka transgraniczna jest działem statystyki regionalnej, którego przedmiot badań i zakres pojęciowy definiuje się podobnie do innych statystyk dotyczących jednostek terytorialnych [Borys 1999, s. 15]. Zharmonizowane dane z obszarów transgranicznych stanowią bezcenne źródło dla władz samorządowych i rządowych kreujących politykę regionalną [*Informacja...*, 2010 b, s. 4].

Rozwój statystyki transgranicznej w Polsce podzielić można na trzy okresy:

- okres 1991-1999 (statystyka w układzie 49 województw),
- okres 1999-2007 (statystyka w układzie 16 województw samorządowych przed wejściem Polski do strefy Schengen),
- okres po roku 2007 (statystyka w układzie 16 województw samorządowych po wejściu Polski do strefy Schengen).

W pierwszym okresie opracowano *Metodyczne i praktyczne problemy statystyki euroregionów* [1994] oraz rozpoczęto pierwsze badania w Euroregionie Nysa [Borys 1999]. W kolejnym okresie Główny Urząd Statystyczny – w ramach współpracy z Eurostatem – rozpoczął prowadzenie badań granicznych dotyczących handlu przygranicznego oraz wydatków podróżnych [*Badanie obszarów przygranicznych ...* 2009]. Ponadto badania w zakresie statystyki publicznej podjęły urzędy statystyczne województw przygranicznych. Opracowano pierwsze monografie poświęcone euroregionom.

Po wejściu Polski do strefy Schengen rozwinięto badania statystyczne na granicach zewnętrznych Unii Europejskiej. W 2008 roku weszły w życie przepisy o tzw. małym ruchu granicznym na granicy polsko-ukraińskiej. Do programu badań statystyki publicznej wpisano „Badanie obrotów towarów i usług w ruchu granicznym na granicy polsko-ukraińskiej, z uwzględnieniem tzw. małego ruchu granicznego, a następnie „Badanie obrotów towarów i usług w ruchu granicznym na granicy zewnętrznej Unii Europejskiej”.

W 2009 roku nastąpiła reorganizacja statystyki publicznej wynikająca z wprowadzenia specjalizacji urzędów statystycznych. Polegała ona na przypisaniu poszczególnym urządzeniom realizacji wskazanych badań z terenu całego kraju. Przestała obowiązywać dotychczasowa zasada zbierania przez urzędy wszystkich rodzajów sprawozdań tylko z obszaru danego województwa. W każdym urzędzie powołano ośrodki badań regionalnych oraz ośrodki specjalistyczne. Wykaz ośrodków specjalistycznych oraz zadania z zakresu statystyki transgranicznej przedstawiono w tabeli 2.

Zadania poszczególnych urzędów statystycznych w ostatnich latach wielokrotnie się zmieniały. W 2010 roku niektóre z nich zobowiązały się do własnych badań statystycznych dotyczących euroregionów znajdujących się na obszarze województwa. Przykładowo urząd w Lublinie zobowiązał się

**Tab. 2.** Urzędy statystyczne, ośrodki specjalistyczne i zadania z zakresu statystyki transgranicznej i euroregionalnej

**Tab. 2.** Statistical offices, specialised centres and tasks on cross-border and euroregional statistics

Lp.	Urząd	Ośrodki specjalistyczne	Zadania z zakresu statystyki transgranicznej i euroregionalnej
1.	Gdańsk	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ośrodek Statystyki Edukacji i Kapitału Ludzkiego</li> <li>• Ośrodek Statystyki Warunków Pracy</li> <li>• Ośrodek Badań Aktywności Ekonomicznej Ludności</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Współpraca z Urzędem Statystycznym w Rzeszowie</li> </ul>
2.	Olsztyn	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ośrodek Badań Demograficznych</li> <li>• Ośrodek Badań Obszarów Wiejskich</li> <li>• Ośrodek Badań Rolnictwa</li> <li>• Ośrodek Informatyki Statystycznej</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Współpraca z Urzędem Statystycznym w Rzeszowie</li> </ul>
3.	Białystok	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ośrodek Statystyki Leśnictwa i Ochrony Przyrody</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Współpraca z Urzędem Statystycznym w Rzeszowie</li> </ul>
4.	Lublin	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ośrodek Statystyki Budownictwa</li> <li>• Ośrodek Statystyki Gospodarki Mieszkaniowej i Komunalnej</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Współpraca z Urzędem Statystycznym w Rzeszowie</li> </ul>
5.	Rzeszów	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ośrodek Badań Obszarów Transgranicznych i Statystyki Euroregionalnej</li> <li>• Ośrodek Statystyki Energii i Rynku Materiałowego</li> <li>• Ośrodek Statystyki Sportu i Turystyki</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Koordynacja prac urzędów statystycznych w zakresie badań dotyczących obszarów transgranicznych i statystyki euroregionów, opracowywanie i wydawanie publikacji w tym obszarze; uczestnictwo we współpracy międzynarodowej w dziedzinie statystyki euroregionów, a w szczególności prowadzenie wspólnych badań statystycznych</li> <li>• opracowywanie i wydawanie publikacji o Euroregionie Karpackim</li> </ul>
6.	Kraków	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ośrodek Statystyki Zdrowia i Ochrony Zdrowia</li> <li>• Ośrodek Statystyki Kultury</li> <li>• Ośrodek Badań Gospodarki Społecznej</li> <li>• Ośrodek Statystyki Pomocy Społecznej</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Współpraca z Urzędem Statystycznym w Rzeszowie</li> </ul>
7.	Katowice	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ośrodek Statystyki Rynku Finansowego</li> <li>• Ośrodek Statystyki Ochrony Środowiska</li> <li>• Ośrodek Projektowania i Baz Danych</li> <li>• Ośrodek Rachunków Regionalnych</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Współpraca z Urzędem Statystycznym w Rzeszowie</li> </ul>
8.	Opole	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ośrodek Statystyki Cen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Współpraca z Urzędem Statystycznym w Rzeszowie</li> </ul>



Cd. Tab. 2.

9.	Wrocław	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ośrodek Banku Danych Lokalnych</li> <li>• Ośrodek Statystyki Samorządów Terytorialnych</li> <li>• Ośrodek Statystyki Produktów Przemysłowych</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Współpraca z Urzędem Statystycznym w Rzeszowie</li> <li>• Współpraca międzynarodowej w dziedzinie statystyki transgranicznej, w szczególności: <ol style="list-style-type: none"> <li>1. prowadzenia badań transgranicznych, w szczególności we współpracy z Ośrodkiem Badań Obszarów Transgranicznych i Statystyki Euroregionalnej Urzędu Statystycznego w Rzeszowie,</li> <li>2. opracowywania i wydawania publikacji o euroregionach na granicach Polski,</li> <li>3. prowadzenia prac rozwojowych systemu informacyjnego o obszarach transgranicznych — Cross-border Friendship Database;</li> </ol> </li> </ul>
10.	Zielona Góra	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ośrodek Badań Koniunktury</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Współpraca z Urzędem Statystycznym w Rzeszowie</li> </ul>
11.	Szczecin	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ośrodek Statystyki Nauki, Techniki, Innowacji i Społeczeństwa Informacyjnego</li> <li>• Ośrodek Statystyki Transportu i Łączności</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Współpraca z Urzędem Statystycznym w Rzeszowie</li> </ul>
12.	Bydgoszcz	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ośrodek Badań i Analiz Rynku Pracy</li> </ul>	Nie dotyczy
13.	Warszawa	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ośrodek Administracyjnych Źródeł Danych</li> <li>• Ośrodek Rozwoju Systemów Analiz i Udostępniania Informacji</li> <li>• Ośrodek Statystyki Przedsiębiorstw Niefinansowych</li> </ul>	Nie dotyczy
14.	Kielce	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ośrodek Badań Gospodarki Nieobserwowanej</li> <li>• Ośrodek Statystyki Handlu i Usług</li> </ul>	Nie dotyczy
15.	Łódź	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ośrodek Klasyfikacji i Nomenklatur</li> <li>• Ośrodek Statystyki Matematycznej</li> <li>• Ośrodek Warunków Życia i Badań Ankietowych</li> <li>• Ośrodek Małych i Średnich Przedsiębiorstw</li> </ul>	Nie dotyczy
16.	Poznań	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ośrodek Banku Danych Makroekonomicznych</li> <li>• Ośrodek Statystyki Małych Obszarów</li> <li>• Ośrodek Statystyki Miast</li> <li>• Ośrodek Statystyki Krótkookresowej</li> </ul>	Nie dotyczy

**Źródło:** Opracowanie własne na podstawie 16 zarządzeń Prezesa GUS w sprawie nadania statutu urzędem statystycznym w Polsce.

**Source:** Own elaboration based on regulations of the President of Central Statistical Office.

do „...opracowywania i wydawania publikacji o euroregionie Bug” [Zarządzenie Prezesa GUS 2010, nr 12], urząd w Opolu – do „...opracowywania i wydawania publikacji o euroregionie Pradziad” [Zarządzenie Prezesa GUS 2012, nr 5], urząd we Wrocławiu – do „...opracowywania i wydawania publikacji o euroregionach, w tym o euroregionie Nysa” [Zarządzenie Prezesa GUS 2010, nr 9].

Od 2012 roku ośrodkiem specjalizującym się w problematyce euroregionalnej stał się Urząd Statystyczny w Rzeszowie, któremu powierzono realizację następujących zadań [Zarządzenie Prezesa GUS 2012, nr 17]:

1. rozpoznawania i analizy zapotrzebowania na dane i analizy statystyczne oraz podejmowania działań w celu ich zaspokojenia,
2. inicjowania, programowania i planowania badań statystycznych,
3. opracowywania metodologii prowadzonych badań,
4. przygotowania założeń do systemów informatycznych do gromadzenia, przetwarzania, analizowania i opracowywania danych wynikowych oraz współdziałania w testowaniu systemów,
5. kontroli i akceptacji zbiorów wojewódzkich i ogólnopolskich oraz tablic kontrolnych i wynikowych,
6. oceny jakości danych i kontroli kompletności zbiorów,
7. tworzenia i prowadzenia bazy wynikowych danych statystycznych,
8. opracowywania publikacji zgodnie z planem opracowań statystycznych oraz planem wydawniczym,
9. prowadzenia prac metodologicznych,
10. doskonalenia wykorzystywanych narzędzi badawczych oraz metodologii w celu podnoszenia jakości badań oraz redukcji kosztów i obciążeń respondentów,
11. obliczania pracochłonności oraz kalkulacji, rozliczania i analizowania kosztów prowadzonych badań,
12. monitorowania zmian w prawodawstwie krajowym i międzynarodowym, prowadzenia prac mających na celu dostosowanie badań do obowiązujących wymogów prawnych,
13. identyfikacji oraz oceny przydatności i możliwości wykorzystania danych administracyjnych i pozaadministracyjnych na potrzeby statystyki publicznej,
14. współpracy z innymi instytucjami i organizacjami w celu integracji i koordynacji badań statystycznych oraz pozyskiwania danych, w tym uczestnictwo w pracach zespołów międzyresortowych i w grupach ekspertów.

Urzędy statystyczne, położone w obszarach przygranicznych, zostały zobowiązane do prowadzenia na terenie województwa działalności badawczej, analitycznej i publikacyjnej w obszarze statystyki transgranicznej i euroregionalnej we współpracy z Ośrodkiem Badań Obszarów Transgranicznych i Statystyki Euroregionalnej Urzędu Statystycznego w Rzeszowie.

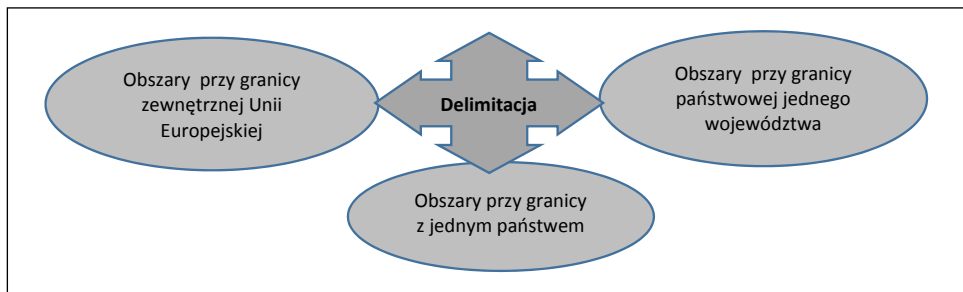
## Obszary transgraniczne w badaniach statystycznych

Granica państwa w istotny sposób wpływa na rozwój turystyki [Więckowski 2010, s. 23]. W literaturze poświęconej turystyce można znaleźć wiele terminów odnoszących się do obszarów położonych w pobliżu granic państwowych [Studzieniecki 2013, s. 276]. Często używa się określenia „obszar graniczny”, „obszar pograniczny”, „obszar przygraniczny”, „obszar nadgraniczny” lub „pogranicze” [Kamocki, Heska-Kwaśniewicz, Spis 2004, s. 186; Barwiński 2014, s. 46-48; Kłodnicki, Rusek 2003, s. 25; Brzosko-Sermak 2013, s. 22]. Nierozstrzygnięta pozostaje kwestia terminologiczna, czy wspomniane obszary mają obejmować jedno czy kilka państw [Więckowski 2004, s. 24]. Szczególnym przypadkiem pogranicza jest region transgraniczny. Termin ten oznacza obszar terytorialny wchodzący w skład dwóch lub więcej państw [Palmowski 2007, s. 17].

Turystyka na obszarach transgranicznych nazywana bywa turystyką transgraniczną [Studzieniecki 2003; Więckowski 2010; Hampton 2009; Ruszkowski 2014; Niemczyk 2010]. Brakuje jednolitej koncepcji turystyki transgranicznej, co utrudnia definiowanie i analizę zjawisk turystycznych, zachodzących na obszarach sąsiadujących z granicą państwa. Turystyka transgraniczna stanowi formę turystyki międzynarodowej [Hampton 2009, s. 14; Hajduk 2007, s. 87; Olszewski, Drózd 2013, s. 9]. Z kolei określenie „turystyka przygraniczna” odnosi się do turystyki krajowej. Dlatego określenie „turystyka na obszarach transgranicznych” wydaje się bardziej precyzyjne, a także bardziej pojemne niż określenie „turystyka transgraniczna”.

Główny Urząd Statystyczny posługuje się określeniem „obszar przygraniczny” lub „obszar nadgraniczny” w odniesieniu do obszaru obejmującego jedno państwo. W przypadku obszarów znajdujących się na terytorium co najmniej dwóch państw używa się określenia „pogranicze” lub „obszar transgraniczny”.

Analizując badania GUS, zauważa się cztery koncepcje delimitacji obszarów transgranicznych (ryc. 3).



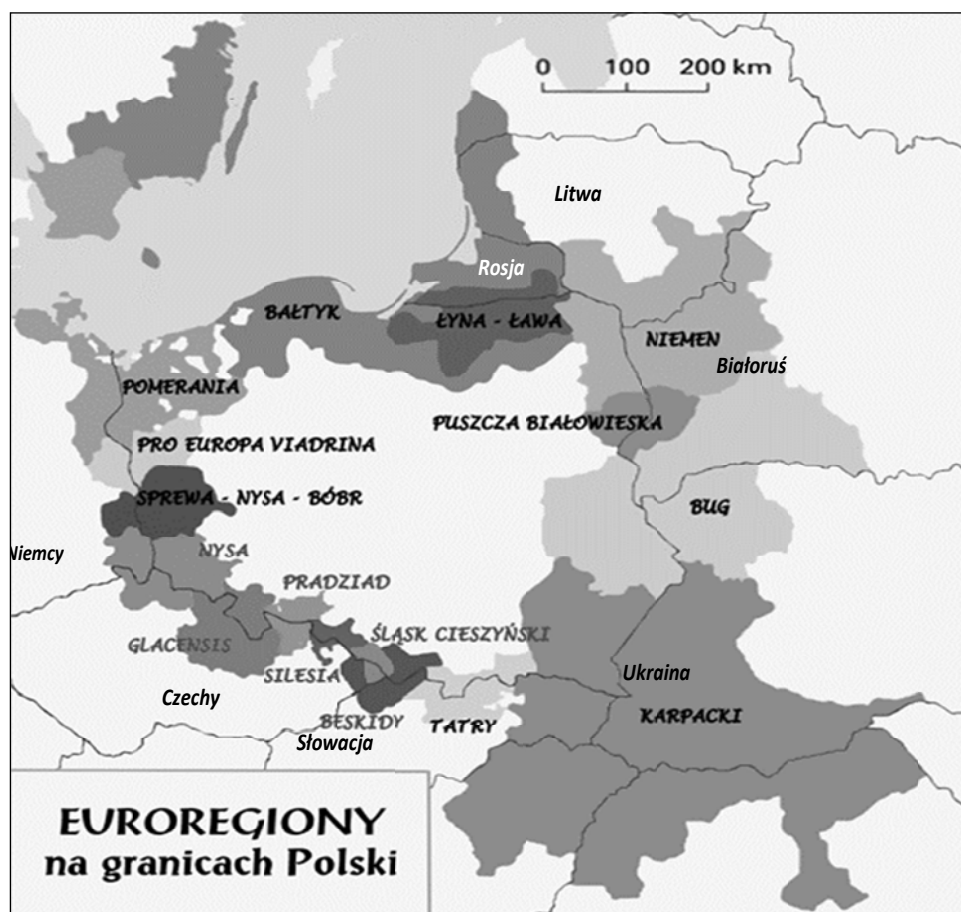
**Ryc. 3.** Koncepcje delimitacji obszarów przygranicznych w badaniach GUS

**Fig. 3.** Concepts of the delimitation of border areas in Central Statistical Office's studies

**Źródło:** Opracowanie własne / **Source:** Own elaboration.

Obszar transgraniczny, w którym powstała formalna struktura współpracy skupiająca przedstawicieli władz regionalnych i lokalnych nazywany jest euroregionem [Euroregiony 1999, s. 18]. Termin ten nie ma charakteru oficjalnego i nie występuje w oficjalnych dokumentach Unii Europejskiej. Wytyczenie granic euroregionu bywa zatem dyskusyjne. W Polsce następuje to poprzez zsumowanie powierzchni podmiotów (szczebla lokalnego i regionalnego) wchodzących w skład euroregionu [Euroregiony 2007, s. 15]. Na terenie Polski zlokalizowanych jest 16 euroregionów (ryc. 4).

W kontekście statystyki transgranicznej konieczne staje się dokonanie typologii ze względu na liczbę państw, z którymi euroregiony graniczą (tab. 3). Badania statystyczne 10 euroregionów są ułatwione, gdyż euro-



Ryc. 4. Euroregiony na granicach Polski

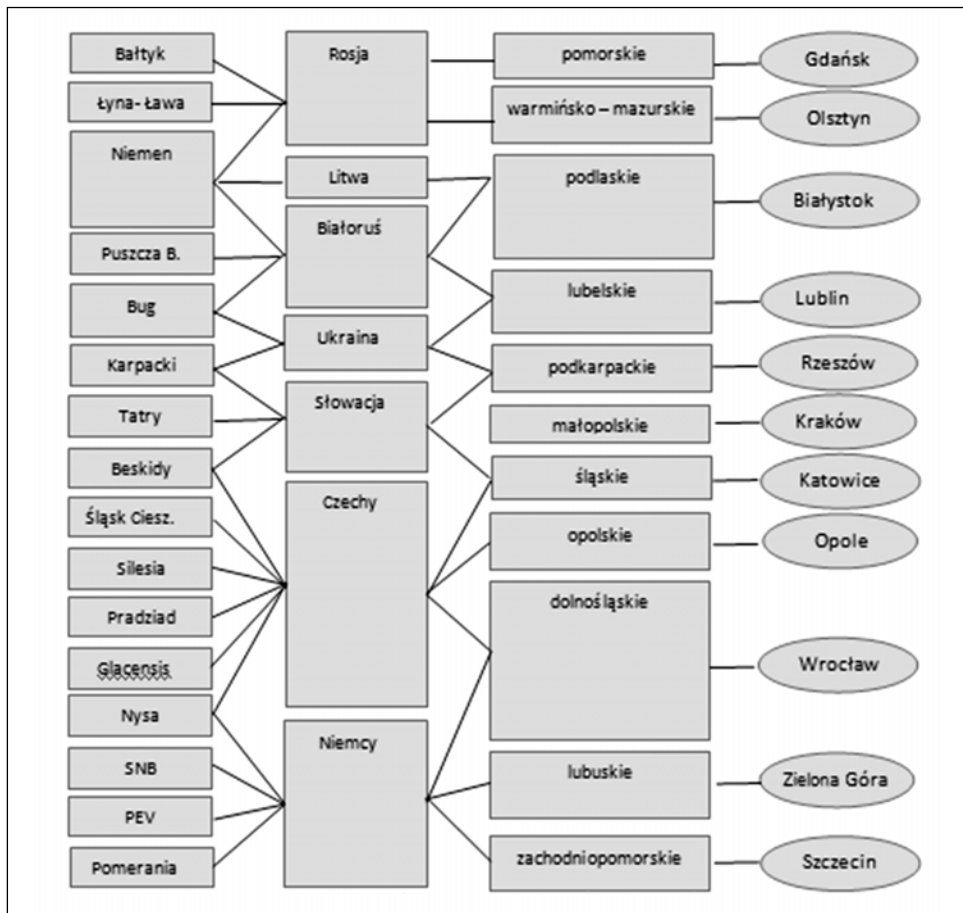
Fig. 4. Euroregions at the Polish borders

Źródło/ Source: <http://www.euroregion-silesia.pl/index,euroregiony-w-polsce,1.html> (12.01.2016).

**Tab. 3.** Podział euroregionów ze względu na liczbę państw, z którymi graniczą  
**Tab. 3.** Division of Euroregions into the number of countries with which they share borders

Euroregiony graniczące z jednym państwem	Euroregiony graniczące z dwoma państwami	Euroregiony graniczące z trzema państwami
Bałtyk, Łyna- Ława, Puszcza Białowieska, Tatry, Śląsk Cieszyński, Silesia, Pradziad, Glacensis, Sprewa-Nysa-Bóbr, Pro Europa Viadrina, Pomerania	Bug, Karpacki, Beskidy, Nysa	Niemen

**Źródło:** Opracowanie własne / **Source:** Own elaboration.



**Ryc. 5.** Powiązanie euroregionów, pograniczy, województw i urzędów statystycznych  
**Fig. 5.** Relationships among Euroregions, borderlands, provinces and statistical offices

**Źródło:** Opracowanie własne / **Source:** Own elaboration.

regiony te znajdują się na pograniczu tylko dwóch państw. W przypadku pozostałych euroregionów analiza statystyczna staje się bardziej złożona ze względu na potrzebę ujednoczenia systemów statystycznych większej liczby państw.

Statystyki transgraniczne ograniczają się zwykle do polskiej części euroregionu i części komponentów znajdujących się w państwach graniczących z Polską. Utrudnia to analizę tych euroregionów, które mają członków w państwach, z którymi Polska nie graniczy (euroregion Bałtyk, euroregion Karpacki). Podkreślić należy, że GUS stara się bariery te przewyciężyć. W przypadku euroregionu Karpackiego udało się przeprowadzić badania statystyczne obejmujące wszystkie 5 państw wchodzących w jego skład. [*Potencjał społeczno-gospodarczy euroregionu Karpackiego ... 2015*].

W statystyce publicznej wyodrębnia się obszary transgraniczne zlokalizowane na granicach wewnętrznych i zewnętrznych Unii Europejskiej. Badanie statystyczne utrudnia fakt, że wszystkie pogranicza obejmują kilka euroregionów i jednocześnie kilka województw (ryc. 5).

Powierzenie jednemu urzędowi statystycznemu prowadzenia statystyki transgranicznej pozwoliło wyeliminować wymienione wyżej trudności badawcze.

## Statystyka transgraniczna po roku 2007

System statystyki publicznej w Polsce, poprzez budowę spójnej infrastruktury informacyjnej oraz stosowanie ujednoczonej metodologii, stara się wychodzić naprzeciw rosnącemu zapotrzebowaniu na informacje o obszarach transgranicznych.

Badania statystyczne w euroregionach powadzone były nieregularnie, obejmowały zróżnicowany zakres przedmiotowy i przekrojowy. Większość informacji pokrywała się z zakresem tematycznym Banku Danych Lokalnych. Jest to największy w Polsce uporządkowany system informacyjny, obejmujący 29 kategorii, zawierający istotne dane między innymi demograficzne, społeczno-gospodarcze i środowiskowe [[http://stat.gov.pl/bdl/app/strona.html?p\\_name=indeks](http://stat.gov.pl/bdl/app/strona.html?p_name=indeks), dostęp 12 stycznia 2016 r.]. Opisywane są w nim jednostki przestrzenne zgodnie z nomenklaturą NUTS (fr. *Nomenclature des unités territoriales statistiques*; ang. *Nomenclature of Territorial Units for Statistics*):

- NUTS 0 – Kraj (Polska),
- NUTS 1 – regiony,
- NUTS 2 – województwa,
- NUTS 3 – podregiony,
- LAU 1 – powiaty,
- LAU 2 – gminy.

Opracowania poświęcone euroregionom były zróżnicowane. Zawierały dane odnoszące się do całego terytorium euroregionu lub tylko komponentów narodowych (tab. 4).

**Tab. 4.** Badania dotyczące euroregionów w Polsce

**Tab. 4.** Studies on Euroregions in Poland

<b>Euroregion</b>	<b>Tytuł</b>	<b>Data wydania</b>	<b>Badany okres</b>	<b>Zakres</b>	<b>Przekroje</b>
Bug	Przemiany demograficzne na obszarze Euroregionu Bug w latach 2003-2013	2015	2003-2013	Stan i rozmieszczenie, struktura demograficzna, ruch naturalny, ruch migracyjny, zmiany liczebne	Regiony, powiaty
	Euroregion Bug w liczbach w 2011 roku	2012	2011	Geografia, ochrona środowiska, ludność, rynek pracy, gospodarka narodowa, rolnictwo, mieszkalnictwo, szkolnictwo, ochrona zdrowia, kultura, turystyka, transport	Regiony, powiaty
	Miasta – stolice regionów w Euroregionie Bug w 2012 r.	2014	2012	Warunki naturalne, ochrona środowiska, ludność gospodarka, warunki mieszkaniowe, kultura i turystyka w Brześciu, Lublinie, Lwowie	Regiony, powiaty, miasta
Puszcza Białowieska	Euroregion Puszcza Białowieska w 2011 r.	2013	2011	Charakterystyka euroregionu, geodezja, leśnictwo, rolnictwo ochrona przyrody, ludność, warunki życia, turystyka, kultura	Polskie i białoruskie części euroregionu
Karpacki	Potencjał społeczno-gospodarczy Euroregionu Karpackiego 2008-2010	2012	2008-2010	Dane ogólne, rynek pracy, wynagrodzenia, mieszkania, turystyka, rolnictwo i leśnictwo,	Obszary przygraniczne, województwa, podregiony
	Potencjał społeczno-gospodarczy Euroregionu Karpackiego 2011-2013	2015	2011-2013	rachunki regionalne, bezpieczeństwo publiczne	

Cd. Tab. 4.

Pradziad	Euroregion Pradziad	2013	2012	Opis gmin, ludność zatrudnienie, infrastruktura, lesistość, dochody budżetu na 1 mieszkańca	Gminy euroregionu
Nysa	Rocznik Euroregionu Nysa	2011	2010	Informacje ogólne oraz szczegółowe w zakresie demografii, mieszkalnictwa, opieki medycznej, rynku pracy, kultury i turystyki gospodarki i rolnictwa.	Powiaty, części krajowe Euroregionu, Euroregion ogółem
	Cykl corocznych publikacji „Powiaty w Euroregionie Nysa”, wydawanych w latach 2008-2013			Ludność i powierzchnia, Warunki życia ludności, ochrona zdrowia i opieka społeczna, Kultura i turystyka, Podmioty gospodarcze i rynek pracy, Użytkowanie gruntów	Powiaty, części krajowe Euroregionu, Euroregion ogółem.
	Cykl corocznych publikacji „Ceny w Euroregionie Nysa” wydawanych w latach 2008-2013			Wybrane ceny detaliczne towarów i usług konsumpcyjnych, miesięczne wynagrodzenie brutto	Powiaty, części krajowe Euroregionu, Euroregion ogółem.

**Źródło:** Opracowanie własne / **Source:** Own elaboration.

Wiodącym badaniem statystycznym pogranicza stało się badanie obrotów towarów i usług w ruchu granicznym [Badanie 2009], którym objęto osoby przekraczające zewnętrzną granicę lądową Unii Europejskiej na terenie Polski, a więc cudzoziemców (mieszkających stale za granicą) opuszczających Polskę oraz Polaków (mieszkających stale w Polsce) powracających do kraju.

Badano jednak tylko osoby przekraczające granicę drogą lądową, nie uwzględniając osób przekraczających wschodnią granicę Polski drogą powietrzną. Analizowano zwłaszcza:

- wydatki cudzoziemców w Polsce oraz Polaków za granicą poniesione na zakup towarów,
- oraz pozostałe wydatki (np. usługi turystyczne),
- odległość od granicy miejsca zamieszkania oraz miejsca dokonania zakupów,
- częstotliwość przekraczania granicy,



**Tab. 5.** Badania dotyczące pograniczy w Polsce  
**Tab. 5.** Studies on borderlands in Poland

Obszar	Tytuł	Data wydania	Okres	Zakres	Przekroje
Pogranicze polsko-rosyjskie	Gdańsk-Sankt Petersburg-Kaliningrad liczby i fakty	2011	2000-2009	Dane ogólne, środowisko, bezpieczeństwo publiczne, ludność, rynek pracy, mieszkalnictwo, edukacja, zdrowie, kultura i turystyka, handel i ceny, przemysł, transport, inwestycje	Miasta Gdańsk, Kaliningrad, Sankt Petersburg
	Rynek pracy w Sankt Petersburgu, obwodzie kaliningradzkim i województwie pomorskim	2013	2000-2010	Rynek pracy (sekcje PKD 2007, status zatrudnienia, płęć)	Sankt Petersburg obwód kaliningradzki województwo pomorskie
	Sytuacja demograficzna w Gdańsku, Sankt Petersburgu i Kaliningradzie	2014	2002, 2005, 2010-2012	Ludność, ruch naturalny, wykształcenie, płodność, zgony	Gdańsk, Sankt Petersburg, Kaliningrad
	Obwód kaliningradzki i województwo warmińsko-mazurskie w latach 2015	2015	2014	Dane ogólne i ochrona środowiska, ludność, warunki życia ludności (rynek pracy, ceny, budżety gospodarstw domowych, mieszkania, ochrona zdrowia, edukacja, turystyka, kultura) infrastruktura techniczna, gospodarka ruch graniczny	Obwód kaliningradzki i województwo pomorskie
Pogranicze polsko-czeskie	Pogranicze polsko-czeskie w liczbach	2009	2008	Dane ogólne, ludność, warunki życia, kultura, turystyka, gospodarka	Pogranicze, część polska i czeska pogranicza, powiaty
Pogranicze polsko-słowackie	Biuletyn Statystyczny Województwa Podkarpackiego, Regionu Preszowskiego i Koszyckiego.	2008	2006	Dane ogólne, ochrona środowiska, rynek pracy, podmioty gospodarki narodowej, mieszkalnictwo, turystyka, rolnictwo, bezpieczeństwo publiczne	Regiony, podregiony

Cd. Tab. 5.

Pogranicze polsko-ukraińskie	Opracowania sygnałne wydane w latach 2008 – 2009. Niektóre opracowania ukazywały przez dwa lata inne były opracowaniami jednorazowymi. Dotyczyły one zazwyczaj jednego roku (2007-2008), czasami kwartału	Charakterystyka powiatów, podmioty gospodarki narodowej, rynek pracy, turystyka, ochrona zdrowia, ochrona środowiska, Stan, ruch naturalny i migracje ludności, budżety gmin			
	Badanie zjawisk społeczno-gospodarczych na obszarach przygranicznych w kontekście umowy o małym ruchu granicznym pomiędzy Polską a Ukrainą	2009	2006-2009	prezentacja dotychczasowych opracowań	
	Pogranicze polsko-ukraińskie. Województwo podkarpackie i lubelskie	2008	2006-2007	Powierzchnia i ludność, rynek pracy, wynagrodzenia, stan i ochrona środowiska, handel, edukacja i wychowanie, infrastruktura komunalna, mieszkania, finanse publiczne	Województwa, podregiony, powiaty, gminy
	Analiza sytuacji społeczno-gospodarczej pogranicza polsko-ukraińskiego	2009		Informacje z zakresu sytuacji demograficznej, podmiotów gospodarki narodowej, rynku pracy, turystyki, ochrony środowiska, ochrony zdrowia czy budżetów gmin	Pogranicze, województwa, gminy (prezentacja danych tylko w formie granicznej)
	Ruch graniczny oraz przepływy towarów i usług na granicy polsko-ukraińskiej w 2009	2010	2009	Informacje dotyczące wysokości i struktury wydatków poniesionych w Polsce przez cudzoziemców i Polaków za granicą, charakterystyki i natężenia ruchu granicznego i jego struktury, częstotliwości przekraczania granicy, delimitacja obszarów oddziaływania granicy	Pogranicze, państwa, województwa przejścia graniczne

Cd. Tab. 5.

Pogranicze polsko-białoruskie	Obwód grodzieński i województwo podlaskie w 2008 r.	2010	2008	Dane ogólne, ludność, ochrona środowiska rynek pracy, szkolnictwo, ochrona zdrowia, turystyka, transport, wskaźniki ekonomiczne	Województwa (Obwód grodzieński i województwo podlaskie)
	Obwód grodzieński i województwo podlaskie w 2012 r.	2014	2012		
Pogranicze polsko-białoruskie w 2010 r	Pogranicze polsko-białoruskie w 2010 r	2013	2000-2010	Prezentacja województw, dane ogólne, leśnictwo, ochrona środowiska, ludność, bezpieczeństwo publiczne, rynek pracy, mieszkalnictwo, szkolnictwo, kultura, turystyka, transport, wybrane wskaźniki,	Województwa (Obwód grodzieński, brzeski województwo podlaskie, lubelskie)
	Grodno i Białystok w 2009 r	2011	2009	Dane ogólne, leśnictwo, ochrona środowiska, ludność, bezpieczeństwo publiczne, rynek pracy, mieszkalnictwo, szkolnictwo, kultura, turystyka, transport	Miasta
Pogranicze polsko-niemieckie	Białystok i Grodno w 2013 r.	2015	2013		
	Pogranicze polsko-niemieckie 2012 w liczbach	2014	2012	Demografia, rynek pracy, zatrudnienie, bezrobocie, wynagrodzenia, – produkt krajowy brutto, – użytkowanie gruntów rolnych i leśnych	Województwa Polski Zachodniej i landy Wschodnich Niemiec
Pogranicze polsko-niemiecko-czeskie	Pogranicze polsko-niemiecko – czeskie	2010	2008	Ludność, mieszkalnictwo, opieka zdrowotna, kultura, turystyka, rynek pracy, bezpieczeństwo	Województwa (landy, kraje)
Pogranicze polsko-słowacko-ukraińskie	Pogranicze polsko – słowacko ukraińskie	2009	2006-2007	Dane z zakresu sytuacji demograficznej, ochrony środowiska, rynku pracy, podmiotów gospodarki narodowej, produktu krajowego brutto, rolnictwa, turystyki	Pogranicze, województwa, podregiony
Obszary przygraniczne zewnętrznej granicy Unii Europejskiej	Opracowania sygnałne wydane w latach 2010 – 2014. Obejmowały one zagadnienia powierzchni, ludności, podmiotów gospodarki narodowej które opracowania ukazywały przez kilka lat, inne były opracowaniami jednorazowymi. Dotyczyły one zazwyczaj jednego roku, (okres 2009-2013).				
	Badania transgraniczne na wschodniej granicy Polski	2009	2008-2009	Prezentacja metodologii i zakres prowadzonych badań	Pogranicze polsko – ukraińskie oraz polsko białoruskie

Cd. Tab. 5.

	Monitoring zjawisk społeczno- gospodarczych na obszarach przygranicznych.	2012	2006-2011	Zestawienie dotychczasowych publikacji dotyczących euroregionów i obszarów transgranicznych	-
	Cykl opracowań „Zmiany strukturalne grup podmiotów gospodarki narodowej na obszarach przygranicznych przy zewnętrznej granicy Unii Europejskiej na terenie Polski” wydawane w latach 2011-2015, obejmujących lata 2010-2014			Dane z zakresu podmiotów gospodarki narodowej według wybranych form prawnych, rodzajów działalności oraz liczby pracujących. Informacje podano w przekrojach uwzględniających	Pogranicza, województwa, powiaty oraz gminy.

**Źródło:** Opracowanie własne / **Source:** Own elaboration.

- cel i długość pobytu,
- kraj zamieszkania (w przypadku cudzoziemców),
- kraj pobytu – w przypadku Polaków<sup>1</sup>.

Po roku 2007 ukazało się kilkadziesiąt opracowań. Obejmowały one wszystkie pogranicza oprócz polsko-litewskiego. Podobnie, jak w przypadku euroregionów, badania powadzone były nieregularnie, obejmowały zróżnicowany zakres przedmiotowy i przekrojowy (tab. 5).

W 2008 roku powstał system informacji o obszarach transgranicznych „Cross-Border Friendship Database (CBFD)”. System poprzez witrynę internetową umożliwia uzyskanie wybranych informacji statystyki transgranicznej. Opiera się on na współpracy urzędów statystycznych Polski, Czech i Niemiec [Cross-Border Friendship Database (CBFD) 2012]. Zawiera podstawowe informacje o wybranych euroregionach (tab. 6) zlokalizowanych na terenie Polski, Czech i Niemiec, dotyczące zagadnień takich jak: terytorium, ludność, gospodarka, rynek pracy, edukacja i wychowanie, kultura, ochrona zdrowia, mieszkania, ochrona środowiska, wybory komunalne. Informacje prezentowane są na poziomie państw, województw, powiatów i gmin.

**Tab. 6.** Euroregiony w systemie “Cross-Border Friendship Database (CBFD)”

**Tab. 6.** Euroregions in the system of “Cross-Border Friendship Database (CBFD)”

Euroregiony w Czechach	Euroregiony w Polsce	Euroregiony w Niemczech
Euroregion Beskidy	Euroregion Beskidy	Euroregion Elbe/Labe
Euroregion Białe Karpaty	Euroregion Glacensis	Euroregion Erzgebirge –
Euroregion Elbe/Labe	Euroregion Śląsk	Krušnohoří
Euroregion Erzgebirge –	Cieszyński	Euroregion Euregio Egrensis
Krušnohoří	Euroregion Nysa	Euroregion Nysa
Euroregion Euregio	Euroregion Pradziad	Euroregion Szumawa
Egrensis	Euroregion Silesia	
Euroregion Glacensis		
Euroregion Śląsk		
Cieszyński		
Euroregion Nysa		
Euroregion Pomoravi		
Euroregion Pradziad		
Euroregion Silesia		
Euroregion Silva Nortica		

**Źródło/Source:** [<http://apl.czso.cz/cbfd/> (12.01.2016)].

System ten w przyszłości mógłby znaleźć zastosowanie w przypadku innych euroregionów. Niestety jest on niekompletny i niespójny [<http://apl.czso.cz/cbfd/> dostęp 12 stycznia 2016 r.]. W niektórych przypadkach brakuje danych lub dane obejmują różne okresy. Uniemożliwia to analizy porównawcze poszczególnych państw i euroregionów.

<sup>1</sup> Ponadto cudzoziemców pytano także o posiadanie Karty Polaka.

## Statystyka turystyki po roku 2007

Badania turystyki w ramach systemu statystyki publicznej realizowane są w Polsce od 1972 roku. Do roku 1988 badano jedynie aktywność turystyczną mieszkańców Polski. W 1988 rozpoczęto badania wydatków cudzoziemców w Polsce oraz badania koniunktury w sektorze usług turystycznych. Badania cudzoziemców przyjeżdżających do Polski podjęto dopiero w latach dziewięćdziesiątych [Informacja 2010a]. Po 2008 roku w różnych latach realizowano 8 programów:

- 1.30.03 – Baza noclegowa turystyki i jej wykorzystanie,
- 1.30.05 – Turystyka zagraniczna,
- 1.30.06 – Aktywność turystyczna Polaków,
- 1.30.11 – Ruch graniczny,
- 1.30.14 – Turystyka i wypoczynek w gospodarstwach domowych,
- 1.30.16 – Działalność wybranych organizacji powiązanych z turystyką,
- 1.30.17 – Podróże nierezydentów do Polski. Ruch pojazdów i osób na granicy Polski z krajami Unii Europejskiej,
- 1.30.18 – Uczestnictwo mieszkańców Polski (rezydentów) w podróżach.

Nowe programy badawcze 1.30.17 oraz 1.30.18 pojawiły się w programach badań statystycznych statystyki publicznej na lata 2015 i 2016 (tab. 7). Zastąpiły one badania „Turystyka zagraniczna” (1.30.05) oraz „Aktywność turystyczna Polaków” (1.30.06).

**Tab. 7.** Programy badawcze statystyki publicznej z zakresu turystyki na lata 2008-2016

**Tab. 7.** Research programmes of official statistics on tourism for the years 2008-2016

Lp.	Symbol badania	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
1.	1.30.03	+	+	+	+	+	+	+	+	+
2.	1.30.05	+	+	+	+	+	+	+		
3.	1.30.06	+	+	+	+	+	+	+		
4.	1.30.11	+	+	+	+	+	+	+	+	+
5.	1.30.14		+				+			
6.	1.30.16				+	+	+	+	+	+
7.	1.30.17								+	+
8.	1.30.18								+	+

**Źródło:** Opracowanie własne / **Source:** Own elaboration.

W latach 2008-2015 ukazało się 10 różnych publikacji, przy czym podkreślić należy, że w roku 2009 informacje statystyczne znajdowały się aż w 9 publikacjach (tab. 8). Jednak jedyną publikacją, ukazującą się nieprzerwanie jest „Turystyka w roku...”

**Tab. 8.** Publikacje statystyki publicznej z zakresu turystyki na lata 2008-2015

**Tab. 8.** Tourism publications of official statistics for the years 2008-2015

Lp.	Publikacja	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
1.	Turystyka w roku...	+	+	+	+	+	+	+	+
2.	Zagraniczna turystyka przyjazdowa do Polski w roku...	+	+	+	+	+	+	+	
3.	Wydatki cudzoziemców w Polsce w roku...	+	+	+	+	+	+	+	
4.	Podróże Polaków w roku...	+	+	+	+	+	+	+	
5.	Krajowe i zagraniczne wyjazdy Polaków w roku...	+	+	+	+				
6.	Uczestnictwo Polaków w wyjazdach turystycznych w roku...	+	+	+	+	+	+	+	
7.	Aktywność turystyczna dzieci i młodzieży w roku...	+	+	+	+	+	+	+	
8.	Wydatki Polaków za granicą w roku...	+	+	+	+	+	+	+	
9.	Turystyka i wypoczynek w gospodarstwach domowych w roku...		+				+		
10.	Ruch graniczny oraz wydatki cudzoziemców w Polsce w roku...								+

**Źródło:** Opracowanie własne / **Source:** Own elaboration.

**Tab. 9.** Plan badań statystyki publicznej z zakresu turystyki na lata 2015-2016  
**Tab. 9.** Plan of studying official statistics in terms of tourism for the years 2015-2016

Rok	Symbol i nazwa	Publikacja roczna	Tablice wynikowe, opracowania sygnałowe, inne
2015	1.30.03 Baza noclegowa turystyki i jej wykorzystanie	„ <i>Turystyka w 2015r.</i> ”	<b>Tablice wynikowe</b> podstawowe miesięczne – Internet <b>Komunikaty</b> miesięczne dotyczące obiektów świadczących usługi noclegowe i ich wykorzystanie, w tym tablica: <i>Turyści zagraniczni według krajów zamieszkania (korzystający, udzielone noclegi)</i> <b>Zasoby organizacji międzynarodowych</b> Eurostat, UNWTO, OECD
	1.30.11 Ruch graniczny		
	1.30.16 Działalność wybranych organizacji powiązanych z turystyką		
	1.30.17 Podróże nierezydentów do Polski. Ruch pojazdów i osób na granicy Polski z krajami Unii Europejskiej	„ <i>Ruch graniczny oraz wydatki cudzoziemców w Polsce i Polaków za granicą w 2015 r.</i> ”	<b>Tablice wynikowe</b> kwartalne – forma elektroniczna <b>Opracowania sygnałowe</b> „ <i>Ruch graniczny oraz wydatki cudzoziemców w Polsce i Polaków za granicą</i> ” – informacje kwartalne: <b>Komunikaty</b> Podróże w poszczególnych kwartałach 2015 r. (informacje kwartalne) <b>Zasoby organizacji międzynarodowych</b> Eurostat
	1.30.18 Uczestnictwo mieszkańców Polski (rezydentów) w podróżach		
2016	1.30.03 Baza noclegowa turystyki i jej wykorzystanie	„ <i>Turystyka w 2016 r.</i> ”	<b>Tablice wynikowe</b> podstawowe miesięczne <b>Komunikaty</b> miesięczne dotyczące obiektów świadczących usługi noclegowe i ich wykorzystanie, w tym tablica: <i>Turyści zagraniczni według krajów zamieszkania (korzystający, udzielone noclegi)</i> – Internet,
	1.30.11 Ruch graniczny		<b>Tablice wynikowe</b> miesięczne <i>Ruch na granicach Polski będących jednocześnie zewnętrzną granicą UE</i> <b>Komunikaty</b> Szacunkowa liczba osób przekraczających granice Polski z krajami UE – informacje kwartalne
	1.30.16 Działalność wybranych organizacji powiązanych z turystyką		



Cd. Tab. 9.

1.30.17 Podróże nierezydentów do Polski. Ruch pojazdów i osób na granicy Polski z krajami Unii Europejskiej		„ <i>Ruch graniczny oraz wydatki cudzoziemców w Polsce i Polaków za granicą w 2016 r.</i> ”	<b>Tablice wynikowe</b> kwartalne – forma elektroniczna <b>Opracowania sygnałne</b> <i>Ruch graniczny oraz wydatki cudzoziemców w Polsce i Polaków za granicą</i> – informacje kwartalne:
1.30.18 Uczestnictwo mieszkańców Polski (rezydentów) w podróżach		„ <i>Turystyka w 2016 r.</i> ”	<b>Komunikaty</b> Podróże w poszczególnych kwartałach 2016 r. <b>Zasoby organizacji międzynarodowych</b> – Eurostat

Źródło: Opracowanie własne / Source: Own elaboration.

W wyniku reorganizacji systemu statystyki publicznej zaplanowano, że w latach 2015 i 2016 ukażą się tylko 2 publikacje (tab. 9). Podobnie jak w latach poprzednich, zaplanowano wydanie w formie papierowej lub elektronicznej tablic wynikowych, komunikatów i opracowań sygnałnych. Należy zauważyć, że publikacja „Turystyka w 2016 roku” ma prezentować wyniki wszystkich programów badawczych.

## Wnioski

Interdyscyplinarne badania turystyki na obszarach transgranicznych wymagają rzetelnych, aktualnych i porównywalnych danych statystycznych. System statystyki publicznej, powiązany z Europejskim Systemem Statystycznym, w coraz większym stopniu wychodzi naprzeciw tym potrzebom. Znajduje to odzwierciedlenie w corocznych programach badań statystyki publicznej. Wzrasta systematycznie liczba publikacji poświęconych obszarom transgranicznym. Wejście Polski do strefy Schengen spowodowało potrzebę opracowania oddzielnych metodologii dla obszarów znajdujących się przy granicy wewnętrznej i zewnętrznej Unii Europejskiej.

Reorganizacja systemu statystycznego korzystnie wpływa na rozwój statystyki turystyki na obszarach transgranicznych, co pozwala na skoordynowanie rozproszonych do tej pory prac. W Urzędzie Statystycznym w Rzeszowie powołano dwa najważniejsze ośrodki dla turystyki na obszarach transgranicznych: Ośrodek Badań Obszarów Transgranicznych i Statystyki Euroregionalnej oraz Ośrodek Statystyki Sportu i Turystyki.

Nierozwiązanym problemem pozostaje brak kompatybilności badań statystycznych w różnych obszarach transgranicznych. Tylko o kilku euroregionach wydano publikacje statystyczne. Zakres tematyczny tych badań, w kontekście turystyki ogranicza się zwykle do analizy obiektów turystycznych i ich wykorzystania przez podróżnych. Wskazane byłoby powiązanie

badania euroregionalnych z innymi badaniami transgranicznymi. Badania turystyki w euroregionach powinny obejmować nie tylko obszary graniczące z Polską, ale także pozostałe obszary wchodzące w skład tych euroregionów. Polityka spójności Unii Europejskiej przyczynia się do powstawania nowych regionów ponadnarodowych. Są nimi między innymi makroregiony Unii Europejskiej oraz Europejskie Ugrupowania Współpracy Terytorialnej. Obszary te pełnią funkcję turystyczną. Byłoby wskazane, by problematyka ta znalazła odzwierciedlenie w badaniach statystycznych w ramach projektu „Statystyka dla spójności” [Statystyka Publiczna 2015, s. 20].

Brakuje informacji statystycznych w układzie obszarów kwalifikowanych programów Europejskiej Współpracy Terytorialnej. W przyszłości badania statystyczne powinny obejmować wszystkie jednostki przestrzenne NUTS (regiony, województwa, podregiony, powiaty i gminy). Wyniki badań ruchu granicznego powinny być prezentowane w układzie miesięcznym, a nie tylko kwartalnym. Dane dotyczące wykorzystania bazy noclegowej powinny być bardziej szczegółowe i zdezagregowane. Aktualnie system statystyki publicznej jedynie częściowo bada aspekty ekonomiczne małego ruchu granicznego. Brakuje analiz ekonomicznych tego zjawiska od strony podażowej. Pozytywnie ocenić należy wprowadzanie nowych badań statystycznych, takich jak „Podróże nierezydentów do Polski. Ruch pojazdów i osób na granicy Polski z krajami Unii Europejskiej”, „Uczestnictwo mieszkańców Polski (rezydentów) w podróżach”. W badaniach ruchu osobowego wykorzystuje się kluczowe źródła informacji (statystyczne bazy danych, oficjalne rejestry, administracyjne źródła danych, rejestry bankowe, automatyczne pomiary ruchu, Big Data) oraz stosuje się innowacyjne rozwiązania metodyczne (zmodyfikowane metody estymacji, kalibracji wag, technik zbierania ankiet) [Statystyka Publiczna 2015, s. 13]. Od roku 2016 ukazywać się będzie jedna publikacja prezentująca wyniki wszystkich badań w zakresie statystyki turystyki.

Niewykorzystany pozostaje system informacji o obszarach transgranicznych „Cross-Border Friendship Database (CBFD)”, który obejmuje w chwili obecnej jedynie pogranicze polsko-czesko-niemieckie, zawiera wiele informacji niekompletnych i nieaktualnych. Uznać jednak można, że system ten w przyszłości mógłby objąć całokształt zagadnień dotyczących turystyki na obszarach transgranicznych w Polsce. Wymaga to jednak finansów i stosownych decyzji politycznych.

## Bibliografia

- Armiomov I. (2014), *Транскордонна статистика як інструмент управління регіональним розвитком*, „Науковий вісник Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки”, nr 7, s. 111-116.

- Badanie obszarów przygranicznych. Badanie obrotów towarów i usług w ruchu granicznym. Zeszyt metodologiczny zaopiniowany przez Komisję Metodologiczną GUS* (2009), GUS, Rzeszów.
- Barwiński M. (2014), *Pogranicze jako przedmiot badań geografii politycznej*, „Pogranicze. Polish Borderlands Studies”, t. 2, nr 1, s. 46-48.
- Bielecka A. (2011), *Statystyka dla menedżerów. Teoria i praktyka*, Wolters Kluwer Polska Sp. z o.o., Warszawa.
- Borys T. (1999), *Obszary transgraniczne w statystyce regionalnej*, Główny Urząd Statystyczny, Warszawa.
- Brzosko-Sermak A. (2013), *Hierarchia i problemy demograficzne miast wschodniego pogranicza Polski*, [w:] Raźniak P., red., *Społeczno-ekonomiczne przemiany regionów*, Oficyna Wydawnicza AFM, Kraków, s. 21-43.
- Chomicz R., Batyk I. (2012), *Pomiar wielkości ruchu w turystyce żeglarskiej na szlaku wielkich jezior mazurskich – stan na 2012 r.*, „Journal of Health Sciences”, nr (2) 6, s. 71-79
- Cross-Border Friendship Database (CBFD)* (2010), Statistical Office of the Free State of Saxony, Kamenz.
- Dziedzic E., Skalska T., (2012), *Ekonomiczne uwarunkowania rozwoju usług turystycznych w Polsce*, Stowarzyszenie na Rzecz Badania, Rozwoju i Promocji Turystyki, Warszawa.
- Euroregiony w nowym podziale terytorialnym Polski* (1999), Główny Urząd Statystyczny/Urząd Statystyczny we Wrocławiu, Warszawa – Wrocław.
- Hampton M. (2009), *The Socio-economic Impacts of Singaporean Cross-border Tourism in Malaysia and Indonesia*, Kent Business School Working Paper no. 184., s. 2-24.
- Euroregiony na granicach Polski 2007* (2007), Urząd Statystyczny we Wrocławiu, Wrocław.
- Hajduk S. (2007), *Szlaki turystyczne jako element integracji regionów transgranicznych*, „Człowiek i Środowisko”, nr 31 (3-4), s. 87-105.
- Henzler M. (2013), *Czy GUS jest jeszcze Polakom potrzebny?* [w:] „Polityka”, wydanie z 2 kwietnia 2013 r.
- Informacja na temat: badania i statystyka w gospodarce turystycznej* (2010a), Ministerstwo Sportu i Turystyki, Warszawa.
- Informacja na temat spotkania Prezesów Głównych Urzędów Statystycznych Polski, Niemiec i Czech w Zielonej Górze w dniach 25 i 26 października 2010 r.* (2010b), Główny Urząd Statystyczny, Warszawa.
- Iwasiewicz A. (2011), *Rola statystyki w życiu społeczeństwa i funkcjonowaniu państwa* „Państwo i społeczeństwo”, nr 2, s. 105-135.
- Kamocki J., Heska-Kwaśniewicz K., Spis A. (2004), *Polska – Niemcy: pogranicze kulturowe i etniczne*, Polskie Towarzystwo Ludowe, Wrocław – Poznań.
- Kierunki rozwoju polskiej statystyki publicznej do 2017 roku* (2012), Główny Urząd Statystyczny, Warszawa.

- Kłodnicki Z., Rusek H. (2003), *Pogranicza kulturowe i etniczne w Polsce*. Polskie Towarzystwo Ludowe, Wrocław – Poznań.
- Michalski T. (2008), *Statystyka*, Wydawnictwa Szkolne i Pedagogiczne Spółka Akcyjna, Warszawa.
- Metodyczne i praktyczne problemy statystyki euroregionów* (1994), Główny Urząd Statystyczny. Wojewódzki Urząd Statystyczny w Jeleniej Górze, Warszawa – Jelenia Góra.
- Monitoring zjawisk społeczno gospodarczych na obszarach przygranicznych. Zewnętrzna granica Unii Europejskiej na terenie Polski* (2014), Główny Urząd Statystyczny/Urząd Statystyczny w Rzeszowie, Warszawa – Rzeszów.
- Niemczyk A. (2010), *Turystyka transgraniczna w powiecie nowosądeckim – szanse i zagrożenia*, „Sądeckie Zeszyty Naukowe,” nr 1, s. 6-87.
- Niewiadomska E. (2012), *Systemy informacyjne administracji publicznej*, „Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego”, nr 721, s. 211-220.
- Olszewski J., Drózd R. (2007), *Działania wybranych euroregionów w Polsce w zakresie turystyki*, „Zeszyty Naukowe Wyższej Szkoły Turystyki i Ekologii w Suchej Beskidzkiej”, nr 4, s. 5-23
- Ostasiewicz W. (2011), *Badania Statystyczne*, Wolters Kluwer Polska Sp. z o.o., Warszawa.
- Palmowski T. (2007), *Współpraca transgraniczna*, [w:] Palmowski T., red., *Pogranicze polsko rosyjskie. Problemy współpracy transgranicznej z Obwodem Kaliningradzkim*, Uniwersytet Gdański, Gdynia – Pelpin.
- Peyrony J. (2014), *Towards multi-level observation of cross-border territories* [w:] *The MOT guides. Observation of cross-border territories, Mission Opérationnelle Transfrontalière*, Paris.
- Potencjał społeczno-gospodarczy Euroregionu Karpackiego 2011-2013* (2015), Urząd Statystyczny w Rzeszowie, Rzeszów.
- Rocznik Euroregionu Nysa 2011* (2011), Urząd Statystyczny we Wrocławiu, Czeski Urząd Statystyczny Przedstawicielstwo Okręgowe w Libercu, Krajowy Urząd Statystyczny Saksonii, Wrocław-Liberec-Kamenz.
- Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (WE) nr 223/2009 z dnia 11 marca 2009 r. w sprawie statystyki europejskiej oraz uchylające rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (WE, Euratom) nr 1101/2008 w sprawie przekazywania do Urzędu Statystycznego Wspólnot Europejskich danych statystycznych objętych zasadą poufności, rozporządzenie Rady (WE) nr 322/97 w sprawie statystyk Wspólnoty oraz decyzję Rady 89/382/EWG, Euratom w sprawie ustanowienia Komitetu ds. Programów Statystycznych Wspólnot Europejskich, Dz. U. L 87 z 31 marca 2009 r.
- Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) nr 99/2013 z dnia 15 stycznia 2013 r. w sprawie Europejskiego programu statystycznego 2013–2017, Dz. Urz. UE L 39/12 z 9 lutego 2013 r.

- Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2015/759 z dnia 29 kwietnia 2015 r. zmieniające rozporządzenie (WE) nr 223/2009 w sprawie statystyki europejskiej, Dz. Urz. UE L 123 z 19 maja 2015 r.
- Rozporządzenia Rady Ministrów z dnia 9 października 2007 r. w sprawie programu badań statystycznych statystyki publicznej na rok 2008, Dz. U. Nr 210, poz. 1521.
- Rozporządzenie Rady Ministrów z dnia 27 listopada 2008 r. w sprawie programu badań statystycznych statystyki publicznej na rok 2009, Dz. U. Nr 221, poz. 1436.
- Rozporządzenie Rady Ministrów z dnia 8 grudnia 2009 r. w sprawie programu badań statystycznych statystyki publicznej na rok 2010, Dz. U. z 2010 r. Nr 3, poz. 14.
- Rozporządzenia Rady Ministrów z dnia 9 listopada 2010 r. w sprawie programu badań statystycznych statystyki publicznej na rok 2011, Dz. U. z 2010 r. Nr 239, poz. 1594.
- Rozporządzenie Rady Ministrów z dnia 22 lipca 2011 r. w sprawie programu badań statystycznych statystyki publicznej na rok 2012, Dz. U. Nr 173, poz. 1030.
- Rozporządzenie Rady Ministrów z dnia 9 listopada 2012 r. w sprawie programu badań statystycznych statystyki publicznej na rok 2013, Dz. U. z 2012 r. poz. 1391.
- Rozporządzenie Rady Ministrów z dnia 9 sierpnia 2013 r. w sprawie programu badań statystycznych statystyki publicznej na rok 2014, Dz. U. z 2013 r. poz. 1159.
- Rozporządzenie Rady Ministrów z dnia 27 sierpnia 2014 r. w sprawie programu badań statystycznych statystyki publicznej na rok 2015, Dz. U. z 2014 r. poz. 1330.
- Rozporządzenia Rady Ministrów z dnia 21 lipca 2015 r. w sprawie programu badań statystycznych statystyki publicznej na rok 2016, Dz. U. z 2015 r. poz. 1304.
- Ruch graniczny oraz wydatki cudzoziemców w Polsce i Polaków za granicą* (2015), Główny Urząd Statystyczny/Urząd Statystyczny w Rzeszowie, Warszawa – Rzeszów.
- Ruszkowski J. (2014), *Turystyka transgraniczna jako narzędzie budowania współpracy*, „Ekonomiczne Problemy Turystyki” 3 (37), Zeszyt naukowy nr 807, s. 259-276.
- Statystyka publiczna – współczesne oblicze.* (2015), Główny Urząd Statystyczny, Warszawa.
- Studzieniecki T. (2003), *Turystyka transgraniczna – próba definicji i interpretacji* [w:] *Unia Europejska a przyszłość polskiej turystyki*, Szkoła Główna Handlowa, Warszawa.
- Studzieniecki T. (2013), *Współpraca na rzecz rozwoju turystyki na pograniczu polsko-rosyjskim*, „Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu”, t. 303, s. 276-284.

- Turystyka w Euroregionie Neisse- Nisa -Nysa* (2001), Urząd Statystyczny we Wrocławiu, Czeski Urząd Statystyczny Przedstawicielstwo Okręgowe w Libercu, Krajowy Urząd Statystyczny Saksonii, Wrocław-Liberec-Kamenz. Ustawa z dnia 29 czerwca 1995 r. o statystyce publicznej, (Dz. U. 1995, nr 88, poz. 439, z późn. zm.).
- Więckowski M. (2004), *Przyrodnicze uwarunkowania kształtowania się polsko-słowackich więzi transgranicznych*, Polska Akademia Nauk. Instytut Geografii i Przestrzennego Zagospodarowania, Warszawa.
- Więckowski M. (2010), *Turystyka na obszarach przygranicznych Polski*, Polska Akademia Nauk – Instytut Przestrzennego Zagospodarowania Kraju, Warszawa.
- Witkowski J. (2010), *Rola statystyki publicznej we współczesnym świecie*, „Wiadomości Statystyczne”, nr 2 (585), s. 1-17.
- Zarządzenie nr 5 Prezesa Głównego Urzędu Statystycznego z dnia 4 marca 2010 r. w sprawie nadania statutu Urzędowi Statystycznemu w Opolu, Dz. Urz. GUS Nr 3, poz.15.
- Zarządzenie nr 9 Prezesa Głównego Urzędu Statystycznego z dnia 19 kwietnia 2010 r. w sprawie nadania statutu Urzędowi Statystycznemu we Wrocławiu, Dz. Urz. GUS Nr 4, poz. 24.
- Zarządzenie nr 13 Prezesa Głównego Urzędu Statystycznego z dnia 17 czerwca 2010 r. w sprawie nadania statutu Urzędowi Statystycznemu w Lublinie, Dz. Urz. GUS poz. 38.
- Zarządzenie nr 2 Prezesa Głównego Urzędu Statystycznego z dnia 22 lutego 2012 r. w sprawie nadania statutu Urzędowi Statystycznemu w Bydgoszczy, Dz. Urz. GUS poz. 10.
- Zarządzenie nr 4 Prezesa Głównego Urzędu Statystycznego z dnia 21 marca 2012 r. w sprawie nadania statutu Urzędowi Statystycznemu w Opolu, Dz. Urz. GUS poz. 14.
- Zarządzenie nr 5 Prezesa Głównego Urzędu Statystycznego z dnia 21 marca 2012 r. w sprawie nadania statutu Urzędowi Statystycznemu w Krakowie, Dz. Urz. GUS poz. 15.
- Zarządzenie nr 6 Prezesa Głównego Urzędu Statystycznego z dnia 21 marca 2012 r. w sprawie nadania statutu Urzędowi Statystycznemu w Kielcach, Dz. Urz. GUS poz. 16.
- Zarządzenie nr 8 Prezesa Głównego Urzędu Statystycznego z dnia 18 czerwca 2012 r. w sprawie nadania statutu Urzędowi Statystycznemu w Zielonej Górze, Dz. Urz. GUS poz. 26.
- Zarządzenie nr 9 Prezesa Głównego Urzędu Statystycznego z dnia 18 czerwca 2012 r. w sprawie nadania statutu Urzędowi Statystycznemu w Lublinie, Dz. Urz. GUS poz. 27.
- Zarządzenie nr 10 Prezesa Głównego Urzędu Statystycznego z dnia 18 czerwca 2012 r. w sprawie nadania statutu Urzędowi Statystycznemu w Katowicach, Dz. Urz. GUS poz. 28.

- Zarządzenie nr 11 Prezesa Głównego Urzędu Statystycznego z dnia 21 sierpnia 2012 r. w sprawie nadania statutu Urzędowi Statystycznemu we Wrocławiu, Dz. Urz. GUS poz. 38.
- Zarządzenie nr 12 Prezesa Głównego Urzędu Statystycznego z dnia 21 sierpnia 2012 r. w sprawie nadania statutu Urzędowi Statystycznemu w Białymstoku, Dz. Urz. GUS poz. 39.
- Zarządzenie nr 13 Prezesa Głównego Urzędu Statystycznego z dnia 24 sierpnia 2012 r. w sprawie nadania statutu Urzędowi Statystycznemu w Szczecinie, Dz. Urz. GUS poz. 41.
- Zarządzenie nr 14 Prezesa Głównego Urzędu Statystycznego z dnia 24 sierpnia 2012 r. w sprawie nadania statutu Urzędowi Statystycznemu w Łodzi, Dz. Urz. GUS poz. 42.
- Zarządzenie nr 16 Prezesa Głównego Urzędu Statystycznego z dnia 18 listopada 2012 r. w sprawie nadania statutu Urzędowi Statystycznemu w Olsztynie, Dz. Urz. GUS poz. 50.
- Zarządzenie nr 17 Prezesa Głównego Urzędu Statystycznego z dnia 13 listopada 2012 r. w sprawie nadania statutu Urzędowi Statystycznemu w Rzeszowie, Dz. Urz. GUS 2012 r., poz. 51.
- Zarządzenie nr 19 Prezesa Głównego Urzędu Statystycznego z dnia 5 grudnia 2012 r. w sprawie nadania statutu Urzędowi Statystycznemu w Gdańsku, Dz. Urz. GUS poz. 58.
- Zarządzenie nr 2 Prezesa Głównego Urzędu Statystycznego z dnia 2 kwietnia 2014 r. w sprawie nadania statutu Urzędowi Statystycznemu w Poznaniu, Dz. Urz. GUS poz. 14.
- Zarządzenie nr 7 Prezesa Głównego Urzędu Statystycznego z dnia 22 września 2014 r. w sprawie nadania statutu Urzędowi Statystycznemu w Warszawie, Dz. Urz. GUS poz. 39.
- Zmyślony P. (2012), *Wykorzystanie metod heurystycznych w analizie strategicznej miasta w zakresie rozwoju funkcji turystycznej*, „Zeszyty Naukowe (Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu)”, nr 225, s. 75-89.

## Netografia

<http://apl.czso.cz/cbfd/> (12.01.2016)

[http://stat.gov.pl/bdl/app/strona.html?p\\_name=indeks](http://stat.gov.pl/bdl/app/strona.html?p_name=indeks) (12.01.2016)

<http://www.euroregion-silesia.pl/index,euroregiony-w-polsce,1.html>  
(12.01.2016)

## OFFICIAL STATISTICS AS A TOURISM RESEARCH TOOL IN CROSS-BORDER AREAS OF POLAND

### Abstract

**Purpose.** To analyze using the system of official statistics in studying tourism in cross-border areas in Poland. The additional purpose is analysis of the evolution of the system in terms of changes in environment and needs.

**Method.** Method of description, critical and comparative analyses. The system of official statistics was described from a subjective, objective and territorial perspective. Documents, legal acts, publications and statistical research results were catalogued, analysed and compared in terms of their use in studies on cross-border tourism, particularly taking into account the time after Poland joined the Schengen area.

**Findings.** A synergy of two objective subsystems of the official statistics system becomes essential, i.e. tourism statistics and cross-border statistics. When Poland joined the Schengen area, the role of cross-border statistics increased. New studies and publications appeared. Five out of sixteen Euroregions were studied and all borderlands, except for the Polish-Lithuanian borderland. The achievements of official statistics in cross-border tourism are difficult to use because of the inconsistent delimitation of cross-border areas and the incompatibility of studies regarding the territorial, time and objective aspects.

**Research and conclusion limitations.** In the work, only the system of official statistics in Poland was studied, particularly taking into account the time after Poland joined the Schengen area. In the context of cross-border tourism, it would be valuable to complete the studies with the statistical systems of neighbouring countries.

**Practical implications.** The study results will be useful in all analyses on the development of cooperation and cross-border tourism in Poland. They will help to indicate the directions of further development and a possible modification of cross-border statistics and tourism statistics.

**Originality.** For the first time, an attempt has been made to reach all possible information of the system of official statistics available and present the information in a systemic, chronological and comprehensive way.

**Type of paper.** Review-empirical work.

**Keywords:** statistics, tourism, euroregion, crossborder area, border, borderland.





## DETERMINANTY STRUKTURY KAPITAŁU W PRZEDSIĘBIORSTWACH HOTELARSKICH W POLSCE

*Grzegorz Gołembski\*, Marta Bera\*\**

### Abstrakt

**Cel.** Identyfikacja determinant wpływających na strukturę kapitału w hotelarstwie polskim, próba oceny siły ich oddziaływania oraz próba odpowiedzi na pytanie, czy na wybór tych czynników miała wpływ lokalizacja hoteli.

**Metoda.** Wykorzystano analizę wielorakiej regresji liniowej, a przy doborze zmiennych do modelu skorzystano z metody selekcji postępującej. Każdy z uzyskanych modeli ekonometrycznych poddano weryfikacji na poziomie istotności  $\alpha=0,05$  z wykorzystaniem testu t-studenta oraz testu F Fishera-Snedecora. Do badań wybrano 35 hoteli (17 działających w dużych miastach i 18 zlokalizowanych w regionach turystycznych).

**Wyniki.** Badania wykazały, że w hotelach zlokalizowanych w regionach turystycznych udział kapitału obcego uzależniony jest od wielkości przedsiębiorstwa, a przede wszystkim od udziału środków trwałych w aktywach ogółem. Udział kapitału własnego w tych hotelach uzależniony jest od rentowności aktywów. Natomiast w hotelach zlokalizowanych w miastach żadna ze zmiennych objaśniających nie ma istotnego wpływu na wielkość kapitału obcego. Udział kapitału własnego w pasywach uzależniony jest za to od rentowności aktywów.

**Ograniczenia badań i wnioski.** Przeprowadzone badania nie pozwalają na wysnuć bardziej szczegółowych wniosków; skonstruowane modele cechuje słabe dopasowanie do istniejącej sytuacji. Skłania to do wniosku o konieczności dalszych badań, nie tylko z uwzględnieniem lokalizacji hoteli, ale także stopnia ich scentralizowania oraz przynależności sieciowej.

**Implikacje praktyczne.** Od struktury kapitału uzależniony jest średni ważony koszt kapitału. Docelowa struktura powinna ustalać taką relację pomiędzy ryzykiem a stopą zwrotu która prowadzi do maksymalizacji wartości przedsiębiorstwa.

**Oryginalność.** Nie ma odniesień w literaturze polskiej o badaniach dotyczących tych determinant w hotelarstwie. W literaturze światowej badania takie prowadzone są rzadko i nie powiodły się próby skonstruowania modelu istotnego statystycznie.

**Rodzaj pracy.** Artykuł prezentujący wyniki badań empirycznych.

**Słowa kluczowe:** struktura i koszt kapitału, determinanty struktury kapitału, przedsiębiorstwa hotelarskie, lokalizacja.

---

\* Prof. dr hab., Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu, Wydział Gospodarki Międzynarodowej, Katedra Turystyki; e-mail: g.golemski@ue.poznan.pl.

\*\* Mgr, Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu, Wydział Gospodarki Międzynarodowej, Katedra Turystyki; e-mail: marta.bera@yahoo.pl.

## Wprowadzenie

Posiadanie kapitału jest niezbędnym warunkiem istnienia przedsiębiorstwa. Podstawowe znaczenie ma kapitał własny, który jest pierwotnym źródłem finansowania jego majątku i działalności. W procesie finansowania majątku mogą być też wykorzystane kapitały obce. W związku z tym powstaje zasadnicze pytanie o relacje między kapitałem własnym a obcym, czyli o strukturę kapitału i czynniki ją determinujące.

W literaturze przedmiotu nie ma w tej kwestii jednoznacznego stanowiska. Często strukturę kapitału utożsamia się ze strukturą pasywów [Ross, Westerfield, Jaffe 1996; Duliniec 2001]. W tym przypadku kapitał obcy składa się z zobowiązań długoterminowych (oprocentowanych i nieoprocentowanych) oraz zobowiązań krótkoterminowych. Jednakże przez strukturę kapitału rozumie się także jego podział na kapitał własny i zobowiązania długoterminowe, uznając że kapitał krótkoterminowy ulega rotacji [Helferd 1994; Duliniec 2001]. Niektórzy utożsamiają strukturę kapitału ze strukturą papierów wartościowych wyemitowanych przez przedsiębiorstwo w podziale na papiery dłużne i właścicielskie [Breadley, Myers 1991]. Wybór właściwej definicji struktury kapitału uzależniony jest od polityki przedsiębiorstw, która określa priorytetowe źródła pozyskiwania kapitału.

Powstaje pytanie, czy można zoptymalizować wzajemne relacje korzyści i kosztów związanych z zaciąganiem zobowiązań? Otóż dla każdego przedsiębiorstwa istnieje optymalna relacja długu do kapitału, która wyraża takie proporcje kapitału własnego i długu, przy których średni ważony koszt kapitału jest najniższy. Struktura kapitału pozwalająca na minimalizację średniego kosztu kapitału prowadzi w konsekwencji do maksymalizacji wartości firmy [Sierpińska, Jachna 2007]. Stąd też każda decyzja inwestycyjna lub finansowa mająca na celu maksymalizację wartości przedsiębiorstwa powinna przybliżać relacje dług / kapitał własny do struktury uznanej w danej firmie za optymalną. Prowadzi to do próby wyznaczenia docelowej struktury kapitału. Ze strukturą kapitału w przedsiębiorstwie związane jest ryzyko finansowe, które pojawia się wówczas, gdy działalność przedsiębiorstwa jest w części finansowana długiem. Ryzyko to jest zatem większe, im większy jest udział długu obciążonego oprocentowaniem w kapitale firmy.

Poziom ryzyka ma niewątpliwie wpływ na koszt kapitału. Można go zdefiniować jako oczekiwaną stopę zwrotu z zainwestowanego kapitału przy danym poziomie ryzyka [Duliniec 2001].

Docelowa struktura kapitału powinna ustalać taką relację pomiędzy ryzykiem a stopą zwrotu, która prowadzi do maksymalizacji wartości przedsiębiorstwa [Brigham, Houston 2005]. Pozwoli to na maksymalizację ceny za 1 akcję oraz osiągnięcie najniższego z możliwych średniego kosztu kapitału. Tak więc struktura i koszt kapitału należą do podstawowych, finansowych czynników wzrostu wartości przedsiębiorstwa.

W praktyce jednak trudno jest określić optymalną relację długu do kapitału własnego. Można jedynie określić, że wybór struktury kapitału w przedsiębiorstwie zależy od poziomu ryzyka operacyjnego, struktury aktywów przedsiębiorstwa, a także od wysokości dochodu podlegającego opodatkowaniu [Breadley, Myers 1991].

Przedstawione uwarunkowania zadecydowały o wyborze przedsiębiorstw hotelarskich jako przedmiotu badań nad strukturą kapitału i czynnikami na nią wpływającymi. Wybór przedsiębiorstw podyktowany był także:

- dużym udziałem kosztów stałych w kosztach ogółem oraz środków trwałych w aktywach, co może mieć istotny wpływ na strukturę kapitału. W hotelach, w których udział kosztów stałych w kosztach całkowitych jest wysoki, zaciąganie oprocentowanych długów może znacznie zwiększyć ryzyko niewypłacalności. Osiągnięcie punktu krytycznego wymaga bowiem znacznie większego wykorzystania potencjału, co może okazać się trudne do zrealizowania [Bednarska, Gołembski, Markiewicz, Olszewski 2007]. Dlatego przedsiębiorstwa posiadające wysoki udział kosztów stałych ostrożnie podejmują decyzje o zaciąganiu zobowiązań, aby nie zwiększać nadmiernie ryzyka i kosztów stałych;
- drugim argumentem przemawiającym za wyborem hoteli do badań jest szybki i dynamiczny rozwój branży hotelarskiej w Polsce, która jest jednocześnie krajem o bardzo niskim nasyceniu bazą hotelową. Liczba miejsc noclegowych na 10.000 mieszkańców sytuuje Polskę na jednym z ostatnich miejsc w Unii Europejskiej. Jednocześnie branża hotelarska rozwija się niezwykle dynamicznie (w tempie około 7% rocznie). Liczba miejsc noclegowych w hotelach wzrosła w latach 1990-2013 prawie 4-krotnie (z 57,4 tysięcy w 1990 roku do 208,6 tysięcy w 2013 roku) [GUS 2014; GUS 2015]. Tak dynamiczny rozwój oznacza duże zaangażowanie branży hotelowej w procesy inwestycyjne i przyrost środków trwałych, co skłania do stawiania pytań o czynniki wpływające na decyzje dotyczące sposobów finansowania tak kapitałochłonnych inwestycji.

Pomimo to nie prowadzi się badań nad czynnikami wpływającymi na strukturę kapitału w hotelach. To powoduje, że nie wiemy, jakie zmienne brane były do tej pory pod uwagę przez managerów przy podejmowaniu decyzji o wyborze źródła finansowania majątku hoteli. Czy w ogóle managerowie brali jakiegokolwiek czynniki pod uwagę, podejmując te kluczowe dla przedsiębiorstwa decyzje.

Stąd pojawiają się trzy istotne pytania:

- jakie czynniki wpływają w zasadniczej mierze na strukturę kapitału w hotelarstwie polskim?
- czy na wybór tych czynników miała wpływ lokalizacja hoteli?
- jaka jest lub powinna być optymalna struktura kapitału firmy, jeśli chodzi o proporcje kapitału własnego do obcego, przy których średni koszt kapitału jest najniższy?

## Podstawowe podejścia w badaniach nad strukturą kapitału przedsiębiorstw

W literaturze przedmiotu wyróżnia się dwa główne nurty teoretyczne dotyczące ustalania struktury kapitału przedsiębiorstw: teorie statycznego kompromisu oraz teorie hierarchii źródeł finansowania.

Fundamentalne znaczenie dla dyskusji na temat struktury kapitału mają badania F. Modiglianiego oraz M.H. Millera opublikowane w 1958 roku w pracy *The Cost of Capital, Corporate Finance, and the Theory of Investment*. Autorzy skupili się na analizie wpływu oszczędności podatkowych wynikających z korzystania z kapitału obcego. Z ich rozważań wynika, że działalność przedsiębiorstwa powinna być w dużym stopniu finansowana długiem [Modigliani, Miller 1958].

Teorie Modiglianiego i Millera stały się tematem wielu sporów i dyskusji w kręgach naukowych, głównie z powodu przyjętych założeń. Jednym z badaczy, który podważył ich teorie był S.C. Myers, który zauważył, że zwiększając poziom zadłużenia, tylko do pewnego momentu zyski z tytułu odsetkowej tarczy podatkowej przewyższają koszty bankructwa [Myers 1984].

Do teorii struktury kapitału zalicza się również teorie hierarchii źródeł finansowania, które zawdzięczają swój początek badaniom D. Donaldsona, opublikowanym w 1961 roku w pracy *Corporate Debt Capacity: A Study of Corporate Debt Policy and the Determination of Corporate Debt Capacity*. Kierownictwo przedsiębiorstwa chętniej korzysta z wewnętrznych źródeł finansowania działalności niż z funduszy zewnętrznych. W związku z tym przedsiębiorstwo w pierwszej kolejności finansowane jest z zysków zatrzymanych, następnie z długu, a dopiero w ostateczności dokonuje się emisji akcji [Donaldson 1961; Myers, Majluf 1984].

Uzupełnieniem tych koncepcji jest teoria sygnalizacji, która dotyczy wpływu asymetrii informacji na strukturę źródeł finansowania działalności przedsiębiorstwa. Zgodnie z nią, inwestorzy reagują pozytywnie na informacje o wzroście zadłużenia, zamianie akcji na dług lub akcji zwykłych na akcje uprzywilejowane, czego skutkiem jest wzrost wartości przedsiębiorstwa. Natomiast zmniejszenie kapitału obcego lub jego wymiana na akcje przynoszą odwrotny skutek [Leland, Pyle 1977; Harris, Raviv 1985].

Wymienione teorie nie są oczywiście jedynymi poruszającymi zagadnienie kształtowania optymalnej struktury kapitału. Wielu badaczy nadal podważa wyniki badań Modiglianiego i Millera czy Donaldsona, uchylając kolejne założenia. W ten sposób powstają współczesne nurty wzbogacone o nowe obserwacje.

Również polscy naukowcy przeprowadzili wiele empirycznych badań nad determinantami struktury kapitału przedsiębiorstw w Polsce. A. Skowroński [2002], analizując 78 spółek giełdowych, potwierdził tezę hierarchii źródeł finansowania. Trzy lata później B. Czaja [2005] opublikował wyniki

badania, z których wynikało, że determinantami struktury kapitału polskich spółek giełdowych są: rentowność sprzedaży, rozmiar przedsiębiorstwa oraz nie odsetkowa tarcza podatkowa. Natomiast z innych analiz można wywnioskować, że na dobór źródeł finansowania wpływa rentowność majątku i rentowność sprzedaży [Hamrol, Sieczko 2006]. Warto zauważyć, że w wielu badaniach, jako czynnik determinujący strukturę kapitału, pojawia się rentowność sprzedaży, co potwierdza słuszność teorii hierarchii źródeł finansowania.

Warto nadmienić również, że wszyscy autorzy współczesnych koncepcji finansowania działalności przedsiębiorstwa są zgodni, że menagerowie powinni podejmować takie decyzje, które umożliwią stworzenie optymalnej struktury kapitału.

### **Dotychczasowe badania nad determinantami struktury kapitału w hotelarstwie**

W 2007 roku w czasopiśmie *Hospitality Management* ukazał się artykuł zawierający wyniki badań C. Tang i S. Jang nad determinantami struktury kapitału w amerykańskich hotelach. Weryfikowali oni wpływ poziomu przychodów, wielkości przedsiębiorstwa, poziomu wolnych przepływów pieniężnych i rentowności na poziom zadłużenia długoterminowego. Niestety, próby skonstruowania modelu istotnego statystycznie nie powiodły się, a stworzony model charakteryzowało bardzo słabe dopasowanie zmiennych do modelu [Tang, Jang 2007].

Kwestie doboru odpowiedniej struktury źródeł finansowania w branży hotelarskiej poruszyli również E. Karadeniz, S.Y. Kandir, M. Balcilar i Y.B. Onal [2009]. Przeprowadzone przez nich analizy dotyczące sytuacji na tureckim rynku hoteli wykazały, że efektywna stopa podatkowa, wielkość aktywów oraz rentowność aktywów są negatywnie skorelowane z poziomem zadłużenia. Badania wykazały też, że wolne przepływy pieniężne, nieodsetkowa tarcza podatkowa czy rozmiar przedsiębiorstwa nie wpływają na wielkość długu. Autorzy doszli do wniosku, że wyniki przeprowadzonych badań częściowo potwierdzają teorię hierarchii źródeł finansowania, jednak nie dają jednoznacznych podstaw do odrzucenia założeń teorii statycznego kompromisu w przypadku przedsiębiorstw działających w branży hotelarskiej [Karadeniz, Kandir, Balcilar, Onal 2009].

Z kolei A. Ajanthan [2013] poddał analizie hotele w Sri Lance, weryfikując wpływ rentowności sprzedaży, poziomu aktywów, rozmiaru przedsiębiorstwa na poziom zadłużenia. Z jego badań wynika, że tylko rentowność w sposób istotny wpływa na kształtowanie struktury kapitału w hotelarstwie, natomiast pozostałe determinanty nie są uwzględniane przez menedżerów podczas podejmowania decyzji o doborze źródeł finansowania [Ajanthan 2013].

## Metodologia badań własnych

### *Wybór hoteli*

Do badań wybrano 35 hoteli korzystając z bazy EMIS (Emerging Markets Information Services). Przyjęto założenie, że na zmienne objaśniające strukturę kapitału w przedsiębiorstwach hotelarskich wpływ ma lokalizacja tych przedsiębiorstw oraz wartość ich majątku. Biorąc pod uwagę lokalizację badanych hoteli dokonano ich podziału na 2 grupy. Do pierwszej zaliczono 17 hoteli działających w dużych miastach (Warszawa, Kraków, Gdańsk, Poznań, Wrocław itp.). Drugą grupę stanowiło 18 hoteli zlokalizowanych w regionach turystycznych (nad morzem, w górach, nad jeziorami). Nie brano pod uwagę jednostek małych, o wartości majątku poniżej 1,5 mln euro. W siedmiu wybranych hotelach wartość majątku przekraczała 25 mln euro. Z bilansu i rachunku wyników hoteli wynika, że wszystkie one charakteryzowały się dodatnim zyskiem netto (wszystkie dane pochodzą z lat 2009–2013).

### *Metody badawcze*

W badaniach nad determinantami struktury kapitału w hotelarstwie wykorzystano analizę wielorakiej regresji liniowej, a przy doborze zmiennych do modelu korzystano z metody selekcji postępującej. Polega ona na doborze zmiennych objaśniających w taki sposób, aby – przy zachowaniu poziomu istotności każdej ze zmiennych – uzyskać najwyższy poziom współczynnika determinacji ( $R^2$ ). Każdy z uzyskanych modeli ekonometrycznych poddano weryfikacji na poziomie istotności  $\alpha = 0,05$  z wykorzystaniem testu t-Studenta oraz testu F Fishera-Snedecora.

Analizy zależności między badanymi zmiennymi dokonano w oparciu o metody statystyczne z wykorzystaniem oprogramowania SPSS Statistics 22. Analiza finansowa oraz weryfikacja wniosków z analizy statystycznej zostały przeprowadzone z wykorzystaniem arkusza kalkulacyjnego.

### *Kwantyfikacja zmiennych*

W badaniach, jako zmienną objaśnianą  $Y$  przyjęto strukturę kapitału hoteli. Ustalono ją na dwa sposoby: jako udział kapitału obcego długoterminowego (rozumianego jako ogół zobowiązań długoterminowych) w pasywach ogółem ( $Y_1$ ), oraz jako udział kapitału własnego w pasywach ogółem ( $Y_2$ ). Taki dobór wskaźników był uwarunkowany ograniczoną dostępnością danych finansowych analizowanych przedsiębiorstw oraz faktem, iż nie wszystkie hotele korzystały z kapitału obcego.

Do badań wybrano 7 zmiennych objaśniających, które zdaniem autorów mogą mieć wpływ na kształtowanie się struktury kapitału hoteli. Są to:

- wielkość przedsiębiorstwa mierzona wartością aktywów ogółem (X1) – w przedsiębiorstwach hotelarskich wzrost wielkości oznacza z reguły zwiększenie wartości środków trwałych w strukturze aktywów;
- rentowność sprzedaży (ROS) – określająca relacje zysku operacyjnego do wartości sprzedaży (X2);
- rentowność aktywów (ROA) – określająca relacje zysku operacyjnego do ogółu aktywów hotelu (X3);
- efektywna stopa podatkowa – będąca relacją podatku dochodowego do wyniku finansowego brutto (X4) – pomniejszanie podatku dochodowego jest efektem wzrostu korzystania z oprocentowanego długu;
- udział aktywów trwałych w aktywach ogółem (X5) – większy udział środków trwałych, rodzi pytanie o źródła ich finansowania;
- nieodsetkowa tarcza podatkowa wskazująca na udział amortyzacji w aktywach ogółem (X6) – amortyzacja uzależniona od wartości materialnych w aktywach i wliczana w ciężar kosztów, przyczynia się do zmniejszenia zobowiązań podatkowych;
- koszt kapitału, który może być określony jako relacja wyniku finansowego netto wraz z odsetkami do wartości kapitałów własnych i obcych (X7).

## Rezultaty badań

Celem stworzenia modelu uwzględniającego wpływ wszystkich determinant na strukturę źródeł finansowania hoteli wykorzystano regresję wieloraką. Weryfikacji istotności statystycznej zmiennych objaśniających, przy poziomie  $\alpha = 0,05$ , dokonano na bazie hipotez:

- $H_0$ : zmienna objaśniająca X istotnie wpływa na zmienną objaśnianą Y,
- $H_1$ : zmienna objaśniająca X nie wpływa istotnie na zmienną objaśnianą Y.

W pierwszej kolejności zbadano, jakie czynniki wpływają na strukturę kapitału w hotelach zlokalizowanych w regionach atrakcyjnych turystycznie. Okazało się, że na zmienną objaśnianą  $Y_1$  w sposób istotny wpływają zmienne objaśniające  $X_1$  i  $X_5$ . Z dalszej analizy wykluczono zmienne objaśniające  $X_2$ ,  $X_3$ ,  $X_4$ ,  $X_6$  i  $X_7$ , gdyż okazały się one nieistotne statystycznie. Natomiast na kształtowanie się zmiennej objaśnianej  $Y_2$  istotny wpływ mają zmienne objaśniające  $X_3$  i  $X_6$ . W dalszych badaniach nie uwzględniono wpływu zmiennych objaśniających  $X_1$ ,  $X_2$ ,  $X_4$ ,  $X_5$  i  $X_7$ , gdyż okazały się być nieistotne statystycznie. W ten sposób skonstruowano modele opisujące wpływ zmiennych objaśniających X na zmienne objaśniane  $Y_1$  i  $Y_2$ , które zaprezentowano w tabeli w tabeli 1.

Na podstawie estymacji regresji wielorakiej stwierdzono, że oba skonstruowane modele są istotne statystycznie. Ponadto można wywnioskować, że wzrost zarówno zmiennej objaśniającej  $X_1$ , jak i  $X_5$  powoduje zwiększenie wartości zmiennej objaśnianej  $Y_1$ . Natomiast analizując wpływ zmiennych objaśniających  $X_3$  i  $X_6$  na zmienną objaśnianą  $Y_2$  zaobserwowano, że wzrost



wartości zmiennej objaśniającej  $X_3$  powoduje wzrost wartości zmiennej objaśnianej  $Y_2$ , lecz odwrotna tendencja występuje w przypadku zmiennej objaśniającej  $X_6$ .

**Tab. 1.** Wpływ zmiennych objaśniających X na zmienne objaśniane  $Y_1$  i  $Y_2$   
**Tab. 1.** The effects of independent variable X on dependent variables  $Y_1$  and  $Y_2$

		współczynnik	wartość p	istotność F	R <sup>2</sup>
Y <sub>1</sub>	przecięcie	-0,9650	0,0101	4,60·10 <sup>-4</sup>	17,88%
	X <sub>1</sub>	0,1000	0,0039		
	X <sub>5</sub>	0,5151	0,0007		
Y <sub>2</sub>	przecięcie	0,7901	9,33·10 <sup>-7</sup>	1,29·10 <sup>-8</sup>	36,14%
	X <sub>3</sub>	1,2858	4,98·10 <sup>-6</sup>		
	X <sub>6</sub>	-13,7041	0,0004		

**Źródło:** Badania własne.

**Source:** Authors' own research.

Warto zauważyć, że zmienne objaśniające  $X_1$  i  $X_5$  w sposób słaby wyjaśniają kształtowanie się zmiennej objaśnianej  $Y_1$  ( $R^2 = 17,88\%$ ). Lepiej sytuacja wygląda w przypadku zmiennej objaśnianej  $Y_2$  ( $R^2 = 36,14\%$ ), gdyż zmienne objaśniające  $X_3$  i  $X_6$  w umiarkowanym stopniu wyjaśniają poziom tej zmiennej.

W następnej kolejności zbadano, jakie czynniki wpływają na strukturę kapitału w hotelach zlokalizowanych w największym polskich miastach. Z badań wynika, że na poziom zmiennej objaśnianej  $Y_1$  żadna ze zmiennych objaśniających uwzględnionych w badaniu nie wpływa w sposób istotny. Na kształtowanie się zmiennej objaśnianej  $Y_2$  istotny wpływ mają zmienne objaśniające  $X_3$  i  $X_5$ . Z dalszych badań wykluczono zmienne objaśniające  $X_1$ ,  $X_2$ ,  $X_4$ ,  $X_6$  i  $X_7$ , gdyż okazały się być nieistotne statystycznie. Na tej podstawie skonstruowano model opisujący wpływ zmiennych objaśniających X na zmienną objaśnianą  $Y_2$ . Wyniki przedstawiono w tabeli 2.

Na podstawie estymacji regresji wielorakiej stwierdzono, że skonstruowany model jest istotny statystycznie. Można również wywnioskować, że wzrost zarówno zmiennej objaśniającej  $X_3$  jak i  $X_5$  powoduje zwiększenie wartości zmiennej objaśnianej  $Y_2$ . Ponadto model ten w umiarkowanym stopniu wyjaśnia kształtowanie się poziomu zmiennej objaśnianej  $Y_2$  ( $R^2 = 33,07\%$ ).

W wyniku przeprowadzonych badań stwierdzono następujące zależności między zmiennymi objaśnianymi a zmiennymi objaśniającymi.

W hotelach zlokalizowanych w regionach turystycznych udział kapitału obcego uzależniony jest od wielkości przedsiębiorstwa, a przede wszystkim

od udziału środków trwałych w aktywach ogółem. Innymi słowy, im większy udział środków trwałych, tym częściej hotel korzysta z kapitału obcego przy ich finansowaniu. Warto zauważyć, że hotele te wraz ze zwiększaniem się kapitału obcego w wartości pasywów, narażone są na coraz większe ryzyko. W związku z tym powinny zwrócić uwagę na kształtowanie się struktury kapitału, tak aby koszty bankructwa wynikające z korzystania z coraz większego zadłużenia nie przewyższały korzyści wynikających z odsetkowej tarczy podatkowej.

**Tab. 2.** Wpływ zmiennych objaśniających X na zmienną objaśnianą  $Y_2$

**Tab. 2.** The effect of independent variables X on dependent variable  $Y_2$

		współczynnik	wartość p	istotność F	$R^2$
$Y_2$	przecięcie	-0,0303	0,8736	$1,58 \cdot 10^{-7}$	33,07%
	$X_3$	1,3550	$3,53 \cdot 10^{-6}$		
	$X_5$	0,5336	0,0472		

**Źródło:** Badania własne.

**Source:** Authors's own research.

Z kolei udział kapitału własnego w hotelach zlokalizowanych w regionach turystycznych uzależniony jest od rentowności aktywów. Pytanie, po jakim czasie zwrócone zostaną poniesione nakłady na powiększenie majątku, ma zasadnicze znaczenie przed podjęciem kolejnej inwestycji. Udział tego kapitału uzależniony jest też od nieodsetkowej tarczy podatkowej. Jej wysoka wartość pozwala jednocześnie na obniżenie podatku i tym samym wzrost zysku po opodatkowaniu.

Z kolei w hotelach zlokalizowanych w miastach żadna ze zmiennych objaśniających nie ma istotnego wpływu na wielkość kapitału obcego. Być może udział tego kapitału w finansowaniu aktywów tych hoteli nie jest znaczący (wymaga to jednak dalszych badań). Natomiast udział kapitału własnego w pasywach hoteli zlokalizowanych w miastach uzależniony jest (podobnie jak w hotelach na obszarach turystycznych) od rentowności aktywów. A więc i tutaj znaczenie ma informacja dotycząca stopy zwrotu poniesionych nakładów. Wykryto też statystycznie istotną zależność między udziałem kapitału własnego w pasywach a udziałem aktywów trwałych w aktywach ogółem (*tangibility*). Innymi słowy, im wyższy udział aktywów trwałych w aktywach ogółem, tym wyższy udział kapitału własnego w pasywach. Jest to zgodne ze złotą regułą bilansową w myśl której majątek trwały firmy finansowany jest z kapitału własnego.

Z przedstawionych współzależności można wyciągnąć ogólny wniosek, że lokalizacja hoteli (regiony turystyczne, miasta) wpływa na strukturę i sposób wykorzystania kapitału. Hotele zlokalizowane w regionach tury-

stycznych korzystają przy finansowaniu przyrostu majątku (w tym przede wszystkim trwałego) głównie z kapitału obcego, natomiast hotele zlokalizowane w miastach – wykorzystują do tego celu kapitał własny.

Wyniki badań pozwoliły także negatywnie zweryfikować wpływ następujących zmiennych objaśniających na strukturę kapitału w hotelach:

- rentowność sprzedaży nie ma wpływu na kształtowanie się kapitałów własnych i obcych w hotelach, niezależnie od ich lokalizacji,
- efektywna stopa podatkowa nie ma wpływu na kształtowanie się kapitałów własnych i obcych w hotelach, niezależnie od ich lokalizacji,
- koszt kapitału nie ma wpływu na kształtowanie się kapitałów własnych i obcych w hotelach, niezależnie od ich lokalizacji,
- tarcza podatkowa nie ma wpływu na kształtowanie się kapitałów własnych i obcych w hotelach miejskich, natomiast ma wpływ na wielkość kapitałów własnych w hotelach działających w regionach turystycznych.

## Wnioski

Na podstawie przeprowadzonych badań można sformułować kilka wniosków/postulatów pod adresem kadr managerskich w hotelach:

1. W obu lokalizacjach (miasta, regiony turystyczne) na udział kapitałów własnych w pasywach istotny wpływ ma rentowność aktywów. Wydaje się to logiczne, bowiem podstawową przyczyną podwyższania kapitałów własnych są oczekiwania dotyczące stopy zwrotu poniesionych nakładów.
2. W regionach turystycznych szczególną uwagę zwraca bardzo wysoka ujemna zależność między tarczą podatkową (stosunek amortyzacji do aktywów ogółem) a wykorzystaniem kapitałów własnych w finansowaniu inwestycji (przy wartości R2 na poziomie ponad 36%). Wynika z tego, że amortyzacja traktowana jest jako źródło finansowania bieżącej działalności hoteli, zamiast być wykorzystywaną w celu finansowania nowych inwestycji lub inwestycji odtworzeniowych. Innymi słowy hotele „przejadają” amortyzację, licząc na szybsze korzyści bieżące. Może to z czasem doprowadzić do szybkiej dekapitalizacji obiektów. Być może wpływ na te decyzje ma sezonowość wykorzystania obiektów i starania managerów o to, aby poprzez wzrost posiadanej bazy dostosować się w jak najlepszy sposób do wysokiego, sezonowego popytu.
3. Niepokojącym zjawiskiem jest fakt, iż bardzo trudno określić czynniki wpływające na udział kapitału obcego w pasywach przedsiębiorstwa. W przypadku hoteli miejskich nie udało się skonstruować odpowiedniego modelu, który byłby istotny statystycznie. W regionach turystycznych ustalono, że na udział ten wpływa wielkość przedsiębiorstwa oraz

udział aktywów trwałych w aktywach ogółem, ale zmienne te słabo wyjaśniają kształtowanie się zmiennej objaśnianej ( $R^2 < 18\%$ ). Warto nadmienić, że podobne wyniki uzyskano w badaniach amerykańskich. Warto byłoby dokonać próby wyjaśnienia przyczyn decyzji managerów hoteli. Upatrujemy ich w wysokim oprocentowaniu kredytów, w skomplikowanych procedurach ubiegania się o kredyty, relatywnie niskiej stopie zwrotu poniesionych nakładów, wysokiej kapitałochłonności branży, a także niskim potencjale konkurencyjnym pojedynczych hoteli w porównaniu z sieciami hotelowymi.

Przeprowadzone badania nie pozwalają na wysnucie bardziej szczegółowych wniosków, gdyż skonstruowane modele cechuje słabe dopasowanie do panującej sytuacji. Skłania to do wniosku o konieczności dalszych badań nad czynnikami wpływającymi na kształtowanie się struktury kapitału w hotelach, nie tylko z uwzględnieniem lokalizacji tych hoteli, ale także stopnia ich scentralizowania czy przynależności do sieci hotelowej. W przypadku dużych hoteli sieciowych usytuowanych w miastach mogą wchodzić w grę ewentualne lub wyraźnie określone gwarancje lub inne formy wsparcia ze strony macierzystej korporacji. Wymaga to badania poszczególnych przypadków (*case study*) w oparciu o metody jakościowe. Badania takie trzeba podjąć, bowiem nie stwierdzono między innymi zależności między wielkością przedsiębiorstwa czy udziałem aktywów trwałych w aktywach ogółem a wykorzystaniem kapitału obcego przez hotele miejskie. Można jednak przyjąć, że banki podejmując decyzję o udzieleniu kredytu biorą pod uwagę zabezpieczenie hipoteczne na budynku hotelu (uwzględniając łatwość zbycia budynku w przypadku upadłości przedsiębiorstwa). Z reguły hotele miejskie mają większą wartość zabezpieczeniową niż hotele w regionach turystycznych (co wynikało także z wybranej przez nas próby hoteli).

Warto także określić zasoby gotówkowe badanych hoteli, które mogą mieć wpływ na podejmowanie decyzji dotyczących wykorzystania kapitałów własnych i obcych.

## Bibliografia

- Ajanthan A. (2013), *Determinants of Capital Structure: Evidence from Hotel and Restaurant Companies in Sri Lanka*, "International Journal of Scientific and Research Publications", Vol. 3, s. 1-8.
- Bednarska M., Gołembski G., Markiewicz E., Olszewski M. (2007), *Przedsiębiorstwo turystyczne – ujęcie statyczne i dynamiczne*, PWE, Warszawa.
- Breadley R., Myers St. (1991), *Principles of Corporate Finance*, Mc Graw-Hill, New York.
- Brigham E.F., Houston J.F. (2005), *Podstawy zarządzania finansami*, PWE, Warszawa.

- Czaja B. (2005), *Zastosowanie teorii struktury kapitału na polskim rynku kapitałowym*, [w:] *Prace i Materiały Wydziału Zarządzania Uniwersytetu Gdańskiego*, nr 2, s. 25-38.
- Donaldson G. (1961), *Corporate debt capacity: a study of corporate debt policy and the determination of corporate debt capacity*, Boston, division of research, Harvard Graduate School of Business Administration.
- Duliniec A. (2001), *Struktura i koszt kapitału w przedsiębiorstwie*, PWN, Warszawa.
- GUS (2014), *Turystyka w 2013 roku, Informacje i Opracowania Statystyczne*, Warszawa.
- GUS (2015), *Turystyka w 2014 roku. Informacje i Opracowania Statystyczne*, Warszawa.
- Hamrol M., Sieczko J. (2006), *Czynniki kształtujące strukturę kapitału polskich spółek giełdowych*, [w:] *Prace i Materiały Wydziału Zarządzania Uniwersytetu Gdańskiego*, nr 1, 127-141.
- Harris M., Raviv A. (1985), *A Sequential Signalling Model of Convertible Debt Call Policy*, "The Journal of Finance", Vol. 40, No. 5, December 1985, s. 1263-1281.
- Helferd E.A. (1994), *Techniques of Financial Analysis. A Practical Guide to Managing and Measuring Business Performance*, Irwin.
- Karadeniz E., Kandir S., Y., Balcilar M., Onal Y., B. (2009), *Determinants of capital structure: evidence from Turkish lodging companies*, "International Journal of Contemporary Hospitality Management", Vol. 21, s. 594-609.
- Leland H.E., Pyle D.H. (1977), *Informational Asymmetries, Financial Structure, and Financial Intermediation*, "The Journal of Finance", Vol. 32, No. 2, May 1977, s. 371-387.
- Miller M.H. (1977), *Debt and Taxes*, "The Journal of Finance", Vol. 32, No. 2, May 1977, s. 261-275.
- Modigliani F., Miller M.H. (1958), *The Cost of Capital, Corporation Finance and the Theory of Investments*, "The American Economic Review", Vol. 48, No. 3, June 1958, s. 261-297.
- Modigliani F., Miller M.H. (1963), *Corporate Incomes Taxes and the Cost of Capital: A Correction*, "The American Economic Review", Vol. 53, No. 3, June 1963, s. 433-443.
- Myers S.C. (1984), *The Capital Structure Puzzle*, "The Journal of Finance", Vol. 39, No. 3, July 1984, s. 575-592.
- Myers S.C., Majluf N. (1984), *Corporate financing and investment decisions when firms have information that investors do not have*, "Journal of Financial Economics", s. 187-221.
- Ross S.A., Westerfield R.W., Jaffe J. (1996), *Corporate Finance*, Irwin, Chicago.

- Sierpińska M., Jachna T. (2007), *Metody podejmowania decyzji finansowych*, PWN, Warszawa.
- Tang C., Jang S. (2007), *Revisit to the determinants of capital structure: A comparison between lodging firms and software firms*, "Hospitality Management", No. 26, 175-187.

## DETERMINANTS OF CAPITAL STRUCTURE IN POLISH HOTEL COMPANIES

### Abstract

**Purpose.** The identification of factors which have decisive impact on capital structure in the Polish hotel sector. Our aim is to answer the question of whether the choice of decision making variables influenced by the location of facilities.

**Method.** We used multiple linear regression analysis to investigate capital structure determinants in hotels. The variables for our model were selected with the use of the forward selection method. In this method, the independent (explanatory) variables are chosen from a group of candidates (starting with the highest  $R^2$  variable) and added to the model successively in such a way as to obtain the highest  $R^2$  determination coefficient at each step of the selection, and stop the selection process when none of the remaining candidate variables are significant when added to the model. Each constructed econometric model was tested at a significance level of  $\alpha=0.05$  by performing the t-Student and F Fisher-Snedecor tests. The sample selected for our study contains 35 Polish hotels (17 located in large cities and 18 in tourist regions).

**Findings.** The following relations between dependent and independent variables were revealed: the debt ratio (debt versus total capital) of hotels located in tourist regions depends on firm size, and particularly on the ratio of fixed tangible assets to total assets. The equity ratio (equity versus total capital) of hotels located in tourist regions is determined by the return on assets (ROA). The question of how quickly the benefits from the investment project will return the initial capital invested has a fundamental bearing on planning further investments. None of the independent variables have a significant effect on the level of debt capital in hotels located in cities. On the other hand, similarly to hotels located in tourist region, the equity ratio in the capital structure of city hotels depends on ROA, and likewise, the information about the payback period of the capital invested in projects is important.

**Research and conclusion limitations.** Given that models constructed in the course of the study are characterized by a weak correlation to the existing situation, the analysis does not permit more detailed conclusions. Further studies on hotel capital structures and their determinants are needed to explore circumstances other than the location of facilities alone, such as the degree of hotel centralization or the size of hotel chains.

**Practical implications.** The capital structure constructed as a division into equity capital and long-term liabilities dictates the weighted average cost of capital. The target capital structure should set the relation between risk and the rate of return at a level allowing the maximization of company value. Despite this fast growth of the hotel sector in Poland, there are no studies on factors influencing capital structures in hotel companies. This means that we have little knowledge about the variables considered by managers who make decisions regarding the choice of funding sources to build up assets.

**Originality.** There have been no records of studies of those determinants with respect to the hotel industry. World literature contains infrequent examples of such research, however, the

reported studies investigating different explaining variables and attempting to construct a statistically significant model have not been successful.

**Type of paper.** The article presents the results of empirical research against the background of world studies on capital structure determinants in the hotel industry.

**Key words.** Structure and cost of capital, the determinants of capital structure, hotel companies, location.

# DYWERSYFIKACJA ŹRÓDEŁ FINANSOWANIA REGIONALNYCH ORGANIZACJI TURYSTYCZNYCH W POLSCE JAKO CZYNNIK DECYDUJĄCY O SKUTECZNOŚCI ICH DZIAŁANIA

*Wojciech Fedyk\**

## Abstrakt

**Cel.** Dokonanie oceny kondycji finansowej Regionalnych Organizacji Turystycznych (ROT) w Polsce, w tym analiz porównawczych dysproporcji w poziomie finansowania tych organizacji i dokonanie autorskiej próby identyfikacji katalogu uwarunkowań o charakterze finansowym w otoczeniu ROT-ów, mających wpływ na poziom skuteczności ich funkcjonowania.

**Metoda.** Analiza źródeł wtórnych dotycząca problematyki uwarunkowań funkcjonowania ROT-ów oraz metoda sondażu diagnostycznego (w oparciu o autorski kwestionariusz) zastosowana w badaniach empirycznych. Przy wnioskowaniu zastosowano metodę dedukcji i analizy porównawczej oraz – dla uproszczenia prezentacji problemów – metody redukcji i obserwacji własnych autora.

**Wyniki.** Badania ujawniły silne zróżnicowanie oraz duże dysproporcje poziomu i charakteru źródeł finansowania działalności ROT-ów, co może mieć kluczowe znaczenie dla skuteczności ich funkcjonowania.

**Ograniczenia badań i wnioskowania.** Badaniami w ujęciu historycznym objęto 16 ROT-ów, a w badaniach sondażowych uzyskano dane od 15 organizacji za 2013 r. Ze względu na trudności z uzyskaniem danych finansowych z ROT-ów, nie podejmowano analiz dotyczących źródeł ich finansowania w okresie 2014-2015, co wpłynęło na ograniczone formułowanie opinii. Analiza pozwoliła jednak dostrzec i zarysować prawidłowości w cechach finansowania działalności ROT-ów oraz uwarunkowań o charakterze finansowym w ich otoczeniu wpływających na skuteczność funkcjonowania.

**Implikacje praktyczne.** Badania diagnozują poziom i charakter źródeł finansowania ROT oraz pozwalają na praktyczne porównanie działalności i sposobu funkcjonowania poszczególnych organizacji.

**Oryginalność pracy.** Analiza źródeł finansowania i identyfikacja katalogu uwarunkowań w otoczeniu ROT-ów, w kontekście polityki turystycznej, systemu organizacji turystyki i zachowań organizacji nastawionych na pozyskiwanie źródeł funkcjonowania. Swoisty ranking ROT.

**Rodzaj pracy.** Artykuł prezentuje wyniki badań empirycznych.

**Słowa kluczowe:** regionalne organizacje turystyczne, źródła finansowania, skuteczność, efektywność, Polska.

---

\* Dr, Akademia Wychowania Fizycznego we Wrocławiu, Wydział Wychowania Fizycznego, Katedra Turystyki, Zakład Zarządzania i Organizacji w Turystyce; e-mail: fedyk@tourist.net.pl.



## Wprowadzenie

Regionalne Organizacje Turystyczne (ROT-y) – które obecnie działają we wszystkich 16 polskich województwach – utworzone zostały w latach 2000-2006, na podstawie Ustawy o Polskiej Organizacji Turystycznej z 25 czerwca 1999 r. (Dz. U. z 1999 r. Nr 62, poz. 689 z późn. zm.), tworząc ważny element trójstopniowego systemu zarządzania promocją turystyczną w Polsce, z udziałem Polskiej Organizacji Turystycznej i lokalnych organizacji turystycznych [Wąsowicz-Zaborek 2009a].

Należy wskazać, że ROT-y, które skupiają aktualnie blisko 1400 członków, dysponują środkami finansowymi na poziomie 46 mln zł i zatrudniają około 130 pracowników, w toku 15-letniej ewolucji funkcjonowania stały się istotnym elementem systemu turystyki w Polsce [Gołębski, Niezgoda 2014]<sup>1</sup>. W tym czasie osiągnęły już pewną dojrzałość jako organizacje, która wywołuje naturalną potrzebę zmiany w drodze do „doskonałości organizacyjnej” [Peters, Waterman 1982], co dalej skutkuje koniecznością i potrzebą oceny charakteru tych zmian i ich skutków, a szczególnie potrzebą stałej (a co najmniej okresowej) identyfikacji czynników determinujących poziom skuteczności ich funkcjonowania.

W okresie ostatnich kilku lat podejmowane były tylko odosobnione analizy pozwalające na dokonanie oceny wybranych aspektów funkcjonowania regionalnych organizacji turystycznych [Borzyszkowski 2011a, 2011b, 2007; Fedyk 2010; Fedyk, Morawski 2014; Grabińska, Mierniczak 2010; Gryszel 2004a, 2004b, 2001; Migdal 2013b]. Podejmowano tylko jednostkowe próby tworzenia założeń (a nie modeli) dotyczących oceny skuteczności [Migdal 2009], lub też podejmowano pojedyncze próby dokonywania samej oceny skuteczności działania regionalnych organizacji turystycznych [Raport „Opracowanie metody oceny efektywności działań ROT...” 2008] czy przeprowadzania rankingów ROT-ów<sup>2</sup>, które ze względu na przyjęte metody budziły wiele kontrowersji i nie można ich uznać za zestandaryzowane i naukowe klasyfikacje oceny skuteczności ich działania.

Szczególnie odczuwalny jest brak pogłębionych analiz odnoszących się do źródeł finansowania i kondycji ekonomicznej regionalnych organizacji turystycznych [Borzyszkowski 2011a; Fedyk 1999, 2010; Grabińska, Mierniczak 2010; Migdal 2012, 2013a; Wąsowicz-Zaborek 2009a; Wysokiński

---

<sup>1</sup> Niektórzy autorzy twierdzą, że zasługują one na miano „regionalnego przywódcy” [Rapacz i Jaremen 2007; Żemła 2010], będąc ważnym instrumentem regionalnej polityki turystycznej” [Borzyszkowski 2011a; Panasiuk 2009].

<sup>2</sup> Analizy przeprowadzała w latach 2009-2011 redakcja branżowego czasopisma „Rynek Podróży” w oparciu o kilka zmiennych dotyczących ROT (np.: liczba członków i jej wzrost, kwota składek członkowskich i wysokość budżetu, liczba zorganizowanych targów turystycznych, nakład wydawnictw promocyjnych, liczba serwisów www i ich oglądalność, liczba imprez własnych, itp.) z wykorzystaniem własnej metody przyznawania punktów w danej kategorii oceny według pozycji w hierarchii danej kategorii.

2008]. Zdecydowana większość autorów podziela jednocześnie pogląd o problemach regionalnych organizacji turystycznych w sferze zasobów finansowych (wielkości i źródeł finansowania) oraz wskazuje na pilną potrzebę uzyskania przez ROT-y stabilności ekonomicznej jako warunku sprawnego (skutecznego i efektywnego) funkcjonowania [por. Grabińska, Mierniczak 2010, s. 620].

Podkreślić należy dodatkowo niewielki stopień zaangażowania przedsiębiorstw i organizacji sektora turystyki w działalności ROT-ów, uwidaczniający się m.in. w braku koncentrowania środków finansowych przeznaczanych na promocję [por. Wysokiński 2008], a także fakcie, iż środki otrzymywane przez ROT-y z różnych źródeł nie są w stanie zagwarantować możliwości budowania własnych zdolności instytucjonalnych i własnej społecznej infrastruktury [por. Migdal 2012, 2013a, 2013b].

W świetle powyższych rozważań wydaje się uzasadnione podejmowanie analiz zmierzających do oceny kondycji finansowej ROT-ów, w tym analiz porównawczych dotyczących dysproporcji w poziomie finansowania tych organizacji czy także uwarunkowań o charakterze finansowym w ich otoczeniu, które decydują o efektywności i skuteczności ich funkcjonowania.

Warto w tym miejscu wypunktować, że rozwiązanie praktycznego problemu pomiaru i oceny skuteczności organizacji takich jak ROT-y jest niezbędnym warunkiem i nośnikiem prawidłowego przeobrażenia sektora publicznego [Frączkiewicz-Wronka 2010] przy coraz powszechniejszym postulacie potrzeby szerokiego polegania na pozafinansowych miarach skuteczności czy efektywności [Bratnicki, Kulikowska-Pawlak 2013, Bielski 2004], co wynika także z faktu, że organizacje publiczne (a takimi są ROT-y) podlegają silnym wpływom politycznym przy mnogości celów działania [Frączkiewicz-Wronka 2010].

Należy zaznaczyć, że skuteczność organizacji jest pojęciem trudnym do jednoznacznego zdefiniowania, czego swoistym wyrazem jest zbyt duża mnogość i różnorodność definicji, podejść i interpretacji [Kowal 2013] oraz zjawiskiem trudnym również do zmierzenia ze względu na wpływ wielu czynników [Sobolewski 1998; Stabryła 2011; Zieleniewski 1972; Ziębicki 2012] w tym takich jak szczęście [Bratnicki 2009].

Głównym celem opracowania jest dokonanie oceny kondycji finansowej ROT-ów oraz istniejących dysproporcji w poziomie finansowania tych organizacji, a także dokonanie autorskiej próby klasyfikacji ROT-ów, opartej na przeprowadzonej identyfikacji oraz sporządzonym na jej podstawie katalogu uwarunkowań o charakterze finansowym w otoczeniu bliższym i dalszym ROT-ów mających wpływ na poziom skuteczności i efektywności ich funkcjonowania. Dokonano też analizy porównawczej wykorzystywanych źródeł finansowania ROT-ów na przestrzeni historycznej ewolucji funkcjonowania tych organizacji w Polsce.

Kluczowym problemem badawczym, podejmowanym przez autora w niniejszej pracy, jest koncepcyjne poszukiwanie założeń i metod wielowymia-

rowej oceny skuteczności organizacji nie będących przedsiębiorstwami oraz związana z tym konieczność wskazania i zdiagnozowania uwarunkowań w otoczeniu wewnętrznym i zewnętrznym wpływających na poziom tej skuteczności.

## Metody badań

Wybór metod oraz zakres badanych cech działania ROT-ów miał charakter autorski i w założeniu miał służyć możliwości przeprowadzenia oceny porównawczej wskazującej zarówno na powtarzalność struktur źródeł finansowania działania organizacji, jak i na występujące dysproporcje w poziomie finansowania poszczególnych ROT-ów. Ze względu na możliwość pozyskania pełnych danych finansowych oparto się na analizie danych za 2007 rok (zamknięcie procesu powstawania 16 ROT-ów) oraz danych za lata 2012 i 2013 jako okresu wzmożonego wydatkowania przez ROT-y funduszy na rozwój turystyki w Polsce, pochodzących ze środków Unii Europejskiej w okresie programowania 2007-2014.

W badaniach posłużono się metodą desk reserch oraz przeprowadzono badania wewnętrzne obejmujące analizę źródeł pierwotnych, w tym zwłaszcza dokumentów źródłowych (statutów, regulaminów organizacyjnych, planów działania organizacji, sprawozdań rocznych). Wiele informacji i danych pozyskano także z serwisów www regionalnych organizacji turystycznych (studia przypadków – jeśli chodzi o działania podejmowane przez ROT-y). Przy badaniu struktury typów źródeł finansowania ROT-ów wykorzystano sondaż diagnostyczny przeprowadzony w ROT-ach w oparciu o autorski kwestionariusz ankietowy. Dokonano przeglądu publikacji naukowych dotyczących analiz ilościowych wybranych cech działania ROT-ów, funkcjonowania organizacji publicznych, oceny i pomiaru skuteczności oraz efektywności funkcjonowania organizacji nie będących przedsiębiorstwami.

Przy ocenie uwarunkowań i cech funkcjonowania ROT-ów posłużono się danymi KRS (status prawny organizacji) oraz danymi Polskiej Organizacji Turystycznej (ewolucja historyczna organizacji, w tym poziomu finansowania organizacji).

Na potrzeby klasyfikacji regionalnych organizacji turystycznych, ze względu na cechy dywersyfikacji źródeł finansowania, wybrano trzy typy uwarunkowań endogenicznych wpływających na funkcjonowanie ROT-ów (organizacyjne, formalno-prawne i finansowe) oraz posłużono się autorskim katalogiem trzech typów parametrów klasyfikacji ROT-ów (tj. struktura i charakter zatrudnienia pracowników biura, struktura i charakter członków zarządu, struktura i charakter budżetu ROT) i powiązanymi z nimi pięcioma (A1-A5) szczegółowymi miernikami funkcjonowania ROT-ów, które przedstawiono w tabeli 10.

Na podstawie szczegółowych mierników funkcjonowania ROT-ów wyliczono ogólną wartość wskazanych parametrów dla poszczególnych ROT-ów z zastosowaniem wzoru:

$$Cp_{(1-5)} = \frac{Cr_{(1-5)}}{Cn_{(1-5)}}$$

gdzie:

- Cp – oznacza wartość danego miernika dla danego parametru;
- Cr – oznacza wartość danego miernika dla danego parametru uzyskaną przez daną ROT (według zajętej pozycji w rankingu wśród innych ROT, sporządzonego według zasady, że im wyższa pozycja, tym wyższa wartość przyznanych punktów – w przypadku zajęcia tej samej pozycji przyznawano tę samą wartość punktową);
- Cn – oznacza możliwą do uzyskania wartość maksymalną poszczególnych mierników w danym parametrze (max 16 punktów).

Końcowa klasyfikacja regionalnych organizacji turystycznych prezentowana w tabeli 11 (wskaźnik ogólny K o wartości max 5) została oparta na wyliczeniu wartości wskaźnika ogólnego (Co) dla wszystkich badanych parametrów (z wykorzystaniem 5 mierników) z zastosowaniem wzoru:

$$Co = \Sigma Cp_{1-5}$$

gdzie:

- Co – oznacza wartość wskaźnika ogólnego K dla danej ROT;
- Cp1-5 – oznacza sumę uzyskanych wartości wszystkich mierników dla wszystkich parametrów danej ROT.

Na potrzeby wnioskowania oraz poszukiwania miar i wskaźników oceny poziomu dywersyfikacji źródeł finansowania ROT-ów, a także ich wpływu na skuteczność funkcjonowania organizacji, pomocniczo przeprowadzono analizy wartości współczynnika korelacji rang Spearmana<sup>3</sup> dla wybranych

<sup>3</sup> Współczynnik korelacji rang Spearmana wykorzystywany jest do opisu siły korelacji dwóch cech, w przypadku gdy: – cechy są mierzalne, – istnieje możliwość uporządkowania cech, – cechy mają charakter jakościowy, pozwalający na uporządkowanie ze względu na siłę tej cechy; – cechy mają charakter ilościowy, ale badana zbiorowość jest nieliczna [Encyklopedia zarządzania...], co odnosi się wprost do małej liczby badanych jednostek (n < 30). Korelacja rangowa Spearmana przyjmuje zawsze wartości z przedziału [-1, +1] i warto podkreślić, że ich interpretacja jest podobna do klasycznego współczynnika korelacji Pearsona, z jednym zastrzeżeniem: w odróżnieniu od współczynnika Pearsona, który mierzy liniową zależność między zmiennymi, a wszelkie inne związki traktuje jak zaburzone zależności liniowe, korelacja rangowa pokazuje dowolną monotoniczną zależność (także nieliniową) [Lieberson 1964, s. 744-746]. Metoda rangowa, rho Spearmana jest w niewielkim tylko stopniu wrażliwa na obserwacje odstające [Naukowiec.org...], dzięki czemu szczególną użyteczność znajduje w analizie danych niskiej jakości [Spearman 1904, s. 80] – tu silne zróżnicowanie wielkości i typów źródeł

zmiennych (cech) charakteryzujących funkcjonowanie ROT-ów (w aspektach ich finansowania), które obliczone zostały z wykorzystaniem programu Statistica. Dla prezentacji w układzie przestrzennym wybranych zjawisk odnoszących się do struktury źródeł finansowania działalności ROT-ów wykorzystano metody kartograficzne. Natomiast przy wnioskowaniu posłużono się metodą dedukcji i analizy porównawczej z techniką opisu różnorodności i podobieństw oraz – dla uproszczenia prezentacji problemów – metodą redukcji i techniką obserwacji własnych autora.

## Wyniki badań

Dla oceny sytuacji ekonomicznej regionalnych organizacji turystycznych koniecznym wydaje się przedstawienie rozwoju wielkości i struktury budżetów poszczególnych ROT-ów także w ujęciu historycznym (w 2007 r.), co pozwoli na wskazanie istniejących trendów oraz cech różnicujących poszczególne organizacje [por. Borzyszkowski 2011a, s. 67-71].

Analiza danych (tab. 1 i 2) pozwala na sformułowanie następujących wniosków:

- istniały duże dysproporcje między wielkością budżetów poszczególnych ROT-ów,
- znacząco mniejszy był poziom wielkości budżetów ROT-ów o krótszym czasie funkcjonowania,
- niski lub bardzo niski był poziom wartości kwotowej składek członkowskich w strukturze budżetów ROT-ów przy jednoczesnej dominacji tego źródła finansowania działalności w większości organizacji,
- znaczący był wzrost ogólnej wielkości budżetu kilku ROT-ów w sytuacji pozyskiwania innych źródeł dochodów organizacji,
- w strukturze budżetów ROT-ów dominowały środki pozyskane z tytułu składek od jednostek samorządu terytorialnego, a ograniczony był poziom tych składek od innych podmiotów regionalnej gospodarki turystycznej, w tym od przedsiębiorców turystycznych.

Przeprowadzona analiza źródeł finansowania ROT-ów w 2007 roku wskazuje na istnienie zjawiska ich wyraźnej dywersyfikacji w odniesieniu do danych organizacji, co zdaniem autora może mieć znaczenie dla skuteczności ich działania (w zakresie zwiększenia stabilności funkcjonowania

---

finansowania ROT-ów i pozostałych badanych cech. Współczynnik korelacji Spearmana zależy bowiem wyłącznie od uporządkowania zaobserwowanych wartości, a zatem może być stosowany do dowolnych zmiennych, których wartości można uporządkować rosnąco – co jest możliwe w stosunku do zgromadzonych danych donoszących się do kilku cech charakteryzujących funkcjonowanie ROT-ów, w tym w aspektach ich finansowania. W przypadku, gdy w badaniu istnieje wiele obserwacji odstających to analiza korelacji rho-Spearmana będzie lepszym testem do analizy związku niż korelacja r-Pearsona [[http://www.naukowiec.org/wiedza/statystyka/korelacja-rho-spearmana\\_746.html](http://www.naukowiec.org/wiedza/statystyka/korelacja-rho-spearmana_746.html) (26.12.2015)].

**Tab. 1.** Wielkość i struktura całkowitych budżetów regionalnych organizacji turystycznych w 2007 roku

**Tab. 1.** The amount and structure of the total budgets of regional tourism organizations in 2007

<b>Regionalna organizacja turystyczna</b>	<b>Budżet ogółem (PLZ)</b>	<b>Składki członkowskie (PLZ)</b>	<b>Inne dochody (PLZ)</b>
Dolnośląska Organizacja Turystyczna	1.176.000	870.000	306.000
Kujawsko-Pomorska Organizacja Turystyczna	328.000	109.000	219.000
Lubelska Regionalna Organizacja Turystyczna	136.000	111.000	25.000
Lubuska Regionalna Organizacja Turystyczna	79.000	36.000	43.000
Małopolska Organizacja Turystyczna	924.000	178.000	746.000
Mazowiecka Regionalna Organizacja Turystyczna	1.238.000	1.149.000	89.000
Opolska Regionalna Organizacja Turystyczna	517.000	341.000	176.000
Podkarpacka Regionalna Organizacja Turystyczna	335.000	bd	bd
Podlaska Regionalna Organizacja Turystyczna;	522.000	264.000	258.000
Pomorska Regionalna Organizacja Turystyczna	bd	1.559.000	bd
Regionalna Organizacja Turystyczna Województwa Łódzkiego	902.000	323.000	579.000
Regionalna Organizacja Turystyczna Województwa Świętokrzyskiego	690.000	203.000	487.000
Śląska Organizacja Turystyczna	1.559.000	839.000	720.000
Warmińsko-Mazurska Regionalna Organizacja Turystyczna	784.000	619.000	165.000
Wielkopolska Organizacja Turystyczna	883.000	617.000	266.000
Zachodniopomorska Regionalna Organizacja Turystyczna	1.299.000	198.000	1.101.000
Razem ( w zł)	11.372.000	7.416.000	5.180.000

**Źródło:** opracowanie własne na podstawie: [Wąsowicz-Zaborek 2009a, s. 17-18; Wąsowicz-Zaborek 2009b, s. 85-107].

**Source:** own elaboration based on: [Wąsowicz-Zaborek 2009a, p. 17-18; Wąsowicz-Zaborek 2009b, p. 85-107].

**Tab. 2.** Struktura finansowania regionalnych organizacji turystycznej w 2007 roku w części pochodzącej ze składek członkowskich (w % ogólnej wysokości składki)

**Tab. 2.** The financing structure of regional tourist organization in 2007 as part coming from membership fees (in % of the total amount of the contribution)

Regionalna organizacja turystyczna	Typ źródła finansowania (w % ogólnej wysokości składki członkowskiej)						
	1	2	3	4	5	6	7
Dolnośląska Organizacja Turystyczna	95,63	0,13	0,26	3,98	-	-	-
Kujawsko-Pomorska Organizacja Turystyczna	94,40	1,10	1,30	3,20	-	-	-
Lubelska Regionalna Organizacja Turystyczna	94,25	0,18	-	0,18	-	5,29	-
Lubuska Regionalna Organizacja Turystyczna	55,32	-	10,00	21,28	-	-	12,77
Małopolska Organizacja Turystyczna	86,00	0,10	1,50	8,40	1,10	2,70	0,20
Mazowiecka Regionalna Organizacja Turystyczna	94,00	1,00	1,00	2,00	1,00	1,00	-
Opolska Regionalna Organizacja Turystyczna	98,49	0,10	0,10	0,70	-	0,41	0,29
Podkarpacka Regionalna Organizacja Turystyczna	bd	bd	bd	bd	bd	bd	bd
Podlaska Regionalna Organizacja Turystyczna;	90,20	0,70	1,40	5,50	-	1,20	-
Pomorska Regionalna Organizacja Turystyczna	98,00	0,70	0,60	0,40	0,10	0,10	-
Regionalna Organizacja Turystyczna Województwa Łódzkiego	92,93	0,19	0,56	5,71	0,31	0,31	-
Regionalna Organizacja Turystyczna Województwa Świętokrzyskiego	60,00	10,00	-	30,00	-	-	-
Śląska Organizacja Turystyczna	96,14	0,12	0,26	3,30	0,18	-	-
Warmińsko-Mazurska Regionalna Organizacja Turystyczna	96,16	0,51	0,68	2,56	0,09	-	-
Wielkopolska Organizacja Turystyczna	64,00	26,56	-	3,98	-	5,46	-
Zachodniopomorska Regionalna Organizacja Turystyczna	100,00	-	-	-	-	-	-

**Legenda:** 1-samorządy lokalne, 2-lokalne organizacje turystyczne, 3-stowarzyszenia i organizacje turystyczne, 4-podmioty gospodarcze branży turystycznej, 5-samorząd gospodarczy, 6-inne podmioty, 7-osoby fizyczne.

**Legend:** 1-local governments, 2-local tourist organizations, 3-associations and tourist organizations, 4-operators of the tourism industry, 5- economic self-government, 6-others, 7-physical people.

**Źródło:** opracowanie własne na podstawie: [Wąsowicz-Zaborek 2009b, s. 85-107].

**Source:** own elaboration based on: [Wąsowicz-Zaborek, 2009b, p. 85-107].

i poszerzenia zakresu działania). Teza ta znajduje również odzwierciedlenie w wynikach analizy struktury źródeł finansowania działalności ROT-ów w 2013 roku, które pozwalają na sformułowanie następujących wniosków [por. także Borzyszkowski 2011a] (tab. 3-5)<sup>4</sup>.

**W odniesieniu do wielkości ogólnej budżetów ROT-ów** istotnymi zidentyfikowanymi cechami były:

- bardzo duża dynamika wzrostu ogólnej wartości dochodów wszystkich ROT-ów w latach 2007-2013 z poziomu 11.327.000 zł do 46.263.101 zł (tj. o 308,4%),
- stała tendencja w latach 2007-2013 wzrostu dochodów – stopień przyrostu był jednak silnie zróżnicowany dla poszczególnych ROT-ów, i wahał się w przedziale od 10,7% do 90,3%,
- utrzymywanie się w okresie rozwoju organizacyjnego, bardzo dużych dysproporcji w ogólnym poziomie dochodów poszczególnych ROT-ów (w 2013 roku od 430.087 zł do 11.587.030 zł, przy czym 11 organizacji ma budżet przekraczający 1 mln zł),
- minimalny spadek dochodów ROT-ów (w 7 organizacjach) w 2013 roku, w stosunku do roku 2012 o łączną wartość 5.720.778 zł (tj. o 12,36 %) spowodowany przede wszystkim ograniczeniem dochodów z funduszy UE;

**W odniesieniu do struktury składek członkowskich w ROT-ach** (ogółem 9 typów różnych źródeł składek) podkreślić należy istnienie kilku zjawisk:

- utrzymywana była stała tendencja wzrostu wartości ogólnej składek członkowskich dla ROT-ów w latach 2007-2013 z poziomu 7.416.000 zł do 15.343.335 zł (tj. o 51,6%),
- zauważalna była dominacja dochodów ROT-ów z tytułu składek członkowskich pochodzących od jednostek samorządu terytorialnego, w tym od samorządu województwa w 2013 roku w kwocie 10.500.510 zł (tj. 68,43% ogólnej sumy składek do ROT-ów), od samorządu powiatowego i gminnego w kwocie 3.982.902 zł (tj. 25,9%),
- interesującą obserwacją był wzrost dochodów z tytułu składek członkowskich do ROT-ów od podmiotów gospodarczych (w tym podmiotów branży turystycznej, samorządu gospodarczego w turystyce), który kształtował się w 2013 roku na poziomie 583.502 zł – wzrost o 36,8%;

**W odniesieniu do struktury innych źródeł finansowania ROT-ów** (ogółem 10 typów różnych źródeł) podkreślić należy istnienie kilku zjawisk:

- obserwacją znaczącą była zdecydowana zmiana proporcji dochodów ROT-ów w 2013 roku w porównaniu z 2007 rokiem na rzecz wzrostu dochodów z innych źródeł niż składka członkowska:

---

<sup>4</sup> W celach porównawczych jednostkowo wykorzystywane są także dane finansowe uzyskane z ROT-ów za rok 2012, których nie zaprezentowano w formie tabelarycznej w niniejszym opracowaniu ze względu na ograniczenia techniczne.



- w 2007 roku dochody z tytułu składek członkowskich do ROT-ów wyniosły 7.416.000 zł (65,2% budżetu), a dochody z innych źródeł wyniosły 5.180.000 zł (45,5% budżetu),
- w 2013 roku dochody z tytułu składek członkowskich do ROT-ów wyniosły 15.343.335 zł (34,2% budżetu), a dochody z innych źródeł wyniosły 29.494.299 zł (65,8 % budżetu),
- bardzo znaczący był udział dochodów ROT-ów z tytułu pozyskiwanych dotacji z funduszy UE, który w 2013 roku osiągnął poziom 20.616.362 zł (45,9% budżetu ogólnego); analogicznie wskazane źródła dochodów stanowiły także najważniejszą pozycję w strukturze dochodów ROT-ów z tzw. innych źródeł (w 2013 roku – 69,9%),
- obserwowany był także wzrost dochodów ROT-ów z tytułu pozyskiwania dotacji konkursowych (od jednostek samorządu terytorialnego wszystkich szczebli), który kształtował się w 2013 roku na poziomie 2.780.210 zł (6,2% budżetu ogólnego),
- jednocześnie za niepokojący uznać należy zdecydowany spadek dochodów ROT-ów z tytułu pozyskiwania dotacji konkursowych (od jednostek publicznych sfery turystyki, innych instytucji i organizacji inwestujących pośrednio lub bezpośrednio w sferę rozwoju turystyki), który kształtował się w 2013 roku na poziomie 461.713 zł (1,0 % budżetu ogólnego),
- zauważalny był ogólny wzrost liczby typów źródeł finansowania działalności organizacji, ale przy silnym zróżnicowaniu zjawiska dla poszczególnych ROT-ów (od 5 do 10 typów źródeł finansowania),
- niepokojące było zjawisko niewielkiego udziału dochodów z podejmowanej aktywności gospodarczej przez (7) ROT-ów (w tym zlecenia, umowy sponsorskie i barterowe) kształtujące się na poziomie 1.671.045 zł (3,7% budżetu ogólnego) w 2013 roku,
- jednocześnie korzystną tendencją było minimalne zwiększanie dochodów ROT-ów z tytułu komercjalizacji własnej działalności, w tym poprzez:
  - minimalny wzrost dochodów z działalności gospodarczej (7 ROT-ów) z kwoty 976.624 zł (3,7% dochodów z innych źródeł w budżecie) w 2012 roku do kwoty 1.255.504 zł (4,2%) w 2013 roku,
  - minimalny wzrost dochodów z tytułu umów zleceń (3 ROT-y) z kwoty 174.991 zł (0,6 % dochodów z innych źródeł w budżecie) w 2012 r. do kwoty 330.834 zł (1,1% dochodów z innych źródeł w budżecie) w 2013 roku,
- zauważalny był także istotny udział „innych” dochodów w strukturze finansowania działalności ROT-ów, który w 2013 roku osiągnął wartość 3.826.875 zł (8,53% budżetu ogólnego),
- zjawiskiem marginalnym (i stale malejącym) było uzyskiwanie dochodów przez ROT-y z tytułu darowizn 1% dla organizacji non-profit (w 2013 roku – 225,0 zł).

**Tab. 3.** Struktura budżetów regionalnych organizacji turystycznych w 2013 roku**Tab. 3.** The structure of the budgets of regional tourism organizations in 2013

<b>Regionalna organizacja turystyczna</b>	<b>Budżet ogółem (PLZ)</b>	<b>Składki członkowskie (PLZ)</b>	<b>Inne dochody (PLZ)</b>
Dolnośląska Organizacja Turystyczna	2.465.441,28	1.101.450	1.363.991
Kujawsko-Pomorska Organizacja Turystyczna	941.611,91	238.750	702.862
Lubelska Regionalna Organizacja Turystyczna	1.401.989,94	884.500	517.490
Lubuska Regionalna Organizacja Turystyczna	430.089,74	94.665	335.425
Małopolska Organizacja Turystyczna	7.269.024,94	3.389.465	3.879.560
Mazowiecka Regionalna Organizacja Turystyczna	1.425.466,53	bd	bd
Opolska Regionalna Organizacja Turystyczna	633.652,30	350.712	282.940
Podkarpacka Regionalna Organizacja Turystyczna	1.071.887,78	535.100	536.788
Podlaska Regionalna Organizacja Turystyczna	791.312,29	479.100	312.212
Pomorska Regionalna Organizacja Turystyczna	2.357.149,95	1.728.950	628.200
Regionalna Organizacja Turystyczna Województwa Łódzkiego	1.054.331,00	506.800	547.531
Regionalna Organizacja Turystyczna Województwa Świętokrzyskiego	5.542.466,17	1.573.920	3.968.546
Śląska Organizacja Turystyczna	11.587.030,95	1.517.930	10.069.101
Warmińsko-Mazurska Regionalna Organizacja Turystyczna	878.400,00	723.400	155.000
Wielkopolska Organizacja Turystyczna	6.442.477,92	963.511	5.478.967
Zachodniopomorska Regionalna Organizacja Turystyczna	1.970.768,56	1.255.082	715.687
<b>Razem</b>	<b>46.263.101,26</b>	<b>15.343.335</b>	<b>29.494.299</b>

**Źródło:** opracowanie własne na podstawie badań ankietowych ROT-ów.

**Source:** own elaboration based on ROT surveys.

**Tab. 4.** Struktura źródeł finansowania regionalnych organizacji turystycznej w 2013 r. – składka członkowska  
**Tab. 4.** The structure of financing regional tourist organization in 2013 – Membership fee

Regionalna organizacja turystyczna	Typ źródła finansowania (w % ogólnej wysokości składek członkowskich)								
	1	2	3	4	5	6	7	8	9
Dolnośląska Organizacja Turystyczna	78,08	2,80	12,18	0,50	4,49	0,10	0,30	1,55	-
Kujawsko-Pomorska Organizacja Turystyczna	62,83	8,38	19,90	3,14	3,14	0,21	0,31	2,09	-
Lubelska Regionalna Organizacja Turystyczna	65,01	31,43	0,23	0,28	2,83	0,06	-	0,17	-
Lubuska Regionalna Organizacja Turystyczna	52,82	3,17	34,20	0,53	8,75	-	-	-	0,53
Małopolska Organizacja Turystyczna	60,92	1,29	31,04	0,18	3,37	0,04	1,63	1,52	0,02
Mazowiecka Regionalna Organizacja Turystyczna	bd	bd	bd	bd	bd	bd	bd	bd	bd
Opolska Regionalna Organizacja Turystyczna	86,61	-	10,85	0,70	0,80	-	0,87	-	0,17
Podkarpacka Regionalna Organizacja Turystyczna	84,10	-	11,40	0,75	2,95	-	-	0,80	-
Podlaska Regionalna Organizacja Turystyczna;	73,05	2,09	19,20	1,65	2,88	0,38	0,75	-	-
Pomorska Regionalna Organizacja Turystyczna	56,33	0,35	41,53	0,81	0,78	0,09	-	0,12	-

Cd. Tabeli 4.

Regionalna Organizacja Turystyczna Województwa Łódzkiego	37,49	7,99	43,11	0,14	-	0,08	11,19	-	-
Regionalna Organizacja Turystyczna Województwa Świętokrzyskiego	77,83	6,34	15,82	-	-	-	-	-	-
Śląska Organizacja Turystyczna	85,43	1,14	8,37	1,62	3,09	0,11	-	0,24	-
Warmińsko-Mazurska Regionalna Organizacja Turystyczna	84,46	1,71	0,86	-	5,81	0,08	-	7,08	-
Wielkopolska Organizacja Turystyczna	83,03	5,16	8,19	2,44	0,64	0,10	0,31	0,12	-
Zachodniopomorska Regionalna Organizacja Turystyczna	47,81	2,80	39,75	2,84	8,09	0,04	-	0,20	-
<b>Razem (w zł)</b>	<b>10.500.510,00</b>	<b>627.166,20</b>	<b>3.355.736,17</b>	<b>134.730,16</b>	<b>446.952,73</b>	<b>11.040,00</b>	<b>125.510,00</b>	<b>139.930,00</b>	<b>1.760,00</b>

**Legenda:** 1-samorząd wojewódzki, 2-samorząd powiatowy, 3-samorząd gminny, 4-stowarzyszenia i organizacje turystyczne, 5-podmioty gospodarcze branży turystycznej i okołoturystycznej, 6-samorząd gospodarczy (np. izba turystyki), 7-inne podmioty gospodarcze, 8-inne instytucje publiczne, społeczne, kościelne i inne podmioty gospodarki regionalnej, 9-osoby fizyczne.

**Legend:** 1-provincial government, 2-district government, 3-municipal government, 4-associations and tourist organizations, 5-operators of the tourism industry and tourism-related, 5-economic self-government (eg. Board of Tourism), 7-other economic operators, 8-other public institutions, social, church and other entities of the regional economy, 9-physical people.

**Źródło:** opracowanie własne na podstawie badań ankietowych ROT-ów / Source: own elaboration based on ROT surveys.

**Tab. 5.** Struktura źródeł finansowania regionalnych organizacji turystycznej w 2013 r. – inne źródła dochodów  
**Tab. 5.** The structure of sources of financing regional tourist organization in 2013 – Other sources of income

Regionalna organizacja turystyczna	Typ źródła finansowania (w % ogólnej wysokości innych źródeł dochodów)									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Dolnośląska Organizacja Turystyczna	31,34	-	-	-	-	-	65,78	0,02	-	2,87
Kujawsko-Pomorska Organizacja Turystyczna	-	8,19	-	17,64	-	-	73,97	-	-	0,19
Lubelska Regionalna Organizacja Turystyczna	-	19,85	-	-	-	42,26	36,18	-	-	1,70
Lubuska Regionalna Organizacja Turystyczna	-	-	-	-	-	6,42	86,43	-	-	7,15
Małopolska Organizacja Turystyczna	57,91	-	-	-	0,10	-	30,86	-	-	11,12
Mazowiecka Regionalna Organizacja Turystyczna	bd	bd	bd	bd	bd	bd	bd	bd	bd	bd
Opolska Regionalna Organizacja Turystyczna	11,31	-	-	36,76	7,42	-	44,51	-	-	-
Podkarpacka Regionalna Organizacja Turystyczna	-	14,29	-	-	-	79,14	6,56	-	-	0,02
Podlaska Regionalna Organizacja Turystyczna;	6,41	13,30	6,11	32,94	6,73	-	11,24	-	23,29	-
Pomorska Regionalna Organizacja Turystyczna	-	6,05	-	-	-	56,49	35,72	-	-	1,74

Cd. Tabeli 5.

Regionalna Organizacja Turystyczna Województwa Łódzkiego	-	13,67	9,36	-	-	18,37	-	-	2,19	56,41
Regionalna Organizacja Turystyczna Województwa Świętokrzyskiego	-	-	-	-	0,76	-	99,24	-	-	-
Śląska Organizacja Turystyczna	0,19	-	-	-	0,21	-	99,60	-	-	-
Warmińsko-Mazurska Regionalna Organizacja Turystyczna	-	-	-	-	12,90	87,10	-	-	-	-
Wielkopolska Organizacja Turystyczna	-	-	-	-	0,38	-	46,85	-	-	52,77
Zachodniopomorska Regionalna Organizacja Turystyczna	4,89	-	-	-	-	-	79,60	-	-	15,51
<b>Razem według danego typu źródła finansowania (w zł)</b>	<b>2.780.210,48</b>	<b>391.379,05</b>	<b>70.334,61</b>	<b>330.834,72</b>	<b>137.866,08</b>	<b>1.255.504,08</b>	<b>20.616.362,90</b>	<b>225,70</b>	<b>84.706,51</b>	<b>3.826.875,34</b>

**Legenda:** 1-dotacje konkursowe od jednostek samorządu terytorialnego (wojewódzkich, powiatowych, gminnych); 2-dotacje konkursowe od jednostek publicznych sfery turystyki (np. MSiT, MKiDN, MNiSW, itp.); 3-dotacje konkursowe od innych instytucji i organizacji inwestujących bezpośrednio lub pośrednio w sferę rozwoju turystyki (np. WFOŚiGW, PART S.A); 4-zlecenia (w tym od jst) na zadania wspólnie określone; 5-dotacja celowa Polskiej Organizacji Turystycznej; 6-własna działalność gospodarcza; 7-dotacja z funduszy UE; 8-darowizny (w tym odpisy 1% podatku); 9-umowy sponsorskie i barterowe, 10-inne; bd-brak danych.

**Legend:** 1-grants competition from local government (provincial, district, municipal), 2-grants competition from public entities sphere of tourism (eg. MSiT, MKiDN, MNiSW, etc.), 3-grants competition from other institutions and organizations that invest directly or indirectly in the sphere of tourism development (eg. WFOŚiGW, PART S.A), 4-order (including the local government) tasks jointly determined, 5-designated subsidy Polish Tourist Organization, 6-own business, 7-grant from the EU funds, 8- donations (including amortization of 1% of tax), 9-sponsorship agreements and barter, 10-other; bd- no data.

**Źródło:** Opracowanie własne na podstawie badań ankietowych ROT-ów / **Source:** Own elaboration based on ROT surveys.

**Tab. 6.** Wydatki ponoszone przez urzędy marszałkowskie na turystykę i regionalne organizacje turystyczne w latach 2010-2013 w ramach działu budżetowego 630 – Turystyka

**Tab. 6.** Expenses incurred by the marshals' offices on tourism and regional tourism organizations in 2010-2013 as part of the budget department 630 – Tourism

Województwo	2010 wykonanie (w tys. zł.)	2011 wykonanie (w tys. zł.)	2012 wykonanie (w tys. zł.)	2013 plan (w tys. zł.)	Wartość dotacji dla ROT w 2013r. (składka członkowska) <sup>b</sup>	
					w zł	% ogólnych wydatków w dziale 630
Dolnośląskie	1588,8	14579,7	1581,2	1730,0	860.000	49,71
Kujawsko-pomorskie	859,4	930,3	1030,6	2239,8	150.000	6,70
Lubelskie	926,0	1808,1	1496,3	999,0	575.000	57,56
Lubuska	500,5	514,1	791,8	324,3	50.000	15,42
Łódzkie	9329,3	571,0	872,7	1186,0	190.000	16,02
Małopolskie	3761,5	13359,7	4319,2	6070,7	2.065.000	34,02
Mazowieckie	2301,5	5458,2	1677,3	1305,9	bd	bd
Opolskie	975,7	910,9	590,7	613,0	303.760	49,55
Podkarpackie	1002,8	1222,0	1018,1	1132,3	350.000	30,91
Podlaskie	3299,8	2850,2	763,1	16437,3	450.000	2,74
Pomorskie	5377,2	26304,0	30267,3	3392,3	974.000	28,71
Śląskie	453,3	553,5	672,5	520,0	1.296.750	249,38 <sup>c</sup>
Świętokrzyskie	1613,7	1248,0	1518,3	971,8	1.225.000	126,05 <sup>c</sup>

Cd. Tabeli 6.

Warmińsko-mazurskie	3988,9	3438,6	3870,4	14086,3	611.000	4,34
Wielkopolskie	8384,7	9051,6	6777,4	1587,3 <sup>a</sup>	800.000	50,40
Zachodniopomorskie	1635,2	2594,6	2192,4	6650,1	600.000	9,02
<b>Razem</b>	<b>45998,3</b>	<b>85394,6</b>	<b>59439,3</b>	<b>59246,1</b>	<b>10.500.510</b>	—

**Legenda:** <sup>a</sup> – tylko środki będące w dyspozycji Departamentu Sportu i Turystyki Urzędu Marszałkowskiego Województwa Wielkopolskiego;  
<sup>b</sup> – dane wskazują tylko na wartość przekazanych składek członkowskich; nie uwzględniono wartości innych typów środków pozyskiwanych przez ROT z budżetów samorządów województw; tj.: dotacji z funduszy UE, umów zlecenia, dotacji w trybie konkursów organizowanych w ramach ustawy o organizacjach pożytku publicznego i wolontariatu itp.;  
<sup>c</sup> – składka została przekazana ROT także w ramach innych (niż 630) działów budżetowych samorządu województwa.  
bd – brak danych.

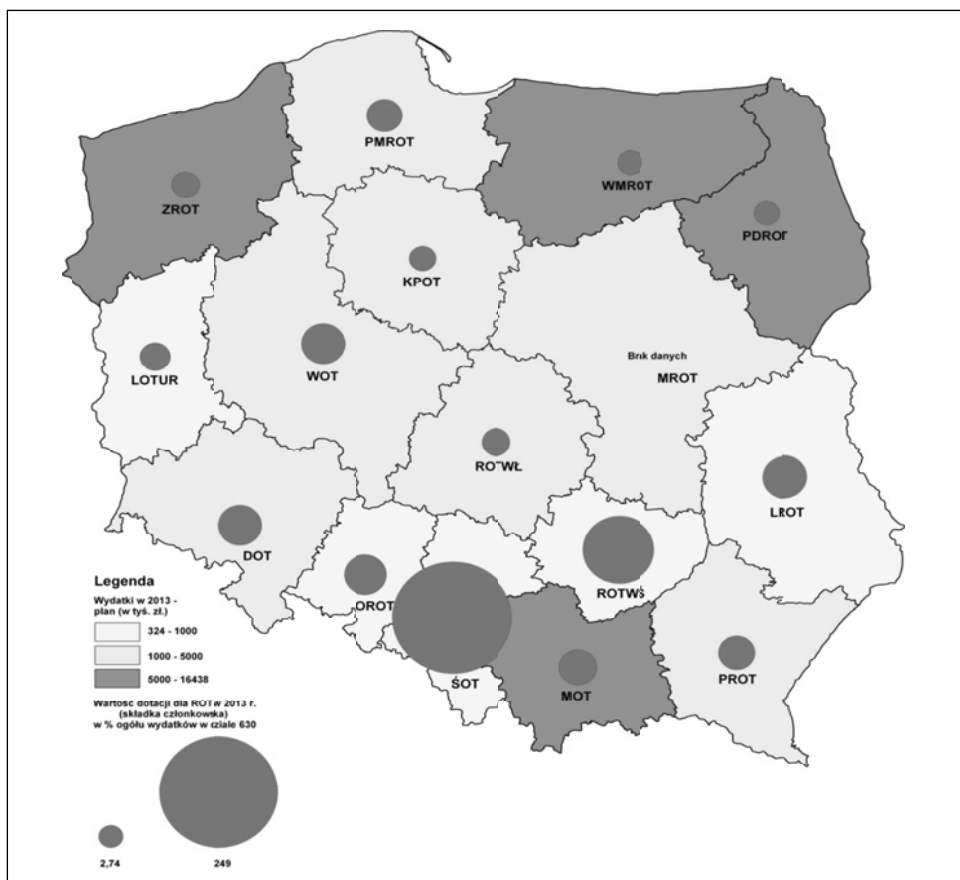
**Legend:** <sup>a</sup> – only the means at the disposal of the Department of Sport and Tourism of the Marshal Office of the Wielkopolska Region;  
<sup>b</sup> – data indicate only the value of the transferred membership fees; it does not take into account the value of other types of funds obtained by the ROT from the budgets of regional governments, such as subsidies from EU funds, service contracts, grants under competitions organized within the framework of the law on public benefit organizations and volunteering, etc.;  
<sup>c</sup> – contribution was given ROT also in other (than 630) departments of the local government budget.  
bd – no data.

**Źródło:** opracowanie własne na podstawie: [Byszewska–Dawidek, Radkowska 2013, s. 144 oraz danych uzyskanych w badaniach ankietowych ROT-ów przeprowadzonych przez autora].

**Source:** own elaboration based on: [Byszewska–Dawidek, Radkowska 2013, p. 144 and based on ROT surveys].



Przeprowadzone analizy wskazują również na istnienie silnych powiązań między samorządami województw i ROT-ami w sferze finansowania ich proturystycznej działalności. Warto i należy w tym miejscu zaznaczyć, że szczególnie istotny był tutaj poziom wydatków na sferę turystyki (w dziale budżetowym 630 – „Turystyka”) ponoszonych właśnie przez urzędy marszałkowskie jako instytucje będące jednocześnie strategicznymi donatorami ROT-ów, co zobrazowano w tabeli 6 i na rycinie 1. Interesującym problemem badawczym byłoby zatem poszukiwanie i identyfikacja powiązań (a szerzej ocena skuteczności i efektywności funkcjonowania) między poziomem przekazywanych przez samorządy województw środków dla regionalnej organizacji turystycznej a obrazem pozycji konkurencyjnej danego ROT-u.



**Ryc. 1.** Wydatki na turystykę i wsparcie regionalnych organizacji turystycznych ponoszone przez urzędy marszałkowskie w 2013 r.

**Fig. 1.** Spending on tourism and support for regional tourism organizations borne by the marshals' offices in 2013

**Źródło:** opracowanie własne/**Source:** own elaboration.

**Tab. 7.** Wskaźniki korelacji wielkości budżetu regionalnych organizacji turystycznych i ogólnej struktury źródeł finansowania organizacji

**Tab. 7.** Correlation coefficients budget size regional tourist organizations and the general structure of financing sources of the organization

Zmienna	<b>Korelacja porządku rang Spearmana (<math>\rho</math> Spearmana)</b> (oznaczone wsp. korelacji są istotne z $p < ,05000$ )	
Budżet 2013	Składki członkowskie 2013	Inne dochody 2013
	<b>0,875000</b>	<b>0,900000</b>
Budżet 2012	Składki członkowskie 2012	Inne dochody 2012
	<b>0,857143</b>	<b>0,957143</b>
Budżet 2013	<b>Liczba źródeł finansowania</b>	
	0,130569	

**Źródło:** opracowanie własne/**Source:** own elaboration.

Przeprowadzona analiza wartości wskaźnika korelacji rang Spearmana<sup>5</sup> dla wybranych zmiennych (cech) charakteryzujących funkcjonowanie ROT-ów (w aspektach ich finansowania) pozwala, z dużą ostrożnością interpretacyjną, na wyciągnięcie wniosków odnoszących się do cech funkcjonowania regionalnych organizacji turystycznych jako całej zbiorowości, a nie indywidualnie wobec danego ROT-u. I tak odnotować należy:

- słabą korelację między wartością budżetu ROT-u (za 2013 r.) a liczbą źródeł finansowania,
  - widoczną korelację o różnym stopniu nasilenia (od przeciętnej do wysokiej i bardzo wysokiej) w odniesieniu do kilku typów źródeł finansowania, w tym ukierunkowania na dochody ze źródeł pozaskładkowych, co może świadczyć o możliwym wzroście skuteczności funkcjonowania ROT-ów poprzez zróżnicowanie źródeł finansowania, a nie wzrost samej ich liczby.
- Dodatkowo przeprowadzone analizy pozwoliły na zdiagnozowanie siły korelacji między wartością budżetów ROT-ów a innymi cechami ich działania:
- istnienie wysokiej korelacji między wielkością budżetu ROT-ów za 2013 r. a liczbą pracowników biura organizacji (0,666714) i w odniesieniu do liczby członków zwyczajnych organizacji (0,513613)<sup>6</sup>,

<sup>5</sup> Skale siły korelacji: wartość wskaźnika korelacji:  $r_{xy} = 0$  (zmienne nie są skorelowane);  $0 < r_{xy} < 0,1$  (korelacja niska);  $0,1 = < r_{xy} < 0,3$  (korelacja słaba);  $0,3 = < r_{xy} < 0,5$  (korelacja przeciętna);  $0,5 = < r_{xy} < 0,7$  (korelacja wysoka);  $0,7 = < r_{xy} < 0,9$  (korelacja bardzo wysoka);  $0,9 = < r_{xy} < 1$  (korelacja prawie pełna) [Stanisz 1998, s. 205].

<sup>6</sup> Zaznaczyć należy, że w odniesieniu do tej cechy wartość wskaźnika rho Spearmana jest tylko minimalnie większa (o 0,13) od wartości progowej dla istnienia korelacji przeciętnej [Stanisz 1998, s. 205].

**Tab. 8.** Wskaźniki korelacji wielkości budżetu regionalnych organizacji turystycznych i typów źródeł finansowania organizacji  
**Tab. 8.** Correlation coefficients budget size regional tourist organizations and types of sources of financing organization

<b>Korelacja porządku rang Spearmana (rho Spearmana)</b> (oznaczone wsp. korelacji są istotne z $p < ,05000$ )									
Zmienna	Samorząd wojewódzki	Samorząd powiatowy	Samorząd gminny	Stowarzyszenia i organizacje turystyczne	Podmioty gospodarcze-turystyczne	Samorząd gospodarczo-turystyczny	Inne podmioty gospodarcze	Inne instytucje	Osoby fizyczne
	Źródła finansowania w 2012 r. (składka członkowska)								
Budżet 2012	0,831100	0,481431	0,542857	0,419780	0,472527	0,287674	0,115954	-0,450000	-
	Źródła finansowania w 2013 r. (składka członkowska)								
Budżet 2013	0,875000	0,521978	0,610714	0,615385	0,521978	0,311940	0,214286	-0,139394	1,000000
	Źródła finansowania w 2012 r. (poza składką członkowską)								
	Dotacje konkursowe JST	Dotacje konkursowe jednostek publicznych sfery turystyki	Dotacje celowa POT	Własna działalność gospodarcza	Dotacja z funduszy UE	Inne			
Budżet 2012	0,324337	0,142857	0,00	0,357143	0,881319	0,755245			
	Źródła finansowania w 2013 r. (poza składką członkowską)								
Budżet 2013	0,085714	0,142857	-0,177325	0,771429	0,807692	0,575758			

Źródło: Opracowanie własne/Source: Own elaboration.

- istnienie korelacji przeciętnej między wielkością budżetu ROT-ów a liczbą rzeczywistych partnerów współdziałających z organizacją<sup>7</sup> (0,457143) i w odniesieniu do liczby członków zarządu organizacji (0,416696),
- odnotowano korelację na poziomie przeciętnym (na granicy istotności) w odniesieniu do związków między wielkością budżetu ROT-ów za 2013 r. a liczbą typów członków zwyczajnych organizacji (0,344005)<sup>8</sup>.

## Dyskusja

Przeprowadzone analizy struktury i charakteru źródeł finansowania ROT-ów [patrz także: Fedyk 2015] pozwalają na sformułowanie wniosków odnoszących się do wskazania kierunków i cech dywersyfikacji źródeł przychodów badanych organizacji, a mających wpływ na skuteczność funkcjonowania organizacji i realizacji ich celów statutowych (tab. 9).

**Tab. 9.** Dywersyfikacja źródeł finansowania regionalnych organizacji turystycznych w Polsce

**Tab. 9.** Diversification of sources of financing regional tourist organizations in Poland

<b>Rzeczywiste i postulowane źródła finansowania ROT</b>	<b>Cechy szczególne w ROT</b>
Składka członkowska <sup>9</sup>	Nie ma jednolitego modelu działania w sferze kształtowania zasad pobierania składek członkowskich, a kwestia ta jest indywidualnie regulowana w statutach organizacji lub szczegółowych regulaminach zatwierdzanych przez Walne Zgromadzenia Członków ROT-ów. Najczęściej stosowanym modelem jest pobieranie składki członkowskiej zróżnicowanej dla jednostek samorządu terytorialnego (wg liczby mieszkańców) oraz podmiotów gospodarczych i innych instytucji (wg liczby zatrudnionych). Stosowany jest także dodatkowo mechanizm zapisów statutowych lub regulaminowych, pozwalający na dokonywanie zwiększenie wysokości składki bez konieczności zwoływania Walnego Zgromadzenia Członków ROT-ów, poprzez użycie sformułowania „składka wynosi nie mniej niż .. złotych”.

<sup>7</sup> Zagadnienie skuteczności współpracy ROT-ów z ich partnerami rzeczywistymi i interesariuszami organizacji szerzej jest omówione w pracy: [Fedyk, Morawski 2014, s. 241-274].

<sup>8</sup> Warto podkreślić, że liczba typów członków ROT-ów nie jest ograniczona i stale się zmienia (przyjmowani są nowi członkowie, w tym spoza sfery turystyki lub odnotowywane są rezygnacje z członkostwa w ROT. Dodatkowo zjawiskiem zdiagnozowanym [patrz: Fedyk 2016] jest silne zróżnicowanie typologiczne członków ROT-ów bowiem liczba typów członków w poszczególnych ROT-a waha się w przedziale 13-20. Zdaniem autora, ma to znaczenie dla kształtowania się skali zróżnicowania typów źródeł finansowania ROT-ów bowiem różne typy członków mogą w różny sposób wspierać finansowo dany ROT w zależności od własnego potencjału i uwarunkowań formalno-prawnych.

<sup>9</sup> Szerszą analizę systemów ustalania składek członkowskich w ROT-ach prezentuje: praca [Borzyszkowski 2011a, s. 68-69].

Dotacje konkursowe (w tym od samorządu województwa i MSiT)	Pozyskiwanie ograniczonych kwotowo i merytorycznie (narzucony zakres możliwego wsparcia) dotacji w trybie konkursowym w jednostkach samorządu terytorialnego różnych szczebli (m.in. wydziały właściwe ds. turystyki, promocji, kultury) oraz w MSiT (okazjonalnie MKiDN) na podstawie ustawy o działalności pożytku publicznego i o wolontariacie. Zaangażowanie finansowe samorządu terytorialnego poprzez członkostwo w ROT-ach nie może stanowić podstawy formalnej do wykluczenia ROT-u z pozyskiwania źródeł finansowania w ramach zadań realizowanych przez jednostki samorządu terytorialnego na podstawie ustawy o działalności pożytku publicznego i wolontariacie [por. Wasowicz-Zaborek 2009a].
Zlecenie (w tym od samorządów województwa) na zadania wspólnie określone <sup>10</sup>	Uzyskiwanie zleceń z zachowaniem stosownych procedur i norm prawa od samorządu województwa czy innych jednostek samorządowych lub podmiotów publicznych na organizację działań promocyjnych lub proturystycznych w ramach działu 630 budżetu jest: rozdział 63001 – „Ośrodki informacji turystycznej” – wydatki na działalność ośrodków informacji turystycznej, rozdział 63003 – „Zadania w zakresie upowszechniania turystyki” – wydatki na upowszechnianie turystyki i promocję, m.in. udział w prezentacjach i targach turystycznych, przygotowywanie specjalistycznych wydawnictw, konkursów promujących produkty regionu, promocji turystycznej w mediach, a także dotacje celowe dla stowarzyszeń, rozdział 63095 – „Pozostała działalność” – wydatki bieżące związane z działalnością promocyjną, m.in. druk folderów i ulotek, zakup reklam, zdjęć do banku wizerunków, nagród na imprezy turystyczne i gadżetów promocyjnych itd., a także wydatki związane z kreowaniem produktów turystycznych regionu. Dodatkowo dotacje celowe dla stowarzyszeń na takie zadania, jak: rajdy, zloty i imprezy turystyczno-promocyjne, konkursy turystyczne, wytyczanie, konserwacja i znakowanie szlaków turystycznych.
Działalność gospodarcza (zyski przeznaczone obligatoryjnie na działalność statutową)	Statuty ROT-ów dopuszczają możliwość prowadzenia działalności gospodarczej w zakresie zapisów statutowych. W 2015 r. tylko 7 ROT-ów posiadało status w KRS podmiotu prowadzącego działalność gospodarczą m.in. prowadząc punkty IT, komercyjne usługi szkoleniowe, reklamowe, promocyjne, wydawnicze, pośrednictwo turystyczne itp. Jednocześnie działalność gospodarcza ograniczona jest – przyjmowaną deklaratywnie a nie formalnie – formułą zakazu konkurencji na rynku z własnymi członkami samej organizacji lub normami prawa dot. zasiadania w zarządach ROT-ów przedstawicieli zarządów jednostek samorządu terytorialnego.
Dotacja celowa Polskiej Organizacji Turystycznej	Dotacja coroczna (w przedziale 30.000-60.000 zł, w 2013 r. na poziomie 25.000 zł) na wspólne projekty z udziałem ROT-ów na poziomie 51%, przy wymogu Polskiej Organizacji Turystycznej realizacji zadań w strukturze transwojewódzkiej z innymi ROT-ami i skorelowanych z celami strategicznymi POT. Dotacje systemowe na działania promocyjne ROT-ów w formule dopłaty POT do powierzchni ekspozycji na targach turystycznych zagranicznych (wg narzuconych regulaminem poziomów dotacji i wyznaczonych rynków promocji np. w „Marketingowej Strategii Polski w sektorze turystyki na lata 2008-2015” [Walas 2012] – ustalono trzy poziomy dofinansowania: 30% – rynek podstawowy, 35% – rynek uzupełniający, 60% – rynek priorytetowy).

<sup>10</sup> Z. Kruczek i B. Walas wskazują, że zagrożeniem dla ROT-ów może być niechęć administracji regionalnej czy lokalnej do delegowania im zadań i środków finansowych pomimo faktu, że zostały przez nią powołane do życia [Kruczek, Walas 2004, s. 49- 68].

Fundusze UE	Pozyskiwanie środków finansowych w procedurach konkursowych w latach 2007-2013 głównie w ramach: Regionalnych Programów Operacyjnych, Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki, Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka, Programów Operacyjnych Współpracy Transgranicznej, a w nowej perspektywie UE 2014-2020 z RPO, PO Wiedza, Edukacja Rozwój, PO Inteligentny Rozwój, PO Polska Cyfrowa, PO Infrastruktura i Środowisko, Funduszu Rozwoju Turystyki (FRT) czy także funduszy KE: Horyzont 2020, JEREMIE, JESSICA, JOSEFINE etc. <sup>11</sup> Fundusze pozyskiwane samodzielnie lub w ramach konsorcjów (projektów partnerskich) z UE na finansowanie projektów tzw. miękkich, np. szkoleń w zakresie informacji turystycznej [por. Kruczek, Zmyślony 2010, s. 141].
Pozostałe źródła finansowania	Darowizny, w tym odpisy 1% od podatku od osób prawnych i fizycznych w sytuacji posiadania przez dany ROT statusu organizacji non-profit. Umowy sponsorskie i barterowe (w kooperacji z podmiotami branży turystycznej). Dotacje (konkursy) innych instytucji i organizacji inwestujących pośrednio lub bezpośrednio w sferę rozwoju turystyki (np. WFOŚiGW, agencje rozwoju regionalnego, fundusze celowe). Dotacje celowe na badania marketingowe i ruchu turystycznego z udziałem ROT-ów. <sup>12</sup> Fundusze pozyskiwane w ramach konsorcjów (projektów partnerskich).
Inne postulowane (nie wdrożone) źródła	Wpłaty na rzecz ROT-ów ramach odpisy podatkowego od osób prawnych i fizycznych (zaliczenie wpłaty do kosztów uzyskania przychodów) w oparciu o rozszerzenie zapisów w odpowiednich ustawach o podatku dochodowym [por. Migdal 2013, s. 15]. Przekazywanie ROT stałego odsetka całości budżetu podmiotów członkowskich przeznaczanego na sferę promocji turystyki [por. Grabińska i Mierniczak 2010, s. 631, Kruczek, Zmyślony 2010, s. 141] <sup>13</sup> .

**Źródło:** opracowanie własne na podstawie: [Borzyszkowski 2011, s. 68-69; Grabińska, Mierniczak 2010, s. 631; Kruczek, Zmyślony 2010, s. 141; Migdal 2013, s. 15; *Program rozwoju turystyki do 2014 r.*, s. 70-72; Walas, 2012; Wąsowicz-Zaborek 2009a; Fedyk 2016], a także statuty i regulaminy oraz sprawozdania z działalności regionalnych organizacji turystycznych w Polsce, inne źródła internetowe]

**Source:** own elaboration based on: [Borzyszkowski 2011, pp. 68-69; Grabińska i Mierniczak 2010, p. 631; Kruczek, Zmyślony 2010, p. 141; Migdal 2013, p. 15; *Program rozwoju turystyki do 2014 r.*, pp. 70-72; Walas 2012; Wąsowicz-Zaborek 2009a; Fedyk 2016; statutes and regulations and report on the activities of regional tourism organizations in Poland and other Internet sources]

<sup>11</sup> Szeroki katalog źródeł Unii Europejskiej finansowania projektów i działalności m.in. regionalnych organizacji turystycznych zaprezentowano w dokumencie: [*Program rozwoju turystyki do 2014 r.*....., s. 70-72].

<sup>12</sup> Model finansowania badań ruchu turystycznego w Polsce z udziałem ROT-ów opisuje szerzej: [Fedyk 2010, s. 136-140].

<sup>13</sup> W fazie ideowej konstruowania modelu funkcjonowania systemu w 1999 r. postulowane było finansowanie oddziałów regionalnych narodowej organizacji turystycznej (odpowiedników współczesnych ROT-ów) m.in. z wypracowanych środków własnych budżetu wojewody, 30% składek oddziału regionalnego Polskiej Izby Turystyki oraz chwalonych przez gminy dopłat do usług turystycznych na poziomie 25% [por. Fedyk 1999, s. 85-116].

**Tab. 10.** Finansowe parametry klasyfikacji regionalnych organizacji turystycznych  
**Tab. 10.** Financial classification parameters regional tourist organizations

Typ uwarunkowań endogenicznych	Typ parametru	Opis parametru (szczegółowy miernik)
Organizacyjne	Struktura i charakter pracowników biura ROT	– wskaźnik bezwzględny (relacja liczby pracowników biura organizacji do wielkości wydatkowanego budżetu organizacji w danym roku budżetowym) pozwalający na ocenę skuteczności operacyjnej (także wydajności) prowadzonej działalności i realizacji planów ROT (wskaźnik A1);
Formalno-prawne	Struktura i charakter członków zarządu ROT	– wskaźnik bezwzględny (relacja liczby członków zarządu organizacji do wielkości wydatkowanego budżetu organizacji w danym roku budżetowym) pozwalający na ocenę poziomu biurokratyzowania zarządzania organizacją czy także wydajności w zarządzaniu (wskaźnik A2);
Finansowe	Struktura i charakter budżetu ROT	– wielkość budżetu (przychodu) organizacji w danym roku budżetowym (wskaźnik A3); – liczba typów źródeł przychodu za dany rok budżetowy (wskaźnik A4); – tendencja zmiany wielkości przychodu za dany okres (wskaźnik A5); Wskazane parametry pozwalają na ocenę kondycji finansowej i skuteczności pozyskiwania środków oraz poziomu dywersyfikacji źródeł utrzymania i funkcjonowania ROT.

**Źródło:** Opracowanie własne/**Source:** Own elaboration.

Poszukując zestandaryzowanych miar oraz wskaźników oceny skuteczność funkcjonowania ROT-ów<sup>14</sup> podjęto również próbę identyfikacji wskaźników (parametrów i mierników) w odniesieniu do sfery finansowania działalności badanych organizacji, które zaprezentowano w tabeli 10.

Podkreślić należy, że w literaturze przedmiotu brak jest także w pełni obiektywnych klasyfikacji regionalnych organizacji turystycznych działających w Polsce. Co więcej, stawiane są także pytania o sens dalszego funkcjonowania ROT-ów<sup>15</sup>, które prowadzą szerokie działania promocyjne z wyko-

<sup>14</sup> Autor w innym opracowaniu proponuje ogółem 16 typów wskaźników oceny skuteczność funkcjonowania ROT-ów, wskazuje na 68 uwarunkowań endo- i egzogenicznych wpływających na funkcjonowanie ROT-ów oraz identyfikuje i diagnozuje 197 cech oddziaływujących na skuteczność działania ROT-ów opisano w pracy: [Fedyk, 2016].

<sup>15</sup> RAPORT – Regionalne Organizacje Turystyczne. ROT-y walczą z marszałkami o kompetencje..., „Wiadomości Turystyczne”. Dwutygodnik branży turystycznej, wydanie

rzystaniem znaczących środków finansowych (publicznych i prywatnych), a jednocześnie nie mogą, z powodu braku zestandaryzowanych i obiektywnych technik, wskaźników i miar, udokumentować skuteczności własnego działania<sup>16</sup>, a dalej użyteczności i efektywności promocji turystycznej swojego regionu<sup>17</sup>.

Przeprowadzone analizy pozwoliły na dokonanie autorskiej klasyfikacji regionalnych organizacji turystycznych zaprezentowanej w tabeli 11, która stanowi także jednocześnie źródło danych i narzędzie przeprowadzenia wstępnej i zobiektywizowanej oceny skuteczności funkcjonowania ROT wyrażonej uzyskaną pozycją danej organizacji w przeprowadzonym autorskim rankingu.

Jednocześnie zastrzec należy, że prezentowana klasyfikacja opiera się głównie na podejściu zasobowym, polegającym na ocenie wybranych aspektów finansowych działania ROT-ów, a tylko w minimalnym stopniu uwzględnia podejście od strony „strategicznego elektoratu” (analiza struktur członków zwyczajnych czy analiza rzeczywistych partnerów organizacji dotujących i wspierających finansowo ROT-y). Nie uwzględnia też podejścia od strony procesów wewnętrznych (zjawisk integrowania współpracy z jednostkami i organizacjami w otoczeniu jako źródła dywersyfikacji przychodów finansowych) czy podejścia celowego (poziomu osiągnięcia zakładanych celów przy danych zasobach finansowych)<sup>18</sup>.

W świetle przedstawionych wyników badań (zwłaszcza w zakresie dywersyfikacji źródeł finansowania ROT-ów) konieczne wydaje się wskazanie kilku innych istotnych uwarunkowań, które powinny być brane pod uwagę przy ocenie skuteczności funkcjonowania organizacji. Przede wszystkim,

---

internetowe z 10.09.2012 r., [http://www.wiadomosciturystyczne.pl/index.php?action=artykul\\_y&start=artykul&m=,&ID=345](http://www.wiadomosciturystyczne.pl/index.php?action=artykul_y&start=artykul&m=,&ID=345) (09.08.2014).

<sup>16</sup> Patrz rekomendacje z obrad V, VI i VII Gremiów Ekspertów Turystyki (2010, 2012, 2014) – płaszczyzny wymiany poglądów naukowców i przedstawicieli gospodarki turystycznej na temat stanu oraz kierunków rozwoju turystyki w Polsce, w tym postulatów odnoszących się do skuteczności działania ROT-ów [por. Migdal 2013b; *10 lat systemu POT – ROT – LOT. ROT i LOT – dokończmy wreszcie tę reformę...*; *Rekomendacje VII Gremium Ekspertów Turystyki...*].

<sup>17</sup> Aktualnie formalna weryfikacja zakresu działania i osiągnięć ROT-ów opiera się jedynie na opracowywaniu rocznych sprawozdań merytorycznych i finansowych zgodnych z normami ustawy o stowarzyszeniach, które są następnie akceptowane przez walne zgromadzenie członków zwyczajnych danego ROT-u. Przygotowywane sprawozdania są jednocześnie formalną weryfikacją wcześniej zatwierdzanych planów merytorycznych i finansowych i jedynie pośrednio, i w sposób niezestandaryzowany, wskazują na skuteczność działania ROT-ów. W przypadku Opolskiej Regionalnej Organizacji Turystycznej (OROT) i Zachodniopomorskiej Regionalnej Organizacji Turystycznej (ZROT) zastosowano dodatkowo mechanizm kontroli działalności organizacji poprzez działania statutowo powołanej Rady Programowej, a w Pomorskiej Regionalnej Organizacji Turystycznej (PROT) i Regionalnej Organizacji Turystycznej Województwa Łódzkiego (ROTWŁ) istnieją formalnie odnotowane w KRS – Rady Nadzorcze.

<sup>18</sup> Analiza dywersyfikacji cech działania ROT-ów, w tym w odniesieniu do źródeł finansowania ROT-ów w podejściach: celowym, od strony strategicznego elektoratu i od strony procesów wewnętrznych, została szeroko zaprezentowana w pracy: [Fedyk, 2016].



**Tab. 11.** Klasyfikacji regionalnych organizacji turystycznych w Polsce w oparciu o wybrane parametry finansowe

**Tab. 11.** Classification of regional tourism organizations in Poland based on selected financial parameters

Nazwa organizacji	Typ parametru					Klasyfikacja organizacji  (K = suma uzyskanych wartości cząstkowych mierników A1-A5)
	Struktura i charakter pracowników biura	Struktura i charakter członków zarządu	Struktura i charakter budżetu			
	Szczegółowy miernik dla parametru					
	A1	A2	A3	A4	A5	
1. DOT	0,63	0,63	0,75	0,50	<b>1,00</b>	3,51
2. KPOT	0,31	0,38	0,31	0,56	0,94	2,50
3. LROT	0,69	0,50	0,50	<b>1,00</b>	0,88	3,57
4. LOTUR	0,75	0,19	<b>0,06</b>	0,69	0,75	2,44
5. MOT	0,81	0,81	0,94	0,94	0,94	4,44
6. MAROT	0,44	0,56	0,56	0,19	bd	1,75
7. OROT	<b>0,06</b>	0,13	0,13	0,25	0,81	1,38
8. PROT	0,19	0,31	0,38	0,63	0,75	2,26
9. PDROT	0,25	0,50	0,19	0,31	<b>1,00</b>	2,25
10. PMROT	0,50	0,75	0,69	<b>0,13</b>	0,88	2,95
11. ROTWŁ	0,13	<b>0,06</b>	0,44	0,44	0,88	1,95
12. ROTWŚ	0,88	0,88	0,81	0,75	<b>0,63</b>	3,95
13. ŚOT	<b>1,00</b>	0,94	<b>1,00</b>	0,88	0,81	4,63
14. WMROT	0,38	0,25	0,25	<b>0,13</b>	0,69	1,70
15. WOT	0,94	<b>1,00</b>	0,88	0,81	0,88	4,51
16. ZROT	0,56	0,69	0,63	0,38	0,81	3,07

A1 – Wskaźnik skuteczności kadr (relacja liczby pracowników biura organizacji do wielkości wydatkowanego budżetu organizacji w 2013 r.); A2 – Wskaźnik skuteczności zarządzania (relacja liczby członków zarządu organizacji do wielkości wydatkowanego budżetu organizacji w 2013 r.); A3 – Wielkość budżetu organizacji w 2013 r.; A4 – Tendencja zmiany wielkości budżetu w latach 2007–2013; A5 – Liczba typów źródeł finansowania organizacji w 2013 r.

1 – Dolnośląska Organizacja Turystyczna; 2 – Kujawsko-Pomorska Organizacja Turystyczna; 3 – Lubelska Regionalna Organizacja Turystyczna; 4 – Lubuska Regionalna Organizacja Turystyczna; 5 – Małopolska Organizacja Turystyczna; 6 – Mazowiecka Regionalna Organizacja Turystyczna; 7 – Opolska Regionalna Organizacja Turystyczna; 8 – Podkarpacka Regionalna Organizacja Turystyczna; 9 – Podlaska Regionalna Organizacja Turystyczna; 10 – Pomorska Regionalna Organizacja Turystyczna; 11 – Regionalna Organizacja Turystyczna Województwa Łódzkiego; 12 – Regionalna Organizacja Turystyczna Województwa Świętokrzyskiego; 13 – Śląska Organizacja Turystyczna; 14 – Warmińsko-Mazurska Regionalna Organizacja Turystyczna; 15 – Wielkopolska Organizacja Turystyczna; 16 – Zachodniopomorska Regionalna Organizacja Turystyczna

**Źródło:** opracowanie własne / **Source:** own elaboration.

przy ocenie źródeł i kondycji finansowej ROT-ów należy wskazać na potrzebę oceny struktury celów statutowych działania ROT-ów, które implikują możliwość pozyskiwania nowych członków (a tym samym źródeł dochodu w postaci minimum składek członkowskich) z poszczególnych sektorów lokalnej gospodarki turystycznej i paraturystycznej, którzy w statucie znajdują swoje odbicie własnych interesów. Cele statutowe ROT-ów mają również wpływ na możliwość pozyskiwania dotacji z budżetu państwa czy jednostek samorządowych oraz funduszy UE, które wymagają korelacji zakresu statutowej działalności z celem wsparcia z danego źródła<sup>19</sup>.

Istotnym dla dywersyfikacji źródeł finansowania ROT-ów postulatem jest także uwzględnienie w statucie organizacji możliwości rozwinięcia zakresu działania o przedsięwzięcia prowadzone w formie gospodarczej i komercyjnej<sup>20</sup>, ale z zachowaniem specjalnych preferencji dla członków ROT-ów, a odmiennych stawek za usługi dla podmiotów zewnętrznych. Taki sugerowany model statutu ROT-u z jednej strony pozwala pozyskiwać środki finansowe z funduszy EU adresowanych dla MŚP z sektora turystyki<sup>21</sup>. Z drugiej strony wskazana zasada preferencji pozwala pozyskiwać dodatkowe środki na działania statutowe, a także konsoliduje członków ROT-ów i sprzyja budowaniu lojalnościowych relacji w grupie danego ROT-u<sup>22</sup>.

Jednym ze ważnych problemów formalno-prawnych w finansowaniu ROT-ów, jest konieczność wnoszenia do stowarzyszenia składek członkowskich jako opłaty statutowej i obliigatoryjnej, a także skutkującej zagrożeniem utratą członkostwa w sytuacji jej unikania, które budzą szereg kontrowersji, obaw, a często zniechęcają do aktywnego włączenia się nowych podmiotów czy osób do organizacji jako pełnoprawnych członków zwyczajnych.

W celu unikania wskazanych sytuacji w niektórych ROT-ach stosowano status członka wspierającego, który nie wymaga powiązań finansowych między ROT-em a nowym członkiem<sup>23</sup> – co uznać należy za działania mające wpływ na rozwój sieci współpracy w regionie i skuteczność funkcjonowa-

---

<sup>19</sup> Przykładowo taki mechanizm „zaporowy” stosują jednostki samorządu terytorialnego i organy państwowe, np. Ministerstwo Sportu i Turystyki w konkursach na dotacje w ramach ustawy z dnia 24.04.2003r. o działalności pożytku publicznego i o wolontariacie (Dz. U. z 20010r., Nr 234, poz. 1536).

<sup>20</sup> W 2015 roku tylko 4 regionalne organizacje turystyczne prowadziły działalność gospodarczą a 7 miało stosowny rejestr działalności gospodarczej w KRS.

<sup>21</sup> Dotacje pozyskiwane np. z Ministerstwa Gospodarki, PARP SA, Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki, Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka, a w nowej perspektywie UE 2014-2020 w ramach także: Programu Operacyjnego Wiedza, Edukacja, Rozwój, Programu Operacyjnego Inteligentny Rozwój.

<sup>22</sup> System preferencji dla członków ROT-ów przybiera najczęściej postać zatwierdzonej przez Zarząd ROT-u, tzw. *Karty Członka*, przy czym nie ma jednolitego modelu tej karty w poszczególnych organizacjach.

<sup>23</sup> W 2013 roku tylko w 4 ROT-ach wykorzystywano status członka wspierającego (dotyczyło to ogółem 11 podmiotów), zaś aktualnie (tj. w 2016 r.) takiego statusu członków nie wykorzystuje się w działaniu ROT-ów w ogóle.

nia organizacji. Tak ujęta kooperacja może być oparta wówczas na usługach wzajemnych, wymianie barterowej, w której strony uznają ekwiwalentność wzajemnego wsparcia. Poza oczywistą koniecznością samoistnego opodatkowania się członków ROT-ów (w celu gromadzenia funduszy na bieżące funkcjonowanie i realizację celów statutowych) konieczne jest uświadamianie członkom ROT-ów, że wnoszenie opłat indywidualnych nie oznacza jednocześnie wydatkowania przez ROT-y ekwiwalentnej kwoty na rzecz tego członka.

Należy wskazać, że często popełnianym przez ROT-y błędem jest skupianie uwagi jedynie na pozyskiwaniu środków finansowych poprzez zwiększanie liczby członków zwyczajnych (tym samym wpływów ze składki), przy jednoczesnym niewykorzystywaniu innych źródeł przychodów, jakimi są dotacje konkursowe z jednostek samorządu terytorialnego i organów państwowych, fundusze UE i dochody z działalności komercyjnej, a także wykorzystywania mechanizmów usług i świadczeń barterowych. Taki tryb gromadzenia funduszy powoduje wielokrotnie uzależnienie organizacji tylko od głównego płatnika składki członkowskiej i rodzi szereg problemów (w tym negatywne wpływy zewnętrzne, przybierające postać ingerencji pozamerytorycznych)<sup>24</sup>, co w konsekwencji obniża poziom stabilności i efektywności działania i powoduje „odpływ” członków ze szkodą dla rozwoju organizacji i produktu turystycznego w regionie.

Konieczne jest podkreślenie, że struktura i wielkość dochodów ROT-ów jest w dużym stopniu odzwierciedleniem wsparcia otrzymywanego przez organizację głównie od samorządu województwa i pozostałych członków, najczęściej w postaci: składek członkowskich, dotacji celowych uzyskiwanych w procedurach konkursowych czy również okazjonalnych zadań zleconych [por. Grabińska, Mierniczak 2010, s. 620]. Istotne jest zatem stworzenie finansowych podstaw działalności ROT-ów na bazie „stałych i gwarantowanych kwot” w formie składek<sup>25</sup>, jako warunku działania systemu w sposób efektywny i długofalowy [por. Wąsowicz-Zaborek 2009a, s. 16]. Zasilanie budżetów ROT-ów środkami publicznymi (w tym w formie składek od członków organizacji typu jednostki samorządu terytorialnego), co należy uwypuklić, nie może prowadzić do adresowania działań ROT-ów jedynie do swoich członków [por. Migdal 2009, s. 29], mimo że jednocześnie jest to także obszar napięć (czasem konfliktów) w otoczeniu działania ROT-ów.

---

<sup>24</sup> Por. [Morawska 2011; *RAPORT – Regionalne Organizacje Turystyczne. ROT-y walczą z marszałkami o kompetencje*.... ].

<sup>25</sup> Mimo istnienia zapisów statutowych lub w formie odrębnych regulaminów dotyczących wnoszenia opłat członkowskich do ROT-u nie ma mechanizmu gwarantującego stałość dochodów z tego tytułu, bowiem zidentyfikowane są problemy z: terminowością dokonywania wpłat, obniżaniem dochodów wskutek rezygnacji z członkostwa, zmniejszania stawki składki do minimum na podstawie decyzji gremium radnych jednostki samorządu terytorialnego.

## Podsumowanie

Powszechnie akceptowane we współczesnej literaturze ekonomicznej, także w odniesieniu do zjawisk w gospodarce turystycznej, jest dokonywanie podziału uwarunkowań na egzogeniczne (wewnętrzne) i endogeniczne (zewnętrzne), które mogą być rozpatrywane zarówno w ujęciu lokalnym, jak i ponadlokalnym.

Przeprowadzone na potrzeby niniejszej pracy dodatkowe badania i ich wyniki [Fedyk 2016] pozwalają na sformułowanie końcowych wniosków odnoszących się do wskazania kluczowych uwarunkowań o charakterze finansowym mających wpływ na skuteczność funkcjonowania regionalnych organizacji turystycznych. I tak:

Do grupy **finansowych uwarunkowań endogenicznych** zaliczyć należy<sup>26</sup>:

- ogólną wysokość budżetu organizacji (oraz tendencję wzrostu lub spadku jego wysokości);
- wysokość i strukturę wpłat z tytułu składek członkowskich do organizacji (oraz tendencję wzrostu lub spadku wysokości, poziomu dominacji w strukturze wpłat podmiotów gospodarczych lub jednostek samorządu terytorialnego);
- wysokość, charakter i zróżnicowanie innych źródeł dochodów organizacji (oraz tendencję wzrostu lub spadku wysokości);
- możliwość i poziom kompetencji specjalistycznych zarządu i pracowników organizacji w skutecznym pozyskiwaniu funduszy UE na działalność organizacji (liczba źródeł aplikowania, ilość i wielkość otrzymanych dotacji);
- możliwość i poziom kompetencji specjalistycznych zarządu i pracowników organizacji w skutecznym pozyskiwaniu funduszy z tytułu prowadzonej działalności gospodarczej organizacji (wysokość dochodów);
- możliwość tworzenia fundacji oraz przystępowania do spółek i przedsięwzięć gospodarczych w celu pozyskiwania środków finansowych;
- koszty własne funkcjonowania organizacji (biura i zarządu),
- koszty realizacji celów statutowych organizacji.

Do grupy **finansowych uwarunkowań egzogenicznych** zaliczyć należy<sup>27</sup>:

- poziom niechęci członków organizacji do zwiększania wysokości składki członkowskiej, przy rosnących kosztach własnych działania organizacji,
- poziom stabilności mechanizmu przyznawania wsparcia w formie składki ze strony samorządu województwa (niepewność przyznania składki

---

<sup>26</sup> Wskazane uwarunkowania zostały zdiagnozowane na podstawie wieloetapowych badań, w tym zwłaszcza 3 sondaży diagnostycznych ROT-ów przeprowadzonych w latach 2012-2014, które zostały szeroko omówionych w pracy: [Fedyk 2016].

<sup>27</sup> Ibidem.

ograniczająca planowanie działalności organizacji, pozamerytoryczny lobbying i politycznie warunkowana wysokość składki, oczekiwanie – wbrew normom prawa i zasadom rachunkowości – pełnego rozliczenia merytorycznego przyznanej składki),

- skalę problemów finansowych struktur partnerskich kooperujących z organizacją (tj. lokalne organizacje turystyczne (LOT), lokalne grupy działania, grupy partnerskie itp.),
- poziom stabilności kondycji finansowej nielicznych przedsiębiorstw prywatnych-członków organizacji,
- skalę zagwarantowanych formalnie preferencji dla organizacji w zakresie pozyskiwania wsparcia finansowego ze strony jednostek samorządu terytorialnego w trybie ustawy o pożytku publicznym i wolontariacie (konkurowanie o środki między innymi z członkami organizacji takimi jak LOT, stowarzyszenia branżowe, tylko okazjonalne wykorzystywanie możliwości wsparcia w formule powierzenia zadania przy 100% dotacji),
- poziom wsparcia finansowego organizacji ze strony Polskiej Organizacji Turystycznej (tylko okazjonalne porozumienia celowe, ograniczone rynkowo dotacje do powierzchni zagranicznych ekspozycji targowych z ograniczeniem udziału przedsiębiorstw – zjawisko pomocy publicznej – w tym członków organizacji),
- skalę dostępności (pozycja beneficjenta) przez organizację do dotacji z funduszy UE w perspektywie lat 2007-2013 i 2014-2020 oraz ze źródeł budżetowych (m.in. Ministerstwa Sportu i Turystyki), ale jednocześnie przy ograniczonej możliwości zagwarantowania obligatoryjnego wkładu własnego,
- skalę rosnącej konkurencji o dotacje z funduszy UE w perspektywie lat 2014-2020 nowych typów podmiotów w regionie (preferencje dla klastrów, ukierunkowanie wsparcia dla przedsiębiorców a nie stowarzyszeń takich jak ROT), oraz brak bezpośrednich priorytetów turystycznych wsparcia w programach operacyjnych na poziomie krajowym i regionalnym,
- zagwarantowaną prawnie dla organizacji możliwość (przy statusie organizacji pożytku publicznego) pozyskiwania wsparcia finansowego w trybie 1% odpisu podatkowego i poziom uzyskiwanych z tego tytułu środków przez ROT-y.

Należy podkreślić, że wskazane uwarunkowania mają charakter dynamiczny (silnie zmienny w czasie), są wzajemnie powiązane i zachodzą między nimi liczne sprzężenia zwrotne. Zidentyfikowane uwarunkowania (zarówno czynniki egzo-, jak i endogeniczne) funkcjonowania regionalnych organizacji turystycznych mogą w różnym stopniu determinować rozwój tych organizacji i uzasadniony jest wybór tych czynników, które w sposób obiektywny (ale i praktycznie użyteczny) mogłyby pozwolić na dokonanie stałych klasyfikacji i okresowych porównań ROT-ów i wykazać istniejące dysproporcje w skuteczności ich działania.

## Bibliografia

- Bielski M. (2004), *Podstawy teorii organizacji i zarządzania*, Wydawnictwo C. H. Beck, Warszawa.
- Borzyszkowski J. (2011a), *Organizacja i zarządzanie turystyką w Polsce*, Wydawnictwo Fachowe CeDeWu.pl, Warszawa.
- Borzyszkowski J. (2011b), *Regionalne organizacje turystyczne w Polsce na tle rozwiązań w wybranych krajach*, [w:] Rapacz A., red., *Gospodarka turystyczna w regionie. Przedsiębiorstwo. Samorząd. Współpraca*, Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu, nr 157, Wrocław, s. 375-387.
- Borzyszkowski J. (2007), *Dotychczasowy stan funkcjonowania regionalnych organizacji turystycznych w Polsce*, [w:] Rocznik Naukowy Wyższej Szkoły Turystyki i Rekreacji im. M. Orłowicza w Warszawie, tom 6/2007, Wyższa Szkoła Turystyki i Rekreacji im. M. Orłowicza w Warszawie, Warszawa, s. 36-46.
- Bratnicki M. (2009) *Pomiar efektywności organizacji świadczących usługi publiczne*, [w:] Frączkiewicz-Wronka A., red., *Zarządzanie publiczne – elementy teorii i praktyki*, Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu, Katowice, s. 80-105.
- Bratnicki M., Kulikowska-Pawlak M. (2013), *Uwarunkowania pomiaru efektywności organizacji*, [w:] Walentynowicz P., Wojnicka-Sycz E., red., *Zarządzanie i Finanse*, „Journal of Management and Finance”, nr 4/2, s. 53-66.
- Byszewska-Dawidek M., Radkowska B. (2013), *Turystyka Polska w 2012 roku. Układ regionalny*, Instytut Turystyki, Szkoła Główna Turystyki i Rekreacji, Warszawa.
- Fedyk W. (2016), *Uwarunkowania skuteczności regionalnych organizacji turystycznych w Polsce*, praca doktorska, Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu, Wydział Ekonomii, Zarządzania i Turystyki w Jeleniej Górze, Jelenia Góra (praca obroniona w dniu 11.03.2016).
- Fedyk W., Morawski M. (2014), *Regionalne organizacje turystyczne – organizacjami współpracy. Prawda czy fałsz?*, [w:] Alejziak W., red., „Folia Turistica”, Varia nr 32-2014, Akademia Wychowania Fizycznego w Krakowie, Kraków, s. 241-274.
- Fedyk W. (2010), *Obecni i potencjalni zleceniodawcy badań w regionach. Źródła finansowania badań*, [w:] Dziedzic E., red., *Regionalne badania konsumentów usług turystycznych*, Polska Organizacja Turystyczna, Warszawa, s. 136-140.
- Fedyk W. (1999), *Zmiany w systemie organizacyjnym zarządzania turystyką w Polsce*, [w:] Mazurek-Łopacińska K., red., *Problemy zarządzania sferą kultury i turystyki*, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej im. Oskara Langego we Wrocławiu, Warszawa-Wrocław, s. 85-116.

- Frączkiewicz-Wronka A. (2010), *Pomiar efektywności organizacji jako obszar konwergencji metod, narzędzi i instrumentów zarządzania między sektorami biznesowym i publicznym*, „Organizacja i Zarządzanie. Kwartalnik naukowy”, nr 4 (12), Wydawnictwo Politechniki Śląskiej, Gliwice 2010, s. 5-25.
- Gołębski G., Niezgodna A. (2014), *Organization of Tourism in Poland after Twenty Years of Systematic Changes*, [w:] Costa C., Panyik E., Buhalis D., eds., *European Tourism Planning and Organisation Systems: The EU Member States*, Channel View Publications, seria: Aspects of Tourism, Bristol, pp. 243-256.
- Grabińska E., Mierniczak P. (2010), *Rola i znaczenie regionalnych organizacji turystycznych w zakresie promocji turystycznej regionu*, [w:] Sala J., red., *Konkurencyjność miast i regionów na globalnym rynku turystycznym*, Państwowe Wydawnictwo Naukowe, Warszawa, s. 613-636.
- Gryszel P. (2004a), *Funkcjonowanie regionalnych i lokalnych organizacji turystycznych w Polsce*, [w:] Rapacz A., red., *Gospodarka a środowisko. Konkurencyjność regionów i przedsiębiorstw*, Prace Naukowe AE we Wrocławiu, nr 1043, tom 2, Wydawnictwo AE we Wrocławiu, Wrocław, s. 149-165.
- Gryszel P. (2004b), *Regionalne i lokalne organizacje turystyczne jako instytucje wspierające rozwój regionalnego produktu turystycznego*, [w:] Parnasiuk A., red., *Markowe produkty turystyczne*, Fundacja na rzecz Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin – Niechorze, s. 23-34.
- Gryszel P. (2001), *Rola regionalnych i lokalnych organizacji turystycznych w inspirowaniu rozwoju produktu turystycznego w regionie*, Prace Naukowe AE nr 924, Wydawnictwo AE, Wrocław, s. 28-42.
- Kowal W. (2013), *Skuteczność i efektywność – zróżnicowane aspekty interpretacji*, „Organizacja i Kierowanie” nr 4 (157), Komitet Nauk Organizacji i Zarządzania Polskiej Akademii Nauk, Kolegium Zarządzania i Finansów Szkoły Głównej Handlowej, Oficyna Wydawnicza SGH, Warszawa, s. 11-22.
- Kruczek Z., Walas B. (2004), *Promocja regionu turystycznego (cele, środki i organizacja promocji)*, „Folia Turistica” nr 15, Wydawnictwo Akademii Wychowania Fizycznego w Krakowie, Kraków, s. 49- 68.
- Migdal M. (2013a), *VI Gremium Ekspertów Turystyki 29.11.-01.12.2013r.*, [w:] „Wiadomości Turystyczne”. Dwutygodnik branży turystycznej, nr 9 (279), 1-15 maja 2013r., Eurosystem Jarosła Śleszyńskiego, Warszawa, s. 15.
- Migdal M. (2013b), *Poradnik. Lokalna Organizacja Turystyczna*, Forum Turystyki Regionów, Szczecin.
- Migdal M. (2012), *Nie marnujmy unijnych dotacji*, [w:] „Wiadomości Turystyczne”. Dwutygodnik branży turystycznej, nr 21 (267), 1-15 listopada 2012r., Eurosystem Jarosła Śleszyńskiego, Warszawa, s. 14.

- Migdal M. (2009), *Ewaluacja Regionalnych i Lokalnych Organizacji Turystycznych*, Instytut Wspierania Turystyki – Doradztwo, Szkolenia, Badania, Forum Turystyki Regionów, Szczecin.
- Panasiuk A. (2009), *Instrumenty polityki turystycznej w regionie*, [w:] Rapacz A., red., *Gospodarka turystyczna w regionie. Przedsiębiorstwo. Samorząd. Współpraca*, Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu, nr 50, Wrocław, s. 15-23.
- Peters T.J., Waterman R.H. (2000), *Poszukiwanie doskonałości w biznesie*, Wydawnictwo Medium, Warszawa.
- Program rozwoju turystyki do 2014 r.* (projekt), MSiT, Warszawa 26.06.2014 r., tab. 4, s. 70-72.
- Rapacz A., Jaremen D. (2007), *Regionalne organizacje turystyczne, jako przejaw partnerstwa w gospodarce turystycznej. Przypadek Dolnego Śląska*, [w:] Rapacz A., red., *Gospodarka turystyczna w regionie. Wybrane zagadnienia jej funkcjonowania*, Jaremen Press, Jelenia Góra, s. 222-233.
- Raport „Opracowanie metody oceny efektywności działań ROT i przeprowadzenie badań pilotażowych w dwóch województwach w celu zweryfikowania narzędzi oceny” przygotowany przez SMG/ KRC Poland Media na zlecenie Ministerstwa Sportu i Turystyki, Warszawa, 10 grudnia 2008.
- Stabryła A. (2011), *Problemy doskonalenia i rozwoju struktur organizacyjnych*, [w:] „Nauki o Zarządzaniu. Management Sciences”. Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu, Nauki o Zarządzaniu 2011 (8), nr 216, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu, Wrocław, s. 20-31.
- Stanisz. A. (1998), *Przystępny kurs statystyki w oparciu o program STATISTICA PL na przykładach z medycyny*, Statsoft Polska sp. z o.o., Kraków.
- Sobolewski K. (1998), *O pojęciu skuteczności i pojęciach związanych*, Wydawnictwo Politechniki Koszalińskiej, Koszalin.
- Ustawa z dnia 25 czerwca 1999 r. o Polskiej Organizacji Turystycznej*, Dz. U.1999, nr 62, poz. 689 z późn. zm.
- Ustawa z dnia 24 kwietnia 2003 r. o działalności pożytku publicznego i o wolontariacie*, Dz. U. 2010 r., nr 234, poz. 1536.
- Walas B., red. (2012), *Marketingowa Strategia Rozwoju Turystyki POT 2012-2020*, Polska Organizacja Turystyczna, Warszawa.
- Wąsowicz-Zaborek E., red. (2009a), *Kodeks Dobrych Praktyk systemu zarządzania i promocji turystyki w Polsce*, Polska Organizacji Turystyczna, Warszawa.
- Wąsowicz-Zaborek E., red. (2009b), *Załącznik do Kodeksu Dobrych Praktyk systemu zarządzania i promocji turystyki w Polsce*, Polska Organizacji Turystyczna, Warszawa.



- Wysokiński J. (2008), *Deklarowane a realizowane zadania regionalnych i lokalnych organizacji turystycznych*, „Zeszyty Dydaktyczno-Naukowe WSHGiT” nr 1, Rzeszów, s.70-85.
- Zieleniewski J. (1972), *Organizacja zespołów ludzkich. Wstęp do organizacji i kierowania*, PWN, Warszawa.
- Ziębicki B. (2012), *Metodyka oceny efektywności organizacyjnej*, [w:] Miłkowska B., red., 2012, *Historia i perspektywy nauk o zarządzaniu*, Wydawnictwo Fundacji Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie, Kraków, s. 381-391.
- Żemła M. (2010), *Możliwości i ograniczenia pełnienia roli przywódcy w kooperacyjnym kreowaniu potencjału turystycznego obszaru recepcji przez lokalne i regionalne organizacje turystyczne*, [w:] Panasiuk A. red. (2010), *Potencjał turystyczny. Zagadnienia ekonomiczne*, Zeszyty Naukowe nr 591, „Ekonomiczne problemy usług”, nr 53, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin, s. 93-102.

## Netografia

- Encyklopedia zarządzania [http://mfiles.pl/pl/index.php/Wsp%C3%B3lczynnik\\_korelacji\\_rang\\_Spearmana](http://mfiles.pl/pl/index.php/Wsp%C3%B3lczynnik_korelacji_rang_Spearmana) (26.12.2015)
- Liebertson S. (1964), *Limitations in the Application of Non-Parametric Coefficients of Correlation*. „American Sociological Review”. Vol. 29, No. 5 (October 1964). p. 744-746. ([http://www.jstor.org/stable/2091428?origin=crossref&seq=1#page\\_scan\\_tab\\_contents](http://www.jstor.org/stable/2091428?origin=crossref&seq=1#page_scan_tab_contents), 26.12.2015)
- Naukowiec.org  
[http://www.naukowiec.org/wiedza/statystyka/korelacja-rho-spearmana\\_746.html](http://www.naukowiec.org/wiedza/statystyka/korelacja-rho-spearmana_746.html) (26.12.2015)
- Morawska J. (2011), *Wojna o wpływy w MROT trwa*, *Wiadomości Turystyczne*. Dwutygodnik branży turystycznej, Eurosystem Jarosław Śleszyński, <http://www.wiadomosciturystyczne.pl/index.php?action=aktualnosci&start=aktualnosci&ID=587> (16.05.2013)
- RAPORT - Regionalne Organizacje Turystyczne. ROT-y walczą z marszałkami o kompetencje.....*, *Wiadomości Turystyczne*, Dwutygodnik branży turystycznej, wydanie internetowe z 10.09.2012 r., <http://www.wiadomosciturystyczne.pl/index.php?action=artykuly&start=artykul&m=&ID=345> (12.12.2014).
- Rekomendacje VII Gremium Ekspertów Turystyki*, s. 5-7 [http://www.gremium.forumturystyki.pl/images/VII\\_GET/Rekomendacje\\_VII\\_GET.pdf](http://www.gremium.forumturystyki.pl/images/VII_GET/Rekomendacje_VII_GET.pdf), (23.01.2015)
- Spearman Ch. (1904), *The proof and measurement of association between two things*. „American Journal of Psychology”. 15 (1904). p. 72-101 [http://www.jstor.org/stable/1412159?origin=JSTOR-pdf&seq=4#page\\_scan\\_tab\\_contents](http://www.jstor.org/stable/1412159?origin=JSTOR-pdf&seq=4#page_scan_tab_contents), (26.12.2015)

*10 lat systemu POT – ROT - LOT. ROT i LOT - dokończmy wreszcie tę reformę*”, [w:] *Wiadomości Turystyczne. Dwutygodnik branży turystycznej. Wydanie specjalne*, maj 2011, Eurosystem Jarosław Śleszyński, Warszawa, s. 2, 6-7, [http://www.gremium.forumturystyki.pl/pliki/V%20GREMIUM\\_dodatek\\_WT.pdf](http://www.gremium.forumturystyki.pl/pliki/V%20GREMIUM_dodatek_WT.pdf) (16.05.2013)

## DIVERSIFICATION OF SOURCES OF FINANCING REGIONAL TOURIST ORGANIZATIONS IN POLAND AS CONDITIONING THE EFFECTIVENESS OF THEIR ACTIONS

### Abstract

**Purpose.** To characterize the financial condition of Regional Tourism Organizations (ROT) in Poland, including comparative analyzes of disparities in the level of funding for these organizations, and also to make the author attempt to identify the catalog of conditions of a financial nature surrounded by ROTs having impact on the level of the effective of their functioning.

**Method.** Methods of research included desk research of written resources, together with ROT status (analysis of the structure of their aims) and in-depth analysis of data acquired during the author's own questionnaire research. The conclusions were made with the use of the deductive method, comparative analysis, and – to simplify the presentation of problems – the reduction method, as well as the authors' own observations.

**Findings.** The study revealed strong differentiation and large disparities in the level and character of funding sources of ROTs which could be crucial in assessing the effectiveness of the organization.

**Research limitations and conclusions.** The study involved 16 ROTs from a historical perspective, and survey research data were obtained from 15 organizations from 2013. Due to the difficulty of obtaining financial data, studies on sources of ROT financing in the period 2014-2015 were not considered, which resulted in limited capacity to formulate opinions. The analysis allowed, however, to distinguish and outline patterns in the characteristics of financing ROTs and the conditions of financial nature in their environment affecting effective functioning.

**Practical implications.** The research diagnoses the level and character of funding sources of ROTs, and allows for a practical comparison of the activities and operations of each organization.

**Originality.** Thy analysis and identification of sources of financing conditions in the ROT environment directory , in the context of tourism policy issues, system of organization of tourism, the behaviors of organizations focused on obtaining sources of functioning. A specific ranking of the ROTs.

**Type of paper.** The article presents the results of empirical research.

**Keywords:** regional tourism organization, sources of financing, effectiveness, efficiency, Poland.



## ROLA ORGANIZACJI SIECIOWYCH W DOSKONALENIU JAKOŚCI OBSZAROWEGO PRODUKTU TURYSTYCZNEGO

*Justyna Maciąg\**

### Abstrakt

**Cel.** Prezentacja wyników badania w zakresie określenia roli oraz oceny wpływu organizacji sieciowych działających w turystyce na doskonalenie jakości obszarowego produktu turystycznego.

**Metoda.** Wykorzystano: metodę analizy literatury przedmiotu i innych źródeł danych oraz metodę wywiadu.

**Wyniki.** Badania wykazały, że głównym wymiarem jakości obszarowego produktu turystycznego, w jakim podejmowane są działania, takie jak: „pewność”, „reagowanie na potrzeby klienta” oraz „rzetelność”. Natomiast mniejszą aktywność dotyczy takich wymiarów jak: „empatia” oraz „infrastruktura materialna”. Bezpośrednie efekty działania w zakresie podnoszenia jakości infrastruktury turystycznej są wskazywane przez te organizacje, w których większościowy udział mają jednostki samorządu terytorialnego. Badania wskazują na niski poziom rozwijania postaw etycznych oraz na to, że realizowane działania mają często charakter rozproszony.

**Ograniczenia badań i wnioski.** Badane organizacje sieciowe nie mają jasno określonych strategii działania. Ocena oparta została na samoocenie liderów organizacji. Wystąpiły też pewne ograniczenia w dostępie do informacji badanych organizacji.

**Implikacje praktyczne.** Praca wskazuje na dalsze kierunki doskonalenia obszarowego produktu turystycznego zarówno w aspekcie organizacyjnym, jak i poszczególnych wymiarów jakości.

**Oryginalność pracy.** Oryginalność pracy polega na podjęciu próby oceny wpływu organizacji sieciowych na jakość produktu turystycznego obszaru oraz empirycznej weryfikacji formułowanych w literaturze przedmiotu teoretycznych postulatów w tym zakresie.

**Rodzaj pracy:** artykuł prezentuje wyniki badań empirycznych.

**Słowa kluczowe:** jakość, obszarowy produkt turystyczny, organizacje sieciowe.

---

\* Dr, Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach, Wydział Zarządzania, Katedra Turystyki;  
e-mail: justyna.maciag@ue.katowice.pl.

## Wprowadzenie

Tworzenie obszarowych produktów turystycznych wywołuje konieczność podejmowania w regionie różnych form współpracy pomiędzy organizacjami opartej na integracji organizacyjnej i/lub przestrzennej procesów związanych z obsługą klienta-turysty. Efektem jest powstawanie po stronie podażowej rynku struktur, których działanie może być opisane i wyjaśniane z zastosowaniem paradygmatu sieciowego [Czakon 2011, s. 5]. Podstawową przesłanką tworzenia sieci jest kreowanie i dostarczanie klientowi wartości skumulowanej w jakości obszarowego produktu turystycznego (region, destynacja turystyczna, szlak). Mając na uwadze znaczenie jakości w podnoszeniu atrakcyjności, konkurencyjności oraz budowaniu marki regionu turystycznego, w artykule podjęto próbę określenia roli oraz oceny wpływu organizacji sieciowych na doskonalenie jakości obszarowego produktu turystycznego.

Celem badań była ocena roli oraz wpływu organizacji sieciowych na podnoszenie jakości obszarowego produktu turystycznego. W pracy sformułowano następujące pytania badawcze: jaką odgrywają rolę i jaki wpływ mają organizacje sieciowe na doskonalenie jakości obszarowego produktu turystycznego oraz w jakich wymiarach są podejmowane przez nie działania?

W badaniach zastosowano następujące metody: analiza literatury przedmiotu i dokumentów wewnętrznych badanych organizacji sieciowych oraz wywiad skategoryzowany. Wywiad został przeprowadzony z zastosowaniem techniki samooceny. Zakres podmiotowy badania objął wybrane organizacje sieciowe działające na terenie Jury Krakowsko-Częstochowskiej oraz Beskidów. Zakres przedmiotowy badania obejmuje ocenę roli oraz wpływu badanych organizacji sieciowych w odniesieniu do celów sformułowanych w ich dokumentach statutowych oraz strategiach i planach działania, a także oczekiwań i wymagań klienta-turysty.

Opracowanie zostało podzielone na trzy integralne części: w pierwszej przedstawiono istotę sieciowania działań w turystyce oraz sformułowano postulaty dotyczące roli organizacji sieciowych w kształtowaniu jakości obszarowego produktu turystycznego, część druga zawiera wyniki przeprowadzonych badań, artykuł zamyka dyskusja oraz wnioski.

## Przegląd literatury

### *Organizacje sieciowe w turystyce*

W literaturze przedmiotu zauważa się, że organizacja i rozwój działalności turystycznej w wielu miejscach są zbieżne ze szczególnym przypadkiem formowania się struktury sieciowej [Scott, Laws 2010, s. 1584; Cooper, Scott, Baggio 2009, s. 34], w tym zwłaszcza klastrowej [Nawrot, Zmyślony 2009, s.

33]. W pracach poświęconych sieciom można spotkać różne określenia tego pojęcia np. przedsiębiorstwo sieciowe [Łobejko 2010, s. 53], „sieć organizacyjna”, „sieć międzyorganizacyjna”, „organizacja sieciowa”, „struktura sieciowa” „sieć” [Niemczyk, Jasiński 2012, s. 10]. Najszerzej, za G.F. Thompsonem, sieć można zdefiniować jako specyficzny zbiór relacji tworzących wewnętrznie połączony łańcuch lub system dla określonego (zdefiniowanego) zestawu podmiotów, które tworzą skoordynowaną strukturę [Thomson 2010 s. 54]. Sieć jest efektem kooperacji pomiędzy organizacjami, której celem jest wytworzenie wartości – system wartości określa role członków oraz ich odpowiedzialność [Czakon 2012, s. 46]. Efekt synergii jest uzyskiwany poprzez współpracę wielu partnerów, którzy swoje działania operacyjne dostosowują do strategii całej sieci [Lachiewicz 2008, s. 9]. Z uwagi na usytuowanie członków sieci w łańcuchu wartości można wyróżnić trzy podstawowe formy współpracy: kooperację wertykalną (sieci wertykalne, pionowe), kooperację horyzontalną (sieci horyzontalne, sieci poziome) oraz kooperację przestrzenną (sieci diagonalne, wielowymiarowe, przestrzenne) [Maciąg 2015, s. 42 i nast.].

Kooperacja przestrzenna ma charakter kooperacji regionalnej [Łobejko 2010 s. 53], jest formą wielowymiarowej współpracy pomiędzy organizacjami, których działania są komplementarne lub symbiotyczne<sup>1</sup>. Współpraca w regionie turystycznym może mieć charakter sieci zamkniętej o względnie stałych i sformalizowanych powiązaniach sieciowych z partnerami (umowy) bądź otwartej, w której charakter powiązań oraz ilość partnerów jest zmienna. Jako przykłady sieci zamkniętych można podać klastry turystyczne, lokalne organizacje turystyczne, regionalne organizacje turystyczne, związki gmin, euroregiony, lokalne grupy działania itp.<sup>2</sup> Przykładem sieci otwartej będzie obszar, destynacja turystyczna, region. Należy zwrócić uwagę na fakt, iż w przypadku obszarowych produktów sieciowych (tj. szlak, obszar, destynacja) produkt sieciowy może mieć charakter pierwotny, natomiast powstanie organizacji sieciowej – charakter wtórny. Organizacja sieciowa powstaje w celu promowania i udoskonalenia istniejącej oferty produktowej poprzez budowanie, wzmacnianie i formalizowanie partnerstwa oraz współpracy w regionie turystycznym. W takim ujęciu każda organizacja, która rozpocznie działalność na danym obszarze staje się jednocześnie uczestnikiem sieci oraz współtwórcą jakości i wartości dostarczanych turystom, przy czym nie zawsze współpraca ta będzie sformalizowana. W świetle przeprowadzonej analizy literatury przedmiotu można przyjąć, iż obszarowy produkt turystyczny jest rodzajem produktu sieciowego<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> W regionie turystycznym współpracę można rozumieć jako formę dobrowolnego współdziałania, w którym autonomiczni interesariusze angażują się w interaktywny proces, wykorzystując wspólne reguły, normy i struktury, by działać i decydować w sprawach związanych z rozwojem turystyki [Czernek 2011, s. 401].

<sup>2</sup> Na potrzeby tego opracowania sieci zamknięte będą określane jako organizacje sieciowe.

<sup>3</sup> Produkt sieciowy jest produktem złożonym ze składników materialnych i/lub niematerialnych, tworzonym przez sieć organizacji realizujących procesy, których celem

Wzrastająca popularność sieci w turystyce wynika przede wszystkim z licznych korzyści<sup>4</sup> tj.: uzyskania tzw. renty relacyjnej poprzez dostęp do zasobów [Niemczyk, Jasiński 2012, s. 10], obniżenia kosztów pozyskania zasobów [Scott, Laws 2010, s. 1687], ułatwienia dzielenia się informacjami i wiedzą [Scott, Laws 2010, s. 1586], zwiększenia elastyczności oraz stawiania czoła niepewności i ryzyku [Stańczyk-Hugiet 2011, s. 9]. Współpraca i partnerstwo są obecnie postrzegane jako kluczowe czynniki kreowania marki regionu [Dębski 2012, s. 75], podnoszenia jego konkurencyjności produktowej i wizerunkowej [Dębski 2012, s. 77] oraz innowacyjności. Istotnym efektem współpracy sieciowej jest tworzenie wartości dla turysty w postaci wymaganej jakości produktu turystycznego obszaru.

### ***Jakość i cele jakości w zakresie doskonalenia obszarowego produktu turystycznego***

W celu udzielenia odpowiedzi na pytanie, czym jest jakość produktu obszaru w pierwszej kolejności należy zdefiniować zakres produktu, określić cechy oraz strukturę. Do elementów tworzących produkt obszarowy można zaliczyć: dziedzictwo obszaru niezwiązane z rozwojem turystyki (przyroda, kultura, historia, gospodarka itd.), infrastrukturę turystyczną, organizację i zarządzanie (wszelkie struktury, działania i relacje pozwalające funkcjonować wymieniowym elementom) oraz wartość dodaną (korzyści, które odnosi klient z zakupu produktu tj. emocje, wrażenia, przeżycia, prestiż itd.) [Kaczmarek, Stasiak, Włodarczyk 2005, s. 73].

Cechą dominującą sieciowego produktu turystycznego jest jego usługowy charakter. Charakteryzują go takie cechy jak: niematerialność, nietrwałość, złożoność, komplementarność, nierozdzielność procesu wytwarzania, wymiany i konsumpcji, brak własności, sezonowość, heterogeniczność oraz niepowtarzalność [Altkorn 2005, s. 20; Hamrol 2007, s. 20; Nawrot, Zmysłony 2009, s. 35]. Często jednorazowy i bliski związek usługodawcy i odbiorcy usługi – turysty, brak możliwości oceny jakości przed zakupem, ograniczona możliwość dokonywania wielokrotnych pomiarów po realizacji oraz brak możliwości oceny jakości produktu bez udziału klienta (wiedza pochodząca od klienta jest niezbędna do doskonalenia jakości produktu) powodują, iż kształtowanie jakości produktów turystycznych jest ważną przesłanką podejmowania różnych form współpracy sieciowej w regionie turystycznym [Rapacz 2008, s. 106-117]. Przeprowadzone przez J. Cronina, M.K.

---

jest zaspokojenie łącznych potrzeb turysty poprzez dostarczenie oczekiwanej wartości, posiadający jedną wspólną koncepcję (markę produktu) oraz tzw. promotora produktu [Maciąg 2015, s. 45-46].

<sup>4</sup> Należy mieć na uwadze fakt, iż organizacje działające w turystyce charakteryzują się dużym zróżnicowaniem (organizacje publiczne, prywatne, pozarządowe) oraz rozdrobnieniem (głównie mikro, małe i średnie przedsiębiorstwa).

Brady'ego i G.T.M. Hulta badania potwierdziły, iż jakość produktu wpływa bezpośrednio na satysfakcję klienta, uzyskaną wartość oraz jego zachowania pozakupowe (lojalność klienta) [Cronin, Brady i Hult 2002, s. 207].

W literaturze przedmiotu można odnaleźć różne definicje jakości. Najbardziej uniwersalną wydaje się być definicja sformułowana w normie ISO 9000, która określa jakość jako stopień, w jakim zbiór inherentnych (istniejących samych w sobie) właściwości spełnia wymagania, potrzeby i oczekiwania, które zostały ustalone, przyjęte zwyczajowo lub są obowiązkowe [Systemy Zarządzania Jakością 2006]. Na gruncie turystyki definicja ta wymaga pogłębienia, mając na uwadze specyfikę tworzonego produktu. Czyni to m.in. Światowa Organizacja Turystyki (UN WTO), która definiuje jakość usług turystycznych jako spełnienie za ustaloną i przyjętą cenę wszystkich zgodnych z prawem żądań i oczekiwań klienta-turysty, przy jednoczesnym przestrzeganiu wymagań jakościowych w odniesieniu do bezpieczeństwa, higieny i dostępności usług turystycznych oraz harmonii środowiska ludzkiego i przyrodniczego<sup>5</sup>. W odniesieniu do produktów obszaru turystycznego D. Jaremen dodaje, iż jakość stanowi określony stopień zgodności pomiędzy oczekiwanymi a postrzeganymi przez turystów cechami i elementami produktu oferowanymi przez dany region [Jaremen 2004, s. 61].

Jakość ma charakter wielowymiarowy. Podstawą jej zdefiniowania jest identyfikacja i określenie wymagań, potrzeb i oczekiwań klienta-turysty w formie zestawu charakterystyk<sup>6</sup> [Hamrol 2007, s. 21] i cech jakości produktu trwale z nim związanych, uporządkowanych w określonych wymiarach jakości. Zasadniczym problemem, jaki pojawia się w procesie definiowania jakości jest wybór wymiarów jakości tak, aby odpowiadały one specyfice produktu sieciowego<sup>7</sup>. Analiza literatury przedmiotu wskazuje, iż najczęściej stosowanym do definiowania i oceny jakości produktów obszarowych jest tzw. model luk jakości A.Parasuramana, V.A. Zeithamala, L.L. Berry'ego [Parasurman, Zeithaml, Berry, 1985], a także oparta na nim metoda oceny jakości usług SERVQUAL [Lopez-Toro, Díaz-Munoz i Perez-Moreno 2010, s. 273; Canny 2013, s. 86]<sup>8</sup> oraz jej zmodyfikowana wersja SERVPERF<sup>9</sup>

---

<sup>5</sup> W swojej definicji jakości UN WTO podkreśla się również konieczność stosowania zasad turystyki zrównoważonej oraz turystyki odpowiedzialnej [<http://sdt.unwto.org/en/content/quality-tourism> 2014].

<sup>6</sup> Za A. Hamrolem przyjmuje się, iż charakterystyka jest zbiorem cech jakości powiązanych z pewną jednorodną właściwością.

<sup>7</sup> Do popularnych modeli wykorzystywanych do definiowania i oceny jakości usług należą: Model luk jakości A. Parasuramana, V.A. Zeithamla i L.L. Berry'ego, Model jakości usług Grönroosa, Model jakości cząstkowych Gummessona, Zintegrowany model jakości Grönroosa i Gummessona (4Q), Model Kano, Model Brady'ego, Cronim'a, Modelu oceny jakości usług Donabediana. Szerzej [Maciąg 2014, s. 135-149].

<sup>8</sup> Oryginalnym narzędziem wykorzystywanym w metodzie SERVQUAL jest kwestionariusz ankiety, składający się z dwóch części, w każdej z części zawarte są 22 twierdzenia dotyczące oceny jakości oczekiwanej oraz postrzeganej.

<sup>9</sup> W metodzie SERVPERF rezygnuje się z badania jakości oczekiwanej.



[Moutinhol, Albayrak i Caber 2012, s. 308]. Jakość jest tutaj definiowana poprzez zestaw charakterystyk ujętych w pięciu wymiarach jakości:

- infrastruktura materialna – stan techniczny infrastruktury, wyposażenie obiektów, prezencja personelu;
- rzetelność, niezawodność, zdolność do dostarczenia obiecanej usługi terminowo i zgodnie z umową;
- reagowanie – reakcja personelu na potrzeby turysty, szybkość reakcji np. informowanie o usługach turystycznych;
- pewność – odpowiednie kwalifikacje pracowników, wzbudzające zaufanie klientów;
- empatia – utożsamianie się z oczekiwaniami, potrzebami turystów, elastyczność.

Mając na uwadze specyfikę i złożoność sieciowych produktów turystycznych, charakterystyki jakości powinny być poszerzone o cechy związane z atrakcyjnością turystyczną – tj. walorami turystycznymi, bazą noclegową, bazą gastronomiczną i uzupełniającą, dostępnością transportową, stanem i ochroną środowiska naturalnego, infrastrukturą drogową oraz techniczną [Szostak 2008, s. 210; Lopez-Toro, Diaz-Munoz i Perez-Moreno 2010, s. 273], a także takie elementy jak, sposób świadczenia usług, warunki rozwoju gospodarczego obszaru, atrybuty estetyczno-emocjonalne, społeczne, organizacyjne [Kachniewska 2006, s. 303]. Ważnym wyzwaniem w procesie kształtowania jakości jest zintegrowanie działalności turystycznej z celami ochrony przyrody, kształtowanie nowych zachowań turystów oraz organizatorów ruchu turystycznego. Współczesny turysta jest coraz bardziej zainteresowany tym, czy produkt jest tworzony w sposób odpowiedzialny z uwzględnieniem wartości społecznych, etycznych, ekologicznych oraz sprawiedliwego gospodarowania. W taki sposób wpisując się w zapoczątkowany w latach 80. i 90. XX wieku nurt rozwoju zrównoważonego narodziła się koncepcja turystyki zrównoważonej i turystyki odpowiedzialnej<sup>10</sup>. Istotną rolę w kształtowaniu jakości regionalnego produktu turystycznego odgrywają również informacja oraz wiedza. Posiadanie właściwych informacji i wiedzy oraz skuteczność ich wykorzystania mają decydujące znaczenie dla rozwoju konkurencyjnego i innowacyjnego produktu turystycznego [Burzyński, Dryglas i Cembruch-Nowakowski 2005, s.126]. Zastosowanie nowoczesnych technologii informacyjnych i informatycznych (ICT) pozwala m.in. na gromadzenie informacji o wymaganiach turystów oraz poziomie ich zaspokojenia, a także wymianę informacji po-

---

<sup>10</sup> W literaturze przedmiotu nie ma jednoznacznej zgody co do zakresu definiowania pojęć turystyki zrównoważonej i turystyki odpowiedzialnej. Można spotkać się z ujęciami, w których odpowiedzialna turystyka jest traktowana jako jeden z wymiarów turystyki zrównoważonej, gdzie podkreśla się aspekt moralny i etyczny turystyki, zarówno w aspekcie indywidualnym, organizacji, jak i lokalnych społeczności. W innych opracowaniach pojęcia turystyki odpowiedzialnej i zrównoważonej są traktowane jako tożsame i równorzędne.

między podmiotami-kreatorami obszarowego produktu sieciowego. ICT umożliwia również dynamiczne kreowanie indywidualnego produktu turystycznego zgodnego z oczekiwaniami klienta.

Jakość produktu sieciowego jest postrzegana m.in. poprzez zbudowany i ustalony w sieci standard techniczny lub techniczno-organizacyjny obsługi klienta, a ocena jakości i wartości będzie uwzględniała również korzyści wynikające z partycypacji w efekcie sieciowym (gwarancja, wygody, bezpieczeństwa, całkowite koszty zakupu i użytkowania produktu sieciowego) [Skowron 2013, s. 133]<sup>11</sup>. Zatem charakterystyki jakości powinny objąć cechy związane

**Tab. 1.** Wymiary jakości sieciowego produktu turystycznego

**Tab. 1.** The dimensions of touristic network product

Wymiary jakości	Istotne elementy wymiaru jakości	Wybrane charakterystyki i cechy jakości
<b>Infrastruktura materialna</b>	atrakcyjność turystyczna, baza turystyczna, infrastruktura turystyczna i paraturystyczna, infrastruktura drogowa, atrakcje turystyczne, stan środowiska naturalnego, system informacji turystycznej (w sensie infrastrukturalnym)	standard, funkcjonalność, czystość, wygląd, nowoczesność, stan wyposażenia, oznakowanie, czytelność, łatwość dostępu
<b>Rzetelność</b>	bezpieczeństwo, higiena, organizacja procesów usługowych, działanie zgodnie z przepisami prawa, gwarancja jakości, sieciowe standardy jakościowe	terminowość, zgodność, certyfikaty jakości, gwarancja jakości, standardy jakości
<b>Reagowanie na potrzeby klienta</b>	system informacji turystycznej (w sensie przepływu informacji), nowe innowacyjne produkty turystyczne, asortyment usług, pakietowanie usług, nowe metody promocji, dystrybucji, sprzedaży, strategie cenowe, reagowanie na zmiany w potrzebach turystów, wzajemne polecanie się i rekomendowanie,	czas reagowania, czas oczekiwania, czas obsługi, jakość informacji, szybkość, odpowiedniość i korzystność produktów, sposobów dystrybucji, promocji i cen, aktualność, dostępność, szerokość i głębokość asortymentu, czytelność, zrozumiałość procedur, ilość dokumentów, poziom skomplikowania procesu
<b>Pewność</b>	kwalifikacje pracowników, zaufanie, standardy jakościowe obsługi klienta,	jakość i ilość pracowników, kompetencje, grzeczność, wiarygodność, rzetelność, zrozumienie klienta, informacja nt. procedury realizacji procesu
<b>Empatia</b>	elastyczność, przychylność lokalnej społeczności, etyka, zrównoważony rozwój, edukacja turysty, autentyczność, wiarygodność	wygoda, dobre samopoczucie, brak poczucia zagrożenia,

**Źródło/Source:** opracowanie własne/own study.

<sup>11</sup> Oczekiwanie w stosunku do jakości i wartości produktu, a także wyobrażenie o danej organizacji, jako uczestniku sieci, są *de facto* standardami postrzegania całej sieci – obszaru turystycznego.

z wzajemnym polecaniem, informowaniem, rekomendowaniem, kompleksowością oferty, wiązaniem usług (pakietowaniem usług) oraz budowaniem wspólnej oferty rynkowej. W literaturze przedmiotu podkreśla się, iż prawidłowy stosunek do klienta (turysty) jest odzwierciedleniem wewnętrznych stosunków panujących w danej destynacji turystycznej [Burzyński, Dryglas i Cembruch 2005, s. 117]. W wyniku przeprowadzonej powyżej analizy, opierając się na modelu luk jakości, wskazano najważniejsze wymiary jakości sieciowego produktu turystycznego.

Zaprezentowane w tabeli 1 wymiary jakości wskazują obszary działań, które powinny być podejmowane przez organizacje sieciowe na rzecz doskonalenia produktu turystycznego. Przeprowadzona powyżej analiza literatury przedmiotu stała się przesłanką do podjęcia badań empirycznych, których celem jest określenie roli oraz ocena wpływu organizacji sieciowych na doskonalenie jakości produktu turystycznego obszaru w założonych wymiarach.

## Metoda

W badaniach sformułowano następujące pytania badawcze: jaką rolę i jaki wpływ mają organizacje sieciowe na doskonalenie jakości obszarowego produktu turystycznego oraz w jakich wymiarach są podejmowane przez nie działania? Postawiono tezę, że organizacje sieciowe istotnie wpływają na podnoszenie jakości obszarowego produktu turystycznego, jednak zakres ich aktywności jest zróżnicowany ze względu na strukturę organizacji oraz specyfikę działania.

Badanie miało charakter dwuetapowy. W pierwszym etapie dokonano analizy dokumentów badanych organizacji sieciowych, w drugim etapie przeprowadzono wywiady wśród liderów organizacji turystycznych.

Zakres przedmiotowy badania został zdefiniowany na podstawie analizy dokumentów organizacji sieciowych i objął następujące elementy ich działań:

1. *Infrastruktura materialna:*
  - zwiększenie dostępności sieciowego/regionalnego produktu turystycznego (infrastruktura komunikacyjna),
  - poprawa jakości infrastruktury turystycznej w regionie.
2. *Rzetelność:*
  - poprawa jakości produktów poprzez wdrażanie nowych rozwiązań w zakresie zarządzania (np. wspólne standardy jakościowe, systemy zarządzania jakością itp.),
  - zwiększenie poziomu bezpieczeństwa turystów.
3. *Reagowanie na potrzeby klienta:*
  - podniesienie innowacyjności sieciowych/regionalnych produktów turystycznych,

- poprawa jakości regionalnych produktów turystycznych poprzez prowadzenie innowacji marketingowych (nowe metody badania rynku, promocji i sprzedaży, tworzenie wspólnych pakietów itp.),
  - poprawa jakości systemu informacji turystycznej.
4. *Pewność*:
    - poprawa jakości kompetencji pracowników branży turystycznej.
  5. *Empatia*:
    - lepsza edukacja turystów w zakresie aspektów środowiskowych/po-  
szanowania środowiska naturalnego,
    - lepsza edukacja turystów w zakresie aspektów etycznych.

Zakres podmiotowy badania objął: Jurajską Organizację Turystyczną (JOT), Związek Gmin Jurajskich (ZGJ), Jurajski Klaster Turystyki (JKT) oraz Stowarzyszenie Region Beskidy (EUROREGION BESKIDY). Badania zostały przeprowadzone z wykorzystaniem następujących metod:

1. Analizy danych zastanych:
  - analiza dokumentów strategicznych sieci (regulaminy działania, statuty),
  - analiza raportów, zestawień prowadzonych przez lidera sieci,
  - analiza danych zawartych na stronach internetowych badanych organizacji.
2. Wywiad (bezpośredni, częściowo skategoryzowany) – z liderem sieci<sup>12</sup>.

Badania zostały przeprowadzone w okresie wrzesień – grudzień 2014 roku w ramach badań statutowych Katedry Turystyki Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach. W prowadzonych badaniach należy wskazać na następujące ograniczenia:

- badane organizacje sieciowe nie mają jasno określonych strategii działania, szczególnie w obszarze jakości (w dokumentach statutowych określone są ogólne cele działania, brakuje planów strategicznych i powiązanych z nimi planów operacyjnych),
- ocena oparta została na samoocenie liderów organizacji, co może istotnie zniekształcać wyniki badania poprzez subiektywizm respondentów,
- ograniczenia w dostępie do informacji badanych organizacji sieciowych (rozproszenie informacji, brak pełnej sprawozdawczości, nakład czasu związany z przygotowaniem zestawienia danych na potrzeby badania).

---

<sup>12</sup> Wywiad oparty na samoocenie podejmowanych działań i ich zakresów jest uznaną techniką badawczą stosowaną do oceny zakresu oraz efektywności działań organizacji sieciowych [Skowronek-Mielczarek 2014; Plawgo 2014,].

## Wyniki

Wyniki badań zostaną zaprezentowane w dwóch częściach: w pierwszej dokonana zostanie krótka charakterystyka badanych organizacji, w drugiej natomiast zostaną zaprezentowane wyniki samooceny liderów organizacji.

### *Charakterystyka badanych organizacji sieciowych*

1. Jurajski Klaster Turystyki (JKT) [<http://www.jurajskiklaster.pl/> 2015] w Ogradzieńcu powstał w ramach projektu realizowanego przez Fundację PRO-SILESIA współfinansowanego przez Unię Europejską z Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego w ramach Priorytetu I – „Badania i rozwój technologiczny, innowacje i przedsiębiorczość”, Działanie 1.3. „Transfer technologii i innowacji”, Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Śląskiego na lata 2007-2013. Członkami JKT jest ponad 40 podmiotów. Głównym odbiorcą działań są turyści, zarówno indywidualni, jak i grupowi: szkoły, biura podróży, biznes.
2. Związek Gmin Jurajskich (ZGJ) [<http://www.jura.info.pl/> 2015] jest dobrowolnym stowarzyszeniem gmin położonych na Wyżynie Krakowsko-Częstochowskiej. Aktualnie do ZGJ przynależy 37 gmin położonych na Szlaku Orlich Gniazd. Głównymi celami aktualnie realizowanymi przez ZGJ jest realizacja strategii Szlaku Orlich Gniazd, rozwój produktu szlakowego, monitorowanie punktów IT i innych obiektów/podmiotów – atrakcji turystycznych, wizualizacja i oznakowanie szlaku oraz stworzenie aplikacji mobilnej. ZGJ promuje również wydarzenia, które są organizowane przez gminy tworzące Związek.
3. Jurajska Organizacja Turystyczna [<http://www.jurajska.org.pl/> 2015] jest stowarzyszeniem działającym w oparciu o ustawę o Polskiej Organizacji Turystycznej. JOT powołano w celu wzmocnienia działań związanych z rozwojem turystyki na terenie centralnej części Jury. Jako organizacja pozarządowa tworzy warunki współpracy organów administracji rządowej i samorządowej, przedsiębiorców z branży turystyki, w tym stowarzyszeń działających w tej dziedzinie. JOT współpracuje z ZGJ oraz jest członkiem Jurajskiego Klastra Turystycznego.
4. Stowarzyszenie „Region Beskidy” [<http://www.euroregion-beskidy.pl/pl/> 2015] powołane 20 lipca 1999 r. z siedzibą w Bielsku-Białej wraz ze swoimi odpowiednikami z Czech i Słowacji powstało w celu koordynowania działań w ramach Euroregionu Beskidy. Podpisanie trójstronnej umowy o polsko-czesko-słowackiej wspólnocie pn. Euroregion Beskidy miało miejsce w dniu 9 czerwca 2000r. Polska część Euroregionu Beskidy administrowana jest przez Stowarzyszenie „Region Beskidy”. W skład Stowarzyszenia

„Region Beskidy” wchodzi 38 jednostek leżących na terenie województwa śląskiego i małopolskiego. Cele zapisane w umowie Euroregionu Beskidy są realizowane przede wszystkim poprzez jego członków oraz beneficjentów programów.

***Rola organizacji sieciowych w doskonaleniu jakości obszarowego produktu turystycznego w świetle opinii liderów***

Poniżej zaprezentowano wyniki wywiadu przeprowadzonego wśród liderów badanych turystycznych organizacji sieciowych. Badanie zostało przeprowadzone w oparciu o technikę samooceny. Liderzy organizacji oceniali wpływ działania organizacji sieciowych na różne aspekty jakości obszarowych produktów turystycznych. Wyniki badania zaprezentowano w tabeli 2.

Jak wskazują przeprowadzone badania, głównym wymiarem jakości obszarowego produktu turystycznego, w jakim podejmowane są działania

**Tab. 2.** Wpływ działalności organizacji sieciowych w turystyce na podnoszenie jakości obszarowego produktu turystycznego

**Tab. 2.** Contribution of network organizations to development of destination tourism product's quality

Działania na zakresie poszczególnych wymiarów jakości	Jurajski Klaster Turystyki	Jurajska Organizacja Turystyczna	Związek Gmin Jurajskich	Euroregion Beskidy
<b><i>Infrastruktura materialna</i></b>				
Zwiększenie dostępności sieciowego/regionalnego produktu turystycznego (infrastruktura komunikacyjna)	nd.	nd.	+++	nd.
Poprawa jakości infrastruktury turystycznej w regionie	nd.	nd.	+++	+++
<b><i>Rzetelność</i></b>				
Poprawa jakości produktów poprzez wdrażanie nowych rozwiązań w zakresie zarządzania	+++	+++	nd.	+
Zwiększenie poziomu bezpieczeństwa turystów	nd	nd	+++	+++

Cd. Tabeli 2.

<i>Reagowanie na potrzeby klienta</i>				
Podniesienie innowacyjności sieciowych/regionalnych produktów turystycznych	+++	+++	+++	+++
Poprawa jakości regionalnych produktów turystycznych poprzez prowadzenie innowacji marketingowych	+++	+++	+++	+++
Poprawa jakości systemu informacji turystycznej	+++	-	+++	+++
<i>Pewność</i>				
Poprawa jakości kompetencji pracowników branży turystycznej	+++	+++	+++	+++
<i>Empatia</i>				
Lepsza edukacja turystów w zakresie aspektów środowiskowych/poszanowania środowiska naturalnego	+++	-	+++	+++
Lepsza edukacja turystów w zakresie aspektów etycznych	-	-	-	+++

Przyjęta skala oceny to:

+++ wpływ wysoki, ++ wpływ średni, + wpływ niski, – nie są realizowane takie działania, pomimo iż stosowne zapisy znajdują się w dokumentach programowych, nd. – nie dotyczy (takie działania nie stanowią zakresu działania badanej organizacji).

**Źródło/Source:** opracowanie własne/own study.

to: *Pewność*, *Reagowanie na potrzeby klienta* oraz *Rzetelność*. Mniejszą aktywność notuje się w wymiarach: *Empatia* oraz *Infrastruktura materialna*. Poniżej, na podstawie wywiadów z liderami sieci, przedstawiono typowe działania podejmowane w tych wymiarach<sup>13</sup>.

#### 1. Wymiar jakości – *Pewność*

Każda z badanych organizacji prowadzi szkolenia dla pracowników sektora usług turystycznych. Szkolenia mają charakter wewnętrzny dla

<sup>13</sup> W trakcie badania proszono respondentów o, w miarę możliwości, popieranie swoich ocen dowodami ich realizacji oraz danymi obiektywnymi.

członków sieci lub ogólnodostępny, krajowy oraz międzynarodowy. Są one organizowane w postaci spotkań, seminariów, konferencji, eventów, udziału w targach bądź study tour.

## 2. Wymiar jakości – *Reagowanie na potrzeby klienta*

Działania w zakresie podnoszenia innowacyjności produktów turystycznych obejmują m.in. tworzenie nowych produktów turystycznych tj.:

- wydarzenia i imprezy promujące region, produkty turystyczne oraz podmioty gospodarki turystycznej (np. Święto Polskiego Chochoła, Kryształowe Jarmarki),
- nowe szlaki turystyczne związane z regionem i jego tradycjami (np. szlak kulinarny Smaczna Jura),
- aplikacje mobilne, wizualizacje (np. na Szlaku Orlich Gniazd), audioprzewodniki,
- wspólne publikacje – tj. przewodniki, mapy i inne materiały informacyjne.

Wprowadzanie innowacji marketingowych jest realizowane przede wszystkim w formie zastosowania nowych metod badania rynku, promocji i sprzedaży, tworzenie wspólnych pakietów produktów turystycznych, wspólnej promocji np. na targach turystycznych, tworzenie wspólnych publikacji promocyjnych itp.

Organizacje sieciowe włączają się również w doskonalenie systemu informacji turystycznej, co realizowane jest poprzez m.in. monitorowanie punktów IT (ZGJ) oraz prowadzenie działalności informacyjnej poprzez strony internetowe, aplikacje mobilne, wydawnictwa, tj. informatory, przewodniki, broszury, ulotki, foldery, kalendarze oraz działalność informacyjną w trakcie imprez i wydarzeń (np. targi turystyczne, imprezy sportowe i rekreacyjne, turystyczne, kulturalne i inne).

## 3. Wymiar jakości – *Rzetelność*

Mając na uwadze fakt, iż turysta – korzystając z produktu sieciowego – będzie oczekiwał utrzymania określonych standardów jakościowych, interesującą kwestią było wdrażanie nowych rozwiązań w zakresie zarządzania jakością obszarowego produktu turystycznego. Badane organizacje wskazały, iż podejmują takie działania m.in. poprzez stworzenie wspólnych standardów jakościowych (np. tworzenie systemu certyfikacji produktów i obiektów – np. certyfikat Smaczna Jura) oraz prowadzenie szkoleń dla pracowników branży turystycznej w zakresie nowoczesnych systemów zarządzania jakością.

## 4. Wymiar jakości – *Empatia*

W przeprowadzonych wywiadach wskazywano na wagę nieformalnych powiązań oraz konieczności budowania dobrych relacji i sieci społecznych, które z powodzeniem mogą być wykorzystane do oddziaływania na lokalne podmioty i mieszkańców w zakresie doskonalenia jakości, bowiem w większości turystycznych organizacji sieciowych dominującym



typem koordynacji jest koordynacja społeczna [Żabińska, Maciąg 2014, s. 27]. Jednym z narzędzi doskonalenia jakości poprzez wykorzystanie nieformalnych powiązań są dobre relacje nawiązywane w trakcie organizacji i uczestnictwa w różnego rodzaju imprezach i spotkaniach branżowych oraz bezpośrednio wizyty w podmiotach turystycznych – np. przy okazji dystrybucji materiałów promocyjnych dotyczących regionu (ZGJ). Mając na uwadze współczesne tendencje w zakresie rozwoju koncepcji turystyki zrównoważonej i odpowiedzialnej, istotnym elementem podnoszenia jakości produktu turystycznego stają się działania w zakresie edukacji turystów. Zadania realizowane w tym obszarze przez badane organizacje sieciowe głównie dotyczą poszanowania i ochrony środowiska naturalnego. Przykładem takiego działania może być event zorganizowany przez ZGJ, którego celem było zwrócenie uwagi na dewastację przez turystów skał na Szlaku Orlich Gniazd. W trakcie wydarzenia wolontariusze czyścili skały z różnego rodzaju napisów pozostawionych przez turystów. Warto podkreślić, że oprócz Euregionu Beskidy kwestie etyczne nie stanowią przedmiotu podejmowanych działań.

#### 5. Wymiar jakości – *Infrastruktura turystyczna*

Działania w zakresie infrastruktury turystycznej oraz komunikacyjnej, w tym bezpieczeństwa turystów, prowadzą głównie organizacje sieciowe, w których większość ogniw stanowią jednostki samorządu terytorialnego. Są to Związek Gmin Jurajskich oraz Euroregion Beskidy. Wynika to przede wszystkim z umocowania prawnego i konieczności realizacji przez gminy i powiaty ustawowych zadań w zakresie turystyki [Grabowska 2014, s. 86]. Działania te dotyczą przede wszystkim znakowania szlaków turystycznych, konserwacji urządzeń i infrastruktury turystycznej oraz działań edukacyjnych na rzecz podnoszenia bezpieczeństwa turystów.

## Dyskusja

Badania pozwalają potwierdzić postawioną w artykule tezę, że organizacje sieciowe odgrywają ważną rolę w rozwoju turystyki w regionie, poprzez doskonalenie jakości produktu turystycznego w eksplorowanych wymiarach. Badania wskazują na wielość i różnorodność działań, przy czym w zdecydowanej większości są one zbieżne z postulatami formułowanymi w literaturze przedmiotu. A. Rapacz [2008] wskazuje, że działania organizacji sieciowych przede wszystkim powinny być ukierunkowane na: wspieranie przedsięwzięć podejmowanych na rzecz ochrony środowiska naturalnego i walorów turystycznych, popularyzację świadomości proekologicznej wśród lokalnej społeczności oraz podmiotów gospodarki turystycznej, podnoszenie

innowacyjności w produkcie turystycznym oraz jego dystrybucji i promocji, rozpoznanie i zaspokojenie wymagań w zakresie rozwoju zasobów ludzkich na potrzeby branży turystycznej w regionie, wdrażanie nowych technologii informacyjnych i informatycznych, gromadzenie informacji o odwiedzających region na potrzeby tworzenia i doskonalenia produktów turystycznych oraz wsparcie tworzenia i doskonalenia standardów jakości w turystyce [Rapacz 2008, s. 106-117]. Uzyskane wyniki badania wskazują na niedostatek przedsięwzięć w obszarze edukacji turystów w zakresie aspektów etycznych uprawiania turystyki, mimo iż wszystkie organizacje deklarują takie działania w celach działania sformułowanych w dokumentach statutowych.

Zaprezentowane wyniki wskazują również, że turystyczne organizacje sieciowe podejmują działania typowe dla złożonych organizacji partnerskich działających w różnych sektorach i branżach, mające na celu doskonalenie ich struktur i efektów działania. Można tutaj zaliczyć: integrację działań promocyjno-reklamowych oraz regularnie szkolenia pracowników, udział w krajowych i zagranicznych wydarzeniach gospodarczych zorganizowanych dla członków, działania promocyjne (np. reklama w mediach), podnoszenie kompetencji kadr członków (np. szkolenia), tworzenie lub doskonalenie struktur i ich organizacji, opracowanie systemów wspomagających procesy biznesowe czy przedsięwzięcia finansowane przez członków tj. opracowanie nowego/istotnie zmodyfikowanego produktu bądź usługi [Skowronek-Mielczarek 2014, s. 107 i nast.; Pławgo 2014, s. 163 i nast.].

Wyniki wywiadu przeprowadzonego z liderami pozwalają również wskazać na pewne problemy, które mogą zagrażać jakości. W opinii badanych są to przede wszystkim niechęć do podejmowania wspólnych działań, duża konkurencja i brak zaufania pomiędzy członkami (brak wzajemnego polecenia i rekomendacji). Potwierdzają to również wyniki badań prowadzonych przez Skowronek-Mielczarek oraz Pławgo prowadzonych w polskich organizacjach sieciowych różnych branż.

## Wnioski

Turystyczne organizacje sieciowe podejmują wiele istotnych działań, które przyczyniają się do doskonalenia jakości obszarowego produktu sieciowego, jednak mają one często charakter rozproszony i trudny do zmierzenia. Dlatego najważniejszym wyzwaniem natury teoretycznej jawi się konieczność wypracowania modelu oceny wpływu organizacji sieciowych na jakość produktu turystycznego obszaru, ze wskazaniem wymiarów oraz charakterystyk jakości wraz z technikami pomiaru i miernikami wpływu. Podjęte badania stanowią próbę wykorzystania Modelu luk jakości, jednak z pewnością wymaga to dalszych pogłębionych badań związanych z modyfikacją narzędzi badawczych w celu lepszego dostosowania do badania regio-

nalnych produktów turystycznych. W wymiarze praktycznym wyzwaniem staje się rozwijanie, zacieśnianie oraz pogłębianie współpracy partnerów w turystycznych organizacjach sieciowych. Kierunki w tym zakresie wyznaczają, cytowane już, badania prowadzone w polskich organizacjach sieciowych różnych branż [Skowronek-Mielczarek 2014; Plawgo 2014]. Można wskazać tutaj: wspólne prowadzenie zakupów surowców, produktów i towarów oraz obsługi logistycznej, wspólne prowadzenie obsługi informatycznej oraz wspólne prowadzenie obsługi księgowej i prawnej. Są to z pewnością nowe obszary zwiększania konkurencyjności regionu turystycznego oraz doskonalenia jakości obszarowych produktów turystycznych.

### Bibliografia

- Altcorn J. (2005), *Marketing w turystyce*, WN PWN, Warszawa.
- Burzyński T., Dryglas. D., Cembruch-Nowakowski M. (2005), *Łańcuch wartości w turystyce oparty na wiedzy*, [w:] *Konsument na rynku turystycznym w warunkach społeczeństwa opartego na wiedzy i informacji*, Wyd. GWSH w Katowicach, Katowice, s. 117-126.
- Canny I. U. (2013), *An Empirical Investigation of Service Quality, Tourist Satisfaction and Future Behavioral Intentions among Domestic Local Tourist at Borobudur Temple*, "International Journal of Trade, Economics and Finance", Vol. 4, No. 2, s. 86-91.
- Cooper Ch., Scott N., Baggio R. (2009), *Network Position and Perception Of Destination Stakeholders Importance*, „An International Journal of Tourism and Hospitality Research”, Vol. 20, No. 1, s. 33-45.
- Cronin J., Brady M.K., Hult G.T.M. (2002), *Assessing the Effects of Quality, Value, and Customer Satisfaction on Consumer Behavioral Intentions in Service Environments*, „Journal of Retailing”, Volume 76(2), s. 193-218.
- Czakov W. (2012), *Sieci w zarządzaniu strategicznym*, Wyd. Oficyna a Wolters Kluwer business, Warszawa.
- Czakov W. (2011), *Paradygmat sieciowy w naukach o zarządzaniu*, „Przegląd Organizacji”, nr 11, s. 3-6.
- Czernek K. (2011), *Instytucje jako uwarunkowania współpracy w regionie turystycznym – ujęcie z perspektywy nowej ekonomii instytucjonalnej*, [w:] Rapacz A., red., *Gospodarka turystyczna w regionie*, Wyd. Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu, Wrocław, s. 401-411.
- Dębski M. (2012), *Współpraca interesariuszy destynacji w procesie kreowania jej konkurencyjności*, „Organizacja i Kierowanie”, nr 3 (152), s. 73-86.
- Grabowska A. (2014), *Władze samorządowe jako podmiot kształtujący gospodarkę turystyczną w regionie*, Wyd. Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach, Katowice.

- Hamrol A. (2007), *Zarządzanie jakością z przykładami*, WN PWN, Warszawa.
- Jaremen D.E. (2004), *Jakość produktu turystycznego regionu*, [w:] Koćwin L., red., *Turystyka w strategii rozwoju miast i gmin Ziemi Kłodzkiej*, Wyd. Wyższa Szkoła Zarządzania Edukacja, Wrocław, 57-68.
- Kachniewska M. (2006), *Modele jakości usług a specyfika produktu turystycznego*, [w:] Nowakowska A., Przydział M., red., *Turystyka w badaniach naukowych*, Prace Ekonomiczne, WSiLiZ, Rzeszów, s. 303-319.
- Kaczmarek J., Stasiak A., Włodarczyk B. (2005), *Produkt turystyczny*, PWE Warszawa.
- Lachiewicz S., red. (2008), *Komunikacja wewnętrzna w organizacjach sieciowych*, Wyd. Politechniki Łódzkiej, Łódź.
- Lopez-Toro A.A., Díaz-Munoz R., Perez-Moreno S. (2010), *An assessment of the quality of a tourist destination: The case of Nerja, Spain*, "Total Quality Management" Vol. 21, No. 3, s. 269-289.
- Łobejko S. (2010), *Przedsiębiorstwo sieciowe. Zmiany uwarunkowań i strategii w XXI w.*, SGH w Warszawie, Warszawa.
- Maciąg J. (2015), *Jakość sieciowego produktu turystycznego – definiowanie, wymiary i cechy jakości*, [w:] „Studia Ekonomiczne” – Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach, nr 215, s. 40-56.
- Maciąg J. (2014), *Metodologiczne uwarunkowania oceny jakości produktu sieciowego w turystyce*, [w:] Skrzypek E., red., *Jakość jako czynnik sukcesu w nowej gospodarce*, Wydawnictwo UMCS w Lublinie, Lublin, s. 135-149.
- Moutinhol L., Albayrak T., Caber M. (2012), *How Far does Overall Service Quality of a Destination Affect Customers' Post-Purchase Behaviours?* "International Journal of Tourism Research", No. 14, s. 307-322.
- Nawrot Ł., Zmysłony P. (2009), *Międzynarodowa konkurencyjność regionu turystycznego*, Wydawnictwo Proksenia, Kraków.
- Niemczyk J., Jasiński B. (2012), *Wstęp*, [w:] Niemczyk J., Stańczyk-Hugiet E., Jasiński B., red., *Sieci międzyorganizacyjne. Współczesne wyzwania dla teorii i praktyki zarządzania*, CH Beck. Warszawa, s. 9-11.
- Parasuraman A., Zeithaml V.A., Berry L.L. (1985), *A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research*, "The Journal of Marketing", Vol. 49, No. 4, s. 41-50.
- Plawgo B. (2014), *Benchmarking klastrów w Polsce – edycja 2014 r. Raport ogólny*, Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości, Warszawa.
- Rapacz A. (2008), *Rola klastrów w kształtowaniu struktury i jakości produktu turystycznego regionu*, [w:] *Gospodarka a Środowisko* „Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu”, nr 29, s. 106-117.
- Scott N., Laws E. (2010), *Advances in service networks research*, „The Service Industries Journal”, Vol. 30, No. 10, August, s. 1583-1705.
- Skowron (2013), *Klient w sieci organizacyjnej*, Difin, Warszawa.

- Skowronek-Mielczarek A. (2014), *Obszary współpracy przedsiębiorstw w organizacjach sieciowych jako źródło ich konkurencyjności*, [w:] Sopińska A., Gregorczyk S., red., *Granice strukturalnej złożoności organizacji*, Oficyna Wydawnicza Szkoła Główna Handlowa w Warszawie, Warszawa, s. 107-118.
- Stańczyk-Hugiet E. (2011), *Koopetycja, czyli dokąd zmierza konkurencja*, „Przegląd Organizacji”, nr 5, s. 8-12.
- Systemy Zarządzania Jakością. Podstawy i terminologia, PN-EN ISO 9000*, (2006), PKN, Warszawa.
- Szostak D. (2008), *Możliwości oceny jakości obszarowego produktu turystycznego*, [w:] Panasiuk A., red., *Gospodarka turystyczna*, WN PWN, Warszawa, s. 209-215.
- Thomson G.F. (2010), *The Logic and Limits of Network Forms of Organization*, Between Hierarchies & Markets, Oxford.
- Zehrer A., Raich F. (2010), *Applying a lifecycle perspective to explain tourism network development*, „The Service Industries Journal”, Vol. 30, No.10, August, s. 1683-1705.
- Żabińska T., Maciąg J. (2014), *Zarządzanie jakością sieciowego produktu turystycznego (na przykładzie wybranych produktów województwa śląskiego)*, [w:] Gołębski G., Niezgoda A., red., *Turystyka wobec zmian współczesnego świata*, Wyd. Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu, s. 17-33.

## Netografia

- <http://www.jurajskiklaster.pl/> (27.05.2015).
- <http://www.jura.info.pl/> (27.05.2015).
- <http://www.jurajska.org.pl/> (27.05.2015).
- <http://www.euroregion-beskidy.pl/pl/> (27.05.2015).
- <http://sdt.unwto.org/en/content/quality-tourism> (31.03.2014).
- Quality Standards: World Tourism Organization*
- [http://mail.perfectbg.com/TouristDocuments.nsf/Quality\\_WTO.pdf](http://mail.perfectbg.com/TouristDocuments.nsf/Quality_WTO.pdf) 2004.  
(10.04.2016).

## THE ROLE OF TOURIST NETWORKS IN THE IMPROVEMENT OF THE DESTINATION PRODUCT'S QUALITY – RESULTS OF RESEARCH

### Abstract

**Purpose.** The aim of paper is to present the survey results to determine and assess the role of tourism networks in improving the quality of a tourism destination product.

**Method.** The study was based on: the literature analysis method and other sources of data and interview technique.

**Findings.** The study indicates that network organisations influence the quality of tourist destination in main dimensions of: Reliability, Assurance and Responsiveness. Less activity can be observed in the dimensions: Tangibles and Empathy. Direct effects in terms of improving the quality of tourism infrastructure are indicated by these organizations, which represent the majority share of local government units. Research indicates a low level of development of ethical attitudes. However, it should be noted that activities of network organizations are often distracted.

**Research and conclusion limitations .** Investigated network organizations do not have clearly defined strategies, evaluation was based on self-evaluation made by organization leaders, restrictions on access to information of the network organizations.

**Practical implications.** The study highlighted further directions of improving the tourism product of destination in terms of both organizational and individual dimensions of quality.

**Originality.** The originality of the study is an attempt of influence evaluation of network organisations on quality of tourist destination. The novelty is also empirical verification of theoretical postulates regarding the role of network organizations in improving the quality of tourist products of a destination which have been formulated in the literature.

**Type of paper.** Research paper.

**Keywords:** quality, product of tourism destination, network organisations.



## OCENA JAKOŚCI USŁUG ŚWIADCZONYCH W WYBRANYCH OBIEKTACH SANATORYJNYCH W WOJEWÓDZTWIE PODKARPACKIM

*Jan Krupa\*, Izabela Cichocka\*\**

### Abstrakt

**Cel.** W artykule przedstawiono znaczenie turystyki zdrowotnej, w tym uzdrowiskowej, a także współczesne trendy w rozwoju miejscowości uzdrowiskowych oraz obiektów sanatoryjnych.

**Metoda.** Wykorzystano dane zastane pochodzące z sondażu ankietowego, przeprowadzonego w uzdrowiskach w latach 2011-2013, z użyciem standaryzowanych kwestionariuszy oceny.

**Wyniki.** Dane przedstawiają poziom zadowolenia kuracjuszy z jakości usług i zakresu oferty w wybranych sanatoriach. Kuracjusze zasadniczo dobrze ocenili opiekę lekarską i pielęgniarską, zakres i jakość świadczonych usług leczniczych i rehabilitacyjnych, natomiast w ocenie warunków lokalowych i wyżywienia, jak również atrakcyjności turystycznej miejsca pobytu odnotowano zróżnicowane opinie na przestrzeni analizowanych lat.

**Ograniczenia badań i wnioski.** Ograniczenia prowadzonych badań i analiz oraz możliwości porównywania danych między poszczególnymi sanatoriami wynikają przede wszystkim ze zróżnicowanej liczby respondentów w poszczególnych obiektach oraz różnic w budowie narzędzia badawczego, jakim był kwestionariusz ankiety. Ponadto opinie kuracjuszy mogły być mało obiektywne, a niektórzy z nich mogli nie mieć porównania z warunkami panującymi w innych obiektach uzdrowiskowych w Polsce.

**Implikacje praktyczne.** Przedstawione opinie i uwagi respondentów mogą stanowić dodatkowe informacje dla kierownictwa sanatoriów i władz samorządowych w zakresie dbania o jakość świadczonych usług.

**Oryginalność.** W artykule przedstawiono najważniejsze trendy w turystyce zdrowotnej, w tym uzdrowiskowej, które zaobserwowano w badanych miejscowościach uzdrowiskowych i obiektach sanatoryjnych, a także odczucia kuracjuszy dotyczące jakości świadczonych usług oraz atrakcyjności oferty z zakresu leczenia, rehabilitacji i profilaktyki.

**Rodzaj pracy.** Artykuł ma charakter empiryczny.

**Słowa kluczowe:** turystyka zdrowotna i uzdrowiskowa, jakość usług, badania ankietowe, województwo podkarpackie.

---

\* Dr hab. inż., prof. nadzw., Wyższa Szkoła Informatyki i Zarządzania w Rzeszowie, Wydział Medyczny, Katedra Turystyki i Rekreacji; e-mail: jkrupa@wsiz.rzeszow.pl.

\*\* Dr inż., Wyższa Szkoła Informatyki i Zarządzania w Rzeszowie, Wydział Ekonomiczny, Katedra Metod Ilościowych w Ekonomii; e-mail: icichocka@wsiz.rzeszow.pl.



## Wprowadzenie

Zmiany demograficzne, społeczne i kulturowe oraz wpływ mody na zdrowy tryb życia, wpływają na rozwój turystyki zdrowotnej, w tym uzdrowiskowej. Inwestowanie w rozwój miejscowości uzdrowiskowych oraz zaspokajanie coraz to nowych oczekiwań kuracjuszy i turystów jest dużą szansą dla podmiotów świadczących usługi z zakresu lecznictwa, rehabilitacji oraz odnowy biologicznej [Komornicki 2010, s. 37-55]. W przeszłości turystyka zdrowotna rozumiana była jako wyjazd w celach leczniczych (tzw. wyjazd do wód) zarezerwowany głównie dla zamożnej części społeczeństwa. Obecnie sektor ten poszerzył się o wypoczynek i nie jest już niedostępny dla większości społeczeństwa luksusem.

Ważnymi miejscami realizacji turystyki zdrowotnej są uzdrowiska, czyli tereny, na których prowadzone jest lecznictwo uzdrowiskowe, w oparciu o złoża naturalnych surowców leczniczych, dostęp do wody morskiej i klimat o właściwościach leczniczych (albo jeden z tych czynników), a także zakłady i urzędy lecznictwa uzdrowiskowego bazujące na tych walorach. Obszary uzdrowiskowe mają sprzyjające warunki środowiskowe i sanitarne, w których prowadzone jest metodyczne leczenie określonych chorób oraz sprawiają, że może być tam prowadzona działalność wypoczynkowo-turystyczna [Ustawa z dnia 28 lipca 2005 r. o lecznictwie uzdrowiskowym ...].<sup>1</sup>

Lecznicze wykorzystanie bogactw naturalnych umożliwiają urzędy lecznictwa uzdrowiskowego, tworzące specyficzną infrastrukturę, do której zaliczamy: pijalnię uzdrowiskową, urządzone odcinki wybrzeża morskiego, lecznicze i rehabilitacyjne baseny uzdrowiskowe, łąki, parki, ścieżki ruchowe oraz urządzone podziemne wyrobiska górnicze. W związku z tym wyodrębniła się turystyka uzdrowiskowa (będąca formą turystyki zdrowotnej), której głównym celem jest leczenie różnego typu schorzeń i poprawa stanu zdrowia poprzez profilaktykę. Działania te są realizowane w uzdrowiskach w oparciu o właściwości naturalnych surowców leczniczych, klimatu i mikroklimatu [Buczek-Kowalik 2013, s. 101-120].

Działalność uzdrowiskowa w Polsce ma bogate tradycje historyczne i jeden z największych obecnie potencjałów rozwojowych w zakresie usług leczniczych oraz turystyki zdrowotnej, który jest dodatkowo wzbogacony o nowoczesne jej formy, takie jak turystyka medyczna, SPA i Wellness [Niemiec, Trzcńska 2012, s. 66-77]. Do priorytetów rozwoju turystyki (zwłaszcza uzdrowiskowej) w najbliższych latach zaliczyć należy działania, takie jak: rozwój markowych produktów turystycznych, promocja marek turystycznych, rozbudowa infrastruktury turystycznej czy podnoszenie kwalifikacji

---

<sup>1</sup> Ustawodawstwo polskie nie uznaje z kolei SPA i Wellness jako uzdrowiskowego i turystycznego produktu leczniczego, czego potwierdzeniem jest fakt braku tych pojęć w obowiązującej ustawie.

pracowników w szeroko pojętych usługach turystycznych na terenie miejscowości uzdrowskiej i gminy [Czyżewska, Tomaka 2011, s. 17-38].

Uzdrowiska występują we wszystkich strefach krajobrazowych Polski (najwięcej w górach i nad morzem), a ich nierównomierne rozmieszczenie w przestrzeni wynika z budowy geologicznej i związanego z tym występowania naturalnych surowców leczniczych w większości na obszarach południowych naszego kraju. W ich otoczeniu znajdują się tereny o wysokich wartościach przyrodniczych i geograficznych (np. parki narodowe i krajobrazowe), co czyni je atrakcyjnymi i bogatymi w walory wypoczynkowe i turystyczne [*Strategia rozwoju turystyki uzdrowskiej...* 2014, s. 12-15].

Goście oczekują w uzdrowskich świadczenia usług leczniczych i typowo turystycznych, spełniających standardy międzynarodowe. Poprawa sytuacji ekonomicznej uzdrowsk będzie zależęć m.in. od ich wielofunkcyjnego charakteru, ponieważ taki właśnie model rozwoju wychodzi naprzeciw społecznemu zapotrzebowaniu [Krupa, Soliński, Bajorek 2011, s. 21-56].

Turystyka uzdrowskowa w Europie przeżywa swoisty renesans, co wywołane zostało m.in. zmianami demograficznymi (zwiększenie populacji osób starszych), wzrostem ilości czasu wolnego oraz dochodów ludności, a także korzystnymi zmianami w świadomości i stylu życia społeczeństwa, w tym zwłaszcza chęci dbania o zdrowie, zarówno wśród ludzi młodszych, jak i starszych. Rozwojowi tej formy turystyki sprzyja mniejsza podatność na sezonowość, dłuższy średni okres pobytu w zakładach uzdrowskowych oraz wielofunkcyjność miejscowości uzdrowskowych [Krupa, Wołowicz 2010, s. 7-35].

Przyszłość polskich uzdrowsk polega na odchodzeniu od typowo leczniczego profilu tradycyjnych zabiegów skierowanych dla osób starszych i schorowanych. Perspektywę dalszego ich rozwoju stanowi przejście na różnorodne, zwłaszcza innowacyjne i niekonwencjonalne rozwiązania, łączące nowoczesne sposoby leczenia oraz profilaktyki zdrowotnej z aktywnym i specjalistycznym wypoczynkiem turystycznym (turystyka kwalifikowana). Należy podkreślić, że większość krajowych uzdrowsk ma sprzyjające temu walory turystyczne i rekreacyjne [Niemiec, Trzcńska 2012, s. 66-77].

Osoby starsze korzystające z usług turystyki uzdrowskowej coraz częściej koncentrują się na jakości oferowanych usług, wynika to z coraz wyższego poziomu zamożności. Podobnie ludzie młodzi poświęcają wiele czasu na dbanie o zdrowie. Wymusza to pewne zmiany w podejściu do lecznictwa uzdrowskowego [Dec, Krupa 2014, s. 163-180]. Przeważają wyjazdy weekendowe i kilkudniowe, pozwalające w krótkim czasie zregenerować siły. Młodszy kuracjusze wolą intensywne pobyty w uzdrowskach, najlepiej położonych blisko ich miejsca zamieszkania. Uzdrowsko, chcąc pozyskać takiego klienta, musi zaspokoić jego potrzebę poznania, rozrywki i relaksu, dodatkowo zapewniając warunki do poprawy zdrowia i regeneracji sił [Krupa, Wołowicz 2010, s. 7-35].

Zarówno kuracjusz, kuracjusz-turysta, jak i turysta wymagają tych samych walorów turystycznych czy infrastruktury turystycznej na terenie uzdrowisk dla spełnienia ich oczekiwań oraz potrzeb [Dryglas 2006, s. 101-105]. Różnicę może stanowić jedynie stopień ważności poszczególnych produktów.

Należy stwierdzić, że turystyka uzdrowiskowa – jako jedna z form turystyki zdrowotnej – ma dobre perspektywy rozwoju w najbliższej przyszłości, bowiem uzdrowiska obecnie stały się całorocznymi ośrodkami pełnienia nie tylko funkcji leczniczej, ale coraz częściej także funkcji związanej z wypoczynkiem i rekreacją [Górska, Warteka-Ważyńska 2013, s. 199-207].

Województwo podkarpackie ma duży potencjał lecznictwa uzdrowiskowego i duże zasoby wód mineralnych oraz geotermalnych. Lecznicze wody mineralne wydobywa się w dwóch uzdrowiskach, tj. w Iwoniczu-Zdroju i Rymanowie-Zdroju. Dużym potencjałem walorów przyrodniczych (w tym zasobów borowiny) charakteryzuje się uzdrowisko Horyniec-Zdrój, położone w bliskim sąsiedztwie wschodniej granicy naszego kraju [Skała, Szpara, Wątroba 2010, s. 9-22]. Dodatkowo cztery miejscowości stanowią potencjalne obszary uzdrowiskowe, tj. Czarna, Rabe, Komańcza i Lipa. Tereny podgórskie i górskie, kompleksy leśne, bogata fauna i flora, zasoby mineralne i lecznicze, a także zabytki kultury materialnej i folklor sprawiają, że województwo podkarpackie jest atrakcyjnym obszarem dla turysty i kuracjusza.

Uzdrowiska województwa podkarpackiego napotykać na dużą konkurencję ze strony uzdrowisk z województwa małopolskiego, do którego przyjeżdża 10 razy więcej turystów, a liczba gmin uzdrowiskowych jest o wiele większa, niż w regionie podkarpackim [Komornicki 2010, s. 37-55]. Wciąż bazuje się niestety na kontraktach z NFZ. Teoretycznie oznacza to wysoki stopień wykorzystania miejsc zakwaterowania i „mocy przerobowych”, w praktyce pojawiają się liczne „pustostany”, czyli miejsca niewykorzystane, które były zarezerwowane, w związku z czym uzdrowiska ponoszą straty. Proces prywatyzacji idzie w stronę komunalizacji miejscowości uzdrowiskowych.

W związku z powyższym można postawić pytanie: czy uzdrowiska w województwie podkarpackim, dysponujące bogatym potencjałem przyrodniczym i antropogenicznym, spełniają standardy międzynarodowe oraz jak kuracjusze oceniają jakość świadczonych usług i atrakcyjność oferty leczniczej i turystycznej? Prowadzone przez kierownictwo obiektów sanatoryjnych badania marketingowe pozwalają sprawdzić stopień zadowolenia klientów po pobycie w ośrodku. Należy jednak pamiętać, że na końcowe wrażenia ma wpływ nie tylko oferta, z której korzystał kuracjusz i turysta, ale cała gama powiązanych ze sobą czynników. Wpływ na opinię klienta może mieć np. jakość okolicznych dróg, atrakcje oferowane przez gminę i okolice, baza żywieniowa, promocja i dostęp do informacji, bezpieczeństwo itp. Sprawne funkcjonowanie miejscowości uzdrowiskowych wymaga współpracy różno-

rodnych jednostek usługowych, harmonijności w działaniu oraz nastawienia się na rozwój odpowiedniego profilu leczniczego i uzdrowiskowego, przy jednoczesnej dbałości o jakość usług.

Celem artykułu jest ocena jakości usług świadczonych w wybranych sanatoriach na terenie województwa podkarpackiego w Rymanowie-Zdroju, Iwoniczu-Zdroju oraz Horyńcu-Zdroju, z wykorzystaniem arkuszy ocen wypełnianych przez kuracjuszy przebywających w tych miejscowościach w latach 2011-2013.

Podjęto próbę ustalenia, czy standard usług w sanatoriach spełnia oczekiwania kuracjuszy, zwłaszcza w sytuacji gdy współpraca między poszczególnymi obiektami sanatoryjnymi i uzdrowiskami pozostawia wiele do życzenia, natomiast dofinansowywanie świadczeń zdrowotnych jest wciąż zbyt małe. Ponadto poziom zaangażowania władz samorządowych w rozwój infrastruktury uzdrowiskowej i turystycznej nie zawsze idzie w parze z oczekiwaniami kuracjuszy i turystów.

### **Jakość usług sanatoryjnych czynnikiem przewagi konkurencyjnej w walce o klienta**

Coraz częściej sanatoria zmuszone są konkurować o klienta, dążąc do zaoferowania korzystniejszej od innych oferty pod względem ceny, jakości, serwisu, jak i innych cech decydujących o wyborze takiego a nie innego ośrodka [Deluga 2013, s. 73-96]. Działania te przybierać mogą postać zarówno konkurencji wewnątrzsektorowej, jak i międzysektorowej, głównie poprzez doskonalenie oferty usługowej. W ostatnim czasie ważnymi elementami konkurowania o klienta stały się kompleksowe oferty usługowe oraz dbałość o atrakcyjność turystyczną i rekreacyjną obszaru w oparciu o posiadane walory przyrodnicze i antropogeniczne. Należy jednak podkreślić, że rozwój turystyki uzdrowiskowej w Polsce musi się opierać na doskonaleniu potencjału zasobów ludzkich oraz korzyści wynikających z podnoszenia jakości usług prozdrowotnych.

Dbłość o jakość wyrobu i usługi stanowi współcześnie istotne zagadnienie w życiu społeczno-gospodarczym każdego kraju oraz w każdej dziedzinie ludzkiego życia [Stopa 2012, s. 7-11]. Ocena jakości dokonywana przez klienta prowadzi w konsekwencji do pozytywnych efektów gospodarczych, a tym samym do poprawy i doskonalenia oferowanego produktu. Szczególną rolę ocena jakości odgrywa współcześnie w sektorze usług. Niestety nie zawsze zastosowane metody pomiaru jakości oraz uzyskane wyniki znajdują swoje odbicie w praktycznym działaniu, w tym także w zakresie podnoszenia poziomu jakości, świadczonych przez dane przedsiębiorstwo usług.

Zapewnienie odpowiedniej jakości usług, będącej jedną z determinant oceny, jest najlepszą gwarancją uzyskania i utrzymania przewagi konkuren-

cyjnej na współczesnym rynku, najlepszą drogą do pozyskania i utrzymania klientów oraz osiągnięcia sukcesu firmy usługowej. Jakość można rozpatrywać z punktu widzenia konsumenta, który zwraca uwagę na zaspokojenie potrzeb funkcjonalnych (cechy związane z dyspozycyjnością i komfortem użytkowym produktu) oraz potrzeb niefunkcjonalnych (wrażenia estetyczne i wizualne produktu). W ujęciu praktycznym jakość należy rozpatrywać jako zdolność i poziom spełnienia stawianych wymagań i oczekiwań przez klienta [Kolman 2009, s. 13-14].

O jakości produktu uzdrowisk i sanatoriów w dużej mierze decydują pojedyncze usługi lub ich pakiet [Deluga 2013, s. 73-96]. Niska jakość jednej z usług wpływa na jakość całego produktu. Podnoszenie standardu produktu turystycznego uzdrowisk to m.in. zaangażowanie pracowników uzdrowiska do poprawy czystości i estetyki otoczenia oraz przyjazna postawa ludności miejscowej wobec kuracjuszy i turystów. Szczególnie istotną rolę w kształtowaniu jakości produktu turystycznego uzdrowisk odgrywa personel usługowy.

Pomiaru jakości usług dokonuje się według różnorodnych kryteriów, m.in. reakcji personelu na potrzeby klienta, kompetencji, wiedzy i uprzejmości pracowników, empatii, wiarygodności w świadczeniu usługi zgodnie z zapisami w umowie, a także oceny infrastruktury materialnej obiektu i środowiska, w którym usługi są wytwarzane, świadczone i konsumowane [Hadzik, Szromek 2013, s. 99-106]. Należy zatem dostrzegać wzajemne reakcje między oferowanymi usługami a zadowoleniem konsumenta, odnośnie do samej usługi, jak i całego procesu jej świadczenia [Szczepańska 2010, s. 67-69]. Jakość w gospodarce rynkowej ustalają klienci, będący jej ostatecznym weryfikatorem.

Głównymi problemami w świadczeniu wysokiej jakości usług uzdrowiskowych w hotelach SPA są m.in.: brak zrozumienia współczesnych trendów popytu, niewłaściwe rozmieszczenie urządzeń i sprzętu, jednolitość oferty turystycznej oraz brak badań rynku związanych z usługami świadczonymi przez hotel konsumentom [Blesic, Cerovic, Dragicevic 2011, s. 273-286]. Wymienione problemy, można rozwiązać tworząc i realizując strategie rozwoju, obejmujące krótko- i długoterminowe plany, a także stosując ulgi inwestycyjne sprzyjające rozwijaniu turystyki uzdrowiskowej. Organizacja działań zgodnie ze strategią rozwoju, w oparciu o zasady odpowiedzialności społecznej, ma potencjał do zbudowania i podtrzymywania dobrych relacji z obecnymi i potencjalnymi klientami, a także ze wszystkimi innymi zainteresowanymi stronami.

W badaniach przeprowadzonych przez I. Giritlioglu, E. Jones i C. Avcikurt, analiza czynnikowa ujawniła sześć wymiarów jakości, którymi są: pewność i wiedza pracowników, zdrowa i atrakcyjna żywność, empatia, środki materialne, gotowość do świadczenia usług oraz niezawodność. Oczekiwania klientów były najwyższe względem środków materialnych

oraz pewności i wiedzy pracowników. Największe rozbieżności pomiędzy tym, co można zaobserwować a oczekiwaniami odnotowano w wymiarach „zdrowa” i atrakcyjna żywność oraz środki materialne [Giritlioglu, Jones, Avcikurt 2014, s. 183-204].

## **Perspektywy rozwoju turystyki uzdrowiskowej w Polsce**

Rozwój turystyki może przynosić uzdrowiskom oraz gminom uzdrowiskowym wiele korzystnych zmian. Aktywizuje ona bowiem lokalną gospodarkę poprzez napływ kapitału, sprzyja rozwojowi małych i średnich przedsiębiorstw oraz powstawaniu nowych miejsc pracy. Ponadto lokalne firmy notują wyższe obroty, zwiększają się dochody miejscowej ludności, a do budżetu wpływają dodatkowe podatki. Znaczenie turystyki jest tym większe, że kreuje ona dodatkową działalność gospodarczą, pobudzając koniunkturę w innych sektorach [Komornicki 2010, s. 37-55].

Uzdrowiska chciałyby funkcjonować jako ośrodki zdrowia, turystyki, sportu, rekreacji, wypoczynku nie tylko sezonowego. Chodzi o zmianę podstawowej funkcji uzdrowisk – z leczniczej na wypoczynkową i turystyczną (co można zaobserwować zwłaszcza w krajach zachodnich). Przyszłość polskich uzdrowisk leży w odchodzeniu od wyłącznie leczniczego profilu tradycyjnych zabiegów przeznaczonych dla ludzi starszych i schorowanych. Perspektywę stanowi dla nich przejście na różnorodne, niekonwencjonalne i innowacyjne rozwiązania [Dryglas 2009, s. 169-172], łączące nowoczesne sposoby leczenia i profilaktyki zdrowotnej z wypoczynkiem turystycznym (zwłaszcza aktywnym i specjalistycznym), do czego większość polskich uzdrowisk posiada sprzyjające walory turystyczne.

Turystyka uzdrowiskowa w Polsce stała się już wyspecjalizowaną gałęzią turystyki zdrowotnej. Stopniowo zwiększa się liczba klinik rehabilitacyjnych wyposażonych w najnowocześniejszy sprzęt medyczny i diagnostyczny. Znaczące zmiany widać także w sektorze usług pozaleczniczych (np. w ośrodkach SPA i Wellness), często zlokalizowanych w odrestaurowanych dworach i gruntownie wyremontowanych pałacach, które oprócz zabiegów upiększających oferują klientom także hotelowe apartamenty o wysokim standardzie [Krupa, Dec 2011, s. 89-110]. Dzięki inwestycjom w rozwój turystyki uzdrowiskowej Polska będzie przyciągać jeszcze więcej zagranicznych kuracjuszy. W polskich sanatoriach co dziesiąty pacjent jest obcokrajowcem, głównie z Niemiec, Wielkiej Brytanii i Szwecji. Na rosnące zapotrzebowanie na usługi medyczne wysokiej jakości szybko odpowiedziały nie tylko uzdrowiska, ale i kliniki rehabilitacji, wyposażając swoje sale w nowoczesny sprzęt i systematycznie poszerzając kompetencje zespołu medycznego. Ważnym zagadnieniem jest poznanie uwarunkowań funkcjonowania uzdrowisk w warunkach konkurencyjnego rynku turystycznego, a przede

wszystkim zmian dokonujących się w służbie zdrowia i lecznictwie uzdrowiskowym. Wymusza to poszukiwanie innowacyjnych produktów turystyki zdrowotnej (w tym uzdrowiskowej), a przede wszystkim dokładne poznanie potrzeb i oczekiwań kuracjuszy oraz turystów [Soliński 2011, s. 7-19].

Obserwowane na rynku turystycznym zmiany dotyczące motywów oraz kierunków podróży pozwalają stwierdzić, że turystyka zdrowotna, a zwłaszcza uzdrowiskowa, stanowi duży potencjał rozwojowy polskich kurortów. Podkreślić należy, że uzdrowiska stanowią bardzo ważne centra całorocznego ruchu turystycznego, dysponując skoncentrowaną bazą leczniczą, rehabilitacyjną i profilaktyczną oraz turystyczno-uzdrowiskową, stąd też są w stanie przyjąć na swym terenie, przez okres całego roku, tysiące kuracjuszy i turystów, którzy nie poprzestają wyłącznie na atrakcjach uzdrowiska, lecz uprawiają turystykę w regionie. Wykorzystanie posiadanego potencjału w dużej mierze zależy od otwartości podmiotów uzdrowiskowych na innowacje oraz ich zdolności do kreowania i promowania nowych, atrakcyjnych i prozdrowotnych produktów i procesów [Krupa, Soliński, Bajorek 2011, s. 21-56].

Wszystkie polskie uzdrowiska, także z terenów Polski południowo-wschodniej, czekają zmiany, dotyczące głównie procesu prywatyzacji oraz systemu zarządzania bazą uzdrowiskową. Istotną kwestią gospodarki uzdrowiskowej jest systematyczne dostosowywanie oferty miejscowości uzdrowiskowych, szpitali oraz obiektów sanatoryjnych do nowoczesnych trendów lecznictwa uzdrowiskowego obowiązującego w krajach europejskich [Mirek 2009, s. 181-183]. Jest to ważne zarówno dla poprawienia konkurencyjności polskich uzdrowisk, jak też dla podniesienia jakości obsługi w zakładach leczniczych i rehabilitacyjnych. Procesy te powinny przebiegać nie tylko z myślą o kuracjuszach i turystach krajowych, ale również o klientach zagranicznych. Korzystnym zjawiskiem dla dalszego rozwoju turystyki leczniczej i uzdrowiskowej jest fakt, że polskie uzdrowiska odwiedzane są coraz częściej przez kuracjuszy komercyjnych [Mirek 2009, s. 182].

Istotnym zagadnieniem w rozwoju miejscowości uzdrowiskowej i turystyki jest również wiedza o stanie środowiska przyrodniczego oraz zachodzących w nim przemianach, o stopniu degradacji poszczególnych jego elementów, jako ważnych czynników przy podejmowaniu optymalnych decyzji dotyczących ochrony obszarów o specyficznych walorach zdrowotnych i uzdrowiskowych [Gonda-Soroczyńska 2011, s. 252-261]. Należy podkreślić, że w Polsce stan środowiska przyrodniczego jest zróżnicowany pod względem czystości powietrza, wody i gruntu, co dotyczy również miejscowości uzdrowiskowych, zwłaszcza w letnim okresie natężenia ruchu turystycznego oraz w trakcie sezonu grzewczego. Wskazać można obszary, na których niektóre wskaźniki zanieczyszczenia środowiska przyrodniczego przekraczają normy dopuszczalne dla życia przyrody i zdrowia człowieka [Gonda-Soroczyńska, Soroczyńska 2014, s. 220-222].

## Material i metody badawcze

Przedmiotem badań była ocena jakości i standardu usług świadczonych przez wybrane obiekty sanatoryjne w uzdrowiskach w województwie podkarpackim, na podstawie opinii klientów. W badaniu przyjęto założenie, że jakość i standard usług świadczonych przez wybrane obiekty sanatoryjne nie w pełni odpowiadają wymaganiom klientów.

Material zebrano przy wykorzystaniu danych zastanych, tj. pochodzących z badań ankietowych prowadzonych przez kierownictwo wybranych obiektów sanatoryjnych w uzdrowiskach Iwonicz-Zdrój, Horyniec-Zdrój oraz Rymanów-Zdrój. Wybranymi obiektami były: sanatorium uzdrowskowe „Górnik” w Iwoniczu-Zdroju – niepubliczny zakład opieki zdrowotnej oraz Dom Zdrojowy „Uzdrowiska Horyniec” Sp. z o.o., jako największy i najbardziej okazały obiekt lecznictwa uzdrowskowego w tej miejscowości. Z kolei „Uzdrowisko Rymanów” S.A. przekazało do analizy wyniki badań ankietowych pochodzące z wszystkich obiektów sanatoryjnych funkcjonujących w tym uzdrowisku. Z tego też względu liczba uzyskanych kwestionariuszy ankietowych była zdecydowanie wyższa niż z pozostałych uzdrowisk. Badania ankietowe prowadzone były w okresie trzech lat, tj. 2011, 2012, 2013, wśród losowo wybranych kuracjuszy.

## Wyniki badań

W tabelach 1-2 zestawiono wyniki odpowiedzi respondentów z Rymanowa-Zdroju, z okresu 2011-2013.

**Tab. 1.** Podstawowa charakterystyka badań – Rymanów-Zdrój (lata 2011-2013)

**Tab. 1.** Essential characteristics of the research – Rymanów-Zdrój (years 2011-2013)

Wyszczególnienie		Rok badania					
		2011		2012		2013	
		n	%	n	%	n	%
Płeć	Kobieta	364	60,1	599	60,0	2411	54,0
	Mężczyzna	242	39,9	400	40,0	2053	46,0
Instytucja kierująca	NFZ	376	62,0	649	65,0	2411	54,0
	ZUS	164	27,1	260	26,0	1339	30,0
	Szpital	61	10,1	40	4,0	625	14,0
	Uczestnik pełnopłatny	6	1,0	50	5,0	89	2,0



Cd. Tabeli 1.

Możliwość wyboru miejsca	Tak	97	16,0	200	20,0	982	22,0
	Nie	509	84,0	799	80,0	3482	78,0
Pobyt	Pierwszy raz	533	88,0	859	86,0	3794	85,0
	Drugi raz	55	9,1	100	10,0	491	11,0
	Trzeci raz	12	2,0	20	2,0	134	3,0
	Czwarty raz	6	1,0	10	1,0	45	1,0
Źródło informacji	Internet	273	45,0	440	44,0	1830	41,0
	Prasa, radio, tv	115	19,0	30	3,0	134	3,0
	Lekarz kierujący	18	3,0	180	18,0	1161	26,0
	Rodzina, znajomi	103	17,0	180	18,0	670	15,0
	Inne	97	16,0	170	17,0	670	15,0
Rodzaj pobytu	Indywidualny	442	72,9	649	65,0	3303	74,0
	Z rodziną	164	27,1	350	35,0	1161	26,0

**Źródło/Source:** Opracowanie własne/Own elaboration.

Respondenci z Rymanowa-Zdroju to w większości kobiety (w różnych latach ich udział wahał się od 54 do 60%), kierowane tam przez NFZ (54-65%), nie mające możliwości wyboru miejsca pobytu sanatoryjnego (78-84%). Wśród badanych przeważały osoby, dla których był to pierwszy pobyt (85-88%). Najczęściej był to pobyt indywidualny (65-74%), a informacje o uzdrowisku badani uzyskiwali głównie z Internetu (41-45%).

Większość respondentów (53-61%) oceniła dojazd do uzdrowiska jako dobry, warunki lokalowe zostały ocenione jako bardzo dobre (86-89%; w roku 2012 było to 77%). Wyżywienie zostało ocenione jako odpowiednie (78-84%, tylko w 2012 roku był to odsetek rządu 65%). Respondenci bardzo wysoko ocenili opiekę pielęgniarską (70-93%). Wysoko została również oceniona opieka lekarska, choć tu odsetek ocen dobrych był znacznie wyższy (34-40). Jako bardzo dobrą (45-57%) oraz dobrą (39-47%) oceniono jakość zabiegów. Przeważająca większość osób (87-95%) była zadowolona z pobytu w sanatorium.

Kolejnym uzdrowiskiem, w którym przeprowadzono badania ankietowe, był Iwonicz-Zdrój. W tabeli 3 zestawiono odpowiedzi respondentów z sanatorium „Górnik” otrzymane w wyniku badań w latach 2011-2013.

W badaniach w 2011 roku udział wzięło 270 osób, rok później 300 osób, a w 2013 roku tylko 100 osób. Głównym źródłem informacji o uzdrowisku i obiektach był Internet (32-46%) oraz NFZ (34% w 2012 r.). Zauważone

**Tab. 2.** Podstawowa charakterystyka badań – Rymanów-Zdrój (lata 2011-2013) – ocena uzdrowiska**Tab. 2.** Essential characteristic of the research – Rymanów-Zdrój (years 2011-2013) – evaluation of the spa

Wyszczególnienie		Rok badania					
		2011		2012		2013	
		n	%	n	%	n	%
Dojazd do uzdrowiska	Bardzo dobry	152	25,1	240	24,0	1250	28,0
	Dobry	321	53,0	609	61,0	2723	61,0
	Zły	133	21,9	150	15,0	491	11,0
Warunki lokalowe	Odpowiednie	521	86,0	769	77,0	3973	89,0
	Niskiej jakości	85	14,0	230	23,0	491	11,0
Wyżywienie	Odpowiednie	509	84,0	649	65,0	3482	78,0
	Niskiej jakości	97	16,0	350	35,0	982	22,0
Jakość opieki lekarskiej	Bardzo dobra	303	50,0	490	49,0	2544	57,0
	Dobra	242	39,9	400	40,0	1518	34,0
	Dostateczna	48	7,9	90	9,0	357	8,0
	Nie do przyjęcia	12	2,0	20	2,0	45	1,0
Jakość opieki pielęgniarskiej	Bardzo dobra	424	70,0	929	93,0	3214	72,0
	Dobra	158	26,1	0	0,0	1161	26,0
	Dostateczna	24	4,0	50	5,0	89	2,0
	Niedostateczna	0	0,0	20	2,0	0	0,0
Jakość zabiegów	Bardzo dobra	309	51,0	450	45,0	2544	57,0
	Dobra	261	43,1	470	47,0	1741	39,0
	Dostateczna	30	5,0	70	7,0	179	4,0
	Nie do przyjęcia	6	1,0	10	1,0	0	0,0
Zadowolenie z pobytu	Tak	576	95,0	869	87,0	4152	93,0
	Nie	30	5,0	130	13,0	312	7,0

**Źródło/Source:** Opracowanie własne/Own elaboration.

**Tab. 3.** Podstawowa charakterystyka badań – Iwonicz-Zdrój (lata 2011-2013)  
**Tab. 3.** Essential characteristics of the research – Iwonicz-Zdrój (years 2011-2013)

Wyszczególnienie		Rok badania					
		2011		2012		2013	
		n	%	n	%	n	%
Źródło informacji	internet	124	45,9	96	32,0	40	40,0
	targi turystyczne	19	7,0	9	3,0	9	9,0
	biura podróży	19	7,0	18	6,0	28	28,0
	rodzina, znajomi	76	28,1	57	19,0	19	19,0
	przewodniki	19	7,0	9	3,0	1	1,0
	foldery	11	4,1	9	3,0	3	3,0
	NFZ	0	0,0	102	34,0	0	0,0
Walory uzdrowiska	miła obsługa	89	33,0	114	38,0	41	41,0
	zabiegi lecznicze	84	31,1	87	29,0	26	26,0
	klimat i krajobraz	65	24,1	57	19,0	23	23,0
	cisza, spokój	32	11,9	42	14,0	10	10,0
Czy poleca uzdrowisko?	tak	251	93,0	285	95,0	91	91,0
	nie	19	7,0	15	5,0	9	9,0
Korzystanie ze SPA	tak	105	38,9	138	46,0	53	53,0
	nie	165	61,1	162	54,0	47	47,0
Źródło informacji o SPA	recepcja	59	21,9	87	29,0	30	30,0
	tablice inf., ulotki	24	8,9	15	5,0	14	14,0
	Internet	49	18,1	27	9,0	10	10,0
	nie interesowałem/am się	130	48,1	144	48,0	40	40,0
	nie wiedziałem/am	8	3,0	6	2,0	6	6,0
Czy chce tu wrócić?	w przyszłości	173	64,1	225	75,0	69	69,0
	w ciągu roku	41	15,2	60	20,0	13	13,0
	w ciągu półrocza	27	10,0	12	4,0	5	5,0
	nie chcę tu wracać	30	11,1	3	1,0	13	13,0

**Źródło/Source:** Opracowanie własne/Own elaboration.

przez ankietowanych pozytywne cechy uzdrowiska to miła obsługa (33-41%) oraz oferta zabiegów (26-31%). Zdecydowana większość (91-93%) poleciłaby uzdrowisko innym. W badanym okresie wzrastał odsetek osób korzystających ze SPA (z poziomu 39% w 2011 r. do poziomu 53% w 2013 r.). Źródłem informacji o SPA była recepcja (22-30%). Respondenci deklarowali chęć ponownego korzystania z usług sanatorium (64-75%)

**Tab. 4.** Ocena jakości usług – Iwonicz-Zdrój (lata 2011-2013, wartości średnie)

**Tab. 4.** Evaluation of service quality – Iwonicz-Zdrój (years 2011-2013, mean values)

Wyszczególnienie	Rok badania		
	2011	2012	2013
Leczenie	4,68	4,77	4,80
Wyżywienie – ogółem	4,51	4,31	4,44
Zakwaterowanie – ogółem	4,56	4,56	4,72
Czystość pokoju	4,81	4,50	4,67
Wyposażenie pokoju	4,68	4,52	4,71
Funkcjonalność pokoju	4,52	3,46	4,71
Obsługa w stołówce	4,74	4,80	4,81
Smak potraw	4,50	4,30	4,68
Wielkość porcji	4,55	4,20	4,34
Urozmaicenie potraw	4,43	4,10	4,05
Estetyka SPA	4,93	4,91	4,92
Zabiegi w SPA	4,88	4,85	4,64
Obsługa w SPA	4,82	4,90	4,88

**Źródło/Source:** Opracowanie własne/Own elaboration.

Respondentów poproszono również o ocenę jakości usług. W ocenie tej posłużono się skalą punktową od 1 do 5, gdzie 5 to najwyższa ocena. W tabeli 4 zestawiono średnie ocen respondentów dotyczące wybranych aspektów jakości usług.

W okresie 2011-2013 wzrastały średnie ocen w następujących aspektach: ocena leczenia (4,68-4,80), zakwaterowania (4,56-4,72), obsługi w stołówce (4,74-4,81). Na podobnym poziomie utrzymywała się ocena w zakresie estetyki SPA (4,91-4,93). Ogólna ocena wyżywienia, elementy oceny pokoi, smak potraw i wielkość porcji otrzymały zdecydowanie niższe oceny w roku

**Tab. 5.** Podstawowa charakterystyka badań – Horyniec-Zdrój (lata 2011-2013)  
**Tab. 5.** Essential characteristics of the research – Horyniec-Zdrój (years 2011-2013)

Wyszczególnienie		Rok badania					
		2011		2012		2013	
		n	%	n	%	n	%
Płeć	kobieta	14	66,7	12	66,7	19	59,4
	mężczyzna	7	33,3	6	33,3	13	40,6
Pobyt	pierwszy	2	9,5	8	44,4	5	15,6
	drugi	5	23,8	2	11,1	9	28,1
	trzeci	1	4,8	1	5,6	1	3,1
	czwarty	13	61,9	7	38,9	17	53,1
Wiek	do 50 lat	5	23,8	4	22,2	8	25,0
	51-60 lat	5	23,8	3	16,7	6	18,8
	61-70 lat	8	38,1	9	50,0	15	46,9
	pow. 70 lat	3	14,3	2	11,1	3	9,4
Zabiegi	bardzo dobry	16	76,2	17	94,4	23	71,9
	dobry	3	14,3	1	5,6	5	15,6
	dostateczne	0	0,0	0	0,0	4	12,5
Jakość personelu	bardzo dobra	16	76,2	15	83,3	4	12,5
	dobra	4	19,0	3	16,7	21	65,6
	dostateczna	1	4,8	0	0,0	4	12,5
	nieodpowiednia	0	0,0	0	0,0	4	12,5
Opieka lekarska	bardzo dobra	17	81,0	15	83,3	4	12,5
	dobra	3	14,3	2	11,1	24	75,0
	dostateczna	1	4,8	1	5,6	0	0,0
	nieodpowiednia	0	0,0	0	0,0	4	12,5
Oferta cenowa	bardzo dobra	8	38,1	3	16,7	2	6,3
	dobra	7	33,3	8	44,4	22	68,8
	dostateczna	4	19,0	5	27,8	7	21,9
	nieodpowiednia	2	9,5	2	11,1	1	3,1

Cd. Tabeli 5.

Wyżywienie	bardzo dobre	9	42,9	8	44,4	4	12,5
	dobre	8	38,1	7	38,9	28	87,5
	dostateczne	4	19,0	3	16,7	0	0,0
Warunki lokalowe	bardzo dobre	12	57,1	5	27,8	2	6,3
	dobre	4	19,0	10	55,6	26	81,3
	dostateczne	5	23,8	2	11,1	4	12,5
	złe	0	0,0	1	5,6	0	0,0
Program kulturalno-oświatowy	bardzo dobry	12	57,1	7	38,9	2	6,3
	dobry	7	33,3	8	44,4	20	62,5
	dostateczny	2	9,5	3	16,7	5	15,6
	zły	0	0,0	0	0,0	5	15,6
Czy poleciliby uzdrowisko?	tak	21	100,0	17	94,4	31	96,9
	nie	0	0,0	1	5,6	1	3,1

**Źródło/Source:** Opracowanie własne/Own elaboration.

2012 niż w pozostałych latach. Z roku na rok obniżała się ocena urozmaicenia potraw (4,43-4,05) oraz ocena zabiegów w SPA (4,88-4,64).

Trzecim miejscem, w którym wykonano badania ankietowe, był Horyniec-Zdrój. W tabeli 5 zestawiono odpowiedzi respondentów z Horyńca-Zdroju na pytania zawarte w ankiecie.

W badaniach przeprowadzonych w Horyńcu-Zdroju udział brało zaledwie po kilkanaście osób w każdym roku, jednak znaczna część spośród badanych deklarowała, że nie jest to pierwsza wizyta w ocenianym uzdrowisku, w związku z czym mogli obiektywnie dokonać porównania jakości świadczonych usług na przestrzeni lat, w tym z innymi uzdrowiskami w kraju. Zdecydowaną większość respondentów w każdym roku stanowiły kobiety (59-66%), a także osoby w wieku powyżej 60 lat (52-66%), będące w tej miejscowości po raz czwarty (53-61% – z wyjątkiem 2012 roku, kiedy to większość badanych stanowiły osoby będące po raz pierwszy w tym uzdrowisku). Zabiegi zostały ocenione przez większość respondentów jako bardzo dobre (72-94%). Wysoką ocenę otrzymał też personel – bardzo dobrą ocenę przyznało mu 76% respondentów w 2011 roku oraz 83% w 2012 roku. Nieco inaczej, choć równie wysoko, respondenci ocenili personel w 2013 roku – 65% ankietowanych uznało jakość personelu za dobrą. Podobnie wysoki odsetek (i podobny układ odpowiedzi) otrzymano w odniesieniu do opieki lekarskiej.

W roku 2011 i 2012 ponad 80% respondentów przyznało, że opieka lekarska jest bardzo dobra, a w 2013 r. najwięcej (3/4) respondentów uznało ją za dobrą. Oferta cenowa została uznana za dobrą i odsetek ten wzrastał z roku na rok (z poziomu 33% w 2012 r. do 68% w 2013 r.). W latach 2011-2012 ponad 40% respondentów uznała wyżywienie za bardzo dobre. Rok później ocen tych było zdecydowania mniej, ale przeważającą większość stanowili respondenci, którzy ocenili wyżywienie jako dobre. Warunki lokalowe zostały ocenione najwyżej w 2011 roku. Wtedy to 57% respondentów uznało je za bardzo dobre. Rok później podobny odsetek (53%) zaobserwowano dla kategorii dobre, a dwa lata później – warunki lokalowe jako dobre oceniło 81% badanych. Program kulturalno-oświatowy najlepiej został oceniony w 2011 r. (57% badanych uznało go za bardzo dobry). Rok później dominowała ocena dobra, która w kolejnym roku umocniła się (wzrosła z 44% do 62,5%). Mimo tych zastrzeżeń wszyscy lub prawie wszyscy (94-96%) poleciliby uzdrowisko innym osobom.

W badaniach ankietowych przeprowadzonych w 2011 roku w obiektach uzdrowiskowych Polski Wschodniej, w tym położonych w Iwoniczu-Zdroju, Rymanowie-Zdroju oraz Horyńcu-Zdroju [Czyżewska, Tomaka, Rodzinka, Soliński 2011, s. 59-89], w których wzięło udział 965 kuracjuszy, stwierdzono bardzo wysoki poziom zadowolenia z jakości obsługi zarówno w kategorii kompetencji, jak i życzliwości pracowników. Nieznacznie niżej, niż zadowolenie z obsługi, ale również na wysokim poziomie, ocenione zostały pozostałe elementy składające się na usługę sanatoryjną podmiotów, tj. oferta rehabilitacyjna i zabiegowa. Kuracjusze wyrazili również wysoki poziom zadowolenia w zakresie bezpieczeństwa w miejscowości oraz jej wizerunku. Ceniono sobie klimat miejscowości, czystość powietrza, atrakcyjność parków i deptaków oraz pijalnię wód i muszle koncertowe. Niekorzystnie oceniono z kolei zaśmiecone lasy i zaniedbane ścieżki zdrowia, zabytkowe budynki oraz przestarzałe wyposażenie pokoi, zwłaszcza wieloosobowych.

W innych badaniach, przeprowadzonych w okresie wiosennym 2011 roku [Krupa, Dec 2011, s. 89-110], wśród kuracjuszy i turystów przebywających w uzdrowisku Rabka-Zdrój, stwierdzono wysoki poziom zadowolenia zdecydowanej większości respondentów z jakości świadczonych usług, zakresu oferty sanatoryjnej i zabiegowej oraz obsługi klienta i gościnności. Wysoko oceniono również standard bazy noclegowej i gastronomicznej oraz infrastruktury umożliwiającej uprawianie różnych form turystyki, rekreacji i sportu.

W badaniach dotyczących analizy porównawczej oceny jakości usług prozdrowotnych [Hadzik, Szromek 2013, s. 99-106], dokonywanej przez gości uzdrowiskowych w dwóch górnośląskich uzdrowiskach stwierdzono, że najwyższe średnie oceny jakości przyznano za uprzejmość i grzeczność (4,18 w skali 5-stopniowej), czystość miejsca świadczenia usługi (4,12), czystość i schludność uzdrowiska (4,10) oraz zachowanie personelu (4,08). Z kolei najniższe oceny jakości otrzymały: atrakcyjność programów zdro-

wotnych (3,59), poziom realizacji reklamacji (3,43) oraz jakość materiałów promocyjnych (2,92).

W badaniach ankietowych wśród 50 kuracjuszy [Deluga 2013, s. 73-96], przebywających w sanatorium ORW „Holtur” w Kołobrzegu stwierdzono, że jego główne atuty to położenie, bliskość morza, własny parking i basen, wykwalifikowana i uprzejma kadra pracownicza dbająca o swoich klientów. Wśród najczęstszych zarzutów wymieniano dość wiekową bazę hotelową, brak łazienek w pokojach i niedostateczne ich wyposażenie.

## Dyskusja

W opracowaniu skorzystano z materiałów wtórnych, zebranych na podstawie badań prowadzonych przez kierownictwo wybranych obiektów sanatoryjnych, z wykorzystaniem niejednorodnych kwestionariuszy ankietowych. Ponadto sposób oceny jakości świadczonych usług był zróżnicowany, tzn. część odpowiedzi wyrażana była w skali 5-stopniowej, część w wartościach procentowych, co utrudniało dokonanie analizy porównawczej między obiektami i uzdrowiskami.

Możliwość korzystania z zabiegów poprawiających stan zdrowia to bez wątpienia główny powód przyjazdów do sanatoriów. Badani kuracjusze bardzo wysoko ocenili jakość oferowanych zabiegów – przyznano ponad 70% ocen bardzo dobrych (tylko w przypadku Iwonicza-Zdroju było ponad 50%). Jakość opieki lekarskiej i personelu medycznego również została oceniona wysoko, zwłaszcza w uzdrowisku Rymanów-Zdrój. Nieznaczny wyjątek w tej kwestii stanowi Horyniec-Zdrój, gdzie w badaniu z 2013 roku, w porównaniu z latami poprzednimi, zmalał odsetek ocen bardzo dobrych na rzecz odsetka ocen dobrych. Wyniki z lat 2011-2012 dla tego uzdrowiska korespondują z wynikami uzyskanymi w badaniach w 2008 roku przez K. Tabora [2009, s. 109-118], które wskazują na 61% ocen bardzo dobrych.

Również wysoko zostały ocenione warunki lokalowe. Jednak na przykładzie Horyńca-Zdroju widać na przestrzeni lat nieznaczną zmianę ocen – wzrósł odsetek odpowiedzi typu „dobre”, a zmalał odsetek odpowiedzi „bardzo dobre”. Fakt ten można tłumaczyć następująco: kuracjusze, którzy przyjechali ponownie, z każdym kolejnym pobytem oceniają dany aspekt mniej entuzjastycznie. Podobnie jest z wyżywieniem. Odsetek osób, które pozytywnie oceniły wyżywienie, wzrasta na przestrzeni lat, ale dotyczy to głównie odpowiedzi „dobry”. Dość niepokojący jest niski odsetek pozytywnych odpowiedzi w kwestii żywienia dla Rymanowa-Zdroju w 2012 roku, co może być spowodowane niską liczbą respondentów.

Kuracjusze deklarują, że poleciliby uzdrowisko innym osobom, a sami są zadowoleni z pobytu. W tym aspekcie nie ma znacznych różnic w ocenach poszczególnych badanych uzdrowisk.



Wzrastająca liczba osób korzystających ze SPA, stwierdzona w niniejszych badaniach, powinna się również utrzymywać w przyszłości w związku z coraz większą popularnością tych usług [Eider, Sieńko-Awierianow 2014, s. 198-206].

Ogólnie sanatoria odznaczają się dosyć wysokimi ocenami. W badaniach Lewickiej i Sobczak-Kowalak [2010, s. 54-65], przeprowadzonych m.in. również w Rymanowie-Zdroju, Iwoniczu-Zdroju i Horyńcu-Zdroju, aż 95% osób oceniło warunki w zakładzie przyrodolecznicyz jako dobre, w ocenie 92% badanych wyżywienie było dobre, a warunki zakwaterowania spełniły oczekiwania 79% badanych.

Ze względu na fakt, że personel medyczny stanowi kluczowy element sprawczy powstania usługi i – co za tym idzie – świadczy o atrakcyjności danego sanatorium [Kotarski 2011, s. 268-277], wysoka ocena przyznana personelowi medycznemu w każdym z badanych sanatoriów świadczy o właściwym doborze personelu.

Wyniki niniejszych badań dostarczyły informacji o oczekiwaniach respondentów, których przedsiębiorstwo uzdrowiskowe nie jest w stanie w pełni zaspokoić. Istotnym miernikiem zadowolenia kuracjuszy z pobytu jest deklaracja chęci ponownego przyjazdu do podmiotu uzdrowiskowego (zarówno na pobyt sanatoryjny, jak i turystyczny) oraz gotowość rekomendowania podmiotu i miejscowości swojej rodzinie i znajomym. Podmioty uzdrowiskowe dostrzegają potrzebę i przydatność badań lojalności klienta, m.in. w celu pozyskania nowych, jak też utrzymania już pozyskanych.

Obecnie uzdrowiska, w celu osiągnięcia efektywności ekonomicznej, muszą spełniać coraz wyższe wymagania klientów. Nowe potrzeby i oczekiwania kuracjuszy stanowią główne determinanty jakości oferowanych im produktów z zakresu lecznictwa i turystyki uzdrowiskowej. Społeczeństwo jest coraz bardziej wykształcone, i stało się bardziej wymagające w zakresie oferowanych produktów, tj. wyrobów i usług.

Nadal największą grupą kuracjuszy są osoby kierowane przez NFZ, co nie jest opłacalne dla sanatorium, najbardziej korzystny byłby kuracjusz pełnopłatny, który wymagałby jednak wyższego standardu niż ten, który mogą zapewnić uzdrowiska w regionie podkarpackim [Czyżewska, Tomaka, Rodzinka, Soliński 2011, s. 59-89]. Głównym źródłem informacji jest Internet, bardzo rzadko korzysta się z folderów głównie dlatego, że są one trudno dostępne, zazwyczaj znajdują się w obiektach sanatoryjnych.

Kuracjusze dość dobrze oceniają w polskich uzdrowiskach warunki lokalowe, opiekę lekarską i pielęgniarską, wyżywienie i inne kwestie wpływające na komfort pobytu i zadowolenie. To bardzo dobrze świadczy o sanatoriach, jednak nie może być głównym wyznacznikiem jakości. Kuracjusze mogli nie być do końca obiektywni, a przede wszystkim mogli nie mieć porównania z innymi uzdrowiskami w kraju.

Czynnikami warunkującymi lojalność klienta podmiotów uzdrowiskowych są głównie: wizerunek marki wytworzony pod wpływem działań marketingowych przedsiębiorstwa oraz zadowolenie klienta z usługi, na którą wpływają, przede wszystkim jakość i zakres oferty oraz poziom obsługi. Należy wraz ze zmianą potrzeb kuracjuszy i turystów, stwierdzonych na podstawie badań ankietowych, modyfikować produkty z zakresu lecznictwa i szeroko pojętej turystyki i rekreacji oraz dokonywać rozbudowy infrastruktury turystycznej i sportowo-rekreacyjnej, m.in. z uwagi na fakt, że kuracjusze coraz częściej chcą samodzielnie i aktywnie organizować swój wolny czas.

Wiele do życzenia pozostawia promocja oraz współpraca pomiędzy podmiotami uzdrowiskowymi a władzami samorządowymi. W zakresie działań promocyjnych dostrzega się słabe punkty. W przypadku uzdrowisk w województwie podkarpackim jest ona mało widoczna. Gminy uzdrowiskowe są rozpoznawalne, ale ich oferta już nie. Promocja uzdrowisk powinna zostać skierowana też bardziej w stronę turystów, a nie tylko kuracjuszy [Czyżewska, Tomaka 2011, s. 17-38]. Uzdrowiska wciąż są kojarzone głównie z osobami starszymi. Pod względem cenowym dla kuracjuszy zagranicznych polskie uzdrowiska są atrakcyjne, atutami są też różnorodny krajobraz i specyficzny klimat oraz gościnność.

Problemem jest jednak brak ścisłej współpracy z samorządami i innymi jednostkami świadczącymi usługi na terenie uzdrowiska [Krupa 2011, s. 59-81]. Źle prowadzona promocja, a nawet jej brak nie przyciągają turystów, a zwłaszcza ludzi młodych, w związku z czym wizerunek sanatorium kojarzy się tylko z osobami starszymi i schorowanymi. Istnieje potrzeba zmiany oferty, głównie jej poszerzenia o usługi SPA i Wellness. Szansą dla uzdrowisk jest prywatyzacja i dofinansowanie z Unii Europejskiej, które pozwoliłyby na wymianę przestarzałej bazy leczniczej na nowoczesną i spełniającą standardy międzynarodowe.

W sferze turystyki uzdrowiskowej działania te powinny zmierzać do utworzenia z nich wielofunkcyjnych ośrodków całorocznego pobytu, posiadających nowoczesną infrastrukturę leczniczą i turystyczną, co przyczyni się do zwiększenia konkurencyjności polskich kurortów. Trendy te widoczne są już szczególnie na terenie województwa małopolskiego, ale także na obszarach Polski południowo-wschodniej [Niemiec, Trzcńska 2012, s. 66-77]. Jednak uzupełnienie podstawowej funkcji uzdrowisk o propozycje w obszarze produktu turystycznego wymaga ścisłej współpracy pomiędzy administracją rządową, samorządami terytorialnymi wszystkich szczebli, służbą zdrowia zaangażowaną w rozwój uzdrowisk oraz organizacjami turystycznymi [Skała, Szpara, Wątroba 2010, s. 5-12].

Oferta polskich uzdrowisk powinna być nie tylko różnorodna, ale i oparta na systematycznej analizie potrzeb oraz gustów klientów, zarówno kuracjuszy, jak też turystów. Ponadto rozwiązywanie problemów związanych z roz-

wojem uzdrowisk wymaga stałej obserwacji zachodzących w nich zmian oraz pełnych informacji o funkcjonowaniu jednostek gospodarczych na ich terenie, infrastruktury leczniczej, turystycznej i komunalnej [Makowiecka, Trzcńska 2012, s. 50-59]. Atrakcyjnym produktem są uzdrowiska, które zaoferują szeroki wachlarz usług towarzyszących leczeniu uzdrowiskowemu, tj. popularnych usług typu SPA i Wellness [Krypel 2011, s. 143-158]. Należy zaznaczyć, że w przypadku polskich uzdrowisk brakuje jednak wyraźnie zarysowanego wielofunkcyjnego modelu. Zadania realizowane w uzdrowiskach i postanowienia prawne determinują występowanie głównych funkcji statutowych uzdrowisk w Polsce, tj. funkcję leczniczą, w tym lecznictwo uzdrowiskowe [Ptaszycka-Jackowska 2007, s. 279-286] oraz funkcję turystyczną, związaną przede wszystkim z wypoczynkiem odwiedzających gości [Dryglas 2006, s. 101-105].

Zmiany zachodzące na rynku pozwalają optymistycznie spoglądać na rozwój obszarów uzdrowiskowych, m.in. ze względu na wzrost długości życia i tym samym wzrost populacji osób w wieku starszym oraz rosnące zapotrzebowanie na lecznictwo i opiekę nad osobami starszymi. Ponadto zwiększa się zainteresowanie rekreacją i sportem w uzdrowiskach, głównie wśród osób młodych oraz rodzin z dziećmi, preferowany jest wypoczynek szczególnie weekendowy, odnowa biologiczna na wysokim poziomie, jak też kreowany prozdrowotny styl życia.

## Wnioski

1. Jakość opieki lekarskiej i pielęgniarskiej oraz świadczonych zabiegów leczniczych to aspekty, dla których otrzymano wysokie odsetki wskazań odpowiedzi bardzo dobrych, w każdym roku badania i w każdym z badanych uzdrowisk.
2. Kuracjusze dość wysoko oceniali poszczególne aspekty badanych uzdrowisk. Jedyne Horyniec-Zdrój otrzymał stosunkowo najwięcej ocen dobrych, ale do wyników tych należy podchodzić z dużą ostrożnością ze względu na niezbyt liczną próbę kuracjuszy, którzy uczestniczyli w badaniu.
3. Należy utrzymywać profesjonalizm obsługi i poziomu usług. Równocześnie z tym, należy wprowadzać lub poszerzać dotychczasową ofertę usług dodatkowych, jak np. SPA, co uatrakcyjni pobyt w uzdrowisku. Ponadto wskazane byłoby ulepszenie oferty w zakresie żywienia oferowanego kuracjom.

## Bibliografia

- Blesic I., Cerovic S., Dragicevic V. (2011), *Improving the service quality as a socially responsible activity of hotel companies*, "Amfiteatru Economic Journal", Vol. 13, issue 29, s. 273-286.
- Buczek-Kowalik M. (2013), *Przyrodnicze uwarunkowania rozwoju turystyki uzdrowiskowej na wybranych przykładach uzdrowisk karpackich z Polski, Słowacji i Ukrainy*, [w:] Rak J., red., *Potencjał i uwarunkowania ruchu turystycznego w południowo-wschodniej Polsce i zachodniej Ukrainie*,. Wydawnictwo Muzeum Regionalnego w Brzozowie, Brzozów, s. 101-120.
- Czyżewska M., Tomaka A. (2011), *Analiza sytuacji i warunków rozwoju lecznictwa uzdrowiskowego w Polsce w kontekście współczesnych wyzwań rozwojowych*, [w:] Rak J., red., *Experience economy a oferta uzdrowisk i gmin uzdrowiskowych Polski Wschodniej*, Wyd. Instytut Gospodarki Wyższej Szkoły Informatyki i Zarządzania, Rzeszów, s. 17-38.
- Czyżewska M., Tomaka A., Rodzinka J., Soliński T. (2011), *Badania opinii i satysfakcji kuracjuszy podmiotów członków Innowacyjnego Klastra Zdrowie i Turystyka*, [w:] Rodzinka J., red., *Experience economy a oferta uzdrowisk i gmin uzdrowiskowych Polski Wschodniej*, Wyd. Instytut Gospodarki Wyższej Szkoły Informatyki i Zarządzania, Rzeszów, s. 59-89.
- Dec B., Krupa J. (2014), *Uzdrowiska jako obszary recepcji turystyki zrównoważonej*, „Zeszyty Naukowe serii: Turystyka i rekreacja”, Z. 14(2), Wyższa Szkoła Turystyki i Języków Obcych, Warszawa, s. 163-180.
- Deluga W. (2013), *Konkurencja jako czynnik podwyższania jakości usług sanatoryjnych*, „Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego. Ekonomiczne Problemy Turystyki”, nr 3(23), s. 73-96.
- Dryglas D. (2006), *Kształtowanie produktu turystycznego uzdrowisk w Polsce*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, wyd. I, Kraków, s. 101-105.
- Dryglas D. (2009), *Innowacje produktowe turystyki uzdrowiskowej*, [w:] *Innowacyjne kierunki rozwoju turystyki uzdrowiskowej i lecznictwa uzdrowiskowego*, Golba J., Rymarczyk-Wajda K., (red.), XVIII Kongres Uzdrowisk Polskich, Muszyna 4-6 czerwca, Stowarzyszenie Gmin Uzdrowiskowych RP, Krynica Zdrój, s. 169-172.
- Eider J., Sieńko-Awierianow E. (2014), *Nowe produkty na rynku turystyki uzdrowiskowej*, *Handel Wewnętrzny*, 6(353), s. 198-206.
- Giritlioglu I., Jones E., Avcikurt C. (2014), *Measuring food and beverage service quality in spa hotels: A case study in Bal kesir, Turkey*, "International Journal of Contemporary Hospitality Management", Vol. 26 Issue 2, s. 183-204.
- Gonda-Soroczyńska E. (2011), *Uwarunkowania środowiska przyrodniczego w przestrzeni uzdrowiska na przykładzie Czarniawy-Zdroju*, [w:] Prze-

- strzeń a rozwój*, Korenik S., Dybała A. (red.), „Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu, „Przestrzeń a Rozwój”, z. 241, s. 252-261.
- Gonda-Soroczyńska E., Soroczyńska A. M. (2014), *Obszary zagrożeń środowiska przyrodniczego w uzdrowisku na przykładzie Dusznik-Zdroju*, „Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego. Studia i Prace Wydziału Nauk Ekonomicznych i Zarządzania”, nr 37, t. 3, s. 221-222.
- Górska J., Wartecka-Ważyńska A. (2013), *Stan obecny i możliwości rozwoju turystyki uzdrowiskowej w Polsce*, „Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego”, nr 784, Ekonomiczne Problemy Turystyki, nr 3(23), s. 199-207.
- Hadzik A., Szromek A. R. (2013), *Ocena jakości usług prozdrowotnych świadczonych przez górnośląskie uzdrowiska*, „Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego”, nr 784, Ekonomiczne Problemy Turystyki, nr 3(23), s. 99-106.
- Kolman R. (2009), *Kwalitologia. Wiedza o różnych dziedzinach jakości*, Wyd. PLACET, Warszawa, s. 13-14.
- Komornicki P. (2010), *Uzdrowisko XXI wieku – innowacje w uzdrowiskach na przykładzie „Uzdrowiska Iwonicz” S.A.*, [w:] Hermaniuk J., Krupa J., red., *Współczesne trendy w funkcjonowaniu uzdrowisk – klastering*, Wyd. Instytut Gospodarki Wyższej Szkoły Informatyki i Zarządzania, Rzeszów, s. 37-55.
- Kotarski D. (2011), *Kryteria oceny jakości usług sanatoryjnych*, „Studies & Proceedings of Polish Association for Knowledge Management”, Vol. 54, s. 268-277.
- Krupa J. (2011), *Zrównoważony rozwój turystyki w uzdrowiskach województwa podkarpackiego*, [w:] Rak J., red., *Woda i surowce odnawialne, a ich oddziaływanie na środowisko naturalne*, Wydawnictwo Muzeum Regionalnego w Brzozowie, Brzozów, s. 59-81.
- Krupa J., Dec B. (2011), *Atrakcyjność turystyczna miejscowości uzdrowiskowej w świetle badań ankietowych*, [w:] Soliński T., Krupa J., red., *Uwarunkowania innowacyjnego rozwoju uzdrowisk*, Wydawca Instytut Gospodarki Wyższej Szkoły Informatyki i Zarządzania, Rzeszów, s. 89-110.
- Krupa J., Wołowicz T. (2010), *Uzdrowiska Polski Wschodniej wobec wyzwań rozwojowych – turystyka zrównoważona*, [w:] Hermaniuk J., Krupa J., red., *Współczesne trendy funkcjonowania uzdrowisk – klastering*, Wyd. Instytut Gospodarki Wyższej Szkoły Informatyki i Zarządzania, Rzeszów, s. 7-35.
- Krupa J., Soliński T., Bajorek M. (2011), *Determinanty rozwoju turystyki zrównoważonej i zdrowotnej na terenie uzdrowisk – kreowanie jakości produktu turystycznego i uzdrowiskowego*, [w:] Soliński T., Krupa J., red., *Uwarunkowania innowacyjnego rozwoju uzdrowisk*, Wydawca In-

- stytut Gospodarki Wyższej Szkoły Informatyki i Zarządzania, Rzeszów, s. 21-56.
- Krypel T. (2011), *Jakość usług czynnikiem konkurencyjności uzdrowisk*, [w:] Soliński T., Krupa J., red., *Uwarunkowania innowacyjnego rozwoju uzdrowisk*, Wyd. Instytut Gospodarki Wyższej Szkoły Informatyki i Zarządzania, Rzeszów, s. 143-158.
- Lewicka S., Sobczak-Kowalak J. (2010), *Leczenie w sanatoriach uzdrowiskowych województwa podkarpackiego w ocenie pacjentów*, „Przegląd Medyczny Uniwersytetu Rzeszowskiego”, nr 1, s. 54-65.
- Makowiecka M., Trzcńska H. (2012), *Analiza rozwoju działalności uzdrowisk Polski południowo-wschodniej – wybrane aspekty*, [w:] Reichel M., red., *Transgraniczna turystyka ekologiczna jako szansa rozwoju Sądeczyzny*, „Sądeckie Zeszyty Naukowe”, T. II, s. 50-59.
- Mirek J. (2009), *Turystyka jako czynnik rozwoju polskich uzdrowisk*, [w:] Peluga W., red., *Turystyka we współczesnej gospodarce*, Wydawnictwo Politechniki Koszalińskiej, Koszalin, s. 182-183.
- Niemiec W., Trzcńska H. (2012), *Turystyka zdrowotna i uzdrowiskowa w Polsce – wybrane zagadnienia*, [w:] Rechel M., red., *Transgraniczna turystyka ekologiczna jako szansa rozwoju Sądeczyzny*, „Sądeckie Zeszyty Naukowe”, T. II, s. 67-77.
- Ptaszycka-Jackowska D. (2007), *Turystyka uzdrowiskowa*, [w:] Kurek W., red., *Turystyka*, Wydawnictwo Naukowe PWN S.A., Warszawa, s. 279-286.
- Skala M., Szpara K., Wątroba Ł. (2010), *Analiza diagnostyczna uzdrowisk i gmin uzdrowiskowych Polski Wschodniej, w szczególności ich potencjału produktowego i systemu komunikacji rynkowej oraz poziomu innowacyjności*, Wyd. Instytut Gospodarki Wyższej Szkoły Informatyki i Zarządzania, Rzeszów, s. 5-12.
- Soliński T. (2011), *Rola turystyki w rozwoju obszarów uzdrowiskowych*, [w:] Soliński T., Krupa J., red., *Uwarunkowania innowacyjnego rozwoju uzdrowisk*, Wydawca Instytut Gospodarki Wyższej Szkoły Informatyki i Zarządzania, Rzeszów, s. 7-19.
- Strategia rozwoju turystyki uzdrowiskowej w polsko-ukraińskiej części Euroregionu Karpackiego* (2014), Wyd. Euroregion Karpacki, Rzeszów.
- Szczepańska K. (2010), *Kompleksowe zarządzanie jakością. Przeszłość i teraźniejszość*, Oficyna Wydawnicza Politechniki Warszawskiej, Warszawa.
- Tabor K. (2009), *Turystyka uzdrowiskowa na przykładzie Horyńca Zdroju*, [w:] Baliska A., red., *Potencjał turystyczny regionów*, Wyd. FAPA, Warszawa, s. 109-118.
- Ustawa z dnia 28 lipca 2005 r. o lecznictwie uzdrowiskowym, uzdrowiskach i obszarach ochrony uzdrowiskowej oraz o gminach uzdrowiskowych*, (Dz. U. Nr 167, poz. 1399).

**Netografia**

Stopa M. (2012), *Modele i metody pomiaru jakości usług*, Wyd. Q&R, Polska Sp. z o.o., Lublin, s. 7-11, <http://www.qrpolska.pl/files/file/M3.pdf> [14.03.2016].

## **QUALITY EVALUATION OF THE SERVICES PROVIDED IN SELECTED SANATORIUM FACILITIES IN THE PODKARPACKIE PROVINCE**

### **Abstract**

**Purpose.** The article shows the importance of health tourism, including spa tourism, as well as current trends in the development of health resorts and sanatorium facilities.

**Method.** The existing data from a survey carried out in health resorts in the years 2011-2013 were used, using standardized evaluation questionnaires.

**Findings.** The data illustrates the level of visitors' satisfaction with the quality of services and range of offers in selected sanatoriums. The visitors generally assessed the medical and nursing care, the range and quality of treatment services and rehabilitation as good, while in the assessment of local conditions and food as well as the tourist attractiveness of the destination, they reported varied opinions over the analyzed years.

**Research and conclusion limitations .** Limitations of the research and analysis and the comparability of data between the sanatoriums primarily result from a diverse number of respondents in particular locations and differences in the construction of the research tool which was the questionnaire. Furthermore, the opinions of the visitors may be biased and some of them may not have comparison with conditions prevailing in other spa facilities in Poland.

**Practical implications.** The opinions and comments of the respondents can provide additional information for the management of health resorts and local authorities in terms of taking care of the quality of services.

**Originality.** The article presents the most important trends in health tourism, including spa tourism, which was observed in the studied health resorts and sanatoria facilities, as well as the visitors' feelings about the quality of services and the attractiveness of the range of treatment, rehabilitation and prevention.

**Type of paper.** The article is empirical.

**Keywords:** health and spa tourism, quality of service, surveys, Podkarpackie Province.

## RECENZJE, POLEMIKI NAUKOWE, SPRAWOZDANIA, WSPOMNIENIA

---

### WSPOMNIENIE O PROFESORZE KAZIMIERZU DENKU: PATRIOCIE, WYCHOWAWCY, UCZONYM, TURYSZCIE, KRAJOZNAWCY ORAZ TWÓRCY EDUKACJI TURYSTYCZNO-KRAJOZNAWCZEJ DLA DZIECI I MŁODZIEŻY\*

*Zbigniew Dziubiński\*\**

Dnia 4 lutego 2016 roku, w wieku 84 lat, odszedł od nas na zawsze Kazimierz Denek, wybitny Polak, patriota, twórca edukacji turystyczno-krajoznawczej dla dzieci i młodzieży, profesor zwyczajny Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza w Poznaniu, doktor honorowy Akademii Wychowania Fizycznego we Wrocławiu i Instytutu Regionalnej Administracji i Ekonomiki w Kirowogradzie na Ukrainie, odznaczony Krzyżem Kawalerskim i Oficerskim Orderu Odrodzenia Polski, Złotym Laurem Medalu Polonia Mater Nostra Est oraz wielu innymi symbolicznymi dowodami uznania społecznego [Denek 2012; Pawelski, Urbanek 2012].

Odszedł od nas wielki humanista i pedagog o rzadko spotykanej kulturze osobistej, mocno zorientowany na realizację swoich zainteresowań i pasji, które zaszczebiał w osobowościach wielu pokoleń studentów, współpracowników, przyjaciół, znajomych, ale także tych, z którymi wchodził w interakcje na różnych obszarach swej aktywności. Był osobą kochającą polskie Tatry, ich piękno, mistykę i niepowtarzalność. Bezgranicznie kochał Polskę we wszystkich jej odcieniach i wymiarach, ale także tą miłością zarażał innych przez własną postawę i działanie, przez niebywałą kreatywność i sposób życia, który ufundowany był na trwałych i niezmiennych chrześ-

---

\* The title of this text in English: *Memories of Kazimierz Denek: patron, educator, scholar, tourist, domestic excursionist and creator of tourism and sightseeing education for children and youth.*

\*\* Prof. dr hab., Akademia Wychowania Fizycznego w Warszawie, Wydział Wychowania Fizycznego, Katedra Nauk Społecznych, Zakład Filozofii i Socjologii; e-mail: [zdziubinski@wp.pl](mailto:zdziubinski@wp.pl).

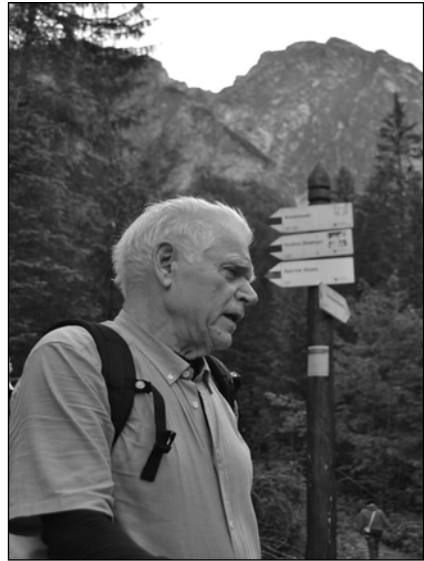


cijańskich wartościach. Miał dwie miłości, z jednej strony była to aktywność dydaktyczno-wychowawcza i naukowo-badawcza i z drugiej, zamiłowanie do wędrówek górskich. Będąc obu do końca wierny i w nich realizując się, zawsze jedną zdradzał dla drugiej [Denek 2012; Bartoszewicz 2003].

Kazimierz Denek urodził się 12 listopada 1932 roku w Krzemieńcu, tam, gdzie urodził się Juliusz Słowacki i tam, gdzie działało znakomite i wielce prestiżowe Liceum Krzemienieckie (powołane w 1805 roku), którego założycielem był Tadeusz Czacki (wizytator szkół guberni wołyńskiej, podolskiej i kijowskiej). Okres dzieciństwa odcisnął trwałe piętno na jego osobowości, która była niezwykle mocno związana z małą krzemieniecką ojczyzną. Podczas wielu spotkań w różnych sytuacjach i kontekstach kulturowych przywoływał następujące słowa Cypriana Kamila Norwida: „lecz aby drogę mierzyć przyszłą, trzeba nam pomnieć, skąd się wyszło” [Denek 2012; Chudy 2007, s. 113-116].

Po wielce traumatycznych doświadczeniach drugiej wojny światowej los rzucił go do Tczewa, gdzie w latach 1949-1953 znalazł się w Domu Dziecka i Państwowym Liceum Administracyjno-Handlowym. W okresie tym spotkał znakomitych nauczycieli i opiekunów, z jego wychowawczynią i nauczycielką biologii oraz geografii na czele – Olimpią Swianiewicz. To z jej inspiracji wstąpił do Szkolnego Koła Krajoznawczego Polskiego Towarzystwa Krajoznawczego, a w latach 1950-1952 był jego przewodniczącym. Koło było organizatorem wielu biwaków, obozów, wycieczek i rajdów w najbliższe okolice (na Kociewie i Powiśle), ale także wypraw w dalsze rejony kraju, a mianowicie do Trójmiasta, Warszawy, Lublina, Puław, na Pola Grunwaldzkie i w rejon Beskidu Śląskiego [Denek 2012].

Po ukończeniu szkoły średniej, w latach 1953-1957, studiował w Wyższej Szkole Ekonomicznej w Poznaniu. Po ukończeniu studiów podjął pracę w charakterze nauczyciela, a doświadczenia zdobyte w Kole Krajoznawczym Młodzieży Szkolnej PTK wykorzystał przy organizowaniu Szkolnego Koła Krajoznawczo-Turystycznego im. Benedykta Dybowskiego w Tczewie, w którym pełnił funkcję prezesa. W latach 1959-1966 pracował jako



**Ryc./Fig.** Kazimierz Denek

**Źródło/Source:** Górską wędrówką – <https://www.google.pl/search?q=zdj%C4%99cia+turystyka+prof.+Kazimierz+Denek&client=firefox-b&biw=1600&bih=789&tbm=isch&tbo=u&source=uni v&sa=X&ved=0ahUKEwjRoIyq5KvNAhVBHSwKHWvBDWoQ7AkINQ>

nauczyciel w Technikum Handlowym, a następnie w Liceum Ekonomicznym im. Oskara Langego w Poznaniu, gdzie założył Szkolne Koło Krajoznawczo-Turystyczne im. Leopolda Węgrzynowicza [Denek 2012; Pawlak 1995, s. 43-49].

W 1965 roku uzyskał stopień doktora nauk ekonomicznych, natomiast w 1966 roku został zatrudniony na stanowisku adiunkta w Uniwersytecie im. Adama Mickiewicza w Poznaniu. W 1972 roku na Wydziale Filozoficzno-Historycznym tej uczelni uzyskał habilitację. W latach 1975-2003 sprawował funkcję kierownika Zakładu Dydaktyki Ogólnej. Stanowisko profesora nadzwyczajnego uzyskał w 1980 roku, natomiast w 1989 roku profesora zwyczajnego. W latach 1977-1983 pełnił funkcję przewodniczącego Rady Naukowej Instytutu Pedagogiki Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza, od 1981 roku członka Komitetu Nauk Pedagogicznych Polskiej Akademii Nauk, a od 1986 do 1989 roku funkcję wiceprezesa Zarządu Głównego Polskiego Towarzystwa Pedagogicznego [Denek 2012; Pawelski, Urbanek 2012].

Zainteresowania naukowo-badawcze ulokował w obszarze dydaktyki ogólnej szkoły wyższej i zawodowej, pedeutologii, kształceniu, doskonaleniu zawodowym nauczycieli, aksjologii i teleologii w pedagogice oraz krajoznawstwie i turystyce. Pełnił wiele odpowiedzialnych funkcji w takich czasopismach jak „Poznaj swój kraj”, „Dydaktyka Literatury”, „Kultura i Edukacja”, „Nauczyciel i Szkoła”, „Problemy Rozwoju Edukacji”, „Ruch Pedagogiczny” i „Toruńskie Studia Dydaktyczne”. Na jego dorobek naukowy składa się ponad 1500 publikacji monograficznych i artykułów w przeszło pięćdziesięciu czasopismach polskich i zagranicznych, wydawanych w językach rosyjskim, ukraińskim, białoruskim, słowackim, czeskim, niemieckim, włoskim, francuskim, angielskim i hiszpańskim. Do najbardziej cenionych książek jego autorstwa należy zaliczyć: *Rola szkolnictwa zawodowego Wielkopolski w przygotowaniu kadr dla gospodarki narodowej w latach 1945-1960* (1968), *Efektywność nauczania programowego w szkole wyższej* (1971), *Pomiar efektywności kształcenia w szkole wyższej* (1980), *Krajoznawstwo i turystyka w wychowaniu dzieci i młodzieży szkolnej* (1989), *Wartości i cele edukacji szkolnej* (1994), *Wycieczki we współczesnej szkole* (1997), *O nowy kształt edukacji* (1998), *Aksjologiczne aspekty edukacji szkolnej* (1999), *W kręgu edukacji, krajoznawstwa i turystyki w szkole* (2000), *Poza ławką szkolną* (2002), *Ku dobrej edukacji* (2005), *Edukacja pozalekcyjna i pozaszkolna* (2009, 2011), *Uniwersytet w perspektywie społeczeństwa wiedzy. Nauka i edukacja w uniwersytecie XXI wieku* (2011), *Uniwersytet w perspektywie społeczeństwa wiedzy. Dydaktyka akademicka i jej efekty* (2012), *Uniwersytet w perspektywie społeczeństwa wiedzy. Przyszłość kształcenia nauczycieli* (2012), *Filozofia życia* (2012), *Nauczyciel. Między ideałem a codziennością* (2012) oraz *XX lat edukacji jutra. U stóp Giewontu* (2014) [Denek 2012].

Wypromował ponad 400 magistrów i 24 doktorów. Brał udział w charakterze recenzenta w osiemdziesięciu sześciu przewodach doktorskich i trzydziestu pięciu habilitacyjnych, a także opiniował dorobek naukowy pięćdziesięciu samodzielnych pracowników naukowych i naukowo-dydaktycznych ubiegających się o stanowisko lub tytuł profesora. Opiniował dla wydawnictwa sto pięćdziesiąt siedem prac naukowych. Był organizatorem i kierownikiem naukowym znanych Tatrzańskich Seminariów Naukowych zatytułowanych *Edukacja jutra*, do uczestnictwa w których zapraszał najwybitniejszych intelektualistów. Prowadzony podczas nich naukowy dyskurs dotyczył nie tylko kondycji edukacji i nauk o niej, ale także pewnych paradygmatów pedagogicznych, nowych i konkretnych rozwiązań problemów pojawiających się na widnokręgu edukacji: co należy poprawić w polskim systemie oświaty, co kultywować, a z czego zrezygnować [Denek 2006].

Wyrazem uznania jego zasług w zakresie nauk o edukacji, a także o turystyce i krajoznawstwie, było m.in. nadanie mu przez Międzynarodowe Centrum Biograficzne w Cambridge tytułu *Międzynarodowego Człowieka Roku* (1991-92 i 1995-96) oraz uhonorowanie go przez Biuro Międzynarodowych Badań Amerykańskiego Instytutu Biograficznego prestiżowym tytułem *Człowieka Roku 1993*. Dowodem uznania środowisk krajowych i międzynarodowych dla jego naukowych, dydaktycznych, publikacyjnych oraz turystyczno-krajoznawczych osiągnięć są publikacje jego biogramów w tak prestiżowych wydawnictwach jak *Who is Who in the World?* (New Jersey 1993 i 2001), *Dictionary of International Biography* (Cambridge 1995 i 2001), *International Who is Who of Contemporary Achievement* (North Carolina 1995), *Nowy słownik pedagogiczny* (Warszawa 1996, 1998, 2001 i 2004), *Aktualizacje encyklopedyczne* (Poznań 1998), *Współcześni uczeni polscy* (Warszawa 1999), *Złota księga nauki polskiej* (Gliwice 1999 i 2001), *Pedagogika* (Warszawa 2000), *Kto jest kim w Polsce* (Warszawa 2001), *Złote myśli ludzi wielkiego serca, umysłu, talentu. Przestanie Polaków* (Warszawa 2001), *Kto jest kim w Polsce nowego millennium* (Poznań 2002), *Złota księga nauk humanistycznych* (Gliwice 2004) [Denek 2012].

Cieszył się wyjątkowym szacunkiem i uznaniem zarówno w krajowym, jak i międzynarodowym środowisku pedagogów oraz znawców turystyki i krajoznawstwa, jak i ogromnej rzeszy uczniów i sympatyków jego naukowej twórczości. Dzieło Profesora Denka wiąże się także z wyznawaną przez niego filozofią życia, w tym zwłaszcza ciągłym inspirowaniem do dobroci, godnego i twórczego życia, osadzonego na patriotyzmie, humanizmie i altruizmie. Jego działania polegały na nieustannym odkrywaniu wartości i ukazywaniu ich innym oraz ciągłym potwierdzaniu ich w praktyce społecznej. Stał na stanowisku, że nawet w najtrudniejszych sytuacjach życiowych trzeba być sobą, tj. stać na straży fundamentalnych, głęboko ludzkich wartości, wiążących się z „Człowieczeństwem”. Jego niezwykłość

„polega na tym, piszą Gordon i Drożdżyński, że w bardzo złożonych, zmieniających się czasach zawsze pozostawał sobą, pisał i działał zgodnie z wyznaczonymi przez siebie prawdami. Ukształtowany w nim system wartości fascynuje i zdumiewa. Owa fascynacja wynika z pozornej prostoty i rzeczywistego piękna uznanych przez niego wartości. Zdumienie zaś budzi siła budowanych z nich intelektualnych konstrukcji” [Gordon, Drożdżyński 2012, s. 13].

Profesor Kazimierz Denek, pedagog humboldtowskich wartości *universitas*, współczesny pozytywista przepełniony poetycką wrażliwością i posługujący się nieskazitelną polszczyzną, pozostanie w naszej pamięci jako osoba mająca niebywale pokłady energii, przyjazne i dynamiczne nastawienie do życia, obfitujące w wiele pięknych i doniosłych dokonań. Cechuje Go wierność, wrażliwość, wyobraźnia i wielkoduszność, ale także serdeczność, którą wyniósł z rodzinnego domu i swoich osobistych doświadczeń i która jest obecna w całym Jego niełatwym życiu i zawsze skierowana jest do innych, z nadzieją, że przysporzy więcej szeroko rozumianego dobra. Naczelne miejsce w Jego życiu zajmowały takie pojęcia jak człowiek, ojczyzna, praca i wierność ideałom. Płaczą ukochane przez niego Tatry, Podhale, turystyczne szlaki, skały, strumyki i cała reszta środowiska, w którym regenerował siły psychofizyczne, ale jednocześnie odnajdował równowagę między kulturą intelektualną i fizyczną [Denek 2012].

Nie starając się choćby skróto rekonstruować jego licznych i najważniejszych dokonań, bo prawdopodobnie przerastałoby to nasze możliwości, przypomnimy jedynie te, które dotyczą turystyki i krajoznawstwa. Przywołajmy na wstępie jego wypowiedź, która w sposób niezwykle wymowny ukazuje rolę jego miejsca urodzenia, gór i wędrowek turystyczno-krajoznawczych w jego całej filozofii życia. „W Górach Krzemienieckich, pisze, nigdy nie czułem się samotnie. Gdy zabrakło fizycznej obecności rodziców i krewnych, one zostały ze mną. Obcowanie z górami domowymi, podziwianie ich niewysłowionego piękna było dla mnie czymś wyjątkowym i tajemniczym. Z czasem stało się potrzebą duszy. Dlatego wraz z rozpoczynającymi się wakacjami zawsze wyruszałem w góry. Prowadziły one do wykopów Wisły spod Baraniej Góry w Beskidzie Śląskim, do połonin w Bieszczadach, a także do tatrzańskich kolib, w sudeckie, gorczańskie, świętokrzyskie zapadliska, a nawet wąskie przesmyki perci Sokolej, Akademickiej i Orlej. Wspinałem się wytrwale na najwyższy szczyt wiedzy o własnej Ojczyźnie, w nadziei, że stamtąd więcej zobaczę i zrozumiem” [Denek 2012, s. 21-22].

Na plan pierwszy Jego dokonań wysuwa się koncepcja i popularyzacja w wymiarze teoretycznym oraz praktycznym edukacji poza szkolną ławką. „Była to w swoim kształcie, piszą A. Gordon i L. Drożdżyński, koncepcja nowa i nowoczesna, uwzględniająca możliwości, jakie niesie ze sobą turystyka, szczególnie krajoznawcza. Stała się ona swoistym azymutem dla nauczycieli i dyrekcji szkół. Pozwoliła także spinać działalność edukacyjno-wychowawczą

szkoły oraz ruchu społecznego, w tym przede wszystkim Polskiego Towarzystwa Turystyczno-Krajoznawczego” [Gordon, Drożdżyński 2012, s. 16].

Krajoznawstwo i turystykę uznawał za ważny przejaw aktywności ludzkiej, która nie znajduje należnego miejsca w analizach naukowo-badawczych, a zwłaszcza humanistycznych. Krajoznawstwo i turystyka, według Niego, nie są tożsame, ale jednak ściśle powiązane. Krajoznawstwo jest ruchem społeczno-wychowawczym, a podstawowym celem bezpośrednio poznawanie kraju. Turystyka natomiast stanowi środek, dzięki któremu cel może być osiągnięty. Uczestników aktywności krajoznawczej jednoczą współpraca, podmiotowe, partnerskie i demokratyczne interakcje i służba Ojczyźnie. W ponowoczesnym świecie krajoznawstwo nie tylko powinno być obecne, ale ma do spełnienia wiele tak bardzo potrzebnych zadań, jak wyciszenie, zaduma, zachwyt nad pięknem przyrody, samodzielne i twórcze myślenie oraz działanie. Z tych i innych powodów postulował, aby krajoznawstwo i turystyka stały się trwałym elementem podstawy programowej szkół [Denek 2005].

Postrzegał krajoznawstwo jako wartość ponadczasową, interdyscyplinarną, holistyczną, popularnonaukową, doskonalącą intelektualnie i osobowościowo, realizowaną w praktyce, w trakcie wędrówek po ojczystym kraju. W swych badaniach podejmuje zagadnienia organizacji wycieczek, które wychowują, zielonych szkół, wakacyjnych wędrówek, obozów wędrownych, działalności harcerzy, szkolnych kół krajoznawczo-turystycznych i stara się o ich optymalizację, wypracowanie dla nich wzorów programowych w taki sposób, aby ich realizacja była jak najbardziej efektywna (Denek 2000).

Profesor Denek nie tylko analizuje różnorodne zagadnienia turystyki i krajoznawstwa na wysokim piętrem teoretycznej ogólności, w kontekstach ontologicznych, antropologicznych, aksjologicznych, epistemologicznych, społecznych i etycznych, ale także kreuje metodykę prowadzenia wycieczek, zielonych szkół, wakacyjnych wędrówek i innych form aktywności turystyczno-krajoznawczej. Jego dokonania w tym zakresie zyskały akceptację młodzieży i zostały uznane także za atrakcyjne i odpowiadające na potrzeby i oczekiwania. Wypracował nie tylko edukacyjne cele krajoznawstwa i turystyki, ale także treści, zasady i metody różnych form krajoznawstwa i turystyki [Denek 2012; Denek 1981].

Trudno byłoby pominąć jego wielkie dzieło, jakim było powołanie Studium Kultury i Turystyki na Uniwersytecie im. Adama Mickiewicza w Poznaniu. W jego ramach nie tylko zwracał uwagę na wielodyscyplinarne i wieloaspektowe walory turystyki krajoznawczej, ale swe założenia teoretyczne realizował w społecznej praktyce, w czasie licznych bliższych i dalszych wędrówek. W ich trakcie, nawiązując do pięknej tradycji Wincentego Pola i Mieczysława Orłowicza, niejako prowadził zajęcia edukacyjno-wychowawcze poprzez przekazywanie wiedzy, doświadczenia i umiejętności, kształtowanie postaw i zachowań przyszłych organizatorów turystyki i krajoznawczego wędrowania [Flipiak 1977; Denek 2011].

Niezwykle cennym wkładem w rozwój turystyki i wędrówek krajoznawczych była stworzona przez Niego koncepcja Tatrzańskich Seminariów Naukowych zatytułowanych „Edukacja jutra” (od 1994 roku), które realizowane były u stóp Giewontu. Wszystkie sesje nie tylko pogłębiały wiedzę na interesujące zagadnienia, ale były swoistą szkołą patriotycznego, obywatelskiego oraz ekologicznego samodoświadczenia i samowychowania. Ważną rolę w sympozjalnych dyskursach odgrywało pojęcie społeczeństwa wiedzy. Do najważniejszych wyzwań, według Niego, przed jakim stoi Polska, zalicza się edukację. Traktuje się ją jako podstawowy czynnik rozwoju kraju i znaczących w nim przemian. W społeczeństwie wiedzy edukacja musi zająć czołowe miejsce. Tylko w wyniku jej rozwoju jesteśmy w stanie dogonić społeczeństwa wysoko rozwinięte. Zadaniem uczestników organizowanych sympozjów jest pożądane i perspektywiczne zdiagnozowanie oświaty i wychowania oraz szkolnictwa wyższego z pozycji nauk tworzących wiedzę. Trzeba stworzyć szkołę jutra, w której edukacja jest ukierunkowana na młodzież i z myślą o jej dobru oraz opiera się na dobrym nauczycielu, posiadającym zarówno szerokie kompetencje społeczno-kulturowe, jak i kompetencje profesjonalne. W takich kontekstach przywoływał słowa wypowiedziane przez F.A.E. Diesterwega, że „szkoła jest tyle warta, ile wart jest nauczyciel” [Denek 1998].

Podczas seminariów stawiał wiele trudnych pytań, na które wraz z innymi uczestnikami poszukiwał odpowiedzi. Podczas pierwszych seminariów prowadził namysł nad relacją wartości w stosunku do edukacji. Następnie, w związku ze zmieniającym się otoczeniem społeczno-kulturowym, zastanawiał się nad pluralizmem wartości. Starał się zdefiniować problem relacji wartości uniwersalnych i ponadczasowych do tych wartości i ich pochodnych, które niesie ze sobą fala postmodernizmu. Był zwolennikiem wartości trwałych i uniwersalnych zarówno w edukacji, kulturze jak szeroko rozumianym życiu społecznym. Nowe wartości, Jego zdaniem, są zdominowane przez efekt doraźny, hedonistyczne doznania, nieograniczony konsumpcjonizm i narcystyczne zapatrzenie [Denek 2012].

Organizowane przez Niego sympozja nie tylko miały charakter uczy intelektualnej poświęconej edukacji i naukom o niej, szkolnictwu, turystyce, krajoznawstwu i Ojczyźnie, ale także miały swój wymiar praktyczny, polegający na udziale uczestników sympozjów w turystycznych eskapadach, stosownych do wieku, możliwości i potrzeb. Przed jedną z takich wypraw zastanawiał się, po co chodzimy w góry? I takiej udzielił odpowiedzi: „Udajemy się w nie, bo tam poznajemy swoje możliwości, hartujemy ducha i ciało, uczymy się poznawania słabości oraz solidarności i wytrwałości – i to niezależnie od wysokości” [Denek 2005; Denek 2012]. Wędrowanie uczestników sympozjów nie było pozbawione refleksji intelektualnej. Zachęcał, aby na szlakach w małych grupkach kontynuować dyskursy na temat turystyki i krajoznawstwa, wokół tych kwestii szczegółowych, które wzbudzają zainteresowanie, a nie podjętych w trakcie seminarium. Mówił, że „góry uczą

pokory. Są przyjazne tym, którzy strudzeni codzienną aktywnością szukają miejsca, gdzie można się zaszyć z własnymi myślami, wytchnąć w ciszy i spokoju. Będąc w nich, może usłyszymy samych siebie” [Denek, Koszycz, Lewandowski 2004].

Na uwagę zasługuje jego intelektualna i organizacyjna rola w przygotowaniu i przeprowadzeniu Kongresów Krajoznawstwa Polskiego, a szczególnie w 2000 (Gniezno) i 2010 roku (Olsztyn). Podczas tych kongresów wygłosił plenarne referaty, których doniosłość charakteryzują choćby ich same tytuły, a mianowicie: *Ojczyzna – naczelną wartość krajoznawstwa* oraz *Czy krajoznawstwo i turystyka zmierzają ku dyscyplinie naukowej*.

Kolejną bardzo ważną inicjatywą było włączenie do obchodów 90-lecia Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza w Poznaniu problematyki krajoznawstwa i turystyki. Wówczas, w 2009 roku, doprowadził do organizacji sesji naukowej nt. *O potrzebie krajoznawstwa w edukacji szkolnej z udziałem najwybitniejszych teoretyków i praktyków*, przedstawiciele nauk humanistycznych i społecznych. Podczas swojego wystąpienia dokonał diagnozy aksjologicznych aspektów szkolnego ruchu krajoznawczo-turystycznego, ale także zwrócił uwagę na potrzebę włączenia krajoznawstwa do procesu dydaktyczno-wychowawczego współczesnej szkoły [Denek 2000].

Na uwagę zasługuje Jego niezwykle dynamiczna i jakże owocna działalność społeczna w organizacjach formalnych i nieformalnych działających w przestrzeni turystyki i krajoznawstwa. Dowodem tego jest członkostwo honorowe Polskiego Towarzystwa Turystyczno-Krajoznawczego i Polskiego Towarzystwa Schronisk Młodzieżowych. W ramach tego pierwszego przewodniczył Radzie Programowej czasopisma *Poznaj Swój Kraj*, i wspólnie z PTTK realizował Ogólnopolski Konkurs Krajoznawczy zatytułowany *Poznajemy Ojcowiznę*. W ramach działalności w PTTK zrealizował swą wielką ideę, a mianowicie ustanowienie tytułu i odznaki *Nauczyciel Kraju Ojczysteego*. Przyznawana jest ona nauczycielom, którzy z wychowania i kształcenia podczas turystycznych wypraw i krajoznawczych wędrówek uczynili sposób życia dla siebie, ale także dla uczniów, studentów i wychowanków, zgodnie z wyznawaną przez Niego zasadą: *Verba docent, exempla trahunt*. Był organizatorem i kierownikiem 6 rajdów PTTK, 2 zlotów PTSM, 52 kilkudniowych wycieczek, 4 kolonii, 2 obozów stacjonarnych 4 zimowisk, 19 obozów wędrownych, 26 dziesięciodniowych ćwiczeń terenowych, w których uczestniczyła młodzież szkolna i studencka [Denek 2012].

Profesor Denek był osobą wyjątkową. Po pierwsze, był wzorem osobowym dla licznych pokoleń uczniów, studentów i pracowników naukowo-dydaktycznych. Cechowała go rzadko spotykana kultura osobista, życzliwość w kontaktach z ludźmi, kultura słowa i wypowiedzi, niezwykła rzeczowość i rzetelność. Po drugie, był wspaniałym dydaktykiem, zawsze wzbudzającym zainteresowanie słuchaczy. Jego erudycja i klasyczne wykształcenie współgrały z umiejętnością prowadzenia logicznego i jasnego wywodu, z przekonaniem, że padnie

on na podatny grunt i przyniesie owoce w postaci wzrostu intelektualnego i rozwoju etyczno-społecznego podopiecznych. Po trzeciej, był wybitnym uczy-nym i znawcą zagadnienia edukacji turystycznej i krajoznawczej, któremu podporządkował swe jakże płodne życie osobiste i naukowo-zawodowe.

Jego życie było służbą innym, z której czerpał siły, radość i szczęście. Za-kończmy zatem nasz esej o wielkim patriocie i uczyonym, wychowawcy i pro-fesorze, turyście i krajoznawcy w taki sposób, jaki, jak myślę, przypadłby Mu go gustu. Przywołajmy słowa laureata literackiej Nagrody Nobla z 1913 roku, Rabindranatha Tagore: „Spałem i śniłem, że życie jest radością. Obu-dziłem się i zobaczyłem, że życie jest służbą. Zacząłem służyć i zobaczyłem, że służba jest szczęściem” [Denek 2012, s. 67 oraz: <http://www.cytaty.info/autor/rabindranathtagore.htm>].

## Bibliografia

- Bartoszewicz R. [red.] (2003), *Kazimierz Denek. Doktor honoris causa Akademii Wychowania Fizycznego we Wrocławiu*, Wrocław.
- Chudy M. (2007), *Kazimierz Denek*. W: *Wielkopolski słownik biograficzny krajoznawców i działaczy turystycznych*, Poznań.
- Denek K. (1981), *Poznawczo-wychowawcze aspekty działalności krajoznawczo-turystycznej we współczesnej szkole*, Koszalin.
- Denek K. (1998), *O nowy kształt edukacji*, Toruń.
- Denek K. (2000), *Aksjologiczne aspekty edukacji szkolnej*, Toruń.
- Denek K. (2000), *W kręgu edukacji, krajoznawstwa i turystyki w szkole*, Poznań.
- Denek K., Koszczyk T., Lewandowski M. [red.] (2004), *Edukacja jutra. X Tatrzańskie Seminarium Naukowe*, Wrocław.
- Denek K. (2005), *Ku dobrej edukacji*, Leszno
- Denek K. (2005), *Gdzie Góra Bony...*, *Na Szlaku*, nr 5.
- Denek K. (2006), *U stóp Giewontu o edukacji jutra*, *Wędrujemy*, nr 1.
- Denek K. (2011), *Nauczyciel. Między ideałem a codziennością*, Poznań.
- Denek K. (2012), *Wstęp*. W: *Tenże, Filozofia życia*, Poznań.
- Filipiak M. (1977), *Międzywydziałowe Studium Kultury i Turystyki Uniwersytetu im. A. Mickiewicza w Poznaniu w latach 1965-1976*, *Kronika Miasta Poznania*, nr 2.
- Gordon A., Drożdżyński L. (2012), *Obecność w życiu innych*. W: K. Denek, *Filozofia życia*, Poznań.
- Pawelski L., Urbanek B. [red.] (2012), *Nauczyciel kraju ojczystego. Księga Jubileuszowa dedykowana Profesorowi Kazimierzowi Denkowi w 80. rocznicę urodzin półwiecze pracy twórczej*, Szczecinek.
- Pawlak G. (1995), *Na pieszych wędrówkach poznaje Polskę*, *Poznański Turysta*, nr 11.





## INFORMACJE I INSTRUKCJE DLA AUTORÓW

---

### INFORMACJA OGÓLNA DLA AUTORÓW PRZYGOTOWUJĄCYCH ARTYKUŁY NAUKOWE

1. Redakcja przyjmuje do publikacji wyłącznie oryginalne i niepublikowane wcześniej artykuły empiryczne oraz przeglądowe, dotyczące turystyki w jej interdyscyplinarnym ujęciu – między innymi z perspektywy teorii turystyki, antropologii kulturowej, filozofii, socjologii, geografii, prawa, psychologii, historii, ekonomii, nauk o zarządzaniu, marketingu.
2. Zgłoszenie artykułu do druku jest jednoznaczne z przekazaniem Redakcji prawa do jego własności. Oznacza to, że bez pisemnej zgody wydawcy nie można danego artykułu publikować ani w całości, ani w części w innych czasopismach oraz innych wydawnictwach lub mediach cyfrowych.
3. Artykuł powinien być przygotowany zgodnie ze wszystkimi zasadami opisanymi w zamieszczonej niżej **Instrukcji dla autorów przygotowujących artykuły naukowe**. W przeciwnym wypadku zostanie on odesłany Autorowi/Autorom do poprawy.
4. W tekście artykułu nie podaje się danych personalnych Autora/Autorów ani żadnych innych informacji, które umożliwiłyby identyfikację Autora/Autorów. Tego typu dane zawiera się w specjalnym **formularzu autorskim**, dostępnym na stronie internetowej Czasopisma, który należy przesyłać wraz z tekstem artykułu.
5. Artykuł, wraz z wypełnionym formularzem autorskim, powinien zostać przesłany drogą elektroniczną na adres Redakcji: **folia.turistica@awf.krakow.pl**.
6. Redakcja zastrzega, iż nie przyjmie do publikacji artykułu, w którym występują przejawy nie rzetelności naukowej, takie jak *ghostwriting* i *honorary (guest) authorship*. Wszelkie tego typu przypadki, wykryte przez Redakcję, będą ujawniane, włącznie z powiadomieniem instytucji zatrudniających Autora/Autorów, towarzystw naukowych itp.
7. Wszystkie artykuły są oceniane przez co najmniej dwóch niezależnych recenzentów (formularz recenzji jest dostępny na stronie internetowej Czasopisma) z zachowaniem pełnej anonimowości. Oznacza to, że Autor/Autorzy i recenzenci nie znają swoich tożsamości (*double-blind review process*); w przeciwnym razie recenzenci muszą podpisać oświadczenie, iż nie występuje konflikt interesów między nimi a Autorem/Autorami artykułu. W zależności od oceny recenzentów Kolegium Redakcyjne podejmuje decyzję o przyjęciu artykułu do druku albo jego odrzuceniu. Procedura recenzowania jest zgodna z wytycznymi Ministerstwa Nauki i Szkolnictwa Wyższego.
8. Redakcja zastrzega sobie prawo do dokonywania zmian w tekście nadesłanych artykułów wynikających z adiustacji stylistycznej.
9. Autor pracy otrzymuje nieodpłatnie elektroniczną wersję tego numeru Czasopisma, w którym ukazał się jego artykuł.

## Instrukcja dla autorów przygotowujących artykuły naukowe

### I. PRZYGOTOWANIE TEKSTU

1. Objętość nadsyłanych artykułów nie powinna przekraczać 20 stron znormalizowanego maszynopisu wydawniczego, czyli jednego arkusza autorskiego (40 tysięcy znaków typograficznych).
2. Pliki tekstowe należy przygotowywać w edytorze Word 6.0–XP w formacie DOC.
3. Ustawienia strony:
  - format A4;
  - marginesy: wszystkie po 2,5 cm;
  - interlinia: 1,5.
4. Tytuł: czcionka Times New Roman, rozmiar 14, pogrubiony, wersaliki. Po tytule odstęp w rozmiarze czcionki 14.
5. Abstrakt w języku polskim: objętość między 1500 a 2000 znaków typograficznych (ze spacjami); czcionka Times New Roman, rozmiar 10.
6. Abstrakt powinien składać się z następujących, wyraźnie wyodrębnionych (wypunktowanych) części:
  - Cel (Purpose).
  - Metoda (Method).
  - Wyniki (Findings).
  - Ograniczenia badań i wnioskowania (Research and conclusions limitations) – należy się odnieść do kwestii reprezentatywności badań oraz ewentualnych ograniczeń wynikających z uwarunkowań kulturowych, środowiskowych, geograficznych itp.
  - Implikacje praktyczne (Practical implications).
  - Oryginalność (Originality) – należy podać, w czym prezentowane badania (wyniki, opinie, poglądy) różnią się od innych publikacji na dany temat.
  - Rodzaj pracy (Type of paper) – należy określić, czy artykuł prezentuje wyniki badań empirycznych, czy koncepcje teoretyczne; czy ma charakter przeglądowy, ewentualnie czy można go uznać za studium przypadku itp.
7. Słowa kluczowe w języku polskim: 3–6. Po podaniu słów kluczowych odstęp w rozmiarze czcionki 12.
8. Struktura artykułu powinna zawierać wskazane niżej elementy, przy czym – jeżeli jest to merytorycznie uzasadnione – mogą być im przypisane inne tytuły. Dopuszcza się także, szczególnie w pracach przeglądowych, strukturę bardziej rozbudowaną, tj. zawierającą więcej elementów składowych lub dodatkowo podział wybranego elementu (np. sekcji „przegląd literatury”).
  - A) Dla artykułów empirycznych:
    - *Wprowadzenie* – wskazanie problemu badawczego, celu artykułu, uzasadnienia celu artykułu,
    - *Przegląd literatury* – dokonanie przeglądu polsko- i obcojęzycznej literatury odnoszącej się do podjętego w artykule celu, ukierunkowane na przedstawienie obecnego stanu wiedzy w zakresie rozważanej problematyki,
    - *Metoda* – wskazanie celu badań empirycznych oraz postawionych przez Autora hipotez badawczych i pytań badawczych; opis metody badań oraz sposobu ich realizacji,
    - *Wyniki* – prezentacja wyników badań własnych Autora, w tym odpowiedź na hipotezy badawcze oraz pytania badawcze,
    - *Dyskusja* – przeprowadzenie dyskusji nad wynikami badań własnych Autora w odniesieniu do wyników badań zrealizowanych przez innych autorów, które są opisywane w polsko- i obcojęzycznej literaturze przedmiotu,
    - *Wnioski* – prezentacja wniosków będących rezultatem badań własnych Autora oraz ich dyskusji, w tym ich implikacje praktyczne oraz postulowane kierunki dalszych badań nad podjętą kwestią,
    - *Bibliografia*.
  - B) Dla artykułów przeglądowych:
    - *Wprowadzenie* – wskazanie problemu badawczego, celu artykułu, uzasadnienia celu artykułu,

- *Przegląd literatury* – dokonanie przeglądu polsko- i obcojęzycznej literatury odnoszącej się do podjętego w artykule celu, ukierunkowane na przedstawienie obecnego stanu wiedzy w zakresie rozważanej problematyki,
  - *Dyskusja* – przeprowadzenie dyskusji nad dotychczasowym stanem wiedzy dotyczącym podjętego w artykule problemu badawczego, w tym analizy krytycznej, z odwołaniem do polsko- i obcojęzycznej literatury przedmiotu,
  - *Wnioski* – prezentacja wniosków będących rezultatem dokonanej dyskusji, w tym jej implikacje praktyczne oraz postulowane kierunki dalszych badań nad podjętą kwestią,
  - *Bibliografia*.
9. Tytuły poszczególnych części artykułu: czcionka Times New Roman, rozmiar 12, pogrubione, wyśrodkowane. Po każdym tytule odstęp w rozmiarze czcionki 12.
  10. Tekst główny artykułu: czcionka Times New Roman, rozmiar 12, interlinia 1,5. Wcięcie pierwszego wiersza: 1 cm. Do formatowania tekstu należy stosować narzędzia edytora, a nie klawisza spacji, gdyż utrudnia to adiację i tzw. łamanie tekstu.
  11. W tekście artykułu nie należy stosować pogrubień, kapitalików i podkreśleń, a kursywę należy używać wyłącznie do tytułów pozycji zamieszczonych w przypisach i *Bibliografii* oraz symboli literowych w tekście głównym. Wprowadzając znaki interpunkcyjne, spację należy wstawić po znaku, a nie przed nim.
  12. Jako myślnik oraz między liczbami oznaczającymi bliskie, a dokładnie niesprecyzowane wartości (np. ramy chronologiczne), należy stosować tzw. półpauzę (–), a nie dywiz (-) czy pauzę długą (—). Przykłady zastosowania:
    - „Po drugie – jak nakazuje tradycja – każdy uczeń powinien wystąpić w stroju galowym”.
    - „Lata 1914–1918, czasy I wojny światowej, to niezwykle ważny okres w dziejach Europy”.
    - „Informacje na ten temat znajdziemy na stronicach 12–24 wspomnianego opracowania”.
    - „Większość wód w rejonie Wysowej to szczyawy typu wodorowęglanowo-chlorkowe”.
  13. Jako uzupełnienie tekstu głównego artykułu mogą być stosowane (ale raczej oszczędnie) przypisy dolne: czcionka Times New Roman, rozmiar 10, interlinia 1,0.
  14. Dokumentację bibliograficzną w tekście artykułu należy sporządzać w tzw. systemie hardwardzkim, czyli wewnątrz tekstu, w nawiasie kwadratowym należy podać nazwisko autora cytowanego lub przytaczanego dzieła, rok jego wydania oraz stronę/strony, do których Autor się odwołuje – bez przecinka między nazwiskiem autora a rokiem wydania pracy. W przypadku dwóch lub większej liczby prac przywoływanych w danym nawiasie pomiędzy nimi należy wstawiać średnik.
  15. W sekcji *Bibliografia*, zamieszczonej na końcu artykułu, powinny zostać podane jedynie cytowane/przywoływane w tekście prace. Winny one być uporządkowane alfabetycznie, a ich opisy bibliograficzne powinny być zgodne z wytycznymi i przykładami podanymi w części III tej instrukcji.
  16. Po sekcji *Bibliografia* należy podać w języku angielskim: tytuł pracy, abstrakt oraz słowa kluczowe. Powinny one być tłumaczeniem analogicznych treści polskojęzycznych i w taki sam sposób powinny być sformatowane.
  17. Poszczególne części anglojęzycznego abstraktu, odpowiadające wersji polskojęzycznej, powinny być nazwane w sposób podany już w punkcie 6 tej instrukcji, czyli: Purpose, Method, Findings, Research and conclusions limitations, Practical implications, Originality, Type of paper. Nie należy tych tytułów tłumaczyć z języka polskiego na język angielski, tylko stosować je w podanej formie.

## II. PRZYGOTOWANIE TABEL I MATERIAŁU ILUSTRACYJNEGO

1. Tabele i cały pozostały materiał ilustracyjny należy zamieścić w osobnych plikach i dokładnie opisać. Miejsca ich wstawienia należy zaznaczyć w tekście pracy, poprzez umieszczenie ześrodkowanego tytułu, wedle schematu:

**Tabela 1.** Inhibitory aktywności turystycznej

**Table 2.** Tourist activity inhibitors

2. W całym artykule stosujemy wyłącznie podział na tabele i ryciny (wszystko co nie jest tabelą – a więc: wykresy, schematy, fotografie itd. – nazywamy ryciną i oznaczamy skrótowo jako Ryc. [w j. ang. Fig.]).
3. Tytuły tabel należy podawać nad tabelami, a tytuły rycin – pod rycinami.
4. Tytuły tabel lub rycin, które należy zawsze podawać w języku polskim i angielskim, należy pisać czcionką Times New Roman, rozmiar 10.
5. Pod tabelą/ryciną należy podać ich źródło (czcionka Times New Roman, rozmiar 10) w języku polskim i angielskim. Jeśli oprócz samego źródła Autor chce podać jeszcze jakiś dodatkowy tekst (np. „Opracowanie własne na podstawie danych GUS oraz informacji uzyskanych drogą e-mailową od...”), to powinien on być podany także w języku angielskim („Own elaboration based on GUS data and on information e-mailed by...”).
6. Ryciny powinno się skanować z rozdzielczością nie mniejszą niż 300 DPI (optymalna rozdzielczość to 600 DPI) i zapisywać jako pliki line art w formacie TIFF.
7. Wykresy należy wykonywać w kolorze czarnym. Można stosować szare tenty lub tekstury.
8. Zdjęcia cyfrowe, wykonane w pełnej rozdzielczości, należy zapisywać w formacie TIFF lub JPEG. Nie należy stosować kompresji.
9. W razie umieszczenia w artykule materiałów ilustracyjnych pochodzących z opracowań zamieszczonych w innych pracach naukowych Autor ma obowiązek uzyskania zgody na przedruk.

### III. PRZYGOTOWANIE SEKCJI BIBLIOGRAFIA

1. W sekcji *Bibliografia*, zamieszczonej na końcu artykułu, powinny zostać podane jedynie publikacje cytowane/przywoływane w tekście pracy. Winny one być uporządkowane alfabetycznie, a ich opisy bibliograficzne powinny być pełne.
2. Sposób przywoływania różnego typu prac winien być zgodny z załączonym niżej wzorem, przy czym powinny one być podane w jednym zbiorczym zestawieniu (poniższy podział na typy prac zastosowano tylko w celu pokazania sposobu opisywania różnych typów źródeł).
3. W przypadku przywołania dwóch lub więcej prac tego samego autora, wydanych w tym samym roku, numerujemy je jako prace „a”, „b” itd. – wg wzoru: (2014a), (2014b) itd.
4. Jeżeli Autor artykułu poza publikacjami korzystał także ze stron internetowych, w przypadku których nie ma możliwości jednoznacznego wskazania elementów właściwych dla pełnego opisu bibliograficznego, winien wyróżnić sekcję *Netografia* (strony internetowe); winny w niej zostać podane adresy wykorzystywanych stron internetowych, w kolejności alfabetycznej, opisane wg wzoru:
  - <http://www.unwto.org/facts/eng/vision.htm> (08.09.2014).
5. W przypadku artykułów przewidzianych do publikacji w numerach anglojęzycznych, Autorzy powinni podawać (w nawiasach kwadratowych) tłumaczenia na angielski polskich tytułów prac wg wzoru:
  - Winiarski, R., Zdebski, J. (2008), *Psychologia turystyki [Psychology of Tourism]*, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa.

### Wzór przywoływania różnego typu prac w sekcji *Bibliografia*

#### A. Książki:

- MacCannell D. (2000), *Turysta. Nowa teoria klasy próżniaczej*, Warszawskie Wydawnictwo Literackie MUZA SA, Warszawa.
- Bednarska M., Gołembski G., Markiewicz E., Olszewski M. (2007), *Przedsiębiorstwo turystyczne. Ujęcie statyczne i dynamiczne*, PWE, Warszawa.

#### B. Książki pod redakcją i prace zbiorowe:

- Kruczek Z., red. (2002), *Kompendium pilota wycieczek*, Proksenia, Kraków.
- Buczowska K., Mikos von Rohrscheidt A., red. (2009), *Współczesne formy turystyki kulturowej*, AWF, Poznań.

**C. Rozdziały w książkach pod redakcją lub pracach zbiorowych:**

Alejski W. (2008), *Metodologia badań w turystyce*, [w:] Winiarski R., red., *Turystyka w naukach humanistycznych*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa, s. 140–164.

Lipiec J. (2006), *Człowiek wędrujący. Problem narodzin i sensu podmiotowości turystycznej*, [w:] *Aksjologia turystyki*. Praca zbiorowa pod redakcją Z. Dziubińskiego, Salezjańska Organizacja Sportowa Rzeczypospolitej Polskiej, s. 35–56.

**D. Artykuły w czasopismach naukowych:**

Cohen E. (1979), *A Phenomenology of Tourism Experiences*, „Sociology”, Vol. 13, s. 179–201.

Szczechowicz B. (2012), *The importance of attributes related to physical activity for the tourism product's utility*, [w:] „Journal of Sport & Tourism”, Vol. 18 (3), s. 225–249.

**E. Artykuły w czasopismach i gazetach branżowych:**

*Europejczycy jeżdżą po Europie* (2007), [w:] „Wiadomości Turystyczne”, nr 141 (15).

**F. Prace bez podanego autora, w tym raporty z badań i roczniki statystyczne:**

*Badania ankietowe profilu społecznego turystów krajowych zwiedzających Polskę (miasta i atrakcje turystyczne). Raport z badań* (2008), Instytut Turystyki, Warszawa.

*Terminologia turystyczna – zalecenia WTO* (1995), Organizacja Narodów Zjednoczonych, Światowa Organizacja Turystyki, Warszawa.

*Unia Europejska a przyszłość turystyki* (praca zbiorowa) (2003), SGH, Warszawa.

**G. Akty prawne:**

*Ustawa o usługach turystycznych z 29 sierpnia 1997 roku* (Dz.U. 2004, nr 223, poz. 2268, z późn. zm.).

**H. Publikacje dostępne w internecie:**

*Trendy w turystyce światowej*, <http://www.intur.com.pl/trendy.htm> (07.05.2012).

## INFORMACJA OGÓLNA DLA AUTORÓW PRZYGOTOWUJĄCYCH RECENZJE I POLEMIKI NAUKOWE

1. Redakcja przyjmuje do publikacji wyłącznie oryginalne recenzje polsko- i obcojęzycznych książek, monografii, artykułów naukowych oraz podręczników, a także innego typu prac naukowych i dydaktycznych takich jak raporty z badań, doktoraty, habilitacje itp.
2. Publikowane będą recenzje prac podejmujących zagadnienia z zakresu teorii turystyki, a także prac podejmujących problematykę turystyczną z perspektywy antropologii kulturowej, filozofii, socjologii, geografii, prawa, psychologii, historii, ekonomii, nauk o zarządzaniu, marketingu oraz innych dziedzin i dyscyplin nauki.
3. Zgłoszenie recenzji do druku jest jednoznaczne z przekazaniem Redakcji prawa do jej własności. Oznacza to, że bez pisemnej zgody wydawcy nie można danej recenzji publikować ani w całości, ani w części w innych czasopismach oraz pozostałych wydawnictwach lub mediach cyfrowych.
4. Tekst pracy powinien być przygotowany zgodnie z zasadami opisanymi w zamieszczonej poniżej **Instrukcji dla autorów przygotowujących recenzje i polemiki naukowe**. W przeciwnym wypadku zostanie on odesłany Autorowi/Autorom do poprawy.
5. Tekst recenzji powinien zostać przesłany drogą elektroniczną na adres Redakcji: **folia.turistica@awf.krakow.pl**.
6. Redakcja zastrzega sobie prawo do dokonywania zmian w tekście nadesłanych recenzji wynikających z adiustacji stylistycznej.
7. Autor recenzji otrzymuje nieodpłatnie elektroniczną wersję tego numeru Czasopisma, w którym ukazała się jego recenzja.

### Instrukcja dla autorów przygotowujących recenzje i polemiki naukowe

1. Pliki tekstowe należy przygotowywać w edytorze Word 6.0–XP w formacie DOC.
2. Ustawienia strony:
  - format A4;
  - marginesy: wszystkie po 2,5 cm;
  - interlinia: 1,5.
3. Imię i nazwisko Autora/Autorów: czcionka Times New Roman, rozmiar 12, pogrubiony. Po podaniu imienia i nazwiska odstęp w rozmiarze czcionki 12.
4. W przypisie dolnym należy podać stopień lub tytuł naukowy Autora/Autorów, afiliację (nazwa instytucji, którą Autor reprezentuje, w układzie: nazwa uczelni, nazwa wydziału, nazwa zakładu itp.) oraz adres kontaktowy (nr telefonu, e-mail). Formatowanie przypisu dolnego: czcionka Times New Roman, rozmiar 10, interlinia 1,0.
5. Tytuł należy sformułować według następującego wzoru (przykłady):
  - Recenzja książki Wiesława Alejsiaka i Tomasza Marciniaka *Międzynarodowe organizacje turystyczne*,
  - Opinia na temat *Marketingowej strategii Polski w sektorze turystyki na lata 2012–2020*,
  - Odpowiedź na opinie...itp.
6. Tytuł należy podać czcionką Times New Roman, rozmiar 14, pogrubiony, wersaliki. Po tytule odstęp w rozmiarze czcionki 14.
7. Tytuły poszczególnych części recenzji, jeżeli występują: czcionka Times New Roman, rozmiar 12, pogrubione, wyśrodkowane. Po każdym tytule odstęp w rozmiarze czcionki 12.
8. Tekst główny recenzji: czcionka Times New Roman, rozmiar 12, interlinia 1,5. Wcięcie pierwszego wiersza: 1 cm. Do formatowania tekstu należy stosować narzędzia edytora, a nie klawisza spacji, gdyż utrudnia to adiustację i tzw. łamanie tekstu.

9. W tekście recenzji nie należy stosować pogrubień, kapitalików i podkreśleń, a kursywę należy używać wyłącznie do tytułów pozycji zamieszczonych w przypisach i *Bibliografii* oraz symboli literowych w tekście głównym. Wprowadzając znaki interpunkcyjne, spację należy wstawić po znaku, a nie przed nim.
10. Jako myślnik oraz między liczbami oznaczającymi bliskie, a dokładnie niesprecyzowane wartości (np. ramy chronologiczne), należy stosować tzw. półpauzę (–), a nie dywiz (-) czy pauzę długą (—). Przykłady zastosowania:
  - „Po drugie – jak nakazuje tradycja – każdy uczeń powinien wystąpić w stroju galowym”.
  - „Lata 1914–1918, czasy I wojny światowej, to niezwykle ważny okres w dziejach Europy”.
  - „Informacje na ten temat znajdziemy na stronicach 12–24 wspomnianego opracowania”.
  - „Większość wód w rejonie Wysowej to szczawy typu wodorowęglanowo-chlorkowe”.
11. Jako uzupełnienie tekstu głównego recenzji mogą być stosowane (ale raczej oszczędnie) przypisy dolne: czcionka Times New Roman, rozmiar 10, interlinia 1,0.
12. Materiały ilustracyjne (tabele, ryciny) powinny zostać zredagowane w sposób analogiczny do tego, jaki obowiązuje autorów przygotowujących artykuły naukowe (por. *Instrukcja dla autorów przygotowujących artykuły naukowe*).
13. Dokumentację bibliograficzną w tekście recenzji należy sporządzać w tzw. systemie harwardzkim, czyli wewnątrz tekstu, w nawiasie kwadratowym należy podać nazwisko autora cytowanego lub przytaczanego dzieła, rok jego wydania oraz stronę/strony, do których Autor się odwołuje – bez przecinka między nazwiskiem autora a rokiem wydania pracy. W przypadku dwóch lub większej liczby prac przywoływanych w danym nawiasie pomiędzy nimi należy wstawiać średnik.
14. W sekcji *Bibliografia*, zamieszczonej na końcu recenzji, powinny zostać podane jedynie cytowane/przywoływane w recenzji prace. Winny one być uporządkowane alfabetycznie, a ich opisy bibliograficzne powinny być analogiczne do tych, jakie obowiązują autorów przygotowujących artykuły naukowe (por. *Instrukcja dla autorów przygotowujących artykuły naukowe*).



Od 1990 roku „Folia Turistica” jest specjalistycznym forum wymiany poglądów naukowych na temat turystyki oraz jej szeroko pojętego otoczenia. W czasopiśmie są publikowane artykuły z dziedziny turystyki, w jej interdyscyplinarnym ujęciu (zagadnienia humanistyczne, ekonomiczne, geograficzno-przestrzenne, organizacyjne, prawne i inne). Oprócz artykułów zawierających wyniki badań empirycznych, w czasopiśmie odnajdziemy także oryginalne prace teoretyczne, przeglądowe oraz dyskusyjne. W odrębnych działach zamieszczane są komunikaty, doniesienia i sprawozdania z badań, recenzje prac naukowych, informacje o naukowych konferencjach i sympozjach oraz dyskusje i polemiki.

**„Folia Turistica” jest indeksowana na liście punktowanych czasopism naukowych Ministerstwa Nauki i Szkolnictwa Wyższego. W systemie parametrycznej oceny działalności naukowej, za publikowane w niej prace, autorom i reprezentowanym przez nich instytucjom przysługuje 11 punktów.**

**„Folia Turistica” jest także indeksowana w bazie Index Copernicus International (ICV 2014: 69.11).**

