

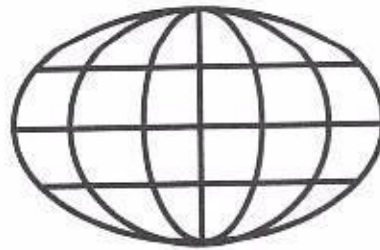
PL ISSN 0867-3888

AKADEMIA WYCHOWANIA FIZYCZNEGO  
IM. BRONISŁAWA CZECHA W KRAKOWIE

---

# FOLIA TURISTICA

Nr 14 — 2003



KRAKÓW 2003

## KOLEGIUM REDAKCYJNE

**Przewodnicząca:**

*prof. dr hab. Anna Nowakowska*

**Zastępca Przewodniczącej:**

*dr Zygmunt Kruczek*

**Członkowie:**

*prof. Marin Bachvarov, prof. dr hab. Stefan Bosiacki, prof. Milan Đuriček,  
prof. dr hab. Ryszard Galecki, prof. dr hab. Stanisław Liszewski,  
prof. dr hab. Janusz Zdebski, prof. dr hab. Stefan Żmuda*

**Sekretarz:**

*dr Wiesława Marczyk*

Artykuły recenzowane

**Redaktor zeszytu:**

*dr Zygmunt Kruczek*

**Adres Redakcji:**

al. Jana Pawła II 78, 31-571 Kraków

Korekta autorska



© Copyright by  
Academy of Physical Education  
in Cracow

---

**Opracowanie DTP i druk:**

Dział Poligrafii AWF Kraków, ul. Śniadeckich 12 B  
Zam. 215/2003, nakład 200 egz.

## OD REDAKCJI

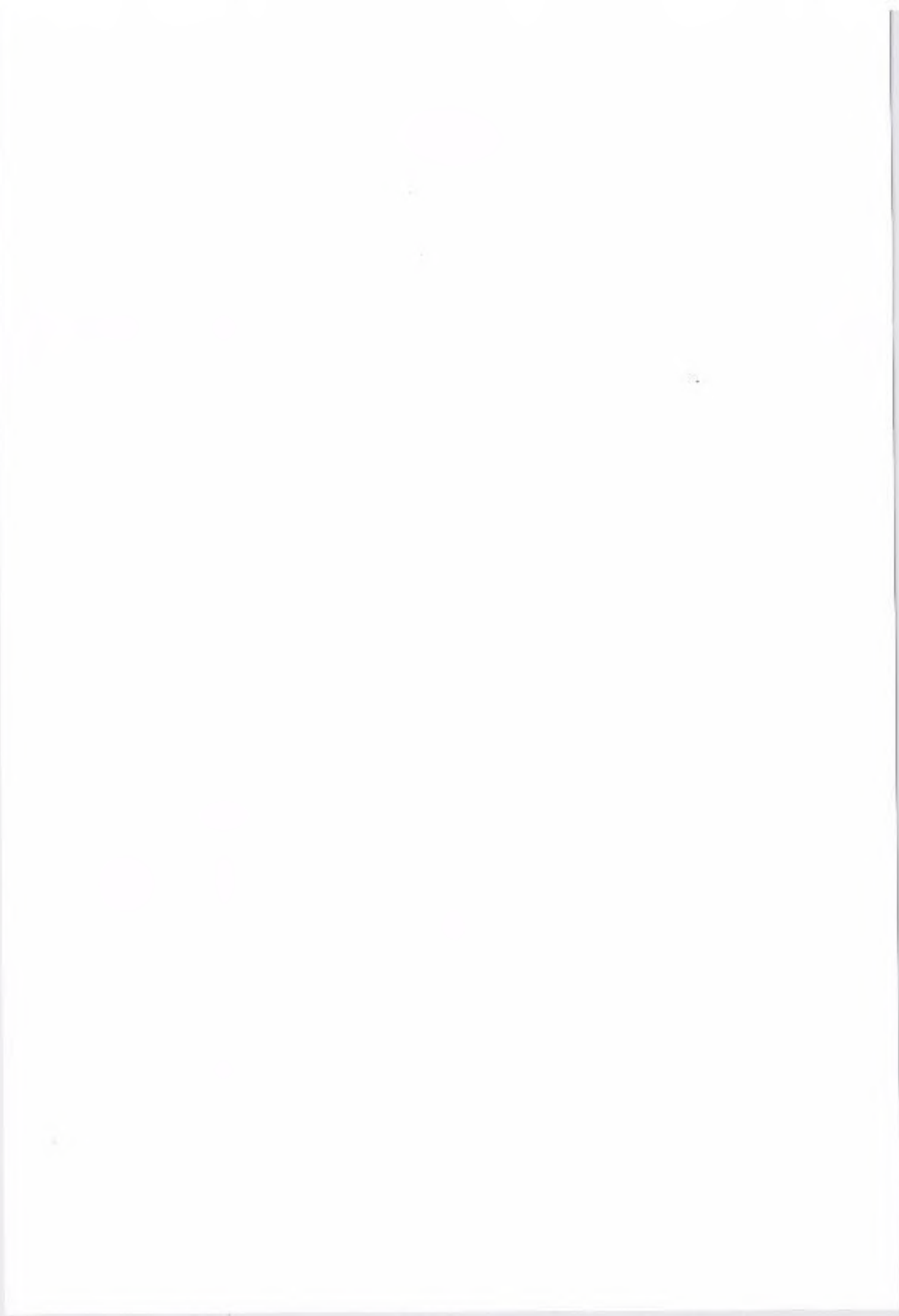
Kolejny, czternasty już tom „Folia Turistica” zawiera artykuły o różnorodnej tematyce. Otwiera go artykuł o rewitalizacji polskich uzdrowisk poprzez wprowadzenie ustawy o gminach uzdrowiskowych oraz inne działania rewitalizacyjne. Tematyka turystyki uzdrowiskowej jest przedmiotem drugiego artykułu przedstawiającego wyniki badań opinii kuracjuszy odwiedzających polskie uzdrowiska w 2002 r. Kariery kształconej w uczelniach kadry turystycznej prześledzić można na przykładzie losów absolwentów kierunku „turystyka i rekreacja” krakowskiej AWF. Problematyka kadrowa reprezentowana jest także w artykule analizującym przyczyny powstawania konfliktów wśród pracowników wybranych krakowskich hoteli wraz z propozycjami ich rozwiązywania.

Problematyka ruchu turystycznego, jego wielkości i struktury różnorodnych uwarunkowań prezentowana jest na przykładzie ruchu turystycznego w atrakcji turystycznej światowego formatu, jaką jest trasa turystyczna w Kopalni Soli w Wieliczce oraz turystyki religijnej do sanktuarium na Świętym Krzyżu.

Atrakcjom turystycznym poświęcone są dwa artykuły – jeden z nich opisuje wrażenia osób je odwiedzających a drugi traktuje atrakcje (kolejki wąskotorowe) jako czynnik rozwoju regionu.

Tom kończą rozważania nad uwarunkowaniami rozwoju agroturystyki w powiecie gnieźnieńskim, analiza uwarunkowań rozwoju turystyki przyjazdowej z Niemiec do Polski oraz artykuł o projektowaniu urządzeń rekreacyjnych dla dzieci. W dziale recenzji zamieszczono ocenę koncepcji MacCannela oraz Grabuna dotyczących wypraw po autentyczność i wrażenie.

*Zygmunt Kruczek*





## SPOSOBY REWITALIZACJI POLSKICH UZDROWISK – USTAWA O GMINACH UZDROWISKOWYCH I INNE FORMY AKTYWIZACJI SPOŁECZNO-GOSPODARCZEJ

*Tomasz Wołowicz\**

### 1. Wprowadzenie

Turystyka uzdrowiskowa to ważny kierunek rozwoju produktu turystycznego naszego kraju. Rozwój cywilizacji powoduje, iż coraz częściej szukamy sposobów by wspomóc nasze siły biologiczne, a to przyczynia się do wzrostu zainteresowania turystyką uzdrowiskową.

Stan i perspektywy rozwoju turystyki uzdrowiskowej są skorelowane z kondycją polskich uzdrowisk oraz z przebiegiem procesu prywatyzacji tego sektora. Konieczne reformy gospodarki uzdrowiskowej są wymuszone wzrastającą konkurencją zagranicznych kurortów oraz potrzebą wykorzystania ogromnego potencjału ludzkiego i materialnego (infrastruktura turystyczna, sportowa i rekreacyjna), jaki skupiony jest w polskich uzdrowiskach.

Lecznictwo uzdrowiskowe i powiązana z nim turystyka uzdrowiskowa posiadają dwa zasadnicze obszary rozwoju. Pierwszy z nich to odnowa sił biologicznych człowieka poprzez wykorzystanie wód leczniczych, kopalin naturalnych oraz właściwości klimatu. Obszar drugi to aktywne formy spędzania czasu wolnego (bliskość terenów górskich, leśnych oraz niewykorzystana baza sportowo-rekreacyjna). Około 40% kuracjuszy leczy w polskich uzdrowiskach choroby reumatyczne, 20% dolegliwości układu oddechowego, 12% układu krążenia, a 10% choroby przewodu pokarmowego. Większość uzdrowisk położona jest w pasie górskim i podgórskim oraz w terenie nadmorskim. Wszystkie polskie uzdrowiska stoją u progu poważnych zmian, głównie dotyczących procesu prywatyzacji oraz zmian w systemie zarządzania bazą uzdrowiskowa, aby dostosować polskie uzdrowiska do standardów zachodnioeuropejskich i skutecznie z nimi konkurować.

\* Wyższa Szkoła Biznesu – National Louis University, doradca ds. ekonomiczno-prawnych Stowarzyszenia Gmin Uzdrowiskowych RP

Wzorem rozwiązań niemieckich i austriackich, a także nawiązując do doświadczeń przedwojennych proponuje się wydzielenie z prywatyzacji 5 największych uzdrowisk i włączenie ich do zespołu uzdrowisk narodowych. Również dokument rządowy „Strategia rozwoju turystyki w latach 2001-2006” zakłada zwiększenie rentowności majątku państwowego poddawanego procesowi przekształceń własnościowych m.in. w sektorze uzdrowisk i ośrodków wypoczynkowych zakładów pracy.

Z procesami tymi powinno być szybkie uchwalenie ustawy o gminach uzdrowiskowych, która jak najszybciej powinna zastąpić anachroniczne rozwiązania zawarte w ustawie z 1996 roku o uzdrowiskach i lecznictwie uzdrowiskowym. Zasadniczym obszarem zmian jest konieczność przekazania znaczących uprawnień decyzyjnych w obszarze funkcjonowania uzdrowisk samorządom i usytuowanie zakładów lecznictwa uzdrowiskowego w pionie zakładów lecznictwa powszechnego.

Poważnym problemem z jakim borykają się polskie uzdrowiska i miejscowości uzdrowiskowe jest brak środków finansowych, co spowodowane jest malejącym udziałem nakładów na lecznictwo uzdrowiskowe w budżecie państwa i niekorzystnymi rozwiązaniami podatkowymi. Ważną kwestią gospodarki uzdrowiskowej, jest ciągle dostosowywanie polskich norm, do wymogów lecznictwa uzdrowiskowego obowiązującego w krajach Unii Europejskiej. Jest to istotne zarówno, dla poprawienia konkurencyjności polskich uzdrowisk, jak i dla podniesienia jakości obsługi w zakładach leczniczych. Procesy te powinny przebiegać z nie tylko z myślą o turystach i kuracjuszach krajowych, ale również gościach zagranicznych. Dużą wagę należy przykładać również do rozwoju branż związanych z klasycznym lecznictwem i turystyką uzdrowiskowa tj. rozlewnictwa i butelkowania wody mineralnej.

## 2. Ustawa o gminach uzdrowiskowych

Po odzyskaniu niepodległości polskie uzdrowiska miały różny statut prawny i znajdowały się w różnej fazie rozwoju. Przykładowo Zakopane i Zaleszczyki funkcjonowały jako tzw. dobra publiczne, część uzdrowisk (Burkut, Krynica, Busko, Ciechocinek, Szkło, Druskienniki) miało statut państwowych, pięć było uzdrowiskami komunalnymi (Delatyn, Inowrocław, Otwock, Muszyna i Piwniczna), a pozostałe to własność prywatna, bądź komunalno-prywatna lub własność towarzystw lekarskich i instytucji ubezpieczeniowych. Stan własnościowy uzdrowisk polskich okresu przedwojennego odpowiadał obecnej strukturze uzdrowisk zachodnioeuropejskich. Ówczesne uzdrowiska charakteryzowały się wielofunkcyjnością, polegającą na tym, iż funkcje uzdrowiskowe były uzupełniane ofertą turystyczną, rekreacyjną i sportową. Okres powojenny to zmiana



charakteru uzdrowisk w kierunku uzdrowisk socjalnych. Uzdrowiska z elegancją i elitarnego, ale i przeznaczonego dla zróżnicowanej klienteli charakteru, przekształcały się w uzdrowiska socjalne, dostępne dla „ludu pracującego miast i wsi”. Hotele i pensjonaty zaczęły być zastępowane sanatoriami branżowymi i związkowymi, skutkiem czego nastąpiło zaburzenie urbanistycznej struktury przestrzennej i architektonicznej uzdrowisk. [cyt. 41, s. 45, por. 8, s. 23–25, 9, s. 56–64 i 7]

Gminy uzdrowiskowe chcąc sprostać z jednej strony obostrzonym rygorom związanym z ich funkcjonowaniem, a z drugiej nie posiadając środków na to, wprowadziły uchwałami wysokie podatki od nieruchomości, jak i wysokie opłaty za wodę i ścieki.

Obecnie uzdrowiska nadal funkcjonują w oparciu o rozwiązania zawarte w ustawie z 1966 r. o uzdrowiskach i lecznictwie uzdrowiskowym. Przepisy zawarte w tej ustawie każą gminom uzdrowiskowym uzgadniać każdą inwestycję, każdy remont, prace budowlane itd. z Ministrem Zdrowia. Procedura uzgodnień trwa nieraz miesiącami powodując zniechęcenie inwestorów i często rezygnację z niej. Ustawa prawo geologiczne i górnicze obliguje gminy uzdrowiskowe do pokrycia 50% kosztu sporządzenia planu zagospodarowania przestrzennego dla terenu górniczego przedsiębiorcy, który wydobywa kopaliny, a koncesję udziela Minister Środowiska. Ustawa o ochronie środowiska i przepisy wykonawcze do niej określają obszary uzdrowisk mianem obszarów specjalnej ochrony, na których obowiązują inne zasady gospodarowania i inne zaostrzone normy czystości, zanieczyszczeń, które nie są znane innym gminom. W uzdrowiskach tworzy się strefy ochrony konserwatorskiej, dotyczące zabudowy i strefy ochrony przyrodniczej, dotyczące zespołów przyrodniczych. Zgodnie z przepisami ustawy o lasach wokół uzdrowisk tworzy się lasy ochronne, o specyficznych zasadach prowadzenia w nich gospodarki leśnej. Lasy te mają za zadanie poprawę retencyjności zlewni wód oraz podwyższania leczniczych właściwości klimatu w uzdrowisku. [cyt. za 9, s. 56–64, 6, s. 33–35, por. 27, s. 73–78, 29, 32, 35, s. 26–37]

Liczne zaostrzone przepisy z zakresu ochrony środowiska naturalnego, przepisów sanitarnych, budowlanych, architektonicznych oraz wynikających z prawa geologicznego i górniczego hamują rozwój miejscowości uzdrowiskowych. Ograniczenia te są konieczne, gdyż bez nich naturalne walory środowiska naturalnego uzdrowisk zostałyby utracone, bądź zagrożone. Niedopuszczalne jest, aby w obecnym systemie prawnym, opłaty i kary z tytułu przedwczesnego wylesiania określonego obszaru lasu ochronnego zasilały centralny fundusz leśny, z którego do gminy żadne środki już nie wracają. Opłaty te powinny w całości zasilać gminny fundusz ochrony środowiska i być przeznaczone na nowe zalesienia, poprawę retencyjności obszarów ochrony uzdrowiskowej czy też na utrzymanie zieleni w uzdrowisku. Problem ten dotyczy również innych opłat np. za gospodarcze korzystanie z wód, opłaty eksploatacyjne itd.



Istotnym niedostatkim ustawy o uzdrowiskach i lecznictwie jest nieaktualność większości jej przepisów oraz brak spójnego zespołu norm prawnych i instrumentów ekonomicznych, które skłoniłyby wspólnoty samorządowe w miejscowościach uzdrowiskowych do troski zarówno o potrzeby miejscowości, jak również o różnorodne potrzeby kuracjuszy. Obowiązujące rozwiązania prawne stwarzają przeświadczenie, iż organizowanie i gospodarowanie uzdrowiskami stanowi problem dla całokształtu gospodarki gminy, bowiem istniejące ograniczenia w zakresie rozbudowy infrastruktury uzdrowiskowej oraz koszty utrzymania istniejącej, jak również koszty obsługi kuracjuszy nie są w odpowiedni sposób rekompensowane. [por. 35, s. 26–37, 41, s. 45–51, 27, 25, s. 31–38, 13, s. 28–33, 10]

Celowe wydaje się stworzenie takiej regulacji prawnej, która nie tylko zapewni wspólnocie samorządowej, na obszarze której istnieje uzdrowisko, realny wpływ na jego funkcjonowanie przy uwzględnieniu obecnego statusu i roli gmin w administrowaniu krajem, ale również skłoni samorzady do podejmowania w tym zakresie pożądanej inicjatywy z uwagi na dodatkowe dochody. Chodzi o zapewnienie instrumentów zarówno prawnych jak i ekonomicznych, które sprzyjałyby zapewnieniu wysokiej jakości usług leczniczych, jak i efektywnego poziomu organizacji zarządzania w uzdrowiskach. Obowiązujące rozwiązania prawne normujące funkcjonowanie uzdrowisk nie uwzględniają zmian, jakie dokonały się w sferze zakładów opieki zdrowotnej, dlatego konieczne staje się jednoznaczne umieszczenie zakładów opieki zdrowotnej świadczących usługi lecznicze w uzdrowiskach w pionie zakładów lecznictwa powszechnego.

Projektowana ustawa o gminach uzdrowiskowych powinna wypełnić istniejącą już od dwunastu lat lukę ustawową, mówiącą o uregulowaniu odrębności ustrojowej gmin uzdrowiskowych – art. 38 ustawy z dnia 8 marca 1990 roku o samorządzie gminnym. Przepis ten wyraźnie mówi, że „*odrębność ustroju gmin, które wykonują zadania o szczególnym charakterze określają właściwe ustawy. Dotyczy to w szczególności gmin uzdrowiskowych.*” [por. 5, 6, s. 33–35, 9, s. 56–64, 7, 17, 18, s. 52–56]

Kategorię tych gmin tworzą przede wszystkim gminy uzdrowiskowe, które ze względu na charakter i zakres realizowanych zadań wymagają odrębnego podejścia ze strony ustawodawcy. Specyfika ta od wielu lat uznawana jest w ustawodawstwach zachodnioeuropejskich. [por. 17]

Szczególny charakter powyższych zadań wynika z faktu, że podstawową wartością gmin uzdrowiskowych są ich walory turystyczno-rekreacyjne oraz lecznicze. Fakt ten kształtuje zupełnie odmienne, w porównaniu z innymi gminami perspektywy, ale i bariery rozwoju.

Gminy uzdrowiskowe muszą przyjąć na swoim terenie określoną grupę ludzi z całego kraju, którzy przyjeżdżają do uzdrowiska w celach leczniczych. Dla tej grupy osób gmina musi stworzyć zewnętrzne warunki pobytu, oddając im do



dyspozycji urządzone w szczególny sposób tereny swojej gminy (parki, deptaki, promenady spacerowe, ścieżki zdrowia) i zabezpieczając dla nich określone usługi z zakresu kultury (domy kultury, czytelnie, biblioteki, orkiestrę zdrojową), turystyki, rekreacji, sportu, komunikacji.

**Jest to więc realizacja zadań dla osób, które nie są mieszkańcami gminy, za pieniądze własnych podatników.**

Gminy Uzdrawiskowe mające na swoim obszarze uzdrawiska, muszą spełnić szereg bardzo rygorystycznych wymogów w zakresie ochrony środowiska naturalnego, a także zachowania walorów leczniczych, sanitarnych, klimatycznych, architektonicznych czy krajobrazowych danej miejscowości. Powoduje to poważne ograniczenia w rozwoju gospodarczym gminy uzdrawiskowej, monokulturowe zatrudnienie, jednostronny rozwój gospodarczy gminy (tylko lecznictwo uzdrawiskowe i turystyka), który nie jest niczym rekompensowany. Ponadto na ich terenie ograniczone jest pole dla inwestycji mogących pogorszyć ich walory uzdrawiskowe.

Polski system kształtowania wielkości dochodów gmin jest natomiast taki, że w żaden sposób nie premiuje on przedsiębiorczości, a tym samym rozwoju gmin, np. zwiększenia ilości miejsc leczniczych czy turystycznych, bowiem wpływy finansowe od turystów są wpływami właścicieli domów wczasowych, sanatoriów, sklepów, zakładów usługowych, a ewentualnie zwiększony podatek z tego tytułu staje się dochodem budżetu państwa, a nie dochodem budżetu gminy. Z drugiej strony działalność lecznicza (uzdrawiskowa) korzysta w gminach uzdrawiskowych z szeregu ulg i preferencji podatkowych, które poważnie zaniżają dochody podatkowe gmin mających na swoim terenie uzdrawiska. Dotyczy to szczególnie niższego podatku od sanatoriów, zwolnienia z opłaty miejscowej kuracjuszy, całkowitego zwolnienia z podatku od nieruchomości obiektów zabytkowych. Tymczasem gmina mająca na swoim terenie uzdrawisko wydaje dodatkowe środki na utrzymanie: parków zdrojowych i ścieżek zdrowia, deptaków, promenad spacerowych, ogromnych terenów zieleni, rabat kwiatowych, a także orkiestry zdrojowej, domów kultury, sal koncertowych, bibliotek i czytelní dla kuracjuszy, jak i terenów rekreacyjnych. [por. 6, 9, 17]

Jest też zobowiązana posiadać wszystkie media komunalne o podwyższonej sprawności działania, służące nie tylko mieszkańcom, ale również kuracjuszom, tak aby zadośćuczynić obostrzonym dla uzdrawisk normom z zakresu ochrony środowiska. Wydatki na te cele często sięgają 30-40% całego budżetu gminy, a w przypadku prowadzonych inwestycji kwota ta jest jeszcze większa. [por. 6, 9, 32, 35, 41]

Współczesne ustawodawstwo państw zachodnioeuropejskich dostrzega specyfikę gmin uzdrawiskowych i reguluje zarówno kwestie ustrojowe jak też finansowe gmin mających na swoim terenie uzdrawiska.

W ustawodawstwie niemieckim jest wiele form rekompensujących bariery rozwojowe gmin uzdrowiskowych jak też zachęcających do tworzenia warunków dla rozwoju i funkcjonowania uzdrowisk. Stąd też w Niemczech czy Włoszech jest aż ponad 300 uzdrowisk gdy tymczasem w Polsce zaledwie 44. [por. 6, 9, 41]

Wśród form rekompensujących bariery rozwojowe gmin uzdrowiskowych i zachęcających do utrzymania i tworzenia uzdrowisk w Niemczech i Włoszech są m.in.: [por. 6, 9, 32, 35, 41]

- 1) dotacje celowe na realizację infrastruktury uzdrowiskowej i komunalnej spełniającej zaostrzone wymogi z zakresu ochrony środowiska naturalnego,
- 2) miejscowy podatek turystyczny,
- 3) podatek od drugiego mieszkania,
- 4) zwiększone udziały w dochodach podatkowych,
- 5) taksa kuracyjna,
- 6) preferencyjne kredyty na budowę infrastruktury rekreacyjnej, sportowej i uzdrowiskowej,
- 7) przyjęcie zasady, że opłaty i kary za gospodarcze korzystanie ze środowiska są dochodem gmin uzdrowiskowych,
- 8) przyjęcie zasady, że podmioty działające na terenie gmin uzdrowiskowych podlegają tym samym zasadom opodatkowania co w innych gminach bez ulg i preferencji.

Ustawa o uzdrowiskach, gminach uzdrowiskowych i lecznictwie uzdrowiskowym powinna określać warunki, jakie muszą spełniać obszary, które mają być uznane za uzdrowiska oraz zadania ministra zdrowia w tym zakresie. Ponadto ustawa powinna również regulować formy prowadzenia lecznictwa uzdrowiskowego.

Przyjęcie zasady położenia obszaru uzdrowiska na terenie jednej gminy pozwoli na przygotowanie projektu ustawy, w którym każda gmina, na terenie której znajduje się uzdrowisko staje się z mocy prawa gminą uzdrowiskową.

Projektowana ustawa powinna określać odrębności w zakresie ustroju i finansowania gmin uzdrowiskowych oraz tryb przyznawania gminie statusu gminy uzdrowiskowej. Taka regulacja byłaby w pełni uzasadniona na gruncie przepisów ustawy z dnia 8 marca 1990 r. o samorządzie gminnym. Przepis art. 38 przywołanej ustawy daje możliwość odmiennego uregulowania w odrębnej ustawie kwestii ustrojowych gmin, które wykonują zadania o szczególnym charakterze. Ustawodawca *expressis verbis* wskazuje na gminy uzdrowiskowe jako te z podstawowych jednostek samorządu terytorialnego, które w szczególności powinny posiadać ustrój odrębny od „zwykłych” gmin. Szczególny charakter gmin uzdrowiskowych wynika z faktu, że podstawową wartością gmin uzdrowiskowych są walory lecznicze klimatu i naturalne surowce lecznicze oraz związana z tym konieczność ich ochrony. Fakt ten kształtuje zupełnie odmiennie, w po-



równaniu z pozostałymi gminami, perspektywy, a zarazem bariery rozwojowe tej kategorii gmin, dlatego też celem projektowanej regulacji musi być stworzenie warunków i możliwości dla rozwoju gmin uzdrowiskowych. Projekt ustawy definiować powinien pojęcie gminy uzdrowiskowej, ustalać jej dodatkowe zadania własne i określać środki na realizację zadań własnych. Realizacja tego celu jest konieczna z uwagi na postępującą degradację znacznej ilości uzdrowisk w Polsce. [cyt. za 20, s. 40–64, 21, s. 20–28, 22, s. 20–44, 41, s. 45–52, 30, s. 21–24]

Przepisy ogólne ustawy powinny koncentrować się wokół określenia ram przedmiotowych i podmiotowych ustawy oraz wyjaśnienia znaczenia pojęć, którymi posługuje się projektodawca. I tak pojęcie „lecznictwa uzdrowiskowego” powinno być określone w sposób nie wprowadzający istotnych zmian merytorycznych w porównaniu do definicji obowiązującej w ustawie o uzdrowiskach, jednakże konieczne jest dostosowanie terminologii do tej, która została przyjęta w związku z ustawą o zakładach opieki zdrowotnej i ustawą o powszechnym ubezpieczeniu zdrowotnym. Określenie lecznictwa uzdrowiskowego oparte musi być na założeniu wykorzystania w nim naturalnych surowców leczniczych lub właściwości leczniczych klimatu oraz uwzględnienia celu leczenia, a także wskazania iż lecznictwo uzdrowiskowe związane jest zwykle ze zmianą miejsca pobytu przez kuracjusza.

Definiując „właściwości lecznicze klimatu” oraz „naturalne surowce lecznicze” ustawa winna określać je ogólnie. Kryterium użyteczności naturalnych składników środowiska na potrzeby lecznicze powinny zapewniać definicji naturalnych surowców leczniczych i właściwości leczniczych klimatu sporą elastyczność potrzebną z uwagi na ciągły rozwój nauki.

Ustawa powinna zakładać umiejscowienie uzdrowiska na terenie jednej gminy. Należy zrezygnować ze ścisłego materialnego powiązania uzdrowiska z określoną miejscowością, przewidując w przyszłości możliwe sytuacje, gdy obszar funkcjonalnie jednego uzdrowiska (np. wykorzystanie tych samych źródeł naturalnych surowców leczniczych) może objąć kilka miejscowości lub części tych miejscowości na terenie gminy.

Projekt winien przyporządkować zakłady lecznictwa uzdrowiskowego regulom ustawy o zakładach opieki zdrowotnej, zgodnie z zasadą, że lecznictwo uzdrowiskowe jest integralną częścią leczenia.

Słowniczek ustawy winien zawierać również inne pojęcia, takie jak m.in. „kuracjusz”, „tereny biologicznie czynne”, „urządzone tereny zieleni”, a których zdefiniowanie jest niezbędne w celu uniknięcia niejasności i wątpliwości interpretacyjnych.

Uzdrowiskiem powinien być zatem konkretny wyodrębniony terytorialnie obszar, który spełniać będzie cechy wymienione w ustawie. Wymagania, które powinno spełniać uzdrowisko dotyczyć powinny zarówno obecności naturalnych surowców leczniczych lub właściwości leczniczych klimatu, jak i infrastruktury

niezbędnej do przebywania ludzi i korzystania przez nich z zasobów środowiska naturalnego. Uznać powinno się, iż dla właściwego wykorzystywania w celach leczniczych składników środowiska i zapewnienia ludności swobodnego i pełnego do nich dostępu niezbędne jest organizacyjne i techniczne zaplecze. Stąd konieczność posiadania należytej komunikacji umożliwiającej transport kuracjuszy, odpowiedniej gospodarki odpadami itp. Konieczność występowania na terenie uzdrowiska zakładów lecznictwa uzdrowiskowego i urządzeń lecznictwa uzdrowiskowego uzasadnione powinno być nie tylko celem i zakresem działalności uzdrowiska, ale także zapewnieniem ekonomicznego i odpowiedniego do stanu wiedzy medycznej wykorzystania naturalnych surowców leczniczych. Powyższe założenia są zgodne z europejskimi standardami (porównywalnie kwestię tą reguluje ustawa niemiecka czy austriacka). [por. 20, 21, 22, 30, 41, także 25, s. 31–38, 28]

Projekt powinien określać procedurę uznania obszaru za uzdrowisko. Obszar spełniający wymogi ustawowe uzyskuje status uzdrowiska w drodze właściwego rozporządzenia Rady Ministrów w sprawie uznania obszaru za uzdrowisko.

Projektowana ustawa winna zakładać, iż uznanie obszaru gminy za uzdrowisko jest rozstrzygnięciem przesądzającym o nadaniu gminie statusu gminy uzdrowiskowej. Tym samym gmina, w granicach której znajduje się uzdrowisko z mocy prawa staje się gminą uzdrowiskową, w dniu wejścia w życie rozporządzenia Rady Ministrów uznającego dany obszar gminy uzdrowiskowej za uzdrowisko i od tego momentu obowiązuje uchwalony wcześniej statut.

Minister właściwy do spraw zdrowia powinien dokonywać oceny zasadności uznania obszaru za uzdrowisko, w oparciu o operat uzdrowiskowy. Operat uzdrowiskowy stanowić powinien nowoczesne narzędzie monitoringu uzdrowisk ustalając, czy obszar objęty zgłoszeniem spełnia warunki ustawowe. Koszt sporządzenia operatu uzdrowiskowego pokrywać powinien odpowiednio wnioskodawca, czyli właściwa gmina.

Przyjąć należałoby zasadę obligatoryjności uchwalania przez radę gminy statutu uzdrowiska, przed złożeniem wniosku do ministra właściwego do spraw zdrowia o uznanie obszaru za uzdrowisko. Uchwalony statut winien być dokumentem o charakterze prawno-ustrojowym dla części jednostki samorządu terytorialnego wyznaczonej przez granice uzdrowiska, poniekąd odrębnej od statutu gminy. Oprócz elementów wymaganych ustawowo, statut uzdrowiska może przewidywać regulacje innych sfer związanych z funkcjonowaniem uzdrowiska.

Ustawa nie musi przewidywać szczególnej weryfikacji dotychczasowych uzdrowisk z tym, że powinno przewidywać się procedurę mającą na celu doprowadzenia do spełnienia przez istniejące uzdrowiska wymagań określonych w projektowanej ustawie, w ciągu na przykład 3 lat od dnia wejścia w życie ustawy. Ten okres przeznaczony byłby przede wszystkim na sporządzenie operatu uzdrowiskowego. W powyższym terminie powinno również dojść do uchwalenia statutu



uzdrowiska. W razie uchybienia tego terminu projekt musi przewidywać określone sankcje. Ma to skłonić gminy do jak najszybszego dostosowania dotychczasowych uzdrowisk do wymagań, wynikających z aktualnego stanu prawnego.

Projektowana ustawa musi zakładać utworzenie stref ochronnych uzdrowiska: strefę A (obligatoryjna), w której znajdować się będą zakłady lecznictwa uzdrowiskowego i urządzenia lecznictwa uzdrowiskowego a więc te elementy, które są bezpośrednio związane z uzdrowiskowym leczeniem; strefę B (obligatoryjna) przeznaczoną dla budownictwa mieszkaniowego, obiektów wczasowych oraz zakładów zaspokajających potrzeby kuracjuszy i turystów oraz dodatkowo tam, gdzie to jest konieczne strefę C, obejmującą okolice uzdrowiska, która ma wpływ na zachowanie walorów przyrodniczych uzdrowiska. Mapa wyznaczonego obszaru ochrony uzdrowiskowej z podziałem na strefy ochrony winna być dołączona do statutu. Ponadto obszar ochrony uzdrowiskowej z podziałem na strefy ochronne, gmina powinna uwzględniać w miejscowym planie zagospodarowania przestrzennego. Projekt dodatkowo określa, że strefy A i B powinny znajdować się na terenie gminy uzdrowiskowej oraz posiadać określone procentowo udziały urządzonych terenów zieleni dla strefy A i procentowy wskaźnik terenów biologicznie czynnych dla strefy B. Taki zapis musi skutkować wprowadzeniem zmiany w ustawie o zagospodarowaniu przestrzennym, polegającej na zniesieniu dotychczasowego obowiązku uzgadniania warunków zabudowy i zagospodarowania terenu każdej inwestycji na rzecz inwestycji nie objętych zapisami statutu uzdrowiska, w części dotyczącej szczegółowych zasad kształtowania przestrzeni w poszczególnych strefach ochrony uzdrowiskowej. W praktyce oznaczać to powinno znaczne skrócenie procesu inwestycyjnego, czyniąc jednocześnie gminę odpowiedzialną za zagospodarowanie przestrzenne obszaru uzdrowiska. [cyt za. 41, s. 45–52, por. 20, 21 i 22]

Ustawa musi opisywać organizację i funkcjonowanie lecznictwa uzdrowiskowego, stosując moim zdaniem zasadę integralności lecznictwa uzdrowiskowego z lecznictwem ogólnym.

Dlatego projekt powinien dzielić lecznictwo na leczenie prowadzone w zakładach lecznictwa uzdrowiskowego, do których zastosowanie mają przepisy ustawy o zakładach opieki zdrowotnej oraz na leczenie prowadzone przy pomocy urządzeń lecznictwa uzdrowiskowego, do których nie stosują się omawiane zapisy. Z tego też powodu ich wykaz, opis i regulaminy porządkowe mają być ujęte w statucie uzdrowiska.

W projektowanej ustawie należy również uregulować zagadnienia związane z odrębnością ustroju gmin uzdrowiskowych. Zatem gminy na terenie których znajdują się uzdrowiska uzyskują z mocy prawa status gmin uzdrowiskowych. Stanie się to możliwe w wyniku przyjęcia założenia, że obszar uzdrowiska wyznaczają strefy ochronne A, B, które znajdują się na terenie tej samej gminy.

Projekt ustawy winien stanowić o ustroju gminy uzdrowiskowej, poprzez określenie jej zadań własnych związanych z funkcjonowaniem uzdrowiska, konieczności powołania stałej Komisji Uzdrowiskowej i odrębności statutu.

W związku ze swą specyfiką gminy uzdrowiskowe ponoszą wydatki inwestycyjne związane z zastrzonymi w stosunku do uzdrowisk wymogami ochrony środowiska. Ponadto zasadniczą pozycję ich wydatków stanowią koszty utrzymania urzędzeń lecznictwa uzdrowiskowego. Dochody własne gmin uzdrowiskowych uzyskiwane z opłaty miejscowej są niewielkie i mogą być przeznaczone na każdy cel. Wielokrotnie potrzeby uzdrowiskowe były odrzucane przy głosowaniu nad budżetem gminy. Stało się to przyczyną stopniowej degradacji obszarów uzdrowiskowych. Ponadto 1 stycznia 1999 r. w związku z wejściem w życie ustawy o powszechnym ubezpieczeniu zdrowotnym, nie jest możliwe pokrywanie kosztów utrzymania urzędzeń lecznictwa uzdrowiskowego przez ministra właściwego do spraw zdrowia w ramach stawki osobodnia. Dlatego projekt ustawy przewidywać musi możliwość nieodpłatnego przeniesienia własności nieruchomości, na której znajdują się urzędzenia lecznictwa uzdrowiskowego na rzecz gminy uzdrowiskowej, bowiem dotychczas właścicielami większości tych nieruchomości są jednoosobowe spółki Skarbu Państwa i obowiązują tu postępowanie przetargowe. Stąd też konieczność pozyskania dodatkowych dochodów własnych gmin uzdrowiskowych przeznaczonych na funkcjonowanie uzdrowiska, tym bardziej, że po przekazaniu na rzecz gminy nieruchomości, gmina traci wpływ z podatku od nich. Stowarzyszenie Gmin Uzdrowiskowych opracowało i rozesłało ankiety dotyczące kosztów funkcjonowania uzdrowiska. Pozwala to w przybliżeniu określić zarówno skalę wydatków, jak i dodatkowych wpływów z opłaty miejscowej. Na podstawie ankiet nadesłanych przez 21 gmin uzdrowiskowych wydatki związane z funkcjonowaniem uzdrowiska pokrywane dotychczas z dochodów własnych kształtują się w granicach 95 milionów złotych. W związku z proponowaną podwyższoną stawką opłaty miejscowej pobieranej na obszarze uzdrowiska można zakładać podwojenie wpływów z opłaty miejscowej z przeznaczeniem na działalność związaną z funkcjonowaniem uzdrowiska. Zostaje natomiast wskazane wydatkowanie tych dochodów. Wpływy z podwyższonej stawki opłaty miejscowej na obszarze uzdrowiska szacuje się na około 3 miliony złotych. [cyt. za 41, s. 45–52, por. 20, 21, 22, 25, 28 i 30]

### **3. Instrumenty podatkowe, finansowe, marketingowe i promocyjne**

Polska posiada 44 uzdrowiska statutowe, 50% z nich znajduje się na południu kraju. Istnieje również kilkadziesiąt miejscowości potencjalnie uzdrowiskowych, m.in. Jastrzębia Góra, Łeba, Darłówko, Gołdap, Zaniemyśl, Łagów,



Łąbedź, Celejów, Sosnówka, Tylicz, Cisna, Zawojda itp. Istnieje również wiele zapomnianych uzdrowisk, jak: Otwock, Głucholazy, Szklarska Poręba, Krasnobród, Krzeszowice, Szczawa, Ustronie Morskie.

Struktura własnościowa polskich uzdrowisk, wygląda następująco:

- a) około 48% łóżek sanatoryjnych stanowi własność Skarbu Państwa w formie spółek akcyjnych lub spółek z ograniczoną odpowiedzialnością,
- b) do niedawna były to państwowe przedsiębiorstwa uzdrowiskowe, obecnie znajdują się w trakcie prywatyzacji,
- c) około 19% łóżek sanatoryjnych należy do związków zawodowych,
- d) około 18% łóżek sanatoryjnych znajduje się w posiadaniu różnych zakładów pracy,
- e) około 12% łóżek sanatoryjnych należy do dawnych branżowych służb zdrowia (PKP, MON, MSWiA),
- f) około 3% stanowią łóżka w sanatoriach i pensjonatach prywatnych.

Struktura wielkości uzdrowisk:

- a) 45% stanowią uzdrowiska posiadające od 5000 do 1500 łóżek,
- b) 31% stanowią duże uzdrowiska posiadające powyżej 3000 łóżek,
- c) 17% stanowią uzdrowiska posiadające 1500 do 3000 łóżek,
- d) 7% stanowią uzdrowiska małe posiadające mniej niż 500 łóżek.

W obiektach sanatoryjnych i szpitali uzdrowiskowych znajduje się 45.000 łóżek sanatoryjnych. W przypadku pełnego wykorzystania obecna baza sanatoryjna pozwala na udzielenie rocznie ponad 16 mln. noclegów. Zdolność usługowa zakładów przyrodolecznicznych jest znacznie większa i istnieje możliwość rozwijania lecznictwa otwartego, które polega na pobycie kuracjusza w uzdrowisku na własny koszt i korzystaniu z zabiegów w zakładach przyrodolecznicznych bezpłatnie, w ramach Kas Chorych lub odpłatnie z własnych środków, [cyt. za 18, s. 52-56]

Nie wszystkie miejscowości uzdrowiskowe posiadają wymagane dla uzdrowisk obiekty. Braki dotyczą basenów kąpielowych leczniczych i rekreacyjnych, domów zdrojowych jako ośrodka życia kulturalnego, ale również urządzeń nie wymagających większych nakładów niż szalety w parkach zdrojowych.

Na całym świecie kasy chorych dopłacają do kuracji w uzdrowiskach. Znaczna część kuracji (około 50%) będzie w przyszłości sprzedawana na zasadach rynkowych jako pełnopłatne, zatem klientela uzdrowisk będzie bardziej wymagająca i szanse polskich uzdrowisk będą zależały od:

- a) spełnienia wymagań dotyczących jakości leczenia,
- b) doskonalenia funkcjonalności i estetyki poszczególnych obiektów,
- c) unowocześnienia infrastruktury technicznej i społecznej uzdrowisk,
- d) gościnności personelu i mieszkańców.

Warunkiem utrzymania się uzdrowisk na niezwykle konkurencyjnym rynku usług turystycznych jest wysoka jakość świadczonych usług leczniczych. Ważne jest uzyskanie przez polskie uzdrowiska międzynarodowych atestów: ISO, HAACP itp. Analizując specyfikację ważniejszych dziedzin związanych z jakością usług, możemy wyróżnić następujące dziedziny: [cyt. za 18, s. 52–56]

- a) racjonalna eksploatacja naturalnymi zasobami leczniczymi,
- b) nowoczesna infrastruktura sanitarna,
- c) dbałość o higienę miejscowości uzdrowiskowej,
- d) higiena w obiektach,
- e) dostępność obiektów dla inwalidów,
- f) istnienie gabinetów lekarskich na każde 50-60 łóżek sanatoryjnych,
- g) pokoje o powierzchni ok. 15 m<sup>2</sup> jednoosobowe lub 20m<sup>2</sup> dwuosobowe,
- h) program zabiegowy w zakładach przyrodoleczniczych, dostosowany do profilu leczniczego,
- i) wzorowe warunki higieniczne,
- j) obieg borowinowy wykluczający powtórne użytkowanie po zabiegu,
- k) zamknięty obieg wody basenowej połączony z jej uzdatnianiem,
- l) respektowanie wskaźnika 4-5 m<sup>2</sup> powierzchni wodnej basenu na jednego kuracjusza (pacjenta).

Należy również pamiętać o konieczności wprowadzenia odpowiedniej kategoryzacji w zakresie usług uzdrowiskowych, tak aby koszty i jakość leczenia mogły być uzależnione od standardów samych uzdrowisk i ich bazy leczniczej. Kategoryzacja w postaci gwiazdkowej powinna objąć zarówno całe uzdrowiska w zależności od jakości usług, jak również poszczególne obiekty sanatoryjno-hotelarskie i inne usługowe obiekty lecznicze. [cyt. za 14, s. 205–218, por. 4, s. 62–71, 19, 26, s. 26–30]

Aby usunąć istniejące zaniedbania w zakresie ekologii i urbanistyki postuluje się opracowanie specjalnego, narodowego programu ochrony środowiska dla potrzeb uzdrowisk oraz przekazanie na jego realizację odpowiednich środków finansowych z funduszy ochrony środowiska i gospodarki wodnej. Pożądane wydaje się wsparcie dotacjami i subwencjami z budżetu centralnego i wojewódzkiego wybranych projektów rozwojowych, dotyczących rozbudowy infrastruktury komunalnej. Istotnym, wydaje się również powołanie architekta uzdrowiska oraz wprowadzenie wymogu sporządzania specjalnego studium krajobrazowego dla całej miejscowości uzdrowiskowej.

Rozwiązywanie problemów związanych z rozwojem uzdrowisk wymaga stałej obserwacji zachodzących w nim zmian oraz pełnych informacji o funkcjonowaniu całych jednostek przestrzennych i ich infrastruktury leczniczej, turystycznej i komunalnej. Stąd konieczne wydaje się opracowanie zasad i realizację monitoringu i opartego na nim komputerowego banku informacji



o obiektach, miejscowościach i gminach uzdrowiskowych, ze szczególnym uwzględnieniem infrastruktury leczniczej i turystycznej. Zakres zbieranych informacji powinien wykraczać poza układy branżowe i dotyczyć całych jednostek lub ich autonomicznych części funkcjonalno-przestrzennych. [cyt. za 14, s. 205–218, por. 19, 26]

Dekoniunktura gospodarcza i spadek tempa rozwoju gospodarczego kraju, wzrost bezrobocia, nieudana reforma służby zdrowia nie tylko odbiły się na sytuacji gospodarczej kraju, ale dotknęły bardzo silnie polskie uzdrowiska, których podstawą bytu jest turystyka i lecznictwo uzdrowiskowe.

Przez ostatnie 15 lat następowało w Polsce zjawisko systematycznego ograniczania miejsc sanatoryjnych i rozmiaru świadczonych usług. O ile w latach 1990–1998 liczba łóżek sanatoryjnych i nakłady na lecznictwo uzdrowiskowe uległy zmniejszeniu o 20%, to nakłady na lecznictwo uzdrowiskowe od 1998 r. zmalały kilkakrotnie. Jeszcze w 1997 r. na lecznictwo uzdrowiskowe przeznaczano średnio 4% budżetu kas chorych, co stanowiło kwotę 383 mln zł. Jednak już w roku 2000 nakłady na lecznictwo uzdrowiskowe wyniosły 327 mln zł, a w roku 2001 nakłady spadły do poziomu około 1% budżetu kas chorych. [7, 10, 12, s. 39–43, 23, s. 84–85, 41, s. 191–194]

Uzdrowiska to nie tylko zaplecze sanatoryjne, które liczy ponad 40.000 łóżek, ale także ogromna licząca około 80.000 miejsc baza turystyczna. Potencjał ten stanowi około 18% bazy turystycznej całego kraju. W uzdrowiskach drzemie ogromny potencjał gospodarczy, który może być dobrym instrumentem w walce z bezrobociem i doskonałym czynnikiem rozwoju gospodarczego.

Zadziwiająco jest, że w polskim systemie prawnym nie ma żadnych preferencji dla inwestycji w infrastrukturę ekologiczną w uzdrowiskach, a jedynym kryterium pomocy w jej realizacji są zasady ogólne odnoszące się do wszystkich gmin. W polskich uzdrowiskach infrastruktura turystyczna i sportowa jest na niskim poziomie, co nie pozwala stworzyć odpowiednio konkurencyjnej oferty dla polskich i zagranicznych gości. W polskich uzdrowiskach, w usługach uzdrowiskowych i turystycznych, zatrudnionych jest około 30 tys. osób, a usługach towarzyszących lecznictwu uzdrowiskowemu i turystyce pracuje około 100 tys. osób. Jeśli stopień wykorzystania bazy leczniczej i turystycznej wynosi dziś około 40%, to wyraźnie widać jak olbrzymie rezerwy tkwią w polskich uzdrowiskach, zarówno w zakresie tworzenia nowych miejsc pracy, jak i stymulowania rozwoju gospodarczego.

Aktualnie w polskich uzdrowiska następuje:

- a) ograniczanie ilości miejsc sanatoryjnych,
- b) ograniczanie nakładów na lecznictwo uzdrowiskowe,
- c) zmniejszanie dochodów gmin uzdrowiskowych,
- d) zwiększania bezrobocia strukturalnego w uzdrowiskach,
- e) pauperyzacja miejscowej ludności i brak perspektyw rozwoju,
- f) dekapitalizacja majątku trwałego podmiotów uzdrowiskowych.

Rozwój tych gmin nie zależy zatem od aktywności społeczności lokalnych, ale od rozwiązań centralnych. Gminy te bowiem poddane zostały daleko idącym ograniczeniom swojego rozwoju, niemalże w każdej sferze. Ograniczenia te dotyczą:

- 1) zakazu lokowania w tych gminach zakładów, których działalność w jakikolwiek sposób mogłaby niekorzystnie oddziaływać na środowisko naturalne;
- 2) zakazu lokowania obiektów, których wpływ na środowisko nie jest co prawda negatywny, ale które mogłyby doprowadzić do potencjalnego zagrożenia źródeł wód mineralnych i kopalin leczniczych;
- 3) zakazu lokowania obiektów, które nie powodują bezpośredniego zagrożenia źródeł wód leczniczych, ale poprzez swój charakter działania (np. handel, transport, komunikacja, gastronomia) mogłyby zakłócić spokój lub źle wpłynąć na leczących i wypoczywających kuracjuszy, a więc w konsekwencji doprowadzić do dyskomfortu wypoczynku czy też leczenia.

Skutkiem powyższych ograniczeń, gospodarka gmin uzdrowiskowych jest skierowana na obszar lecznictwa uzdrowiskowego, turystyki i drobnego przemysłu nie zagrażającego walorom środowiska naturalnego uzdrowisk. Jednak takie ukształtowanie rozwoju gmin jest szczególnie niebezpieczne w okresie różnych przełomów gospodarczych (reforma służby zdrowia, prywatyzacja uzdrowisk) i bardzo podatne na wszelką dekoniunkturę, jaką widać w dzisiejszej turystyce i lecznictwie uzdrowiskowym.

Skutkiem tego większość polskich uzdrowisk nie ma dziś na swoim terenie odpowiedniej infrastruktury komunalnej, sanitarnej, rekreacyjnej, sportowej i turystycznej. Również większość z nich znalazła się na obszarach zagrożonych ekologicznie, gdzie przekraczane są dopuszczalne normy zanieczyszczeń pyłowych i gazowych, gdzie skażone są wody powierzchniowe i podziemne, itp. [por. 6, s. 33–39, 9, s. 56–64, 7, 8, 10, s. 23–31, 31, s. 16, 32, 35, s. 26–37, 41, s. 45–52]

Obowiązująca ustawa z dnia 17 czerwca 1966 roku o uzdrowiskach i lecznictwie uzdrowiskowym, nie tylko nie stworzyła właściwych ram prawnych dla efektywnego administrowania miejscowością uzdrowiskową i zarządzaniem gospodarką uzdrowiskową, ale całkowicie pominęła problem funkcjonowania uzdrowiska, koncentrując się wyłącznie na lecznictwie uzdrowiskowym. Ustawa ta uchwalona w warunkach monopolu państwowych jednostek organizacyjnych na eksploatację przemysłową złóż zasobów leczniczych uzdrowiskowych, ich przetwarzanie i obrót handlowy, siłą rzeczy nie zawiera rozwiązań prawnych prowadzenia takiej działalności gospodarczej w warunkach wolnego rynku. Również ustawa ta nie posiada regulacji zapewniających spójność systemu zakładów lecznictwa uzdrowiskowego z lecznictwem ogólnym.



Z jednej strony nastąpiło ustawowe pozbawienie gmin uzdrowiskowych wpływu na funkcjonowanie uzdrowiska, a z drugiej zaś nakłada się na nie w myśl art. 5 cytowanej ustawy następujące zadania, mające zapewnić odpowiednie warunki prowadzenia lecznictwa uzdrowiskowego poprzez:

- 1) rozwijanie gospodarki miejscowej z uwzględnieniem potrzeb lecznictwa uzdrowiskowego oraz jednostek wczasowych i turystycznych,
- 2) czuwanie nad tym, aby warunki naturalne uzdrowiska nie uległy zniszczeniu ograniczeniu lub zniekształceniu,
- 3) prowadzenie jednostek gospodarczych zaspokajających wspólne potrzeby zakładów lecznictwa uzdrowiskowego, a także jednostek wczasowych, jeżeli przemawiają za tym zasady racjonalnego wykorzystania środków materialnych,
- 4) zaspokajanie potrzeb kuracjuszy, wczasowiczów i turystów w zakresie urządzeń komunalnych, kulturalnych i usługowych.

Jak widać tak poważne obowiązki wymagają znacznych środków finansowych, a ustawodawca wymienia w art. 12, jako źródło ich finansowania jedynie opłaty uzdrowiskowe, które stanowią w budżetach gmin uzdrowiskowych symboliczne kwoty<sup>1</sup>. Brak środków finansowych doprowadził do sytuacji, iż polskie uzdrowiska ukształtowały się jako:

- a) uzdrowiska jednofunkcyjne, których podstawą funkcjonowania było wyłącznie lecznictwo uzdrowiskowe,
- b) cechujące się jednosektorowym zatrudnieniem,
- c) nie posiadające infrastruktury komunalnej, uzdrowiskowej i ekologicznej,
- d) pozbawione infrastruktury około uzdrowiskowej tj. rekreacyjnej i sportowej.

Brak odpowiedniej infrastruktury i jednofunkcyjność jest ogromnym problemem uzdrowisk, szczególnie widocznym w procesach restrukturyzacyjnych gospodarki uzdrowiskowej.

Chcąc sprostać ustawowym wymogom gminy uzdrowiskowe muszą zwracać uwagę na to, aby:

- a) geogeniczne zasoby naturalne, w tym naturalne surowce lecznicze (wody lecznicze, gazy, peloidy), właściwości klimatu czy morza nie utraciły swoich właściwości leczniczych,
- b) otaczający krajobraz jak i infrastrukturalne i architektoniczne ukształtowanie i rozwój miejscowości w maksymalnym stopniu chronić od wpływów, które mogłyby zagrażać, ujemnie wpływać lub niszczyć leczniczy charakter miejscowości.

<sup>1</sup> Na podstawie badań budżetów 25 gmin uzdrowiskowych, zawartych w opracowaniu: T. Wołowicz, *Analiza struktury dochodów podatkowych gmin w latach 1992-1998*, Urząd Gminy Uzdrowiskowej w Krynicy, maszynopis, 1999 r. Udział tzw. opłat uzdrowiskowych w dochodach badanych budżetów gmin waha się od 0,01-0,04% łącznych dochodów budżetowych.

Wynika z tego, iż tereny uzdrowiskowe zostały poddane daleko idącym ograniczeniom i rygorom ochronnym, których spełnienie jest wyjątkowo kosztowne i które prowadzi do ograniczenia rozwoju miejscowości mającej na swoim terenie uzdrowisko. Tymczasem ograniczenia rozwoju gospodarczego powodują, iż gminy uzdrowiskowe nie pozyskują środków na spełnienie tych wymogów w zwiększonej aktywności gospodarczej, ale realizują je wyłącznie kosztem własnych mieszkańców. Ponadto gminy te ponosząc na uzdrowisko znaczne wydatki nieznanym innym gminą, tracą równocześnie znaczne dochody nie tyle na skutek ograniczeń w rozwoju, ile z tytułu wprowadzania różnych ulg w podatkach i opłatach uiszczanych przez podmioty prowadzące działalność gospodarczą w uzdrowisku. Nie uzyskują również należnych dochodów z podatków i opłat od działalności na istnienie czy funkcjonowanie której ponoszą bezpośrednie nakłady finansowe np. od sanatoriów, z tytułu wydobywania wód leczniczych czy mineralnych. [cyt. za 6, s. 33–39, 9, s. 56–64, por. 7, 8, 10, s. 23–31, 25, s. 31–38, 29, 34, s. 42–48, 40, s. 44–48, 38, s. 63–66, 39, s. 56–63, 33, s. 45–53, 42, s. 65–75]

Jeśli gmina chce spełnić podwyższone standardy utrzymania we właściwym stanie środowiska naturalnego, to musi jeszcze zwiększyć nakłady na budowę kanalizacji, oczyszczalni, wysypisk śmieci, gazyfikację uzdrowiska i zamianie czynnika grzewczego z koks i węgla na gaz. Gdyby w koszcie leczenia sanatoryjnego skalkulowano zysk i wszystkie podatki i opłaty jakie przynależne są działalności gospodarczej, to gminy uzdrowiskowe powinny mieć jedynie zrekompensowane ograniczenia swojego rozwoju. Tymczasem w kosztach leczenia sanatoryjnego nie tylko nie kalkuluje się zysku, ale tak konstruuje się przepisy, aby zapewnić jak największe ulgi podatkowe, pozbawiając tym samym gminy uzdrowiskowe wpływów z tych podatków i opłat. [por. 1, 5]

Obowiązujące przepisy nie pozwalają tym gminom uzyskiwać pełnych dochodów nawet z podatku od nieruchomości, a do tego dochodzi jeszcze ustawowe zwolnienie z opłaty miejscowej osób przebywających w sanatoriach. Wszystkie te preferencje podatkowe nie powinny mieć miejsca wobec prowadzonej przez sanatoria komercyjnej działalności gospodarczej (w tym prowadzenie rozlewni wód), a ponadto liczne ulgi stawiają w uprzywilejowanej sytuacji niektóre podmioty prowadzące działalność na terenie uzdrowiska, jak również nie jest zgodna z zasadą równości i powszechności opodatkowania. Mimo ogromnych wydatków, jakie gminy uzdrowiskowe muszą ponosić (oprócz realizacji zadań własnych!) na utrzymanie całej infrastruktury uzdrowiskowej gminy uzdrowiskowe nie otrzymują z tego tytułu żadnej rekompensaty czy specjalnej subwencji, gdyż gminy te zostały włączone w jednolity system finansowania, który nie zapewnia im żadnej odrębności. [por. 6, 7, 8, 9, 10]

Warunki, które należy spełnić, aby polskie uzdrowiska tworzyły nowe miejsca pracy i stymulowały rozwój regionalny [cyt. za 10, 37, s. 191–194]:



- 1) w uzdrowiskach musi być realizowana infrastruktura ekologiczna, komunalna, i uzdrowiskowa, rekreacyjna i sportowa, stanowiąca podstawę do lokowania tu inwestycji z zakresu turystyki, lecznictwa uzdrowiskowego, a w konsekwencji do tworzenia nowych miejsc pracy;
- 2) nakłady na lecznictwo uzdrowiskowe muszą być ustabilizowane na poziomie 2% budżetów kas chorych, aby powstrzymać dekapitalizację majątku uzdrowiskowego, zahamować wzrost bezrobocia i zmniejszającą się liczbę miejsc sanatoryjnych.
- 3) podmioty gospodarcze, prowadzące działalność w zakresie lecznictwa uzdrowiskowego, muszą mieć zagwarantowane równorzędne z innymi zasady funkcjonowania, szczególnie w zakresie opodatkowania podatkiem VAT. Obecnie podmioty prowadzące tę działalność, nie mogą odliczać różnicy, pomiędzy podatkiem należnym, a podatkiem naliczonym, bowiem ustawodawca zakwalifikował te usługi do kategorii zwolnionej z podatku, zamiast określić stawkę 0% dla tych usług. Powoduje to brak możliwości odliczenia podatku VAT, z tytułu nabycia towarów i usług dla celów lecznictwa, za które podmioty gospodarcze płacą cenę brutto, z naliczonym VAT-em (np. leki, urządzenia medyczne, energia, konserwacja i naprawa sprzętu itd.);
- 4) tworząc krajowy system komunikacyjny, w projektach sieci drogowej, kolejowej i lotniczej należy uwzględniać dojazd do miejscowości uzdrowiskowych. Obecny system całkowicie pomija istnienie miejscowości uzdrowiskowych na mapie komunikacyjnej. Doświadczenia krajów Unii Europejskiej dowodzą, iż dojazd do miejscowości turystycznych stanowi tam priorytet w planowaniu krajowego systemu komunikacji, co przekłada się na imponujący rozwój turystyki (Włochy, Austria, Dania, Niemcy);
- 5) lecznictwo uzdrowiskowe musi znaleźć miejsce zarówno w systemie ochrony zdrowia, jak i w systemie promocji turystyki (markowy produkt turystyczny);
- 6) w systemie podatkowym państwa należy uwzględniać fakt, iż podmioty gospodarcze prowadzące działalność w górskich miejscowościach uzdrowiskowych, ponoszą większe koszty funkcjonowania (np. ogrzewanie,) oraz nakłady na infrastrukturę (drogi, mosty, odsienianie itp.);
- 7) gminy mające na swoim terenie uzdrowiska, muszą pozyskiwać dodatkowe dochody na zarówno na realizację inwestycji o podwyższonych rygorach norm z zakresu ochrony środowiska, jak i na utrzymanie terenów zielonych (pijalnie wód, deptaki itd.). Środki te gminy powinny uzyskiwać z: powszechnej taksy zdrojowej, wpływów z opłat eksploatacyjnych (wody lecznicze i mineralne), opłat z tytułu gospodarczego korzystania z wód.

#### Skąd pozyskać na to środki?

W przeszłości wiele razy próbowano wskazać źródła finansowania infrastruktury uzdrowiskowej, turystycznej i sportowej. Służyć miała temu komunalizacja, a następnie prywatyzacja uzdrowisk. Środki uzyskane tą drogą miały być

inwestowane w rozbudowę infrastruktury społecznej i technicznej uzdrowisk, a środki inwestorów – w podwyższanie standardu obiektów. W chwili obecnej nie ma żadnego źródła finansowania infrastruktury uzdrowiskowej, a brak odpowiedniej ustawy (o gminach uzdrowiskowych), powoduje, iż polskie uzdrowiska nadal funkcjonują w oparciu o przepisy zdezaktualizowane ustawy z 1966 r. o uzdrowiskach i lecznictwie uzdrowiskowym. Taka sytuacją powoduje pogarszającą się z roku na rok kondycją ekonomiczną polskich uzdrowisk. Następuje dekapitalizacja majątku trwałego spółek i innych podmiotów uzdrowiskowych, rośnie bezrobocie strukturalne, obniża się jakość bazy leczniczej. Wielką nadzieją jest prywatyzacja polskich uzdrowisk, która powinna być nie tylko prywatyzacją spółek uzdrowiskowych, ale powinna pozwolić na pozyskanie przez miejscowości uzdrowiskowe środków na infrastrukturę. Wobec trwałego nie dofinansowania rozwoju infrastruktury w uzdrowiskach, może okazać się, iż przyszły inwestor będzie bardziej zainteresowany produkcją i sprzedażą wody mineralnej, niż prowadzeniem działalności leczniczej, w trudnych rynkowo warunkach i przy braku odpowiedniej infrastruktury towarzyszącej.

Sądzę, iż najlepszym rozwiązaniem było by przeznaczyć środki uzyskane z prywatyzacji właśnie na inwestycje w infrastrukturę uzdrowiskową, turystyczną i rekreacyjno-sportową, a środki pozyskane od inwestora przeznaczyć na podwyższenie standardu obiektów spółek uzdrowiskowych. Byłby to podwójny zastrzyk finansowy od inwestora:

- a) za akcje z przeznaczeniem na realizację infrastruktury,
- b) inwestycyjny na podwyższenie standardu bazy turystyczno-leczniczej.

Gdyby środki uzyskane z prywatyzacji zostały przeznaczone na rozwój infrastruktury uzdrowiskowej, to uczyniłoby to polskie uzdrowiska bardziej konkurencyjne, a prowadzone inwestycje tworzyłyby nowe miejsca przy. W konsekwencji taka polityka powinna generować nowe miejsca pracy zarówno w czasie trwania inwestycji, jak i po jej zakończeniu (obsługa), co wyzwoliłoby aktywność społeczno-gospodarczą ludności miejscowości uzdrowiskowych. Docelowo dawałoby to szansę zbudowania w polskich uzdrowiskach infrastruktury wzbogacającej ofertę uzdrowiskowo-turystyczną, co ma podstawowe znaczenie w pozyskiwaniu kuracjuszy zarówno w kraju, jak i poza jego granicami.

Korzyści z realizacji inwestycji infrastrukturalnych w uzdrowiskach: [cyt. za 10, 41, por. 36, s. 61–67]

- 1) uzyskanie przez uzdrowiska na rynku krajowym i zagranicznym „pozycji” polskiego produktu turystycznego. Słowo „zdrój” dodane do nazwy miejscowości powinno oznaczać wysoką jakość usług, spełnienie wymogów związanych z ochroną środowiska i bogatą ofertę usług;
- 2) wytworzenie i utrwalenie wśród potencjalnych kuracjuszy i turystów przekonania (opinii) o walorach leczniczych polskich uzdrowisk;



- 3) propagowanie form turystyki, wyłącznie przyjaznej dla środowiska naturalnego, jako czynnika sprzyjającego rozwojowi uzdrowisk i wykreowanie wizerunku uzdrowiska, jako oazy czystego powietrza, wody i gleby;
- 4) oferowanie kuracjom i turystom kompleksowej oferty uzdrowiskowej (lecniczej, rehabilitacyjnej, turystycznej i sportowo-rekreacyjnej);
- 5) stworzenie dobrze funkcjonującego rynku usług turystyczno-uzdrowiskowych;
- 6) likwidacja bezrobocia w gminach uzdrowiskowych;
- 7) stworzenie w uzdrowiskach rynku zbytu nie tylko na towary i usługi związane z lecznictwem uzdrowiskowym i turystyką, ale również z innymi branżami;
- 8) stworzenie rodzimej produkcji wyrobów i towarów, związanych nie tylko z lecznictwem uzdrowiskowym i turystyką, ale także sportem i rekreacją.

Budując infrastrukturę uzdrowiskową, turystyczną i sportową, tworzymy uzdrowiska wielofunkcyjne o wysokim standardzie, zdolne zarówno konkurować z ofertą zagraniczną, jak i mogące być dobrym produktem eksportowym na dynamicznie rozwijającym się europejskim rynku turystycznym.

Środki z prywatyzacji, przeznaczane na rozwój infrastruktury, powinny być wsparte środkami rządowymi i pomocowymi, a także środkami z kontraktów wojewódzkich.

Przeznaczenie i sposób wykorzystania tych środków powinno być precyzyjnie zdefiniowane. Środki te powinny być przeznaczone na inwestycje w infrastrukturę uzdrowisk. Uzdrowiska powinny spełniać cztery funkcje: [cyt za. 10, 37]

- a) centrum zdrowia, posiadającego nie tylko naturalne surowce lecznicze, ale również nieskażone środowisko naturalne, odpowiedni klimat oraz odpowiedni wyposażone zakłady lecznicze,
- b) centrum turystyki i rekreacji, wyposażonego zarówno w bazę hotelową i gastronomiczną oraz w infrastrukturę rekreacyjną i turystyczną,
- c) centrum sportowego, posiadającego ogólnie dostępną infrastrukturę sportową,
- d) centrum kulturalnego, wyposażonego w obiekty i urządzenia kultury, a także organizującego na wysokim poziomie życie kulturalne w uzdrowiskach.

Inwestycje infrastrukturalne, realizowane ze środków pozyskanych na aktywizację społeczno-gospodarczą uzdrowisk, wsparte stabilną polityką kas chorych (państwa) w stosunku do uzdrowisk, oraz wsparcie gmin stałymi dochodami z funduszy ochrony środowiska, stworzy korzystną sytuację w zakresie rozwoju uzdrowisk, doprowadzając w konsekwencji do stworzenia nowych miejsc pracy.

## Podsumowanie:

Dla realizacji powyższego projektu zmian konieczne jest:

- 1) przeznaczenie środków z prywatyzacji na realizację inwestycji infrastrukturalnych w uzdrowiskach;
- 2) pozyskanie środków pomocowych, na wsparcie procesu restrukturyzacji polskich uzdrowisk;
- 3) wsparcie środków pozyskanych w procesie prywatyzacji, środkami innymi (kontrakty regionalne, budżety gmin, budżet państwa);
- 4) ustabilizowanie nakładów na leczenie uzdrowiskowe na poziomie 2% budżetów kas chorych
- 5) wprowadzenie możliwości rozliczania podatku VAT przez podmioty uzdrowiskowe;
- 6) wprowadzenie powszechnej taksy uzdrowiskowej (obecnie pobieranej tylko od wczasowiczów);
- 7) reforma systemu podatkowego idąca w kierunku uwzględnienia w konstrukcji systemu podatków i opłat odrębności zasad i warunków prowadzenia działalności w uzdrowiskach;
- 8) tworząc krajowy system komunikacyjny, uwzględniać w nich dojazd do uzdrowisk.

Należy zwrócić uwagę na fakt, iż czynniki wywołujące popyt turystyczny, są jednocześnie czynnikami kształtującymi miejscowość turystyczną. Mowa tu o czynnikach naturalnych, położeniu komunikacyjnym oraz turystycznej infrastrukturze społecznej i technicznej. Zatem wiele czynników kształtuje rozwój miejscowości turystycznej, jednak najistotniejsza jest polityka turystyczna. Rozwój miejscowości turystycznej to rezultat m.in. aktywnej polityki turystycznej, wyrażającej się w likwidacji barier rozwoju tych miejscowości.

Cele praktyczne polityki turystycznej to m.in.: [2, s. 37–47, 3, s. 79–90, 11, s. 30–32, 15, s. 23–32, 17, 19, 36, s. 61–67]

- a) stała obserwacja społeczno-ekonomicznych skutków rozwoju turystyki,
- b) dywersyfikacja lokalnej gospodarki,
- c) systematyczna i pełna penetracja lokalnego rynku turystycznego,
- d) inspirowanie pro turystycznych rozwiązań prawnych i podatkowych,
- e) dostosowanie budownictwa w miejscowościach turystycznych do rodzaju krajobrazu,
- f) poszerzanie obszarów wypoczynku,
- g) prowadzenie wspólnego marketingu, a zwłaszcza promocji miejscowości,
- h) uprzywilejowanie społeczności lokalnej w wykorzystywaniu rozwoju turystyki,
- i) świadome wspieranie odrębności kulturowej miejscowości turystycznej,
- j) wspieranie turystyki wiejskiej, jako uzupełniającego źródła dochodów,



g) preferowanie turystyki jako pracodawcy na lokalnym rynku pracy.  
Dążąc do podniesienia znaczenia polskich uzdrowisk i dostosowania ich do warunków gospodarki rynkowej oraz zainteresowani nimi kuracjuszy istotne wydaje się: [cyt. za 27, s. 73–78]

- 1) Kształtowanie właściwych związków między instytucjami administracji rządowej, a organami władzy lokalnej w zakresie wsparcia systemu uzdrowiskowego (prawnego, finansowego i marketingowego). Uzdrowiska są integralną częścią systemu opieki zdrowotnej. Zmiany w finansowaniu ich działalności, przeniesienie części kosztów leczenia na kuracjuszy i wolna sprzedaż usług uzdrowiskowych nie polepszyły sytuacji ekonomicznej podmiotów uzdrowiskowych. Pomoc państwa wsparta środkami samorządowymi może poprawić sytuację ekonomiczną, atrakcyjność i aktywność polskich uzdrowisk.
- 2) Rozwój działalności marketingowej w kraju i zagranicą. Stosowanie nowoczesnych (agresywnych) technik promocji. Promocję polskich uzdrowisk powinny wspierać m.in. polskie placówki dyplomatyczne i Polska Organizacja Turystyczna.
- 3) Działalność organizacji pracujących na rzecz uzdrowisk – Izby Gospodarczej Uzdrowiska Polskie, Stowarzyszenia Gmin Uzdrowiskowych RP, Fundacji Uzdrowiska, Unii Uzdrowisk Polskich i innych. Organizacje te mogą i powinny tworzyć ciekawe inicjatywy, ukierunkowane na utrzymanie i rozwój uzdrowiskowej gospodarki turystycznej (np. ekspertyzy, opracowania, opinie itd., przydatne krajowym i zagranicznym gestorom uzdrowisk.

Podsumowując należy stwierdzić, iż skuteczne działania ukierunkowane na rewitalizację polskich uzdrowisk, uzależnione są od m.in. stanu prac nad nową wersją ustawy o gminach uzdrowiskowych, procesami prywatyzacyjnymi oraz od poczucia potrzeby świadomości, roli uzdrowisk w gospodarce wśród przedstawicieli władz centralnych, samorządowych oraz ich właścicieli.

### **The means of revitalization polish health spas – the statute of health spas and other means of economic development**

Polish health spa are that category of communes whose development do not depend on the inhabitants' activities but on central solutions. The lack of comprehensive solutions that would control legal and financial basics of functioning and development of health spa, causes the spa to be subject to one-sided economic development and one-sector employment. The spa must fulfil the tasks, unknown to other communes, connected with maintenance and development of

infrastructure of health resorts and their neighbouring areas. The lack of finances to the development of health spa, many tax exemptions and tax relief often cause the communes to allocate their own inhabitants' means to the maintenance of health spa; means intended for the realization of their own statutory tasks. The lack of law about health resorts causes increase financial problems of this category of spa, rising unemployment and degradation of health resort infrastructure. Thus statutory of the rules of health resort functioning is necessary so as they could develop and effectively compete with European health spa not only in price but also the standard of surgical and therapeutic base and the whole infrastructure in the vicinity of spa.

### Piśmiennictwo

- [1] Biuletyn Kancelarii Sejmu, Biuro Studiów i Ekspertyz, Warszawa 1993, nr 1(6).
- [2] Chojnarski M., *Rozwój gminy uzdrowskiej pod kątem ekologicznej modernizacji gospodarki. Na podstawie badań własnych w Bad Wurzh w Badonii-Witembergii*, w: Biuletyn Stowarzyszenia Gmin Uzdrawiskowych, 1997, nr 13, s. 37–47.
- [3] Daszkowska M., *Marketingowe uwarunkowania rozwoju uzdrawisk w Polsce*, w: Materiały pokonferencyjne z I Międzynarodowej Konferencji Naukowej – Turystyka Uzdrawiskowa stan i perspektywy, Jastrzębia Góra 3–5. 09. 1999, s. 79–90.
- [4] Gaworecki W. W., *Kurorty w strukturze miejscowości turystycznych (wybrane zagadnienia)*, w: Materiały pokonferencyjne z I Międzynarodowej Konferencji Naukowej – Turystyka Uzdrawiskowa stan i perspektywy, Jastrzębia Góra 3–5. 09. 1999, s. 62–71.
- [5] Gilowska Z., *Niedobory finansowe gmin uzdrawiskowych nierekompensowane w dotychczasowym systemie dochodów gmin w latach 1991–2000*, Lublin 1996 r.
- [6] Golba J., *Ekonomiczne podstawy funkcjonowania gmin uzdrawiskowych*, w: Biuletyn Stowarzyszenia Gmin Uzdrawiskowych RP, 1993, nr 1, s. 33–39.
- [7] Golba J., *Przyszłość Uzdrawiska Krynica w aspekcie zmian polityczno-gospodarczych kraju*, Krynica 2000 r.
- [8] Golba J., *Analiza aktualnej sytuacji prawnej uzdrawisk polskich*, w: Biuletyn Stowarzyszenia Gmin uzdrawiskowych RP, 2001, nr 3, s. 23–31.
- [9] Golba J., *Uwarunkowania prawne i finansowe uzdrawisk polskich*, w: Biuletyn Stowarzyszenia Gmin uzdrawiskowych RP, 2001, nr 1–2, s. 56–64.



- [10] Golba J., *Aktywizacja społeczno-gospodarcza gmin uzdrowiskowych jako podstawa zahamowania wzrostu bezrobocia, a w konsekwencji docelowego generowania miejsc pracy*, Krynica 2002 r.
- [11] Hlebowicz J., *Promocja Turystyki zdrowotnej w Polsce – zadanie dla gmin uzdrowiskowych*, w: Biuletyn Stowarzyszenia Gmin Uzdrawiskowych RP, 1999, nr 2, s. 30–32.
- [12] Hlebowicz J., *Niejasna przyszłość uzdrawisk europejskich*, w: Biuletyn Stowarzyszenia Gmin Uzdrawiskowych RP, 1999, nr 2, s. 39–43.
- [13] Iwański P., *Kontrowersje wokół sposobu funkcjonowania gmin uzdrawiskowych*, w: Biuletyn Stowarzyszenia Gmin Uzdrawiskowych RP, 1993, nr 1, s. 28–33.
- [14] Jagusiewicz A., *Lecznictwo i turystyka w uzdrawiskach polskich*, w: Materiały pokonferencyjne z I Międzynarodowej Konferencji Naukowej – Turystyka Uzdrawiskowa stan i perspektywy, Jastrzębia Góra 3–5. 09. 1999, s. 205–218.
- [15] Jakowska A., *Powracająca ustawa*, Wspólnota Samorządowa, 1999, nr 9.
- [16] Kirschner Ch., *Mimo kryzysu gospodarczego uzdrawiska kroczą drogą postępu*, w: Biuletyn Stowarzyszenia Gmin Uzdrawiskowych RP, 1999, nr 1, s. 23–32.
- [17] Madeyski A., *Problemy lecznictwa i turystyki w uzdrawiskach polskich*, Problemy Turystyki, Warszawa 1997, nr 1–4.
- [18] Madeyski A., *Szanse polskich uzdrawisk w warunkach gospodarki rynkowej*, w: Materiały pokonferencyjne z I Międzynarodowej Konferencji Naukowej – Turystyka Uzdrawiskowa stan i perspektywy, Jastrzębia Góra 3–5. 09. 1999, s. 52–56.
- [19] Paszucha M., Wysoczański R., *Uzdrawiska w polityce rozwoju gospodarki turystycznej*, w: Balneologia Polska, 1994, Tom XXXVI, Zeszyt 2.
- [20] Projekt ustawy o uzdrawiskach, lecznictwie uzdrawiskowym i gminach uzdrawiskowych, Biuletyn Stowarzyszenia Gmin Uzdrawiskowych RP, 1997, nr 1, s. 4–64.
- [21] Projekt ustawy o uzdrawiskach, lecznictwie uzdrawiskowym i gminach uzdrawiskowych, Biuletyn Stowarzyszenia Gmin Uzdrawiskowych RP, 1998, nr 2, s. 20–28.
- [22] Projekt ustawy o uzdrawiskach, lecznictwie uzdrawiskowym i gminach uzdrawiskowych, Biuletyn Stowarzyszenia Gmin Uzdrawiskowych RP, 2001, nr 1–2, s. 2–44.
- [23] Przegląd sytuacji w Europie, kierunek działań podejmowanych w Niemczech (tłumaczenie z „Heilbad und Kurort” nr 2/1998), Biuletyn Stowarzyszenia Gmin Uzdrawiskowych RP, 1998, nr 2, s. 84–85.
- [24] Regulamin Taksy Kuracyjnej – przyjętej w 1986 r. przez Zgromadzenie Gmin Badenii-Wirtembergii, Czasopismo Komunalne Zgromadzenia Gmin Badenii-Wirtembergii nr 20/86.

- [25] Reinhard P., *Model funkcjonowania i finansowania uzdrowisk europejskich*, w: Biuletyn Stowarzyszenia Gmin Uzdrawiskowych RP, 2001, nr 3, s. 31–38.
- [26] Sagstetter N., *Uzdrowiska polskie a standardy europejskie*, w: Biuletyn Stowarzyszenia Gmin Uzdrawiskowych RP, 1997, nr 1, s. 26–30.
- [27] Sikora J., *Uzdrowiska polskie i turystyka uzdrawiskowa w gospodarce rynkowej*, w: Materiały pokonferencyjne z I Międzynarodowej Konferencji Naukowej – Turystyka Uzdrawiskowa stan i perspektywy, Jastrzębia Góra 3–5. 09. 1999 r., s. 73–78.
- [28] Standardy jakościowe i definicje klasyfikacji kurortów, miejscowości wypoczynkowych i źródeł leczniczych, Fundacja Rozwoju Samorządności i Prasy Lokalnej.
- [29] Standfeld F., *Europische Kurorte – Fakten und Perspektiven*, Limburgerhof, 1993 r.
- [30] Tezy do ustawy o uzdrawiskach, lecznictwie uzdrawiskowym i gminach uzdrawiskowych, Biuletyn Stowarzyszenia Gmin Uzdrawiskowych RP, 2002, nr 1, s. 21–24.
- [31] Wołowiec T., *Problemy Gmin Uzdrawiskowych*, w: Wspólnota Samorządowa, 1999, s. 16.
- [32] Wołowiec T., *Finansowo-prawne ograniczenia funkcjonowania i rozwoju polskich uzdrawisk*, Referat na I Międzynarodową Konferencję Naukową – Turystyka Czynnikiem Integracji Międzynarodowej, Rzeszów 16–18 listopad 2001 r.
- [33] Wołowiec T., *Kontrowersje podatkowe – podatek od nieruchomości: sanatoria i inne zakłady opieki zdrowotnej – działalność gospodarcza czy pozostała?*, w: Biuletyn Stowarzyszenia Gmin Uzdrawiskowych RP, 2002, nr 1, s. 45–53.
- [34] Wołowiec T., *Podatki 2001 – wpływ podatku od nieruchomości na funkcjonowanie Zakładów Opieki Zdrowotnej*, w: Antidotum miesięcznik stowarzyszenia menedżerów opieki zdrowotnej, 2001, nr 1, s. 42–48.
- [35] Wołowiec T., *Problemy finansowo-prawne funkcjonowania polskich uzdrawisk*, w: Antidotum miesięcznik stowarzyszenia menedżerów opieki zdrowotnej, 2001, nr 11, s. 26–37.
- [36] Wołowiec T., *Proces prywatyzacji i komercjalizacji uzdrawiskowych zakładów opieki zdrowotnej*, w: Biuletyn Stowarzyszenia Gmin Uzdrawiskowych RP, 2001, nr 3, s. 61–67.
- [37] Wołowiec T., *Sposoby aktywizacji gospodarczej polskich uzdrawisk*, Zeszyty Naukowe Wyższej Szkoły Informatyki i Zarządzania w Rzeszowie, 2001, nr 1, s. 191–194.
- [38] Wołowiec T., *Taksa kuracyjna źródłem dochodów własnych gmin uzdrawiskowych (rozwiązania niemiecki i austriackie)*, w: Biuletyn Informacyjny Stowarzyszenia Gmin Uzdrawiskowych RP, 2001, nr 1, s. 63–66.



- [39] Wołowiec T., *Zakłady opieki zdrowotnej a stawki podatku od nieruchomości (nowa interpretacja)*, w: Antidotum miesięcznik stowarzyszenia menedżerów opieki zdrowotnej, 2001, nr 9, s. 56–63.
- [40] Wołowiec T., *Kontrowersje podatkowe: Opodatkowanie podatkiem od nieruchomości samodzielnych publicznych zakładów opieki zdrowotnej – rozbieżności interpretacyjne*, w: Przegląd Podatkowy, 2002, nr 7, s. 44–48.
- [41] Wołowiec T., *Ustawa o gminach uzdrowiskowych szansa rozwoju sanatoriów i innych uzdrowiskowych zakładów opieki zdrowotnej*, w: Antidotum miesięcznik stowarzyszenia menedżerów opieki zdrowotnej, 2002, nr 5, s. 45–52.
- [42] Wzór Regulaminu Taksy Kuracyjnej, przyjętej w 1996 r. przez Zgromadzenie Gmin Badenii-Witembergii, Biuletyn Stowarzyszenia Gmin uzdrowiskowych RP, 1997, nr 1, s. 65–75.





## BADANIA OPINII KURACJUSZY I TURYSTÓW ODWIEDZAJĄCYCH POLSKIE UZDROWISKA W 2002 ROKU

*Maciej Abram\**

Profil leczniczy polskich uzdrowisk zależy od występowania wód mineralnych i peloidów (torfy, muły, szlamy) oraz lokalnych warunków bioklimatycznych. Ze względu na właściwości lecznicze wyróżnia się trzy rodzaje uzdrowisk:

- zdrojowiska – miejscowości posiadające źródła lecznicze,
- stacje klimatyczne – gdzie głównym bogactwem są właściwości lecznicze klimatu,
- kąpieliska nadmorskie – z leczniczymi właściwościami morza.

Rozmieszczenie wód leczniczych i peloidów w Polsce jest nierównomierne, co jest wynikiem budowy geologicznej. Wpływa to na rozkład przestrzenny uzdrowisk. Większość z nich leży na południu kraju w obszarach podgórskich i górskich (22), natomiast pozostałe znajdują się na nizinach (14) i nad morzem (5). Rozmieszczenie uzdrowisk prezentuje ryc. 1.

Uzdrowiska są miejscowościami, których naturalne walory przyrodnicze i krajobrazowe skłaniają do prowadzenia działalności leczniczej i turystycznej. Niezmiernie trudna jest klasyfikacja i ocena walorów krajoznawczych w gminach uzdrowiskowych. Można jedynie stwierdzić, że turyści i kuracjusze w większości interesują się czterema typami walorów krajoznawczych, a mianowicie:

- walorami przyrodniczymi (charakterystyczne zespoły krajoznawcze i osobliwości przyrody ożywionej i nieożywionej),
- walorami tradycyjnej kultury ludowej (folklor, obrzędy ludowe, dzieła ludowej sztuki plastycznej, relikty ludowej kultury materialnej),
- walorami dóbr kultury (zabytki budownictwa, kultura materialna),
- walorami współczesnych osiągnięć człowieka.

Uzdrowiska polskie mimo posiadania dużego potencjału gospodarczego, popadają obecnie w stan głębokiego regresu. Bezrobocie będące wynikiem nie tylko ogólnej recesji gospodarczej i zahamowania rozwoju turystyki ale przede wszystkim drastycznego zmniejszenia nakładów na lecznictwo uzdrowiskowe (będące podstawą funkcjonowania miejscowości uzdrowiskowych), waży się od

\* Instytut Turystyki i Rekreacji AWF, Kraków, al. Jana Pawła II 78



Ryc. 1. Rozmieszczenie uzdrowisk w Polsce

13% (Krynica Zdrój) do 36% (Jedlina Zdrój)<sup>1</sup> [3]. Niewykorzystana jest nie tylko baza lecznicza (sanatoryjno-szpitalna ok. 40000 łóżek) i baza turystyczna (ok. 80000 miejsc), ale także surowce naturalne. Wysoki standard usług medycznych świadczy, iż baza lecznicza (urządzenia, sprzęt, surowce) jest na poziomie nieodlegającym znacznie od uzdrowisk zachodnioeuropejskich. Dużo gorsza jest natomiast jakość usług świadczonych przez bazę hotelową i gastronomiczną.

Lecznictwo uzdrowiskowe nie zawsze stanowi dominującą działalność w miejscowościach uzdrowiskowych; czasami spełnia ono funkcję uzupełniającą w stosunku do turystyki lub innych gałęzi gospodarki. W związku z powyższym właściwym kierunkiem wydaje się poszerzenie oferty o usługi turystyczne i rekreacyjno-sportowe. Miejscowości uzdrowiskowe mogłyby stać się obszarami recepcji turystyki ekologicznej, rekreacyjno-zdrowotnej, sportowej, a nawet kongresowej (przy odpowiedniej, kierunkowej rozbudowie infrastruktury).

W celu poprawy obecnego stanu Stowarzyszenie Gmin Uzdrowiskowych RP opracowało plan, którego realizacja ma dopomóc w podniesieniu jakości usług do standardów zachodnioeuropejskich. Do głównych celów zawartych w powyższym planie należą [1]:

<sup>1</sup> W polskich uzdrowiskach w usługach uzdrowiskowych i turystycznych zatrudnionych jest ok. 30 tys. osób, a w usługach towarzyszących lecniectwu uzdrowiskowemu i turystyce ok. 100 tys. osób [3].



- 1) Przełamanie stereotypu myślenia o polskich kurortach w kontekście monofunkcyjności. W gminach powinny być rozwijane obok uzdrowskiej inne funkcje turystyczne. Funkcje te wynikają z posiadanych walorów, rozwijanych atrakcji oraz infrastruktury. Pierwszym krokiem w tym kierunku jest przeprowadzenie wnikliwej analizy własnych możliwości i wyszukanie potencjalnych niewykorzystanych zasobów.
- 2) Stopniowe wykorzystanie potencjału. Każda gmina powinna wykorzystywać stopniowo i konsekwentnie swoje potencjały budując dodatkową infrastrukturę, poszukując inwestorów, tworząc plany marketingowe. Przede wszystkim gminy powinny opracować strategię zrównoważonego rozwoju.
- 3) Zmodernizowanie istniejącej bazy. Baza uzdrowska i turystyczna powinna zostać dostosowana do życzeń i oczekiwań klientów. W niektórych uzdrowskach starą bazę warto odrestaurować.

Kierunek zmian wydaje się słuszny, gdyż daje szansę nadążenia za trendami europejskimi, gdzie pasywna konsumpcja zastępowana jest ofertą związaną z fizyczną aktywnością. Uzdrowska skorzystają z niej pod warunkiem, że poniosą konieczne nakłady przystosowujące je do tych trendów.

Tworzenie infrastruktury uzdrowskiej związane jest ze szczególnymi rygorami gospodarowania, a jednocześnie z olbrzymimi nakładami finansowymi. Ciężar realizacji tych zadań spada na gminy, choć nie są one ich zadaniami własnymi. W tej sytuacji nie sposób nie wspomnieć o konieczności uchwalenia w jak najkrótszym czasie ustawy o uzdrowskach, gminach uzdrowskich i lecznictwie uzdrowskim uwzględniającej i regulującej funkcjonowanie gmin uzdrowskich, lub wprowadzenia takich uregulowań prawnych w już istniejących przepisach, które pozwoliłyby gminom uzdrowskim zdobyć środki nie tylko na spełnienie wymaganych warunków, ale także na inwestycje infrastrukturalne.

Biorąc powyższe pod uwagę można stwierdzić, że wybór określonego scenariusza rozwoju będzie skuteczny wtedy, jeżeli problem rozwoju uzdrowsk zostanie unormowany na poziomie wyższym niż gminny. Problematyka rozwoju uzdrowsk jest nie tylko wewnętrzną sprawą gminy uzdrowskiej, ale również administracji rządowej i samorządowej szczebla wojewódzkiego i powiatowego.

Poniżej przedstawiono analizę SWOT opisującą obecny stan uzdrowsk w Polsce. Uwzględniono w niej jedynie najważniejsze elementy oceny dotyczące wszystkich polskich uzdrowsk, miejscowości uzdrowskich oraz regionów w których uzdrowska są zlokalizowane<sup>2</sup>.

<sup>2</sup> Analiza SWOT została opracowana w oparciu o wnioski i uwagi poszczególnych Zarządów Gmin Uzdrowskich, przedsiębiorstw uzdrowskich jak również ekspertów biorących udział w opracowaniu dokumentu końcowego opracowania „Kierunki aktywizacji gospodarczej uzdrowsk polskich” wykonanego przez Stowarzyszenie Gmin Uzdrowskich oraz Przedsiębiorstwo Usługowo-Consultingowe „Gea” Sp. z o.o.

## MOCNE STRONY:

- ❖ dobrze zachowany potencjał środowiska naturalnego,
- ❖ tradycyjny folklor i kultura,
- ❖ zróżnicowana oferty przestrzenna; począwszy od nadmorskiej północy przez obszary pojezierza i centralnej Polski po górzyste południe z całym zakresem zasobów naturalnych i kulturowych,
- ❖ różnorodna, komplementarna i substytucyjna oferta lecznictwa medycznego o wysokiej jakości,
- ❖ zdefiniowany wizerunek niektórych uzdrowisk np. Krynicy, Ciechocinka, Duszników, Kudowy, Kołobrzegu uznane jako produkty markowe budowane od wielu lat
- ❖ proturystyczne władze lokalne,
- ❖ wysokie poczucie bezpieczeństwa kuracjuszy i turystów,
- ❖ wieloletnie doświadczenia lokalnej gospodarki (otoczenia uzdrowisk) w działalności na rzecz kuracjuszy i turystów i podróżnych,
- ❖ bardzo dobrze przygotowana kadra medyczna.

## SŁABE STRONY:

- ❖ istnieją zasoby a nie ma atrakcyjnych i konkurencyjnych produktów,
- ❖ lecznictwu uzdrowiskowemu towarzyszy zbyt powolny rozwój usług czasu wolnego i infrastruktury towarzyszącej turystyce kulturalnej i sportowo-rekreacyjnej,
- ❖ przemysł turystyczny i uzdrowiskowy jest zdominowany przez małe firmy ze słabą bazą ekonomiczną i jakościową,
- ❖ niskie kwalifikacje kadry menedżerskiej zatrudnionej w uzdrowiskach i ich otoczeniu,
- ❖ brak ogólnopolskiego systemu informacji turystycznej i uzdrowiskowej,
- ❖ słaba dostępność transportowa – szczególnie drogowa – uzdrowisk,
- ❖ zagrożenia ekologiczne ze względu na braki w infrastrukturze technicznej,
- ❖ słaba promocja krajowa i zagraniczna,
- ❖ niska jakość usług hotelowych i mało zróżnicowana oferta gastronomiczna w zakładach uzdrowiskowych,
- ❖ brak działań łączących podmioty gospodarcze w większe struktury kapitałowe i marketingowe,
- ❖ brak aktywnej polityki turystycznej ukierunkowanej na wsparcie inwestycyjne i finansowe miejscowości turystyczno-uzdrowiskowych.

## SZANSE:

- ❖ istniejący popyt na usługi uzdrowiskowe z opcją wzrostową turystyki zdrowotnej w Europie i w kraju,
- ❖ tendencje jakościowe a nie ilościowe w światowej turystyce,



- ❖ prozatrudnieniowa polityka rządowa wspierająca przedsiębiorczość,
- ❖ członkostwo w UE i związane z tym finansowanie zadań w ramach środków strukturalnych,
- ❖ coraz szersze stosowanie nowoczesnych technologii internetowych i turystycznego know-how oraz prawnie obowiązujące w Polsce standardy jakości usług turystycznych,
- ❖ rozwój współpracy instytucjonalnej wszystkich gmin uzdrowiskowych w Polsce i utworzenie wspólnego portalu internetowego „Kurorty Polskie”,
- ❖ zróżnicowanie geograficzne i specjalizacyjne polskich kurortów,
- ❖ rozwój rolnictwa ekologicznego,
- ❖ rozwój popytu na nowe produkty związane z turystyką aktywną, rekreacyjną specjalistyczną, jak np. ekoturystyka, agroturystyka, odnowa biologiczna.

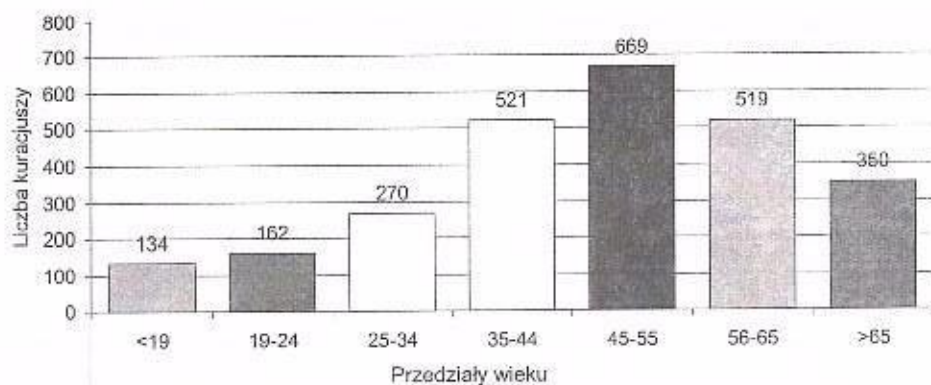
#### ZAGROŻENIA:

- ❖ spadek popytu na usługi turystyczne w kraju przy utrzymujących się na wysokim poziomie tendencjach do wyjazdów zagranicznych,
- ❖ nieskuteczna polityka promocyjna w kraju i za granicą,
- ❖ brak jasno sprecyzowanej polityki zdrowotnej w stosunku do uzdrowisk, szczególnie w zakresie struktury własnościowej spółek uzdrowiskowych, inwestycji i finansowania lecznictwa,
- ❖ istniejąca konkurencja w Europie i krajach sąsiednich,
- ❖ małe firmy sektora turystycznego i uzdrowisk są mało aktywne w zakresie podnoszenia jakości i aktywności na rynku,
- ❖ powolne wdrażanie nowych produktów wynikające ze zbyt małej przedsiębiorczości kadr zarządzających,
- ❖ brak systemowych regulacji prawnych dotyczących uzdrowisk i gmin uzdrowiskowych,
- ❖ brak rozwiązań systemowych w zakresie finansowania infrastruktury w gminach uzdrowiskowych (niewielkie możliwości własne gmin oraz trudności w pozyskiwaniu środków zewnętrznych).

Pomocne w niektórych wyżej wymienionych działaniach mogą okazać się prezentowane poniżej sondażowe badania kuracjuszy i turystów przeprowadzone na terenie polskich uzdrowisk w 2002 r.<sup>3</sup> Są one przykładem badań konsumentkich [5]. Ich celem było badanie opinii kuracjuszy i turystów o stanie usług, ocena istniejącej infrastruktury, identyfikacja motywów przyjazdu oraz źródeł informacji, z których turyści i kuracjusze skorzystali przed przyjazdem do danej miejscowości uzdrowiskowej. Badania zostały wykonane metodą ankietową

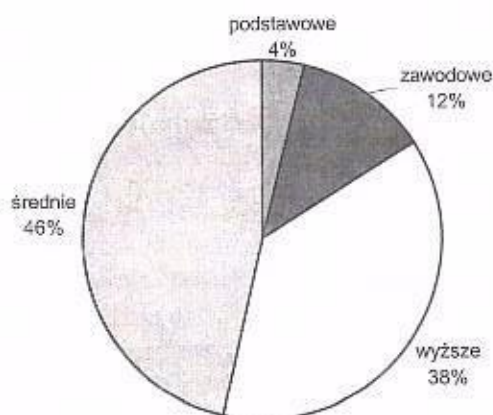
<sup>3</sup> Przedstawione badania wykonane zostały na potrzeby opracowania „Kierunki aktywizacji gospodarczej uzdrowisk polskich” wykonanego przez Stowarzyszenie Gmin Uzdrowiskowych oraz Przedsiębiorstwo Usługowo-Consultingowe „Gea” Sp. z o. o.

i stanowią przykład badań pierwotnych<sup>4</sup> [2]. Badania tego typu pozwalają również na oszacowanie popytu na usługi turystyczne wśród potencjalnych klientów [4]. Odpowiedzi na pytania zawarte w ankiecie udzieliły 2862 osoby. Zakres czasowy obejmował miesiące letnie 2002 roku. Badania objęły reprezentantów wszystkich grup wiekowych, jednak większość stanowili respondenci między 45 a 55 (669 osób), 35 a 44 (521 osób) i 56 a 65 (519 osób) rokiem życia. Odpowiedzi na pytanie odnośnie wieku udzieliło 2625 osób.



Ryc. 2. Struktura wieku kuracjuszy i turystów

Wśród respondentów przeważały osoby z wykształceniem średnim (46 %) i wyższym (38 %). 12 % posiadało wykształcenie zawodowe, a 4 % podstawowe. Odpowiedzi na to pytanie udzieliło 2553 ankietowanych (ryc. 3).



Ryc. 3. Wykształcenie kuracjuszy i turystów

<sup>4</sup> Badania pierwotne odbywają się drogą bezpośredniego kontaktu z podmiotami będącymi źródłem danych. Por. Middleton V., Marketing w turystyce, Polska Agencja Promocji Turystyki, Warszawa 1999.

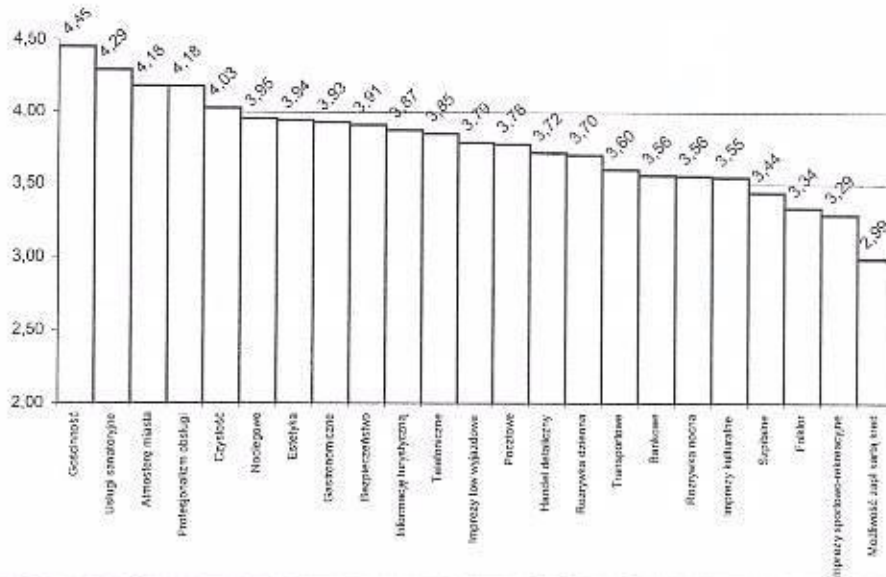


Zdecydowana większość ankietowanych (1462 osób) określiła swoją sytuację finansową jako przeciętną, 810 osób jako dobrą a 227 osób jako złą. Wśród 2695 osób, które udzieliło odpowiedzi na to pytanie 168 znajduje się w bardzo dobrej, a 28 w zdecydowanie złej sytuacji finansowej (ryc. 4).



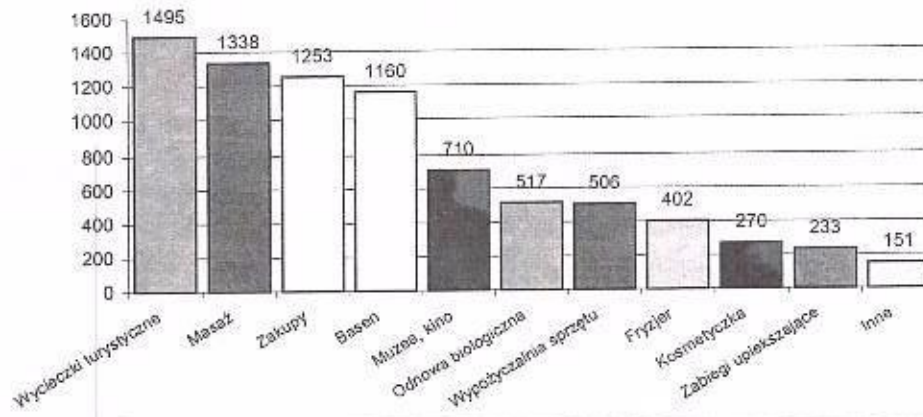
Ryc. 4. Sytuacja finansowa kuracjuszy i turystów

W kolejnym pytaniu ocenie poddane zostały usługi oraz elementy im towarzyszące (np. gościnność, czystość, atmosfera miasta, profesjonalizm obsługi) proponowane w uzdrowiskach. Najwyższe oceny (powyżej 4 w skali od 2 do 5 punktów) otrzymała gościnność, usługi sanatoryjne, atmosfera miasta, profesjonalizm obsługi oraz czystość. Najniżej oceniono możliwość płacenia kartą kredytową (ryc. 5).



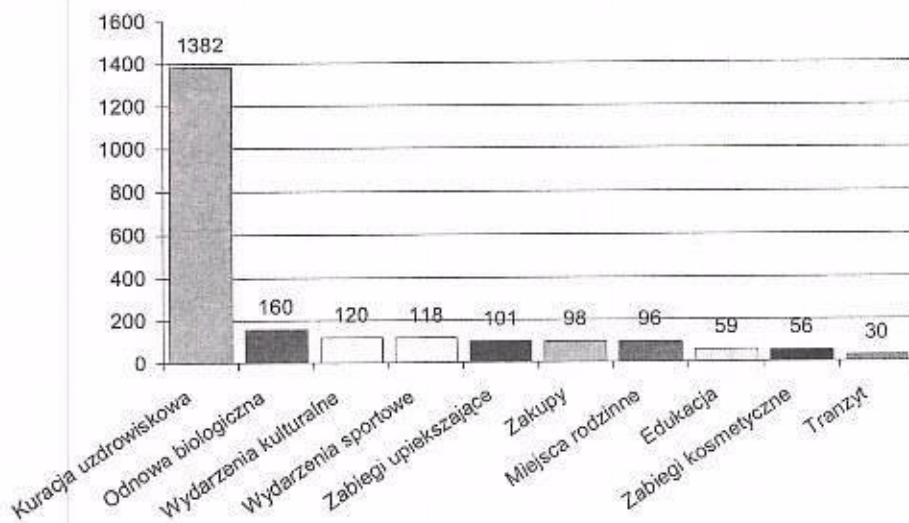
Ryc. 5. Ocena usług przez turystów i kuracjuszy

Podczas pobytu w uzdrowisku największą popularnością cieszyły się wycieczki turystyczne (1495 osób), masaże (1338 osób), zakupy (1253) oraz baseny (1160).<sup>5</sup>



Ryc. 6. Z jakich usług korzystano w uzdrowisku

Dla większości ankietowanych głównym motywem przyjazdu była kuracja uzdrowiskowa (1382 osoby). 160 osób wymieniło odnowę biologiczną, 120 wydarzenia kulturalne, 118 osób wydarzenia sportowe, a 101 osób zabiegi upiększające (ryc. 7)<sup>6</sup>.



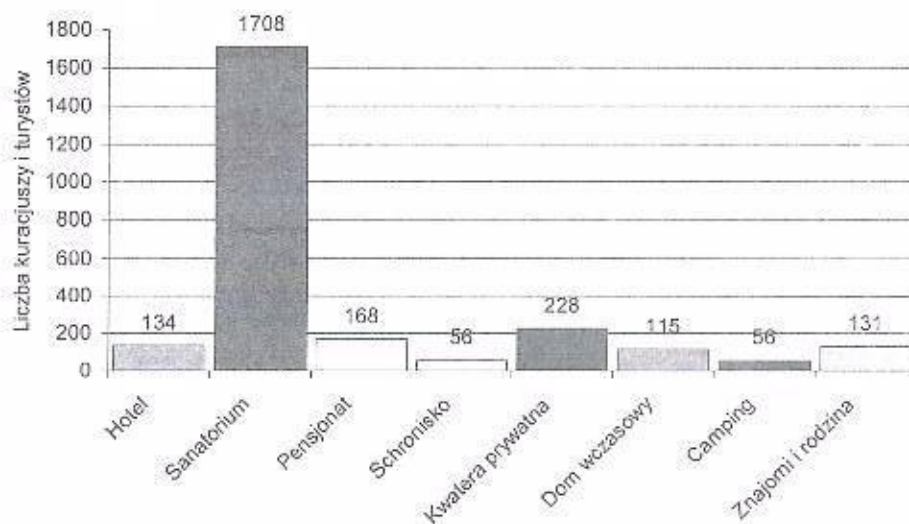
Ryc. 7. Motywy przyjazdu do uzdrowiska

<sup>5</sup> W pytaniu istniała możliwość podkreślenia kilku odpowiedzi.

<sup>6</sup> W pytaniu istniała możliwość podkreślenia kilku odpowiedzi.

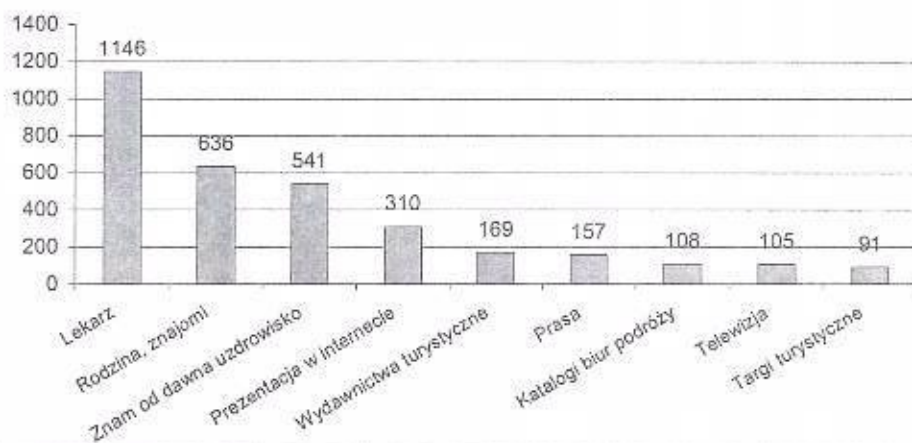


Podczas pobytu w uzdrowiskach większość ankietowanych mieszkała w sanatoriach (1708 osób). 228 osób zatrzymało się w kwaterach prywatnych, 168 w pensjonatach, 134 w hotelach, 131 osób u znajomych i rodziny, a 115 w domach wczasowych. Odpowiedzi na to pytanie udzieliło 2596 respondentów (ryc. 8).



Ryc. 8. Miejsce zakwaterowania turystów i kuracjuszy w uzdrowisku

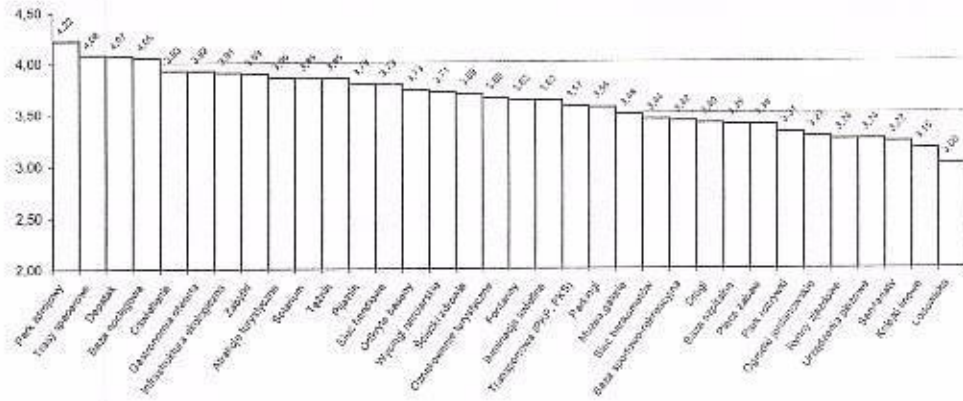
Wśród źródeł informacji z których kuracjusze i turyści dowiedzieli się o uzdrowisku zdecydowanie na pierwszym miejscu znaleźli się lekarze (ryc. 9). Informację o uzdrowisku uzyskało od nich 1146 badanych. Dla 636 respondentów źródłem informacji byli znajomi lub rodzina, a dla 310 prezentacja w inter-



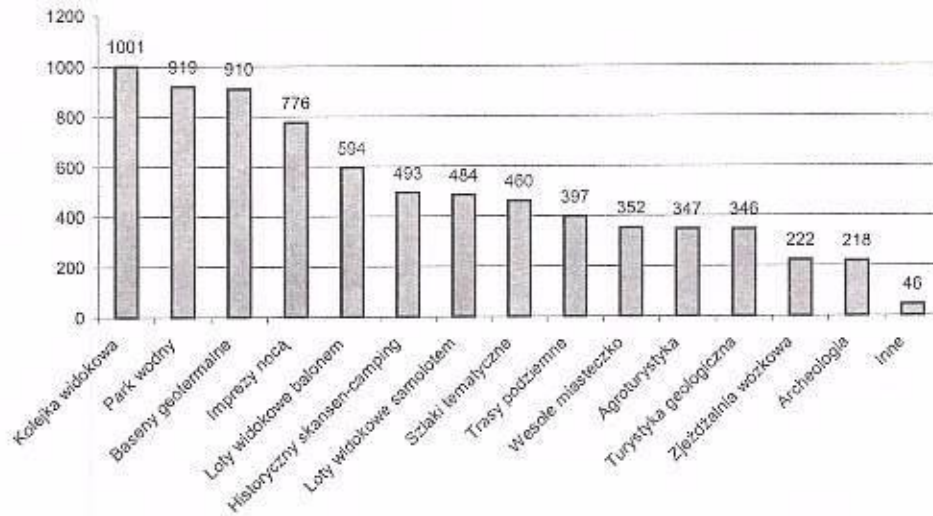
Ryc. 9. Źródła informacji o uzdrowisku

niecie. Następnie w kolejności wymieniane były wydawnictwa turystyczne (169 osób), prasa (157), katalogi biur podróży (108), telewizja (105) i targi turystyczne (91)<sup>7</sup>.

Wśród infrastruktury dostępnej w uzdrowiskach najwyżej oceniano (powyżej 4 w skali od 2 do 5) parki zdrojowe, trasy spacerowe, deptaki oraz bazę noclegową. Niską ocenę otrzymały sanitariaty miejskie. Ocenę infrastruktury prezentuje ryc. 10.



Ryc. 10. Ocena infrastruktury w uzdrowisku przez kuracjuszy i turystów (skala 2 – 5 pkt)



Ryc. 11. Deklaracja skorzystania z atrakcji jeśli powstana

<sup>7</sup> W pytaniu istniała możliwość podkreślenia kilku odpowiedzi.



Ryc. 11 przedstawia odpowiedź na pytanie czy i z jakich atrakcji chętnie skorzystaliby respondenci, gdyby były dostępne w gminie. Z badań wynika, że największe zapotrzebowanie byłoby na:

1. Kolejkę widokową (1001 odpowiedzi).
2. Park wodny (919).
3. Baseny geotermalne (910).
4. Imprezy organizowane nocą (776).
5. Loty widokowe balonem (594).
6. Historyczny skansen–kemping oraz loty widokowe samolotem.
7. Szlaki tematyczne i trasy podziemne.
8. Wesołe miasteczko, agroturystyka i turystyka geologiczna.
9. Zjeżdżalnia wózkowa oraz atrakcje archeologiczne.

Dominują atrakcje typu przygoda, przeżycie oraz tradycyjna rekreacja – baseny termalne i park wodny.

Prezentowane powyżej badania sondażowe określają wiek, wykształcenie i sytuację materialną kuracjuszy i turystów odwiedzających polskie uzdrowiska. Odpowiedzi dotyczące źródeł informacji o odwiedzanym terenie mogą być pomocne w podjęciu decyzji o środkach promocji jakie powinny być brane pod uwagę w celu dotarcia do potencjalnych konsumentów. Prezentowane upodobania i motywy przyjazdu, oceny obecnie proponowanych usług i atrakcji oraz deklaracje skorzystania z nowych, jeśli powstaną, powinny w najbliższym czasie znaleźć także odzwierciedlenie w przyszłych inwestycjach infrastrukturalnych w gminach uzdrowiskowych.

### **Investigations of opinion of patients and tourists visiting polish health resorts in 2002**

Health resorts are the localities that, thanks to remarkable natural and landscape values are predisposed to run therapeutic and tourist activity. Polish health resorts in spite of possessing high economic potential lapse nowadays into a state of deep recourse. As an effect is the high unemployment, not used therapeutic basis (about forty thousand beds) and tourist basis (about eighty thousand places). Therapeutics not always is the main form of activity in health resorts. Very often it plays a complementary role in relation to tourism or other branches of economy. In this context the appropriate direction to improve the situation is to widen the offer with tourist, recreation and sport services. Health resorts might become the places of ecological, recreation, sport and even congressional tourism (assuming suitable extension of infrastructure). Very useful in mentioned undertakings might be investigations of patients and tourists in

polish health resorts in 2002, the result of which are presented in the paper. Purpose of the investigations was to recognise the general feeling about the quality of services, appreciation of infrastructure, identification of motives of arrivals and sources of information which had been used by tourists and patients before they came to particular health resort.

### Piśmiennictwo

- [1] Burzyński T., (kier.), Abram M., Gmyrek K., Golba J., Kwarciak B., Łabaj M., Nowakowski M., Pietras-Goc B., Sacha S., *Kierunki aktywizacji gospodarki uzdrowisk polskich*, Stowarzyszenie Gmin Uzdrowiskowych, Przedsiębiorstwo Usługowo – Consultingowe „GEA” Sp. z o. o., Krynica, Kraków 2002.
- [2] Duliniec E., *Badania marketingowe w zarządzaniu przedsiębiorstwem*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 1994.
- [3] Golba J., *Aktywizacja społeczno-gospodarcza gmin uzdrowiskowych jako podstawa ich rozwoju*, XI Kongres Uzdrowisk Polskich, materiały konferencyjne, Krynica 2002.
- [4] Gołębowski G., *Regionalne aspekty rozwoju turystyki*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa-Poznań 1999.
- [5] Middleton V., *Marketing w turystyce*, Polska Agencja Promocji Turystyki, Warszawa 1999.



## LOSY ZAWODOWE MAGISTRÓW TURYSTYKI ABSOLWENTÓW AWF W KRAKOWIE

*Zygmunt Kruczek\**

### Założenia badawcze, opis badanej populacji

Krakowska AWF prowadzi od 25 lat kształcenie kadr dla turystyki na samodzielnym kierunku studiów „turystyka i rekreacja”<sup>1</sup>. W okresie tym mury uczelni opuściło około 2500 absolwentów z tytułem magistra turystyki. Ich losy zawodowe, awanse i niepowodzenia, a także ocena przydatności studiów do wykonywanej pracy i proces dalszego doskonalenia są przedmiotem artykułu opartego na wynikach badań.

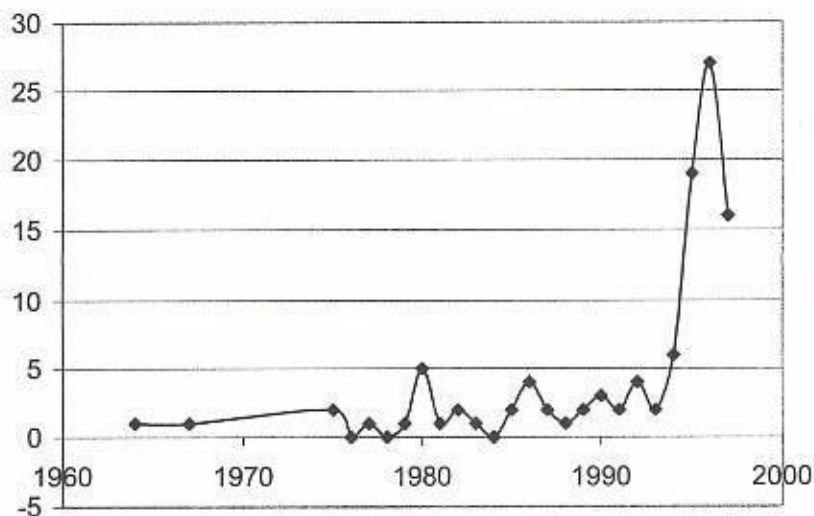
Badania zostały przeprowadzone w 1997 r. z wykorzystaniem specjalnie opracowanej ankiety, rozesłanej do 400 absolwentów wybranych przez komputerowy generator liczb losowych z 2000 wszystkich osób, które ukończyły studia w AWF w Krakowie do 1977 r. z tytułem magistra turystyki. W sumie osiągnięto zwrot 111 prawidłowo wypełnionych ankiet. Stanowi to 27,5% zwrotów. W wypadku ankiety pocztowej wskaźnik ten jest satysfakcjonujący.

Rycina 1. przedstawia zawodowy start naszych absolwentów. Zdecydowana większość z nich (prawie 60%) rozpoczęła swoją karierę zawodową w ostatnich latach tj. 1995–97 r. Jedna czwarta badanych rozpoczęła pracę przed 1990 r.

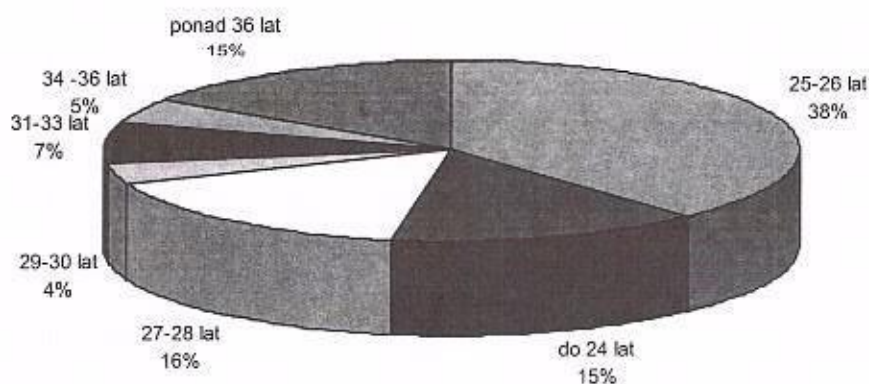
W badanej zbiorowości proporcje między mężczyznami a kobietami były wyrównane, z niewielką przewagą kobiet (52,4%). Pod względem wieku najwyższy udział mieli respondenci w przedziale 24–26 lat (38,1%), dobrze reprezentowany jest przedział wiekowy ponad 36 lat (prawie 15% badanych) oraz przedziały do 24 lat (14,6%) i 27–28 lat (16%). Ilustrację graficzną omawianego zagadnienia stanowi rycina 2.

\* Instytut Turystyki AWF, Kraków, al. Jana Pawła II 78

<sup>1</sup> Historię i stan obecny edukacji kadr dla turystyki w krakowskiej AWF zawarto w dwóch wydawnictwach jubileuszowych: 10 lat Wydziału Turystyki i Rekreacji Akademii Wychowania Fizycznego w Krakowie. [red. Z. Kruczek]. Wydawnictwo Monograficzne nr 27, AWF Kraków 1986 oraz 25 lat kierunku turystyka i rekreacja. Cele i treści akademickiego kształcenia w dziedzinie turystyki i rekreacji. Zeszyty Naukowe nr 81, AWF, Kraków 2001.



Ryc. 1. Rok rozpoczęcia pracy zawodowej przez absolwentów  
*źródło: badania własne*

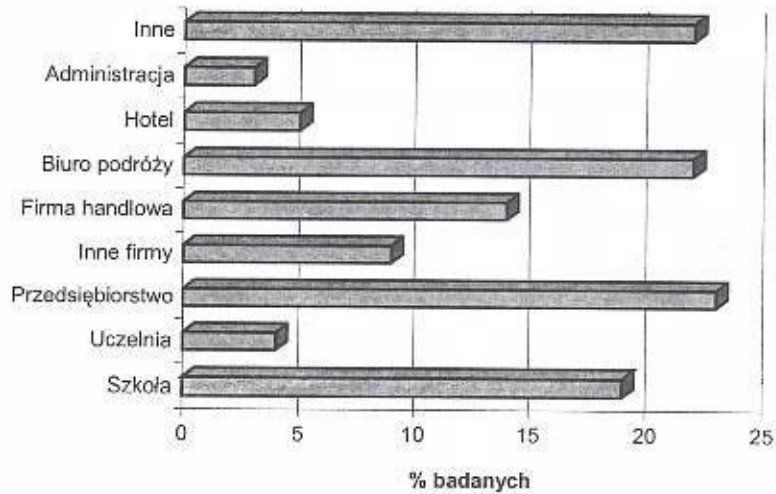


Ryc. 2. Struktura respondentów wg wieku  
*źródło: badania własne*

Wielu respondentów (41.8%) zdążyło już założyć rodziny, ale przeważają osoby stanu wolnego. Ciekawie przedstawia się struktura miejsc pracy absolwentów.

Jedna czwarta badanych absolwentów pracuje w biurach podróży. Często trafiają oni do szkół (17.9%), mimo, że nie są przygotowani do zawodów pedagogicznych. Zatrudnienie w szkolnictwie dotyczy szczególnie absolwentów specjalizacji „rekreacja ruchowa”. Na wysokiej pozycji znajduje się zatrudnienie w przedsiębiorstwach handlowych (około 13% badanych) czy innych przedsię-

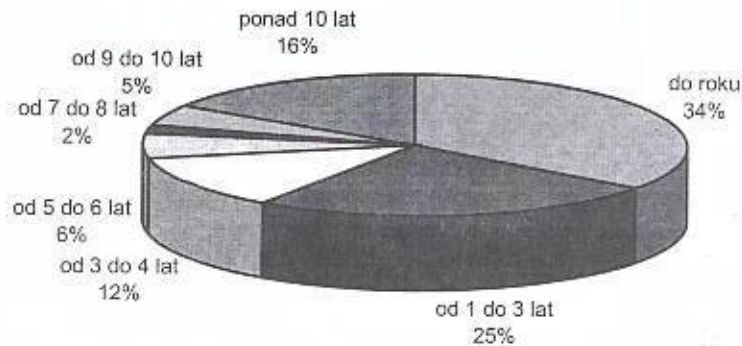




Ryc. 3. Miejsce pracy respondentów  
źródło: badania własne

biorstw niezwiązanych z turystyką. Świadczy to o znacznej mobilności naszych absolwentów w zakresie przedsiębiorczości, w nowej sytuacji rynkowej lub o braku możliwości zatrudnienia zgodnie z kierunkiem ukończonych studiów. Zatrudnienie w hotelach jest relatywnie niewielkie (niecałe 5%).

Pod względem stażu pracy mamy wśród respondentów do czynienia z przewagą pracowników o najkrótszym stażu pracy – tj do 1 roku (prawie 35%) oraz od 1 do 2 lat (25,5%). Stosunkowo znaczny jest też odsetek osób z najdłuższym (ponad 10 lat) stażem pracy (16% badanych). Najwięcej absolwentów AWF znalazło zatrudnienie w Krakowie (45%), poza Krakowem pracuje 51% badanych respondentów, 4% w ogóle nie pracuje.

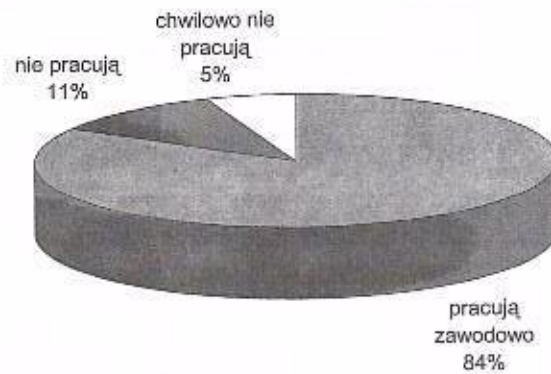


Ryc. 4. Staż pracy badanych absolwentów  
źródło: badania własne

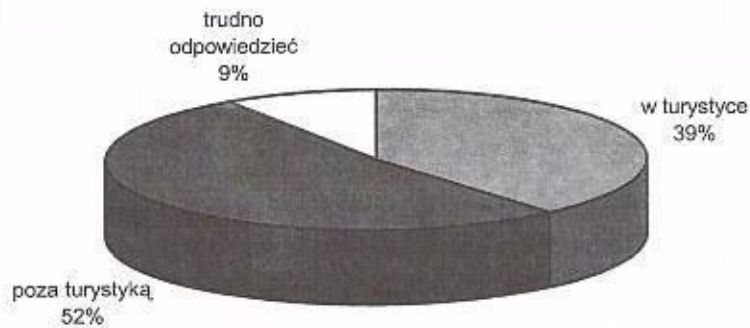
## Wyniki badań nad losami zawodowymi i społecznymi absolwentów studiów turystycznych

### a. Zatrudnienie w turystyce i poza turystyką

Wśród badanych osób zdecydowana większość (84%) podjęła pracę zawodową. Niewielka jest liczba osób w ogóle niepracujących (11%) lub chwilowo niezastrudnionych. Jednakże tylko jedna trzecia badanych twierdzi, że ich praca związana jest z turystyką, 52% pracuje poza turystyką.



Ryc. 5. Aktywność zawodowa absolwentów turystyki  
źródło: badania własne



Rys. 6. Zatrudnienie absolwentów w turystyce  
źródło: badania własne

Jako powody, dla których nasi respondenci nie pracują w turystyce rzadko podawano zmianą zainteresowań (6%), najczęściej powodem takiego stanu rzeczy był brak pracy związanej z turystyką (20%). Wyróżnia się jednak zdecydowanie grupa osób, którym nie odpowiadały warunki finansowe pracy w jednost-



kach turystycznych (27%). Należy dodać, że rzeczywiście praca w turystyce jest na ogół nisko płatna. Prawie 15% badanych stwierdziło, że nie odpowiadał im rodzaj oferowanej pracy

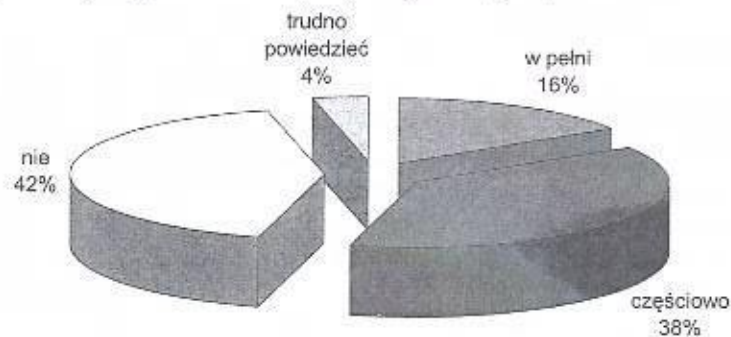
Wśród innych przyczyn na wyróżnienie zasługują podawane przez respondentów takie powody, jak: możliwość pracy w pobliżu domu, rodzina, słaba znajomość języków obcych, wyjazd za granicę. Kilka osób zwracało uwagę na większe możliwości odniesienia sukcesu w innej dziedzinie niż turystyka.

Tabela 1. Przyczyny zatrudnienia poza szeroko rozumianą turystyką

LP.	Wyszczególnienie	Liczba odpowiedzi	%
1	brak pracy związanej z turystyką	20	19,61
2	złe warunki płacowe	28	27,45
3	nieodpowiadający rodzaj pracy	15	14,71
4	zmiana zainteresowań	6	5,88
5	nieodpowiednie stanowisko pracy	2	1,96
6	brak możliwości awansu	11	10,78
7	brak awansu płacowego	7	6,86
8	inne przyczyny	13	12,75
9	brak odpowiedzi	11	20,75

źródło: badania własne

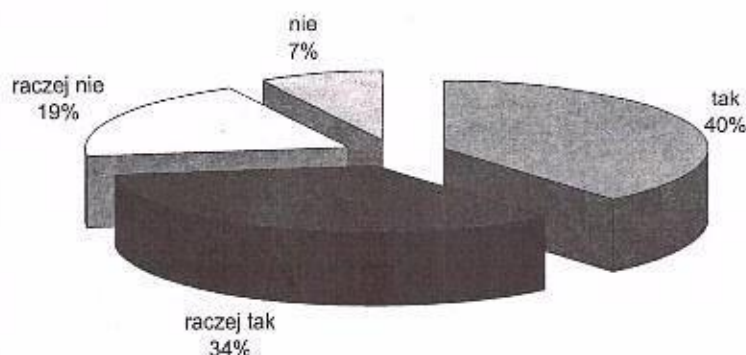
Na pytanie, czy wykonywana przez respondentów praca wymaga rzeczywiście wyższego wykształcenia, zdecydowana większość badanych stwierdziła, że do tej pracy nie są potrzebne wyższe studia (42%). Więcej niż jedna trzecia respondentów była przekonana, że ich praca przynajmniej częściowo wymaga takiego statusu wykształcenia, a tylko 16% absolwentów była przekonana, że ich praca w pełni wymaga studiów wyższych (patrz ryc. 7).



Ryc. 7. Rodzaj wykonywanej pracy a wymogi posiadania wykształcenia wyższego w opiniach absolwentów

źródło: badania własne

Na pytanie o możliwość wykorzystania w pracy zawodowej wiedzy zdobytej na studiach zdecydowana większość (40%) odpowiedziała twierdząco a jedna trzecia badanych była przekonana, że raczej jest taka możliwość. Tylko 7% respondentów twierdzi, że wiedza wyniesiona ze studiów nie przydaje się w pracy zawodowej; o tym, że raczej nie przydaje się jest przekonane 19% absolwentów.



Ryc. 8. Możliwość wykorzystania w pracy zawodowej wiedzy wyniesionej ze studiów  
źródło: badania własne

#### b. Szanse na awans, bariery i ograniczenia

Podzielone są zdania respondentów w sprawie możliwości awansowania w dotychczasowym miejscu pracy. Więcej niż jedna trzecia uważa, że takie możliwości ma, nieco mniej (34%), że jest pozbawiona możliwości awansowych, a około 30% nie ma w tej kwestii zdania.

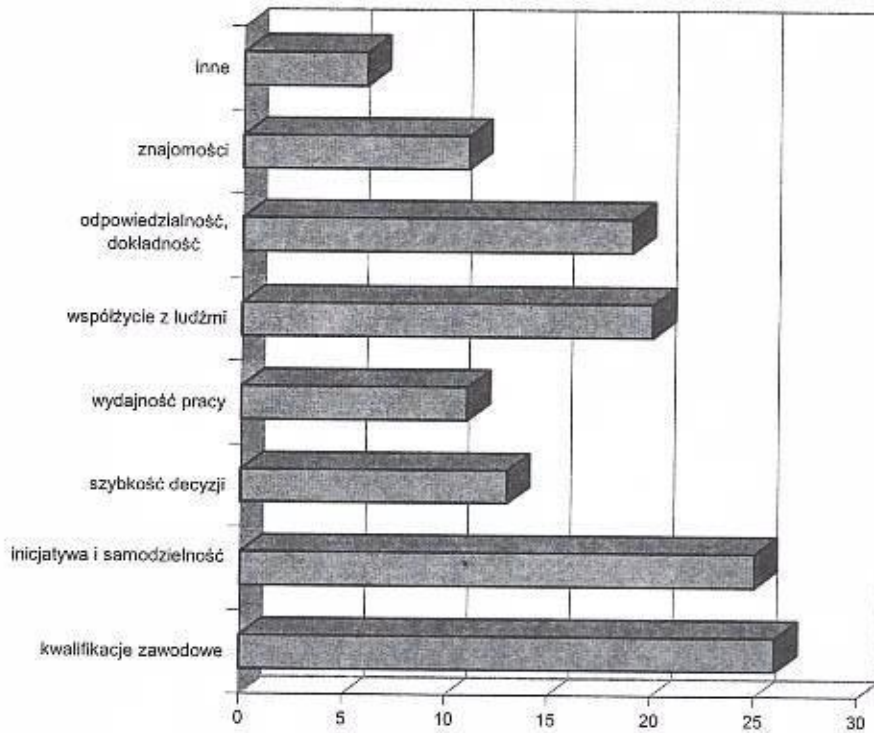
Zdaniem absolwentów o awansach w pracy decydują przede wszystkim kwalifikacje zawodowe oraz inicjatywa i samodzielność. Nieco niżej oceniono umiejętność współzycia z ludźmi oraz odpowiedzialność i dokładność. Na dalszej pozycji znalazły się takie cechy jak szybkość podejmowania decyzji i wydajność pracy czy znajomości. Wśród innych czynników podawano takie, jak posiadanie własnych środków finansowych, wytrwałość profesjonalizm, ale i „widzimi się szefa”. Zdaniem respondentów pomagają w awansach znajomość języków obcych, kreatywność, a także doświadczenia w pracy danego typu.

W odniesieniu do pytania o napotykanne trudności w pracy zawodowej zdania respondentów są w miarę równomiernie podzielone. Połowa z nich utrzymuje, że napotkała lub raczej napotkała na takowe, a druga połowa twierdzi, że nie lub raczej nie.

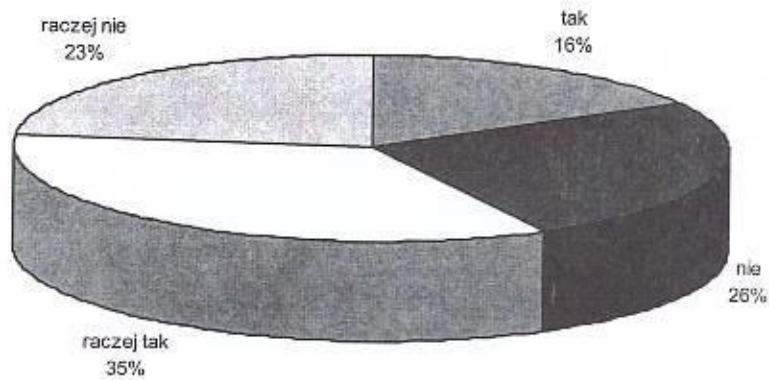
Wśród najczęściej podawanych trudności pojawiają się: brak środków finansowych, brak bazy, brak zrozumienia przełożonych czy współpracowników, nietolerancja u osób starszych, konflikty z pracownikami. Pojawiają się również wypadki gdy trudności w pracy zawodowej tłumaczono brakami wyniesio-



nymi ze studiów (słaba znajomość języków obcych, komputera, brak wiedzy BHP), niedostatecznymi kwalifikacjami zawodowymi. Brak sprzętu (np. komputera) czy bazy był również utożsamiany z trudnościami zawodowymi.



Ryc. 9. Czynniki decydujące o awansie w pracy u absolwentów turystyki  
*źródło: badania własne*

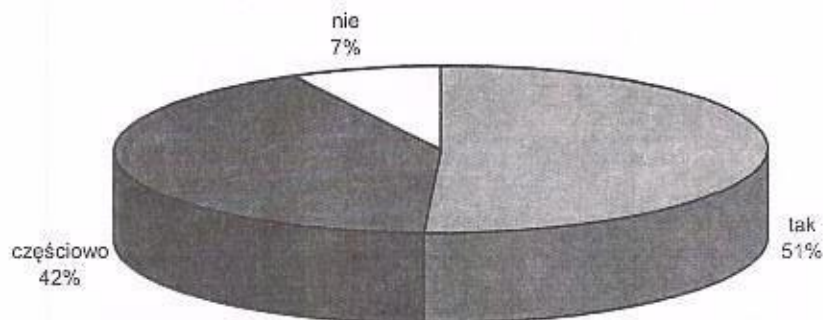


Ryc. 10. Trudności w pracy zawodowej napotymane po studiach  
*źródło: badania własne*

### c. Zadowolenie z wykonywanej pracy zawodowej i zajmowanych stanowisk

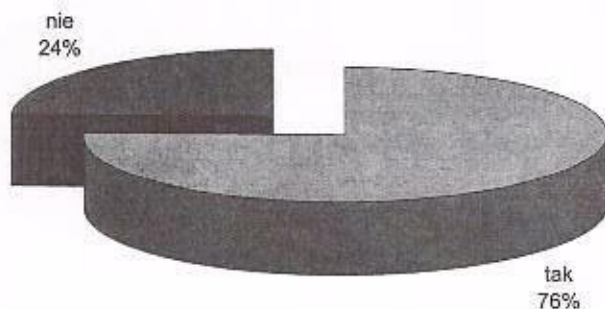
Większość ankietowanych podała, że jest zadowolona lub częściowo zadowolona. Zdaniem respondentów tylko około 7% respondentów była niezadowolonych z wykonywanej pracy.

Jako przyczyny zadowolenia z wykonywanej pracy podawano dobre warunki finansowe, możliwość decydowania o sobie, wykonywanie ulubionego zawodu. Podkreślano również możliwość pracy z ludźmi, możliwości realizacji własnych zamiarów i rozwoju, wyjazdów w teren..



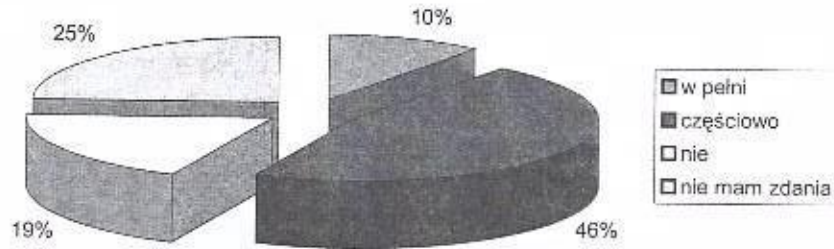
Ryc. 11. Zadowolenie z wykonywanej pracy  
źródło: badania własne

Zadowolenie z zajmowanego stanowiska deklarowało natomiast trzy czwarte ankietowanych (76%). Na pytanie o to czy dotychczasowy przebieg pracy zawodowej jest zgodny z wyobrażeniami o pracy w turystyce prawie połowa ankietowanych odpowiedziała, że częściowo. Znaczna liczba absolwentów nie miała w tej kwestii swojego zdania. Całkowicie rozczarowanych w odniesieniu do swoich pierwotnych wyobrażeń było dwa razy więcej (19%) niż tych, którzy wyobrażenia zostały w pełni potwierdzone.



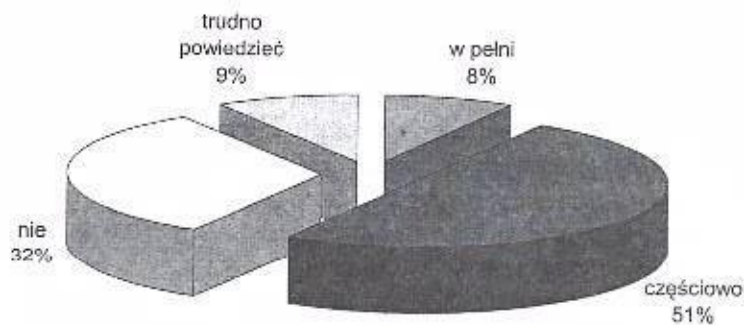
Ryc. 12. Zadowolenie z zajmowanego obecnie stanowiska pracy  
źródło: badania własne





Ryc. 13. Zgodność przebiegu pracy zawodowej z wcześniejszymi wyobrażeniami  
*źródło: badania własne*

Podobny rozkład odpowiedzi uzyskano na pytanie o zaspokojenie ambicji zawodowych w dotychczasowej pracy. Więcej niż połowa te ambicje zaspokoiła tylko częściowo, ale liczba respondentów, którzy nie zrealizowali swoich ambicji przewyższyła czterokrotnie liczbę absolwentów o całkowicie zaspokojonych ambicjach.



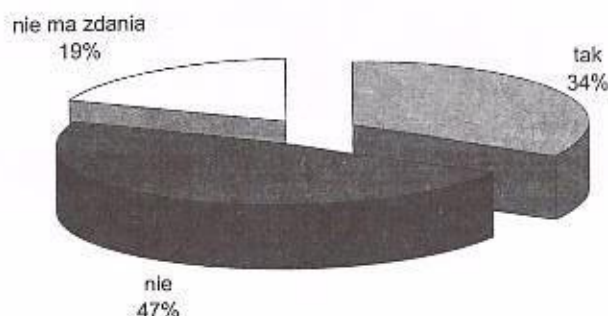
Ryc. 14. Zaspokojenie ambicji zawodowych absolwentów  
*źródło: badania własne*

#### d. Zamiar zmiany pracy i jego przyczyny

Większość naszych respondentów nie zamierza w najbliższym czasie zmieniać miejsca pracy, ale jedna trzecia badanych odczuwa taką potrzebę.

Osoby, które zmieniły miejsce pracy lub zamierzają to zrobić, poproszono o określenie powodów tych zmian (tabela 2). Respondenci do najbardziej znaczących powodów zaliczyli w pierwszej kolejności możliwość uzyskania wyższych zarobków. Kusiła także możliwość uzyskania ciekawszej pracy (21%) oraz wykorzystania w swojej nowej pracy posiadanych kwalifikacji (10,8%). Ten ostatni czynnik świadczy o pewnej tęsknocie za pracą zgodną z wyuczonym zawodem. W stosunkowo mniejszym stopniu o zmianie miejsca pracy decyduje możliwość awansu czy uzyskania wyższego stanowiska. Nie ma więk-

szego znaczenia również charakter pracy zgodny z wyuczoną specjalizacją. Jako inne powody (6%) respondenci podawali m.in. bliskość miejsca zamieszkania nowej pracy.



Ryc. 15. Wyniki odpowiedzi na pytanie o zamiar zmiany miejsca pracy

źródło: badania własne

Tabela 2. Motywy zamiaru zmiany miejsca pracy

LP.	Wyszczególnienie	Liczba odpowiedzi	%
1	wyższe zarobki	56	24,14
2	wyższe stanowisko	8	3,45
3	ciekawsza praca	49	21,12
4	praca zgodna z specjalizacją	13	5,60
5	możliwość wykorzystania kwalifikacji	25	10,78
6	panujące stosunki międzyludzkie	14	6,03
7	możliwość awansu	18	7,76
8	możliwość otrzymania mieszkania	6	2,59
9	względy rodzinne	8	3,45
10	inne przyczyny	6	2,59
11	brak odpowiedzi	29	12,50

źródło: badania własne

#### e. Zamiary absolwentów odnośnie doskonalenia swoich kwalifikacji

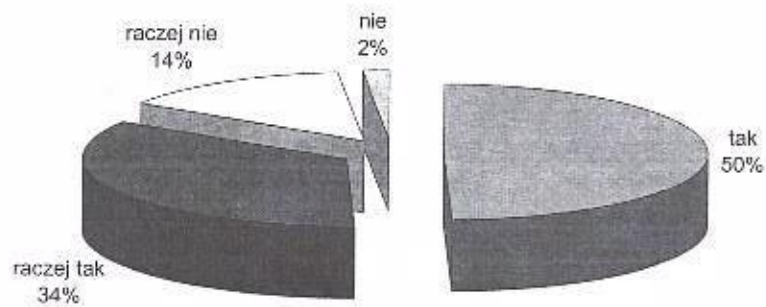
Większość naszych respondentów (67%) nie podjęło po ukończeniu studiów działań zmierzających do doskonalenia. Świadczy to o małym zainteresowaniu zarówno pracowników, jak i pracodawców różnego rodzaju formami doskonalenia zawodowego.

Z większym entuzjazmem odnoszą się natomiast nasi respondenci do swojego doskonalenia w przyszłości. Około 50% ma takie zamiary, a dalsze 34% stwierdziło, że raczej będzie podnosić swoje kwalifikacje. Tylko dwie osoby stwierdziły, że nie będą doksztalać się w przyszłości.





Ryc. 16. Udział w doskonaleniu kwalifikacji zawodowych w dziedzinie turystyki po ukończeniu studiów  
 źródło: badania własne



Ryc. 17. Zamiar absolwentów odnośnie dokończania się w przyszłości  
 źródło: badania własne



Ryc. 18. Deklarowane dziedziny doskonalenia zawodowego  
 źródło: badania własne

Pytano również respondentów o to, w jakim kierunku (dziedzinie) zamierzają się doskonalić. Najczęściej absolwenci odczuwali potrzebę doksztalcania się w zakresie wiedzy prawniczej (63%), psychospołecznej (45 %) oraz wiedzy z zakresu marketingu (39%). Często też zwracano uwagę na umiejętność posługiwania się komputerem i znajomość języków obcych.

Podawano również bardziej wyszukane i specjalistyczne dziedziny jak medycyna alternatywna, pedagogika, finanse, bankowość, kursy walutowe i IATA, organizacja i zarządzanie.

### **Professional careers of masters of Tourism (and Recreation) at Academy of Physical Education in Cracov**

In the following article has been shown the results of researches about the job careers of the students graduated the direction of tourism and recreation at Academy of Physical Education in Krakow in 1977 – 1997. Analyzed were such factors describing the ways of career like: place of employment in tourism, the length of personal experience in tourism, reasons of starting to work in the other branch of economy, the kind of practicing job, possibilities of using the knowledge acquired during the period of study in professional work. The graduated students were asked both about their difficulties in practicing job as well as the factors deciding about promotion in work and also about their satisfaction from professional work and compatibility of their present activity in comparison to the previous images. The researchers also have got the information about intentions of change the current work and reasons of these eventual decisions and about the plans of further improve the current qualifications.

### **Piśmiennictwo**

- [1] *10 Lat Wydziału Turystyki i Rekreacji Akademii Wychowania Fizycznego w Krakowie*. [red. Z. Kruczek]. Wydawnictwo Monograficzne nr 27, AWF Kraków 1986.
- [2] *25 lat kierunku turystyka i rekreacja. Cele i treści akademickiego kształcenia w dziedzinie turystyki i rekreacji*. Zeszyty Naukowe nr 81, AWF Kraków 2001.
- [3] Airey D, Nightingale M., *Tourism occupations, career profiles and knowledge*. *Annals of Tourism Research*, 1981, 8 (1), 52–68.
- [4] Bogucki J., Nykowski A., Schmidt A., *Kształcenie kadr dla turystyki i rekreacji w Polsce ze szczególnym uwzględnieniem roli Wydziałów Turystyki i Rekreacji AWF*. Seria Monografie, nr 135, AWF Poznań 1980.



- [5] Borne-Falencik H., *Losy absolwentów AWF i AE o specjalizacji turystycznej*. Biuletyn Informacyjny Instytutu Turystyki, 1979, nr 2/52.
- [6] Grabowski H., Kabsch A., Sozański H., Winiarski R., Zdebski J., *Społeczno-pedagogiczne problemy kształcenia w uczelniach wychowania fizycznego*. AWF Kraków, 1993.
- [7] Guzik H., Kruczała J., *Problemy zatrudnienia w gospodarce turystycznej*. W: *Warunki rozwoju turystyki w Krakowie*. Zeszyty Naukowe, AE Kraków, 1991, nr 350.
- [8] Kruczek Z., *Kształcenie kadr dla turystyki na poziomie wyższym w Polsce na tle światowych tendencji*. Wydawnictwo Monograficzne nr 56, AWF Kraków 1993.
- [9] Kruczek Z., *Przekształcenia studiów turystycznych w Polsce na tle światowych tendencji*. Problemy Turystyki, 1992, nr 2/1992.
- [10] Kruczek Z., *Opinie absolwentów o programach studiów turystycznych w Akademii Wychowania Fizycznego i Akademii Ekonomicznych*. Folia Turistica, PWN, Kraków 1993, nr 2.
- [11] Pauzewicz K., *Wybrane wyniki badań nad losami absolwentów AWF i AE przygotowanych do pracy w turystyce*. w: *Kształcenie ekonomistów do pracy w turystyce*. AE Wrocław, 1981.
- [12] Unrug M., *Stopień zadowolenia z pracy w opiniach absolwentów kierunków turystycznych wyższych uczelni w latach 1980–87*. w: *Kadry w turystyce*, Zeszyt CPBP, Instytut Turystyki – AWF Kraków 1990.





## KONFLIKTY – PRZYCZYNY ICH POWSTAWANIA I SPOSOBY ROZWIĄZYWANIA W OPINII PRACOWNIKÓW WYBRANYCH KRAKOWSKICH HOTELI

*Aneta Paluch\**

### Wstęp

Zarządzanie konfliktem to nowa dziedzina kierowania organizacją, która szturmem zdobyła większe zachodnie przedsiębiorstwa. Okazało się mianowicie, że skutecznie kierowany konflikt, a niekiedy wręcz świadomie wywoływany, może przynosić pozytywne efekty w postaci poprawy jakości usług, podniesienia efektywności pracy i ogólnego rozwoju całej organizacji. Fakt ten stał się impulsem do powstania niniejszej pracy [2, s. 239–242].

Tradycyjnie konflikt jest ujmowany jako coś niepożądanego, zbędnego i szkodliwego. Pojawienie się sporu traktowano zwykle jako sygnał, że w firmie dzieje się coś niepokojącego. Sądono, iż konflikt powstaje jedynie wówczas, gdy kierownicy nie zarządzają sprawnie organizacją lub nie potrafią wskazać pracownikom wspólnych interesów. Pogląd ów głosił, że usunięcie tych niedogodności gwarantuje harmonijne funkcjonowanie zakładu.

Sytuacja uległa zmianie, kiedy obszerniejsze badania wykazały zupełnie inne źródło konfliktów i dostrzeżono ich zalety. Obecnie króluje przekonanie o nieuniknioności sytuacji konfliktowych w organizacji, a wręcz o ich konieczności. Z tego punktu widzenia zadaniem kierowników nie jest tłumienie i rozwiązywanie konfliktów, lecz pokierowanie nimi tak, aby zminimalizować ich szkodliwe aspekty i maksymalizować pozytywne [14, s. 328–330].

R. J. Edelman [3, s. 13] wyróżnił pięć pozytywnych aspektów sytuacji konfliktowych:

- umacnianie związków,
- większe zaufanie,
- podniesienie samooceny,

\* Autorka jest uczestniczką studiów doktoranckich w Akademii Wychowania Fizycznego w Krakowie, al. Jana Pawła II 78

- wzrost poziomu twórczości i produktywności,
- satysfakcja z pracy.

Przed podjęciem badań, będących podstawą niniejszego opracowania, przyglądałam się zjawisku konfliktów podczas zagranicznych wycieczek wyjazdowych. Wyniki tych obserwacji okazały się na tyle ciekawe, że postanowiłam kontynuować swe rozważania i przyjrzeć się konfliktom, jakie występują w hotelach.

W języku łacińskim wyraz „*conflicto*” oznacza: uderzać razem, wrzasnąć, zaburzyć, walczyć, potykać się, mieć do zwalczania [9, s. 111]. B. Jamrożek i J. Sobczak definiują konflikt jako „*sytuację niezgodności (sprzeczności), która w odniesieniu do ludzi dotyczy ich interesów, pragnień, przekonań i celów*” [7, s. 132]. K. Thomas rozumie konflikt, jako „*interakcje zachodzące między ludźmi wzajemnie od siebie zależnymi, którzy spostrzegają, że ich cele, zadania, wartości są niezgodne, i w konsekwencji, iż druga strona potencjalnie przeszkadza im w realizacji tych dążeń, co wywołuje frustrację*” [12, s. 76], a za słownikiem wyrazów obcych można określić, że konflikt to: „*antagonizm, sprzeczność interesów, poglądów, potrzeb, motywów; spór, zatarg; kolizja*” [8, s. 516]. Tak szerokie i różnorodne znaczenie słowa *konflikt* wiąże się z jego wieloznacznością i złożonością.

Konflikty są procesem przebiegającym dynamicznie w określonym miejscu, czasie i grupie społecznej. Mogą to być konflikty pomiędzy jednostkami (np. pracownik – pracownik, pracownik – przełożony), między jednostką a grupą (np. dyrektor – związki zawodowe) lub między grupami (np. dwie konkurujące ze sobą pracownie, zakłady itp.). Konflikt może dotyczyć też tylko jednej osoby w sytuacji jej wewnętrznych rozterek (np. konieczność dokonania wyboru miejsca pracy, nauki, wypoczynku). Konflikty mogą zachodzić na podłożu politycznym (np. różnice poglądów między partiami lewicy i prawicy), ekonomicznym (np. wysokość płac, dodatków, zasady premiowania), socjalnym (np. warunki pracy, nauki), mogą dotyczyć też podziału pracy i płac. Ze względu na czas trwania konflikty dzieli się na długotrwałe i krótkotrwałe [7, s. 132]. W literaturze psychologicznej i socjologicznej istnieje również pojęcie tzw. *pseudokonfliktu* [18, s. 60]. Mamy z nim do czynienia wtedy, gdy jedna ze stron uważa, że druga chce osiągnąć ten sam cel, podczas gdy w rzeczywistości cele ich są różne, a zaistniałe zderzenie zupełnie przypadkowe.

Konflikty może powodować wiele czynników o różnorodnym pochodzeniu i wartości. Można tu wyróżnić m.in. stres, frustrację, charakter i osobowość jednostki, społeczeństwo czy wreszcie wszystkie cele, do których ludzie dążą. Z tego względu w literaturze przedmiotu wyróżnia się kilka rodzajów konfliktów.

Można więc wyróżnić:

- **konflikty interesów**, które zachodzą, gdy zaspokojenie potrzeb określonej jednostki dokonuje się kosztem innej osoby lub grupy. Mogą one pojawić się właściwie na każdej płaszczyźnie, mogą być chwilowe, ale też mogą



trwać długo i angażować wiele osób, mogą być wreszcie utajone lub jawne. T. Tyszka [15, s. 10] podaje, że konflikty interesów cechuje ogromna różnorodność. Zróżnicowanie to może dotyczyć rodzaju uczestników (jednostki, grupy, organizacje, całe społeczeństwa), rodzaju działań (współzawodnictwo sportowe, walki zbrojne, konkurencja ekonomiczna, działania dyplomatyczne itd.) lub charakteru dóbr (dobra materialne, władza, prestiż etc.). Oczywiście do konfliktu dochodzi jedynie wówczas, gdy interesy stron są całkowicie przeciwstawne;

- **konflikty relacji**, które wynikają z nieprawidłowej komunikacji. Towarzyszą mu najczęściej negatywne emocje, stereotypy, błędne spostrzeganie, a nawet chęć stosowania zasady „wet za wet” [2, s. 39–40];
- **konflikty wartości**, które wynikają z różnic preferowanych przez jednostkę wartości [2, s. 52–54]. Konflikty te mogą dotyczyć kultury, ideologii, zasad religijnych i moralnych, sympatii politycznych oraz filozofii życia, ale też konieczności dokonywania wewnętrznych wyborów. W tym ostatnim przykładzie to właśnie człowiek musi zdecydować, która wartość otrzyma status pierwszeństwa. W dokonywanie tego wyboru zaangażowane są nasze uczucia, dążenia, potrzeby i głęboko skrywane pragnienia;
- **konflikty informacji**, które pojawiają się wówczas, gdy człowiek staje w obliczu całkowitego braku informacji, albo też posiadane przez niego informacje są odmienne od reszty społeczeństwa lub podmiot inaczej je interpretuje. Skutkiem niedoinformowania są konflikty wynikające ze złej organizacji pracy [5, s. 30];
- **konflikty postaw**, które wynikają w dużej mierze z braku tolerancji dla poglądów drugiej osoby. Im reprezentowana przez podmiot wartość jest dla niego ważniejsza, tym gwałtowniej stara się on jej bronić, ale też tym gwałtowniej przekonuje on inne jednostki do swoich racji.

Każdy z nas inaczej reaguje na konflikt. To, w jaki sposób przyjmujemy zachodzące wokół incydenty, zależy od indywidualnych predyspozycji jednostki, jej charakteru, temperamentu i poziomu wrodzonej cierpliwości, ale też posiadanej wiedzy i zdobytych umiejętności. Dlatego można wyróżnić wiele rodzajów zachowań w sytuacjach konfliktowych. Często ich wyborów dokonujemy automatycznie, intuicyjnie. Należy też pamiętać, że człowiek reaguje na określoną sytuację, nie taką, jaką ona jest, lecz na taką, jaką ją widzi. Rozwiązuje nie obiektywne zadania, a jedynie te, które zostały odzwierciedlone w jego świadomości. Na **subiektywne postrzeganie sytuacji przez jednostkę** według J. P. Codola [6, s. 352–353] składają się cztery istotne elementy: obraz siebie samego, obraz innych uczestników sytuacji, obraz grupy oraz obraz zadania, a także wpływ tych poszczególnych elementów na zachowanie się człowieka.

Eskalacja konfliktu bądź jego wygaszenie zależy w dużej mierze od aktywności zaangażowanych stron. Wyróżnia się zatem konflikty bierne, w których uczestnicy nie kierują wobec siebie żadnej aktywności, aczkolwiek przechodzą one szybko w konflikty czynne, które mogą być skutecznie rozwiązane lub przejść w stadium zaognienia.

J. Waszkiewicz [18, s. 61] podaje, że punktem wyjścia każdego konfliktu jest zwykle jakieś nieplanowane zderzenie się dwóch stanowisk, które wzajemnie się wykluczają. Naszego oponenta zaczynamy postrzegać jako wroga, z którym absolutnie nie możemy się identyfikować. Zaczynamy się też angażować w konflikt do tego stopnia, że tracimy z pola widzenia pierwotny czynnik sporny i podstawowym dążeniem staje się zwalczanie przeciwnika. W końcowej fazie konfliktu jakiegokolwiek porozumienie staje się wręcz niemożliwe, co więcej, zanikają wszelkie cechy wspólne, nawet jeśli początkowo takowe istniały. Wzajemna komunikacja staje się niemożliwa. Takie przejście wielowymiarowości konfliktu na jego jednowymiarowy charakter jest cechą charakterystyczną eskalacji konfliktu. Aby rozwiązać taki konflikt, potrzebna jest depolaryzacja, która może wykazać, że zaistniały konflikt jest w rzeczywistości pseudokonfliktem.

W chwili, gdy dwie strony uświadamiają sobie, że doszło do konfliktu, zaczynają zachodzić mechanizmy sprzężenia zwrotnego. Z. Nęcki [11, s. 156–157] uważa, iż „naturalne traktowanie konfliktu jako części życia i części każdej interakcji pozwala wykorzystać konstruktywnie zaistniałą różnicę zdań dla lepszego wzajemnego poznania się. Traktowanie konfliktu jako wskaźnika klęski, poniżenia i rozpadu może rzeczywiście doprowadzić do kryzysu.” Jeśli powstrzymany eskalację konfliktu i ograniczymy natężenie emocji, możliwa będzie redukcja sytuacji konfliktowej.

Zwykle ludzie znacznie dłużej pamiętają przykre zdarzenia i nieprzyjemne sytuacje, niż to, co spotkało ich dobrze. Należy więc pamiętać, że jeśli konflikt zostanie przerwany w fazie szczytowej, to zaistniała sytuacja wrogości może się utrwalić. Gdy dodatkowo zerwane zostaną wszelkie kontakty, to zaprzeczona zostanie szansa na wyjaśnienie niedomówień i zmniejszenie negatywnego wrażenia.

Uciekając od konfliktu, człowiek pozostawia wiele spraw nierozwiązanych, przygasłych, lecz nie wygaszonych, które z czasem mogą się nawarstwiać i w końcu wybuchnąć ze zdwojoną siłą. Wszędzie tam, gdzie jest dwoje ludzi, konflikt staje się nieunikniony. W rodzinie pozwala on na lepszą komunikację, rodzice mogą poznać pragnienia dzieci, a dzieci z kolei mogą poznać intencje rodziców. W pracy konflikt pozwala wyjść z inicjatywą i zadziwić dyrekcję oraz współpracowników. Jeśli tylko spojrzymy na konflikty łaskawszym okiem, może okazać się, że są one naszymi sprzymierzeńcami i odpowiednio zarządzane przyniosą niespodziewanie dobre efekty.



## Cel badań, materiał i metoda

### Cel badań

Celem przeprowadzonych badań było zbadanie sytuacji konfliktowych najczęściej występujących w hotelach, sposobów ich rozwiązywania oraz wpływu na efektywność pracy i jakość świadczonych usług.

Niniejsze opracowanie jest próbą odpowiedzi na pytanie, jakie są przyczyny konfliktów występujących w hotelach oraz czy mają one wpływ na jakość świadczonych przez hotel usług i efektywność pracy osób w nim zatrudnionych.

### Materiał

Niniejszy materiał zawiera wycinkową relację z badań, którymi objęto pracowników siedmiu losowo wybranych krakowskich hoteli o kategorii trzech lub czterech gwiazdek. Ponieważ zgoda dyrekcji wybranych hoteli na przeprowadzenie badań uzależniona była od zachowania absolutnej anonimowości, dlatego autorka niniejszego opracowania została zobowiązana do nieujawniania ich nazw.

Badania przeprowadzane były od września 2001 do stycznia 2002 roku

Ogółem zostało przebadanych 150 osób, w tym 99 kobiet i 51 mężczyzn. Jednak do dalszej analizy statystycznej zakwalifikowano 141 ankiet (96 kobiet i 45 mężczyzn), ponieważ 9 osób stwierdziło, iż nie zetknęło się z sytuacjami konfliktowymi w swoim miejscu pracy.

Tabela 1. Charakterystyka zawodowa badanych

Wykonywany zawód	Płeć		Mężczyźni		Ogółem	
	L	%	L	%	L	%
Recepcjoniści	36	37,5	9	20	45	31,9
Pokojowe	24	25	–	–	24	17
Portierzy	–	–	18	40	18	12,8
Kelnerzy	15	15,6	–	–	15	10,6
Referenci d/s administracji	15	15,6	–	–	15	10,6
Barmani	3	3,1	3	6,7	6	4,3
Kucharze	–	–	6	13,3	6	4,3
Elektrycy	–	–	6	13,3	6	4,3
Technolodzy żywienia	3	3,1	–	–	3	2,1
Informatycy	–	–	3	6,7	3	2,1
Suma	96	100	45	100	141	100

L – liczba badanych

Analiza struktury wieku badanych wykazała, że najliczniej reprezentowaną grupą (51,1%) były osoby młode (do 25 roku życia) oraz osoby w wieku 26 – 30 lat (27,6%). Najmniej liczna grupę stanowiły osoby powyżej 35 roku życia (4,3%).

Wśród badanych osób 63,8% posiada wykształcenie średnie, a 29,8% wyższe. Pracownicy, którzy ukończyli tylko szkołę zawodową, to zaledwie 6,4% wszystkich ankietowanych.

Zdecydowanie największy procent badanej grupy (31,9%) stanowią pracownicy recepcji (tabela 1). Licznie reprezentowana jest również funkcja pokojowych (17%) i portierów (12,8%). Najmniejszy odsetek stanowią osoby zajmujące w hotelach wyższe stanowiska. Ankiety nie wypełnił żaden reprezentant działu kierowniczego ani dyrektorskiego.

### Metoda

Metodę badań stanowił sondaż diagnostyczny, w ramach którego wykorzystano technikę ankiety skonstruowanej według własnej koncepcji. Zastosowano w nim dwa rodzaje pytań: półotwarte i otwarte.

Sondaż składał się z dwóch części: tzw. metryczki oraz pytań zasadniczych. Pierwsza grupa pytań dotyczyła prób zdefiniowania zjawiska konfliktu oraz rodzajów konfliktów występujących w hotelach i ich natężenia. Kolejna grupa pytań odnosiła się do specyfiki zachowań człowieka wobec zaistniałych sytuacji konfliktowych oraz wpływu, jaki miały one na atmosferę w miejscu pracy badanych osób i ich konsekwencji dla całej organizacji. Następnie poruszony został problem roli szefa wobec zaistniałego problemu i najchętniej widzianych przez pracowników cech osobowych zwierzchnika. Ostatnie pytanie ankiety miało wysondować, jaka jest opinia badanych osób o ewentualnych szkoleniach, prowadzonych w celu wskazania najskuteczniejszych metod radzenia sobie w sytuacji konfliktowej.

### Hipotezy robocze

1. Zakłada się, że sytuacje konfliktowe, występujące w badanych hotelach, mają charakter złożony:
  - a) najczęściej występujące w hotelach konflikty to konflikty relacji,
  - b) częstymi konfliktami w hotelach są również konflikty informacyjne.
2. Zakłada się, że częściej dochodzi do sytuacji konfliktowych pomiędzy pracownikami hotelu niż pracownikami i gośćmi hotelu.
3. Zakłada się, że konflikty w hotelach zdecydowanie częściej rozwiązywane są przez kompromis niż przez inne sposoby rozwiązywania sytuacji trudnych.
4. Zakłada się, że dyrektor (kierownik, właściciel) odgrywa decydującą rolę w procesie rozwiązywania konfliktów.



## Wyniki badań

Po wstępnej analizie tematu okazało się, że przeprowadzenie badań nie będzie łatwym zadaniem. Wielu dyrektorów krakowskich hoteli początkowo wyrażało zgodę na rozdanie ankiet pracownikom, jednak gdy poznawali przedmiot badań, szybko wycofywali się ze współpracy. W niektórych obiektach otrzymałam pozwolenie na przeprowadzenie badań tylko pod warunkiem nieujawniania pod żadnym pozorem nazwy hotelu. Podobnie jak zarząd zachowywali się niektórzy pracownicy, którzy nie wyrazili chęci wypełniania kwestionariuszy w obawie przed rozpoznaniem przez zwierzchników ich tożsamości. Fakt zachowania pełnej anonimowości wydawał się nie mieć właściwie żadnego znaczenia. Z jednego spośród wybranych hoteli otrzymałam ankiety zwrotne, wszystkie wypełnione jednym charakterem pisma. Osoba przekazująca mi je wyjaśniła, iż takie zachowanie miało na celu wprowadzenie w błąd kierownictwa, gdyby przypadkiem ktoś chciał przejrzeć ich zawartość.

Kolejnym problemem była ilość materiałów uzyskanych do badań. Zwykle na 100% osób zatrudnionych kwestionariusze wypełniało tylko około 35% załogi, a niekiedy odsetek ten był nawet mniejszy. Fakty te świadczą dobitnie, jak bardzo trudnym problemem nadal pozostają konflikty. Wszelkie zakładowe sytuacje konfliktowe okrywa się ścisłą tajemnicą, do której osoba z zewnątrz absolutnie nie może być dopuszczona.

### Rodzaje konfliktów występujących w hotelach

Z przeprowadzonych dla potrzeb niniejszego opracowania badań wynika, że tylko dziewięć osób (na 150 wszystkich zwrotnych ankiet), nie stwierdziło występowania sytuacji konfliktowych w ich miejscach pracy.

W opinii badanych osób konflikt najczęściej rozumiany jest (tabela 2) jako kłótnia, nieporozumienie czy ostra wymiana zdań (36,2%) oraz rozbieżność zdań dwóch lub więcej stron (24,8%). Przy czym w pierwszym, bardziej zdecydowanym przypadku wypowiedzi prym wiodą kobiety – 50%, a w drugim, łagodniejszym, lecz bardziej precyzyjnym przewodzą mężczyźni – 40%. Mężczyźni traktują też często konflikt po prostu jako spór (26,7%). Konflikty kojarzą się również większości jednoznacznie – jako niemożność osiągnięcia porozumienia w wielu sprawach istotnych dla zaangażowanych w sytuację sporną.

Najczęstszą formą konfliktów w hotelach (tabela 3) są wszelkiego rodzaju sprzeczki (38,3%). Co czwarty badany mężczyzna (26,7%) zauważył też, że problemy stwarzają nieporozumienia wynikające z braku komunikacji (**konflikt relacji**). W porównaniu do męskiej części ankietowanych, kobiety zdają się tego problemu nie dostrzegać.

Tabela 2. Sposoby definiowania pojęcia konfliktu przez badane osoby

Definicje konfliktu	Płeć		Kobiety		Mężczyźni		Ogółem	
	N	%	N	%	N	%	N	%
Kłótnia, nieporozumienie, ostra wymiana zdań	48	50	3	6,7	51	36,2		
Rozbieżność zdań dwóch lub więcej stron	27	28,1	18	40	35	24,8		
Spór	–	–	12	26,7	12	8,5		
Sprzeczność interesów dwóch lub więcej stron	9	9,4	3	6,7	12	8,5		
Niezgodność postaw dwóch lub więcej stron	6	6,3	–	–	6	4,3		
Zderzenie się dwóch lub więcej opinii na jakiś temat	6	6,3	–	–	6	4,3		
Rodzaj sytuacji spornej między dwoma lub więcej stronami	6	6,3	–	–	6	4,3		
Wszelkie nieprzyjemne sytuacje wynikające z pretensji do innych	–	–	6	13,3	6	4,3		
Brak zrozumienia dla innych	3	3,1	–	–	3	2,1		
Zderzenie się dwóch lub więcej potrzeb	3	3,1	–	–	3	2,1		
Niemożliwość kompromisu	–	–	3	6,7	3	2,1		
Suma	108		45		153*			

N – liczba odpowiedzi

\* – suma wszystkich odpowiedzi jest różna od 100%, ponieważ badani dokonywali wielu wyborów

Tabela 3. Zaobserwowane sytuacje konfliktowe

Sytuacje konfliktowe	Płeć		Kobiety		Mężczyźni		Ogółem	
	N	%	N	%	N	%	N	%
Sprzeczki	30	31,3	24	53,3	54	38,3		
Niezrozumienie spowodowane brakiem komunikacji	6	6,3	12	26,7	18	12,8		
Pretensje dyrekcji	9	9,4	9	20	18	12,8		
Różnica poglądów	9	9,4	6	13,3	15	10,6		
Niezgodność charakterów	6	6,3	–	–	6	4,3		
Dotyczące każdej dziedziny życia	3	3,1	3	6,7	6	4,3		
Różnica zdań	3	3,1	3	6,7	6	4,3		
Brak zaangażowania w pracy	3	3,1	–	–	3	2,1		
Nieustępliwość, upór	3	3,1	–	–	3	2,1		
Kwestie finansowe	–	–	3	6,7	3	2,1		
Zajmowana pozycja w pracy	–	–	3	6,7	3	2,1		
Suma	72		63		135*			

N – liczba odpowiedzi

\* – suma wszystkich odpowiedzi jest różna od 100%, ponieważ badani dokonywali wielu wyborów



Brak komunikacji może prowadzić w skrajnych przypadkach do zwolnień z pracy. Jednak większy wpływ na funkcjonowanie całego przedsiębiorstwa ma sytuacja, kiedy pracownik nie ujawnia konfliktu, lecz kryje go i próbuje stłumić na własną rękę. Takie postępowanie prowadzi w prostej linii do obniżenia efektywności wykonywanych obowiązków i zmniejszenia motywacji do dalszej pracy.

Po 3,1% badanych kobiet zwróciło uwagę na konflikty wynikające z braku zaangażowania w wykonywaną pracę oraz nieustępliwość i upór. Dla mężczyzn problemy tego typu wydają się nieistotne, gdyż żaden z nich nie wyraził podobnej opinii. Więcej uwagi poświęcają natomiast kwestiom finansowym i zajmowanej pozycji w pracy (po 6,7%). Można więc wysunąć wniosek, że kobiety częściej niż mężczyźni dostrzegają, a prawdopodobnie i same prowokują konflikty na tle ambicjonalnym, podczas gdy mężczyźni częściej poddają się konfliktom na tle materialnym i strukturalnym (**konflikty wartości**).

Istotne różnice między poglądem kobiet i mężczyzn występują też w sprawie konfliktów wynikających z pretensji skierowanych do dyrekcji. Tego typu konflikty zauważa 20% mężczyzn, ale tylko 9,4% kobiet. Najczęściej ankietowani uskarżali się w tej materii na niesprawiedliwe decyzje kierownictwa i niejasność obowiązków (**konflikty informacji**). Zaistniałe różnice mogą wynikać z faktu, że mężczyźni częściej niż kobiety wnoszą skargi z tego tytułu i buntują się przeciw wyzyskowi. Z kolei kobiety przypuszczalnie wolą wykonać dodatkowe polecenie niż sprzeciwić się woli zwierzchnika.

Tabela 4. Rodzaje konfliktów

Rodzaje konfliktów	Płeć		Kobiety		Mężczyźni		Ogółem	
	N	%	N	%	N	%		
Pomiędzy pracownikami	78	81,3	27	60	105	74,5		
Pomiędzy personelem a dyrekcją	60	62,5	33	73,3	93	66		
Pomiędzy gośćmi hotelu a personelem	39	40,6	18	40	57	40,4		
Pomiędzy gośćmi hotelu a dyrekcją	6	6,3	1	2,2	7	5		
Inne konflikty	–	–	–	–	–	–		
Suma	183		79		262*			

N – liczba odpowiedzi

\* – suma wszystkich odpowiedzi jest różna od 100%, ponieważ badani dokonywali wielu wyborów

Aż 105 osób (74,5%) spośród 141 wszystkich badanych najczęściej obserwuje konflikty pomiędzy pracownikami (tabela 4). Prawdopodobieństwo wystąpienia konfliktu na tym poziomie komunikowania się jest najwyższe. Więcej niż połowa badanych wskazuje na występowanie konfliktów pomiędzy personelem a dyrekcją (66%). Występują one prawdopodobnie na skutek niesubordynacji,

rozbieżności poglądów w kwestii płacowej i polityki awansów oraz rozmiaru ponoszonej odpowiedzialności i zakresu wymaganych obowiązków. Ponieważ sytuacje te nie są, a przynajmniej nie powinny być codziennością, to i ten rodzaj konfliktów występuje rzadziej i dostrzega go mniejsza liczba ludzi. Znaczny odsetek odpowiedzi (40,4%) wskazuje na konflikty pomiędzy pracownikami a gośćmi hotelu i częściowo pomiędzy dyrekcją a gośćmi hotelu (5%). Tego typu konflikty wydają się być czymś naturalnym w przedsiębiorstwie usługowym, jakim wszakże jest hotel. Tam, gdzie są dwie strony, z których jedna oferuje coś za pewną opłatą, a druga z tej usługi korzysta, istnieją dwa poglądy i każda ze stron pragnie wynieść ze spotkania jak największą korzyść.

### Przyczyny konfliktów występujących w hotelach

Najczęstszą przyczyną sytuacji konfliktowych (tabela 5), jakie obserwowane bywają w hotelach (12,3%), jest rozbieżność interesów, a dokładniej rzecz ujmując, zbyt duże wymagania gości. Z niezadowoleniem klienta częściej spotykają się kobiety (12,5%) niż mężczyźni (6,7%). Być może jest to spowodowane tym, że pomimo usilnych starań i walki z dyskryminacją płciową, ciągle łatwiej skrytykować kobietę niż mieć pretensje do mężczyzny. Z kolei mężczyźni częściej niż kobiety mają problemy z błędami w komunikacji interpersonalnej i wynikającymi z tego nieporozumieniami (20%). Dla kobiet jest to sprawa zupełnie nieistotna.

Tabela 5. Przyczyny konfliktów z klientami

Przyczyny konfliktów	Płeć	Kobiety		Mężczyźni		Ogółem	
		N	%	N	%	N	%
Zbyt duże wymagania gości		18	18,8	12	26,7	30	21,3
Niezadowolenie klienta z usługi hotelu		12	12,5	3	6,7	15	10,6
Nieporozumienia (błędna komunikacja)		–	–	9	20	9	6,4
Błędy w rezerwacji		9	9,4	–	–	9	6,4
Źle wyszkolony personel		6	6,3	3	6,7	9	6,4
Niski poziom usług		3	3,1	3	6,7	6	4,3
Brak kultury klientów		6	6,3	–	–	6	4,3
Próby wyludzenia		–	–	3	6,7	3	2,1
Brak zrozumienia ze strony klientów		3	3,1	–	–	3	2,1
Regulamin hotelu		3	3,1	–	–	3	2,1
Suma		60		33		93*	

N – liczba odpowiedzi

\* – suma wszystkich odpowiedzi jest różna od 100%, ponieważ badani dokonywali wielu wyborów



Jeśli chodzi o konflikty pomiędzy pracownikami (tabela 6), to zdecydowanie najczęściej ich przyczyną jest brak porozumienia (27,7%). Taki stan rzeczy ma swoje źródła w pewnych powtarzających się błędach komunikacyjnych większości ludzi. Często nie potrafimy ze sobą rozmawiać, wyrażać swego zdania i nazywać pragnień oraz wychodzimy z założenia, że wszyscy myślą podobnie, a naturalną konsekwencją takiego toku rozumowania są konflikty relacji.

Tabela 6. Przyczyny konfliktów pomiędzy pracownikami

Przyczyny konfliktów	Płeć		Kobiety		Mężczyźni		Ogółem	
	N	%	N	%	N	%	N	%
Brak porozumienia	36	37,5	3	6,7	39	27,7		
Decyzje płacowe szefa	27	28,1	3	6,7	30	21,3		
Współzawodnictwo	21	21,9	6	13,3	27	19,1		
Dominacja	21	21,9	3	6,7	24	17		
Niedokładność	18	18,8	3	6,7	21	14,9		
Egoizm	15	15,6	3	6,7	18	12,8		
Zrzucanie obowiązków na innych	9	9,4	6	13,3	15	10,6		
Zmęczenie	6	6,3	6	13,3	12	8,5		
Źle sprecyzowane obowiązki	–	–	9	20	9	6,4		
Nietolerancja	–	–	6	13,3	6	4,3		
Płotki	3	3,1	3	6,7	6	4,3		
Naiwność jednej ze stron	3	3,1	–	–	3	2,1		
Właściwie o wszystko	–	–	3	6,7	3	2,1		
Suma	159		54		213*			

N – liczba odpowiedzi

\* – suma wszystkich odpowiedzi jest różna od 100%, ponieważ badani dokonywali wielu wyborów

Niesprawiedliwe decyzje płacowe szefa w równym stopniu przeszkadzają kobietom (28,1%) i mężczyznom (30%). Być może to właśnie sprawy finansowe i wspomniana już wcześniej konfliktowość na tle strukturalnym składają się na fakt, iż 27% męskiej części ankietowanych podaje współzawodnictwo (**konflikty postaw**) jako jedną z głównych przyczyn sytuacji konfliktowych. Ze współzawodnictwem wydaje się łączyć problem dominacji. Należy przyznać, że w tej kwestii bardziej wyczulone są kobiety – 21,9%.

Badane osoby poruszyły też problem źle sprecyzowanych obowiązków (**konflikty informacji**), co podkreśliło 20% mężczyzn.

Konflikty pomiędzy pracownikami hotelu (59,6%) zdecydowanie przeważają nad konfliktami, do których dochodzi pomiędzy personelem hotelowym a klientami (10,6%) – tabela 7. Prawdopodobną przyczyną tego jest fakt, że w stosun-

ku do gości, pracowników obowiązuje niepisana zasada „nasz klient – nasz pan”, natomiast w stosunku do innych pracowników hotelowych mogą pozwolić sobie na ujawnienie swoich negatywnych emocji, niezadowolenia czy frustracji.

Tabela 7. Częstotliwość występowania konfliktów

Częstotliwość	Płeć		Kobiety		Mężczyźni		Ogółem	
	N	%	N	%	N	%	N	%
Z klientami	12	12,5	3	6,7	15	10,6		
Pomiędzy pracownikami	57	59,4	27	60	84	59,6		
Nie ma wyraźnej różnicy	18	18,8	3	6,7	21	14,9		
Suma	87		33		120*			

N – liczba odpowiedzi

\* – suma wszystkich odpowiedzi jest różna od 100%, ponieważ badani dokonywali wielu wyborów

### Zachowania badanych osób w sytuacjach konfliktowych

Wobec tak nieprzyjemnego zjawiska, jakim jest konflikt, pocieszający wydaje się fakt, iż 63,8% badanych osób stara się aktywnie rozwiązywać zaistniałe problemy. W tym celu podejmują oni trud prowadzenia negocjacji [1, 2, 11, 12, 17], mediacji [2, 12, 16], a niekiedy, jeśli nie ma innego wyjścia, decydują się na wymuszenie porozumienia (tabela 8). Z drugiej jednak strony, aż 34% badanych

Tabela 8. Przyjmowana przez badane osoby postawa wobec konfliktów

Przyjmowana postawa	Płeć		Kobiety		Mężczyźni		Ogółem	
	N	%	N	%	N	%	N	%
Aktywna (negocjacja, mediacja, wymuszanie porozumienia)	63	65,6	27	60	90	63,8		
Obojętna (nie włączałem/lam się w tok konfliktu)	36	37,5	12	26,7	48	34		
Świadomie unikałem/lam zaistniałego już konfliktu	9	9,4	15	33,3	24	17		
Pasywna (oczekiwanie sytuacji, kiedy konflikt rozwiąże się sam)	12	12,5	9	20	21	14,9		
Suma	120		66		186*			

N – liczba odpowiedzi

\* – suma wszystkich odpowiedzi jest różna od 100%, ponieważ badani dokonywali wielu wyborów

postanawia nie włączać się w tok konfliktu. Takie zachowanie jest prawdopodobnie spowodowane chęcią odsunięcia problemu jak najdalej od siebie i jest próbą ochrony własnej osoby poprzez niedostrzeganie incydentu. Pewna grupa osób zaznaczyła wręcz, że aktywnie uczestniczyli w konflikcie tylko wówczas, jeśli dotyczył on ich bezpośrednio. Najbardziej niepokojącym zachowaniem jest



postawa pasywna, rozumiana jako oczekiwanie sytuacji, kiedy konflikt rozwiąże się sam. Takie postępowanie może w krótkim okresie czasu grozić ponownym wybuchem konfliktu, być może jeszcze silniejszym niż pierwotny spór.

Tabela 9. Wpływ konfliktów na atmosferę w miejscu pracy badanych osób

Wpływ konfliktów	Płeć		Kobiety		Mężczyźni		Ogółem	
	N	%	N	%	N	%	N	%
Utrudniają pracę	39	40,6	15	33,3	54	38,3		
Czasowo pogarszają atmosferę	45	46,9	9	20	54	38,3		
Obniżają efektywność pracy	30	31,3	9	20	39	27,7		
Stresują	15	15,6	12	26,7	27	19,1		
Wpływają destrukcyjnie	15	15,6	6	13,3	21	14,9		
Utrudniają komunikację	15	15,6	–	–	15	10,6		
Wywołują sztuczną atmosferę	9	9,4	3	6,7	12	8,5		
Nie mają żadnego wpływu	9	9,4	3	6,7	12	8,5		
Działają mobilizująco	9	9,4	–	–	9	6,4		
Jednoczą pracowników	6	6,3	–	–	6	4,3		
Tworzą się walczące ze sobą obozy	3	3,1	3	6,7	6	4,3		
Suma	195		60		255*			

N – liczba odpowiedzi

\* – suma wszystkich odpowiedzi jest różna od 100%, ponieważ badani dokonywali wielu wyborów

Konflikty, które występują w pracy, nigdy nie pozostają bez wpływu na otaczające środowisko (tabela 9). Najczęściej jest to niestety wpływ negatywny. 38,3% badanych wyraziło opinię, że sytuacje konfliktowe zwykle utrudniają pracę, a w najlepszym razie czasowo pogarszają atmosferę w ich miejscu zatrudnienia. 27,7% respondentów jest przekonanych, iż konflikty po prostu obniżają efektywność pracy. Większość wymienionych przez badane osoby konfliktów ma wpływ ujemny na środowisko pracy. Wszak oczywiste jest, że konflikty stresują ludzi, utrudniają komunikację, a nawet wywołują dziwną, sztuczną atmosferę uprzejmości wobec siebie, co zwykle kończy się stopniowym narastaniem konfliktu i jego eskalacją o zdwojonej sile. Najbardziej niepokojący jest fakt tworzenia się, na skutek zaistniałych konfliktów, wzajemnie zwalczających się obozów, gotowych w każdej chwili do podjęcia otwartej walki. Na ten ostatni problem zwróciło uwagę 4,3% respondentów.

Jednak kilka osób zauważyło pozytywne wpływy konfliktów. 9,4% kobiet dostrzegło ich mobilizujący charakter, a 6,3% możliwość jednoczenia pracowników poprzez sytuacje konfliktowe. Odpowiedzi wskazujące na pozytywne aspekty są wprawdzie nieliczne, ale mogą świadczyć o tym, że dzięki skutecznej polityce firmy, prowadzonej odnośnie radzenia sobie z konfliktami, spory przestaną straszyć i niszczyć wszystko to, co pracownikom udało się stworzyć, a odpowiednio stymulowane będą przyczyniać się do poprawy jakości świadczonych usług.

Tabela 10. Opinie badanych osób na temat konsekwencji konfliktów w odniesieniu do firmy i ludzi w niej pracujących

Konsekwencje konfliktów	Płeć		Mężczyźni		Ogółem	
	N	%	N	%	N	%
Obniżenie efektywności pracy	27	28,1	9	20	36	25,5
Utrudnienie pracy poprzez zniszczenie wzajemnego zaufania	24	25	6	13,3	30	21,3
Całkowita dezorganizacja pracy	18	18,8	6	13,3	24	17
Ogólne zniechęcenie do pracy	12	12,5	6	13,3	18	12,8
Niszczenie pozytywnej atmosfery w pracy	12	12,5	3	6,7	15	10,6
Konieczność reorganizacji struktur personalnych	–	–	9	20	9	6,4
Tworzenie się grup walczących ze sobą	3	3,1	6	13,3	9	6,4
Pojawienie się niechęci do osoby wywołującej konflikt	3	3,1	3	6,7	6	4,3
Pomówienia i plotki	–	–	6	13,3	6	4,3
Sukcesem jest jedynie ich dobre rozwiązanie	3	3,1	3	6,7	6	4,3
Podnoszenie poziomu usług	6	6,3	–	–	6	4,3
Zwolnienia w pracy	6	6,3	–	–	6	4,3
Silne emocje	3	3,1	–	–	3	2,1
Wyjaśnienie niejasnych sytuacji	3	3,1	–	–	3	2,1
Suma	120		57		177*	

N – liczba odpowiedzi

\* – suma wszystkich odpowiedzi jest różna od 100%, ponieważ badani dokonywali wielu wyborów

Pozytywne opinie na temat konfliktów są jednak ciągle odosobnione (tabela 10). Większość osób (25,5%) przychyliła się do twierdzenia, że sytuacje konfliktowe obniżają efektywność pracy, a znaczny odsetek badanych (21,3%) potwierdza utrudnianie, przez różnego rodzaju spory, procesu pracy i niebezpieczeństwo zniszczenia wzajemnego zaufania. Negatywnych opinii jest wiele i dotyczą one najczęściej całkowitej dezorganizacji pracy, ogólnego zniechęcenia i zachwiania pozytywnej atmosfery w miejscu zatrudnienia. Konflikty wydają się być odbierane najgorzej przez mężczyzn. W opinii 20% męskiej części personelu hotelowego konflikty są wręcz w stanie doprowadzić do konieczności reorganizacji struktur osobowych. Zaskakujący wydaje się też fakt, że na plotki i pomówienia uskarżają się właśnie mężczyźni (20%), podczas gdy dla kobiet kwestia ta jest nieistotna. Taki stan rzeczy może być związany z niską odpornością mężczyzn na pracę w środowisku niejasności i różnych układów. Gubią się oni w pajęczynie wzajemnych powiązań i szybko zaczynają odczuwać zniechęcenie.

Pozytywne opinie na temat konfliktów wyraziły jedynie kobiety. Według 6,3% sytuacje konfliktowe mogą podnosić poziom usług, a 3,1% dostrzega w nich szansę na wyjaśnienie niejasnych sytuacji.



Tabela 11. Wpływ konfliktów na dalsze działania pracowników w opinii badanych osób

Wpływ konfliktów	Płeć		Kobiety		Mężczyźni		Ogółem	
	N	%	N	%	N	%	N	%
Utrudniają wzajemną komunikację	81	84,4	33	73,3	114	80,9		
Są jak „oczyszczająca powieź burza”	15	15,6	1	2,2	16	11,3		
Pomagają w tworzeniu nowatorskich rozwiązań	12	12,5	6	13,3	18	12,8		
Utrudniają powrót do codziennych zajęć	36	37,5	18	40	54	38,3		
Pojawiają się i znikają, niczego nie zmieniając	12	12,5	9	20	21	14,9		
Mobilizują do doskonalenia samego siebie	6	6,3	1	2,2	7	5		
Dzięki konfliktom „wychodzi” prawdziwa natura człowieka	51	53,1	21	46,7	72	51,1		
Działają destrukcyjnie (zerwanie wszelkich kontaktów)	15	15,6	6	13,3	21	14,9		
Umożliwiają poznanie potrzeb drugiej osoby	18	18,8	3	6,7	21	14,9		
Uczą, jak unikać podobnych sytuacji w przyszłości	30	31,3	12	26,7	42	29,8		
Zniechęcają do dalszej pracy	54	56,3	27	60	81	57,4		
Mogą stać się narzędziem sterowania innymi ludźmi	27	28,1	9	20	36	25,5		
Suma	357		146		503*			

N – liczba odpowiedzi

\* – suma wszystkich odpowiedzi jest różna od 100%, ponieważ badani dokonywali wielu wyborów

Wszelkie konflikty, które występują w miejscu pracy, nigdy nie przechodzą bez echa. Sytuacje konfliktowe zazwyczaj są dla ich uczestników męczące i stają się źródłem stresów i frustracji (tabela 11). Jeśli spór nie zostanie do końca rozwiązany, jego skutki będą odczuwalne jeszcze przez długi czas, a narastająca wrogość może przyczynić się do zerwania wszelkich kontaktów. O tym, że konflikty utrudniają wzajemną komunikację, jest przekonanych 80,9% badanych osób. Na fakt zniechęcenia do dalszej pracy zwróciła uwagę ponad połowa respondentów (57,4%), a 38,3% odczuwa trudności z powrotem do codziennych zajęć po przejściu konfliktów.

Konflikty można jednak wykorzystać w nieco innym celu. Otóż ich przebieg i natężenie oraz sposób zachowania się ludzi wobec sporów pozwalają poznać prawdziwą naturę człowieka (51,1%). Konflikty ułatwiają ludziom zrzućcie świadomie zakładanych masek, mających ukryć przywary, których się wstydzimy lub uważamy je za nieestosowne. Przy pozytywnym spojrzeniu na konflikt można wyciągnąć jeszcze jeden budujący wniosek. Z wszystkiego, co dzieje się w naszym życiu, powinniśmy czerpać cenne nauki. A zatem, zdaniem 29,8% badanych osób, zaistniałe spory uczą, jak unikać podobnych sytuacji w przyszłości.

Pewna grupa osób dostrzega też w konfliktach szansę na tworzenie nowatorskich rozwiązań (12,8%). To właśnie ten fakt jest przewodnim tematem teorii zarządzania konfliktem. Jeśli w organizacji wszystko odbywa się schematycznie, pracownicy przychodzą zawsze na określoną godzinę, zakładają strój roboczy i przechodzą do wykonywania tych samych czynności, które robili wczoraj, tydzień temu i w ubiegłym roku, to najprawdopodobniej firmie zacznie grozić stagnacja. Taki marazm jest zjawiskiem szalenie niepożądanym, organizacja przestaje się rozwijać, ludziom przestaje zależeć na doskonaleniu siebie i przestają identyfikować się z firmą ich zatrudniającą. Scenariusz ten jest pierwszym krokiem do zawieszenia działalności i zamknięcia zakładu. Wówczas sprawę może uratować właśnie konflikt, który, świadomie wywołany i umiejętnie pokierowany, ożywi personel i zmusi wszystkich zatrudnionych do ponownego angażowania się w osiąganie celów organizacyjnych oraz podjęcia działań prowadzących do doskonalenia siebie.

Ponownie potwierdza się też przekonanie, że z sytuacji konfliktowych więcej pozytywnych wniosków potrafią wyciągnąć kobiety. Ich zdaniem (18,8%) konflikty umożliwiają poznanie potrzeb drugiej strony. Mogą również działać jako rodzaj oczyszczenia, ułatwiając rozładowanie nagromadzonej negatywnej energii (15,6%).

Tabela 12. Sposoby kończenia konfliktów

Sposoby kończenia konfliktów	Płeć		Kobiety		Mężczyźni		Ogółem	
	N	%	N	%	N	%	N	%
Wynegocjowanie wspólnego rozwiązania	45	46,9	15	33,3	60	42,6		
Wymuszenie działań jednej ze stron	42	43,8	18	40	60	42,6		
Zerwanie umowy lub kontraktu o współpracy	3	3,1	9	20	12	8,5		
Kompromis	57	59,3	15	33,3	72	51,1		
Konflikt pozostawał jakiś czas nierozwiązany	39	40,6	27	60	56	39,7		
Suma	186		84		270*			

N – liczba odpowiedzi

\* – suma wszystkich odpowiedzi jest różna od 100%, ponieważ badani dokonywali wielu wyborów

Analiza wyników w tabeli 12 wskazuje, iż konflikty w badanych hotelach najczęściej kończą się kompromisem (51,1%). Takie rozwiązanie wydaje się najprostsze i najskuteczniejsze tylko z pozoru. Niektórzy badacze z dziedziny psychologii i socjologii [2, 4, 11, 17] uważają, że kompromis nie jest dobrym sposobem rozwiązania konfliktu – może przynosić niezadowolenie stron i pewien niedosyt, że przecież tyle wysiłku włożono, a tak mizerny efekt otrzymano. W sytuacji konfliktowej lepsze wyniki dają rozwiązania bardziej zdecydowane, jak: wynegocjowanie wspólnego rozwiązania (42,6%) albo wymuszenie działań jednej ze stron (42,6%). Najwięcej problemów mogą nastęrczać sytuacje, kiedy kon-



flikt pozostaje przez jakiś czas nierozwiązany. Stwarza to okazję do narastania wzajemnej niechęci, a podejmowane później działania pojednawcze mogą być trudniejsze we wprowadzaniu i mniej efektywne. Mężczyźni też są zdecydowanie bardziej skory do rozwiązania skrajnego, jakim jest ostateczne zerwanie umowy o współpracy (20% wszystkich odpowiedzi udzielonych przez mężczyzn, a tylko 3,1% odpowiedzi kobiet).

### Kierownik – jako osoba zapobiegająca i rozwiązująca konflikty

Do konfliktów w organizacji może przyczyniać się nieefektywny sposób kierowania ludźmi. Każdy pracownik komuś podlega. Nietaktowne, nieodpowiednie traktowanie pracowników lub zachowanie wbrew regułom niweluje korzyści płynące z dobrej struktury firmy i jasno zdefiniowanych ról jej członków. Mimo że w zakładach pracy wykorzystuje się różne sposoby zarządzania, proces ten zawsze wymaga władzy. Jeśli jest ona sprawowana właściwie, może ułatwiać pracę i przynosić satysfakcję. Istnieje jednak niebezpieczeństwo, że będzie wywoływać wrogość i konflikty. Ważnym elementem jest tu preferowany przez zwierzchnika styl kierowania grupą [13, s. 48–50] oraz wyczucie, takt, kwalifikacje i osobowość kierownika.

Tabela 13. Rola szefa w zapobieganiu i rozwiązywaniu sytuacji konfliktowych

Rola szefa	Płeć		Mężczyźni		Ogółem	
	N	%	N	%	N	%
Łagodzenie konfliktu	36	37,5	–	–	36	25,5
Sędzia i rozjemca	6	6,3	24	53,3	30	21,3
Podejmowanie obiektywnych decyzji	21	21,9	9	20	30	21,3
Wysłuchanie wszystkich stron konfliktu	18	18,8	9	20	27	19,1
Przyjmowanie postawy pasywnej	15	15,6	6	13,3	21	14,9
Angażowanie się w przebieg konfliktu	15	15,6	6	13,3	21	14,9
Nieangażowanie się w przebieg konfliktu	15	15,6	–	–	15	10,6
Mediator	15	15,6	–	–	15	10,6
Prowokowanie konfliktu	3	3,1	9	20	12	8,5
Wykorzystanie konfliktu do budowania zespołu	3	3,1	6	13,3	9	6,4
Negocjator	6	6,3	–	–	6	4,3
Stwarzanie warunków do współpracy	–	–	3	6,7	3	2,1
Organizowanie spotkań integracyjnych	–	–	3	6,7	3	2,1
Wykorzystywanie konfliktu do motywacji pracowników	3	3,1	–	–	3	2,1
Suma	156		75		231*	

N – liczba odpowiedzi

\* – suma wszystkich odpowiedzi jest różna od 100%, ponieważ badani dokonywali wielu wyborów

W rozwiązywaniu i przebiegu konfliktów istotną rolę powinien odgrywać kierownik zakładu (tabela 13). To od jego postawy w znacznej mierze zależy będzie, jakie będą skutki konfliktu dla całej społeczności firmy. Zdaniem aż 37,5% kobiet najważniejszym zadaniem zwierzchnika jest łagodzenie sporów. Za istotną umiejętność uznają też one zdolność do zachowań mediacyjnych (15,6%) i negocjacyjnych (6,3%). W tych kwestiach mężczyźni nie wyrazili swego zdania. Być może oczekują oni od zarządu bardziej zdecydowanych działań i zachowań. Wydaje się, że większe poparcie w opinii mężczyzn ma arbitraż (53,3%), czyli sytuacja, kiedy zwierzchnik staje się sędzią. Jednak pragnę przypomnieć, iż taki sposób rozwiązywania sporów nie jest najskuteczniejszym, gdyż zawsze w osąd może się wkraść subiektywizm i stronniczość. A to przecież zachowanie obiektywizmu we wszelkich sytuacjach oraz wysłuchiwanie do końca stron zaangażowanych w konflikt jest najważniejszym, ale też najtrudniejszym zadaniem każdego zwierzchnika.

Mężczyźni zwrócili również uwagę na sytuacje, kiedy dyrektor sam wywołuje konflikt (20% odpowiedzi mężczyzn). Wydaje się to być zachowaniem niezwykle nowatorskie, oczywiście jeśli dokonuje się tego w sposób świadomy. W innej sytuacji jest to postępowanie świadczące o nieprofesjonalizmie i nieumiejętnej komunikacji z podległą dyrektorowi załogą.

Tabela 14. Pożądane cechy osobowości szefa w opinii badanych

Cechy osobowości	Płeć		Mężczyźni		Ogółem	
	N	%	N	%	N	%
Obiektywizm	45	46,9	15	33,3	60	42,6
Opanowanie	36	37,5	6	13,3	42	29,8
Tolerancja i szacunek dla innych	24	25	9	20	33	23,4
Cierpliwość i wyrozumiałość	18	18,8	9	20	27	19,1
Umiejętność negocjacji	18	18,8	6	13,3	24	17
Umiejętność zawierania kompromisów	15	15,6	6	13,3	21	14,9
Otwartość	15	15,6	3	6,7	18	12,8
Asertywność	9	9,4	9	20	18	12,8
Umiejętność kierowania ludźmi	9	9,4	9	20	18	12,8
Stanowczość	12	12,5	3	6,7	15	10,6
Sprawiedliwość	15	15,6	–	–	15	10,6
Komunikatywność	9	9,4	3	6,7	12	8,5
Bezkompromisowość	6	6,3	3	6,7	9	6,4
Szczerość	6	6,3	–	–	6	4,3
Zaufanie	6	6,3	–	–	6	4,3
Poczucie humoru	3	3,1	3	6,7	6	4,3
Umiejętność mediacji	–	–	6	13,3	6	4,3
Suma	246		90		336*	

N – liczba odpowiedzi

\* – suma wszystkich odpowiedzi jest różna od 100%, ponieważ badani dokonywali wielu wyborów



Wszyscy ankietowani zgodzili się jednak jednogłośnie, że od kierownika zdecydowanie wymaga się pewnych cech charakteru, pomocnych w rozwiązywaniu konfliktów.

Najchętniej widzianą cechą charakteru dyrektora (tabela 14) jest obiektywizm (42,6%) i opanowanie (29,8%). Pożądane są również tolerancja i zachowanie szacunku dla innych. Niezwykle istotna wydaje się być cierpliwość i wyrozumiałość (19,1%) oraz umiejętność prowadzenia negocjacji (17%).

Istotne różnice w opinii kobiet i mężczyzn o preferowanych cechach osobowości szefa dotyczyły: asertywności (20% mężczyzn i 9,4% kobiet) i umiejętności kierowania ludźmi (20% mężczyzn i 9,4% kobiet). Z kolei kobiety preferują jako dominującą cechę osobowości szefa: otwartość (15,6% kobiet, 6,7% mężczyzn), sprawiedliwość (15,6% kobiet, brak odpowiedzi mężczyzn), stanowczość (12,5% kobiet, 6,7% mężczyzn) oraz szczerość i zaufanie (po 6,3% kobiet, brak odpowiedzi mężczyzn).

### Sposoby zapobiegania konfliktom

Konflikty są wprawdzie zjawiskiem powszechnym i wręcz nieuniknionym, jednak istnieją pewne zachowania, które ograniczają ilość sporów lub łagodzą ich przebieg.

Najlepszą drogą do osiągnięcia harmonii w pracy, o czym świadczy 34% wszystkich udzielonych odpowiedzi (tabela 15), jest zachowanie pełne wzajemnego zrozumienia i szacunku oraz tolerancja (10,6%). W osiągnięciu tego może pomóc bieżące wyjaśnianie niejasnych sytuacji (21,3%). Istotne jest też jasne i zrozumiałe określanie zakresu obowiązków pracowników (23,4%). Pomocne może również być oddzielanie życia prywatnego od zawodowego i „nieprzynoszenie” problemów osobistych do pracy. Wśród innych proponowanych przez ankietowanych sposobów zapobiegania konfliktom, pojawiła się asertywność, kompromis, dobry system informacji, właściwy odpoczynek i sen, a nawet kierowanie się w doborze pracowników pokrewieństwem znaków zodiaku.

Istotna, z punktu widzenia podjętego problemu, jest uwaga, że właściwie każdy konflikt wymaga oddzielnej analizy i innego rodzaju interwencji. Nie można jednak konfliktów ignorować z powodu nieistotności tematu, gdyż to, co dla jednych jest mało znaczącą sprawą, dla innych będzie wartością godną wszelkich starań, a pomijanie problemu przyczyni się tylko do zaognienia sporu.

Z powodu faktu powszechności zjawiska konfliktów, autorka niniejszej pracy postanowiła postawić badanym osobom pytanie, czy uczestniczyłyby w specjalnie organizowanych szkoleniach, rozwijających umiejętności radzenia sobie i rozwiązywania konfliktów. Na to pytanie 61,7% ankietowanych odpowiedziało, że chętnie wzięliby udział w takim przedsięwzięciu, a 38,3% stwierdziło, iż byłyby to działania zbędne. Odnotowania wymaga też fakt, że chętniej w podobnych zajęciach uczestniczyłyby kobiety niż mężczyźni.

Tabela 15. Sposoby zapobiegania konfliktom proponowane przez badane osoby

Sposoby zapobiegania konfliktom	Płeć	Kobiety		Mężczyźni		Ogółem	
		N	%	N	%	N	%
Wzajemne zrozumienie i szacunek		36	37,5	12	26,7	48	34
Jasne określanie zakresu obowiązków		27	28,1	6	13,3	33	23,4
Wyjaśnianie sytuacji niejasnych		21	21,9	9	20	30	21,3
Tolerancja		12	12,5	3	6,7	15	10,6
Konsekwentne postępowanie szefa		9	9,4	3	6,7	12	8,5
Praca zbiorowa		6	6,3	3	6,7	9	6,4
Dobra informacja		6	6,3	3	6,7	9	6,4
Oddzielanie życia zawodowego od prywatnego		6	6,3	–	–	6	4,3
Konfliktów nie można uniknąć		3	3,1	3	6,7	6	4,3
Właściwy odpoczynek i sen		6	6,3	–	–	6	4,3
Przyjmowanie pracowników z pokrewnych sobie znaków zodiaku		3	3,1	3	6,7	6	4,3
Asertywność		3	3,1	–	–	3	4,3
Kompromis		3	3,1	–	–	3	4,3
Każdy konflikt wymaga innych sposobów zapobiegania		–	–	3	6,7	3	4,3
Suma		141		48		189*	

N – liczba odpowiedzi

\* – suma wszystkich odpowiedzi jest różna od 100%, ponieważ badani dokonywali wielu wyborów

Badani mężczyźni częściej są przekonani o bezcelowości podobnych szkoleń, ponieważ sądzą, że umiejętność radzenia sobie z konfliktami jest cechą wrodzoną i wynika w dużej mierze z charakteru (tabela 16). Część kobiet jest również przekonana o niskiej skuteczności zajęć spowodowanej niemożnością przewidzenia zakresu tematów konfliktogennych i niskim prawdopodobieństwem pokrycia się rzeczywistości z zagadnieniami szkoleń.

Większość osób uznaje jednak, że tego typu zajęcia mogą pokazać, w jaki sposób radzić sobie w sytuacjach konfliktowych i jak skutecznie ich unikać. 14,9% respondentów wyraziło opinię, że dzięki wiedzy wyniesionej z zajęć o konfliktach mogliby poznać działania pozwalające wykorzystywać spory do podniesienia jakości oferowanych usług.

Konflikty są nieodłącznym elementem życia i towarzyszą ludziom we wszystkich jego aspektach. Jeśli więc są czymś tak oczywistym i nieuniknionym, powinniśmy nauczyć się wykorzystywać je do własnych potrzeb. Człowiek poznał, w jaki sposób korzystać z dobrodziejstw żywiołów takich jak ogień, woda, wiatr i słońce. Dlaczego więc nie poskromić konfliktów? Stare przysłowisko głosi, że „jeśli nie możesz pokonać wroga, to powinieneś się z nim zaprzyjaźnić”. Być



może jest to rozwiązaniem wszystkich problemów wynikających z sytuacji konfliktowych. Mam nadzieję, iż powyższe rozważania udowodniły, że konfliktów nie należy się bać i unikać, ale że trzeba się z nimi zmierzyć.

**Tabela 16.** Opinie badanych osób o proponowanych szkoleniach rozwijających umiejętności rozwiązywania konfliktów

Opinie badanych o szkoleniach	Płeć		Kobiety		Mężczyźni		Ogółem	
	N	%	N	%	N	%	N	%
Uczą jak radzić sobie w sytuacjach konfliktowych	21	21,9	9	20	30	21,3		
Uczą jak unikać konfliktów	18	18,8	6	13,3	24	17		
Powinny być prowadzone dla podniesienia jakości obsługi klientów	18	18,8	3	6,7	21	14,9		
Uczą jak rozwiązywać konflikty	18	18,8	–	–	18	12,8		
Powinny być prowadzone by poprawić warunki pracy	9	9,4	6	13,3	15	10,6		
Mogą zapewnić komfort psychiczny pracownikom	6	6,3	–	–	6	4,3		
Mogą nauczyć pracy w grupie	6	6,3	–	–	6	4,3		
Uczą jak radzić sobie ze stresem	3	3,1	–	–	3	2,1		
Nie można zdobyć umiejętności radzenia sobie z konfliktami	27	28,1	21	46,7	48	34		
Teoria szkoleń może nie pokrywać się z rzeczywistością	3	3,1	–	–	3	2,1		
Suma	129		45		174*			

N – liczba odpowiedzi

\* – suma wszystkich odpowiedzi jest różna od 100%, ponieważ badani dokonywali wielu wyborów

### Wnioski

W opinii badanych pracowników krakowskich zakładów hotelarskich sytuacje konfliktowe mają charakter złożony. Najczęściej konflikty wynikają z powodu nieprawidłowej komunikacji interpersonalnej, a zatem są to konflikty relacji. Ludzie nazbyt często wychodzą z założenia, że ich potrzeby, pragnienia czy cele pokrywają się z potrzebami innych. Skutkiem takiego podejścia jest chęć podejmowania decyzji za drugą osobę, co z kolei budzi jej uzasadniony sprzeciw. Do podobnych skutków wiedzie sytuacja, gdy podmiot nie wyjawia swych faktycznych potrzeb, gdyż boi się krytyki, odmowy lub po prostu nie chce urazić uczuć drugiej strony. Wszystkie te sytuacje wywołują w podmiocie uczucie frustracji, co w prostej linii wiedzie do sytuacji konfliktowych w miejscu pracy.

W hotelach często występują konflikty informacyjne, wywołane nieprawidłowym systemem przekazywania informacji lub częściowym zablokowaniem dostępu do źródła informacji. Efektywnym sposobem rozwiązywania tego typu

konfliktów może być chociażby jasno sprecyzowany regulamin pracy oraz zakres obowiązków na danym stanowisku. Zwierzchnik nie może oczekiwać, że nowo przyjęty pracownik będzie od razu wiedział, co należy do jego obowiązków. Jasno sprecyzowany zakres pracy zapobiegnie także przesuwaniu obowiązków na nowych pracowników przez osoby zatrudnione wcześniej.

W hotelach zdecydowanie częściej dochodzi do konfliktów pomiędzy pracownikami niż pomiędzy pracownikami a gośćmi hotelu. Spowodowane jest to prawdopodobnie tym, że wobec klienta pracownikowi hotelu nie wolno jest okazać niezadowolenia czy choćby zmęczenia. Jednak negatywna energia nagromadzona w ciągu całego dnia pracy musi się gdzieś uwolnić i następuje to z reguły wobec partnera na stanowisku pracy. Odnotowania wymaga również fakt, iż konflikty zachodzące pomiędzy pracownikami należą do kategorii konfliktów relacji i informacyjnych, a więc wynikają z przyczyn opisanych wcześniej, natomiast konflikty pomiędzy pracownikami a gośćmi hotelu to najczęściej konflikty postaw.

Konflikty w hotelach kończą się najczęściej zawarciem kompromisu. Jest to rozwiązanie najprostsze, jednak niepolecane przez znawców tematu, gdyż wiąże się z częściową rezygnacją z celów dla obu stron konfliktu. Takie rozwiązanie może w późniejszym czasie prowadzić do tworzenia się nowych sytuacji konfliktowych. Dlatego też konflikty w hotelach są również rozwiązywane poprzez wynegocjowanie wspólnego rozwiązania (42,6% wszystkich udzielonych odpowiedzi) lub wymuszenie działań jednej ze stron (42,6% wszystkich udzielonych odpowiedzi).

### **Conflicts – causes and solutions of problems in Krakow hotels**

When we think about conflicts, we usually think about quarrels, disputes and possibilities of telling other people what do we think about them. Most people do not like to talk about their problems, because they think, that this may be the proof of their weakness and intolerance.

But the world without conflicts is something unnatural. It is necessary to remember that we should not only avoid conflict situations, but also try to solve them properly and learn how to use them in our business.

Conflict management is a new technology of efficient administration. It is already well known in western corporations and used with great success. Companies came a long way from thinking about conflicts as a reason of shame, to assumption that they can increase work efficiency. It appeared that properly controlled conflict may develop whole company and lead to innovative solutions. That is why some managers decide to intentionally cause problems.



The purpose of the paper is to show what kind of conflicts happen in hotels and how they are solved.

The paper presents results of research in Krakow hotels. Research was made on a group of 150 employees in seven hotels. Although to further analysis were classified only 141 questionnaires, because nine person did not observe any conflict situations in their place of work.

The research was made since September 2001 to January 2002.

### Piśmiennictwo

- [1] Borkowska S., *Negocjacje zbiorowe*, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 1997.
- [2] Chępa S., Witkowski T., *Psychologia konfliktów*, Oficyna Wydawnicza UNUS, Wrocław 1999.
- [3] Edelmann R.J., *Konflikty w pracy*, Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, Gdańsk 2002.
- [4] Fisher R., Ury W., Patton B., *Dochodząc do TAK. Negocjowanie bez poddawania się*, Państwowe Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 1997.
- [5] Garczyński S., *Współzycie łatwe i trudne*, Iskry, Warszawa 1969.
- [6] Grzelak J.L., *Konflikt interesów. Analiza psychologiczna*, Państwowe Wydawnictwo Naukowe, Warszawa 1978.
- [7] Jamrożek B., Sobczak J., *Komunikacja interpersonalna*, Wydawnictwo eMPI<sup>2</sup>, Poznań 2000.
- [8] Kopaliński W., *Słownik wyrazów obcych i zwrotów obcojęzycznych*, Wiedza Powszechna, Warszawa 1975.
- [9] Kumaniecki K., *Słownik łacińsko-polski*, Państwowe Wydawnictwo Naukowe, Warszawa 1990.
- [10] Nęcki Z., *Komunikacja międzyludzka*, Wydawnictwo Profesjonalnej Szkoły Biznesu, Kraków 1996.
- [11] Nęcki Z., *Negocjacje w biznesie*, Wydawnictwo Profesjonalnej Szkoły Biznesu, Kraków 1996.
- [12] Pietrzyk A., *Negocjacja i mediacja jako sposoby kierowania konfliktami*, w: „Przegląd Psychologiczny”, Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, Gdańsk 1996, T. 39, nr 3/4, str. 75-88.
- [13] Przetacznikowa M., Makiełło-Jarża G., *Podstawy psychologii*, Wydawnictwa Szkolne i Pedagogiczne, Warszawa 1982.
- [14] Stoner J.A.F., Wankel Ch., *Kierowanie*, Państwowe Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 1994.
- [15] Tyszka T., *Konflikty i strategie*, Wydawnictwa Naukowo-Techniczne, Warszawa 1978.

- [16] Uniszewski Z., *Konflikty i negocjacje*, Prószyński i S-ka, Warszawa 2000.
- [17] Ury W., *Odchodząc od NIE. Negocjowanie od konfrontacji do kooperacji*, Państwowe Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 1995.
- [18] Waszkiewicz J., *Jak Polak z Polakiem? Szkice o kulturze negocjowania*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa-Wrocław 1997.



## RUCH TURYSTYCZNY W KOPALNI SOLI „WIELICZKA” – POCZĄTKI, ROZWÓJ I PERSPEKTYWY

*Irena Rączkowska\**

Kopalnia soli w Wieliczce jest najstarszym zakładem produkcyjnym w naszym kraju i jednym z najstarszych w Europie. Funkcjonuje bez przerwy od II poł. XIII w. tworząc w przeszłości – wspólnie z kopalnią bocheńską – jedno duże przedsiębiorstwo salinarne zwane Żupami Krakowskimi, największe w dawnej Polsce i liczące się poważnie w skali europejskiej. Żupy Krakowskie dostarczały pod koniec XIV w. około 1/3 wszystkich dochodów do skarbu królewskiego, a w następnych stuleciach stanowiły również źródło bogacenia się wielu mieszczan krakowskich i rodów magnackich.

Obecnie wielicka kopalnia soli zaliczana jest do zabytków o najwyższej klasie światowej. Słynna Grota Kryształowa oraz widoczne na ścianach wielu komór i chodników zjawiska geologiczne w postaci licznych fałdów, nasunięć i różnych utworów mioceńskich stanowią doskonały materiał do badań naukowych dotyczących budowy i tektoniki podkarpackich złóż solnych. Stare wyrobiska i narzędzia pracy oraz stosowane w poszczególnych okresach różne systemy i urządzenia mechaniczne pozwalają na prześledzenie rozwoju polskiej myśli technicznej w górnictwie solnym, począwszy od średniowiecza do czasów współczesnych. Należy uwzględnić przy tym fakt, że wydobywanie soli kamiennej na terenie Wieliczki metodą górnictwą poprzedzone było wywarzaniem solanki naturalnej. Warzelnictwo solne, istniejące na tych terenach już około 5000 lat, stanowiło jedno z ważniejszych zajęć ówczesnych mieszkańców Wieliczki i było podstawą rozwoju gospodarczego tych obszarów. Urządzenia solankowe odkryte w okolicach Wieliczki pochodzą z okresu neolitu i zaliczane są do najstarszych w Europie. Istnieje tu zatem niespotykana w innych ośrodkach produkcyjnych Europy możliwość obserwacji pełnego cyklu ewolucyjnego nie tylko samego górnictwa, ale całego przemysłu solnego łącznie z warzelnictwem, począwszy od jego najprymitywniejszych form z czasów prehistorycznych aż po najnowsze metody technologiczne XX w. Górnicza eksploatacja soli zapoczątkowana została w II poł. XIII w. Historię tej eksploatacji można podzielić na trzy zasadnicze etapy:

\* Krakowska Szkoła Hotelarska, ul. Wincentego Pola 4

1. etap I (od początku powstania kopalni do 90-tych lat XIX w.) – ręczny system eksploatacji. Polegał on na ręcznym wycinaniu foremnych brył – „kłapci”, które następnie dzielone były na formy handlowe – „bałwany”. Sól drobną sprzedawano w beczkach. Przy tej pracy używano bardzo prymitywnych narzędzi tj. kilofek, klin, młot.
2. etap II (koniec XVIII w. do 1964 r.) – mechaniczna odbudowa złoza, przy użyciu prochu strzelniczego i maszyn: wiertarki i wrębówki. Pozyskane złozy soli dla celów handlowych poddawane były mieleniu.
3. etap III (koniec XIX w. do chwili obecnej) – eksploatacja mokra, polega na pozyskiwaniu solanki początkowo z wież ługowniczych budowanych w kopalni, następnie przez ługowanie bezpośrednie złoza. Uzyskaną solankę poddaje się procesowi warzelniczemu.

Podane fakty świadczą, że obiekt ten jest zespołem o wyjątkowo dużych wartościach kulturowych i historycznych, mających znaczenie nie tylko dla Polski, ale i dla dziejów górnictwa w ogóle. Kopalnię zaliczono do unikatowych obiektów tego typu na świecie. W 1976 r. została wpisana do rejestru zabytków krajowych, a w 1978 r. na pierwszą międzynarodową Listę Światowego Dziedzictwa Kulturalnego i Przyrodniczego.

Działalność kilkudziesięciu pokoleń polskich górników ukształtowała podziemny świat niepowtarzalny w swoim pięknie i zadziwiający wielkością. Unikatowy w skali światowej obiekt górniczy zawiera kaplice podziemne z bogatym wystrojem wewnątrz, oryginalne obudowy chodnikowe i komory poeksploatacyjne, dawne maszyny i urządzenia górnicze. W złożu zachowało się 9 poziomów od 64 m do 327 m głębokości, 320 km długości chodników oraz 2040 komór o łącznej objętości 7,5 mln m<sup>3</sup>. Z rozległego labiryntu chodników tylko niewielki 3-kilometrowy fragment został udostępniony dla ruchu turystycznego. Jest on jednak dostatecznie reprezentatywny, aby zwiedzający miał wyobrażenie o wyglądzie całości.

Dzięki swym walorom salina wielicka była przedmiotem zainteresowania społeczeństwa już od schyłku średniowiecza. Przez wieki kopalnia pokazywana była jedynie elitom ówczesnego świata. Zwiedzały ją osoby goszczące na dworze królewskim, przedstawiciele klas wyższych i to każdorazowo za wyraźnym zezwoleniem króla. W „Księdze zwiedzających” można znaleźć takie nazwiska, jak: car Aleksander I, cesarz Franciszek I, Jan Wolfgang Goethe, Fryderyk Chopin, Dymitr Mendelejew, Stanisław Moniuszko, Jan Matejko, Bolesław Prus, Stanisław Staszic, Ignacy Paderewski i wiele innych. Wśród zwiedzających nie brak licznych delegacji państwowych, dyplomatów i polityków różnych narodowości, niemal ze wszystkich kontynentów świata.

Dopiero w okresie międzywojennym, a szczególnie po II wojnie światowej, kopalnia soli w Wieliczce stała się ogólnie dostępna, a zwiedzanie obiektu straciło swój elitarny charakter.



Prześledzenie rozwoju ruchu turystycznego w kopalni oraz analiza jego struktury jest celem niniejszego opracowania. W publikacji wzięto pod uwagę okres lat 1945–2001, kiedy ruch w kopalni przybrał charakter masowy. Okres ten, z uwagi na różny zasób danych dotyczących ruchu turystycznego w kopalni podzielony został na trzy części. Część pierwsza obejmuje lata 1945–1969; druga lata 1970–1989. Zaprezentowano tu wielkość ruchu turystycznego, jedynie z podziałem na turystów krajowych i zagranicznych. Część trzecia obejmuje lata 1990–2001, z uwagi na bogaty zakres danych zawiera analizę wielkości przyjazdów i ich sezonowość z uwzględnieniem turystów krajowych i zagranicznych oraz dzieci i młodzieży, osób dorosłych, grup zorganizowanych i turystów indywidualnych.

### Okres lat 1945–1969

Już w roku zakończenia wojny do kopalni przyjechało ponad 10 tys. osób. Pomimo, że ówczesne władze kopalni traktowały ruch turystyczny jako element uboczny działalności przedsiębiorstwa przemysłowego, a zwiedzanie odbywało się głównie popołudniami i w soboty ruch turystyczny w kopalni z roku na rok systematycznie wzrastał. Poważny wzrost przyjazdów nastąpił w latach 1946/47 (o blisko 450%). W 1955 r. liczba zwiedzających wynosiła już

Tabela 1. Frekwencja turystów w kopalni w latach 1945 – 1969

Rok	Ilość zwiedzających	Turyści zagraniczni
1945	10 288	b.d.
1946	15 892	b.d.
1947	70 210	b.d.
1948	90 180	b.d.
1949	120 745	b.d.
1950	150 128	b.d.
1951	169 218	b.d.
1952	170 599	b.d.
1953	151 892	b.d.
1954	172 501	b.d.
1955	180 405	4 674
1956	191 668	13 364
1957	283 390	14 656
1958	286 936	12 746
1959	300 262	15 292
1960*	66 602	b.d.
1961	304 870	18 780

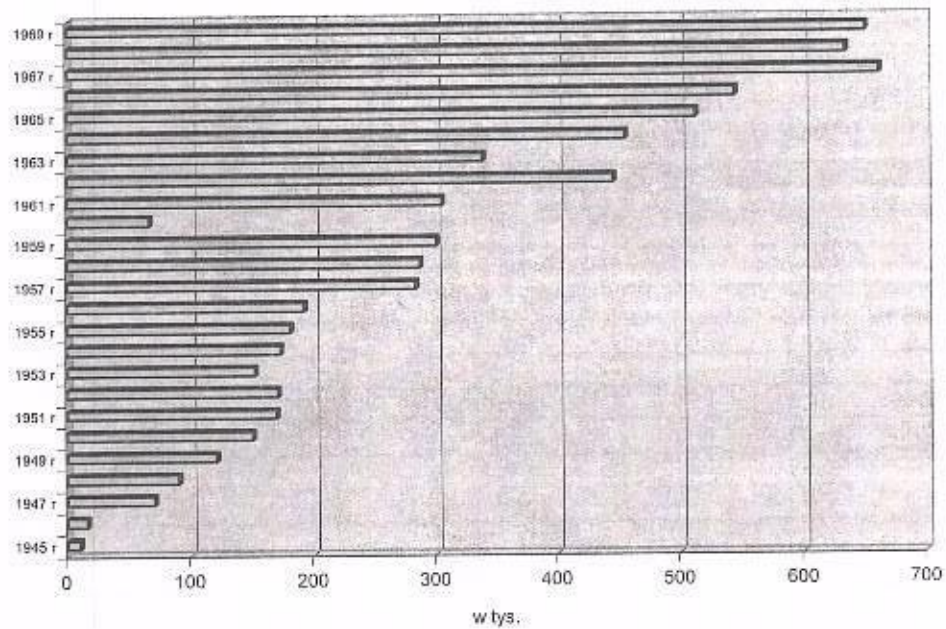
\* remont szybu \*\* wartość lat 1955–1969 (bez 1960)

Źródło: Z. Szybiński, *Ruch turystyczny w Kopalni wielickiej*

cd. tabeli 1.

1962	445 332	53 554
1963	338 341	23 136
1964	455 214	42 266
1965	512 366	55 139
1966	544 208	62 364
1967	661 202	75 703
1968	634 155	69 858
1969	649 919	80 279
Razem	6.976.523	541.811**

\* remont szybu \*\* wartość lat 1955–1969 (bez 1960)

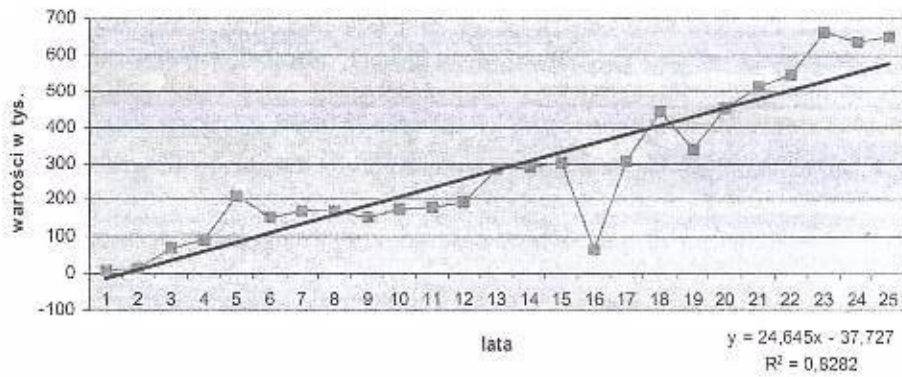
Źródło: Z. Szybiński, *Ruch turystyczny w Kopalni wielickiej*

Ryc. 1. Frekwencja turystów w Kopalni w latach 1945–1969

X	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Y	10288	15892	70210	90180	120745	150128	169218	170599	151892	172601	180405	191668	283390
X	14	15	16	77	18	19	20	21	22	23	24	25	
Y	286936	300262	66602	304870	445332	338341	455214	512366	544208	661202	634155	649919	

Ryc. 2. Liczba zwiedzających kopalnię w latach 1945–69 w tys. osób – funkcja trendu

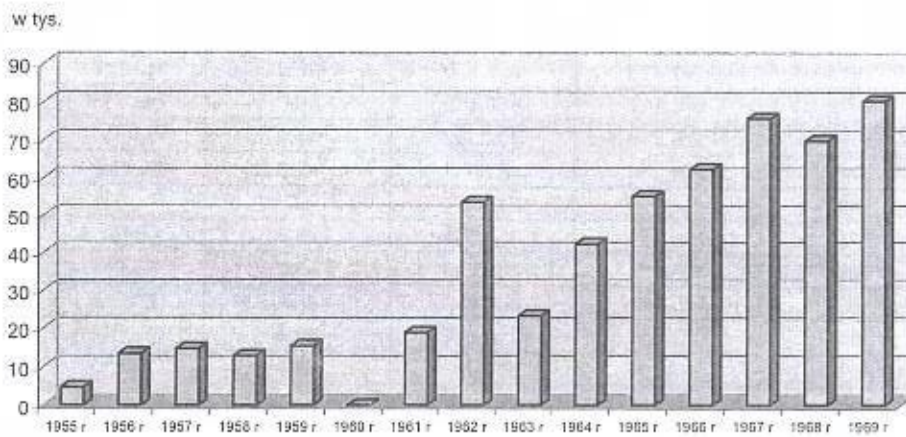




cd. Ryc. 2. Liczba zwiedzających kopalnię w latach 1945–69 w tys. osób – funkcja trendu

ponad 180 tys. osób. Do przyjęcia wzrastającej liczby turystów obiekt jednak nie był przygotowany. Urządzenia szybu turystycznego Daniłowicza były przestarzałe, wymagały remontu również chodniki i komory. W 1960 r. dzięki dotacjom instytucji rządowych kopalnia remontuje szyb turystyczny, co powoduje spadek liczby zwiedzających do blisko 66 tys. osób, jednak w rok po remoncie przyjazdy ponownie osiągają wartość z roku 1959 i kształtują się na poziomie ok. 300 tys. osób. Omawiany okres zamyka się w 1969 roku frekwencją 650 tys. osób.

Analizując funkcję trendu przyjazdów turystycznych do kopalni w latach 1945–1969, widzimy, że średni roczny przyrost zwiedzających wynosi 24 tys. osób. Funkcja trendu nie jest najlepiej dopasowana do danych  $R^2 = 0,82$  co świadczy o znacznych wahaniami wielkości zwiedzających w badanym okresie.



Ryc. 3. Frekwencja turystów zagranicznych w Kopalni w latach 1955–1969

Turyści krajowi w omawianym okresie stanowią ok. 90% zwiedzających. W 1955 roku na ogólną liczbę 180,4 tys. aż 175,7 stanowiły przyjazdy turystów z kraju, czyli ok. 97,5%. Brak większości danych odnośnie turystów zagranicznych uniemożliwia dokładniejszą analizę. W roku 1955 liczba przyjazdów tej grupy wynosiła zaledwie 4,6 tys., w 1969 już ponad 80 tys. Średni roczny wzrost przyjazdów obcokrajowców w latach 1955–69 kształtował się na poziomie 6 tys.

W okresie 1945–1969 odwiedziło kopalnię 6.976.523 osób. Średnio co roku kopalnię zwiedzało 279 tys. osób., a średni wzrost przyjazdów wynosił 12,5%.

#### Okres lat 1970–1989

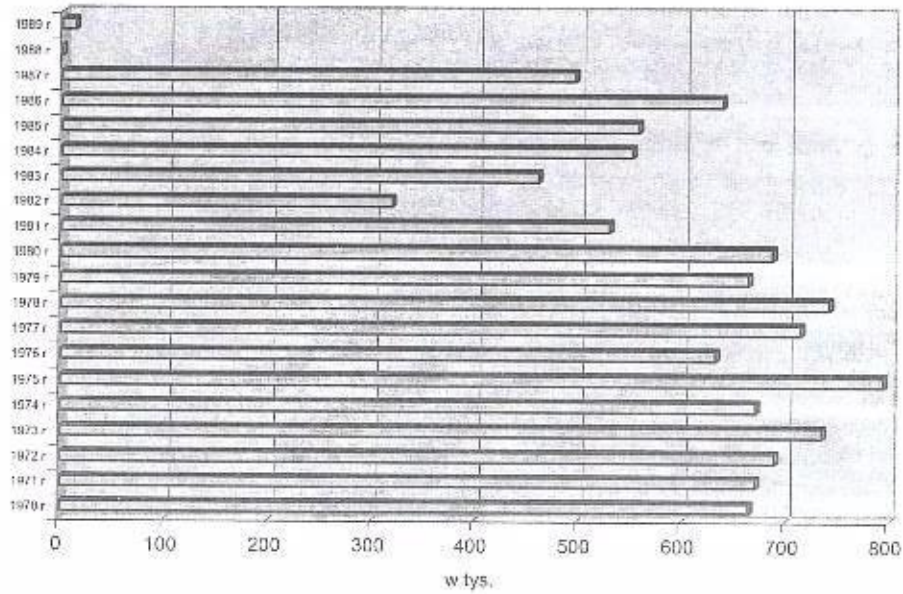
Lata siedemdziesiąte wydają się dla kopalni szczególnie korzystne. Przyjazdy utrzymują się na wysokim poziomie, ok. 700 tys. rocznie. Rok 1975 przynosi rekordową ilość zwiedzających, ponad 794 tys., i wartość ta nie została powtórzona do tej pory. Kolejne lata 1980–89 dla kopalni nie są już tak pomyślne. W latach 1980–82 dochodzi do zmiany sytuacji politycznej kraju, m.in. do

Tabela 2. Frekwencja turystów w kopalni w latach 1970 – 1989

Rok	Liczba zwiedzających				
	Ogółem	Krajowi	%	Zagraniczni	%
1970	664 959	580.913	87.3	84 046	12.7
1971	671 349	592.200	88.2	76 149	11.8
1972	689 485	596.895	86.5	92 590	13.5
1973	734 659	656.115	89.3	78 544	10.7
1974	671 620	565.865	84.2	105 755	15.8
1975	794 129	667.508	84.0	126 621	16.0
1976	632.406	490.066	77.4	142.340	22.6
1977	714.708	554.148	77.5	160.560	22.5
1978	741.473	524.350	70.7	217.123	29.3
1979	664.117	465.382	70.0	198.735	30.0
1980	686.749	504.392	73.4	182.357	26.6
1981	529.784	494.538	93.3	35.246	6.7
1982	318.299	311.997	98.0	6.302	2.0
1983	460.674	395.993	85.9	64.681	14.1
1984	551.824	382.890	69.3	168.934	30.7
1985	557.675	366.860	65.7	190.815	34.3
1986	638.381	509.817	79.8	128.564	20.2
1987 (I–IX)	496.197	364.047	73.3	132.150	26.7
1988	Remont	–	–	–	–
1989 (XI–XII)	13.053	b.d.	–	b.d.	–
RAZEM	11.231.541	9.023.976	80.3	2.191.512	19.7

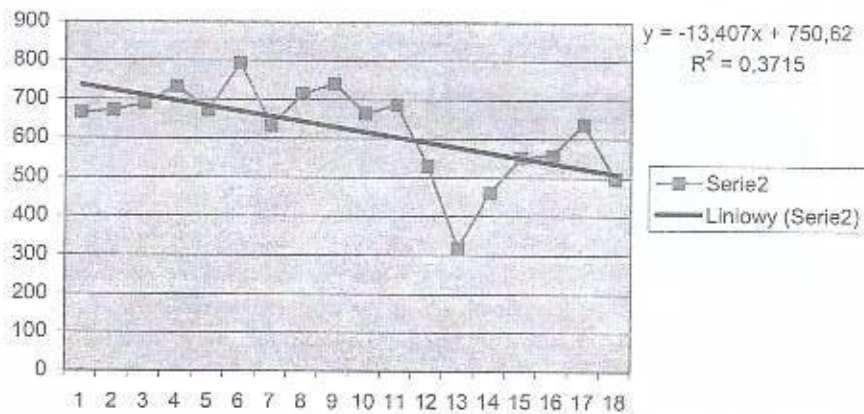


wprowadzenia stanu wojennego, co odbija się znacznie na frekwencji w kopalni. Następnie w okresie od IX 1987 do XI 1989 ma miejsce remont i zamknięcie kopalni dla zwiedzających.



Ryc. 4. Frekwencja turystów w Kopalni w latach 1970-1989

X	1	2	3	4	5	6	7	8	9
Y	664959	671349	689485	734959	671620	794129	632406	714708	741473
X	10	11	12	13	14	15	16	17	18
Y	664117	686749	529784	318299	460674	551924	557675	638381	496197

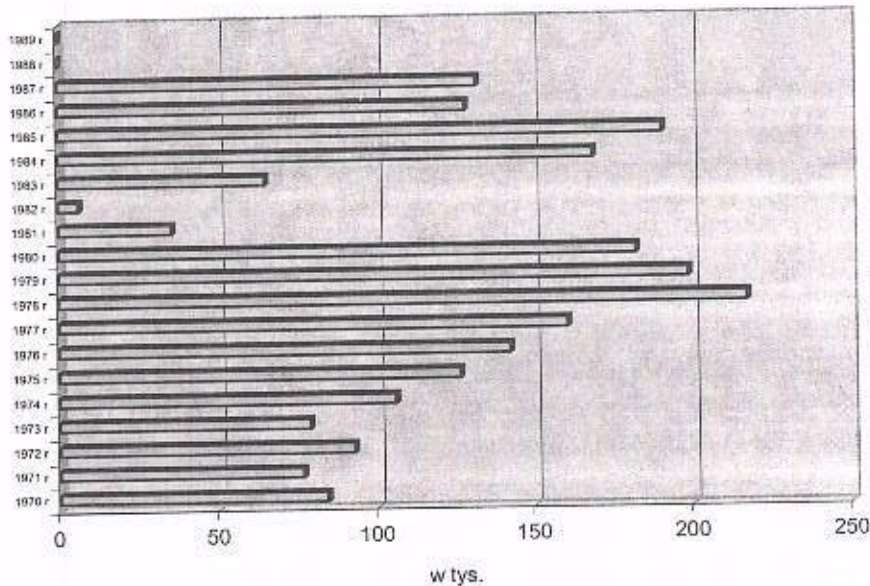


Ryc. 5. Liczba zwiedzających kopalnię w latach 1970-87 w tys. osób – funkcja trendu

W badanym okresie do kopalni przyjechało ponad 11 mln turystów, średnio<sup>1</sup> co roku odwiedzało obiekt 623.249 osób. Ze względu na liczne spadki frekwencji, przyjazdy do kopalni w tym okresie nie wykazują tendencji wzrostowej. Funkcja trendu obrazuje niewielki spadek przyjazdów, ok. 13 tys. osób rocznie. Jest jednak bardzo słabo dopasowana do danych  $R^2 = 0,37$  co świadczy o olbrzymich wahaniami wielkości zwiedzających w badanym okresie.

Turyści krajowi stanowią w omawianym okresie ok. 80% zwiedzających. Rekord padł w 1982 roku, kiedy to stanowili 98%. Niski procent przyjazdów turystów z zagranicy spowodowany był zapewne wspomnianą już wcześniej sytuacją w kraju. Jest to największy w całym okresie powojennym udział turystów krajowych w strukturze zwiedzających.

Turystów z zagranicy w latach 1970–89 przyjechało ponad 2 mln, co stanowiło 20% wszystkich zwiedzających. Pod względem wizyt obcokrajowców rekordowym rokiem w okresie tym jest rok 1978 z liczbą ponad 217 tys. osób. W roku 1985 stanowili oni ponad 34%, co jest jedną z najwyższych wartości w latach 1945–2000. W grupie turystów zagranicznych są przedstawiciele wszystkich kontynentów, lecz najliczniej odwiedzają kopalnię turyści z byłych krajów socjalistycznych, a szczególnie z byłego ZSRR i Słowacji. Wśród pozostałych 36 państw, odwiedzili kopalnię turyści są kraje tak odległe jak Argentyna, Indie, Japonia, Kongo, Meksyk, USA.



Ryc. 6. Frekwencja turystów zagranicznych w Kopalni w latach 1970–1989

<sup>1</sup> Wartość obliczona na podstawie danych z tabeli nr 2, bez lat 1988/1989



## Okres lat 1990–2001

W 1990 roku do kopalni przyjeżdża 462 tys. osób. W porównaniu z poprzednimi latami obserwujemy więc zmniejszona liczbę przyjazdów, czego powodem była poważna katastrofa – wyciek wody z „Miny<sup>2</sup>” i zamknięcie kopalni na 4 miesiące. W 1996 r., 29 maja, padł rekord frekwencji turystów w ciągu jednego dnia, kiedy to pod ziemię zjechało 5.276 turystów. Średnio według danych kopalnię zwiedza codziennie ok. 1800 osób.

Tabela 3. Odwiedzający kopalnię w latach 1990–2001

rok	Liczba zwiedzających				
	Ogółem	Krajowi	%	Zagraniczni	%
1990	461.928	305.885	66,2	155.943	33,8
1991	499.262	352.748	70,7	146.514	29,3
1992	335.116	235.004	70,1	100.112	29,8
1993	368.488	227.658	61,8	140.830	38,2
1994	470.164	292.134	62,8	175.030	37,2
1995	519.068	319.789	61,6	199.279	38,4
1996	570.019	365.287	64,0	204.732	35,9
1997	610.313	417.680	68,4	192.633	31,6
1998	685.000	465.632	68,0	219.368	32,0
1999	751.527	523.387	69,6	228.140	30,4
2000	758.164	533.537	70,4	224.577	29,6
2001	640.114	390.684	61,0	249.430	39,0
<b>Razem</b>	<b>6.669.063</b>	<b>4.432.475</b>	<b>66,5</b>	<b>2.236.588</b>	<b>33,5</b>

Źródło: Materiały statystyczne z Kopalni soli „Wieliczka”

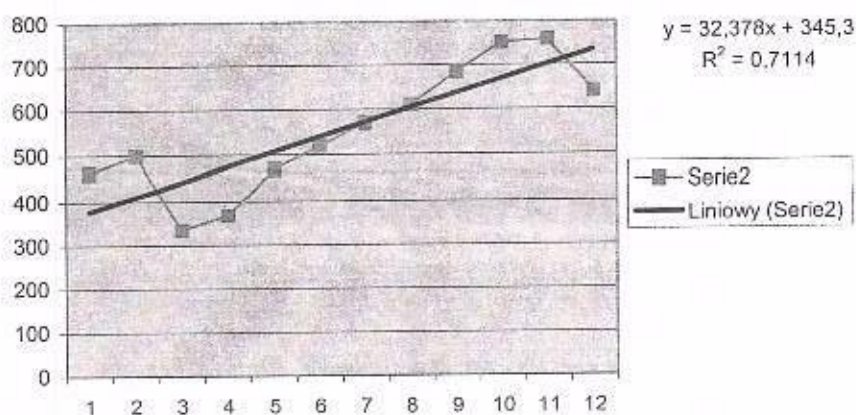
W latach 1990–2001 kopalnię soli odwiedziło ponad 6,5 mln turystów. Średnio w tym okresie, co roku kopalnię zwiedzało 555.755 osób. Średni roczny wzrost przyjazdów wynosił 5%.

Przyjazdy turystów zagranicznych stanowiły 1/3 i wzrastały szybciej w porównaniu z przyjazdami turystów krajowych.

Wg prognoz z 1996 roku ruch turystyczny w kopalni w 2001 r. miał osiągnąć ok. 750–800 tys. gości. Z uwagi na to, że w roku 2000 kopalnię odwiedziło 758 tys. osób, a przyjazdy od lat systematycznie wzrastały (w porównaniu z rokiem 1999 zaledwie o 0,9%, lecz w porównaniu z rokiem 1998 o 13%, 1997 o 19,6%, i 1996 o 25%) – prognozy z 1996 roku wydawały się być trafne. Niestety rok 2001 przyniósł poważny spadek przyjazdów – o 15,6% w porównaniu do roku poprzedniego a przyjazdy okazały się nieznacznie większe od roku 1997.

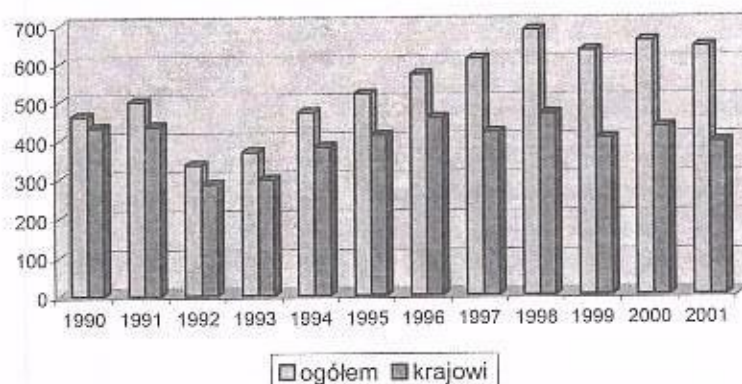
<sup>2</sup> Katastrofa w kopalni, którą zapoczątkował silny wypływ wody na IV poziomie na głębokości 170 m pod powierzchnią ziemi, w poprzeczni „Mina” z 12 na 13 kwietnia 1992 r była największą katastrofą w historii kopalni i spowodowała poważną destrukcję powierzchni terenu.

X	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Y	461828	499262	335118	368486	470164	519068	670019	610313	685000	751527	758184	640114



Ryc. 7. Liczba zwiedzających kopalnię w latach 1990–2001 w tys. osób – funkcja trendu

Analizując funkcje trendu przyjazdów turystów do kopalni w latach 1990–2001 zauważamy, że średni roczny wzrost zwiedzających wynosił 32 tys. osób. Wykorzystana funkcja trendu nie opisuje jednak zbyt dokładnie badanych wartości, ponieważ współczynnik korelacji wielorakiej  $R^2 = 0,71$ .



Ryc. 8. Frekwencja turystów w Kopalni z uwzględnieniem turystów krajowych w latach 1990–2001

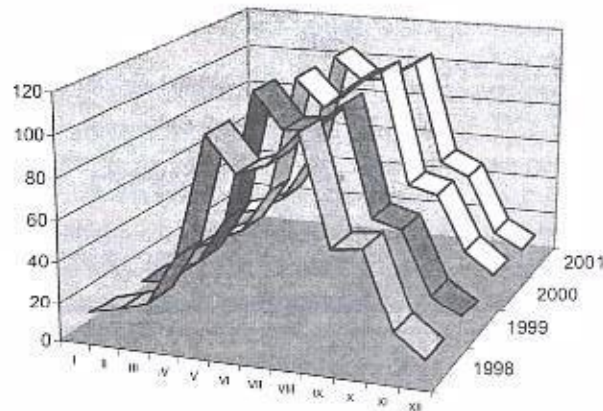
Zdecydowaną większość zwiedzających kopalnię stanowią turyści krajowi – ok. 66%. Największa liczba turystów krajowych zanotowana została w 2000 r. i stanowiła ona 70,4%. W roku tym liczba turystów krajowych wynosiła 533,5 tys. osób, co w porównaniu z rokiem 1999 oznaczało wzrost zaledwie o 2%, natomiast w porównaniu z latami 1998 o 13%, 1997 o 22% i 1996 o 32%. Najmniej-



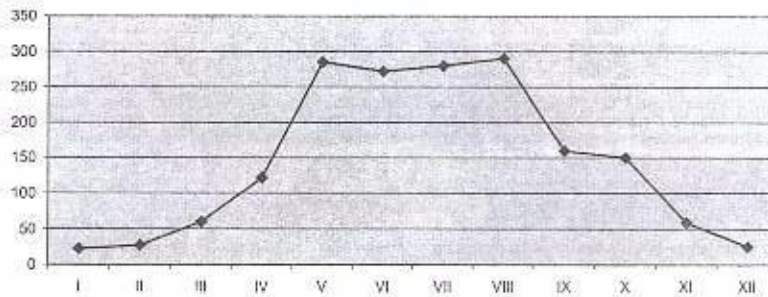
szą natomiast liczbę przyjazdów turystów krajowych – 61,0 % przyniósł rok 2001 r. W porównaniu z rokiem 2000 spadek tego rodzaju przyjazdów wyniósł aż 26,8%; z r. 1999 – 25,4%; z r. 1998 – 16,1%. Obserwując tak duży spadek przyjazdów krajowych i wzrost przyjazdów turystów zagranicznych, można wnioskować, że powodem jest zapewne pogorszenie się sytuacji materialnej Polaków i zniechęcenie do wydawania pieniędzy na cele turystyczne.

W przekroju roku największą frekwencję kopalnia notuje w okresie od kwietnia do października (ok. 90% zwiedzających). Największe natężenie ruchu jest w maju i sierpniu. Na miesiące te przypada ponad 30% wszystkich odwiedzających kopalnię. Najmniejszą frekwencję mają natomiast dwa miesiące zimowe: grudzień i styczeń, na które przypada 3–4%.

Ponieważ turyści krajowi stanowią ponad 66% odwiedzających kopalnię w głównej mierze kształtują rozkład ruchu turystycznego. Od kwietnia do października przypada ok. 86–88% przyjazdów, z czego na dwa najliczniej odwie-

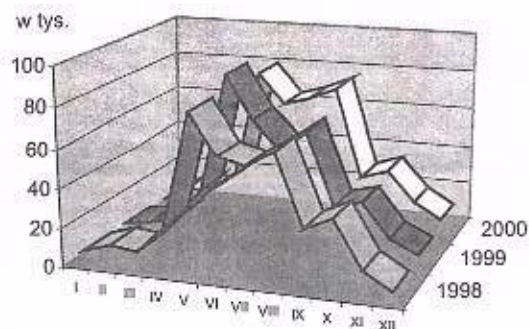


Ryc. 9. Liczba turystów odwiedzających Kopalnię w latach 1998–2001 z rozbiciem na miesiące



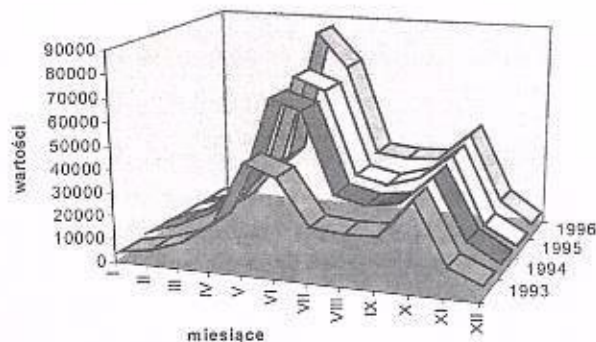
Ryc. 10. Wskaźnik wahań sezonowych

dzane miesiące – maj i sierpień przypada ponad 35%. Najmniejszą frekwencję notuje się w grudniu i styczniu, w których koncentruje się jedynie ok. 3,5% przyjazdów.



Ryc. 11. Przyjazdy turystów krajowych w latach 1998–2000 z rozbiciem na miesiące

W kopalni soli przy dużym udziale turystów indywidualnych dominują jednak przyjazdy grup turystycznych (około 65%). Ok. 88% przyjazdów grupowych przypada na okres od kwietnia do października. Największą jednak frekwencją cieszą się dwa miesiące: maj i czerwiec – ok. 41% przyjazdów. Na miesiące te przypada również największa liczba przyjazdów dzieci i młodzieży, można więc wnioskować, że kopalnię w tych miesiącach najliczniej odwiedzają grupy szkolne wykorzystując ostatnie miesiące przed klasyfikacją i wakacjami. Zdecydowanie mniejsza liczba grup przyjeżdża w styczniu i grudniu, przewyższając mimo to przyjazdy turystów indywidualnych. Przyjazdy grup turystycznych w poszczególnych miesiącach na przestrzeni lat 1993–96<sup>3</sup> przedstawia poniższy wykres:

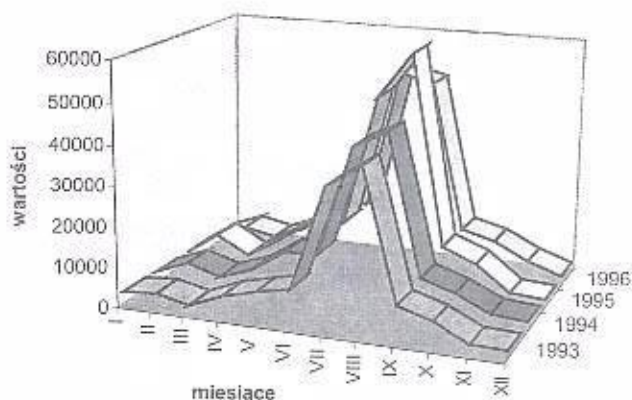


Ryc. 12. Turystyka zbiorowa w Kopalni Soli „Wieliczka” w latach 1993–1996 z rozbiciem na miesiące

<sup>3</sup> Z powodu braku danych z lat 1997–2000, turystyka zbiorowa opracowana została na podstawie lat wcześniejszych (1993–1996)



Nieco inny rozkład przyjazdów do kopalni obserwujemy analizując przyjazdy turystów indywidualnych. Stanowią oni ok. 35% odwiedzających kopalnię. Podobnie jak w turystyce grupowej znaczna część turystów indywidualnych przyjeżdża od maja do października a wartości najniższe tego typu przyjazdy osiągają w styczniu i grudniu (2,6%). Wartości najwyższe natomiast osiąga turystyka indywidualna w miesiącach wakacyjnych: lipcu i sierpniu – ok. 57%, przewyższając zdecydowanie przyjazdy grup turystycznych. Zwracając uwagę, że na miesiące wakacyjne przypada również największa liczba przyjazdów osób dorosłych, wnioskować można, że w okresie tym kopalnia najliczniej odwiedzana jest przez rodziny, dzieci i młodzież ze starszymi opiekunami, grupy znajomych. Kształtowanie się przyjazdów turystów indywidualnych do kopalni w ciągu ostatnich trzech lat obrazuje kolejny wykres<sup>4</sup>:

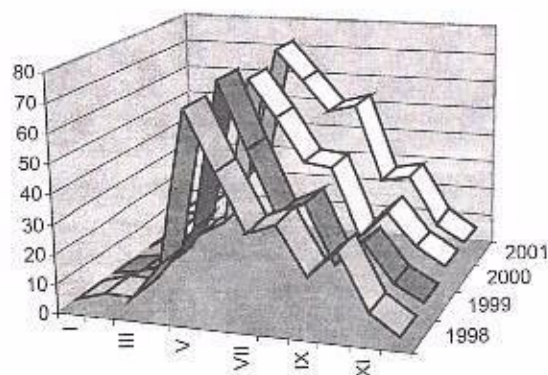


Ryc. 13. Turystyka indywidualna w Kopalni soli „Wieliczka” w latach 1993–1996 z rozbiciem na miesiące

Wśród turystów krajowych dzieci i młodzież stanowią ok. 70%. Tę grupę odwiedzających kopalnia przyjmuje najliczniej w maju i czerwcu – ok. 45% przyjazdów. W miesiącach tych obserwujemy również największą frekwencję przyjazdów zorganizowanych grup turystycznych, a więc wnioskować można, że w tym okresie obiekt odwiedzany jest najliczniej przez wycieczki szkolne. Dużym powodzeniem wśród tej grupy przyjezdnych cieszą się również miesiące lipiec i sierpień, przypada na nie ok. 25% przyjazdów. Te miesiące z kolei wykazać się mogą największą frekwencją turystów indywidualnych i osób dorosłych, stąd twierdzić można, że młodzież w tym okresie zwiedza kopalnię w towarzystwie rodziców czy starszych opiekunów.

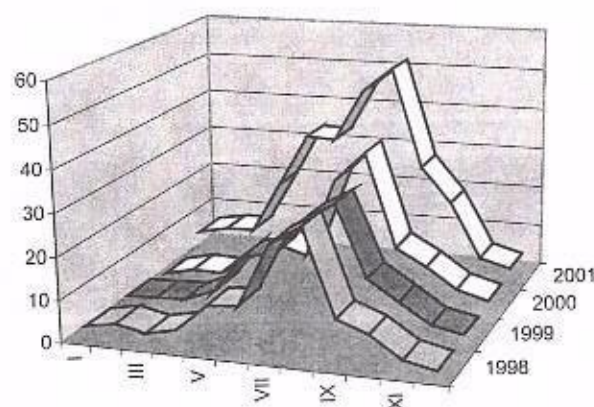
Zdecydowanie inaczej przedstawiają się przyjazdy turystów dorosłych. W ich przypadku największą frekwencję notuje się w lipcu i sierpniu (ok. 50%), z wyso-

<sup>4</sup> Obliczone na podstawie danych z lat 1993–1996, z powodu braku danych z lat późniejszych



Ryc. 14. Dzieci i młodzież odwiedzający Kopalnię w latach 1998–2001 z rozbiciem na miesiące

kim poziomem frekwencji od kwietnia do października (blisko 90%). Identyfikacyjny rozkład przyjazdów obserwujemy analizując przyjazdy turystów indywidualnych. Analizując dane wnioskujemy więc, że jedynie niewielka część osób dorosłych przyjeżdża do kopalni w grupach zorganizowanych, a zazwyczaj przyjeżdżają jako turyści indywidualni, w towarzystwie rodzin czy znajomych.

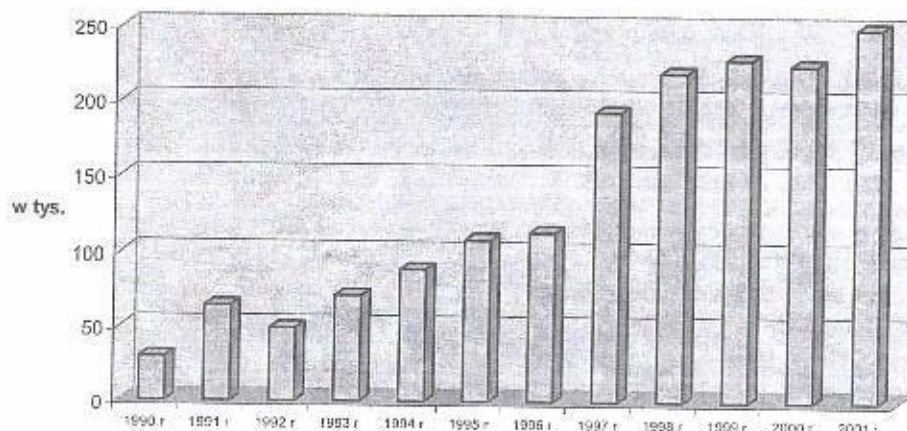


Ryc. 15. Osoby dorosłe odwiedzające Kopalnię w latach 1998–2001 z rozbiciem na miesiące

Turyści zagraniczni coraz liczniej odwiedzają kopalnię. W latach 1990–2001 udział turystów zagranicznych wśród zwiedzających wynosi ok. 33%. Najwięcej przyjechało ich w 2001 r – 249,5 tys., co stanowiło 39% zwiedzających kopalnię. W porównaniu z r. 2000 nastąpił wzrost przyjazdów o 10%. W roku 2000 obiekt

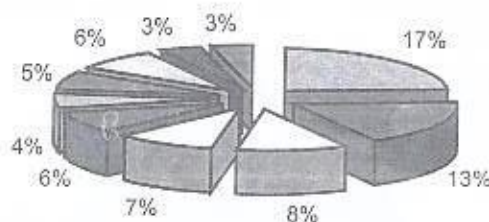


odwiedziło 224,577 tys. osób spoza granic naszego kraju i był to spadek o 1,5% w porównaniu z rokiem 1999. Niemniej jednak w 2000 r. zanotowano wzrost w porównaniu z rokiem 1995 o 11%, z 1990 o 30%.



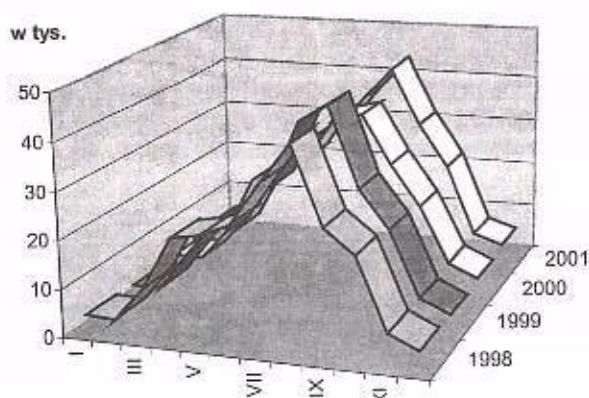
Ryc. 16. Turyści zagraniczni odwiedzający Kopalnię w latach 1990–2001

Do Kopalni przyjeżdżają turyści z 113 państw świata. Pierwszą dziesiątkę państw najczęściej odwiedzających kopalnię stanowią turyści z USA (38 tys.), Niemiec (30 tys.), Francji (18 tys.), Wielkiej Brytanii (15 tys.), Włoch (13 tys.), Izraela (12 tys.), Norwegii (10 tys.), Litwy (8 tys.), Czech (7 tys.), Węgier (6 tys.). Licznie zwiedzają kopalnię turyści z Holandii, Dani, Belgii czy Hiszpanii. Obiekt odwiedzają również turyści z tak odległych państw jak: Indonezja, Nowa Zelandia, Japonia, Tajwan, Filipiny, Peru, Argentyna, czy Kenia.



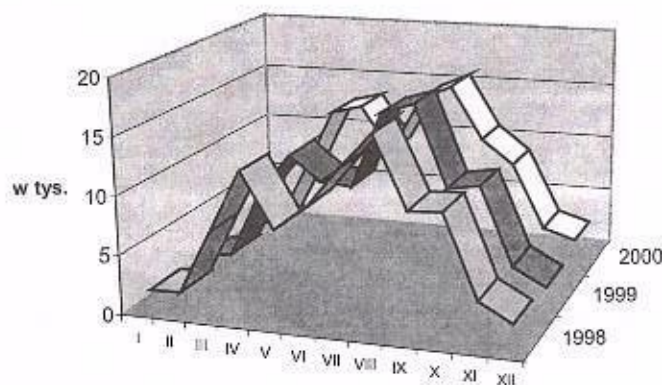
Ryc. 17. Przyjazdy turystów zagranicznych do Kopalni w 2000 r. wg krajów

Największą liczbę cudzoziemców gości kopalnia w miesiącach wakacyjnych: lipiec–sierpień, ok. 35%, natomiast na okres maj – wrzesień przypada ok. 70%. Najmniejsza liczba turystów zagranicznych odwiedza Kopalnię w sezonie zimowym.



Ryc. 18. Turyści zagraniczni odwiedzający Kopalnię w latach 1998–2001 z rozbięciem na miesiące

Dzieci i młodzież przybywający do kopalni spoza granic naszego kraju stanowią ok. 57% przyjazdów obcokrajowców. Najwięcej przyjeżdża ich w dwóch miesiącach wakacyjnych: lipcu i sierpniu oraz w kwietniu. Na te miesiące przypada ok. 45% przyjazdów. Najmniej na styczeń i luty, niespełna 3%. Na uwagę zasługuje fakt, że rozkład przyjazdów dzieci i młodzieży z zagranicy jest inny niż młodzieży krajowej. Analizując dane, stwierdzić można, że o ile młodzież krajowa wykorzystuje ostatnie miesiące przed wakacjami i podróżuje w towa-

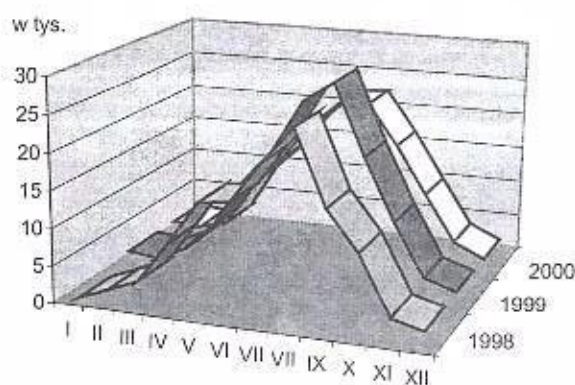


Ryc. 19. Przyjazdy dzieci i młodzieży z zagranicy w latach 1998–2000 z rozbięciem na miesiące



rzystwie opiekunów, w zorganizowanych grupach szkolnych, o tyle młodzież z zagranicy wykorzystuje miesiące wakacyjne i wydaje się, że zazwyczaj podróżuje z rodziną czy starszymi opiekunami, jako turyści indywidualni.

Osoby dorosłe przybywające do kopalni spoza granic Polski stanowią ok. 43% przyjazdów obcokrajowców. Sezonowość przyjazdów tej grupy jest niemalże identyczna jak sezonowość przyjazdów osób dorosłych z kraju. Największą frekwencję notuje się w miesiącach czerwiec–sierpień – ponad 50% przyjazdów, najmniejszą w okresie zimowym (grudzień–luty), ok. 4%.



Ryc. 20. Osoby dorosłe przybywające z zagranicy w latach 1998–2000 z rozbiciem na miesiące

W okresie od 1945 do 2001 roku kopalnię odwiedziło 21.627.697 osób.

Z przeprowadzonej analizy wynika, że kopalnia soli w Wieliczce cieszy się olbrzymią popularnością wśród turystów krajowych i zagranicznych, których udział w strukturze zwiedzających ciągle wzrasta, stanowiąc w ostatnim dziesięcioleciu 1/3 ogółu zwiedzających. Pomimo, że liczba zwiedzających kopalnię ciągle wzrasta, w historii kopalni mamy kilka okresów odznaczających się spadkiem frekwencji. W tym względzie wyróżniają się lata 1960 i 1988/89 w których kopalnia prowadziła remonty, rok 1992 który wpisał się w historię kopalni jako rok największej katastrofy jaka miała miejsce na terenie obiektu, oraz lata 1980–82, w których sytuacja polityczna powodowała znaczne obniżenie aktywności turystycznej obywateli. Na przestrzeni lat 1945 – 2001 pozytywnie z kolei wyróżnić należy rok 1975, kiedy to zanotowano największą liczbę odwiedzających obiekt (ponad 790 tys. osób).

Mimo iż muzea są obiektami całorocznymi, to jednak w rozkładzie frekwencji osób odwiedzających można zauważyć znaczną sezonowość w ciągu roku. W przypadku Kopalni Soli „Wieliczka” rok można podzielić na trzy okresy wzmożonej ilości odwiedzających. Są to: wiosna, lato i jesień. Sezon wiosenny plasuje się na drugim miejscu po sezonie letnim. Wiosną zaznacza się wzrost i przewaga ilości

grup wycieczkowych, zwłaszcza grup młodzieży szkolnej nad ilością turystów indywidualnych. Sytuacja ta zmienia się w sezonie letnim, który charakteryzuje się największą ilością turystów indywidualnych (cudzoziemców), a ilość grup młodzieży szkolnej zmniejsza się o połowę. Sezon jesienny plasuje się na trzecim miejscu i charakteryzuje się ponownym wzrostem ilości grup młodzieży szkolnej i stopniowym spadkiem ilości turystów indywidualnych i cudzoziemców. Sezon zimowy jest w kopalni niemal martwy i zaznacza się najmniejszym udziałem liczby odwiedzających w zestawieniu rocznym.

Kopalnia jest dobrze przygotowana do przyjmowania gości. Jest to obiekt z największą ilością godzin otwarcia w ciągu tygodnia w całym woj. małopolskim, zajmujący drugie miejsce, po Państwowych Zbiorach Sztuki na Wawelu, pod względem frekwencji. Zwiedzający obsługiwani są przez profesjonalnie wyszkolony personel, władający kilkoma językami, ponadto w kopalni pracuje ponad 170 przewodników pozostających do dyspozycji turystów. Przed wejściem do szybu turyści mogą nabyć materiały informacyjne (przewodniki, foldery, kasety video) w j. polskim, angielskim oraz niemieckim, rosyjskim, francuskim, włoskim i hebrajskim. Na trasie zwiedzania mogą nabyć pamiątki w podziemnym centrum handlowym, skorzystać z podziemnej poczty, restauracji, kawiarni czy toalety.

Każdego roku w kopalni organizowane są imprezy na skalę nie tylko regionalną czy krajową ale również światową, przyciągające tysiące turystów. Najpopularniejsze wydają się być Międzynarodowe Targi Mineratów, Skamieniałości i Biżuterii. Dodatkową atrakcją dla zwiedzających targi jest fakt, iż każdy z nich może sam spróbować swoich sił w rzeźbieniu biorąc do rąk dłuto i kamień soli. Do innych równie popularnych, należą Podziemne Międzynarodowe Targi Atrakcji Turystycznych oraz Koncerty „Indywidualności Roku”. W 2000 r. odbyły się tu pierwsze na świecie podziemne skoki na gumowej linie tzw. „Bungee Jumping Show” oraz po raz pierwszy na świecie podziemny lot balonem. Ponadto kopalnia oferuje turystom szeroki zakres usług, tj. organizację konferencji, koncertów, mszy dla grup pielgrzymkowych, ceremonii ślubnych oraz bankietów, kolacji i obiadów. Organizowano tu również sylwestra i studniówki. Skorzystać można z podziemnego kortu tenisowego i boiska do gier zespołowych. Ponadto kopalnia daje możliwość wykupienia usługi przewodnickiej specjalistycznej, obejmującej zwiedzanie poza trasą turystyczną. Poza tym turysta za odpowiednią opłatą może otrzymać certyfikat, będący świadectwem pobytu w kopalni.

Kopalnia nieustannie podejmuje kroki w celu uatrakcyjnienia ofert turystycznej. Czynione są starania, oparte na ambitnych planach, aby wykorzystać szanse, jakie stoją przed kopalnią i przyciągnąć jak największą liczbę zwiedzających oraz uatrakcyjnić im pobyt w kopalni. Część z przyjętych planów jest już w trakcie realizacji, do pozostałych kopalnia dopiero się przygotowuje.



Jedną z poważniejszych inwestycji mających na celu podniesienie atrakcyjności zwiedzania kopalni jest budowa drugiego szybu „Regis”, którym turyści wyjeżdżaliby na powierzchnię w samym sercu miasteczka. Drugą ma być natomiast powstanie pod ziemią centrum obsługi gości: w komorze Budryk będzie działać duża restauracja, a druga, nieco mniejsza, na trasie prowadzącej do wyjścia. W komorze Warszawa zostanie urządzona poczekalnia, zaś za rok–dwa spod komory Wisła do windy goście dojeżdżać będą stylowa kolejka. Jednym z ważniejszych planowanych przedsięwzięć będzie wystawianie inscenizacji legend – wykonywanych dotychczas w j. polskim – w wersji angielskojęzycznej. Ogromną atrakcją ma być udostępnienie zwiedzającym po niemal stu latach przerwy pięknej Komory im. Agenora Głuchowskiego, a w przyszłości największej i jednej z najpiękniejszych – Margielnika.

Do planów długoterminowych kopalni należy zaliczyć chęć organizowania pod ziemią lekcji geografii i historii dla dzieci oraz wyposażenie turystów w elektroniczne urządzenia z nagranyimi informacjami dotyczącymi eksponatów w celu samodzielnego zwiedzania kopalni. Zaprezentowano również pomysł wykonania trójwymiarowego hologramu Madonny, ale pomysł uznano za zbyt kontrowersyjny.

Być może powstanie replika niedostępnych dla turystów Kryształowych Groć, mających unikatową wartość naukową jako niepowtarzalne w obrębie miocenńskiej formacji solonośnej. Odnaczają się one oryginalnością krystalicznego wystroju, są również rodzimym miejscem wzorcowych kryształków halitu, idealnie czystych i pięknie wykształconych, znajdujących się w światowych kolekcjach mineralogicznych. Te wartości promują Groty Kryształowe na Listę Światowego Dziedzictwa Geologicznego. W 1956 r. Groty Kryształowe zostały wyłączone z ruchu turystycznego ze względu na pogarszający się stan ich krystalicznego wystroju. Udostępnienie kopii tak cennego obiektu niewątpliwie przysporzyło by kopalni większą liczbę turystów i podniosło wartość zwiedzanej trasy.

Obok wielkich szans i możliwości rozwoju jakimi dysponuje kopalnia istnieją również zagrożenia, które mogą przyczynić się do zmniejszenia wartości i atrakcyjności kopalni czy obniżenia dostępności kopalni dla turystów. Przyjrzyjmy się zatem mocnym i słabym stronom oraz szansom i zagrożeniom jakie widnieją przed kopalnią.

#### **Mocne strony**

1. unikalność ekspozycji,
2. posiadanie światowej renomy,
3. wybitne walory poznawcze,
4. tradycja (przekonanie, że należy zobaczyć Wieliczkę),
3. bliskość dużego ośrodka kulturowego – Krakowa,
4. dobra dostępność komunikacyjna,

5. długi czas otwarcia w ciągu dnia, w ciągu tygodnia,
6. duża liczba przewodników,
7. bogate zaplecze usługowe (sportowe, rekreacyjne, kulturalne),
5. podaż imprez fakultatywnych (targi, sympozja, bale, imprezy sportowe itd.),
6. wykorzystanie kopalni w celach uzdrowiskowych.

### Słabe strony

1. słabe otoczenie informacyjne,
2. statyczność ekspozycji,
3. braki w infrastrukturze technicznej, organizacyjnej i funkcjonalnej podziemnej Trasy Turystycznej.

### Szanse

1. wzrost zainteresowania turystyką kulturalno – historyczną,
2. wzbogacenie, rozszerzenie ekspozycji (np. udostępnienie nowych komór i organizacja nowych tras, stworzenie skansenu solnego, obrazującego warunki życia i warzenie soli w czasach neolitycznych),
3. zwiększenie przepustowości trasy turystycznej poprzez realizację budowy nowego szybu,
4. idea tworzenia europejskich szlaków dziedzictwa kulturowego,
5. zastosowanie odpowiednio prężnej reklamy w środkach masowego przekazu i na rynkach wykazujących największe zainteresowanie muzeum,
6. budowa autostrady A-4, która włączy region krakowski w system autostrad europejskich,
7. brak konkurencji dla głównej atrakcji miasta.

### Zagrożenia

1. spadek aktywności turystycznej ludności,
2. konkurencja krajowych i zagranicznych atrakcji,
3. niszczenie zabytków.

Dzisiaj Kopalnia Soli „Wieliczka” jest jedną z najstarszych i najbardziej znanych atrakcji turystycznych na świecie. Stanowi zabytek o wartościach geologicznych, górniczych, kulturowych, historycznych, a zarazem pomnik dziedzictwa przemysłowego, przyciągający co roku setki turystów z całego świata.

Analizując mocne i słabe strony kopalni soli z łatwością zauważyć można, że mocne strony przeważają, ale jest kilka słabych punktów, do których wyeliminowania powinno się stopniowo dążyć. Przed obiektem również stoi spora ilość szans do wykorzystania w celu umocnienia swojej pozycji na rynku. Wytyczne analizy SWOT są proste, choć jednoznacznie trudne do realizacji:



- unikać zagrożeń,
- wykorzystać szanse,
- eliminować słabe strony,
- opierać się na mocnych stronach.

### **Tourist traffic in the Salt Mine „Wieliczka” – the beginning, development and perspectives**

The article contains an analysis of the amount and structure of tourist traffic in the salt-mine in Wieliczka in the years 1945-2001, conducted on the basis of data made available by the mine and available literature. A particularly penetrating analysis pertains to the years 1990-2001. The numerosness of arrivals was investigated here, their seasonally with taking into account local and foreign tourists, children and young people, as well as adults, organised groups and individual tourists. This fundamental from the point of view of publication chapter is preceded by a brief introduction constituting an attempt at presenting the value of this object, unique in the world's scale. The final part contains a brief characterisation of additional attractions offered by the mine, and of plans it intends to accomplish in order to make the tourists their stay in the object attractive.

### **Piśmiennictwo**

- [1] Dane statystyczne z przedsiębiorstwa Kopalnia Soli Wieliczka Trasa Turystyczna spółka z o.o.
- [2] Jodłowski A., *Wieliczka – Zabytkowa kopalnia soli*, wyd. Arkady, Warszawa.
- [3] Jodłowski A. (red), *Zabytkowa Kopalnia Soli. Muzeum Żup Krakowskich. Wieliczka – przewodnik*, Kraków 1992.
- [4] Kreutz S., *Grota kryształowa w Wieliczce, jako pierwszy w Polsce rezerwat przyrody*, Zabytki Przyrody Nieożywionej Ziemi Rzeczypospolitej Polskiej, Warszawa 1982.
- [5] Małopolska zachodnia – informator turystyczny, PAPT, Kraków 1998.
- [6] Szybiński Z., *Ruch turystyczny w kopalni wielickiej*. w: *Studia i materiały do dziejów Żup Solnych w Polsce*, t. IV, 1997.
- [7] *Wieliczka*. Informator, wyd. Journal, Bydgoszcz 1996.
- [8] *Zabytkowa Kopalnia Soli*. MŻK, Wieliczka 1992.





## TURYSTYKA RELIGIJNA NA PRZYKŁADZIE SANKTUARIUM RELIKWII DRZEWA KRZYŻA ŚWIĘTEGO NA ŚWIĘTYM KRZYŻU

*Franciszek Mróz\**

### 1. Wstęp

Turystyka religijna w ostatnich latach cieszy się coraz większą popularnością. A. Jackowski (1991) definiuje ją jako podróż turystyczną, w której na pierwszy plan wysuwają się aspekty religijne lub religijno-poznawcze. W podróży tej miejsce święte nie stanowi zazwyczaj punktu docelowego, lecz znajduje się na trasie podróży. Turyści, mimo że odwiedzając sanktuarium uczestniczą, w nim w aktach kultu, to jednak na pierwszy plan wysuwają zwiedzanie obiektów kultury religijnej<sup>1</sup>.

Za szczególnie przejaw turystyki religijnej w literaturze przedmiotu uznaje się pielgrzymkę, czyli wędrówkę podjętą z motywów religijnych do miejsca uważanego za święte *locus sacer*, ze względu na szczególne działanie w nim Boga lub bóstwa, aby tam spełniać określone akty religijnej pobożności i pokuty<sup>2</sup>.

Wśród ponad 500 ośrodków pielgrzymkowych o zasięgu co najmniej regionalnym, jakie rejestruje się w Polsce, zdecydowanie dominują sanktuaria maryjne<sup>3</sup>. Zaledwie 15% ogółu polskich sanktuariów stanowią sanktuaria poświęcone Chrystusowi, wśród których na szczególną uwagę zasługuje sanktuarium Relikwii Drzewa Krzyża Świętego na Świętym Krzyżu<sup>4</sup> w Górach Świętokrzyskich. Ośrodek ten uznawany jest za pierwsze narodowe sanktuarium Polski.

\* Uniwersytet Jagielloński, Instytut Geografii i Gospodarki Przestrzennej, Zakład Geografii Religii, ul. Grodzka 64; franciszek.mroz@geo.uj.edu.pl

<sup>1</sup> A. Jackowski, *Pielgrzymki i turystyka religijna w Polsce*, Warszawa 1991, s. 8.

<sup>2</sup> Tamże, s. 7.

<sup>3</sup> A. Jackowski, *Pielgrzymowanie*, Wrocław, Wydawnictwo Dolnośląskie, 1998, s. 6.

<sup>4</sup> Święty Krzyż, Łysa Góra, dawniej Łysiec (595 m) – drugi, najwyższy po Łysicy szczyt Gór Świętokrzyskich, na wschodnim krańcu pasma Łysogór.

## 2. Rys historyczny

Dokładna data założenia opactwa benedyktyńskiego na Łyscu w Górach Świętokrzyskich nie jest znana. Jan Długosz w *Dziejach Polski* przypisuje fundację Bolesławowi Chrobremu i ustala jej datę na rok 1025<sup>5</sup>. Tradycja mówi, że założycielem opactwa był św. Emeryk – syn króla węgierskiego Stefana I, który miał także ofiarować benedyktynom relikwie Krzyża Świętego. M. Derwich (2000) datuje założenie opactwa na lata trzydzieste XII w., przyjmując za fundatora Bolesława Krzywoustego<sup>6</sup>.

Klasztor benedyktynów na Łysej Górze zasłynął w całym kraju już w średniowieczu, dzięki relikwiom Krzyża Świętego. Najprawdopodobniej benedyktyni otrzymali relikwiarz z pięcioma częściami Drzewa Krzyża Świętego od Władysława Łokietka w 1306 r.<sup>7</sup>. Od początku kult relikwii świętokrzyskiej wspierał sam ofiarodawca, a następnie Kazimierz Wielki. Dzięki temu nowo powstały ośrodek kultu już w XIV w. stał się najważniejszym miejscem pielgrzymkowym w kraju. Rozwój sanktuarium oraz ilość łask wyproszonych za pośrednictwem przechowywanej w klasztorze relikwii doprowadziła do zmiany w II poł. XIV w. wezwania kościoła opackiego z pierwotnego Świętej Trójcy na wezwanie Świętego Krzyża<sup>8</sup>. W tym też okresie w dokumentach zakonnych pojawia się nowa nazwa opactwa: Opactwo Ojców Benedyktynów Świętego Krzyża, skrócona później na Święty Krzyż (*Santa Crux*).

Największy rozkwit sanktuarium przypada na okres panowania Jagiellońców. Wielkim dobroczyńcą klasztoru i kościoła był król Władysław Jagiełło. Związki króla z opactwem, podkreślił w XVIII w. świętokrzyski benedyktyn Jacek Jabłoński: „*Tenże Jagiełło Król Polski na Chrzcie Ś. Władysławem jest nazwany osobliwe miał nabożeństwo do tego miejsca, i dla tegoż przed każdym zaczęciem spraw wałnych Rzeczypospolitej, przed każdą wojną i potyczką z nieprzyjacielem przygranicznym zawsze to miejsce Ś. zwykł był nawiedzać; w czym P. Bóg modlitwy jego wysłuchiwał, osobliwie na on czas, gdy się wyprawował przeciwko Krzyżakom*”<sup>9</sup>. W 1410 r., przed bitwą pod Grunwaldem, monarcha pielgrzy-

<sup>5</sup> J. Długosz, *Jana Długosza Kanonika Krakowskiego Dziejów Polskich ksiąg dwanaście*, wydane staraniem A. Przedzieckiego, przekład K. Mecherzyński, t. II, Kraków 1868, s. 364.

<sup>6</sup> M. Derwich, *Opactwo świętokrzyskie w epoce przedrozbiorowej*, w: D. Olszewski, R. Gryza (red.), *Klasztor na Świętym Krzyżu w polskiej kulturze narodowej*, Kieleckie Towarzystwo Naukowe, Kielce 2000, s. 52–54.

<sup>7</sup> M. Derwich, *Benedyktynski klasztor św. Krzyża na Łysej Górze w średniowieczu*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa–Wrocław 1992, s. 543–544.

<sup>8</sup> M. Derwich, *Łysogórski ośrodek pielgrzymkowy w Polsce średniowiecznej i nowożytnej. Zarys problematyki*, [w:] H. Manikowska, H. Zaremska (red.), *Peregrinationes. Pielgrzymki w kulturze dawnej Europy*, Warszawa 1995, s. 279.

<sup>9</sup> J. Jabłoński, *Drzewo Żywota z Raju Naprzód na Gorze Jerozolimskiej Kátwóryi, złośliwą ręką potym na Gorze Łysiec przez ręce świętego Emeryha królewica węgierskiego Roku Pańskiego Tysiącnego Szóstego przesadzone*, Kraków 1737, s. 77–78.



mował do sanktuarium pieszo z Nowej Słupi: „*bosemi nogami wstępował: a z Kościoła nie wychodził, aże samym mrokiem, dla posilenia ciała zmorzonego*”<sup>10</sup>. Zapoczątkował tym samym, praktykowany później przez kolejnych królów zwyczaj pieszego pielgrzymowania do sanktuarium z Nowej Słupi.

W latach 1450–1458 w księgach zakonnych benedyktyni zapisali 72 cudów uzyskanych dzięki pielgrzymce do sanktuarium<sup>11</sup>. Znaczenie ośrodka podnosiły także liczne odpusty nadane przez papieży: Pawła II (1471 r.), Sykstusa IV (1481 r.) i Piusa IV (1562 r.), a także przez kardynałów: Zbigniewa Oleśnickiego ok. 1451 r. i Fryderyka Jagiellończyka w 1502 r.<sup>12</sup>.

Dzięki finansowej pomocy króla Kazimierza Jagiellończyka oraz biskupa krakowskiego kardynała Zbigniewa Oleśnickiego, ok. 1450 r. powiększono kościół opacki oraz rozbudowano zabudowania klasztorne. Wiązało się to ze stale rosnącym ruchem pielgrzymkowym. Przed 1475 r., dzięki fundacji opata Michała z Krakowa powstał nowy, reprezentacyjny relikwiarz dla przechowywania drogocennej relikwii.

Rozwój sanktuarium powstrzymały zniszczenia opactwa w latach 1655–1657 i 1704–1716, a zwłaszcza zburzenie kaplicy św. Krzyża w 1704 r.<sup>13</sup> Ostatecznie sanktuarium utraciło rangę najważniejszego ośrodka pielgrzymkowego na ziemiach polskich po cudownej obronie Jasnej Góry przed Szwedami w 1655 r. Pomimo uzyskania nowych odpustów od papieża Klemensa XI, sanktuarium już nigdy nie odzyskało pozycji sprzed połowy XVI w., a jego zasięg oddziaływania ograniczył się w zasadzie do regionu sandomierskiego. Próby ożywienia kultu relikwii świętokrzyskiej przez benedyktynów powstrzymała ostatecznie kasata opactwa w 1819 r. W 1882 r. w części zabudowań poklasztornych władze rosyjskie zorganizowały więzienie. W październiku 1914 r. wojska austriackie zrabowały i zniszczyły zespół klasztorny. Odbudowa sanktuarium nastąpiła dopiero po 1936 r., kiedy Święty Krzyż znalazł się pod opieką Misjonarzy Oblatów Maryi Niepokalanej. Ostatnie zniszczenia sanktuarium przyniósł hitlerowski nalot we wrześniu 1939 r. Zaraz po zakończeniu wojny Zgromadzenie Misjonarzy Oblatów na nowo rozpoczęło pracę nad odbudową dawnego opactwa.

Relikwie Drzewa Krzyża Świętego<sup>14</sup> są umieszczone w krzyżu o podwójnym ramieniu, który wkomponowano w srebrny relikwiarz w kształcie owalnego słońca, fundacji opata Sierakowskiego. Obecnie relikwiarz przechowywany jest w pancernym tabernakulum, w barokowej kaplicy Oleśnickich.

<sup>10</sup> Tamże, s. 78.

<sup>11</sup> M. Derwich, *Lysogórski ośrodek* ..., op. cit., 1995, s. 282.

<sup>12</sup> J. Jabłoński, *Drzewo Żywota* ..., op. cit., 1737, s. 186, 187.

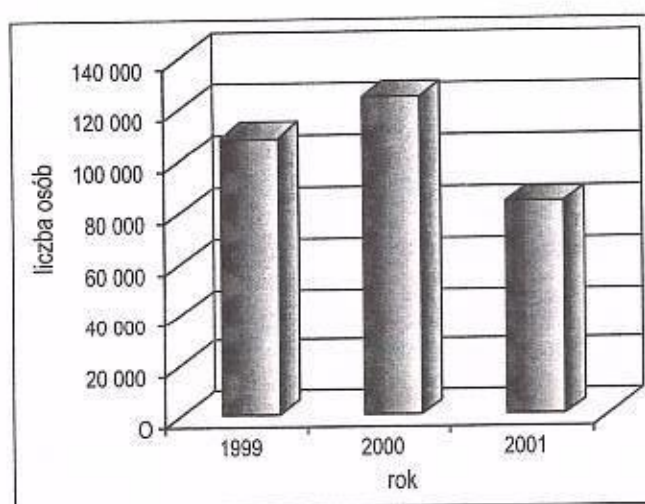
<sup>13</sup> M. Derwich, *Lysogórski ośrodek* ..., op. cit., 1995, s. 286.

<sup>14</sup> 19 lutego 2002 r. dokonano konserwatorskiej autopsji relikwii. Potwierdziła ona przechowywanie w relikwiarzu wielu drewniek, które po dopasowaniu tworzą pięć części krzyża patriarchalnego. Szczegółowy opis przeprowadzonej autopsji konserwatorskiej przedstawił W. Kurpik. Por. W. Kurpik, *Relikwia Krzyża Świętego w klasztorze Misjonarzy Oblatów MN na Św. Krzyżu*, Biuletyn Informacyjny Konserwatorów Dzieł Sztuki, vol. 13, nr 3–4 (50–51), 2002, s. 12–20.

### 3. Analiza ruchu turystycznego do sanktuarium na Świętym Krzyżu

Dokładna analiza dynamiki ruchu turystycznego i pielgrzymkowego do sanktuarium na Świętym Krzyżu jest możliwa dopiero od 14 września 1998 r. Od tego dnia bowiem w świętokrzyskim sanktuarium prowadzone są księgi pielgrzymkowe<sup>15</sup>.

W 1999 r. ruch rejestrowany przez opiekunów sanktuarium wyniósł 96,5 tys. osób (ryc. 1), a ruch nierejestrowany oszacowano na 30 tys. osób. Najwięcej osób w analizowanym okresie zanotowano w księgach pielgrzymkowych w 2000

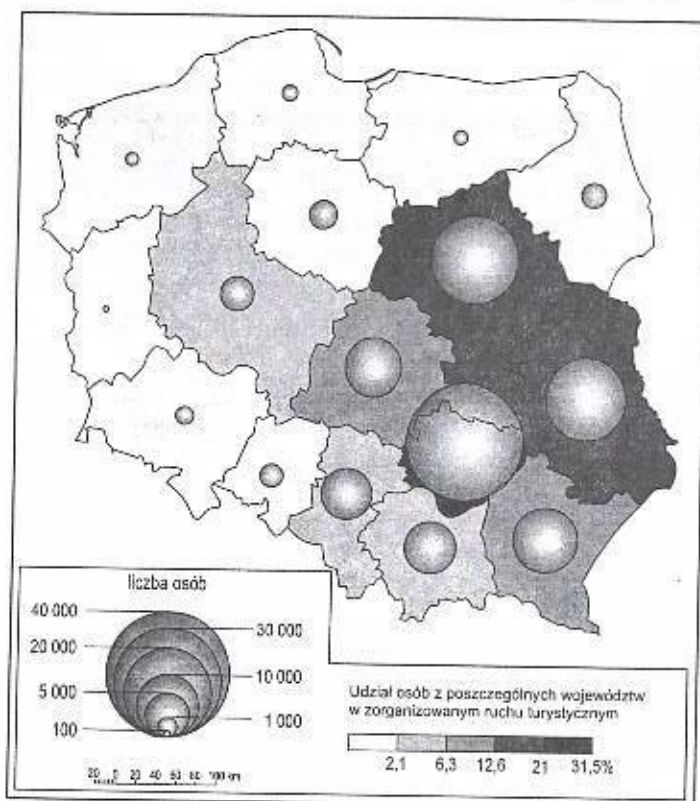


Ryc. 1. Liczba osób przybyłych do sanktuarium na Świętym Krzyżu w zorganizowanych grupach w latach 1999–2001

r. Niewątpliwie miało to związek z Rokiem Wielkiego Jubileuszu i faktem, że w sanktuarium można było uzyskać odpust jubileuszowy. W 2755 grupach przybyło wówczas 120 668 osób – najwięcej z województwa świętokrzyskiego (35,5 tys.), mazowieckiego (20,2 tys.) oraz lubelskiego (16, 5 tys.), najmniej natomiast z województw: lubuskiego, zachodniopomorskiego i warmińsko-mazurskiego (ryc. 2). W grupach turystycznych przybyło 70 671 osób, zaś w grupach pielgrzymkowych 49 997 (41,4% ogółu). Według szacunków w 2000 r. sanktuarium odwiedziło łącznie około 160 tys. osób.

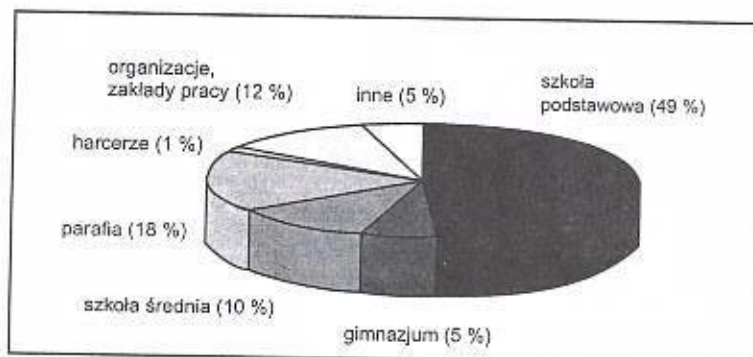
<sup>15</sup> Na podstawie własnych obserwacji oraz dokumentacji prowadzonej w Muzeum Przyrodniczym Świętokrzyskiego Parku Narodowego na Świętym Krzyżu oszacował, że w latach 1988–1998 do sanktuarium przybywało średnio w ciągu roku ok. 165 tys. osób. Por. K. Lipiński, *Sanktuarium na Świętym Krzyżu. Informacja, Peregrinus Cracoviensis* 8, 2000, s. 235.





Ryc. 2. Zorganizowany ruch turystyczny i pielgrzymkowy do sanktuarium na Świętym Krzyżu w 2000 r.

Źródło: opracowanie własne na podstawie *Ksiąg pielgrzymkowych*



Ryc. 3. Struktura grup przybywających do sanktuarium na Świętym Krzyżu w 2000 r.

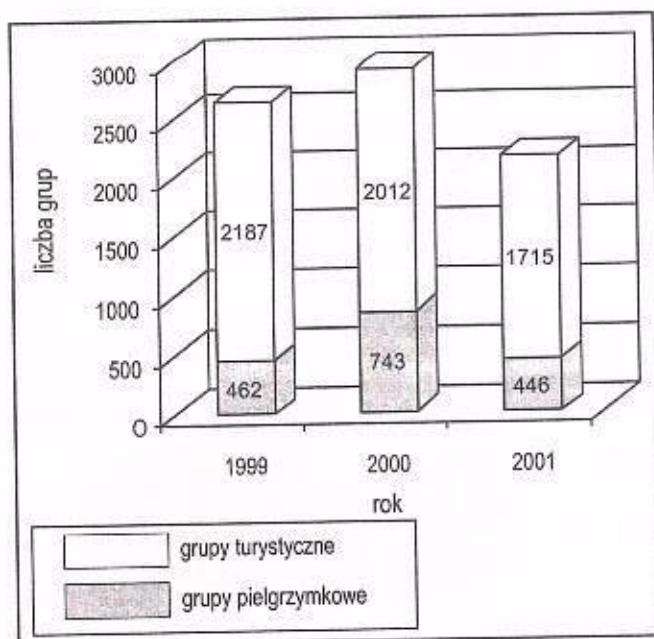
Źródło: opracowanie własne na podstawie *Ksiąg pielgrzymkowych*

W 2001 r. zarejestrowano w sanktuarium najniższą jak dotąd liczbę przybyłych do ośrodka grup – 2110 (spadek o 23% w stosunku do roku poprzedniego), a w związku z tym najmniejszą liczbę osób odwiedzających sanktuarium (80 467).

Ponad połowę zarejestrowanych w 2000 r. w sanktuarium grup stanowiły wycieczki szkolne (64%), przy czym zdecydowanie dominowały wycieczki ze szkół podstawowych (49%). W grupach organizowanych przez parafie przybyło odwiedzających sanktuarium 18%, zaś przez zakłady pracy i związki emerytów i rencistów 11%. Na uwagę zasługują także grupy harcerzy, Liturgicznej Służby Ołtarza oraz dzieci komunijnych (ryc. 3).

Ponieważ wszystkie grupy zarejestrowane w sanktuarium są kwalifikowane przy zapisie w kartach odwiedzających do dwóch grup: wycieczkowych (turystycznych) lub pielgrzymkowych, dlatego w artykule zostanie przedstawiona analiza oddzielnie dla ruchu turystycznego i oddzielnie dla ruchu pielgrzymkowego.

Na wstępie jednak należy zaznaczyć, że grupy turystyczne zdecydowanie dominują w ogólnej liczbie rejestrowanych grup, gdyż stanowią ponad 80% ich ogółu. Wyjątkiem był rok 2000, kiedy grupy pielgrzymkowe stanowiły 27% ogółu (ryc. 4).

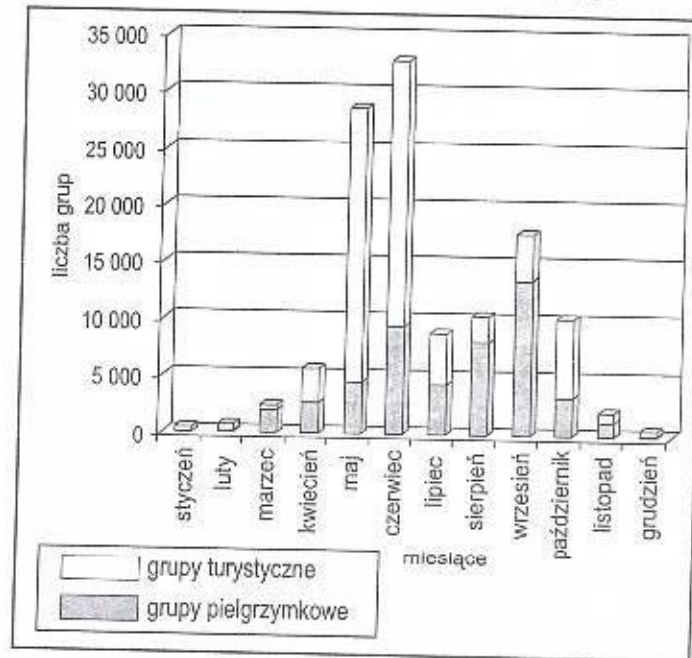


Ryc. 4. Liczba zorganizowanych grup przybywających do sanktuarium na Świętym Krzyżu w latach 1999–2001

Źródło: opracowanie własne na podstawie *Ksiąg pielgrzymkowych* oraz materiałów otrzymanych od kustosa sanktuarium o. Karola Lipińskiego OMI



Analizując ruch turystyczny na Świętym Krzyżu w 2000 r., zauważyć można jego bardzo wyraźną sezonowość (ryc. 5). Miesiącem, w którym generalnie rozpoczyna się ten ruch, jest kwiecień. W maju i czerwcu przybyło do sanktuarium odpowiednio 672 i 643 grupy turystyczne – średnio 20 grup w ciągu dnia, choć zdarzyły się dni, w których ta liczba przekroczyła 50. Wśród grup zarejestrowanych w księgach pielgrzymkowych w maju i czerwcu zdecydowanie dominowały wycieczki szkolne – odpowiednio 608 i 543 grupy.

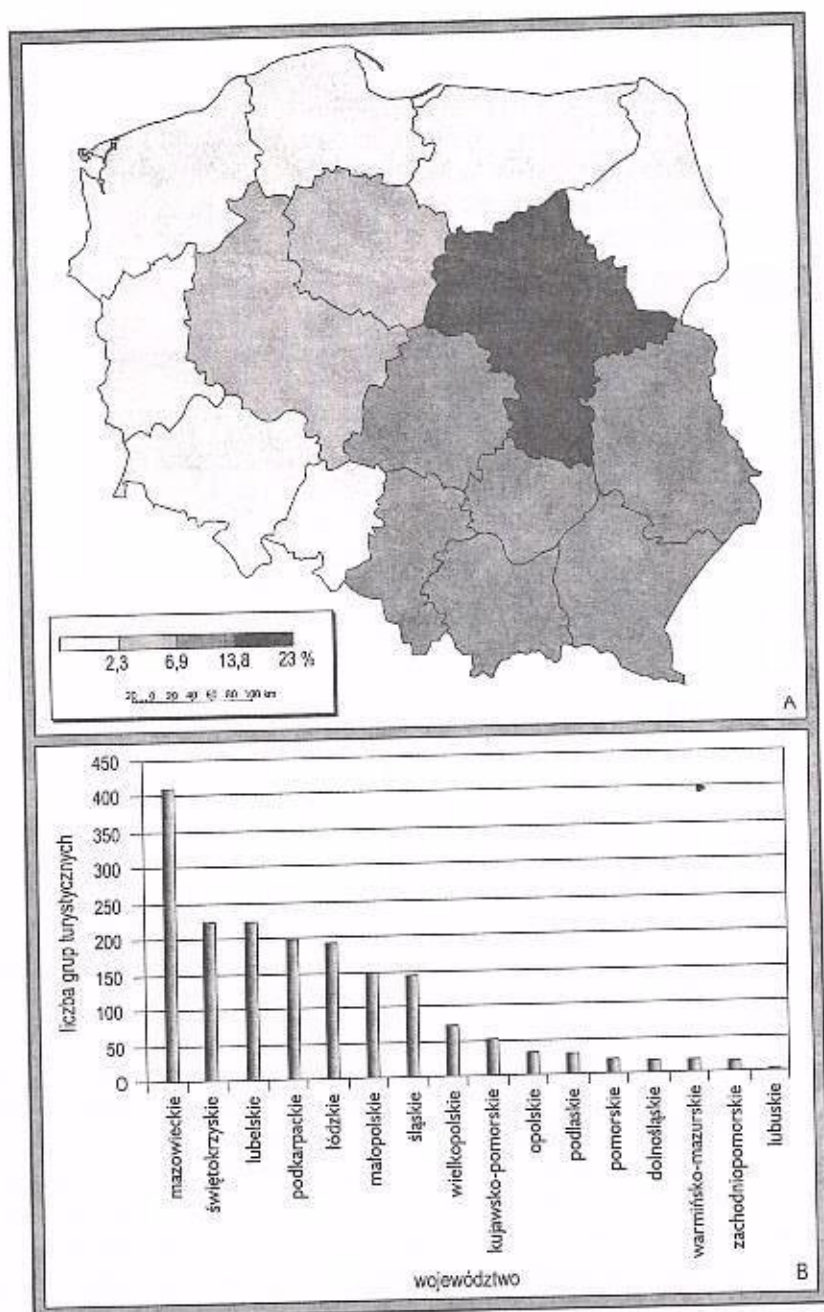


Ryc. 5. Zorganizowany ruch turystyczny do sanktuarium na Świętym Krzyżu w poszczególnych miesiącach 2000 r.

Źródło: opracowanie własne na podstawie *Ksiąg pielgrzymkowych*

Ruch turystyczny znacznie maleje w miesiącu lipcu (119 grup) i sierpniu (70 grup). Związane jest to z przerwą wakacyjną, a co za tym idzie niewielką liczbą wycieczek szkolnych. W miesiącach wakacyjnych wśród grup turystycznych dominują grupy kolonijne (25%) i zakładowe (23%). Ponowne natężenie ruchu turystycznego zarejestrowano w miesiącu październiku. Liczba grup odwiedzających wówczas sanktuarium jest jednak o 60% mniejsza niż w maju czy czerwcu. Z początkiem listopada ruch turystyczny na Świętym Krzyżu zanika.

Analizując mapę przedstawiającą zasięg oddziaływania sanktuarium na Świętym Krzyżu w 2000 r., wykonaną dla grup turystycznych (ryc. 6), można stwierdzić, że obejmuje ono całą Polskę, gdyż grupy przybywają do tego ośrodka z każdego województwa.



Ryc. 6. Zorganizowany ruch turystyczny do sanktuarium na Świętym Krzyżu w 2000 r. Udział grup z poszczególnych województw (A) oraz liczba grup z województw (B).  
 Źródło: opracowanie własne na podstawie *Ksiąg pielgrzymkowych*



Sanktuarium odwiedziło najwięcej grup turystycznych z woj. mazowieckiego (405 grup – 22,8% ogółu zarejestrowanych grup turystycznych) oraz świętokrzyskiego i lubelskiego (odpowiednio 225 i 224 grupy). W dalszej kolejności znalazły się woj. podkarpackie (199 grup), łódzkie (192), małopolskie (148) i śląskie (144). Najmniej grup zarejestrowano z woj. lubuskiego (2 grupy), zachodniopomorskiego (14), warmińsko-mazurskiego i dolnośląskiego (po 18).

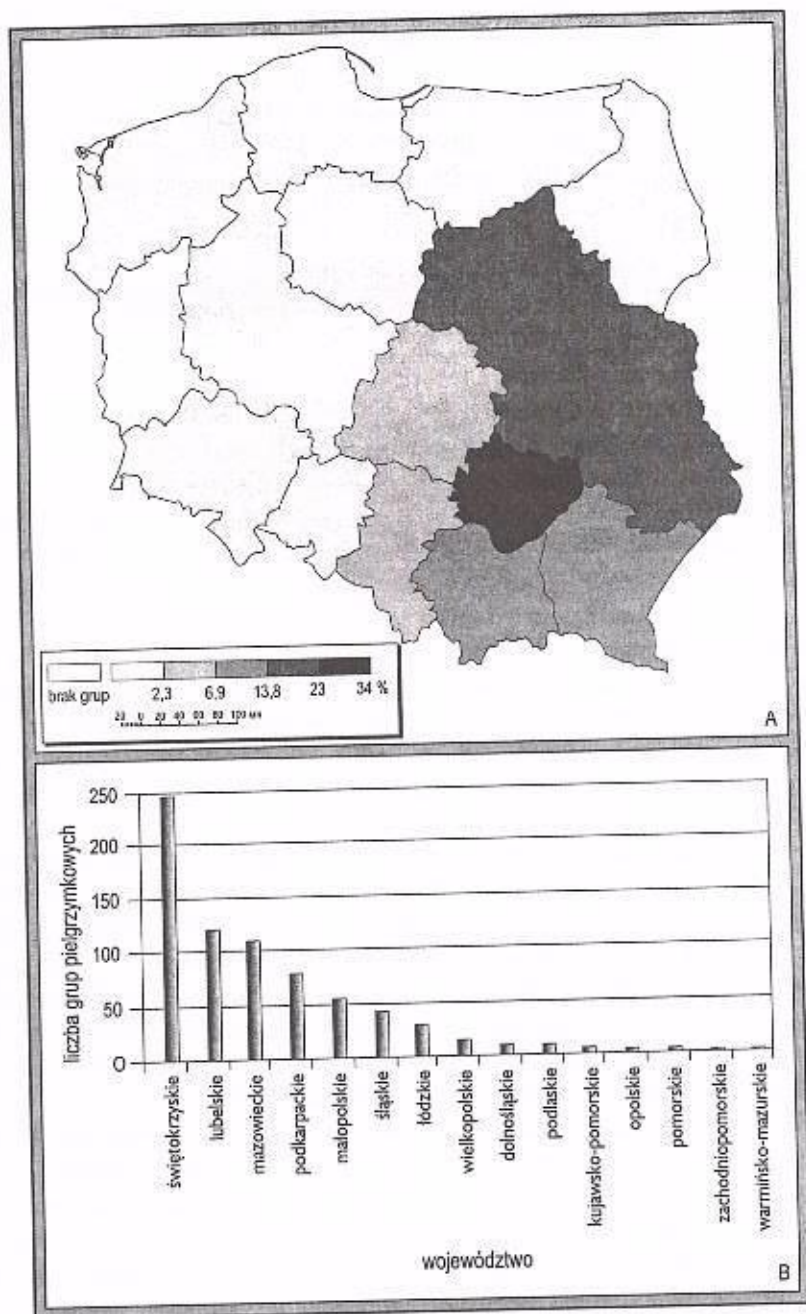
#### 4. Analiza ruchu pielgrzymkowego do sanktuarium na Świętym Krzyżu

Odmiennie przedstawia się natomiast rozkład ruchu pielgrzymkowego. Na rozkład ten rzutują główne uroczystości odpustowe oraz spotkania modlitewne. Pierwsze grupy pielgrzymkowe przybywają do sanktuarium już w marcu, a więc na początku Wielkiego Postu. W marcu i kwietniu 2000 r. do ośrodka pielgrzymowało odpowiednio 27 i 34 grupy. Wiele grup pielgrzymkowych przybywa do sanktuarium na nabożeństwa pasyjne (Droga Krzyżowa, Gorzkie Żale), a szczególnie na liturgię Wielkiego Piątku<sup>16</sup>. Od Świąt Wielkanocnych ruch pielgrzymkowy wyraźnie wzrasta. W miesiącu maju przybywa do sanktuarium około 100 grup pielgrzymkowych (w 2000 r. 104 grupy) i taka liczba utrzymuje się w następnych miesiącach aż do września. Na uwagę jednak zasługuje liczba grup pielgrzymkowych w miesiącu sierpniu. Jest ona niemal dwukrotnie większa od liczby grup turystycznych. Na taki stan wpływa niewątpliwie przybycie do sanktuarium świętokrzyskiego dwóch pielgrzymek pieszych podążających na Jasną Górę: z Ostrowca Świętokrzyskiego oraz z Lublina.

Pielgrzymka z Lublina przychodzi do sanktuarium w dwóch grupach – przedpołudniowej i popołudniowej. Pielgrzymi z grupy pierwszej uczestniczą w kościele we mszy św., a następnie mają okazję do uczczenia relikwii Drzewa Krzyża Świętego, pątnicy z grupy popołudniowej biorą natomiast udział w adoracji wystawionych relikwii. W 2000 r. obie grupy pielgrzymki lubelskiej liczyły 4000 osób. O wiele mniejsza jest pielgrzymka z Ostrowca Świętokrzyskiego (w 2000 r. – 380 pielgrzymów), która również w sanktuarium świętokrzyskim uczestniczy w Eucharystii zakończonej ucałowaniem relikwii.

Najwięcej grup pielgrzymkowych rejestruje się w ośrodku we wrześniu (w 2000 r. – 167 grup). W niedzielę po 14 września (święto Podwyższenia Krzyża Świętego) w sanktuarium odbywają się główne uroczystości odpustowe. Na Święty Krzyż przybywa wówczas ponad 20 pielgrzymek pieszych z okolicznych miejscowości i kilkadziesiąt grup głównie z diecezji sandomierskiej, kieleckiej i lubelskiej, w sumie ponad 5 tys. pątników.

<sup>16</sup> Liturgii Wielkiego Piątku tradycyjnie przewodniczy w sanktuarium jeden z biskupów sandomierskich.



Ryc. 7. Zorganizowany ruch pielgrzymkowy do sanktuarium na Świętym Krzyżu w 2000 r. Udział grup z poszczególnych województw (A) oraz liczba grup z województw (B).

Źródło: opracowanie własne na podstawie *Ksiąg pielgrzymkowych*



Wśród wielu spotkań modlitewnych, które w ciągu roku odbywają się w sanktuarium, na szczególną uwagę zasługują Świętokrzyskie Czuwania Modlitewne. Zostały one zapoczątkowane w 1999 r., jako przygotowanie do Roku Jubileuszowego. Odbywają się od maja do września, w każdy trzeci piątek miesiąca i gromadzą od 200 do 1000 pielgrzymów.

Należy wspomnieć także o Diecezjalnym Spotkaniu Młodych Diecezji Sandomierskiej, które odbywa się w sanktuarium już od pięciu lat we wrześniu. Spotkanie to jest organizowane przez referat Duszpasterstwa Młodzieży Diecezji Sandomierskiej, a uczestniczy w nim co roku około 2,5 tys. młodych osób.

Okolo 1,5 tys. pielgrzymów bierze udział w Pielgrzymkowym Rajdzie Świętokrzyskim. Po raz pierwszy rajd ten został zorganizowany w 2000 r., jako jedna z inicjatyw Roku Jubileuszowego. Jest to wspaniała forma wypoczynku połączona z modlitwą, w której uczestniczą dzieci, młodzież i dorośli. Uczestnicy wybierają jedną z sześciu tras o różnym stopniu trudności, zakończonych na Świętym Krzyżu. Po przyjeździe do sanktuarium adorują relikwie Drzewa Krzyża Świętego, a następnie uczestniczą we mszy św. celebrowanej przez biskupa.

Z innych spotkań modlitewnych, które już na trwałe wpisały się w program duszpasterski sanktuarium, należy wspomnieć jeszcze o Pielgrzymce Harcerzy „Zawisza”, Regionalnym Spotkaniu Przyjaciół Misji oraz o odbywającym się w ostatnią sobotę lutego Dniu Modlitw o Jedność Chrześcijan.

Analizując mapę zasięgu oddziaływania sanktuarium na Świętym Krzyżu wykonaną dla grup pielgrzymkowych (ryc. 7), można stwierdzić, że zdecydowanie najwięcej grup pielgrzymuje do sanktuarium z woj. świętokrzyskiego (245 grup, tj. 34% ogółu grup pielgrzymkowych). Dwukrotnie mniej grup przybywa do sanktuarium z woj. lubelskiego (16,5%) i mazowieckiego (15%). W dalszej kolejności znalazły się woj. podkarpackie, małopolskie i śląskie. Jedynym województwem, z którego nie pielgrzymowała do sanktuarium żadna grupa było województwo lubuskie. Zarejestrowano tylko po jednej grupie pielgrzymkowej z woj. zachodniopomorskiego, dwie z woj. Warmińsko-mazurskiego i trzy grupy z woj. pomorskiego.

Sanktuarium na Świętym Krzyżu odwiedza także w ciągu roku niewielka liczba grup zagranicznych (w 2000 r. 22 grupy; najwięcej z Ukrainy 9 grup oraz grupy z Anglii, Białorusi, Bułgarii, Hiszpanii, Kanady, Litwy, Łotwy, Macedonii, Niemiec, Norwegii, Szwajcarii, Turkmenistanu i Węgier).

## 5. Zakończenie

Turystyka religijna w Polsce z każdym rokiem zdobywa sobie coraz więcej zwolenników. Przykładem tego może być rosnący ruch turystyczny i pielgrzymkowy do jednego z najważniejszych ośrodków pielgrzymkowych w kraju – sanktuarium Relikwii Drzewa Krzyża Świętego na Świętym Krzyżu. Na rozwój tego

ruchu złożyły się, obok położenia ośrodka w centrum atrakcyjnych turystycznie Gór Świętokrzyskich oraz jego bogatej historii i wybitnych walorów architektonicznych i kulturowych także:

- bogaty program duszpasterski przygotowany przez opiekunów sanktuarium – Misjonarzy Oblatów Maryi Niepokalanej,
- działalność władz lokalnych i wojewódzkich, promująca region Gór Świętokrzyskich wraz z zespołem sanktuarijnym na Świętym Krzyżu,
- ustanowienie przez biskupa diecezji sandomierskiej Wacława Świerzawskiego sanktuarium na Świętym Krzyżu kościołem stacyjnym w Roku Świętym 2000.

Autor składa serdeczne podziękowania O. Karolowi Lipińskiemu OMI – kustoszowi sanktuarium Relikwii Drzewa Krzyża Świętego na Świętym Krzyżu za udostępnienie materiałów i cenne uwagi w przygotowaniu niniejszego artykułu.

### **Sanctuary of relics of the Holy Cross on Święty Krzyż as an example of religious tourism**

Sanctuary of Relics of the Holy Cross on Święty Krzyż is one of the oldest pilgrimage centers in Poland. It had been most important too, before the miraculous defence of Jasna Góra in 1655.

Historians claim that the Benedictine monastery on the mountain of Łysiec was founded by Bolesław Krzywousty in the thirties of the twelfth century, however exact date of the foundation is unknown. The monastery became famous as early as the Middle Ages, mainly by dint of relics of the Holy Cross. It is thought that relics were donated to monks in 1306 by Władysław Łokietek.

Currently, some 160 thousand tourists and pilgrims visit the sanctuary every year.

This study describes forms and scale of tourist movement (including tourist movement's distribution during a year) and provides analysis of spatial range of the shrine's influence.

Exact analysis of the dynamics of the pilgrimage and tourist movement is possible since 14<sup>th</sup> September 1998, the day when the monks started to register pilgrims in the pilgrimage Books.

Most of the registered visitors came in 2000 (2755 groups totalled 120 668 people). 70 671 people came in tourist groups, the rest came in pilgrim groups (41,4% of the total number of visitors).

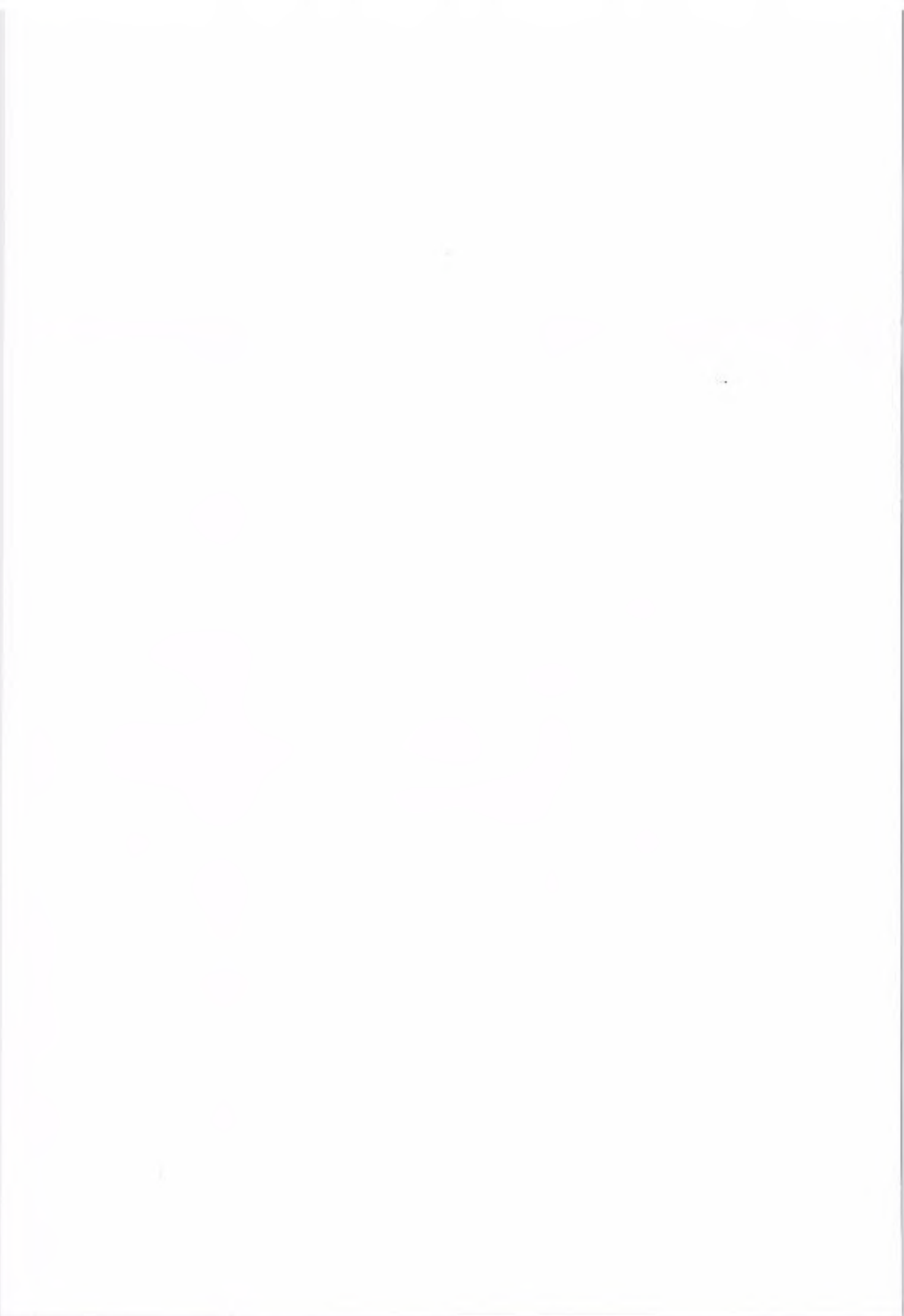
Spatial range of the shrine's influence covers whole territory of Poland. In the year 2000, pilgrim and tourist groups came mainly from mazowieckie, świętokrzyskie and lubelskie provinces. Groups from lubuskie, warmińsko-mazurskie and zachodnio-pomorskie provinces were very rare.



Most of the total number of tourist groups is registered in May and June. When it comes to pilgrim groups, they usually come in September, when shrine's main ceremonies take place.

### Piśmiennictwo

- [1] Derwich M., *Benedyktynski klasztor św. Krzyża na Łysej Górze w średniowieczu*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa–Wrocław 1992.
- [2] Derwich M., *Łysogórski ośrodek pielgrzymkowy w Polsce średniowiecznej i nowożytnej. Zarys problematyki*, w: Manikowska H., Zaremska H. (red.), *Peregrinationes. Pielgrzymki w kulturze dawnej Europy*, Warszawa 1995, s. 277–287.
- [3] Derwich M., *Opactwo świętokrzyskie w epoce przedrozbiorowej*, w: Olszewski D., Gryza R. (red.), *Klasztor na Świętym Krzyżu w polskiej kulturze narodowej*, Kieleckie Towarzystwo Naukowe, Kielce 2000, s. 49–69.
- [4] Długosz J., *Jana Długosza Kanonika Krakowskiego Dziejów Polskich ksiąg dwanaście*, wydane staraniem A. Przezdzieckiego, przekład K. Mecherzyński, t. II, Kraków 1868.
- [5] Jabłoński J., *Drzewo Zywota z Raju Naprzod ná Gorze Jerozolimskiej Káltwáryi, złośliwą ręką potym ná Gorze Łysiec przez ręce świętego Emeryka krolewica węgierskiego Roku Pańskiego Tysiącnego Szostego przesadzone*, Kraków 1737.
- [6] Jackowski A., *Pielgrzymki i turystyka religijna w Polsce*, Warszawa 1991.
- [7] Jackowski A., *Pielgrzymowanie*, Wydawnictwo Dolnośląskie, Wrocław 1998.
- [8] Kurpik W., *Relikwia Krzyża Świętego w klasztorze Misjonarzy Oblatów MN na Św. Krzyżu*, Biuletyn Informacyjny Konserwatorów Dzieł Sztuki, vol. 13, nr 3–4 (50–51), 2002, s. 12–20.
- [9] Lipiński K., *Sanktuarium na Świętym Krzyżu. Informacja*, Peregrinus Cracoviensis 8, 2000, s. 225–239.





## WRAŻENIA OSÓB ZWIEDZAJĄCYCH ATRAKCJE TURYSTYCZNE

*Marek Nowacki\**

Wrażenia osób zwiedzających atrakcje turystyczne są istotnym czynnikiem powodzenia regionów turystycznych na rynku. Niektórzy z autorów [38, 26] twierdzą wręcz, że finalnym produktem turystycznym nie są usługi turystyczne (wycieczki, przeloty, noclegi) lecz właśnie wrażenia, doznania lub przeżycia<sup>1</sup> doświadczane przez turystów podczas zwiedzania atrakcji turystycznych<sup>2</sup>. Znaczenie wrażeń podkreślają Hall i McArthur, twierdząc, że „wrażenia zwiedzających powinny stać się centralnym elementem procesu zarządzania dziedzictwem” [15, s. 13, wg 28]. Pomimo tego stosunkowo mało uwagi poświęca się badaniom wrażeń lub doznań turystów, ograniczając się jedynie do badania satysfakcji oraz czynników ją determinujących (por. [35]). Przyczyną tego stanu rzeczy mogą być trudności metodologiczne, na jakie natrafiają badacze, próbując zbadać i opisać coś tak trudno uchwytnego jak wrażenia. Tymczasem wiedza o preferowanych i doznawanych wrażeniach osób zwiedzających atrakcje turystyczne może być pomocna przy ocenie atrakcyjności turystycznej obiektów, miejsc i obszarów dziedzictwa. Może stanowić cenną wskazówkę przy urządzaniu, aranżacji a przede wszystkim przy ocenie jakości zarządzania tymi miejscami.

Celem niniejszych badań była identyfikacja wrażeń doznawanych przez osoby zwiedzające atrakcje turystyczne. Nacisk został położony na spenetrowanie całej ich różnorodności i kolorytu, bez zwracania uwagi na to, co je wywołuje, które z nich są dominujące, na ich kolejność czy częstość występowania.

### Przegląd literatury

Autorzy nie są zgodni co do tego, czym są wrażenia turystyczne. Boorstin [3 wg 46] określa wrażenie turystyczne jako popularny akt konsumpcji i zarazem wymyślone, zaaranżowane doznanie masowej turystyki. Cohen [5] definiuje

\* Katedra Ekologii Człowieka AWF, Poznań, ul. Rybaki 19

<sup>1</sup> Ang. *experience*. W artykule autor będzie używał zamiennie tych pojęć.

<sup>2</sup> Także w rekreacji „finalnym produktem zarządzania są doznane przez ludzi wrażenia” [41, s. 2].

wrażenia turystyczne jako relacje pomiędzy człowiekiem a różnorodnymi „jądrami” (por. [21]), postrzeganymi z osobistego punktu widzenia w zależności od tego czy dana osoba jest wrażliwa na określone „jądro” czy nie. Doznania te są zależne od stałych dyspozycji motywacyjnych określających i determinujących różne rodzaje aktywności turystycznej. Inną definicję doznań formułuje Ryan [36] twierdząc, że doznanie turystyczne jest wielofunkcyjną aktywnością w czasie wolnym, której efektem jest zarówno nauka, zabawa lub obie jednocześnie.

McCannell [25], analizując strukturę doznań, stwierdził, że każda atrakcja turystyczna jest doznaniem kulturowym. Każde takie doznanie składa się z dwóch elementów: pierwszym jest przedstawienie jakiegoś aspektu życia: na scenie, w filmie itd. (np. wyścig samochodowy) – McCannell nazywa ten element modelem; drugim elementem doznania jest zmienne, tworzone przez model i intensyfikowane przezeń poczucie, które nazywa wpływem (np. emocje, oddziaływanie reklam opon, olejów oglądane w trakcie tego wyścigu). Medium łączy model i jego wpływ. Sytuacja społeczna bezpośredniego kontaktu pomiędzy dwoma osobami, zebranie publiczne, radio, telewizja, film, taśma magnetofonowa są mediami. Media współtworzą doznania kulturowe, ale obyczajowa struktura medium jest taka, że jest ono neutralne lub obojętne.

Wielu autorów podejmowało próby typologii doznań. Cohen [4] twierdzi, że doznania turystyczne są kombinacją nowego – nieznanego i starego – znanego. To, w jaki sposób są postrzegane, zależy od indywidualnej wrażliwości i preferencji turystów oraz formy organizacji wycieczki: indywidualnej lub masowej. Masberg i Silverman [24] w wyniku analizy fenomenologicznej wyróżnili trzy grupy wrażeń: edukacyjne, społeczne i estetyczne. Urry [42], klasyfikując miejsca turystyczne, sugeruje, że zwiedzający mogą się nimi interesować dla wrażeń romantycznych, społecznych, historycznych, współczesnych lub autentycznych. Knudson i in. [19] oprócz wrażeń edukacyjnych i rekreacyjnych dodają jeszcze wrażenia inspiracyjne, przyznając im jednocześnie najwyższą wartość. Celem powstających w ostatnich latach licznych parków tematycznych jest oddziaływanie na emocje zwiedzających je osób. Prentice i in. [33] w wyniku badań prowadzonych wśród osób zwiedzających górniczy Park Dziedzictwa Rhonda w południowej Walii zidentyfikowali następujące wrażenia: poczucie zagrożenia, nostalgii, smutek, zrozumienie dla warunków życia, poczucie identyfikacji i poczucie dumy. Cohen [5] zaproponował typologię turystów, wykorzystując w tym celu preferowane przez nich wrażenia. Stanowią one kontinuum pomiędzy przyjemnościowymi (w domyśle bezmyślnymi) z jednej strony a znaczącymi z drugiej. Wyróżnił następujące typy turystów: rekreacyjni (odnowa dobrego samopoczucia), rozrywkowi (ucieczka od nudy), szukający autentycznych wrażeń (estetycznych, innych), eksperymentujący (poszukiwanie alternatywnych stylów życia) i egzystencjalni (próbujący innych kultur). Prentice i in. [33] przywołują nurt muzeologiczny, w którym wymienia się wrażenia osób



zwiedzających muzea, są to: oddźwięk (rezonans), inspiracja, zdziwienie, wyzwoleń, nadzieja, refleksja. Wrażenia te są wywoływane przez różnego rodzaju ekspozycje muzealne sklasyfikowane jako (por. [40]): mauzolea, miejsca celebracji, centra kultury, „żywe domy” (tzn. ekspozycje, gdzie eksponaty prezentowane są poprzez żywą interpretację<sup>3</sup>).

Waitt [43] przekonuje, że obiekty i miejsca dziedzictwa nie tylko dostarczają zwiedzającym doznań przeszłości, ale również zabawy, relaksu i okazji do zrobienia zakupów. Zwiedzanie atrakcji turystycznych jest aktywnym procesem kształtowania wrażeń. Doświadczanie (przeżywanie) dziedzictwa stało się jednym z ważnych motywów podróżowania, czyniąc z przeszłości towar konsumpcyjny. Jest to efektem, jak twierdzi Waitt, większej świadomości społeczeństwa w zakresie dziedzictwa, potrzebą wyrażania ekspresji jednostki poprzez identyfikację ze środowiskiem historycznym, zwiększeniem dobrobytu i ilości czasu wolnego, mobilności i dostępu do sztuki. Dążenie do wzmocnienia i kompensacji wrażeń jest efektem ich niedoboru oraz wzrastającej potrzeby zrozumienia i identyfikacji z miejscem, w którym się żyje i z historią własnej rodziny. Jednocześnie jednak, jak twierdzi, wrażenia współczesnych turystów stają się pozbawione głębi, oryginalności tracą związek z konkretnymi miejscami. Vitterso i in. [47], wykorzystując metodę *flow-simplex*, wyróżnili sześć wymiarów wrażeń lub raczej odczuć emocjonalnych związanych z satysfakcją ze zwiedzania: łatwe, przyjemne, interesujące, prowokujące, frustrujące i nużące.

Szereg autorów analizowało wrażenia wykorzystując tzw. Spektrum Sposobności Rekreacyjnych (*Recreation Opportunity Spectrum – ROS*) [23, 8, 41, 9]. Jest to ciąg determinujących się wzajemnie i następujących po sobie zdarzeń: (1) **aktywności** realizowanej w konkretnych (2) **warunkach**, podczas której doznaje się określonych (3) **wrażeń** i w wyniku której uzyskuje się określone (4) **korzyści**. Wśród wrażeń autorzy wymieniają: cieszenie się naturą, ucieczkę od stresorów fizycznych, uczenie się, dzielenie wspólnymi wartościami, kreatywność. Inni wśród korzyści wymieniają także wrażenia „nastroju” [17]. Wielu autorów wskazuje także na przydatność teorii „przepływu” (*flow*) Csinkszentmihaly’ego w identyfikacji wrażeń turystyczno-rekreacyjnych [22, 2]. Główną cechą optymalnego doświadczenia wg Csinkszentmihaly’ego jest to, że jest ono celem samym w sobie. Zwykle towarzyszy mu ożywienie, poczucie głębokiego zadowolenia. Ma to miejsce wtedy, gdy nasze ciało i umysł napięte są do granic możliwości w dobrowolnie podejmowanym wysiłku, w celu osiągnięcia czegoś trudnego i wartego zachodu. Zjawisko „przepływu” odnosi się do optymalnego stanu doznań wewnętrznych, które charakteryzują się: koncentracją na bieżącym zadaniu, pełnym zaangażowaniem świadomości i wykorzystaniem posiadanych umiejętności, zatraceniem samoświadomości i poczuciu upływu czasu, a przede wszystkim dominacją doznań autotelicznych [6].

<sup>3</sup> Omówienie pojęcia interakcji dziedzictwa znajdzie czytelnik w innych pracach autora [29, 30].



W poszukiwaniu cech wrażeń, które w największym stopniu mogą usatysfakcjonować turystów zwiedzających atrakcje turystyczne, często wymienia się autentyzm [25, 5, 32]. Z pojęciem autentyzmu wiąże się takie określenia, jak dokładny, wierny, prawdziwy, rzeczywisty, faktyczny, aktualny. McCannell [25] twierdzi wręcz, że świadomość turysty motywowana jest poprzez potrzebę autentycznych wrażeń. Jednak Pearce i Moscardo [32] sugerują, że na ocenę autentyzmu mają wpływ nie tylko percepcja sytuacji, ale i potrzeba autentyzmu u jednostki. McCannell [25], analizując środowisko turystyczne, które jest scenarią, w której doznaje się wrażeń, przywołuje Goffmanowską dychotomię sceny i kulis [14], wyróżniając na tej podstawie sześć faz autentyzmu, począwszy od sfery sceny, po sferę kulis. Podobnie Cohen [5] autentyzm doznań umieszcza na kontinuum, na którego końcach znajdują się prawda i fałsz. Jednak Cohen twierdzi, że autentyzm wrażeń jest tworem dynamicznym, gdyż jego poczucie zmienia się w czasie w zależności od jego percepcji przez turystów. Pearce i Moscardo [32] dodatkowo, oprócz pojęcia autentyzmu miejsca, wprowadzają pojęcie autentyzmu osób, z którymi turyści obcują. Pozwala im to na wyróżnienie ośmiu rodzajów wrażeń turystycznych w zależności od autentyzmu scenarii lub osób. Waller i Lea [44] zidentyfikowali cztery czynniki ściśle związane z autentyzmem doznań turystycznych. Są to: (1) kultura – doznanie powinno być efektem bezpośredniego kontaktu z kulturą zwiedzanego miejsca w postaci historycznych budowli, tradycyjnych obrzędów, lokalnego języka, (2) liczba turystów – każde doznanie związane z dużą liczbą turystów jest już nieautentyczne samo w sobie, (3) poziom niezależności – turyści, którzy organizują sobie sami program zwiedzania doświadczą bardziej autentycznych wrażeń, (4) dostosowanie się do stereotypu zwiedzanego kraju, np. zwiedzanie Hiszpanii powinno wiązać się z elementami słońca, walki byków, obcowaniem z osobami o gorącym temperamencie.

Analizując znaczenie autentyzmu wrażeń, Waitt [43] przytacza poststrukturalistów, którzy negują istnienie absolutnej rzeczywistości. Według nich wrażenia oferowane i doświadczane w turystyce krajoznawczej determinowane są nie poprzez obiektywną przeszłość, lecz poprzez jej interpretację dokonywaną przez planistów, przedsiębiorców turystycznych, agentów marketingowych, przewodników i tym podobne osoby. Tak więc autentyzm nie jest czymś absolutnym, lecz raczej wytworem społecznym. Poststrukturaliści redefiniują autentyzm jako element egzystencjalny lub samorientowalny, nie zaś jako twór autonomicznej rzeczywistości. Baudrillard [1 wg 43] twierdzi wręcz, że aranżowany autentyzm staje się tak autentyczny, że osiąga stan „hiperrzeczywistości”. Sztuczna reprezentacja autentyczności staje się nawet bardziej ważna niż jej bezpośrednie doświadczanie. Parki tematyczne, festiwale historyczne, skanseny są przykładami miejsc tworzenia hiperrzeczywistości (por. [10]).



Yiping [46] zaproponował dynamiczny model kształtowania się wrażeń turystycznych. Sugeruje on, że kształtowanie się wrażeń rozpoczyna się wraz z zastanawianiem się nad podróżą i jej planem. Po dotarciu do celu podróży turysta doznaje wrażeń podczas zwiedzania, spożywania posiłków, kupowania upominków itp. Po powrocie do domu wrażenia z podróży są wspomniane i podsumowywane. Na proces ten ma wpływ szereg czynników takich jak: przemysł turystyczny, udostępnienie walorów i zagospodarowanie turystyczne. W międzyczasie następuje przewartościowanie ocen turysty dotyczących różnych aspektów wcześniejszych doznań. Aspekty te są częścią przeszłych doświadczeń, które mogą zostać powtórzone w kolejnych podróżach. Procesy formowania się doznań turystycznych – antycypacji i planowania, podróży do celu, doznań na miejscu, podróży powrotnej, wspomniania i oceny – mogą iść w dwóch kierunkach: pozytywnym i negatywnym. Zależą one od tego, jak zostały ocenione usługi turystyczne, których wynikiem stały się doznania.

### Metoda

Ponieważ jak dotąd niewiele jest badań empirycznych wyjaśniających fenomen wrażeń, jako wstępną metodę wybrano podejście fenomenologiczne. Fenomenologia nie posiada rozumianych tradycyjnie technik badawczych, a nawet jak twierdzą niektórzy „nie ma jedynego właściwego sposobu w fenomenologii” [37, s. 119, wg 24]. Heidegger [16 wg 24] twierdzi, że badanie fenomenologiczne polega na odkryciu struktury fenomenu poprzez studia z perspektywy jednostki doświadczającej tego fenomenu. Podejście fenomenologiczne poszukuje znaczenia zdarzeń, a nie ich przyczyn [37].

Badania niniejsze miały charakter jakościowy, a ich zadaniem było wstępne rozpoznanie rodzajów wrażeń towarzyszących zwiedzaniu atrakcji turystycznych. Badania jakościowe, jakkolwiek bardzo przydatne w dotarciu do sedna zjawiska, nie są najczęstszym podejściem w badaniach dotyczących turystyki (por. [7, 34]). Jednak zwłaszcza ich powiązanie z metodami ilościowymi wydaje się być bardzo obiecujące<sup>4</sup> (por. [45]). W badaniu zastosowano metodę wywiadu według ustrukturuwanego planu [12]. Badania przeprowadzono wśród studentów II roku kierunku turystyka i rekreacja Akademii Wychowania Fizycznego w Poznaniu. Badanym zadano następujące pytania: *Jaką atrakcję turystyczną ostatnio zwiedzałeś/aś? Opisz wrażenia, jakich doznałeś/aś podczas zwiedzania tej atrakcji.* W końcowej części wywiadu zapytano badanych, czy ich wrażenia były autentyczne. Badanie przeprowadzono wśród 63 osób. Studentów poproszono o pełne i nieskrępowane opisanie swoich wrażeń związanych z ostatnio zwiedzaną atrakcją. Zgodnie z sugestiami fenomenologów, by „na rzeczy spoglą-

<sup>4</sup> W kolejnym etapie badań zastosowana zostanie analiza ilościowa.

dać bez wcześniejszych uprzedzeń, by dać rzeczom być sobą, na bok odkładając teoretyczne spekulacje” [11], badający nie wyjaśniał badanym co należy rozumieć pod pojęciem atrakcje turystyczne, wrażenia ani autentyzm wrażeń.

Najczęściej opisywanymi przez badanych atrakcjami turystycznymi były miasta i zespoły urbanistyczne (12), kościoły i klasztory (11) oraz zamki i pałace (10). Inne rodzaje atrakcji turystycznych opisywane przez badanych to regiony turystyczne (6), muzea (5) i obiekty archeologiczne (5). Jak widać z powyższego zestawienia wrażenia badanych osób związane były przede wszystkim z obiektami kulturowymi. Zaledwie trzy osoby jako zwiedzane atrakcje turystyczne wymieniły walory przyrodnicze.

### Wyniki badań

W wyniku analizy wypowiedzi badanych osób udało się wyodrębnić 11 grup wrażeń doznanych podczas zwiedzania atrakcji turystycznych. Były to wrażenia: (1) edukacyjne, (2) estetyczne, (3) romantyczne i emocjonalne, (4) retrospektywne, (5) relaksacyjne, (6) interakcji społecznych, (7) zabawy, (8) aktywnej rekreacji (9) introspekcji i kontemplacji, (10) ucieczki, (11) zakupów, zbierania pamiątek, (12) penetracji terenu.

**Edukacja.** Najczęściej wspominanymi wrażeniami były wrażenia edukacyjne. Zwracano uwagę na wiedzę teoretyczną uzyskaną podczas zwiedzania atrakcji. Były to przede wszystkim informacje podawane przez przewodnika: *trzeba tylko trafić na dobrego przewodnika, który będzie ciekawie opowiadał*<sup>5</sup> (zamek Malbork – Tomek), *przewodnicy udzielali konkretnych, wyczerpujących informacji* (klasztory, Lubiąż – Barbara), *brak przewodnika może ograniczyć obserwacje* (Muzeum Dolnego Powiśla, zamek krzyżacki, Kwidzyn – Justyna). W percepcji zwiedzających ważna jest także wiedza, z którą przychodzi się do atrakcji turystycznej. Jej konfrontacja w zderzeniu z realnymi obiektami i eksponatami pozwala na przywoływanie w pamięci obrazów i porównywanie ich z rzeczywistością. Czasem jest to wręcz warunek konieczny dla uzyskania zadowolenia: *poznałam realny wymiar tego, co znałam jedynie teoretycznie* (Stare Miasto, Toruń – Jola), *znajomość podstaw architektury i historii sztuki pozwoliła mi spojrzeć na ten obiekt zwracając uwagę na rzeczy, których wcześniej nie dostrzegalam* (Muzeum Dolnego Powiśla, zamek krzyżacki, Kwidzyn – Justyna), *zobaczyłam to co wcześniej widziałem tylko na zdjęciach* (Rzym – Marta), *uświadomiłam sobie, że wartość dóbr doceniam dopiero po zapoznaniu się z literaturą..., gdyby nie to, pewnie nigdy by ta budowla nie miała dla mnie żadnego znaczenia* (katedra, Gniezno – Łukasz). Ten typ wrażeń jest szczególnie cenny dla uczestników wycieczek szkolnych realizujących w ten sposób programy nauczania.

<sup>5</sup> Przytaczając wypowiedzi badanych zachowano ich oryginalne brzmienie.



Zwiedzanie atrakcji turystycznych może być także okazją do zdobycia umiejętności praktycznych: *dużą atrakcją była możliwość dotknięcia i zagrania na niektórych instrumentach* (Muzeum Instrumentów Muzycznych, Poznań – Karolina), *dowiedziałam się wiele o historii zamku...*, *jak powstaje len, jak wyszywa się gobeliny, jak maluje się na porcelanie* (zamek, Książ – Joanna), czy chociażby dotknięcia oryginalnych eksponatów *bardzo miło było po raz pierwszy nie usłyszeć: proszę nie dotykać eksponatów, a nawet móc zasiąść przy stole jadalnym* (pałac, Lewków – Marta).

**Wrażenia estetyczne.** Wydaje się jednak, że w dłuższej perspektywie czasowej to właśnie piękno miejsc, a nie wiedza z nimi związana jest najczęściej przywoływanym wspomnieniem z wyjazdów turystycznych. Wrażenia te są tym bardziej pamiętane, gdyż mają silne podłoże emocjonalne. Niemal wszyscy badani przywoływali we wspomnieniach wrażenia estetyczne. Dostrzegano nie tylko piękno krajobrazu naturalnego: *szczególną atrakcją jest tu urok jeziora Jeziorak, piękne widoki...* (Mazury, Ewa), *zurbanizowanego korzyści zaliczam do estetycznych...* (starówka, Lublin – Ola), *jest to piękne miasto z mnóstwem wspaniałych zabytków* (Rzym, Marta), lecz także dzieła sztuki: *na ścianach wisiały przepiękne obrazy* (cerkwie, Moskwa – Anna), *zawsze coś znalazłam, jak przepiękny przystrojony krzyż* (Pojezierze Mazurskie, Monika), a nawet sposób kompozycji wystawy muzealnej: *oświetlenie skierowane punktowo...*, *pozostałe przestrzenie utrzymane w kolorystyce neutralnej...*, *pozwala się wyciszyć...*. *Doskonale w ten sposób można zapomnieć o innych zwiedzających i skoncentrować całą uwagę na śledzeniu historii* (Muzeum Archeologiczne, Poznań – Agnieszka).

**Klimat, romantyzm miejsca, nastrój tajemniczości, inspiracja.** Niemal równie często wspomniano o wrażeniach związanych z „klimatem”, nastrojem wywołanym przez miejsce, romantyzmie miejsca. W tych przypadkach wydaje się, że stan emocjonalny, z jakim badani przybyli do atrakcji turystycznej, był ważnym czynnikiem determinującym odbieranie tego typu wrażeń. Stan emocjonalny, nastrój, z jakim przychodzi się do atrakcji turystycznej, skład grupy zwiedzających, ma tutaj kolosalne znaczenie, może wprowadzić lub zgoła odwrotnie – zniweczyć odczuwanie tego typu wrażeń. Badani wspominali o klimacie miejsca: *lubię chodzić po tym zamku, bo ma on fajny klimat* (zamek, Malbork – Tomek), *unikatowy klimat niewielkiego ale bogatego architektonicznie rynku* (stare miasto, Toruń – Jola), *park uwiódł mnie swym romantycznym, jesiennym klimatem* (arboretum, Kórnik – Maciej), a także o atmosferze miejsca: *zachwyciła mnie atmosfera tego cudownego miejsca* (katedra Notre Dame, Paryż – Aleksandra). Wśród wielu badanych zwiedzane miejsca wywoływały nastrój smutku, uniesienia: *szary, smutny...*, *największy obiekt tego typu* (klasztor, Lubiąż – Barbara), *przytłaczający ogrom budowli, wewnątrz monstrualnych rozmiarów, nigdy nie widziałam tak wielkiego kościoła* (bazylika, Licheń – Alicja), *arboretum olśniło mnie swym sentymentalnym klimatem* (arboretum, Kórnik –



Michał). Czasami miejsce, oddziałując na wiele zmysłów jednocześnie, wzbudza bliżej nieokreślone emocje: *po zgaszeniu latarek nie było widać osoby stojącej obok..., no i to zimno...* (Międzyrzecki Rejon Umocniony – Basia). Atrakcje w silny sposób oddziałujące na emocje mogą być także źródłem inspiracji: *wyobrażania spowodowała, że gdy przekroczyłem progi parku, wydawało mi się, że znalazłem się w innym świecie* (park Gaudiego, Barcelona – Michał), *korzyści ze zwiedzania – pomysł na ciekawe zajęcie na weekend* (bazylika, Licheń – Alicja).

**Retrospekcja, nostalgia.** Są to wrażenia, które często próbuje się wywołać u zwiedzających nowoczesne atrakcje turystyczne, w rodzaju parków tematycznych. Jednak wrażeń tych można doznać także w miejscach całkiem zwyczajnych, nienastawionych specjalnie na ten cel: *w Koloseum miałam okazję poczuć się jak Rzymianka z czasów Nerona* (Koloseum, Rzym – Marta), *próbowałam postawić się w sytuacji broniących naszego kraju* (Westerplatte – Juliusz), *ich wystrój, moda..., stwarzało to poczucie tajemniczości, gdyż podziwiając piękno komnat mogłam lepiej wyobrazić sobie tamte czasy* (zamek, Malbork – Agata), *przebywając tam w środku, w ciemności, zimnie, wilgoci, poznawałam się życie żołnierzy, którzy musieli pełnić tam służbę* (Międzyrzecki Rejon Umocniony – Artur). Oczywiście jest, że wrażenia te dominować będą w obiektach i miejscach historycznych.

**Relaks, odpoczynek.** Kolejnym ważnym przeżyciem towarzyszącym zwiedzaniu atrakcji turystycznych jest poczucie odpoczynku. Wiele, zwłaszcza młodych osób, traktuje zwiedzanie atrakcji turystycznych przede wszystkim jako możliwość odpoczynku: *mimo tłumu ludzi udało mi się usiąść i odetchnąć* (Wawel – Magda), *można tam naprawdę odpocząć, zapomnieć o problemach i nie martwić się co będzie jutro* (zamek, Moszna – Katarzyna), relaksu: *familijna atmosfera służy błogiemu leniuchowaniu... przy śpiewie ptaków i odgłosach fontanny* (zamek, Moszna – Katarzyna), *zwiedzanie parku nie tylko jest okazją do poznania i zobaczenia czegoś nowego ale także do czynnego odpoczynku* (arboretum, Kórnik – Anna), *wspaniałe miejsce na odpoczynek i rekreację* (park Gaudiego, Barcelona – Rafał). Nie bez znaczenia jest też wrażenie, jakie wywrze się na innych po powrocie do domu: *korzyści: piękna opalenizna* (Niechorze, Pogorzelica – Anna).

**Interakcje społeczne.** Stosunkowo wiele osób wspominało przebywanie wśród innych ludzi, uznając to za zaletę zwiedzanego miejsca. Część osób wskazywała na możliwość spotkania obcych ludzi, przebywania w tłumie i gwarze: *obserwować mijających mnie ludzi, podслуchiwać rozmowy cudzoziemców... można powiedzieć, że tu zbiera się świat* (Wawel – Magda), *to, co lubię tam to tłum i gwar, ciągły ruch, różni ludzie. Lubię siąść na ławce, patrzeć na przepływający tłum* (Długi Targ, Gdańsk – Karolina). Inni podkreślali korzyści z przebywania ze znajomymi lub rodziną: *korzyści: miło spędzony czas z przyjaciółmi* (Niechorze, Pogorzelica – Anna), *odpoczęłam, zapomniałam o obowiązkach, pro-*



*blemach, a przede wszystkim spędziłam ten czas z najbliższymi osobami (zamek, Moszna – Katarzyna). Innym wrażeniem jest przebywanie w tłumie ludzi podczas ważnych wydarzeń sportowych: stadion podczas meczu towarzyskiego Polska – Kamerun, wypełniony był po brzegi, kibice obu drużyn wywarli na mnie piorunujące wrażenie (stadion Lecha, Poznań – Michał). Dla innych zwiedzanie atrakcji turystycznych jest wręcz okazją do zawarcia nowych znajomości: poznałam wielu znajomych, nie tylko z Włoch, ale również z innych zakątków świata (Rzym – Marta).*

**Zabawa, śmiech.** Są to wrażenia towarzyszące przeważnie interakcjom społecznym, zabawom w grupie. Mogą być one udziałem nie tylko najmłodszych: *dużo zabawy i śmiechu towarzyszyło wchodzeniu na wydmy..., krajobraz przeszedł nasze najśmielsze oczekiwania... . Choć wszyscy uczestnicy wycieczki byli osobami dorosłymi... to największą frajdę sprawiło nam turlanie się i zbieganie z wydm (Słowiński Park Narodowy – Alicja), czasami warto opuścić przytłaczające wnętrza DS-u i rozkoszować się wysmienitą zabawą na tonie natury (arboretum, Kórnik – Michał).*

**Aktywna rekreacja.** Kilka osób skojarzyło zwiedzanie atrakcji turystycznej z aktywną rekreacją: *obok samego zwiedzania bunkrów, atrakcją było również to, iż przestrzeń między obozem a punktem docelowym pokonałismy na rowerach podziwiając piękną okolicę (Międzyrzecki Rejon Umocniony – Basia), przekonałam się, jak ciekawe jest żeglowanie łódką, odkrywając różne wysepki (Pojezierze Mazurskie – Ewa), a nawet z wysiłkiem fizycznym: jazda na rowerze wpłynęła korzystnie na moje zdrowie i samopoczucie (Międzyrzecki Rejon Umocniony – Basia). Ten aspekt wrażeń szczególnie ważny jest dla uczestników wycieczek organizowanych w formie turystyki kwalifikowanej.*

**Introspekcja, refleksja, kontemplacja.** Zwiedzanie atrakcji turystycznych może być także okazją do refleksji: *za każdym razem gdy tam wchodziłam zapiera mi dech w piersiach – nie tylko dla tego, że jest tam tak zimno – ten wielki budynek i przestrzeń wewnątrz przytłaczają i skłaniają do refleksji (kościół NMP, Gdańsk – Karolina), smutny widok zwierząt spoglądających zza klatek zmusił mnie do refleksji i zamyślenia się nad ludzkim losem (Stare Zoo, Poznań – Anna) oraz kontemplacji: kontemplacja, przeniesienie się w zamierzchłe czasy... (starówka, Lublin – Ola). Dla niektórych osób jest także okazją do refleksji związanych z wiarą: kwestia wiary w Boga jest inaczej odbierana w takim miejscu (katedra Notre Dame, Paryż – Kamila).*

**Ucieczka, zapomnienie.** We wspomnieniach pojawiały się także wrażenia ucieczki, oderwania od codziennego życia, zapomnienia: *oderwałam się od codziennego życia wypełnionego trochę rutyną (Paryż – Aleksandra), zapomnieć o codzienności i problemach (wiadukty, Stańczyki – Adam), można zrelaksować się i uciec od zgiełku miejskich ulic (Kórnik – Anna), lubię chodzić po miejscach, gdzie przewodnicy nie prowadzą zwiedzających (zamek, Malbork – Tomek).*

**Zakupy, pamiątki, fotografie.** Ważnymi, lecz być może trochę lekceważonymi i wstydlivymi dla badanych są wspomnienia zakupów<sup>6</sup>: *wróciłam wypoczęta psychicznie, opalona z pakietem zdjęć i pamiątek dla siebie i rodziny* (Port Aventura, Hiszpania – Joanna), *korzyści: ciekawe zdjęcia, niezapomniane wrażenia* (Niechorze, Pogorzelica – Anna).

**Penetracja terenu.** Wspomnieć należy także o wrażeniach związanych z penetracją nieznanymi terenów: *podczas postojów poszukiwałam ciekawych miejsc i zawsze coś znalazłam* (Szlak Wielkich Jezior Mazurskich – Monika) lub *spacerując zbliżyłam się do natury* (arboretum, Kórnik – Monika).

## Kontekst

Bardzo często na odbiór wrażeń podczas zwiedzania ma wpływ kontekst, w jakim ono ma miejsce. W wypowiedziach badanych przewijało się szereg czynników, które według nich w większym lub mniejszym stopniu wpłynęły na zadowolenie ze zwiedzania atrakcji. Należały do nich:

**Pogoda, pora roku.** Pogoda ma duży wpływ na samopoczucie zwiedzających oraz odbiór wrażeń. Zacinający deszcz, chłód a z drugiej strony skwar mogą wywołać dyskomfort, a co za tym idzie w znaczący sposób obniżyć zadowolenie ze zwiedzania atrakcji. Z drugiej strony przyjemna aura, ciepło podnoszą jakość wrażeń. Również pora roku wpływa na wygląd atrakcji: kobierce kwiatów na pałacowych dziedzińcach, parki, sprawiają, że zwiedzanie tych obiektów w pewnych okresach roku jest szczególnie interesujące: *wycieczkę uważam za udaną, było to zasługą otaczającej aury, piękna jesienna pogoda* (Stare Zoo, Poznań – Anna), *zwłaszcza, że to było jesienią, wszystko było kolorowe, pełne liści* (Góry Sowie – Ania).

**Obecność innych osób.** Inne osoby są ważnym czynnikiem determinującym jakość wrażeń. Często są one wręcz nieodzownym elementem AT, bez obecności których tracą one swój charakter. Oczekuje się od nich określonego, zgodnego z ustalonymi zasadami zachowania: *zauważyłam zmiany na gorsze: postępująca komercjalizacja, zmieniła się mentalność ludzi – brak ahoy* (Pojezierze Mazurskie – Monika), *biorąc pod uwagę oszałamiającą atmosferę, jaką stworzyli widzowie, nie zwracałem zupełnie uwagi na techniczne niedociągnięcia konstrukcji* (stadion Lecha, Poznań – Michał).

**Obsługa atrakcji.** Kolejnym elementem atrakcji mającym wpływ na jakość wrażeń jest personel. Jakość usług, a zwłaszcza ich część niematerialna, a więc: rzetelność, wrażliwość, pewność i empatia (por. [31]) – choć trudne do

<sup>6</sup> Shopping (ang. robienie zakupów) jest obecnie z pewnością jedną z popularniejszych form spędzania wolnego czasu w Polsce i na świecie.



zmierzenia, są istotnymi czynnikami kształtującymi wrażenia: *dodatkową atrakcją były osoby, które miały na sobie zbroje rycerzy Zakonu Krzyżackiego..., to jeszcze bardziej potęgowało poczucie zafascynowania* (zamek, Malbork – Agata), *bardzo miła obsługa, duże wrażenia, aczkolwiek mało zadbane i nie pielęgnowane* (arboretum, Kórnik – Maciej). Ma to szczególnie znaczenie na terenie małych, kameralnych obiektów, gdzie kontakt zwiedzającego i obsługi jest szczególnie bliski: *spotkałam się z miłą, życzliwą obsługą i zainteresowaniem ze strony dyrektora obiektu* (pałac, Lewków – Marta).

**Stan obiektu.** Niewątpliwie bardzo ważny jest także wymiar materialny jakości usług (por. [31]), czyli wygląd i stan samej atrakcji: *niemiłe odczucia, ponieważ stan klatek, zagród był fatalny* (Stare Zoo, Poznań – Anna), *pomieszczenia przytłumiły mnie swoim chłodem i surowością* (zamek, Malbork – Joanna), *było tam wilgotno i strasznie zimno* (Międzyrzecki Rejon Umocniony – Basia).

**Sposób zwiedzania atrakcji.** Wrażenia ze zwiedzania AT mogą się diametralnie różnić w zależności od formy aktywności turystycznej, podczas której ma to miejsce. Atrakcja turystyczna jako kolejny element na trasie wycieczki autobusowej z przewodnikiem i ta sama atrakcja, do której dostanie się zostało okupione dużym wysiłkiem, a niekiedy i związane było z ryzykiem, wywołuje znacznie większe wrażenie: *dla mnie Dalmacja to Arkadia! Polecam wszystkim, ale tylko z perspektywy rejsu* (Dalmacja – Magdalena), *płynąc łódką można zobaczyć całe miasto* (Amsterdam – Jacek).

**Dodatkowe atrakcje towarzyszące zwiedzaniu.** Angażowanie zwiedzających, różnorodne formy aktywności na terenie atrakcji podnoszą jakość doznań i jednocześnie zwiększają atrakcyjność obiektu: *zorganizowano wiele konkursów: strzelanie z łuku, kuszy, kurs tańca średniowiecznego* (zamek, Książ – Joanna), *nauczyłem się jednej z form rozładowania stresu jakim jest skok na linie* (wiadukty, Stańczyki – Adam).

**Autentyzm.** Odpowiadając na pytanie dotyczące autentyzmu, większość osób ograniczyła się do stwierdzenia, że zwiedzane przez nich obiekty oraz wrażenia były autentyczne. Zaledwie jedna osoba spróbowała zwerbalizować pojęcie autentyzmu. Został on utożsamiony z miejscową ludnością, krajobrazem i jego cechami charakterystycznymi: *autentyczność – tak, jeżeli mówimy o jeziorach, staruszkach, rybach, – nie: Mikołajki, Giżycko, gdzie dostaniemy to co chcemy niezależnie od tego czy to jest naprawdę z Mazur* (Szlak WJM – Monika).

## Dyskusja i wnioski

Celem powyższych badań było uzyskanie wglądu w naturę wrażeń towarzyszących zwiedzaniu atrakcji turystycznych. Badania wykazały, że z perspektywy zwiedzających studentów wrażenia te są bardzo zróżnicowane. Dotyczą

one zarówno edukacji, rekreacji jak i doznań emocjonalnych. Opisywane wrażenia miały miejsce przede wszystkim na terenie atrakcji kulturowych. W wyniku badań udało się wyodrębnić 12 grup wrażeń turystycznych. Zaproponowana typologia wrażeń prezentuje znacznie większe zróżnicowanie niż wymieniane w pracach omawianych wcześniej autorów. Oprócz powszechnie wymienianych wrażeń edukacyjnych [42, 19, 24.], inspiracyjnych [19, 33], społecznych [42, 24], rekreacyjnych [5, 19], nostalgii [33], szczególnie warte podkreślenia są wrażenia związane z romantyzmem i klimatem miejsca, zabawą i śmiechem [43], które są szczególnie charakterystyczne dla grupy studenckiej, ucieczką, robieniem zakupów i zdobywaniem pamiątek (zwłaszcza te wrażenia rzadko znajdują się w polu zainteresowania zarządzających atrakcjami turystycznymi, a czasami są wręcz lekceważone<sup>7</sup>). Masberg i Silverman [24] stwierdzili, że dla tego typu klientów (tzn. studentów) najbardziej znaczącymi są wrażenia związane z interakcjami społecznymi. Sugerują także, że równie ważne są dla nich wrażenia związane z różnymi formami aktywności fizycznej, jak np. jazda na rowerze, żeglarsstwo itp. Niezależnie od tego należy pamiętać, że wrażenia te są wielowymiarowe, co powoduje, że atrakcje turystyczne powinny oferować całą gamę możliwości aktywności i wrażeń, nie ograniczając się jedynie do edukacji.

Analizując opisywane wrażenia w kontekście autentyczności wg Pearce'a i Moscardo [32] można stwierdzić, iż wrażenia edukacyjne dominują w sferze miejsc i obiektów sceny (są to popularne obiekty lub muzea) oraz osób sceny – przewodników, których obecność jest wręcz niezbędna dla doznania pełni wrażeń tego typu. Nie jest to już tak jednoznaczne w przypadku wrażeń estetycznych, występują tutaj zarówno elementy środowiska sceny jak i kulis. Nie stwierdzono również związku tego typu wrażeń z potrzebą obcowania z osobami ze sfery sceny lub kulis. Podobnie jest z wrażeniami klimatu, nostalgii, relaksu, refleksji. Wrażenia wyraźnie związane ze środowiskiem kulis to wrażenia relaksu, odpoczynku, penetracji terenu i ucieczki. Wrażenia związane ze środowiskiem sceny dominują wśród wrażeń klimatu, romantyzmu, retrospekcji i nostalgii oraz oczywiście zakupów i pamiątek. Wrażenia immanentnie związane z obecnością ludzi to wrażenia interakcji społecznych, przy czym dominują tutaj osoby ze środowiska sceny: turyści na terenie dużych miast, gwar i ruch na terenie atrakcji turystycznych. Jedyna relacja opisująca osoby ze sfery kulis dotyczyła oceny autentyczności wrażeń i wiązała się z miejscową ludnością Mazur. Należy także zwrócić uwagę, że wśród opisywanych miejsc i obiektów dominowały zespoły autentyczne. Wśród wspomnień nie odnotowano zwiedzania parków tematycznych lub wielkich kompleksów sztucznych, wybudowanych atrakcji turystycznych (np. Disneyland, Legoland). Może to być efektem wysokich cen wstępu na ich teren, a także wynikać z pragnienia poszukiwania przez badaną grupę osób miejsc realnych i autentycznych, a nie popularnej rozrywki, którą te atrakcje zazwyczaj oferują.

<sup>7</sup> Kiciński używa nawet określenia „targowisko w świątyni” [18, s. 71].



Z najważniejszych wymienianych wrażeń dla praktyki muzealniczej należy wymienić konfrontację wiedzy z rzeczywistością, jak również naukę umiejętności praktycznych, bardzo ważną w procesie angażowania zwiedzających, a tak rzadko spotykaną w polskich obiektach. Również podkreślane często we wspomnieniach wrażenia zmysłowe sugerują potrzebę oddziaływania na możliwie jak największą liczbę zmysłów zwiedzających (wzrok, słuch, węch, dotyk, a nawet zmysł równowagi). Takie multisensoryczne atrakcje, a więc interesujące dla wszystkich, mogą stać się miejscem gdzie dzieci i dorośli znajdą sposobność do wspólnej nauki, przeżywania emocji, wrażeń czy wspólnej zabawy. Wrażenia retrospekcji lub nostalgii wymieniane przez niektóre osoby to produkt oferowany przez wiele parków tematycznych. Są one szczególnie ważne dla osób w starszym wieku, które staną się niebawem dominującym segmentem rynku zwiedzających atrakcje turystyczne [13, 27]. Warto także zwrócić tutaj uwagę na zjawisko turystyki sportowej, w której często głównym motywem jest doznawanie wrażeń wspólnoty wśród tłumu osób kibicujących temu samemu zawodnikowi lub drużynie. Fenomen ten sprawia, że obecnie wiele obiektów sportowych staje się najliczniej odwiedzanymi atrakcjami turystycznymi (por. [39]).

Studium powyższe stanowi jedynie punkt wyjścia od dalszych badań i rozważań nad wrażeniami osób zwiedzających atrakcje turystyczne. W dalszych etapach prac należy podjąć badania wśród bardziej zróżnicowanej grupy badawczej, a także badania ilościowe, które pozwolą empirycznie zweryfikować przyjętą strukturę wrażeń oraz pozwolą określić wartość poszczególnych wrażeń dla zwiedzających. Należy także zweryfikować związek wrażeń z satysfakcją, motywacją i oczekiwaniami osób zwiedzających atrakcje turystyczne. Interesująca może być także próba wyodrębnienia i charakterystyki grup turystów, przeprowadzona na podstawie preferowanych wrażeń. Ciągłe niewyjaśniona pozostaje także kwestia autentyczności wrażeń i ich związku z satysfakcją zwiedzających.

Na koniec warto zaznaczyć, że ocena atrakcyjności obiektów, miejsc i obszarów turystycznych z perspektywy doznań turystów, tak jak to proponuje Leiper [21], może być interesującą alternatywą dla dominującej obecnie metody oceny atrakcyjności obiektów, miejsc i obszarów turystycznych na podstawie subiektywnie wyznaczonych kryteriów, często niemających związku z faktycznymi preferencjami zwiedzających. Podejście takie wynika z podstawowych założeń marketingowych, zgodnie z którymi myślenie o produkcie (także turystycznym – a więc o atrakcji turystycznej i wywoływanych przez nią wrażeniach) rozpoczyna się od analizy potrzeb i pragnień klientów [20].

Praca naukowa finansowana ze środków Komitetu Badań Naukowych w latach 2002–2005 jako projekt badawczy.

### Visitors' experiences at tourist attractions

The paper is an attempt to explain what kinds of experiences the people visiting tourist attractions have. A qualitative phenomenological method was applied. 67 college students were tested by completing an open-ended questionnaire survey. As a result 12 kinds of experiences were found and 6 kinds of associated contexts.

#### Piśmiennictwo

- [1] Baudillard J., *Simulations*, Semiotext, New York 1983.
- [2] Beck L., Cable T., *Interpretation for 21th Century. Fifteen Guiding Principles for interpreting Nature and Culture*, Sagamore Publishing, Champaign, Il. 1998.
- [3] Boorstin D.J., *The Image: A Guide to Pseudo-Events in America*, Harper and Row, New York 1964.
- [4] Cohen E., *Toward a Sociology of International Tourism*, *Social Research*, t. 1, nr 39, 1972, s. 164–189.
- [5] Cohen E., *A Phenomenology of Tourism Experiences*, *Sociology*, nr 13, 1979, s. 179–201.
- [6] Csikszentmihalyi M., *Przeptyw. Psychologia optymalnego doświadczenia*. [przekład M. Wajda], Studio Emka, Warszawa 1996.
- [7] Dann, G., Nash D. Pearce P., *Methodology in Tourism Research*, *Annals of Tourism Research*, nr 15, 1988, s. 1–28.
- [8] Driver B., Brown P., Gregoire T., Stankey G., *The ROS Planning System: Evolution and Basic Concepts*. *Leisure Sciences*, nr 9, 1987, s. 203–214.
- [9] Driver B., Tinsley H., Manfredo M., *The Paragraphs About Leisure and Recreation Experience Performance Scales*. w: *Benefits of Leisure*, red. Driver B., Brown P., Peterson G., Venture Publishing, State College, PA, 1991, s. 263–286.
- [10] Eco U., *Travels in Hyper-Reality*, Picador, London 1986.
- [11] *Encyklopedia filozofii*, red. T. Honderich, Zysk i s-ka, Poznań 1998.
- [12] Frankfort-Nachmias C., Nachmias D., *Metody badawcze w naukach społecznych*, [przekład E. Hornowska], Zysk i S-ka, Poznań 2001.
- [13] Garrod B., Fyall A., *Managing Heritage Tourism*, *Annals of Tourism Research*, t. 27, nr 3, 2000, s. 682–708.
- [14] Goffman E., *Człowiek w teatrze życia codziennego* [przekład H. i P. Śpiewakowie], PIW, Warszawa 1981.
- [15] Hall C.M., McArthur S., *Heritage Management: An Introductory Framework*, w: *Heritage Management in New Zealand and Australia*, red. C. M. Hall, S. McArthur, Oxford University Press, Oxford 1993, s. 1–19.



- [16] Heidegger M., *Being and Time*, Harper and Row, New York 1962.
- [17] Hull R., *Mood as a Product of Leisure: Causes and Consequences*. Journal of Leisure Research nr 22, 1990, s. 99–111.
- [18] Kiciński A., *Muzea – instrumenty ekspozycji czy świątynie?* Muzealnictwo, nr 43, 2001, s. 57–76.
- [19] Knudson D., Cable T., Beck L., *Interpretation Cultural and Natural Resources*. State College, PA, Venture 1995.
- [20] Kotler P., *Marketing. Analiza, planowanie, wdrażanie i kontrola*, [przekład J. Dziwota, T. Domański, E. Tomaszewska, J. Neneman, Z. Wiatr, E. Guzek, M. E. Guzek, W. Rudolf, M. Lasocki, M. Żak, I. Wojciechowska] Gebethner i ska, Warszawa 1994.
- [21] Leiper N., *Tourist Attraction Systems*, Annals of Tourism Research, nr 17, 1990, s. 367–384.
- [22] Macheth J., *Studies of Flow: Activity vs. Life Style in Sailing*. w: Proceedings of the VII Commonwealth and International Conference, 9 Socio-Historical Perspectives, Brisbane, 1982.
- [23] Manning R., *Studies in Outdoor Recreation*, Oregon State University Press, Oregon 1986.
- [24] Masberg B., Silverman L., *Visitor Experiences at Heritage Sites: A Phenomenological Approach*, Journal of Travel Research, t. 34, nr 4, 1996.
- [25] McCannell D., *The Tourist: A New Theory of the Leisure Class*, Schocken Books, New York 1976.
- [26] Middleton V.C., *Marketing w turystyce*, [przekład M. Nalazek], PWE, Warszawa 1996.
- [27] Milman A., *The Future of the Theme Park and Attraction Industry: A Management Perspective*, Journal of Travel Research, nr 40, November 2001, s. 139–147.
- [28] Moscardo G., *Mindful Visitors. Heritage and Tourism*, Annals of Tourism Research, t. 23, nr 2, 1996, s. 376–397.
- [29] Nowacki M., *Atrakcje turystyczne, dziedzictwo i jego interpretacja – jako produkt turystyczny*, Problemy Turystyki, t. XXII, nr 2, 1999, s. 5–12.
- [30] Nowacki M., *Rola interpretacji dziedzictwa w zarządzaniu atrakcjami turystycznymi*. Problemy Turystyki, t. XXIII, nr 3–4, 2000, s. 35–47.
- [31] Parasuraman A., Zeithaml V., Berry L., *A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research*, Journal of Marketing nr 49, 1985, s. 41–50.
- [32] Pearce P., Moscardo G., *The Concept of Authenticity in Tourist Experiences*, Australian and New Zealand Journal of Sociology, nr 22, 1986, s. 121–132.
- [33] Prentice R., Witt S., Hammer C., *Tourism as Experience: The Case of Heritage Parks*. Annals of Tourism Research, t. 25, nr 1, 1998, s. 1–24.
- [34] Riley R.W., Love L.L., *The State of Qualitative Tourism Research*, Annals of Tourism Research, nr 27, 2000, s. 164–187.

- [35] Ryan C., *Researching Tourist Satisfaction. Issues, Concepts, Problems*, Routledge, London, New York 1995.
- [36] Ryan C., *The Chase of a Dream, the End of a Play. w: The Tourist Experience: A New Introduction*, red. C. Ryan, Cassell, London 1997, s. 1–24.
- [37] Seamon D., *The Phenomenological Contribution to Environmental Psychology*, *Journal of Environmental Psychology*, nr 2, 1982, s. 119–140.
- [38] Smith S.L.J., *The Tourism Product*, *Annals of Tourism Research*, t. 21, nr 3, 1994, s. 582–595.
- [39] Strandeven J., DeKnop P., *Sport Tourism*, Human Kinetics, 1998.
- [40] Świecimski J., *Muzea i wystawy muzealne, t. II, Zarys typologii porównawczej i historycznej*, Tasso, Kraków 1995.
- [41] United States Department of Agriculture Forest Service, *Recreation Opportunity Spectrum Primer and Field Guide*, US Government Printing Office, Washington, DC 1990.
- [42] Urry J., *The Tourist Gaze. Leisure and Travel in Contemporary Societies*, Sage Publications, London, Newbury Park, New Delhi, 1990.
- [43] Waitt G., *Consuming heritage. Perceived Historical Authenticity*, *Annals of Tourism Research*, t. 27, nr 4, 2000, s. 835–862.
- [44] Waller J., Lea S., *Seeking The Real Spain? Authenticity in Motivation*, *Annals of Tourism Research*, t. 26, nr 1, 1999, s. 10–129.
- [45] Yalowitz S.S., Wells M.D., *Mixed Methods in Visitor Studies Research*, *Journal of Interpretation Research*, t. 5, nr 1, 2000, s. 45–52.
- [46] Yiping L., *Geographical Consciousness and Tourism Experience*, *Annals of Tourism Research*, t. 27, nr 4, 2000, s. 863–883.
- [47] Vitterso J., Vorkinn M., Vistad O.I., Vagland J., *Tourist Experiences and Attractions*, *Annals of Tourism Research*, t. 27, nr 2, 2000, s. 432–450.



## KOLEJE WĄSKOTOROWE JAKO CZYNNIK AKTYWIZACJI REGIONÓW TURYSTYCZNYCH

*Marcin Śliwa\*, Waclaw Rettinger\*\**

W okresie restrukturyzacji gospodarczej zmieniają się funkcje wiodące kolei wąskotorowych. Zjawisko to obserwuje się już od połowy lat 80-tych, jednak jego nasilenie nastąpiło po zmianach ustrojowych na początku lat 90-tych. Wcześniej kolejki wąskotorowe, wykorzystywane głównie do lokalnego przewozu ludności, transportu drewna, a także do przewozu wszelakich ładunków towarowych, miały jedynie marginalne znaczenie w przewozach turystycznych i obchodziły zaledwie wąską grupę prawdziwych entuzjastów kolejnictwa. Przemiany polityczne na początku lat 90-tych otworzyły nowe możliwości na polskim rynku turystycznym, zdominowanym dotychczas przez turystykę socjalną dużych zakładów państwowych. Pojawienie się wolnej konkurencji okazało się szczególnie istotne dla terenowych oddziałów kolejek wąskotorowych, dla których okazała się ona dużą szansą na wyjście z głębokiego impasu ekonomicznego, spowodowanego niewłaściwą polityką organizacyjną. Nowych możliwości na zachowanie zabytkowego taboru zaczęto więc szukać w turystyce: zaobserwowano sukcesywnie rosnące zainteresowanie tym unikatowym środkiem transportu także wśród nielicznych turystów, którzy, wędrując po szlakach turystycznych Polski, dostrzegli walory krajoznawcze również w starych, często wyeksploatowanych, zabytkowych ciuchciach.

Przeprowadzona renowacja starego taboru i dostosowanie go do przewozu turystów okazały się trafnym przedsięwzięciem dla większości oddziałów terenowych kolei wąskotorowych, dla których nowy sposób eksploatacji taboru oznaczał nie tylko wyjście z deficytu, ale także uzyskanie dodatkowych środków finansowych na dalsze remonty. Niestety, postępująca sukcesywnie recesja w całym polskim kolejnictwie odbiła się także na sytuacji finansowej kolejek wąskotorowych, których dalszy los stał się niepewny i w dużej mierze uzależniony od prywatnych inwestorów oraz władz lokalnych.

\* Autor jest uczestnikiem studiów doktoranckich w Akademii Wychowania Fizycznego w Krakowie

\*\* Instytut Turystyki i Rekreacji AWF, Kraków, al. Jana Pawła II 78

W opinii autorów najlepszym rozwiązaniem dla opisywanego zjawiska jest przejście od PKP całej infrastruktury wąskotorowej przez gminy i samorzady, które, kierując się potrzebą promocji swoich obszarów turystycznych, powinny zwrócić większą uwagę na ten, jakże ciekawy i oryginalny walor turystyczny.

Z drugiej jednak strony, analizując kwestię wykorzystania kolei wąskotorowych do celów turystycznych, należy postawić zasadnicze pytanie: Czym tak naprawdę jest kolej dla człowieka na początku XXI wieku?. Większa część społeczeństwa odpowie, iż jest to rodzaj transportu, gdyż powszechnie kojarzy się kolej, podobnie jak i inne środki komunikacji, jedynie z czymś, co pozwala w określony sposób pokonać jakąś drogę i dotrzeć do wyznaczonego celu. Niewielu natomiast, odpowiadając na to pytanie, dostrzeże fakt, że kolej to również forma spędzania czasu wolnego, rodzaj rozrywki, sposób na poznanie mało znanych zakątków kraju, czy też część dziedzictwa polskiej historii. Dlatego też, aby stworzyć odpowiednie warunki do wykorzystania kolei w przemyśle turystycznym, należy szybko opracować właściwą strategię marketingową, która obali powszechny stereotyp o kolei jako wyłącznie środka transportu i przyciągnie przeciętnego turystę do pięknych, ale bardzo zapomnianych kolei wąskotorowych. Biorąc pod uwagę głęboko zakorzeniony w polskiej świadomości obraz kolei z czasów poprzedniego ustroju, kiedy monotonia działania PKP utwierdzała wszystkich w przekonaniu, że kolej stanowi jedynie część potężnej maszyny transportowej, stwierdzić trzeba, że na pewno nie jest to zadanie łatwe. Jednak w obecnych czasach, gdy ciągle jeszcze rozwija się w Polsce przemysł turystyczny, kolej może również odegrać znaczącą rolę właśnie w turystyce. Aby jednak mogła zaistnieć na rynku turystycznym, niezbędne jest stworzenie programu odrodzenia się polskich kolei wąskotorowych, w którym zostaną określone wszelkie możliwości wykorzystania ich dla potrzeb turystów. W opinii autorów artykułu możliwości te są naprawdę wielkie. Warto wspomnieć w tym miejscu o nielicznych fundacjach i organizacjach działających na rzecz wąskiego toru, które za priorytet swojej działalności uznają konieczność ratowania i propagowania dziedzictwa kolejowego. Najlepszym jednak i najskuteczniejszym sposobem promowania walorów kulturowych kolei wąskotorowych byłaby działalność biur podróży, które powinny uwzględniać w swoich ofertach turystycznych również wycieczki zabytkowymi kolejkami wąskotorowymi.

Niniejszy artykuł stanowi próbę prezentacji ważniejszych obiektów kolei wąskotorowej, które można by wykorzystać do celów turystycznych, a które wciąż pozostają w cieniu innych atrakcji turystycznych poszczególnych regionów geograficznych Polski.

Analizując obecny stan wąskich torów w Polsce, można wprowadzić podział ze względu na ich gestorów. Głównymi właścicielami są: Dyrekcja Kolei Dojazdowych PKP, Lasy Państwowe – Przedsiębiorstwo Państwowe, prywatni inwestorzy oraz samorzady lokalne, a także zakłady przemysłowe: kopalnie, cukrownie, cegielnie.



W niniejszym artykule autorzy skoncentrowali się na omówieniu najważniejszych kolejek wąskotorowych pozostających jeszcze w gestii DKD PKP, Lasów Państwowych – Przedsiębiorstwo Państwowe, oraz zarazem jedynej pozostającej w posiadaniu prywatnego inwestora ( Leśna Kolej Płociczno – Zelwa).

Kolej	Atrakeje turystyczne
<b>1. Kolej Gnieźnieńska</b>	Kolej oferuje turystom imprezy objazdowe: w styczniu – „Ciuchcią na kulig”, w lutym – Walentynkowy kulig z pochodniami, w marcu – „Powitanie wiosny”, w maju – „Koleją na majówkę” oraz inauguracja sezonu turystycznego, w czerwcu – „Dzień dziecka z ciuchcią”, we wrześniu – „Pożegnanie lata”, w październiku - „Święto Pieczonej Pyry”. Sezon turystyczny trwa od 23 czerwca do 26 sierpnia.
<b>2. Kolej Grójecka</b>	Wśród najważniejszych wymienia się: zwiedzanie licznych zabytków architektury położonych w sąsiedztwie linii, przejazd na trasie Piasечно – Grójec – Nowe Miasto według indywidualnych życzeń, fotostopy oraz piknik i ognisko w uzgodnieniu z zamawiającym. Organizatorzy realizowali również imprezy tematyczne, np.: dwory mazowieckie, obiekty sakralne, zabytki techniki, przyroda i ekologia. Ponadto warto wspomnieć, że w ostatnią niedzielę maja gminy Grójec, Mogielnica i Nowe Miasto obchodzą Święto Kwitnącej Jabłoni <sup>1</sup> . Grójecka Kolej organizuje następujące imprezy wąskotorowe: w marcu – „Powitanie wiosny”, w kwietniu „Prima aprilis z ciuchcią”, w maju – inaugurację sezonu turystycznego, „Święto Kwitnącej Jabłoni”, w czerwcu – „Dzień Dziecka z ciuchcią”, w lipcu – „Lipiec z Ciuchcią”, w sierpniu – „Ciuchcią na odpust”, we wrześniu – „Pożegnanie wakacji”, w październiku – „Święto Robaczywego Jabłka”.

<sup>1</sup> Materiały Fundacji Kolei Wąskotorowych z siedzibą w Warszawie.

<p><b>3. Kolej Mławska</b></p>	<p>Do najważniejszych atrakcji należy zaliczyć: zwiedzanie zabytkowych obiektów na stacji Mława, przejazd pociągiem osobowym z Mławy do Makowa Mazowieckiego, na życzenie turystów fotostopy, wycieczka piesza do kościoła w Rostkowie – miejsce urodzenia św. Stanisława Kostki, zwiedzanie Przasnysza, Krasnego, stadniny koni, a na zakończenie imprezy wspólny piknik i ognisko. Kolej oferuje również następujące imprezy wąskotorowe: w marcu – „Powitanie wiosny”, w maju – inauguracja sezonu turystycznego oraz „Dzień Dziecka z ciuchcią”, w lipcu – „Ciuchcią na odpust”, we wrześniu – „Pożegnanie wakacji”, zaś w październiku – „Wąskotorówką na grzyby”<sup>2</sup>.</p> <p>Do atrakcji turystycznych należą m.in.: zabytkowa stacja, w której urządzono niewielki skansen – (parowóz Px48-1758, ręczne i mechaniczne drezyny, jednoosiowy wózek z pompą strażacką, wagony towarowe produkcji polskiej z lat 50-tych, stare lampy, torby konduktorskie), żuraw przy stacji nawęglania produkcji pruskiej z XIX wieku.</p>
<p><b>4. Kolej Rogowska</b></p>	<p>Na ofertę turystyczną tej kolei składają się: przejazd na trasie Rogów-Rawa Mazowiecka-Biała Rawska, na życzenie turystów fotostopy, zwiedzanie zabytków architektury w Rawie Mazowieckiej i okolicach, pobyt nad sztucznym zalewem rekreacyjnym w Rawie Mazowieckiej oraz na zakończenie imprezy wspólny piknik i ognisko. Dodatkowo Kolej Rogowska oferowała dotychczas turystom następujące imprezy wąskotorowe: w lutym – „Powitanie wiosny”, w kwietniu – „Prima aprilis z ciuchcią”, w maju – inauguracja sezonu turystycznego, w czerwcu – „Dzień Dziecka z ciuchcią”, oraz „Dni Rawy Mazowieckiej”, w lipcu „Ciuchcią na wakacje”, we wrześniu – „Pożegnanie wakacji”. Linia jest</p>

<sup>2</sup> Materiały Fundacji Kolei Wąskotorowych z siedzibą w Warszawie.



	w tej chwili przejmowana przez powiat rawski, a przyszłym użytkownikiem będzie Fundacja Polskich Kolei Wąskotorowych z Warszawy
<b>5. Kolej Elcka</b>	Do atrakcji należą: zwiedzanie zabytków techniki kolejnictwa, piesze wycieczki do rezerwatów przyrody i zabytkowych obiektów, fotostopy na trasie przejazdu, inne atrakcje na dodatkowe życzenie zamawiającego oraz wspólne ogniska i pikniki dla grup zorganizowanych. Dodatkowo organizowane są następujące imprezy wąskotorowe: w lutym – „Ciuchcią na kulig z pochodniami”, w marcu „Powitanie wiosny”, w maju inauguracja sezonu turystycznego, oraz „Majówka z Px-em”, w czerwcu „Dzień Dziecka z ciuchcią”, oraz „Ciuchcią na kajaki i rowery”, w sierpniu – wyścig ręcznych drezyn kolejowych, we wrześniu – „Pożegnanie wakacji”, w październiku – jesiennie spotkanie sympatyków kolei wąskotorowych. Pisząc o walorach turystycznych tej kolei warto zwrócić uwagę już na samo jej malownicze położenie między Krainą Wielkich Jezior a Pojezierzem Augustowskim i Suwalskim. Ponadto warto zwiedzić skansen kolei wąskotorowych oraz zachowane w tym miejscu grodziska jaćwieskie <sup>3</sup> . Pasjonatów kolejnictwa powinien natomiast zainteresować znajdujący się w Pisanicy zakład ceramiczny, eksploatujący niewielką kolejkę dowozącą surowiec z pobliskiej odkrywki, oraz drezyna z napędem ręcznym, znajdująca się w ostatnim położonym na szlaku punkcie, jakim jest Turowo.
<b>6. Kolej Górnośląska</b>	Organizowane są następujące imprezy wąskotorowe: w styczniu „Karnawałowe przejazdy ciuchcią” (po ogłoszeniu), w lutym wycieczki weekendowe (po ogłoszeniu) oraz Walentynki,

<sup>3</sup> Zob. Z. Kruczek, S. Sacha, *Geografia atrakcji turystycznych Polski*, Kraków 1999.

	<p>w marcu – „Kolejką na Dzień Kobiet”, w maju – „Kolejka na majówkę”, w czerwcu – Dzień Dziecka oraz inauguracja sezonu turystycznego trwającego do końca września, w czerwcu – „Ciuchcia nad zalew Nakło-Chechło”, w miesiącu tym organizowane są ponadto Dni Bytomia, Siemianowic i Chorzowa oraz przejazd dla osób niepełnosprawnych, w lipcu - „Pociągi z fotostopami”, w sierpniu – wycieczki z przewodnikiem, we wrześniu – „Kolejką na grzyby” oraz „Ciuchcia na Gwarki” (po ogłoszeniu), oraz uroczyste zakończenie sezonu turystycznego, w październiku – Dzień Hubertusa, w grudniu – „Ciuchcia na Barbórkę” oraz spotkanie ze św. Mikołajem<sup>4</sup>. Ponadto kolej organizuje na życzenie „Wesoły pociąg Koła Gospodyń Wiejskich”, a także całoroczne przejazdy kolejką, autokarem i samolotem.</p> <p>Do najważniejszych i zarazem najciekawszych atrakcji turystycznych tej kolei należy zaliczyć jedną z największych stacji wąskotorowych w Polsce, Bytom Karb Wąskotorowy. Stacja ta stanowi jednocześnie pierwszy punkt na trasie, z którego pociąg wyrusza w kierunku Dąbrowy Miejskiej. Kolejne miejsca na szlaku to Repty ze skansenem maszyn parowych oraz Rudy Raciborskie, stanowiące szczególną atrakcję dla miłośników kolei, którzy znajdą tutaj zabytkowe pojazdy szynowe na tor szerokości 785 mm. Jadąc kolejką w kierunku Siemianowic Śląskich, warto również zwiedzić jedyną istniejącą w Polsce dwutorową linię wąskotorową na trasie Pole Północne – Maciejkowice.</p>
<p><b>7. Kolej Żnińska</b></p>	<p>Kolej ta oferuje turystom bardzo bogatą ofertę atrakcji turystycznych, do których należą: przejazd na trasie Żnin – Wenecja, zwiedzanie zabytków techniki kolejnictwa, zwiedzanie zabyt-</p>

<sup>4</sup> Materiały Fundacji Kolei Wąskotorowych z siedzibą w Warszawie.



	<p>ków kultury narodowej oraz atrakcji turystycznych regionu. Organizatorzy realizują również indywidualne zamówienia pociągu dowolnej relacji i z programem według życzeń zamawiającego. Sezon turystyczny trwa od 14 kwietnia do 15 listopada. Dużą atrakcją krajoznawczą kolei jest wioska o nazwie Wenecja, gdzie znajduje się jedyny w Europie skansen kolei wąskotorowej o szerokości toru 600 mm.</p>
<b>8. Kolej Białowieska</b>	<p>Obecnie mało znana, przyciąga tylko niewielkich turystów pragnących lepszego poznania i zawarcia bliższego kontaktu z przyrodą puszczy Białowieskiej.</p>
<b>9. Kolej Bieszczadzka</b>	<p>Oferuje turystom bogate w liczne walory przyrodnicze przejazdy zabytkowym taborom wąskotorowym na trasie Cisna Majdan – Dołżyca – Przysłop<sup>5</sup>. Do miejscowości atrakcyjnych turystycznie występujących na szlaku kolejki należy Cisna – osada letniskowa i leśna położona nad Solinką. Stanowi ona ważny punkt głównego szlaku bieszczadzkiego, z którego prowadzą znaki czerwone w kierunku Wysokiego Działu oraz na Łopiennik.</p>
<b>10. Kolej Wigierska (Leśna Kolejka Płociczno – Zelwa)</b>	<p>Trasa tej kolejki Wigierskiej przebiega przez teren Puszczy Augustowskiej i przecina Wigierski Park Narodowy. Lokalizacja taka jest atrakcyjna dla miłośników polskiej przyrody. Organizatorzy tej linii planują w najbliższej przyszłości otwarcie skansenu transportu leśnego, w którym turyści mieliby możliwość podziwiania taboru kolejowego, samochodowego oraz narzędzi związanych z gospodarką leśną. W początkowej fazie działalności kolejki planuje się uruchomienie odcinka Płociczno – Bryzgiel<sup>6</sup>.</p>

<sup>5</sup> B. Pokropiński, M. Moczulski, L. Kantor, *Ciuchcią przez Polskę. Informator*, Warszawa 2000.

<sup>6</sup> Materiały Fundacji Kolei Wąskotorowych z siedzibą w Warszawie.

	<p>Miejscowość Bryzgiel znana jest już od dawna z korzystnych warunków klimatycznych oraz urzekającego krajobrazu. Niedaleko wąskotorówki znajduje się brzeg jeziora Wigry; rozciąga się stamtąd wspaniały widok na malowniczą część jeziora z największymi wyspami Ostrów i Ordów. Kolejka ta stwarza także możliwości dla uprawiania turystyki pieszej i rowerowej, gdyż cały sprzęt można przewieźć w miejsce leśnych szlaków turystycznych. Ponadto, po odpowiednim przystosowaniu wagonów do przewozu kajaków istnieje szansa na łączenie przejazdów kolejką wąskotorową ze spływami kajakowymi Czarną Hańczą.</p>
--	---

Wymienione wyżej przykłady wykorzystania kolejek wąskotorowych dla celów turystycznych nie przedstawiają oczywiście wszystkich możliwości, jakie oferuje ten unikatowy środek transportu. Oprócz wymienionych w Polsce występuje jeszcze wiele zabytkowych linii oraz skansenów wąskotorowych. Zamierzaniem autorów pracy było jednak wskazanie tylko wybranych przykładów, jako potencjalnej szansy na udział „wąskiego toru” w ruchu turystycznym.

O szansach na duże zainteresowanie tego rodzaju atrakcją turystyczną decyduje również fakt, iż koleje wąskotorowe stanowią szczególny rodzaj kolei żelaznych. Dla wielu ludzi już samo słowo „ciuchcia”, „wąskotorówka” czy też „kolejka” wywołuje pozytywne skojarzenia, przywołując na myśl romantykę dawnych podróży. Różnica między kolejami wąsko- i normalnotorowymi wydaje się ograniczać tylko do zmniejszonego rozstawu szyn. W rzeczywistości okazuje się jednak, iż przesądza ona o przeznaczeniu, obliczu i charakterze kolei sprawiając, że stają się one czymś niepowtarzalnym i unikalnym. Odmienny prześwit między torami decyduje także o autonomiczności kolejki w stosunku do wszelkich innych linii kolejowych, co w rezultacie pozwala na stworzenie z niej całkiem odrębnego organizmu w ramach kolejnictwa.

Oprócz przedstawionej powyżej analizy atrakcyjności turystycznej kolejek wąskotorowych, autorzy dokonali również ogólnej analizy ekonomicznej omawianego zjawiska. W oparciu o zebrane dane statystyczne z Fundacji Kolei Wąskotorowych z siedzibą w Warszawie dokonano szczegółowej analizy dochodów brutto, liczby przewiezionych turystów, ilości przejechanych kilometrów oraz ilości przejazdów płatnych dla kolei wąskotorowych. Z uwagi na ograniczony zasób dostępnych materiałów przedstawiono działalność kolei wąskotorowych w latach 1995-1998 i 2000. Ponadto dla roku 1995, 1996, 1997 i 1998





Ryc. 1. Koleje wąskotorowe w Polsce – stan aktualny

Źródło: Opracowanie własne na podstawie: *Przegląd Reader's Digest, Drogi Europy – Atlas Samochodowy*, Warszawa 2001

- |                       |                        |                       |                           |
|-----------------------|------------------------|-----------------------|---------------------------|
| 1. Kolej Białowieska  | 6. Kolej Grójecka      | 11. Kolej Mławska     | 15. Kolej Sompolińska     |
| 2. Kolej Bieszczadzka | 7. Kolej Jędrzejowska  | 12. Kolej Nałęczowska | 17. Kolej Śmigielska      |
| 3. Kolej Elcka        | 8. Kolej Kaliska       | 13. Kolej Nasielska   | 18. Kolej Średzka         |
| 4. Kolej Gnieźnińska  | 9. Kolej Krośniewicka  | 14. Kolej Przeworska  | 19. Kolej Żnińska         |
| 5. Kolej Górnośląska  | 10. Kolej Krotoszyńska | 15. Kolej Rogowska    | 20. Kolej Płociczno-Zelwa |

przedstawione dane statystyczne są tylko reprezentatywne w odniesieniu do Kolei: Grójeckiej, Mławskiej, Nasielskiej, Rogowskiej oraz Elckiej i nie uwzględniają pozostałych linii. Dla roku 2000 autorzy zgromadzili dane wszystkich kolei wąskotorowych będących w posiadaniu PKP.

W tabeli 1. zestawiono wpływy brutto pięciu kolei wąskotorowych, dla których pozyskano odpowiednie dane statystyczne. Warto w tym miejscu nadmienić, że jest to zestawienie zbiorcze powstałe z dziennych raportów udostępnionych przez dyrekcję PKP. Na tej podstawie można stwierdzić, że w latach

Tabela 1. Wpływy brutto wybranych kolei w latach 1995 – 1998

L.p.	Kolej	Wpływy brutto w zł				Ogółem
		1995	1996	1997	1998	
1	Grójecka	11246,36	11217,13	43450,59	67592,96	133507,04
2	Mławska	25357,12	20008,7	12540,33	14154,16	72060,57
3	Nasielska	4269,54	1339,23	4935,08	3498,06	14041,91
4	Rogowska	5279,33	4439,22	8547,74	13012,27	31278,56
5	Elcka	50018,90	31636,01	34005,26	49828,41	165489,58
	Łącznie	96198,25	68640,29	103479,00	148085,86	

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych Dyrekcji Kolei Dojazdowych PKP

1995–1998 najwyższe wpływy uzyskiwała Kolej Elcka, a w dalszej kolejności - Grójecka i Mławska. Natomiast największą dynamikę wzrostu wpływów odnotowała Kolej Grójecka, która w latach 1996-1998 blisko 6-krotnie powiększyła badaną wartość. Najslabsze wskaźniki osiągała w badanym okresie Kolej Nasielska: jej wpływy były około 11-krotnie mniejsze od Elckiej.

Analizując powyższą tabelę wpływów kolei wąskotorowych w latach 1995 – 1998, stwierdza się, iż największe łączne dochody przedstawionych linii wąskotorowych przypadły na rok 1998 (ogółem 148085,86 zł brutto), najniższe natomiast odnotowano dla roku 1996 (68640,29 zł brutto). Uogólniając, można stwierdzić, że w tym właśnie roku większość rozpatrywanych podmiotów zanotowała spadki swoich wpływów. Ze względu na brak danych dotyczących zysków, nie można wyciągnąć wniosków dotyczących kondycji finansowej poszczególnych kolei.

Tabela 2. Liczba przewiezionych turystów wybranymi kolejami w latach 1995 – 1998

L.p.	Kolej	1995	1996	1997	1998	Ogółem
1	Grójecka	3224	2578	5540	11872	23214
2	Mławska	8844	3538	3776	3474	19632
3	Nasielska	1500	280	720	780	3280
4	Rogowska	2642	1880	3200	4765	12487
5	Elcka	20074	11350	14202	16090	61716
	Łącznie	36284	19626	27438	36981	

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych Dyrekcji Kolei Dojazdowych PKP

Na podstawie danych przedstawionych w powyższej tabeli należy zauważyć, iż największą liczbę przewiezionych osób przez wymienione koleje łącznie w latach 1995 – 1998 odnotowano w roku 1998 (36981). Natomiast najmniej turystów skorzystało z przejazdów kolejkami w roku 1996, kiedy liczba wszystkich pasażerów wyniosła jedynie 19626. W rozbiciu na poszczególne koleje i z porównania wartości zawartych w tabelach 1. i 2. wynika prosta zależność: im



więcej przewiezionych pasażerów, tym większe wpływy. I tak: najlepszy wynik osiągnęła Kolej Elcka, która przewiozła ogółem więcej pasażerów niż cztery pozostałe koleje razem wzięte. Nie można jednak tego wniosku odnieść do wpływów brutto. Wartości uzyskane przez pozostałe podmioty były wyższe w stosunku do zarejestrowanych w Kolei Elckiej.

Tabela 3. Liczba przejechanych kilometrów przez poszczególne koleje w latach 1995–1998

L.p.	Kolej	1995	1996	1997	1998	Ogółem
1	Grójecka	1764	1193	5114	6363	14434
2	Mławska	3786	2072	2000	1812	9670
3	Nasielska	780	216	729	435	2160
4	Rogowska	995	466	1544	2082	5087
5	Elcka	3917	2849	3145	3670	13581
	Łącznie	11242	6796	12532	14362	

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych Dyrekcji Kolei Dojazdowych PKP

Analizując łączne dane dotyczące przejechanych kilometrów, stwierdza się, iż największą wartość odnotowano w roku 1998 (było to 14362 km), natomiast najmniej kilometrów przejechano w roku 1996 (6796 km). W trakcie analizy wartości prezentowanych w tabeli 3. w odniesieniu do poszczególnych kolei stwierdza się, że najdłuższa Kolej Grójecka przy ponad 2-krotnie (tab. 4.) mniejszej od Kolei Elckiej ilości organizowanych przejazdów osiągnęła najwyższą wartość przejechanych kilometrów.

Tabela 4. Rodzaje organizowanych przejazdów w latach 1995 – 1998

L.p.	Kolej	1995		1996		1997		1998		Ogółem
		k	Z	k	z	k	z	k	z	
1	Grójecka	20	0	16	0	48	2	67	1	154
2	Mławska	48	0	21	2	17	1	17	1	107
3	Nasielska	15	0	4	0	14	1	6	1	41
4	Rogowska	15	1	10	0	23	1	40	0	90
5	Elcka	91	16	62	15	63	21	77	19	364
	Ogółem	189	17	113	17	165	26	207	22	

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych Dyrekcji Kolei Dojazdowych PKP

K – przejazdy dla turystów krajowych

Z – przejazdy dla turystów zagranicznych

W tabeli 4. zestawiono liczebność organizowanych przejazdów, jak również (dla pełniejszego zobrazowania zjawiska) przedstawiono dwa rodzaje organizowanych przejazdów w latach 1995-1998, wyodrębniając je na podstawie narodowości turystów. Uwzględniając to kryterium, stwierdzono, iż najwięcej im-

prez kolejowych dla turystów krajowych zorganizowano w roku 1998 (207) a dla zagranicznych w 1997 (26). Najmniej przewozów dla turystów krajowych zorganizowano w roku 1996 (113 przejazdów na pięciu trasach łącznie), zaś dla turystów zagranicznych w latach 1995 – 1996 (po 17 przejazdów).

Tabela 5. Wybrane aspekty działalności kolei wąskotorowych w 2000 roku

Lp	Kolej	Wpływy brutto w zł	Liczba przewiezionych turystów	Ilość przejechanych kilowetrów	Przejazdy dla turystów krajowych	Przejazdy dla turystów zagranicznych	Przejazdy inne
1	Jędrzejowska	62460,85	16855	3174	73	1	1
2	Przeworska	48669,60	8260	3296	35	1	0
3	Nałęczowska	86371,95	22600	4811	123	1	0
4	Opalenicka	2330,00	700	106	5	0	0
5	Śmigielka	17497,50	2526	655	8	8	4
6	Sompolińska	5292,44	175	178	2	0	0
7	Krośniewicka	8159,26	1623	526	11	0	0
8	Średzka	18784,30	6587	826	25	7	6
9	Gnieźnieńska	41444,12	7564	1784	38	9	1
10	Kaliska	9817,40	1201	784	13	0	1
11	Krotoszyńska	820,00	494	24	0	0	3
12	Gryficka	24779,80	10350	949	11	4	1
13	Koszalińska	3024,00	1346	190	4	0	1
14	Stargardzka	5803,59	1455	186	5	1	0
15	Bytomska	42021,91	11901	1895	45	0	1
16	Grójecka	51933,47	7915	3110	46	0	6
17	Mławska	17892,10	3944	1670	21	0	3
18	Nasielska	2825,50	764	462	7	0	3
19	Rogowska	37570,01	12440	2376	76	0	4
20	Elcka	63395,29	14280	3318	76	16	3
	Łącznie	550893,08	132980	30320	624	48	38

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych Dyrekcji Kolei Dojazdowych PKP

Analizując powyższą tabelę wpływów kolei wąskotorowych w roku 2000, stwierdza się, iż w łącznej wartości osiągniętych wpływów brutto (550893,08 zł) największy udział miała Kolej Nałęczowska – 86371,95 zł brutto. Najmniejsze dochody wypracowała Kolej Krotoszyńska, która osiągnęła 820 zł brutto. Natomiast średnia wartość wpływów dla przedstawionych w tabeli kolei wyniosła 27544,65 zł brutto. Na tej podstawie stwierdzono, że połowa kolei z wymienionych w tab. 5. osiągnęła wpływy poniżej średniej.



W roku 2000 przedstawione w tabeli koleje przewiozły łącznie 132980 turystów w trakcie 720 przejazdów. Największą liczbę turystów przewiozła Kolej Nałęczowska (22600 osób przy liczbie przewozów 124). Najmniejszą wartość osiągnęła Kolej Sompolińska, która przewiozła łącznie podczas dwóch kursów tylko 780 turystów. Natomiast średnia liczba przewiezionych osób dla przedstawionych w tabeli kolei wyniosła 6649. Podobnie jak w odniesieniu do wpływów brutto i w tym przypadku ponad połowa (11) osiągnęła niższy wynik od średniej.

Na podstawie danych zawartych w powyższej tabeli stwierdza się, iż w roku 2000 najwięcej kilometrów przejechała Kolej Nałęczowska – 4811. Natomiast najmniejszą wartość przejechanych kilometrów odnotowano dla Kolei Krotoszyńskiej – 24 km. Średnia ilość przejechanych kilometrów wynosiła 1516. Dla tej cechy odnotowuje się znaczne wahania wartości dochodzące do 200-krotnej różnicy osiągniętych wyników.

W oparciu o dane zawarte w powyższej tabeli stwierdza się, iż w ogólnej liczbie 710 płatnych przejazdów, koleje wąskotorowe w roku 2000 zorganizowały 624 przewozy krajowe i 48 zagraniczne. Innych płatnych przejazdów zorganizowano 38. Najwięcej przejazdów krajowych – 123 - odnotowano dla Kolei Nałęczowskiej, natomiast żadnych przejazdów typowych dla turystów krajowych nie zorganizowała Kolej Krotoszyńska. W przewozach zagranicznych największą liczbę osiągnęła Kolej Elcka (16 przejazdów).

Reasumując, autorzy pragną pokusić się o próbę zaprezentowania ogólnych wniosków dotyczących dalszych możliwości rozwoju i ewentualnego wykorzystania kolei wąskotorowych w przemyśle turystycznym.

Ze względu na braki w udostępnionych materiałach, dokonano zestawienia (tab. 6.) wcześniej analizowanych cech dla pięciu wybranych kolei. Dla tej reprezentatywnej grupy uzyskano dane statystyczne za lata 1995-1998 i roku 2000.

**Tabela 6.** Łączne zestawienie charakterystycznych cech dla Kolei Grójeckiej, Mławskiej, Nasielskiej, Rogowskiej i Elckiej w latach 1995–1998 i 2000.

L.p.	Cecha	1995	1996	1997	1998	2000
1	Wpływy brutto w zł.	96198,25	68640,29	103479,00	148085,86	173616,37
2	Liczba przewiezionych turystów	36284	19626	27438	36981	39343
3	Liczba przejechanych km	11242	6796	12532	14362	10936
4	Liczba przejazdów dla turystów krajowych	189	113	165	207	624
5	Liczba przejazdów dla turystów zagranicznych	17	17	26	22	48

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych Dyrekcji Kolei Dojazdowych PKP

Te skromne zasoby informacji mogą być wykorzystane tylko do sformułowania przybliżonych wniosków i określenia tendencji, jakie mogą decydować o ewentualnej przyszłości kolei wąskotorowych w Polsce. Na podstawie rozkładu łącznych wartości osiaganych wpływów brutto można stwierdzić, że od roku 1996 wpływy te systematycznie wznoszą się, a dynamika wzrostu kształtuje się na poziomie około 150%. Podobnie można scharakteryzować rozkład następnej cechy, jaką jest liczba przewiezionych turystów. Jak łatwo się domyśleć jej stały wzrost od roku 1996 jest dobrym prognostykiem dla dalszego wykorzystywania kolei wąskotorowych w turystyce i planowania rozwoju funkcji turystycznej regionów, przez które przebiega kolej wąskotorowa.

Zbliżony rozkład wykazują także wskaźniki liczby przejazdów zorganizowanych dla turystów krajowych i zagranicznych. Można przypuszczać, że w kolejnych latach koleje wąskotorowe będą odnotowywać stały wzrost liczby przewożonych pasażerów, a tym samym będą rosły wpływy z działalności na rzecz świadczonych usług dla sektora turystycznego.

### Narrow-gauge railway as a factor of activation for tourist areas

In the article „Narrow – gauge railways as an activation factor of tourist regions” the authors discussed the need for promoting cultural attractions which are undoubtedly presented by old and often exploited narrow-gauge railways. This unique means of transport performed different functions in its history. Both geographical situation in different parts of Poland and location near important, however, often neglected in planning tours, historic and ethnographic buildings contribute to their cultural attractions. The present article constitutes a kind of a guide-book to chosen narrow-gauge railways which should be promoted and protected from their liquidation. In order to show all tourist aspects the authors presented a detailed description of not only scenic attractions but also regular narrow-gauge railways events. The following railways have been mentioned in the article: Gnieźnieńska, Grójecka, Mławska, Rogowska, Elcka, Górnośląska, Żnińska, the Bieszczady Mountains and the only private railway in Poland, namely Wigierska Railway.

### Piśmiennictwo

- [1] Kruczek Z., Sacha S., *Geografia atrakcji turystycznych Polski*, Kraków 1999.
- [2] Pokropiński B., Moczulski M., Kantor L., *Ciuchcią przez Polskę. Informator*, Warszawa 2000.
- [3] Materiały Fundacji Kolei Wąskotorowych z siedzibą w Warszawie.
- [4] Przegląd Reader's Digest, *Drogi Europy – Atlas Samochodowy*, Warszawa 2001.



## PROJEKTOWANIE I WYKONAWSTWO URZĄDZEŃ REKREACYJNYCH DLA DZIECI

*Katarzyna Gmyrek\**

### Wstęp

Urządzenia rekreacyjne wg O. Rogalewskiego wchodzą w skład bazy towarzyszącej i umożliwiają turystom korzystanie z walorów turystycznych danego obszaru, natomiast wg W. W. Gaworeckiego zalicza się je do usług wypoczynkowych i kultury fizycznej. Obiekty i urządzenia rekreacyjne mogą stanowić zarówno infrastrukturę turystyczną – służącą głównie turystom i osobom wypoczywającym w danym miejscu, jak i paraturystyczną – służącą przede wszystkim ludność stałej. W/w wymienione obiekty buduje się więc z myślą o turystach, jak również w celu zaspokojenia potrzeb miejscowej ludności.

Urządzenia rekreacyjne dla najmłodszych to place zabaw, gdzie pod czujnym okiem opiekunów dzieci spędzają swój wolny czas. Zarówno w czasie roku szkolnego, jak i wakacji, w jednakowym stopniu służą one turystom i ludności miejscowej.

„W zdrowym ciele zdrowy duch” czy „Sport to zdrowie” to hasła, które wpajane są nam wszystkim od najmłodszych lat. Niestety bardzo często zapominają o nich dorośli; często zapracowani, zagonieni, nie zwracają uwagi na miejsca, gdzie dzieci spędzają swój wolny czas.

Aktywność ruchowa odgrywa ogromną rolę jako przeciwwaga współczesnego, mało ruchliwego trybu życia. Zajęcia rekreacyjne wspomagają ogólny, psychosomatyczny i motoryczny rozwój dzieci, wpływają na kształtowanie sfery emocjonalnej, rozwijają zainteresowania i aktywność, a także dają poczucie bezpieczeństwa i radości. Aby te wszystkie zadania rekreacji mogły być realizowane, należy dzieciom stworzyć możliwości, zagospodarowując tereny i udostępniając odpowiednie, dopasowane do wieku, bezpieczne urządzenia rekreacyjne, boiska, place zabaw. Tymczasem dzieci i młodzież radzą sobie jak mogą, nie rzadko zamieniają jezdnię na boisko piłkarskie, a osiedlowe trzepaki służą im za przyrządy gimnastyczne. Wynika to zapewne z faktu, że nie mamy odpo-

\* Instytut Turystyki i Rekreacji AWF, Kraków, sl. Jana Pawła II 78

wiednich jednostek administracyjnych, które zajęłyby się zarządzaniem i kontrolą stanu technicznego urządzeń rekreacyjnych, dlatego też nie zawsze obiekty rekreacyjne, które udostępniane są dzieciom, są w pełni do tego przystosowane. Dotyczy to zarówno wymogów bezpieczeństwa i higieny, jak i kwestii estetyki.

Postaram się przedstawić ogólne normy prawne i techniczne, regulujące projektowanie i wykonywanie urządzeń rekreacyjnych dla dzieci obowiązujące w krajach europejskich.

## 1. Prawo dziecka do zabawy – konwencja praw dziecka

### 1.1. Czym jest konwencja praw dziecka?

Wszystkie dzieci rodzą się z fundamentalnymi wolnościami i wrodzonymi prawami dotyczącymi wszystkich istot ludzkich. Taka jest podstawowa przesłanka Konwencji o Prawach Dziecka, czyli międzynarodowego traktatu z dziedziny praw człowieka. Konwencja została opracowana przez ludzi, którzy chcieli zapewnić 2 miliardom dzieci prawo do przetrwania, zdrowia i edukacji, troskliwego środowiska rodzinnego, zabawy, dostępu do kultury, do ochrony przed wyzyskiem, krzywdzeniem, wszelkiego rodzaju nadużyciami, a także do tego, aby głos każdego dziecka został wysłuchany i jego opinie były w istotnych sprawach brane pod uwagę.

Konwencja Praw Dziecka została przyjęta przez Zgromadzenie Ogólne Narodów Zjednoczonych 20 listopada 1989 roku, po blisko sześćdziesięciu latach obrad organizacji pozarządowych i ekspertów w dziedzinie praw człowieka. Obecnie wszystkie kraje, z wyjątkiem dwóch, zgodziły się dążyć do przestrzegania norm zawartych w konwencji, zgodnie z którą opieka i ochrona każdej istoty ludzkiej poniżej 18-tego roku życia powinna być priorytetem dla każdego, zwłaszcza dla władz państwowych.

Pomimo istnienia wielu innych międzynarodowych traktatów i umów zajmujących się prawami dzieci, Konwencja o Prawach Dziecka jest unikalna, ponieważ:

- zawiera całościowe podejście do praw dzieci – jako jedyny dokument zapewnia dzieciom ich prawa obywatelskie, polityczne, ekonomiczne, społeczne i kulturalne,
- ma walor uniwersalny – stosuje się do wszystkich dzieci, we wszystkich sytuacjach i społecznościach,
- jest bezwarunkowa – wzywa do działania nawet te rządy, które nie mają wystarczająco dużo zasobów, aby podjąć działania w celu ochrony dzieci,
- jest integralna i niepodzielna – podkreśla, że wszystkie prawa są istotne, niepodzielne, współzależne i równe.



Konwencja o Prawach Dziecka powstała w oparciu o cztery podstawowe zasady, spośród których dwie pierwsze odwołują się do wszystkich ludzi, a pozostałe szczególnie do dzieci:

1. Dzieci nie mogą cierpieć z powodu dyskryminacji „bez względu na rasę, kolor, płeć, język, religię, poglądy polityczne lub inne, pochodzenie narodowościowe lub społeczne, status majątkowy, niepełnosprawność, urodzenie lub inny status dziecka, jego rodziców lub opiekuna prawnego”.
2. Dzieci mają prawo do przetrwania i rozwoju we wszystkich aspektach swojego życia, włączając w to rozwój fizyczny, emocjonalny, psycho-społeczny, poznawczy, socjalny i kulturalny.
3. Największe dobro dziecka musi leżeć u podstaw wszystkich decyzji lub działań, które mają wpływ na dziecko lub społeczność dziecięcą. Ta zasada obowiązuje w jednakowym stopniu, niezależnie czy decyzje podejmowane są przez rządy, władze administracyjne i sądownicze czy też przez same rodziny.
4. Dzieciom trzeba pozwalać na aktywny udział we wszystkich sprawach mających wpływ na ich życie. Trzeba im pozwalać w sposób wolny wyrażać ich opinie. Dzieci mają prawo do tego, aby ich poglądy były wysłuchiwane i traktowane poważnie.

Polska była inicjatorem konwencji i przystąpiła do niej jako jedno z pierwszych państw, ratyfikując ją 7 lipca 1991 roku.

## 1.2. Artykuł 31 Konwencji o Prawach Dziecka – prawo do zabawy

„1. Państwa-Strony (niniejszej konwencji) uznają prawo dziecka do wypoczynku i czasu wolnego, do uczestniczenia w zabawach i zajęciach rekreacyjnych, stosownych do wieku dziecka oraz do nieskrępowanego uczestniczenia w życiu kulturalnym i artystycznym.

2. Państwa-Strony będą przestrzegały oraz popierały prawo dziecka do wszechstronnego uczestnictwa w życiu kulturalnym i artystycznym oraz będą sprzyjały tworzeniu właściwych równych sposobności dla działalności kulturalnej, artystycznej, rekreacyjnej oraz w zakresie wykorzystania czasu wolnego”<sup>1</sup>.

Zgodnie z w/w artykułem każde dziecko ma prawo do wypoczynku, czasu wolnego i zabawy, uczestniczenia w zajęciach rekreacyjnych odpowiednich do wieku, a także prawo do tworzenia i rozwijania swojej działalności kulturalnej, artystycznej i rekreacyjnej. Wypoczynek ma na celu zaspokojenie podstawowej potrzeby odprężenia i snu; czas wolny to czas robienia tego, co się chce.

Zajęcia rekreacyjne podejmowane są według własnego wyboru i dla przyjemności. Niestety, dzieci nie mogą same organizować sobie czasu wolnego, ponieważ

<sup>1</sup> Konwencja o Prawach Dziecka, art. 31, Dz. U. z 23 grudnia 1991 r.

za swoje działanie ponoszą ograniczoną odpowiedzialność prawną lub nie ponoszą jej w ogóle (*J. Jasińska*). Czas wolny dziecka musi podlegać więc w dużym stopniu pewnym racjom ustalonym przez dorosłych. Należy jednak pamiętać, że zabawa jest przywilejem dzieciństwa. Obejmuje bowiem pewne niekontrolowane przez dorosłych działania, które często pozbawione są jakichś określonych reguł. Oczywiście dzieci mogą podejmować te działania wspólnie z rówieśnikami lub rodzicami. Dorośli mają obowiązek kontroli, aby dzieci nie podejmowały aktywności dla nich szkodliwej, powinni sprawić, aby czas wolny, wypoczynek i zabawa przyczyniły się do rozwoju fizycznego i umysłowego dziecka.

Wypoczynek jest dla dziecka bardzo ważny, potrzebuje ono trochę wolnego czasu pomiędzy nauką a obowiązkami domowymi. Do zabaw i spędzania wolnego czasu dziecko potrzebuje przestrzeni, boisk sportowych, placów gier, odpowiednio wyposażonych sal, parków, placów zabaw itp. Prawo do wypoczynku i zabawy mają wszystkie dzieci w równym stopniu, chłopcy i dziewczęta, dzieci niepełnosprawne, a także pozbawione wolności. Dorośli mają obowiązek udostępnić im wszelkie urządzenia umożliwiające im aktywne i twórcze (dziecko nie jest tylko konsumentem) spędzanie wolnego czasu.

## 2. Normy techniczne urządzeń rekreacyjnych dla dzieci

### 2.1. Europejskie i polskie normy zagospodarowania placów zabaw

Od 1 stycznia 1999 roku obowiązują w Europie nowe normy dotyczące urządzeń do zabaw dla dzieci. Normy (EN 1176) ujęte są w siedmiu częściach, obejmują ogólne wymogi bezpieczeństwa oraz metody dokonywania testów, a w szczególności wymogi dla huśtawek, zjeżdżalni, karuzeli, a także wymogi dotyczące instalacji, przeglądów, konserwacji i eksploatacji tych urządzeń. Oprócz tego istnieje specjalna norma (EN 1177) dotycząca podłoża o właściwościach amortyzujących.

Precyzyjnie określone wymagania oraz warunki techniczne obejmują wszystko – projekt, surowce, produkcję, składowanie oraz dostawę do klienta. Wewnętrzni kontrolerzy jakości poddają kontroli każdy etap produkcji, a inspektorzy zewnętrzni dokonują systematycznych ocen.

W Polsce również materiały stosowane w urządzeniach rekreacyjnych posiadają certyfikaty i atesty, a produkcja musi być zgodna z opracowanymi przez Polski Komitet Normalizacyjny normami<sup>2</sup>.

<sup>2</sup> Normy i projekty norm europejskich są dostępne tylko i wyłącznie do prac normalizacyjnych. Dostęp do tych dokumentów mają eksperci współpracujący z Polskim Komitetem Normalizacyjnym.



Instalacja urządzeń do zabaw dla dzieci musi być wykonana przez osobę kompetentną zgodnie ze wskazówkami producenta. Dla zapewnienia bezpieczeństwa i prawidłowego działania urządzeń wymaga się ich regularnych kontroli, konserwacji i przeglądów, również dokonywanych przez fachowców. Częstotliwość przeglądów uzależniona jest oczywiście od intensywności eksploatacji, zniszczeń wynikłych z wandalizmu, klimatu i długości użytkowania przyrządów.

Osoby lub instytucje, które odpowiedzialne są za eksploatację tych urządzeń, zobowiązane są ustalić odpowiedni terminarz przeprowadzania rutynowych kontroli i konserwacji. Właściciel musi dopilnować, aby sporządzane były protokoły przeglądów, a także, by były one przechowywane i udostępniane do wglądu dla upoważnionych pracowników. W przypadku wady urządzenia, która może doprowadzić do okaleczeń lub obrażeń dzieci podczas zabawy, należy uniemożliwić publiczny dostęp do urządzenia, aż do czasu usunięcia wady.

### **Normy bezpieczeństwa**

Opracowywane są z myślą o tworzeniu możliwie najbezpieczniejszych miejsc zabaw, które jednocześnie nie tracilyby swojej atrakcyjności w związku z licznymi ograniczeniami. W krajach Unii Europejskiej jak również w Polsce stosowana jest bardzo rygorystyczna norma niemiecka (DIN 9726).

### **Przestrzeń**

Każde z urządzeń rekreacyjnych ma swoją strefę bezpieczeństwa, które niejednokrotnie mogą na siebie zachodzić (nie dotyczy to zjeżdżalni, huśtawek, karuzeli i innych urządzeń ruchomych). Wszystkie urządzenia powinny być tak rozmieszczone, aby nie stanowiły zagrożenia dla innych bawiących się w tym samym miejscu dzieci.

### **Podłoże, nawierzchnia**

Bezpieczny i ładny jest oczywiście trawnik, ale niestety trudno go utrzymać w dobrym stanie, dlatego polecanym podłożem jest piasek o właściwościach amortyzujących lub inny ekwiwalentny materiał, np. kora drzew iglastych. Główną przyczyną wypadków na placach zabaw jest zbyt twarde podłoże. W niewielu miejscach stosuje się nawierzchnię betonową lub drewnianą, jedynie wokół piaskownicy, aby łatwiej utrzymać czystość.

### **Materiały**

Wszystkie materiały stosowane do produkcji powinny charakteryzować się wysoką jakością, muszą być trwałe, funkcjonalne i dobrze wykończone. Szwedzka firma HAGS produkująca urządzenia dla dzieci stosuje przy ich produkcji

plyty z laminatu wysokociśnieniowego, który jest bardzo twardy, a specjalnie opracowana metoda podwójnego frezowania sprawia, że powierzchnie poszczególnych elementów są gładkie i miękkie.

Często stosowanym surowcem jest również drewno sosnowe lub świerkowe, okrągłe elementy produkowane są z drewna klejonego, które jest strugane w rowki, aby ułatwić montaż. Piaskownice i osłony zabezpieczające np. przed nagłym wybiegnięciem na teren niebezpieczny, produkowane są m.in. z drewna dębowego. W urządzeniu nawierca się otwory, które pozwalają na ukrycie łba śruby czy nakrętki wewnątrz otworu, często również stosuje się dodatkowe osłony na śruby. Sieci i liny wykonywane są z łańcuchów ocynkowanych i pokrytych poliuretanem, który charakteryzuje się dużą wytrzymałością i elastycznością oraz małą wrażliwością na zmiany temperatury. Łańcuchy muszą mieć z kolei małe ogniwa, nie mogą też być zbyt długie, aby nie tworzyły się na nich pętle (niebezpieczeństwo uduszenia). Do produkcji zjeżdżalni używa się nierdzewnej blachy walcowanej, co zapewnia zabezpieczenie antykorozyjne. Wszystkie dodatkowe, uzupełniające elementy stalowe lub aluminiowe muszą być dobrane ze względu na wymaganą jakość i właściwości tych metali. Śruby, nakrętki i inne metalowe połączenia powinny być zabezpieczone antykorozyjnie i wtłoczone hydraulicznie w konstrukcje urządzeń, aby nie odstawały na zewnątrz.

Zachodnie firmy stosują odzysk produktów do ponownego użycia. Materiały są dobierane pod względem właściwości i jak najmniejszego obciążenia dla środowiska.

### **Wykończenie powierzchni urządzeń**

Drewno powinno być odpowiednio zabezpieczone przed wpływami atmosferycznymi np. farbą bezbarwną, a także przed pasożytami i substancjami chemicznymi. Drewno powleka się tzw. warstwą laserunku podkładowego i wykończeniowego, który przyczynia się do zachowania struktury drewna. Dwukrotnie malowane drewno zyskuje całkowity stopień nasycenia farbą.

### **Montaż**

Ze względu na wymogi bezpieczeństwa, stabilność urządzenia i ryzyko kradzieży, należy rzetelnie zakotwiczyć urządzenie do podłoża, zabetonować fundamenty. Montaż urządzeń powinien być dokonany przez osoby kompetentne i zgodnie z instrukcją producenta. Zainstalowane urządzenia należy poddać inspekcji i sprawdzeniu.

Ważne jest nie tylko zainstalowanie urządzenia zgodnie z instrukcją producenta, ale również jego usytuowanie na placu zabaw. W przypadku huśtawek np. nie można montować siodełek dla mniejszych i większych dzieci na tej sa-



mej belce huśtawki. Montując zjeżdżalnię, trzeba sprawdzić jej ustawienie na zboczach, tak aby woda deszczowa się nie zatrzymywała, a zjazd zjeżdżalni był skierowany na północ, aby w lecie nie nagrzewało go słońce.

Każde urządzenie musi posiadać również dokładne dane techniczne dotyczące wysokości montażu, odległości od ziemi, kątów nachylenia, odległości itp.

### **Konserwacja urządzeń rekreacyjnych**

Przeгляд oraz konserwacja urządzeń powinna być dokonywana przez osoby wyszkolone do tego celu. Urządzenia wymagają kontroli w określonych odstępach czasu, należy je systematycznie smarować, regulować, malować i wymieniać zużyte części na nowe.

## **2.2. Po co stosować normy?**

Norma jest dokumentem, powszechnie dostępnym i zaakceptowanym przez uznaną jednostkę normalizacyjną; jest czynnikiem stymulującym rozwój ekonomiczny. Norma ustala zasady, wytyczne dotyczące różnej działalności, jest zatwierdzana na zasadzie konsensu, musi być oczywiście przeznaczona do powszechnego, wielokrotnego stosowania, zaakceptowana przez wszystkie zainteresowane strony jako korzyść dla wszystkich oraz wprowadza kodeks dobrej praktyki i zasady racjonalnego postępowania przy aktualnym poziomie techniki.

Kraje rozwijające się, w tym także Polska zmierzająca do wejścia do Unii Europejskiej, poszukują dróg umożliwiających wzrost gospodarczy i stabilność ekonomiczną. Chodzi tutaj o wzrost zdolności produkcyjnej dóbr i usług, które będą zaspokajać zarówno potrzeby lokalne, jak też na rynkach międzynarodowych. Aby zrealizować te cele, niezbędna jest wysoka produktywność i zapewnienie konkurencyjności wyrobów i usług. Należy więc stworzyć takie warunki ekonomiczne, w których promowane jest inwestowanie w nowoczesne środki produkcji i w których zachęca się przedsiębiorstwa do eksportowania produktów. Niezbędne jest również promowanie transferu technologii, tworzenie kwalifikowanej kadry pracowników oraz doskonalenie produkcji i marketingu. Kładzie się tu nacisk na budowanie infrastruktury materiałowej, technicznej, naukowej i instytucjonalnej. Na tym obszarze właśnie normalizacja odgrywa bardzo dużą rolę.

Inżynierowie i projektanci stosują normy na każdym etapie procesu produkcyjnego. Normy pomagają w podjęciu decyzji np. o przyjęciu lub odrzuceniu dostawy, pozwalają dokonać oceny zgodności z przyjętymi powszechnie standardami w zakresie ochrony zdrowia, bezpieczeństwa czy środowiska; są ułatwieniem w handlu międzynarodowym.

Głównym celem normalizacji jest zatem uzyskanie optymalnego w danych okolicznościach stopnia uporządkowania w danym zakresie, jak również:

- zapewnienie odpowiedniej funkcjonalności produktu (wyrobu, procesu, usługi),
- zapewnienie kompatybilności,
- zapewnienie zamienności (zastąpienie jednego produktu innym, spełniającym takie same wymagania),
- regulowanie różnorodności produktów,
- uzyskanie wysokiego stopnia bezpieczeństwa wyrobów, procesu i usług,
- ochrona środowiska,
- ochrona wyrobu.

Stosowanie norm przynosi duże korzyści, oto niektóre z nich:

- normy sprzyjają komunikowaniu się i likwidowaniu barier w handlu,
- przyczyniają się do zwiększenia bezpieczeństwa pracy i ich użytkowania,
- są uznawane za gwarancję odpowiedniej jakości i porównywalnego standardu wyrobów i usług oraz ułatwiają porozumiewanie się w tym zakresie,
- przyczyniają się do obniżenia kosztów ochrony zdrowia lub środowiska,
- ułatwiają eksport na szczeblu międzynarodowym,
- sprzyjają swobodnemu przepływowi towarów i wpływają korzystnie na poziom ich cen,
- pozwalają na upowszechnienie postępu technicznego i sprzyjają utrwalaniu osiągnięć techniki.

Stosowanie norm ma więc ułatwić realizację zadań wynikających z potrzeb społecznych i gospodarczych poprzez tworzenie wzorcowych rozwiązań.

### 3. Organizowanie placów zabaw dla dzieci

Cała nasza egzystencja opiera się w ten czy inny sposób na korzystaniu z zasobów naturalnych – zieleni, woda, odpowiednio zagospodarowane, mogą stanowić idealne tło zabaw. Obecnie można zauważyć znaczny wzrost świadomości i zainteresowania sprawami środowiska. Proekologiczne podejście jest również niezbędne przy projektowaniu urządzeń do zabaw dla dzieci. Pedagogika i psychologia powinna mieć znaczący wpływ na organizowanie urządzeń rekreacyjnych dla najmłodszych. Przeprowadza się liczne badania dotyczące atrakcyjności i częstotliwości wykorzystania sprzętów na placach zabaw.

Organizując plac zabaw, powinno się w możliwie największym stopniu zachować znajdującą się na danym terenie roślinność. Należy jednak wziąć pod uwagę, że niektóre rośliny mogą powodować dolegliwości alergiczne lub mogą być wręcz trujące i kłujące. Na terenach rekreacyjnych dla dzieci powinna znaj-



dować się roślinność, która rodzi atrakcyjne owoce i nasiona, służące wielu zabawom tematycznym (żołędzie, kasztany, jarzębina itp.). Niektóre drzewa, np. wierzba mogą być żywą scenografią dla zabaw. Niektóre solidne gałęzie i konary drzew mogą być również wykorzystane do wieszania huśtawek.

Działanie zieleni na terenach zurbanizowanych jest bardzo znaczące. Masa zieleni łagodzi skoki temperatury dzięki zwiększaniu wilgotności powietrza, zwalnia ruchy powietrza eliminując jego zawirowania. Oprócz tego masa liści zatrzymuje pył i kurz, a tworzony przez drzewa „cień akustyczny” obniża natężenie hałasu. Wszystkie rośliny wydzielają tlen, oczyszczają powietrze, wpływają bardzo korzystnie na nastrój, samopoczucie, działają uspokajająco i odprężająco.

Terenem rekreacyjnym dla dzieci może być część ogrodu, parku czy osiedla mieszkaniowego. Należy wprowadzić przede wszystkim takie rozwiązania urbanistyczne, aby był on zabezpieczony od pobliskiego ruchu drogowego. Obrażenia odnoszone w wypadkach drogowych są zawsze bardzo poważne, a ponad połowa wypadków śmiertelnych wśród dzieci jest z nim właśnie związana.

Z uwagi na bezpieczeństwo, a także higienę, plac zabaw powinien być ogrodzony żywoplotem, siatką i furtkami samozamykającymi. Wszystkie urządzenia zamontowane na placu powinny mieć certyfikaty jakości i certyfikaty bezpieczeństwa dla użytkowników oraz środowiska. Rodzaj urządzeń rekreacyjnych powinien być tak dobrany, aby – zgodnie z zaleceniami lekarzy i psychologów – wpływał pozytywnie i stymulująco na rozwój dziecka, zarówno na rozwój fizyczny, zapewniający między innymi rozwój zdolności chwytnych, jak i na rozwój zdolności poznawczych, wyrabianie orientacji przestrzennej, rozwój psychiczny oraz sensomotoryczny, a zwłaszcza na poczucie równowagi i koordynację ruchową.

Plac zabaw ma być atrakcyjnym miejscem spotkań, gdzie można odpocząć od codziennego stresu i obowiązków, wyładować nadmiar energii, porozmawiać.

Solidność wykonania urządzeń daje poczucie bezpieczeństwa. Jednak najprawdopodobniej człowiek nie dojdzie nigdy do takiego stopnia wiedzy i sprawności, aby wyeliminować wszelkie zagrożenia. Chodzi tu nie tylko o ryzyko obrażeń fizycznych, ale o ryzyko nieprawidłowego rozwoju. Ważne jest więc tworzenie ciekawych i rozwijających miejsc i placów zabaw, tak aby stopień ryzyka nie przekraczał dziecięcej zdolności przewidywania i unikania niebezpieczeństw. Należy wziąć pod uwagę możliwie wszystkie okoliczności, które mogą wpływać u dzieci na błędną ocenę własnych możliwości fizycznych. Dzieci chętnie podejmują wyzwania, chcą się sprawdzić, są ciekawe świata. Może to prowadzić do niebezpiecznych prób, jak np.: wspinaczka, pokonywanie ciasnych przejść, zakamarków. Dzieci nie są świadome ryzyka swoich działań.

Opiekunowie powinni również dostrzegać różne szczegóły na placach zabaw, np.: oderwaną deskę, naderwaną linę, zniszczony sprzęt, a także ubiór dziecka (sznurki, apaszki, kaptury przy bluzach itp.), który może spowodować

zaklinowanie dziecka w jakimś miejscu. Z punktu widzenia rodziców i opiekunów plac zabaw ma być miejscem bezpiecznym, ciekawym, ma być inspiracją dla maluchów. Z punktu widzenia dzieci ma być pełen

niespodzianek, atrakcji, jego wyposażenie ma budzić ciekawość i chęć wypróbowania własnych sił. Kolorystyka, moda (wpływ filmów), ergonomiczność i funkcjonalność urządzeń mają gwarantować dobrą zabawę.

### Zakończenie

Każda miejscowość, nie tylko turystyczna, oprócz, co jest oczywiste, bazy noclegowej, gastronomicznej, walorów przyrodniczych, kulturowych, ma zapewnić turystom rozrywkę na dobrym poziomie. Wszędzie, zarówno dla dorosłych, jak i dla dzieci, powinny znajdować się ogólnodostępne, bezpieczne miejsca, gdzie można spędzić wolny czas.

Można zauważyć, że w prywatnych ogrodach, kwaterach, gospodarstwach agroturystycznych, pojawiają się wśród zieleni zadbane i kolorowe urządzenia rekreacyjne dla dzieci. Gospodarze nastawieni na konkretną grupę odbiorców, turystów, chcą tym sposobem sprzedać swój produkt turystyczny, a rodzice, dla których dobro dziecka jest najważniejsze, wybierają te miejsca, w których ich dzieci będą bezpieczne i uśmiechnięte.

W dużych miastach, gdzie kontakt z zielenią jest bardzo ograniczony, próbuje się w inny sposób zorganizować zajęcia rekreacyjne dla dzieci. Powstają liczne tzw. bajkolandy czy krainy zabaw, gdzie wstęp i dodatkowe usługi kosztują, nie każdego jednak na takie wydatki stać.

Ogólnodostępne parki nie są niestety bezpieczne i atrakcyjne dla najmłodszych. Nie ma w tej chwili terenów, gdzie dzieci mogłyby swobodnie się bawić bez obaw rodziców. Urządzenia zainstalowane na placach zabaw często zagrażają bezpieczeństwu, nie ma bowiem osób, które byłyby odpowiedzialne za kontrolę i konserwację takich obiektów rekreacyjnych. Dbanie o place zabaw często ogranicza się jedynie do wymiany piasku w piaskownicy, choć i to bardzo rzadko, a wiadomo, że jest to największe siedlisko bakterii. Za mało jest pieniędzy na infrastrukturę umożliwiającą dzieciom czynny wypoczynek na świeżym powietrzu, nie dba się o zamontowane już bramki, kosze, boiska itp. Kilka lat temu próbowano wprowadzić jakieś nowe, ekologiczne innowacje i rozwiązania, np. budowano urządzenia z drewna i lin. Jednak taki materiał, mało odporny np. na deszcz, długo niekonserwowany – niszczy się, próchnieje i stanowi zagrożenie dla życia dzieci. Większość placów zabaw nie jest dostosowana do wieku dzieci, do ich wymagań, zainteresowań, a pojemność naszych „skwerków” jest bardzo mała.



Tereny rekreacyjne dla dzieci zagospodarowane na poziomie europejskim, można spotkać na terenach prywatnych szkół i przedszkoli, ale takie place zabaw nie są niestety dostępne dla wszystkich.

Polska chce wejść do Unii Europejskiej. Co chwilę media podają, że zamknięto kolejny rozdział w negocjacjach, trzeba jednak pamiętać, że nie polega to tylko na zmianie ustaw, paragrafów i rozporządzeń. Aby stać się prawdziwymi i świadomymi obywatelami Wspólnoty Europejskiej, musimy zmienić przede wszystkim nasze podejście do środowiska, jego problemów, musimy być konsekwentni w podejmowanych działaniach, żeby nasze dzieci mogły się cieszyć żyjąc w bezpiecznym, zdrowym i czystym otoczeniu.

### Projecting and production of recreational devices for children

According to The Convention of Rights of Children every child has right to rest and free time and of course to games and recreation. Children need to have free time between learning and home duties, but that time should be organized not only by children. They need help from other institutions. Places, where children can play and rest, are playgrounds. There children can develop physically as well as mentally.

Playgrounds should be save places. Unfortunately no all devices, which children find on playgrounds, are conformable to legal and technical norms.

In Europe there are applied such regulations. In Poland unfortunately they are still no everywhere. Playgrounds are not controlled and conserved. Only private nursery schools and schools have such places on the proper level.

Playgrounds influence on attractiveness of given places. They can serve both local population and tourists, who arrive with children.

### Piśmiennictwo

- [1] Gaworecki W.W., *Turystyka*, PWE, Warszawa 1998.
- [2] *HAGS PLAY AB*, Europrint Konsult AB Srebro, (Szwecja) 1998.
- [3] Jasińska J., *Pojęcie, znaczenie i funkcje czasu wolnego*, www.profesor.pl
- [4] *Konwencja o Prawach Dziecka*, Dz.U. z 23 grudnia 1991r. Nr 120, poz. 526.
- [5] Kowalczyk A., *Geografia turystyki*, Wydawnictwo naukowe PWN, Warszawa 2001.
- [6] Mokrzyński J., *Architektura czasu wolnego*, Arkady, Warszawa 1990.
- [7] Piątkowska K., *Rekreacja w osiedlu*, Zakład Wydawnictw CRS, Warszawa 1976.
- [8] *Polski Komitet Normalizacyjny*, www.pkn.pl
- [9] Rogalewski O., *Zagospodarowanie turystyczne*, WSiP, Warszawa 1976.





**ANALIZA UWARUNKOWAŃ ROZWOJU  
AGROTURYSTYKI –  
ZE SZCZEGÓLNYM UWZGLĘDNIENIEM WPŁYWU  
SAMORZĄDU TERYTORIALNEGO  
(na przykładzie powiatu gnieźnieńskiego)**

*Joanna Kosmaczewska\**

Z sytuacji polskiego rolnictwa i stopnia zamożności gospodarstw rolnych wynika, że poszukiwanie różnych form zarobkowania stało się dla rolników nakazem chwili. Poszukując przedsięwzięcia, które mogłoby być uruchomione szybko, na małą skalę, bez wielkich nakładów finansowych i wysokich kwalifikacji zawodowych, a do tego wykorzystując walory regionu i gospodarstwa rolnego, odkryto dla Polski agroturystykę. Jest to rodzaj turystyki związany z funkcjonującym gospodarstwem rolnym, który umożliwia turystyce kontakt ze środowiskiem wiejskim, poznanie zwyczajów ludowych i „podglądanie” pracy gospodarza podczas codziennych zajęć. Jak szacuje W. Gaworecki [1], agroturystyka zdobywa ważną pozycję na rynku turystycznym angażując 10 – 20% popytu turystycznego.

Również w powiecie gnieźnieńskim obserwujemy rosnące zainteresowanie agroturystyką, co jest spowodowane tym, że stwarza ona możliwość zaspokojenia interesów ekonomicznych i socjalnych trzech grup ludności:

1. **ludności miejskiej** – jest formą taniego wypoczynku w ciszy i spokoju, zapewnia kontakt z przyrodą, sztuką ludową i rzemiosłem,
2. **rolników** – tworzy dodatkowe źródło dochodów, stwarza możliwość pozyskania dochodów z różnych źródeł, aktywizuje kobiety na wsi,
3. **wspólnoty wiejskiej** – (gmin i wsi) – wzbogaca w środki finansowe budżet samorządowy, tworzy pozarolnicze miejsca pracy, jest bodźcem do rozwoju inicjatyw lokalnych, treningiem w zakresie małej przedsiębiorczości.

Świadczenie usług agroturystycznych podejmowane przez osoby prowadzące gospodarstwa rolne obarczone jest szeregiem różnorodnych uwarunkowań. Gospodarz musi wykazać się znajomością przepisów organizacyjno-prawnych, pod-

\* Katedra Ekonomiki i Organizacji Turystyki AWF, Poznań, ul. Rybaki 19

stawową wiedzą z zakresu ekonomii i ekologii, a także rozeznaniem w stosunkach społecznych panujących w miejscu jego zamieszkania. Jednak sukces działalności agroturystycznej nie zależy tylko od uwarunkowań wewnętrznych, na które wpływ ma sam właściciel gospodarstwa, ale równie ważne są uwarunkowania zewnętrzne, takie jak: przeobrażenia ekonomiczne na wsi, infrastruktura społeczno-gospodarcza gminy oraz pomoc ze strony instytucji samorządowych na rzecz rozwoju małej przedsiębiorczości. Rozwój agroturystyki odbywa się w środowisku społeczności lokalnej o charakterystycznej mentalności, odmiennym trybie życia i obyczajowości, dlatego szczególnie ważną rolę do spełnienia w tej kwestii mają jednostki samorządu terytorialnego.

Model ustroju terenowych władz publicznych od dłuższego czasu ulega tendencjom decentralistycznym, które przyczyniły się do wzmocnienia samorządowych władz kosztem administracji rządowej. Kształtująca się obecnie w Polsce struktura terenowa władz publicznych, wprowadzona w 1999 roku, jest zgodna ze wspomnianą tendencją decentralizacji.

Samorząd terytorialny składa się z 2 podukładów [2]:

- lokalnego (gmina, powiat),
- regionalnego (województwo, terenowa administracja rządowa).

Podstawową jednostką w tym podukładzie jest gmina, a powiat odgrywa rolę uzupełniającą w zakresie tych zadań publicznych, które przekraczają możliwości gminy. Organy władzy samorządowej odpowiedzialne za kompleksowy rozwój w skali lokalnej są predystynowane do tworzenia i realizacji strategii rozwoju. Tak daleko idąca decentralizacja władzy państwowej pozwala na sprawniejsze zarządzanie budżetem gminnym i realizację postulatów społeczności lokalnej oraz podtrzymuje usługową rolę władzy wobec społeczeństwa. Władze lokalne posiadają odpowiednie instrumentarium oddziaływania na strategiczne dla gminy decyzje. Mogą oddziaływać w sposób bezpośredni (wydawanie przepisów gminnych oraz aktów administracyjnych) i pośredni (planowanie zagospodarowania przestrzennego, podatki, opłaty).

Zadania własne gminy określa ustawa o samorządzie terytorialnym [3]. Chociaż z aktów prawnych dotyczących działalności społeczno-gospodarczej nie wynikają bezpośrednio zadania w zakresie turystyki, to istotny jest wkład gmin w rozwój infrastruktury technicznej, dbanie o ład przestrzenny, zieleni komunalną, ochronę środowiska, tereny rekreacyjne i urządzenia sportowe oraz promocję. Należałoby oczekiwać, że wysiłki władz gminnych na rzecz rozwoju agroturystyki zostaną poparte poprzez ukierunkowane na rozwój turystyki wypełnianie przez powiat określonych ustawą zadań publicznych o charakterze ponadgminnym [4]. Na poziomie regionalnym dobrze rokuje fakt wyodrębnienia obszarów atrakcyjnych turystycznie w Strategii Rozwoju Województwa Wielkopolskiego [5], natomiast w skali kraju to, że wśród 5 tzw. markowych produktów turystycznych znalazła się także turystyka na obszarach wiejskich.



## Metodyka

Problem analizowano przy pomocy wywiadów ankietowych przeprowadzonych z przedstawicielami władz samorządowych (w celu określenia stosunku samorządu lokalnego do rozwoju agroturystyki – 10 wywiadów ankietowych) i właścicielami gospodarstw agroturystycznych (w celu oceny działań samorządu na rzecz rozwoju agroturystyki – 26 wywiadów ankietowych). Badania przeprowadzono w 2002 roku na terenie powiatu gnieźnieńskiego.

## Wyniki badań

Z agroturystyki płynie szereg korzyści ekonomicznych. Powoduje ona rozwój gospodarstw rolnych, wsi i gmin oraz przynosi dodatkowe dochody także dla budżetu gminnego. Agroturystyka jest przyczyną powstania i rozwoju dodatkowego rynku zbytu na produkty żywnościowe i usługi miejscowe (rękodzielnictwo, stolarstwo, rzeźbiarstwo, kowalstwo). Staje się szansą rozwoju infrastruktury społeczno-ekonomicznej, technicznej wsi i gminy, a przez to poprawia wizerunek miejscowości, wpływa na podwyższenie poziomu życia mieszkańców i tworzy miejsca pracy dla bezrobotnych. Na świadczeniu usług agroturystycznych zarabia nie tylko właściciel gospodarstwa, ale również inni mieszkańcy wsi i gminy. W ten sposób powstaje znany w turystyce efekt mnożnikowy, który rozwija lokalną koniunkturę gospodarczą oraz powoduje zwiększenie popytu na produkty i usługi okołoturystyczne.

Czynnik ekonomiczny mobilizuje do rozpoczęcia działalności agroturystycznej rolników także w powiecie gnieźnieńskim. Na terenie powiatu funkcjonuje obecnie 26 gospodarstw agroturystycznych. W przeprowadzonej ankiecie ponad połowa gospodarzy (61,5%) zadeklarowała, że do rozpoczęcia działalności skłoniła ich chęć uzyskania dodatkowego dochodu.

**Tabela 1.** Powody rozpoczęcia działalności agroturystycznej przez rolników w powiecie Gnieźnieńskim

Wyszczególnienie	Odpowiedzi respondentów liczba %	
Niska opłacalność produkcji rolnej i zwierzęcej	3	11,6
Chęć osiągnięcia dodatkowego dochodu	16	61,5
Duży niewykorzystany dom	7	26,9
Razem	26	100,0

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań ankietowych

Rozmieszczenie gospodarstw agroturystycznych na terenie powiatu jest nierównomierne. Wynika to m.in. z różnej zasobności gmin w walory naturalne i antropogeniczne, a także z różnego zaangażowania władz samorządowych w propagowanie wiedzy na temat agroturystyki.

Władze poszczególnych gmin wchodzących w skład powiatu gnieźnieńskiego dobrze orientują się w liczbie gospodarstw agroturystycznych znajdujących się na ich terenie. Posiadają również wiedzę na temat gospodarstw rolnych, które swoją przyszłość chcą związać z agroturystyką.

Nikt z mieszkańców gmin Niechanowo i Witkowo nie prowadzi działalności agroturystycznej. W pierwszym przypadku władze gminne przyczynę tego stanu rzeczy widzą w braku szczególnych walorów przyrodniczo-geograficznych, gdyż jest to gmina typowo rolnicza, na terenie której przeważają gospodarstwa wielkotowarowe. Z kolei w przypadku gminy Witkowo rozwój agroturystyki nie ma zbyt dużych szans na powodzenie, gdyż gmina ta postawiła głównie na rozwój masowej turystyki, co warunkuje obecność licznych ośrodków wczasowych.

Gospodarstwa agroturystyczne w powiecie gnieźnieńskim korzystają z naturalnych dobrodziejstw płynących z bliskości lasów i jezior. Wszystkie gospodarstwa zlokalizowane są w odległości nie większej niż 10 km od lasu, a tylko 23% z nich usytuowanych jest w odległości powyżej 5 km od jeziora.

Najczęstszą formą zapewnienia usług noclegowych w badanych gospodarstwach agroturystycznych jest udostępnianie pokoju gościnnego\* (57%).

34,6% gospodarstw proponuje dodatkowo możliwość rozbicia namiotu lub ustawienia campingu na terenie gospodarstwa, stwarzając możliwość jeszcze tańszego wypoczynku dla gości, a sobie zapewniając dodatkowy dochód, nawet przy 100% obłożeniu miejsc noclegowych. W 88,4% gospodarstw właściciele dysponują oddzielną łazienką dla gości, a w pozostałych 11,6% każdy z pokoi posiada samodzielną łazienkę.

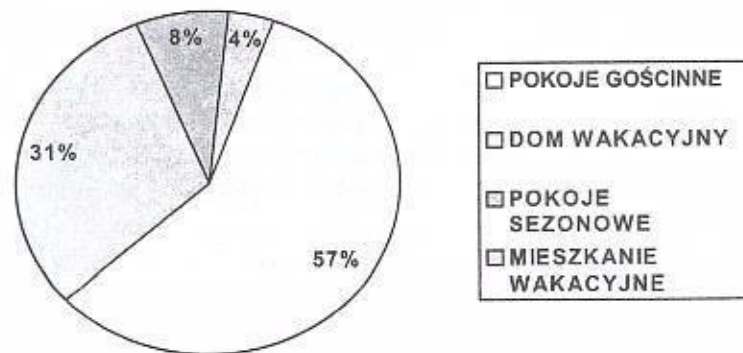
Na wysokim poziomie świadczone są także usługi żywieniowe. Ponad połowa (61,5%) gospodarstw posiada kuchnię wspólną dla gości, a w 27% gospodarstw goście dzielą kuchnię z gospodarzami. Tylko niewielka część kwater agro-

\* Podział obiektów turystyki wiejskiej w niniejszych badaniach przyjęto za Federacją Polskiej Turystyki Wiejskiej „Gospodarstwa Gościnne”:

- pokoje gościnne – pokój spełniający funkcje sypialni dla 1–4 osób. Gospodarze badanych gospodarstw agroturystycznych dysponowali pokojami wynajmowanymi tylko w miesiącach od maja do września – takie pokoje zostały zakwalifikowane jako pokoje sezonowe.
- samodzielne jednostki mieszkalne – dom, mieszkanie wynajmowane w całości. Dla potrzeb pracy zastosowano określenia dom wakacyjny i mieszkanie wakacyjne oznaczające wynajmowanie obiektu w całości w miesiącach od maja do września
- przyzagrodowe pole namiotowe – miejsce do rozbicia namiotu lub ustawienia przyczepy kempingowej
- pokoje grupowe – w badanych gospodarstwach agroturystycznych nie wystąpiły.



turystycznych (7,6%) nie ma dostępu do kuchni. 76,9% gospodarstw proponuje wyżywienie całodzienne przygotowane przez gospodarzy z produktów częściowo pochodzących z gospodarstwa.



Ryc. 1. Struktura bazy agroturystycznej powiatu gnieźnieńskiego

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań ankietowych

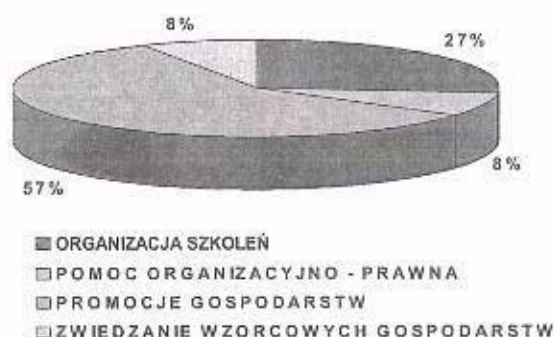
Niestety zdecydowanie gorzej wypadają usługi dodatkowe. 26,9% gospodarstw agroturystycznych działających w powiecie proponuje rekreację konną, dysponując własnymi końmi, a 11,5% gospodarstw stwarza taką możliwość, posilając się pobliskimi stadninami bądź życzliwością sąsiada. Do atrakcji odpłatnych należą także przejażdżki bryczką lub kulig. Usługi towarzyszące świadczone w gospodarstwach agroturystycznych powiatu gnieźnieńskiego są mało zróżnicowane i najczęściej ograniczają się do organizowania ognisk i wypożyczenia sprzętu sportowo-rekreacyjnego. Tylko nieliczne gospodarstwa wzbogaciły ofertę podstawową, proponując rzadziej spotykane dodatkowe usługi np.: wędzenie ryb, pokaz przetwarzania mleka koziego na jogurty i sery, prezentację rękodzieła czy trzcinowej przydomowej oczyszczalni ścieków.

Gospodarstwa agroturystyczne powiatu gnieźnieńskiego docierają do swoich klientów głównie przy użyciu kanałów dystrybucji bezpośredniej. Rolnicy starają się sprzedać swoje usługi wykorzystując rezerwację telefoniczną i drogę korespondencyjną. Duże efekty przynosi także przekaz bezpośredni, gdyż zadowoleni goście chętnie polecają gospodarstwo agroturystyczne swoim znajomym. Jednak trudności z pozyskaniem klientów sprawiły, że gospodarze coraz chętniej korzystają z usług dodatkowych ogniw dystrybucji. W powiecie gnieźnieńskim są nimi: urzędy gminne, starostwo powiatowe, Biuro Informacji Turystycznej w Gnieźnie, ODR „Sielinko”, Poznańskie Towarzystwo Agroturystyczne. Za pośrednictwem tych instytucji można ocenić sytuację rynkową i stawiać prognozy dla rozwoju agroturystyki, promować, kontrolować i kształtować ceny. Własność produktu agroturystycznego cały czas pozostaje w rękach jego wytwórcy, a wspomniane ogniwia pośredniczą jedynie w sprzedaży usług. Utrzy-

mują się one z lokalnych środków budżetowych i innych dodatkowych funduszy, a w przypadku Poznańskiego Towarzystwa Agroturystycznego ze składek członkowskich. Kwaterodawcy ponoszą jedynie koszty przygotowania materiałów promocyjnych o swoim gospodarstwie.

Przedstawiciele władz wszystkich gmin, na terenie których znajdują się gospodarstwa agroturystyczne, deklarują pomoc w rozwoju agroturystyki. Jak pokazuje wykres 2., jest to głównie promocja gospodarstw i organizacja szkoleń. Duże znaczenie ma także udział powiatu w targach turystycznych TOUR SALON oraz public relations i propaganda marketingowa, dzięki której starostwo powiatowe stara się dbać o korzystny dla rozwoju turystyki wizerunek Gniezna i powiatu. Nie bez znaczenia są też działania urzędów gminnych, które pragną zaistnieć na rynku krajowym i zagranicznym, wykorzystując różne środki promocji.

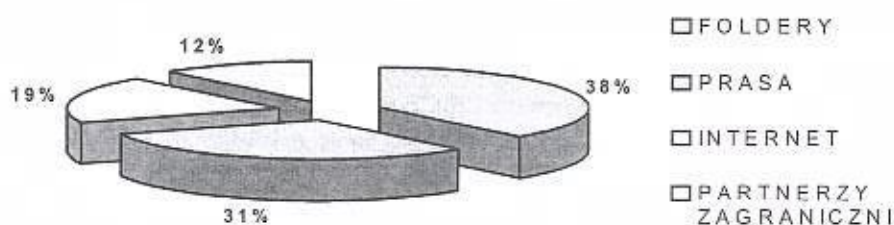
Chociaż przedstawiciele samorządu terytorialnego uważają swoją gminę za atrakcyjną turystycznie (89% respondentów), nie oznacza to wyodrębnienia w budżecie gminnym środków finansowych na rozwój turystyki. Finansowanie rozwoju turystyki (w tym także agroturystyki) na szczeblu powiatu wygląda bardziej obiecująco. Do realizacji zadań powiatu pozyskano środki z Agencji Rozwoju i Restrukturyzacji Rolnictwa w ramach programu SAPARD. W budżecie zabezpieczono środki na realizację Strategii Rozwoju Powiatu Gnieźnieńskiego [6], której zadaniem jest m.in. rozwój turystyki i agroturystyki w powiecie. W tym celu starostwo powiatowe powołało do życia działające w Gnieźnie Biuro Informacji Turystycznej (posiadające własną stronę internetową – [www.turystyka.gniezno.pl](http://www.turystyka.gniezno.pl)), zainwestowało w multimedialną promocję przygotowując prezentacje multimedialne na kasetach VHS (m.in. „Agroturystyka w Powiecie Gnieźnieńskim”) i nową ulepszoną stronę internetową powiatu. Ponadto przeprowadziło konkurs pt.: „Gospodarstwo Agroturystyczne 2002 roku w Powiecie Gnieźnieńskim”, w którym główną nagrodę otrzymał pan Marcin Król („Rybakówka” – Sławno).



Ryc. 2. Formy wspomagania rozwoju agroturystyki przez gminy powiatu gnieźnieńskiego

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań ankietowych





Ryc. 3. Środki promocji wykorzystywane przez urzędy gminne w powiecie gnieźnieńskim

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań ankietowych

W ramach Strategii Rozwoju Powiatu Gnieźnieńskiego Biuro Promocji Rolnictwa realizuje program wsparcia, rozwoju i promocji rolnictwa, skierowany do rolników indywidualnych (również właścicieli gospodarstw agroturystycznych) oraz zakładów i przedsiębiorstw przetwarzających produkty rolne.

Także w trosce o rozwój turystyki i agroturystyki samorzady leżące wzdłuż Szlaku Piastowskiego zaproszono do rozpoczęcia indywidualnych rozmów i wspólnego podjęcia działań mających na celu utworzenie Lokalnej Organizacji Turystycznej Szlaku Piastowskiego. Samorządom został przesłany projekt statutu LOT Szlaku Piastowskiego, który był konsultowany z Polską Organizacją Turystyczną w Warszawie, jednak realizacja projektu może nastąpić nie wcześniej niż w 2003 roku.

Z przeprowadzonych wywiadów ankietowych z właścicielami gospodarstw agroturystycznych wynika, że przy rozpoczynaniu działalności bardziej pomocne niż samorząd terytorialny okazały się: Wielkopolski Ośrodek Doradztwa Rolniczego i Poznańskie Towarzystwo Agroturystyczne (tabela 2).

Tabela 2. Instytucje, z pomocy których korzystali właściciele gospodarstw agroturystycznych, rozpoczynając działalność

Wyszczególnienie	Odpowiedzi Respondentów	
	Liczba	%
Stowarzyszenie agroturystyczne	15	36,6
Urząd gminy	10	24,4
Ośrodek doradztwa rolniczego	16	39,0
Razem	41*	100,0

\* Liczba odpowiedzi jest większa niż liczba gospodarstw, gdyż w niektórych przypadkach gospodarze korzystali z pomocy kilku instytucji.

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań ankietowych.

Wielkopolski Ośrodek Doradztwa Rolniczego posiada pracowników, którzy m.in. udzielają informacji i porad związanych z prowadzeniem działalności agroturystycznej, a także zajmują się ewidencją funkcjonujących gospodarstw. WODR

organizuje również szkolenia dla przyszłych właścicieli gospodarstw (ukończenie których jest m.in. warunkiem otrzymania preferencyjnego kredytu z dopłatą ARiMR), a także cykliczną imprezę promocyjną pt. „Otwarta zagroda – polska wieś zaprasza”. Celem imprezy jest wypromowanie wielkopolskiej wsi, pomoc w zdobyciu klientów skierowana do gospodarstw agroturystycznych i bezpośrednio sprzedaż rękodzieła i produktów rolnych. Ponadto WODR powołał Dział Wspierania Rozwoju Obszarów Wiejskich, który utworzył stronę internetową, na której krótko prezentuje wszystkie gospodarstwa agroturystyczne w województwie, z podziałem na poszczególne powiaty. Jest to inicjatywa, która szczególnie cieszy w sytuacji, gdy 20% gospodarzy przy rozpoczynaniu działalności agroturystycznej napotkało trudności związane z promocją i pozyskaniem gości.

Dużą pomoc dla funkcjonujących w powiecie gospodarstw agroturystycznych świadczy Poznańskie Towarzystwo Agroturystyczne, które jest członkiem Porozumienia Stowarzyszeń Agroturystycznych Województwa Wielkopolskiego. O prężności działania i skali pomocy jakiej udziela, świadczy fakt, że 80% gospodarstw agroturystycznych należy do grona jego członków. Kwaterodawcy mogą uczestniczyć w szkoleniach prowadzonych przez specjalistów w zakresie turystyki, finansów, prawa, podatków i innych dziedzin. Stowarzyszenie przygotowuje również materiały reklamowe i promuje oferty swoich członków w kraju i za granicą. Należy także do Federacji Turystyki Wiejskiej „Gospodarstwa Gościnne”, która w 1997 roku została członkiem Europejskiej Federacji Stowarzyszeń do Spraw Urlopu w Wiejskiej Zagrodzie i Turystyki na Terenie Wiejskim (EUROGITÉS). Członkostwo to daje możliwość wyjścia z ofertą agroturystyczną do 18 krajów Europy, ale jednocześnie zobowiązuje kwaterodawców do projektowania kompleksowej i coraz ciekawszej oferty wypoczynku na wsi.

Efektywne zarządzanie gospodarstwem agroturystycznym wymaga umiejętności marketingowych oraz wiedzy m.in. o budownictwie, urządzeniu wnętrz, prezentowaniu najlepszych stron oferty. Zdobyciu tych umiejętności ma służyć opracowana przez Krajowe Centrum Doradztwa Rozwoju i Obszarów Wiejskich „Strategia Szkoleniowa Wiejskiej Bazy Noclegowej”, która obejmuje szkolenia zarówno dla osób prowadzących gospodarstwa, jak i dla tych, którzy swoją działalność planują rozpocząć.

Rozwojowi przedsiębiorczości, w tym także agroturystyki, sprzyjają również szkolenia dla liderów turystyki wiejskiej. To właśnie za sprawą liderów, którzy potrafią dostrzec i pobudzić potencjalny rozwój drzemiący w wiejskich społecznościach lokalnych, mieszkańcy wsi stają się bardziej aktywni i otwarci na modernizację. Społeczna akceptacja przyjmowania turystów potwierdza słuszność podjętej decyzji o rozpoczęciu działalności agroturystycznej i zachęca do wzmocnionych wysiłków.



Ważne jest, by władze lokalne i ośrodki doradztwa rolniczego promowały i wspierały ludzi, którzy prezentują innowacyjne postawy i chcą poszukiwać nowych źródeł zarobkowania na wsi. Dzięki agroturystyce możliwe jest bowiem obcowanie mieszkańców miast i wsi, a co za tym idzie przenikanie wzorów miejskiego i wiejskiego stylu życia, co czyni ludność wiejską bardziej otwartą na otoczenie zewnętrzne i nowe możliwości. Działalność agroturystyczna wyzwala możliwości w kreowaniu dodatkowych przedsięwzięć, takich jak: prowadzone na małą skalę przetwórstwo rolno-spożywcze, sprzedaż rękodzieła, uprawa roślin o specjalnym przeznaczeniu (zioła, suche bukiety) i mało znanych warzyw oraz chów rzadziej spotykanych gatunków zwierząt. Specyfika prac związanych z agroturystyką angażuje kobiety wiejskie, dając im możliwość zarobkowania i samorealizacji, przez co podnosi ich status społeczny. Agroturystyka, podnosząc prestiż wsi i gminy, buduje w ludziach zadowolenie z przynależności do społeczności lokalnej, co sprzyja aktywizacji mieszkańców.

### Wnioski

Nietrudno zauważyć, że chociaż lokalny samorząd terytorialny orientuje się w rozmiarach agroturystyki na terenie swojej gminy, to główny ciężar pomocy obecnym i przyszłym gospodarstwom agroturystycznym spoczywa na barkach WODR i PTA. Obiecującą dla rozwoju agroturystyki zapowiada się „proturystyczna” polityka władz powiatu gnieźnieńskiego. Martwi tylko fakt, że w swych wysiłkach nie znajduje sojusznika we władzach gminnych. Należy bowiem pamiętać, że agroturystyka powinna rozwijać się wspólnym wysiłkiem całej społeczności, zarówno władz gminnych i powiatowych, jak i indywidualnych mieszkańców. Ci ostatni zdają się być najsilniejszym ogniwem w tym wysiłku, ale mają prawo oczekiwać większego zaangażowania, zwłaszcza od władz lokalnych, które zdają się nie pamiętać, że nawet największego entuzjastę – organizatora wypoczynku na wsi – swoim nieżyczliwym podejściem mogą zmienić w sceptyka. Od tego już tylko krok, by rozwój agroturystyki w gminie został zahamowany. Warto, by wóldarze nadzorowali i bardziej wspierali fachową pomocą inicjatywę społeczności lokalnej.

Agroturystyka stwarza alternatywę dla masowego ruchu turystycznego, jaki ma miejsce w stolicy powiatu gnieźnieńskiego. Jest szansą na rozwój obszarów wiejskich i zatrzymanie jednodniowych odwiedzających na dłuższy okres na terenie powiatu, co może podnieść realny dochód na głowę mieszkańca.

**The analysis predisposed to agroturism development  
– with emphasis on influence of local government  
(as an example powiat gnieźnieński)**

Agroturism is a kind of tourism connected with active farms, which enable tourists to experience country life and folk customs. This kind of tourism gives lots of economic and social benefits for inhabitants, farmers and the community of country. The development of agroturism depends on the country economic transformation, availability of investment credits and help of local governments. One of the areas, on which are located agroturism farms, is *powiat gnieźnieński* (Polish administrative unite), part of Wielkopolska Province. On the basis of opinion poll (and interviews with farmers, the local authorities and tourists) we can draw conclusions, that local goverment knows all the agroturistic farms but the most helpful for farmers are: *Wojewódzki Ośrodek Doradztwa Rolniczego* and *Poznańskie Towarzystwo Agroturystyczne*. The project of local development strategy gives favourable conditions to popularize agroturism in *powiat gnieźnieński*. This kind of tourism is alternative to mass tourism and can be reason to stay longer. If the tourists stay longer, they will spend more money and the local government will gain more revenues. But the local authorities should remember that agroturism for its development needs sustained efforts of all local society to establish and maintain the right image of their activity.

### Piśmiennictwo

- [1] Gaworecki W., *Turystyka*, PWE, Warszawa 2000.
- [2] Kudłacz T., *Programowanie rozwoju terytorialnego*, PWN, Warszawa 1999, s. 83.
- [3] Dziennik Ustaw z 1996 Nr 13, poz.74 z późniejszymi zmianami – *Ustawa o Samorządzie Gminnym*.
- [4] Dziennik Ustaw z 1998 Nr 91, poz. 578 z późniejszymi zmianami – *Ustawa o Samorządzie Powiatowym*.
- [5] Strategia Rozwoju Województwa Wielkopolskiego, Sejmik Województwa Wielkopolskiego, Poznań 2000.
- [6] Strategia Rozwoju Powiatu Gnieźnieńskiego, Gniezno 2001.



## UWARUNKOWANIA ROZWOJU TURYSTYKI PRZYJAZDOWEJ Z NIEMIEC DO POLSKI

*Jacek P. Barełkowski*<sup>1</sup>

Zmiany polityczne w Europie lat pięćdziesiątych, dalszy wzrost zamożności mieszkańców państw zachodnich, a także coraz dłuższe płatne urlopy sprawiają, iż turystyka staje się coraz ważniejszym elementem wydłużającego się życia obywateli, a także gospodarki wielu krajów. Również dla Polski turystyka zagraniczna, zarówno przyjazdowa, jak i wyjazdowa oraz wpływy i wydatki turystyczne odgrywają w gospodarce ważną rolę.

Jak wykazała przeprowadzona przez autora szczegółowa analiza ruchu turystycznego do Polski, najistotniejsze znaczenie miała, ma i będzie mieć w przyszłości **turystyka przyjazdowa z Niemiec**. Już w okresie międzywojennym w latach 1930–1937, Niemcy stanowili około 1/3 (29,6 – 40%) wszystkich obcokrajowców odwiedzających Polskę.<sup>2</sup> Także od pierwszych lat rozwoju turystyki po II wojnie światowej, tj. od połowy lat pięćdziesiątych liczba turystów z Niemiec, w tym także osób polskiego i żydowskiego pochodzenia tam zamieszkałych, utrzymywała się na poziomie około 30% wszystkich cudzoziemców przyjeżdżających do Polski. Wyjątkowymi latami w rozwoju turystyki z Niemiec do Polski był okres *zimnej wojny*, tj. lata 1961–1963, kiedy to udział turystów niemieckich spadł do poziomu kilkunastu procent (13,9–19,0%) oraz lata siedemdziesiąte, kiedy to w wyniku wprowadzonych ułatwień w podróżowaniu między byłą NRD a Polską udział ten osiągnął w 1972 roku nawet 82%. Również przez następne lata (1973–1980) utrzymywał się na bardzo wysokim poziomie, tj. 52,3 – 78,8%. Po zawieszeniu przez władze byłej NRD ułatwień w wyjazdach do Polski od dnia 30.10.1980 roku<sup>3</sup> i wprowadzeniu w Polsce stanu wojennego (obowiązywał od dnia 13.12.1981 roku do dnia 22.07.1983 roku), udział ten spadł w latach 1981–1989 do około 22–30%.

<sup>1</sup> Darpol – Biuro Turystyczne Kaiser Friedrich Strasse 19, 10585 Berlin-Charlottenburg.

<sup>2</sup> S. Ostrowski, *Zarys historii turystyki w Polsce*, Sport i Turystyka, Warszawa 1970, s. 32.

<sup>3</sup> DDR schränkt Reiseverkehr mit Polen ein, Der Tagesspiegel, 29.10.1980.

Lata dziewięćdziesiąte przyniosły dynamiczny rozwój turystyki przyjazdowej do Polski, w tym i z Niemiec. W latach 1989–1998, tj. w ciągu 10 lat, liczba obcokrajowców odwiedzających Polskę wzrosła ponad dziesięciokrotnie z 8,2 mln do 88,6 mln, a Niemców prawie 30-krotnie, osiągając rekordowy poziom ponad 50 mln osób przekraczających rocznie granicę niemiecko-polską (1989 rok – 1,8 mln, 1998 rok – 51,6 mln) i około 60% -owy udział wśród ogółu cudzoziemców. Co piąty obcokrajowiec (21,2%) i co ósmy Niemiec (13,0%) przyjeżdżający do Polski w 1998 roku był turystą korzystającym z conajmniej jednego noclegu.

Wydaje się jednak, iż podane powyżej wielkości osiągnęły już górny pułap, co potwierdzają dane statystyczne za lata 1999 – 2000<sup>4</sup> i nie należy oczekiwać w przyszłości ponownego wzrostu liczby przyjazdów cudzoziemców do Polski. Mimo to Polska ze swoimi walorami turystycznymi, przyrodniczymi i kulturowymi, jak i ze względu na położenie geograficzne, może stać się dla coraz większej liczby turystów niemieckich, i to młodszych pokoleń, celem częstszych i dłuższych wyjazdów czy nawet pobytów urlopowych.

Przeprowadzona analiza ruchu turystycznego do Polski w latach 1989–1998, a szczególnie z Niemiec, wykazała iż okres ten charakteryzował się dynamicznym wzrostem zarówno ilości cudzoziemców odwiedzających Polskę, jak i wpływów z zagranicznej turystyki przyjazdowej. Mimo iż Polska uplasowała się w 1998 roku na 8. miejscu na świecie pod względem ilości cudzoziemców i na 13. miejscu pod względem wpływów z turystyki przyjazdowej, to lata 1995–1998 nie były już okresem tak dynamicznego rozwoju przyjazdów, jak to miało miejsce od początku lat dziewięćdziesiątych. W 1998 roku nastąpił 7,8%-owy, a w 1999 roku w porównaniu z rokiem poprzednim dalszy 23,8%-owy spadek wpływów dewizowych z tego tytułu do 6,1 mld USD, co dało Polsce 17. miejsce na świecie.<sup>5</sup> W 2000 roku wpływy z turystyki przyjazdowej do Polski utrzymywały się na poziomie roku poprzedniego (6,09 mld USD).<sup>6</sup>

Główną przyczyną tak dynamicznego rozwoju turystyki przyjazdowej od początku lat 90-tych były zmiany polityczne, które miały miejsce w Polsce i pozostałych krajach Europy Wschodniej, upadek komunizmu i muru berlińskiego oraz rozpad byłego ZSRR na niezależne państwa. Konsekwencją tego były wprowadzone ułatwienia w podróżowaniu, szybki, ale jednocześnie bardzo zróżnicowany rozwój gospodarczy, a co za tym idzie powstanie znacznych różnic w poziomach cen, również usług turystycznych, poszczególnych państw.

W ostatnich latach podjęto wiele działań, które miały na celu rozwój wymiany turystycznej pomiędzy poszczególnymi krajami. W dalszym ciągu istnieje jednak również szereg przeszkód, które ten rozwój ograniczają.

<sup>4</sup> *Turystyka Polska 2000*, Instytut Turystyki na zlecenie POT, Warszawa 2001.

<sup>5</sup> *Polnischer Tourismus 1999*, Polnische Organisation für Touristik, Warszawa 2000.

<sup>6</sup> *Turystyka Polska*, Polska Organizacja Turystyczna, Warszawa 2001.



## 1. Uwarunkowania prawno-organizacyjne

Zarówno w Polsce, jak i w krajach Unii Europejskiej, w tym także w Republice Federalnej Niemiec, podjęto różne działania prawno-organizacyjne, które miały doprowadzić do rozwoju wymiany turystycznej. Podstawowe kwestie związane z rozwojem turystyki polsko-niemieckiej reguluje: *Traktat między Rzeczpospolitą Polską a Republiką Federalną Niemiec o dobrym sąsiedztwie i przyjaznej współpracy*, a przede wszystkim jego artykuły 18 i 19<sup>7</sup>.

Bez wątplenia w ostatnich latach podjęto szereg działań dla usprawnienia rozwoju turystyki, zgodnych z duchem podpisanego traktatu. Między innymi wybudowano i rozbudowano szereg przejść granicznych między Polską a Niemcami, jednak w dalszym ciągu wiele do życzenia pozostawia ich organizacja, a przede wszystkim czas odpraw paszportowo-celnych. Dotyczy to zarówno ruchu osobowego<sup>8</sup> i towarowego<sup>9</sup>, niejednokrotnie i turyści, i kierowcy ciężarówek zmuszeni są do wielogodzinnego oczekiwania na odprawę graniczną. Znajduje to często swoje odbicie w mediach niemieckich i wpływa bezsprzecznie negatywnie na podjęcie decyzji o wyjeździe do Polski. Problem ten nie został również zlikwidowany przez wprowadzenie na zewnętrznej granicy Unii Europejskiej (EU) osobnych kolejek dla obywateli państw Unii i pozostałych<sup>10</sup>, który to podział spotkał się z mocną krytyką obywateli i mediów polskich<sup>11</sup>.

Pierwszymi polskimi działaniami likwidującymi niepotrzebne bariery w rozwoju turystyki przyjazdowej do Polski było zlikwidowanie **talonów benzynowych** dla pojazdów zagranicznych, co nastąpiło już od dnia 1.01.1989 roku<sup>12</sup> oraz zniesienie z dniem 1.01.1990 roku **obowiązkowej wymiany dewiz** dla obcokrajowców odwiedzających Polskę (36 DM na osobę dziennie)<sup>13</sup>. Następnym krokiem było ujednoczenie cen za usługi hotelowe w Polsce dla obcokrajowców i obywateli polskich wprowadzone z dniem 1.07.1990 roku<sup>14</sup>.

Najistotniejszą jednak decyzją dla dalszego rozwoju turystyki przyjazdowej do Polski było jednostronne zawieszenie obowiązku wizowego dla wszystkich obywateli Europy Zachodniej oraz USA wprowadzone przez stronę polską

<sup>7</sup> Traktaty polsko-niemieckie z 14.11.1990 r. i 17.06.1991 r., Ministerstwo Spraw Zagranicznych i Ministerstwo Spraw Wewnętrznych Republiki Federalnej Niemiec, Bonn 1992, s. 43 + 45.

<sup>8</sup> D. Klauke, *Ohne Ortsumfahrung geht's nicht mehr*, Der Tagesspiegel, Nr.15116 / 1994.

<sup>9</sup> C. -D. Steyer, *Lkw - Fahrer warten 40 Stunden*, Der Tagesspiegel, Nr 15056 / 1994.

<sup>10</sup> U. Rohr, *Grenzer stehen vor dem Fahndungscomputer Schlange*, Der Tagesspiegel, Nr 15236 / 1995.

<sup>11</sup> M. Ciolemęcki, P. Cywiński, *Granica Europy*, WPROST, 2.04.1995.

<sup>12</sup> Informacja ORBIS Travel Warszawa.

<sup>13</sup> M. Bugusz, *Turystyka przyjazdowa do Polski w latach 1989-90, stan obecny i warunki rozwoju*, Instytut Turystyki, Warszawa, s. 9.

<sup>14</sup> Tamże, s. 9.

dnia 1.01.1991 roku, a usankcjonowane przez państwa Umowy Schengen dnia 8.04.1991 roku zniesieniem wiz dla obywateli polskich i niektórych innych z Europy Wschodniej<sup>15</sup>.

Ważnym problemem są **dokumenty podróży**, na podstawie których można przekraczać granice państwowe. W wyniku Umowy między rządami Polski i Niemiec, która weszła w życie z dniem 08.04.1991 roku, polscy i niemieccy obywatele podróżować muszą z ważnym paszportem, z wyłączeniem ruchu przygranicznego<sup>16</sup>. W praktyce jednak polska straż graniczna toleruje niemieckie dowody osobiste, co jest jakby rozszerzeniem wcześniejszych zasad podróżowania mieszkańców byłego Berlina Zachodniego (od 15.09.1960 roku nie były uznawane paszporty RFN wystawiane mieszkańcom Berlina Zachodniego<sup>17</sup>). Niekiedy jednak bez wcześniejszego zapowiedzenia polska straż graniczna z całą surowością egzekwuje obowiązujące porozumienie i wymaga od obywateli RFN posiadania paszportów lub wystawiania na granicy przez stronę niemiecką (Bundesgrenzschutz) tzw. *paszportów zastępczych (Ersatzpässe)* za opłatą 15 DM<sup>18</sup>.

W związku z tym, iż większość Niemców nie posiada paszportów, należałoby formalnie, **być może tylko jednostronnie**, uznać niemiecki dowód osobisty (trudny do sfalszowania) za oficjalny dokument uprawniający do przekraczania granicy niemiecko-polskiej. Polskie konsulaty i ośrodki informacji turystycznej, jak i różne publikacje, informują o konieczności posiadania paszportu, co u osób niedysponujących takim dokumentem może spowodować zmianę decyzji o wyjeździe do Polski (wystawienie paszportu EU trwa co najmniej 6 tygodni i kosztuje 50 DM<sup>19</sup>). Jedynie w *małym ruchu przygranicznym* mieszkańcy wybranych 60 polskich miast i gmin oraz 434 miejscowości niemieckich mogą oficjalnie na podstawie ważnego dowodu osobistego obydwu państw przekraczać granicę niemiecko-polską i przebywać do 7 dni na obszarach tych miast i gmin<sup>20</sup>.

Nieuregulowane są również kwestie związane z uznawaniem **narodowych praw jazdy** (obecnie wymagane jest prawo jazdy międzynarodowe), jak i wzajemność w uznawaniu **ubezpieczenia od kosztów ewentualnego leczenia** (konieczne jest posiadanie dodatkowego ubezpieczenia na czas podróży). Natomiast od osób przekraczających granicę samochodem wymagana jest tzw. **zielona karta**, jako potwierdzenie zawarcia ubezpieczenia wypadkowego pojazdu za granicą, a w przypadku nieposiadania takowego konieczność wykupowania

<sup>15</sup> Umowa między rządami Polski i Niemiec o zniesieniu obowiązku wizowego (w formie wymiany not), Bundesanzeiger nr 120 / 1991.

<sup>16</sup> Pismo Ambasady Rzeczypospolitej Polskiej w Republice Federalnej Niemiec, Berlin 21.03.2000.

<sup>17</sup> Notatka służbowa MSZ PRL, Warszawa 8.09.1960.

<sup>18</sup> B. Arlt B, *Chaos an der Polen – Grenze: Einreise nur noch mit Paß*, B Z, 24.11.1995.

<sup>19</sup> Informacja Landeseinwohneramt Berlin.

<sup>20</sup> Abkommen zwischen der Regierung der Bundesrepublik Deutschland und der Regierung der Republik Polen über den kleinen Grenzverkehr vom 6.11.1992, BGBl II 1993, Nr 1.



dotatkowego ubezpieczenia lub nawet płaćenia wysokich kar pieniężnych<sup>21</sup>. *Zielona karta* jest jednak w Niemczech elementem zawieranego obowiązkowo ubezpieczenia pojazdów i otrzymuje się ją bezpłatnie, nie tak jak w Polsce, gdzie u większości towarzystw ubezpieczeniowych jest ona obowiązkowym płatnym ubezpieczeniem dodatkowym.

Z wejściem w życie przepisów o podatku od wartości dodanej (VAT), tj. z dniem 1.07.1993 roku<sup>22</sup> wprowadzono *na zasadach wzajemności podatek drogowy* dla pasażerów niemieckich autobusów poruszających się po Polsce w wysokości 20 zł od osoby, jak i od samych autobusów (powyżej 8 miejsc pasażerskich). Podobne opłaty, poza RFN (0,013 DM od osobokilometra) i Polską, pobierane są jeszcze w Belgii, Danii, Grecji oraz Bułgarii<sup>23</sup> i są, w dobie jednoczenia się Europy, absolutnym anachronizmem.

Z dniem 25.04.1998 roku obniżono w Polsce stawki dodatkowych podatków drogowych od autobusów, ale pobiera się je już od pojazdów powyżej 5 pasażerów łącznie z kierowcą<sup>24</sup>. Podatki drogowe dla pojazdów zagranicznych w transporcie osobowym ograniczają rozwój turystyki autobusowej do Polski, a zwłaszcza jednodniowej. Należałoby jak najszybciej zlikwidować te opłaty zarówno w Polsce, jak i w Niemczech oraz pozostałych wymienionych krajach europejskich.

Z dniem 1.01.1999 roku podwyższono *dzienną stawkę pieniędzy* potrzebnych na utrzymanie się turystów zagranicznych w Polsce do równowartości 100 zł. Przez niemieckie media zostało to błędnie przekazane jako ponowne wprowadzenie *wymiany obowiązkowej* i wywołało niepotrzebny niepokój wśród osób udających się do Polski<sup>25</sup>. Ten nowy przepis kontrolowany był w pierwszych dniach jego ważności z całą konsekwencją przez polskie służby graniczne, co z czasem zostało zaniechane i przeprowadzane jest wyłącznie okazjonalnie.

## 2. Uwarunkowania ekonomiczne

Mimo szybkiego rozwoju gospodarczego Polski i znacznego wzrostu cen, Polska jest w dalszym ciągu dla turystów niemieckich interesującym krajem, gdzie marka niemiecka miała w grudniu 1998 roku największą *siłę nabywczą* (1 DM odpowiadała w Polsce 1,26 DM) w porównaniu z innymi państwami sąsiadującymi z RFN (por. tabela nr 1). Siła nabywczą niemieckiej waluty w Polsce była zdecydowanie wyższa niż na przykład na Węgrzech, w Czechach czy

<sup>21</sup> Länderinformation Polen, Info - Service ADAC, München 13.07.1999.

<sup>22</sup> Rozporządzenie Ministra Finansów w sprawie opodatkowania podatkiem od wartości towarów i usług, eksportu i importu niektórych usług z dnia 12.05.1993 roku, Dz. U. nr 39 / 93, poz. 175.

<sup>23</sup> Pismo Głównego Urzędu Cei, Warszawa 27.10.1993.

<sup>24</sup> *Polenverkehr - Straßengebühren zum Teil wieder gesenkt*, Berliner Wirtschaft, Nr 5 / 1998.

<sup>25</sup> *Polen verlangt bei Einreise Nachweis von 100 Zloty*, Der Tagesspiegel, Nr 16565 / 1999.

Hiszpanii. Polska znalazła się na pierwszym miejscu wśród państw, w których pobyt jest zdecydowanie tańszy od urlopu spędzonego w Niemczech. O tym, że Polska jest dla Niemców atrakcyjnym krajem ze względu na **niższy poziom cen** wielu towarów i usług, świadczy liczba niemieckich turystów jednodniowych. W 1998 roku prawie 45 mln obywateli RFN przebywało w Polsce tylko jeden dzień, co dało niecałe 3 mld USD wpływów.

Tabela 1. Siła nabywcza 1 marki niemieckiej za granicą w grudniu 1998 roku (w DM)

Kraj	urlop tańszy	Kraj	urlop równie drogi	Kraj	urlop droższy
Polska	1.26	Turcja	1.01	USA	0.94
Węgry	1.15	Grecja	0.99	Austria	0.90
Czechy	1.13	Maroko	0.99	Finlandia	0.84
Hiszpania	1.09	Szwecja	0.99	Szwajcaria	0.83
Tunczja	1.08	Portugalia	0.98	Wielka Brytania	0.80
Słowenia	1.06	Francja	0.98	Norwegia	0.80
Holandia	1.05	Belgia	0.98	Dania	0.75
Kanada	1.03	Włochy	0.95		

Źródło: Statistisches Bundesamt, Marktanalyse, Gruner + Jahr AG & Co, Druck und Verlagshaus, Hamburg 1999)

Wzdłuż granicy niemiecko-polskiej powstało po polskiej stronie szereg targowisk, tzw. *Polenmärkte* (największe targowisko znajduje się w Słubicach), oferujących całą gamę polskich i importowanych towarów po korzystnych cenach<sup>26</sup>. Do towarów cieszących się największym zainteresowaniem Niemców należą: papierosy, narzędzia, wyroby ze szkła, dekoracje gwiazdkowe, artykuły spożywcze, kasety video, płyty CD czy benzyna, ale także usługi fryzjerskie, fotograficzne, szewskie, a przede wszystkim naprawa samochodów<sup>27</sup>.

Ze względu na fakt, iż około 90% Niemców przyjeżdża do Polski samochodem osobowym, **cena benzyny** ma bardzo istotny wpływ na przyjazdy turystów niemieckich. Jak pokazuje tabela nr: 2 jeszcze wiosną 2000 roku (stan z dnia 20.05.2000 roku) cena benzyny w Polsce była najniższa (1,58 DM za 1 litr) wśród krajów europejskich, do których Niemcy udają się najczęściej samochodem. Wzrost cen paliw w Polsce może przyczynić się do spadku liczby Niemców przyjeżdżających do Polski, zarówno odwiedzających jednodniowych, dokonujących w Polsce zakupu dóbr i usług, w tym i benzyny, jak i turystów.

Również likwidacja z dniem 1.07.1999 roku **sprzedaży wolnocłowej** w państwach Unii Europejskiej<sup>28</sup> zwiększyła zainteresowanie sklepami wolnocłowymi na polskich promach **POLFERRIES** i **UNITY LINE** oraz na statkach **ŻEGLUGI GDANSKIEJ** i **POMORSKIEJ**, czy międzynarodowych portach lotniczych i w samolotach.<sup>29</sup>

<sup>26</sup> C.-D. Steyer, *Flaute auf den polnischen Basaren*, Der Tagesspiegel, Nr 16190 / 1997.

<sup>27</sup> Tamże.

<sup>28</sup> J. Tartler, *Kampf um Duty - Free*, Der Tagesspiegel, Nr 16522 / 1998.

<sup>29</sup> C.-D. Steyer, *Zollfreier Einkauf auf der Oder*, Der Tagesspiegel, Nr 16346 / 1998.



Tabela 2. Cena benzyny w wybranych krajach europejskich za 1 litr (w DM)

Kraj	Cena	Kraj	Cena	Kraj	Cena
Polska	1.58	Włochy	2.17	Dania	2.33
Austria	1.80	Francja	2.17	Wielka Brytania	2.65
Niemcy	2.02	Holandia	2.26		

Uwaga: stan z dnia 20.05.2000

Źródło: ADAC (Allgemeiner Deutscher Automobil – Club)

Mniej atrakcyjne cenowo są natomiast dla turystów zagranicznych usługi **hotelowo-gastronomiczne** w Polsce. Ceny zakwaterowania i wyżywienia w nowo powstałych lub wyremontowanych hotelach, szczególnie w dużych miastach nie różnią się poziomem cen od cen obowiązujących w państwach Europy Zachodniej<sup>30</sup>. Dalszy wzrost cen za usługi hotelowo-gastronomiczne może doprowadzić to spadku zainteresowania Polską turystów niemieckich, jak i z innych krajów, tym bardziej iż nie są one już w takim stopniu, jak to było jeszcze przed kilku laty, rekompensowane niższymi cenami innych polskich towarów i usług.

Zgodnie z umową podpisaną w Maastricht w 1991 roku przez szefów rządów państw członkowskich Unii Europejskiej, w dwunastu krajach unii wprowadzona została z dniem 1.01.2002 roku wspólna waluta EURO (€)<sup>31</sup>. Wspólna waluta, ale także ujednoczony system prawny, w tym i podatkowy, powinny doprowadzić do zbliżenia się poziomu cen w poszczególnych krajach należących obecnie do EU. Również Polska kilka lat po przyjęciu do Unii Europejskiej stanie się najprawdopodobniej członkiem unii walutowej. Toteż istotnym będzie, aby poziom cen w Polsce nie był wyższy od poziomu cen w pozostałych krajach EU. Możliwość bezpośredniego porównania cen w krajach unii walutowej będzie miała duży wpływ na wybór celu podróży.

### 3. Uwarunkowania przyrodnicze

Przyroda i jej zasoby, które mogą być wykorzystane przez turystykę, stanowią najważniejszy czynnik rozwoju zjawisk turystycznych, a także determinują w znacznym stopniu ich rozmiary i strukturę wewnętrzną. Określenie przydatności środowiska przyrodniczego, a także wybór i ochrona niektórych terenów dla potrzeb szeroko pojętej rekreacji, związane są z właściwym podziałem powierzchni kraju dla poszczególnych dziedzin użytkowania. Znaczenie tego problemu wzrasta wraz z ekspansyjną działalnością gospodarczą człowieka i jej skutkami dla środowiska naturalnego, a jednocześnie ze stałym wzrostem ak-

<sup>30</sup> Cennik ORBIS TRAVEL sp. z o.o. na lata 2000/2001, ORBIS S.A., Warszawa 1999.

<sup>31</sup> T. Kirstges, Ch. Pfeiffer, *Auswirkungen der europäischen Währungsunion und des Euro auf Tourismusunternehmen*, FBV Medien – Verlags GmbH, Limburgerhof 1997.

tywności rekreacyjnej społeczeństwa, co jest spowodowane między innymi rozwojem urbanizacji. Ocena walorów środowiska przyrodniczego z punktu widzenia ich przydatności dla rekreacji jest zadaniem metodycznie trudnym i może podlegać różnym błędom, które spowodowane mogą być przyjętymi kryteriami czy stosowanymi metodami i skalami opracowań. Najczęściej ocenianymi składnikami środowiska przyrodniczego są: **ukształtowanie terenu, wody powierzchniowe i szata roślinna**, a natomiast rzadziej **klimat**. Jakość poszczególnych elementów środowiska przyrodniczego determinuje rozwój funkcji rekreacyjnych danego terenu.

Za pierwszą próbę oceny walorów przyrodniczych Polski uważa się pracę M. I. Mileskiej, zawierającą ocenę atrakcyjności turystycznej i wypoczynkowej poszczególnych typów krajobrazu naturalnego na podstawie analizy rzeźby terenu, wielkości powierzchni wodnych i leśnych<sup>32</sup>. Z analizy tej wynikało, iż aż około 1 / 3 terytorium Polski posiada odpowiednie warunki naturalne dla rozwoju turystyki.

Twórcy *Planu kierunkowego zagospodarowania turystycznego Polski*<sup>33</sup> ocenili, że 22% obszaru Polski posiada cechy terenów o walorach wypoczynkowych. Opracowanie to oparto również na analizie rzeźby terenu, walorów związanych z wodą i szatą leśną, a także na możliwościach uprawiania sportów zimowych i wykorzystania wód mineralnych. Natomiast *wskazania fizjologii wypoczynku* są punktem wyjścia obszernego studium J. Wyrzykowskiego, oceniającego zasoby wypoczynkowe środowiska przyrodniczego<sup>34</sup>. Według autora kwalifikacja terenów wypoczynkowych powinna wyróżniać wśród cech środowiska przyrodniczego tzw. *cechy niezbędne* i *cechy korzystne*. Do obszarów niespełniających minimum warunków turystyki wypoczynkowej, tj. nie dysponujących *cechami niezbędnymi*, zalicza się tereny:

- na których zanieczyszczenie powietrza przekracza dopuszczalne normy,
- zniekształcone przez działalność górniczą,
- krajobrazu kulturowego, zurbanizowanego i rolniczego, dysharmonijnego,
- znaczniejsze obszary bagienne.

Na podstawie wyżej wymienionych kryteriów oceniono, iż aż 42% obszaru Polski (130 tysięcy km<sup>2</sup>) nie spełnia minimum warunków turystyki wypoczynkowej.

Z przeprowadzonej przez J. Wyrzykowskiego oceny zasobów wypoczynkowych Polski wynikają następujące wnioski:

- łączna powierzchnia obszarów spełniających minimum warunków dla turystyki wypoczynkowej obejmuje 58% powierzchni kraju,

<sup>32</sup> M. I. Mileska, *Regiony turystyczne Polski. Stan obecny i potencjalne warunki rozwoju*, Prace Geograficzne, nr 43 / 1963.

<sup>33</sup> Plan kierunkowy zagospodarowania Polski, ZZT GKKF i T, Wrocław 1971.

<sup>34</sup> J. Wyrzykowski, *Walory wypoczynkowe środowiska przyrodniczego Polski w świetle aktualnego stanu badań*, w: *Zeszyty Naukowe* nr 2 – 3, Instytut Turystyki, Warszawa 1975.



- obszary o szczególnie korzystnych warunkach bioklimatycznych zajmują 30% w okresie letnim oraz 14% w okresie zimowym,
- obszary o korzystnych warunkach bioklimatycznych zajmują dalsze 33% terenów w okresie letnim oraz 38% w okresie zimowym,
- obszary powierzchni wodnych przydatnych do uprawiania sportów wodnych i kąpeli wynoszą około 16% obszarów o letnich walorach wypoczynkowych, około 22% ogółu terenów letnich zajmują obszary związane z wodami przydatnymi do uprawiania kajakarstwa i kąpeli,
- obszary nadające się do uprawiania narciarstwa zjazdowego stanowią zaledwie 3% ogółu zimowych obszarów wypoczynkowych.

Tak więc z przedstawionej oceny wynika, iż blisko 60% całego obszaru Polski uznane zostało za tereny o walorach wypoczynkowych, co w porównaniu z wcześniejszymi ocenami wydaje się być zawyżone. Urbanizacja i szybki rozwój przemysłowy Polski ostatnich lat może wpłynąć w przyszłości niekorzystnie na stan środowiska przyrodniczego.

#### 4. Uwarunkowania społeczne

Turystyka jest zjawiskiem społecznym, w którym człowiek wchodzi w rolę społeczną jako podróżujący, mając mniej lub bardziej liczne kontakty społeczne<sup>35</sup>. Są to kontakty ze współpodróżującymi, z organizatorami wyjazdu, pilotami i przewodnikami, a także z ludnością miejscową. Właśnie kontakty z mieszkańcami odwiedzanego kraju przyczyniają się w dużym stopniu do usunięcia dotychczasowych stereotypów i uprzedzeń oraz do intensyfikacji więzi, zarówno czysto ludzkich, jak i owocujących na przykład w nawiązaniu współpracy gospodarczej<sup>36</sup>.

Z rozwojem cywilizacji przemysłowej powstały możliwości podróżowania, co związane jest niewątpliwie z rozwojem transportu indywidualnego i zbiorowego, ze wzrostem roli środków masowego przekazu oraz poziomu wykształcenia ludności i jej ruchliwości przestrzennej, zarówno w sferze zawodowej, społecznej, jak i osobistej<sup>37</sup>.

Na dalszy rozwój turystyki wpływać będą między innymi następujące czynniki<sup>38</sup>:

- wydłużanie się czasu wolnego od pracy,

<sup>35</sup> K. Przecławski, *Humanistyczne podstawy turystyki*, Instytut Turystyki, Warszawa 1986, s. 15.

<sup>36</sup> T. Budnikowski, *Wymiana turystyczna między Polską a Niemcami, w: Polacy i Niemcy na drodze do partnerskiego sąsiedztwa. Próba bilansu dziesięciolecia 1989 – 1998*, Instytut Zachodni, Poznań 2000, s. 236.

<sup>37</sup> W. W. Gaworecki, *Turystyka*, Państwowe Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 1998, s. 85.

<sup>38</sup> Tamże, s. 88 – 93.

- wzrost zamożności i siły nabywczej ludności,
- proces urbanizacji.

W wyniku rozwoju sił wytwórczych, dążeń pracobiorców do skracania czasu pracy oraz wydłużania się życia ludzkiego, dochodzi do znacznego wzrostu **czasu wolnego** od pracy zawodowej. Stwierdzić można, iż czas wolny od pracy wydłuża się wraz z rozwojem społeczno – gospodarczym kraju. W. W. Gaworecki uważa, że skracanie czasu pracy przebiega obecnie trzema drogami<sup>39</sup>:

- w *układzie tygodniowym* poprzez skracanie tygodniowego czasu pracy (na przykład w Polsce poprzez wprowadzenie *wolnych sobót*, a w Niemczech 38,5-godzinnego tygodnia pracy),
- w *układzie rocznym* poprzez wprowadzanie ustawowo coraz dłuższych urlopów płatnych,
- w *układzie ogólnym* poprzez obniżanie wieku emerytalnego oraz wydłużania się czasu nauki i przygotowania do pracy zawodowej.

Wraz ze wzrostem **czasu wolnego** od pracy zawodowej powstał problem racjonalnego wykorzystania go przez człowieka w trosce o jego zdrowie fizyczne i psychiczne, między innymi poprzez udział w szeroko rozumianym ruchu turystycznym. Wzrost **siły nabywczej ludności**, szczególnie państw o wysokim dochodzie narodowym na jednego mieszkańca, pozwala na przeznaczenie coraz większej części budżetów gospodarstw domowych na konsumpcję dóbr i usług turystycznych. Tak więc czas wolny od pracy tworzy potencjalny popyt na turystykę, a siła nabywcza pozwala ten popyt zrealizować. Również **urbanizacja**, którą należy rozumieć jako proces kulturowy unowocześniający społeczeństwo, ma coraz większy wpływ na rozwój aktywności turystycznej mieszkańców danego kraju. Uważa się, iż urbanizacja i turystyka są ze sobą ściśle związane i występuje między nimi dwustronny związek<sup>40</sup>. Można powiedzieć, iż im jakiś kraj jest bardziej zurbanizowany, tym większa jest aktywność turystyczna jego mieszkańców.

Wszystkie wymienione czynniki rozwoju turystyki, tj. wydłużanie się **czasu wolnego** od pracy zawodowej, wzrost **siły nabywczej** oraz proces **urbanizacji**, zaobserwować można w Republice Federalnej Niemiec, której mieszkańcy należą przecież od wielu lat do najbardziej aktywnych turystycznie na świecie, tworząc również olbrzymi potencjał dla turystyki przyjazdowej do Polski.

Najistotniejszym problemem społecznym w rozwoju turystyki niemiecko-polskiej, wydaje się być sprawa uprzedzeń istniejących między narodami Polski i Niemiec opierających się na różnych przesłankach podbudowywanych przez media obydwu krajów. Tak jak uprzedzenia Polaków do Niemców bazują na

<sup>39</sup> Tamże, s. 89

<sup>40</sup> Tamże, s. 92.



burzliwej historii związków między narodami Polski i Niemiec, a przede wszystkim na tragicznych skutkach II wojny światowej potęgowanych przez propagandę byłych krajów Europy Wschodniej, tak uprzedzenia Niemców do Polaków opierają na często krzywdzącym obrazie Polski i Polaków w obydwu częściach Zjednoczonych Niemczech.

Obraz Polski w Niemczech jest często gorszy niż wskazuje na to rzeczywistość, a wyszukiwanie i wyolbrzymianie negatywnych zjawisk jest często w niemieckich mediach o czym pisała między innymi była niemiecka korespondentka w Polsce Edith Heller<sup>41</sup>. Najczęściej poruszonym tematem w niemieckich media jest właśnie problem kradzieży samochodów w Polsce. Faktem jest, iż w 1996 roku skradziono za granicą Niemiec 15200 samochodów należących do obywateli RFN z czego aż 40% (6240 pojazdów) w Polsce<sup>42</sup>. Prawdą jest, iż kradzież niemieckich samochodów w Polsce spadła w 1997 roku do 4300 pojazdów, jak i zmalała ilość zgłoszonych przestępstw dokonywanych na turystach z Niemiec do 1191 (w 1996 roku – 1255), o czym jednak prasa niemiecka nie informuje.

Również niemiecki automobilklub ADAC ostrzega, na podstawie informacji otrzymanych od berlińskiego MSZ, przed wyjazdami do Polski, powołując się na rosnącą przestępczość<sup>43</sup>. Szczególne ryzyko czeka zagranicznych turystów w Polsce na dworcach kolejowych i w pociągach, ale także w centrach dużych miast, takich jak: Warszawa, Kraków, Wrocław, Poznań, a przede wszystkim w Gdańsku. Mówi się również o nadużywaniu władzy przez polską policję drogową i wymuszeniu płacenia mandatów za niepopelnione przewinienia.

Wiele do życzenia pozostawia poziom higieny w Polsce. Co prawda buduje się i remontuje sanitariaty, ale wiele zastrzeżeń budzi jakość żywności, napojów, wody pitnej, wody w basenach, jeziorach i w morzu<sup>44</sup>.

Aby z sukcesem rozwijać turystykę przyjazdową do Polski, należy energicznie dążyć do wyeliminowania lub ograniczenia negatywnych zjawisk, takich jak przestępczość czy poziom higieny sanitarnej, a później zadbać o właściwe kształtowanie obrazu kraju za granicą. Budowaniu polskiego image'u za granicą pomagać powinny przede wszystkim polskie placówki dyplomatyczne, instytuty kultury, ale także działające w 11 państwach polskie ośrodki informacji turystycznej (Ośrodki Zagranicznej Polskiej Organizacji Turystycznej w: Berlinie, Nowym Yorku, Sztokholmie, Amsterdamie, Brukseli, Londynie, Rzymie, Paryżu, Madrycie, Wiedniu i Budapeszcie<sup>45</sup>). Należałoby większą uwagę zwrócić na pracę z wszystkimi mediami w poszczególnych krajach, a przede wszyst-

<sup>41</sup> E. Heller, *Ist der Ruf erst ruiniert*, Frankfurter Rundschau, nr 187 / 1999.

<sup>42</sup> *Autoreisen nach Osteuropa riskant*, Der Tagesspiegel, Nr 16038 / 1997.

<sup>43</sup> Länderinformation Polen, Info – Service ADAC, München 13.07.1999.

<sup>44</sup> B. Leśniewski, J. Szczęsny, *Brud*, WPROST, nr 28/1998.

<sup>45</sup> *Polska turystyka zagraniczna w roku 1999*, Polska Organizacja Turystyczna, Warszawa 2000.

kim w tych, w których obraz Polski jest niekorzystny i powinien ulec poprawie, w tym również i w Niemczech. Zmiana opinii o Polsce doprowadzić może do wzrostu zainteresowania wyjazdami do Polski obywateli Niemiec i do naocznego przekonania się o postępach, zachodzących u ich wschodniego sąsiada.

### 5. Stymulatory i destymulatory rozwoju turystyki

Istotne jest także określenie czynników wpływających pozytywnie – **symulatorów** – oraz negatywnie – **destymulatorów** - na dalszy rozwój ruchu turystycznego z Niemiec do Polski. W ostatnich latach podjęto, zarówno w Polsce, jak i w krajach Unii Europejskiej, w tym także w Republice Federalnej Niemiec, różne działania prawno-organizacyjne, które mają doprowadzić do dalszego rozwoju wymiany turystycznej. Podstawowe kwestie związane z rozwojem turystyki polsko-niemieckiej reguluje wspomniany już traktat zawarty między Polską i Niemcami.

Do **stymulatorów** rozwoju turystyki przyjazdowej z Niemiec do Polski zaliczyć należy:

- właściwą politykę turystyczną, będącą częścią generalnej polityki gospodarczej państwa,
- przemyślaną i dobrze zorganizowaną promocję kraju jako celu wyjazdów turystycznych,
- budowę nowych i rozbudowę istniejących przejść granicznych, jak i usprawnienie organizacji odpraw paszportowo-celnych tak aby przekroczenie granicy trwało nie dłużej niż 15 minut bez względu na dzień tygodnia i porę dnia czy roku,
- poprawę dostępności komunikacyjnej, w tym budowę autostrad, zwiększenie ilości połączeń autobusowych, kolejowych i lotniczych, powstanie sezonowego (letniego) połączenia promowego między Niemcami a Polską, na przykład na trasie: Rostock – Gdańsk,
- zlikwidowanie talonów benzynowych dla pojazdów zagranicznych, obowiązkowej wymiany dewiz, a co najważniejsze zniesienie obowiązku wizowego dla wszystkich obywateli Europy Zachodniej, USA i niektórych innych państw,
- istnienie w Polsce sprzedaży wolnocłowej (zlikwidowanej w państwach Unii Europejskiej z dniem 1.07.1999 roku) oraz zwrot turystom zagranicznym polskiego VAT-u,
- niezniszczoną przyrodę i jej zasoby,
- poprawę higieny sanitarnej i jakości żywności, napojów, wody pitnej, wody w basenach, jeziorach i morzu,
- tworzenie pozytywnego obrazu Polski za granicą,



- powstawanie infrastruktury turystycznej, w tym hoteli i centrów urlopowych, domów oraz mieszkań wakacyjnych, jak i tańszej bazy noclegowej,
- budowę nowoczesnych campingów, również całorocznych,
- powstawanie nowych atrakcyjnych programowo i cenowo produktów turystycznych, w tym ofert rodzinnych ze zniżkami dla dzieci,
- rozwój turystyki aktywnej, w tym: turystyki wodnej (żeglarstwo, spływy kajakowe, nurkowanie), turystyki wędrowniej i rowerowej, jeździectwa, myślistwa, wędkowania, narciarstwa biegowego i zjazdowego, gry w golfa, itd.,
- rozwój turystyki leczniczej, z pełną możliwością zabiegową i obsługą w języku niemieckim,
- powstawanie nowych atrakcji turystycznych, jak i różnych ciekawych form spędzania czasu wolnego,
- tworzenie długoterminowych kalendarzy imprez kulturalnych i sportowych, co służyłoby rozwojowi turystyki *wydarzeniowej* (events),
- istnienie sieci informacji turystycznej we wszystkich atrakcyjnych turystycznie miejscowościach i regionach Polski.

Do **destymulatorów** w rozwoju ruchu turystycznego z Niemiec do Polski zaliczyć można między innymi:

- niekiedy długotrwałe oczekiwanie na odprawę paszportowo-celną na granicy niemiecko – polskiej,
- konieczność posiadania paszportu (poza strefą przygraniczną), a nie dowodu osobistego tolerowanego przez polską Straż Graniczną, jako oficjalnego dokumentu uprawniającego do przekroczenia granicy polsko-niemieckiej,
- nieuznawanie narodowych praw jazdy (obecnie wymagane jest międzynarodowe prawo jazdy),
- brak umowy o wzajemnym uznawaniu ubezpieczeń od kosztów ewentualnego leczenia (konieczne jest posiadanie dodatkowego ubezpieczenia zdrowotnego na czas podróży),
- rygorystyczne wymaganie posiadania tzw. *zielonej karty* jako potwierdzenia zawarcia ubezpieczenia wypadkowego pojazdu za granicę,
- wprowadzenie podatku drogowego dla pasażerów niemieckich autobusów, jak i samych pojazdów powyżej 8 miejsc pasażerskich poruszających się po Polsce,
- niepokojący wzrost cen towarów i usług, w tym również turystycznych, w Polsce,
- wzrost przestępczości koncentrującej się na turystach zagranicznych, a przede wszystkim kradzież zagranicznych samochodów w Polsce,
- negatywny obraz Polski w mediach i opinii publicznej Niemiec,
- istnienie w dalszym ciągu uprzedzeń Niemców do Polski i Polaków.

Wpływ na dalszy rozwój turystyki przyjazdowej do Polski będzie miała również normalizacja stosunków politycznych w Europie, a szczególnie **proces pojednania** między narodami Polski a Niemiec

## 6. Stan obecny i prognozy rozwoju turystyki przyjazdowej z Niemiec do Polski

Należy przypuszczać, iż **turystyka etniczna** do Polski, w tym i polonijna, tzn. związana z miejscem pochodzenia, urodzenia, czy zamieszkania w przeszłości samych turystów lub ich przodków, odgrywać będzie coraz mniejszą rolę. Głównymi celami przyjazdu do Polski będzie **typowa turystyka**, tj. wypoczynek i rozrywka oraz poznanie kraju (powinna ona przekroczyć 50% wszystkich celów przyjazdu), **odwiedziny krewnych i znajomych** (około 20%) oraz **wyjazdy w interesach i służbowe** (do 30%), spadać będzie natomiast udział **turystyki handlowej**, ze względu na pewne *nasycenie* rynku niemieckiego towarami z Polski, a także wyrównywanie się poziomu cen w obydwu krajach.

W przyjazdach Niemców do Polski dominują od szeregu lat i dominować będą w przyszłości **indywidualne przyjazdy niezorganizowane** (ponad 80%), a udział **turystyki zorganizowanej**, indywidualnej i grupowej, znajduje się na poziomie kilku do kilkunastu procent, co spowodowane jest przeważającą liczbą Niemców odwiedzających jednodniowych, położeniem Polski, jak i korzystaniem z własnego środka lokomocji.

Wzrost sprzedaży polskich usług turystycznych poprzez zagraniczne biura podróży zależeć będzie od rozwoju infrastruktury turystycznej, powstawania hoteli i centrów urlopowych oraz oferowania nowych produktów turystycznych i ciekawych form spędzania czasu wolnego w Polsce, poprawy dostępności komunikacyjnej, a także likwidacji uprzedzeń Niemców do Polski i Polaków.

Najpopularniejszym **środkiem transportu** wśród Niemców odwiedzających Polskę jest bez wątpienia i będzie również w przyszłości samochód osobowy, którym przyjeżdża około 90% Niemców. Natomiast udział innych środków transportu, w tym samolotu, autokaru, czy pociągu stanowi zaledwie kilka procent (1,1–3,7%). Zdecydowanie inny udział środków transportu występuje wśród turystów korzystających z pośrednictwa zagranicznych biur podróży<sup>46</sup>, w tej grupie turystów najważniejszą rolę odgrywa autokar (39,4%), kolej (30,7%), a w mniejszym stopniu samochód osobowy (23,1%). Korzystanie z różnych środków transportu uzależnione jest zarówno od częstotliwości przyjazdów do Polski, jak i od wieku turystów.

<sup>46</sup> Badania własne przeprowadzone w Niemczech w okresie od marca 1997 roku do października 1998 roku.



Zarówno ogół turystów zagranicznych, jak i Niemców, spędza w Polsce od 3 do 7 nocy a jedyny wyjątek stanowią turyści z USA, którzy przyjeżdżają na dłuższe kilkunastodniowe pobyty. Nie należy jednak zakładać w przyszłości znacznego wydłużenia średniego czasu pobytu do ponad 6 nocy ani przez ogół turystów zagranicznych, ani przez turystów pochodzących z Niemiec. Długość pobytu turystów niemieckich w innych krajach sąsiednich wynosi, podobnie jak w Polsce, około 4 – 7 nocy, a jedynym wyjątkiem jest Dania, gdzie Niemcy spędzają średnio 15 nocy. Dania, mimo zbliżonych do Polski warunków klimatycznych i (wydaje się) słabszych warunków geograficzno-przyrodniczych (na przykład rzeźba terenu, wody śródlądowe, powierzchnie leśne), jest dla turystów niemieckich krajem typowo urlopowym. Decydować o tym może dostęp Danii do dwóch mórz (Północne i Bałtyckie) oraz długość linii brzegowej (7313 km), a także wszechstronna oferta domów wakacyjnych na terenie całego kraju czy sieć dróg rowerowych.

Wyjazdy turystów niemieckich, zarówno do Polski, jak i innych krajów, koncentrują się na okresach: wiosna, lato i wczesna jesień (ponad 70%). Według badań niemieckich 80% ruchu urlopowego w Niemczech odbywa się od połowy kwietnia do połowy października<sup>47</sup>.

Wśród regionów turystycznych Polski w przyjazdach z Niemiec największą rolę odgrywa region centralny i Wybrzeże, a wśród polskich miast: Warszawa, Poznań, Wrocław, Kraków i Gdańsk. Jednak w przypadku turystów niemieckich korzystających z usług zagranicznych biur podróży na pierwszym miejscu znajduje się Kraków, dalej Gdańsk, Warszawa i Wrocław. Nie należy spodziewać się zmian geografii wyjazdów turystów niemieckich do Polski.

Rozpatrując formy zakwaterowania turystów niemieckich w czasie wszystkich podróży urlopowych i w trakcie pobytu w Polsce, widać wyraźnie, że odsetek korzystających z noclegów w hotelach jest podobny i wynosi około 40%. Niemcy w Polsce częściej niż gdzie indziej korzystają z pensjonatów, zakwaterowania u krewnych lub znajomych i w kwaterach prywatnych, a rzadziej z campingu. Ze względu na zbyt jeszcze małą liczbę proponowanych w Polsce domów i mieszkań wakacyjnych, Instytut Turystyki nie wyróżniał w swoich badaniach tej formy zakwaterowania<sup>48</sup>, a z której turyści niemieccy chętnie korzystają w ciągu całego roku, zarówno we własnym kraju, w Skandynawii (głównie w Danii), w krajach alpejskich, jak i w krajach basenu Morza Śródziemnego (udział do 24%).

Jako najbardziej popularną formę spędzania czasu w Polsce niemieccy turyści wskazywali na pobyty w miastach (2/3), natomiast coraz rzadziej na turystykę objazdową. Wzrasta natomiast zainteresowanie pobytami nad morzem, w lasach i nad jeziorami oraz na wsi.

<sup>47</sup> P. Aderhold, *Die Reiseanalyse RA 99*, F.U.R, Hamburg 1999.

<sup>48</sup> T. Skalska, *Wydatki turystów zagranicznych w Polsce w 2000 roku*, Instytut Turystyki, Warszawa 2001.

W Niemczech ponad 300 niemieckich firm turystycznych zajmuje się **organizacją wyjazdów do Polski**, a do największych zaliczyć należy: **TUI, NUR, DERTOUR, AMEROPA, NOVASOL**, czy **WOLTERS - Reisen**. Z reguły proponowane są te same regiony i miejscowości turystyczne oraz hotele. Duże podobieństwa wykazują również programy pobytów czy trasy wycieczek autobusowych. Coraz większym zainteresowaniem cieszą się pobyty w domach i mieszkaniach wakacyjnych oferowanych w Polsce przede wszystkim przez **NOVASOL i WOLTERS - Reisen**. Interesujące i nietypowe oferty proponuje **DNV**: od lotów czarterowych na Mazury poprzez wycieczki kolejowe specjalnymi pociągami (*Schienekreuzfahrten*), wycieczki autokarowe do wędrówek rowerowych. Ponad połowa turystów niemieckich korzystających z usług biur podróży ocenia **niemiecką ofertę turystyczną do Polski** jako dobrą (22,7%) lub wystarczającą (31,9%).

Turyści niemieccy przebywający w Polsce nie są zbyt **krytyczni** i na przykład w 1998 roku ponad połowa z nich nie krytykowała niczego. Mimo znacznego wzrostu cen w Polsce liczba turystów z Niemiec, którzy krytykowali koszty pobytu spadła w trzech ostatnich badanych latach z 21,7% w 1996 roku do 13,6% w roku następnym i zaledwie do 6% w 1998 roku. Niemcy krytycznie odnoszą się natomiast do dostępności komunikacyjnej i uciążliwego dojazdu (w 1998 roku – 16,5%). W latach 1991–1997 na brak atrakcji turystycznych uskarżało się 3–4,7%, a w 1998 roku zaledwie 1,4%. Jeszcze w latach 1992–1993 około 35% turystów niemieckich krytykowało stan sanitarny w Polsce, a w 1998 roku odsetek ten obniżył się do 14,9%, co świadczy o wyraźniej poprawie w tym względzie. Optymizmem napawać musi natomiast fakt, iż w analizowanych latach, z wyjątkiem 1992 roku, **deklarację ponowego przyjazdu do Polski** składało ponad 90% turystów niemieckich, a w 1998 roku nawet 95,9% wszystkich ankietowanych.

Ze spadkiem dynamiki przyjazdów cudzoziemców do Polski zmalało również tempo wzrostu **wpływów z turystyki przyjazdowej**, zarówno ogółem, jak i od obywateli RFN, a w 1998 roku odnotowano po raz pierwszy wyraźny spadek wpływów (ogółem o prawie 8%, a z RFN nawet o 14,3%). Mimo spadku wpływów z turystyki przyjazdowej, utrzymuje się w dalszym ciągu tendencja wzrostowa płatności rejestrowanych przez Narodowy Bank Polski, co świadczy o wzroście zainteresowania turystów ofertami zagranicznych touroperatorów. W 1998 roku wpływy od odwiedzających jednodniowych z konsumpcji dóbr i usług spadły ogółem o ponad 20%, a z rynku niemieckiego o 8,2%.

Udział Niemców zarówno w przyjazdach, jak i we wpływach z turystyki osiągnął w ostatnich latach około 60%, a udział turystów niemieckich i pochodzące od nich wpływy ustabilizowały się na poziomie około 35%. Udział Niemców wśród odwiedzających jednodniowych wynosi około 60%, a wpływy z tego tytułu osiągają prawie 80% wpływów ogółem.



## Podsumowanie

Niniejsze opracowanie i przeprowadzona przez autora analiza, zarówno ilościowa, jak i jakościowa, potwierdzają istotną rolę i duże znaczenie ekonomiczne turystyki przyjazdowej, szczególnie z Niemiec, nie tylko w czasie ważnych przemian w Europie lat dziewięćdziesiątych, ale także w okresie kilkudziesięciu lat.

Biorąc pod uwagę dalszy rozwój turystyki na świecie oraz olbrzymi potencjał, i liczebność turystów niemieckich, należy założyć iż turystyka przyjazdowa do Polski zajmować będzie pod względem ilości turystów i wpływów z turystyki wysokie miejsce na świecie oraz stanowić w przyszłości ważny element gospodarki kraju.

Warunkiem utrzymania się Polski w czołówce krajów turystycznych na świecie będzie jednak szybkie powstawanie odpowiedniej infrastruktury turystycznej, w tym hoteli i centrów urlopowych, hoteli o średniej i niższej kategorii oraz bazy rekreacyjnej, poprawa poziomu usług, także turystycznych, doskonalenie systemu szkolenia pracowników sektora turystycznego oraz znajomości zachodnioeuropejskich języków (między innymi języka niemieckiego), spadek przestępczości, a przede wszystkim poprawa obrazu Polski za granicą.

Spełniając wymienione warunki należy stworzyć politykę promocji turystycznej Polski jako kraju stanowiącego cel wyjazdów nie tylko jednodniowych, czy podróży sentymentalnych, ale przede wszystkim pobytów urlopowych. Trzeba się przecież liczyć ze spadkiem zainteresowania wyjazdami zakupowymi i przyjazdami osób starszych związanych emocjonalnie z byłymi terenami niemieckimi należącymi do Polski. Nie powinno przypisywać się też zbyt dużego znaczenia agroturystyce w turystyce przyjazdowej do Polski, gdyż przynajmniej w Niemczech, szczególnie turystyce wyjazdowej, jest ona zjawiskiem marginalnym.

Zakładając zatem, iż górny pułap ilościowy w turystyce przyjazdowej do Polski został już osiągnięty, należałoby przede wszystkim podjąć działania służące zmianie struktury jakościowej turystów w przyjazdach z Niemiec, aby dla coraz większej liczby odwiedzających jednodniowych Polska stała się w niedalekiej przyszłości celem coraz częstszych i dłuższych wyjazdów, przede wszystkim pobytów urlopowych, dających także zdecydowanie wyższe wpływy dewizowe.

*To czego potrzebujemy, to pojednanie i zrozumienie, zaufanie i dobre sąsiedztwo*<sup>49</sup>, w których to przedsięwzięciach wymiana turystyczna między obu krajami odgrywać będzie niebagatelną rolę.

<sup>49</sup> Słowa byłego Prezydenta RFN Romana Herzoga wypowiedziane w czasie uroczystości w Warszawie dnia 1.08.1994 z okazji 50 rocznicy Powstania Warszawskiego (Deutsche und Polen; Annäherungen, Haus der Geschichte der Bundesrepublik Deutschland, Bonn 1996).

### The conditions for the development of tourism from Germany to Poland

The author's detailed analysis of tourists travelling to Poland has shown that **tourism from Germany** has been, is and will be most important inter-war period. As long ago as in the midwar period (in the years between 1930 and 1937) Germans accounted for 1 / 3 i.e. 29,6 – 40% of all the foreign tourists visiting Poland. Since tourism started developing after WW II, that is since the early 50s, the number of tourists from Germany, which included the people of Polish and Jewish origin who lived of around 30% of the foreigners coming to Poland. During the cold war period, and especially the years 1961 – 1963 the percentage of German tourists fell to 13,9 – 19,0%. The 1970s were also quite exceptional. Introducing travelling facilities between the former East Germany and Poland resulted in a very high level of tourists and in 1972 it rose to 82% and over the next years, i.e. 1973 – 1980 stayed at the level of 52,3 – 78,8%. After the authorities of the former East Germany suspended the travelling facilities concerning Poland (since 30.10.1980) and after the martial law – which was in force from 13.12.1981 to 22.07.1983 – was introduced in Poland, the percentage went down to 22 – 30% in the years 1981 – 1989.

A rapid development of tourism to Poland, including Germans, was observed in 1990s. Within ten years the number of foreigners visiting Poland increased tenfold from 8,2m in the 1989 to 88,6m in 1998. The number of Germans crossing the Polish border rose almost thirty times and reached a peak of over 50m people (1989 – 1,8m, 1998 – 51,6m), which accounted for 60% of all the foreigners coming to Poland. Every fifth foreigner and every eighth German coming to Poland 1998 was a tourist.



## WYPRAWA PO AUTENTYZM I WRAŻENIA. RZECZ O KONCEPCJACH DEANA MACCANNELLA I NELSONA H. H. GRABURNA<sup>1</sup>

*Katarzyna Puchalska-Miętus\**

W roku 2002, nakładem Warszawskiego Wydawnictwa Literackiego MUZA ukazała się książka Deana MacCannella pt. „Turysta. Nowa teoria klasy próżniaczej” w przekładzie Ewy Klekot i Anny Wieczorkiewicz. Data jej pierwszego, amerykańskiego wydania to rok 1976, ale treści w niej prezentowane nadal wydają się być aktualne i mogą wzbudzić zainteresowanie nie tylko wśród antropologów turystyki. W miarę upływu lat autor dwukrotnie ustosunkował się do swego dzieła wzbogacając je w 1989 roku o Przedmowę a dziewięć lat później o epilog, w których omówił szerzej niektóre zagadnienia, nie podważając niczego, co wcześniej napisał.

W latach siedemdziesiątych naukowe badania nad turystyką zaczęły zataczać coraz szersze kręgi. Nie skupiano się już tylko na jej ekonomicznych aspektach, chociaż taki punkt widzenia jest zrozumiały, gdyż turystyka nawet dzisiaj jest jednym z najlepszych biznesów. Turystyka jako dziedzina ludzkiej aktywności zaczęła przyciągać uwagę badaczy społecznych, określających siebie jako antropologów kultury lub etnologów, zaś opracowania Deana MacCannella czy też Nelsona H. H. Graburna wyznaczyły kierunki amerykańskiej antropologii społecznej w latach osiemdziesiątych.

Cel, jaki sobie postawił D. MacCannell to wprowadzenie do zagadnień związanych ze strukturalną analizą społeczeństwa nowoczesnego. Badacz przyznaje, iż w zamierzeniach jego miał to być rodzaj raportu etnograficznego, którego zadaniem było uchwycenie procesu ewoluowania od społeczeństwa industrialnego po nowoczesne, zaś podążanie za turystą i jego obserwacja miały na celu potwierdzenie wcześniejszych założeń. Dlatego też autor przypisuje słowu „turysta” dwa znaczenia. Z jednej strony jest to socjologiczne studium osób podróżujących po świecie, z drugiej zaś turysta staje się modelem, za pomocą którego

\* Instytut Turystyki i Rekreacji AWF, Kraków, al. Jana Pawła II 78

<sup>1</sup> Dean MacCannell, *Turysta. Nowa teoria klasy próżniaczej*, Warszawskie Wydawnictwo Literackie MUZA S.A., Warszawa, 2002 i Nelson H. H. Graburn, *Tourism – the Sacred Journey the Free Press*, New York, 1988 w opracowaniu T. Marciniaka, *Wyprowa do sacrum. Rzecz o koncepcji antropologii turystyki Nelsona H.H. Graburna*, Problemy Turystyki, Instytut Turystyki, W-wa, 1993.

autor próbuje opisać nowoczesnego człowieka i zrozumieć jego miejsce we współczesnym świecie. Wyjaśnienie nowoczesnej struktury społecznej miało się odbyć poprzez wykorzystanie zbiorowego doświadczenia całych grup, w tym wypadku grup turystycznych. Na domiar otrzymaliśmy obraz nowoczesnego podróżnika ukazany przez pryzmat zmieniającej się kultury.

Nawet jeśli komuś nie przypadną do gustu te interdyscyplinarne i na wskroś socjologiczne rozważania, może sięgnąć po książkę tylko dla jednego rozdziału, w którym D. MacCannell cytuje fragmenty dwóch przewodników (*Anglo-American Practical Guide to Exhibition Paris: 1900* wydanego w Londynie przez Williama Heinemanna i *Paris and Environs With Routes From London to Paris: Handbook for Travellers* Karla Baedekera) opisujących atrakcje Paryża, czasami dość kontrowersyjne, jak: rzeźnia, kostnica czy kanały.

Jakkolwiek Claud Levi-Strauss uznał za niemożliwe stworzenie etnografii nowoczesności, autor, nie zrażając się, skierował się ku rozważaniom Emila Durkheima, gdyż jego teoria stworzona do interpretacji zjawisk związanych z religią pierwotną mogła mieć zastosowanie do badań nad pewnymi aspektami współczesności<sup>2</sup>. Badania socjologiczne epoki przemysłowej to badania nad pracą i klasą robotniczą. „Ponowoczesność” deprecjonuje pracę fizyczną, a wyróżnia klasę średnią i jej czas wolny, w którym to czasie poznawanie również staje się produktywnie. Mamy do czynienia z nową klasą próżniaczą, ale jakże inną od tej opisanej przez Thorstaina Veblena pod koniec XIX wieku (stąd w podtytule książki sformułowanie „Nowa teoria klasy próżniaczej”). To już nie specyficzne typy ubrań, sztywna etykieta, ostentacyjna konsumpcja, określone rozrywki będące źródłem prestiżu i zazdrości, ale dostępne tylko dla wybranych. Dzisiejszy turysta to człowiek zajęty poszukiwaniem autentyczności, kolekcjonowaniem wrażeń i doświadczeń, a jego czas wolny jest czasem wolnym pozornie. Jego zadaniowy charakter wyraża się poprzez uczestnictwo w różnorodnych wakacyjnych kursach, obozach językowych albo modnych ostatnio „sabbatical”<sup>3</sup>. Turystyka aktywna czy też bierny wypoczynek mają na celu regenerację sił witalnych, odreagowanie stresu<sup>4</sup>. Samo zaś zwiedzanie wymaga czasami większego wysił-

<sup>2</sup> „Antropologia turystyki, chociaż jest nową samodzielną dyscypliną, ma swoje korzenie w badaniach rytuałów, ceremonii, ludzkich zabaw czy interkulturowej estetyki. Turystyka jest częścią tego zachowania homo, które D. Berlyne nazywa „ludzkim zachowaniem badawczym”, nadającym życiu znaczenie, tak jak ceremoniał, sztuka, sport czy folklor”. Cyt. za: T. Marciniak, *Wyprawa do sacrum*, op.cit., s. 79.

<sup>3</sup> „Sabbatical jako nowa forma wypoczynku, to dodatkowy urlop organizowany dla najważniejszych w danej firmie pracowników. Wysyłani na koszt firmy w zakątek jak najbardziej odległy – geograficznie i obyczajowo – od miejsca ich pracy, po kilku tygodniach (a nawet miesiącach) wracają jak nowo narodzeni”. Cyt. za: V. Ozminkowski, *Skazani na wypoczynek*, Newsweek, 10.02.2002, s. 82–83.

<sup>4</sup> Warto tu wspomnieć o koncepcji turystyki Nelsona H. H. Graburna, który ujmuje ją „nie jako pracę, lecz jako część nowego wynalazku – rekreacji, przeznaczonej, aby odnowić nas na potrzeby świata pracy codziennej”. Cyt. za: T. Marciniak, *Wyprawa do sacrum...*, op. cit., s. 79.



ku i lepszej organizacji niż wiele prac wykonywanych zawodowo. Nawet możliwość obserwacji cudzej pracy jako procesu produkcyjnego, która skłania do refleksji nad własną kondycją zawodową, zaczyna obecnie stanowić atrakcję turystyczną. To, według autora, jeszcze jeden dowód na transformację społeczeństwa przemysłowego w nowoczesne - obok zmiany struktury rodziny, nowego podejście do edukacji, nowych ruchów społecznych, obniżenia wartości pracy, rozwoju wypoczynku i turystyki i wystawiania wszystkiego na pokaz – wszystko może być atrakcją, jeśli się to tylko odpowiednio wypromuje. Robotnik, kiedyś będący częścią społeczeństwa przemysłowego, staje się aktorem w „uniwersalnym teatrze pracy”. Zwiedzający zdobywają doświadczenia, ale nie towarzyszy im zrozumienie i ulegają splyceni. Może dlatego turyści z chrześcijańskiego Zachodu są zafascynowani mieszkańcami Bliskiego Wschodu i Afryki Północnej, „którzy zwykli traktować place i ulice miast jako miejsce pracy (...); to fabryki bez ścian, które obejrzeć można w Stambule, Tangerze, Damaszku i Casablance”. (...) Życie społeczne ludów pierwotnych jest niemal w całości widoczne dla obcych, w których obecności się toczy. Być może część naszego uwielbienia dla ludów pierwotnych łączy się z tą niewinną otwartością. (...) W społecznościach pierwotnych ludzie wiodą swe życie całkowicie wystawieni na widok innych i nie dręczą ich obawy o jego autentyczność”<sup>5</sup>. Tymczasem Erving Goffman, analizując strukturalny podział instytucji społecznych, wyróżnił dwie strefy: strefę sceny i strefę kulis. Podział ten ma charakter społeczny; „strefa kulis zasłonięta przed publicznością i obcymi, pozwala ukryć rekwizyty i działania, które mogłyby kompromitować przedstawienie widziane od strony sceny”<sup>6</sup>; jest to pewnego rodzaju mistyfikacja odbywająca się bez świadomości jednostki. Dotarcie do sfery kulis to jakby uczestnictwo, które pozwala widzieć coś więcej niż tylko przedstawienie, a przekładając to na język turystyczny, trzeba powiedzieć że jest to zejście z wyznaczonego szlaku, zbratanie się tuziemcami. Czasami zwiedzającym to się udaje, częściej jednak, mimo wysiłków, nie, zaś słowo *turysta* zaczyna powoli ewaluować w stronę określenia kogoś, kto zadowala się doświadczeniami nieautentycznymi i – jak twierdzi Daniel Boorstin - powierzchownymi i z góry zaplanowanymi. Tymczasem turyści, poszukując autentyczności, pragną zaprzyjaźnić się z tubylcami, chcą chociaż przez moment stać się częścią ich wspólnoty, ale niestety coś ich powstrzymuje. Będąc przygotowanymi na to rozczarowanie, przyjmują je z rezygnacją. Gdzie tkwi pułapka, że w pogoni za autentycznością, przechodząc od fasad do kulis, nigdy tam nie docierają? Być może dzieje się tak dlatego, że przechodząc od fałszywej fasady ku intymnej rzeczywistości, wpadają za kulisę inscenizowane. To „przestrzeń dla ludzi z zewnątrz, którym pozwala się ujrzeć szczegóły mechanizmu działania instytucji handlowych, usługowych, przemysłowych, publicznych czy też prywatnych domów.

<sup>5</sup> D. MacCannell, *Turysta...*, op. cit., s.76-77.

<sup>6</sup> Tamże, s.145.



(...) Nawet jeśli turysta wierzy, że zmierza w kierunku autentycznych doznań, to często trudno mu stwierdzić, czy doświadczenie w istocie jest autentyczne. Zawsze może się zdarzyć, że to, co uzna on za wejście za kulisy, jest w istocie wkroczeniem w sferę sceny, zawczasu w całości zaaranżowaną z myślą o turystycznej wizytacji<sup>7</sup>. Autentyczność przemieszcza się w stronę mistyfikacji i dlatego tak ważna jest rola pamiątki („suweniru”) przywożonego z urlopu. Graburn pisze iż „święty Graal jest mitem poszukiwanym w podróży i powodzenie wyprawy jest proporcjonalne do stopnia, w jakim mit ten został zrealizowany<sup>8</sup>. MacCannell dodaje że „pamiątka, jako że jest czymś intymnym i bardziej bezpośrednim, nieustannie zagraża przewadze atrakcji. (...) Jeśli pamiątka zostałaaby za bardzo dowartościowana, relacja, w jakiej pozostaje do atrakcji, mogłaby ulec zerwaniu; aby temu zapobiec, przedstawia się ją zawsze jako przedmiot zdegradowany, nie jako substytut samej rzeczy, lecz jako coś, co utraciło swą dawną naturę, zachowując nazwę<sup>9</sup>. Niemniej jednak to one przywołują myśl, że prawdziwe życie jest gdzie indziej i ci, którzy z różnych względów zostają w domu, są deprecjonowani<sup>10</sup>.

Dlatego też poszukiwanie coraz to nowych doznań, prawdziwego życia, staje się jakby obsesją nowoczesnego turysty. Nasza współczesna kultura to kultura wrażeń, „biegunka obrazów”, a dzisiejszy podróżny jest nienasycony; żąda atrakcji przybiera czasami formy zdegenerowane; ukuto nawet nowy termin „czarna turystyka” oznaczający wyprawy szlakami największych tragedii ludzkości<sup>11</sup>. Zwiedzanie Manhattanu jest naprawdę cenne, jeśli uda się otrzeć o uliczny napad, popularnością cieszą się szlaki podążające śladami seryjnych morderców czy miejsca zabójstw słynnych osób<sup>12</sup>. „Czy można się więc dziwić że były obozy koncentracyjne Auschwitz czy Dachau funkcjonują dzisiaj jak prężnie działające muzea, ściągające rocznie setki tysięcy zwiedzających z całego świata?”<sup>13</sup> Każda następna podróż powinna być bardziej poruszająca od poprzed-

<sup>7</sup> Ibidem, s. 154–157.

<sup>8</sup> T. Marciniak, *Wyprawa do sacrum...*, op. cit., s. 82–83.

<sup>9</sup> D. MacCannell, *Turysta...*, op. cit., s. 240–241.

<sup>10</sup> Graburn nadmienia, że kwestie finansowe nie są jedynym powodem, a jako przykład podaje, że wielu bogaczy nigdy nie zostanie turystami podczas gdy „wielu podróżników, szczególnie młodych, to ludzie relatywnie biedni”. Cyt. za: T. Marciniak, *Wyprawa...*, op. cit., s. 80.

<sup>11</sup> Przykładem mogą być wyprawy do Czeczenii organizowane przez wojskowych, zwiedzanie elektrowni w Czarnobylu, tuneli Wietkongu w Cu Chi, czy też dzielnicy slumsów w Rio lub Cape Town. G. Sadowski, *Zwiedzić piekło*, Wprost, 18. 08. 2002, s. 94–96.

<sup>12</sup> „Miejsce śmierci Johna Fitzgeralda Kennedy’ego w Denver w Teksasie to doskonała maszyna do robienia pieniędzy. Za sto dolarów możemy się przejechać cadillakiem podobnym do tego, którym w 1963 r. przemierzał ulice miasta prezydent. Słyszymy odtwarzane z taśmy krzyki i oklaski tłumy, potem strzały. Nagle nasz samochód przyspiesza i odwozi nas do szpitala miejskiego. Inni oglądają całą scenę z okna biblioteki szkolnej (...) Te „atrakcje”, organizowane wbrew woli rodziny Kennedych, wspiera urząd miejski”, ibidem, s. 96.

<sup>13</sup> W. Kot, *Wycieczka do szaletu*, Newsweek, 3. 03. 2002, s. 104. „Do tej pory obóz w Oświęcimiu odwiedziło 25 mln osób. Co roku przyjeżdża tam 250 tys. ludzi z niemal stu krajów”. G. Sadowski, *Zwiedzić piekło*, op. cit., s. 96.



niej. Ludzi od zawsze przyciągały katastrofy, wojny, masowe mordy i śmierć<sup>14</sup>. Może próbują sprawdzić jak blisko niej mogą podejść. Tak czy inaczej turystyka bez atrakcji zdaje się być nic nie warta, a starają się o tym przekonać slogany reklamowe biur podróży. Zaś ich pracownicy, czasami nie potrafiąc lub nie chcąc udzielić wyczerpującej informacji, skazują swego klienta-turystę na czarny wakacyjny scenariusz. Przez niedoświadczonych podróżników wybierane są oferty niezgodnie z temperamentem, usposobieniem, a co najgorsze stanem zdrowia<sup>15</sup>. Przez to że głównym kryterium brany pod uwagę przy wyborze miejsca wypoczynku jest egzotyka, nie zwraca się również należytej uwagi na bezpieczeństwo. „Mimo ostrzeżeń ministerstw spraw zagranicznych dla tysięcy turystów rocznie wakacyjny raj zamienia się w piekło”<sup>16</sup>.

Coraz częściej podróże to o wiele więcej niż wypoczynek – to styl życia, to czas inwestowania we własne pasje. Na co dzień ludzie ci pracują w poważnych instytucjach finansowych, redakcjach i agencjach reklamowych. Ale wielu z nich nie wystarczają już emocje związane z pracą. Odkrywają w sobie osobowość kaskaderów; chcą balansować na krawędzi, podświadomie tęsknią za ryzykiem czysto fizycznym i być może za pierwotną chęcią zmierzenia się z naturą<sup>17</sup>. Uciekają w turystykę aktywną z elementami sportów ekstremalnych. Te pozazawodowe pasje „dostarczają adrenaliny, ale są też odskocznią od zwykłej aktywności”<sup>18</sup>. Ci, których będzie na to stać będą mogli zafundować sobie wycieczkę na orbitę albo póki co zadowolić się „turystyką MIG-ową”<sup>19</sup>. Inni pakują plecaki i tygodniami przemierzają świat. To „backpackersi” – współcześni nomadowie, którzy często za cel podróży wybierają najodleglejsze zakątki ziemi, stosując jednak zasadą backpackingu: by nie zwiedzać obcych krajów, ale starać się w nich żyć, choć przez kilka tygodni. Zygmunt Seręga, socjolog z Uniwersytetu Jagiel-

<sup>14</sup> Przykładem lokalnej makabrycznej atrakcji jest rodzinna krypta, w której znajduje się chłodnia a w niej ciało ukochanej żony profesora R. Martionota, z której śmiercią nie chciał się pogodzić. *Przeгляд*, 25.3.2002, s. 55.

<sup>15</sup> Więcej o tym problemie można dowiedzieć się z artykułu M. Klimkowskiego, *Urlop bez głowy*, *Wprost*, 30.07.2000, s. 64–65.

<sup>16</sup> M. Paluszkiwicz, T. Wojciechowski, *Wakacje w piekle*, *Wprost*, 21.05.2000, s. 60–64.

Chyba że chcą to piekło zwiedzić, w czym pomoże amatorom takich atrakcji niemieckie, internetowe biuro podróży Coś Inne. G. Sadowski, *Zwiedzić piekło*, *Wprost*, 18.08.2002, s. 94.

<sup>17</sup> Dawniej natura, którą człowiek przez wieki próbował okiełzać, konsolidowała rodzaj ludzki. Obecnie nastąpiła jej inkorporacja głównie poprzez parki, gdzie wykorzystywana bywa na dwa sposoby: rekreacyjnie i estetycznie, dostarczając wzruszeń, niezapomnianych wrażeń lub materiału do naukowych opracowań.

<sup>18</sup> M. Klimkowski, *Kaskaderzy sukcesu*, *Wprost*, 28.05.2000, s. 62–66. Pisał też o tym K. Olejnik, *Uzależnieni od adrenaliny*, *Wprost*, 12.09.1999, s. 54–56.

<sup>19</sup> „Od 1994 roku Rosyjski Ośrodek Badawczy Lotnictwa oferuje loty samolotami MIG w stratosferę (do 30 km) z prędkością do 2,6 Macha”. W. Alejski, *Turystyka w obliczu wyzwań XXI wieku*, Albis, Kraków, 1999, s. 231. Na razie w kosmos poleciał tylko Dennis Tito, który za tę przyjemność zapłacił 20 milionów dolarów; T. Wojciechowski, *Kosmiczne wakacje*, *Wprost*, 3.03.2002, s. 71.

łońskiego, zdaje się potwierdzać tezę D. MacCannella, mówiąc, iż: „ludzie ci zmęczeni życiem na betonowych pustyniach, tęsknią do małych społeczności żyjących według jasnych reguł, gdzie mogą doświadczyć choćby iluzorycznego poczucia wspólnoty”<sup>20</sup>. Jest to rodzaj alternatywy wobec życia codziennego, umożliwiającej poskładanie w całość oderwanych doświadczeń, zakotwiczenie w nowoczesnym społeczeństwie oraz przezwyciężenie stanu alienacji. Odwracamy się od nowoczesności w poszukiwaniu autentyczności, realizmu i wrażeń. Na tym polega magia turystyki, która wg Graburna jest „strukturalnie niezbędną, zrytualizowaną przerwą w rutynie, która definiuje codzienność i przynosi od niej ulgę”. Powołując się na Leacha, przeciwstawia on sobie dwa odmienne stany: codzienności dnia roboczego, obowiązkowej pracy oraz uświęconej turystyki – a właściwie podróży, która pozwala na pewien rodzaj sakrum: „ekscytujące przeżycia, możliwość odnowy i samorealizacji”<sup>21</sup>. Podział *sacrum* – *profanum* narzuca pewien schemat podróży; im dalej, szybciej, bardziej niezwykle, dłużej i częściej, tym lepiej. Podróżując przez wieki, w miarę zmieniających się celów podróży, ludzie otrzymywali różne wartości, począwszy od łask bożych, a skończywszy na cenionych przez nas, współczesnych: zdrowie, pozycję społeczną czy też niezapomniane przeżycia. „W ten sposób do uprzednich kulturowych, historycznych i edukacyjnych motywów turystyki doszły wątki natury, rekreacji i zainteresowań etnicznością, co określa turystykę do dnia dzisiejszego”<sup>22</sup>. Niemniej jednak, według Graburna, ludzka potrzeba rekreacji wydają się być podstawowym motywem turystyki.

A. Toffler pisał: „Gatunek ludzki przeżył dotychczas dwie wielkie fale przemian, z których każda ścierała niemal doszczętnie wcześniejsze kultury i cywilizacje, wprowadzając swoje obyczaje, niepojęte dla tych co urodzili się wcześniej. Pierwszej fali, czyli rewolucji agrarnej trzeba było tysięcy lat do całkowitego wyczerpania. Druga fala – tworzenie się cywilizacji przemysłowej, trwała już tylko trzysta lat. Współczesne dzieje mają jeszcze większe przyspieszenie, wydaje się więc, że trzecia fala wtargnie do historii i dokona swego dzieła w ciągu kilkudziesięciu lat. Przeto nam, żyjącym w tak dramatycznym momencie, przyjdzie odczuć to potężne uderzenie trzeciej fali zapewne jeszcze za naszego życia”<sup>23</sup>. Być może turystyka staje się rodzajem zbiorowego dążenia, by utrzymać się na powierzchni i nie dać się pogrążyć i spocząć na dnie codzienności.

<sup>20</sup> A. Więcka, *Na własnych nogach na koniec świata*, Newsweek, 20.01.2002, s. 76–78.

<sup>21</sup> T. Marciniak, *Wyprawa do sacrum...*, op.cit. s. 81.

<sup>22</sup> Op.cit., s. 82.

<sup>23</sup> A. Toffler, *Trzecia fala*, PIW, Warszawa, 1997, s. 44.





## SPIS TREŚCI

Od Redakcji . . . . .	3
Tomasz Wołowicz, <i>Sposoby rewitalizacji polskich uzdrowisk – ustawa o gminach uzdrowiskowych i inne formy aktywizacji społeczno-gospodarczej</i> . . . . .	5
Maciej Abram, <i>Badania opinii kuracjuszy i turystów odwiedzających polskie uzdrowiska w 2002 r.</i> . . . . .	31
Zygmunt Kruczek, <i>Losy zawodowe magistrów turystyki absolwentów AWF w Krakowie</i> . . . . .	43
Aneta Paluch, <i>Konflikty – przyczyny ich powstawania i sposoby rozwiązywania w opinii pracowników wybranych krakowskich hoteli</i> . . . . .	57
Irena Rączkowska, <i>Ruch turystyczny w Kopalni Soli „Wieliczka” – początki, rozwój i perspektywy</i> . . . . .	81
Franciszek Mróz, <i>Turystyka religijna na przykładzie sanktuarium Relikwii Drzewa Krzyża Świętego na Świętym Krzyżu</i> . . . . .	103
Marek Nowacki, <i>Wrażenia osób zwiedzających atrakcje turystyczne</i> . . . . .	117
Wacław Rettinger, Marcin Śliwa, <i>Koleje wąskotorowe jako czynnik aktywizacji regionów turystycznych</i> . . . . .	133
Katarzyna Gmyrek, <i>Projektowanie i wykonawstwo urządzeń rekreacyjnych dla dzieci</i> . . . . .	147
Joanna Kosmaczewska, <i>Analiza uwarunkowań rozwoju agroturystyki – ze szczególnym uwzględnieniem wpływu samorządu terytorialnego (na przykładzie powiatu gnieźnieńskiego)</i> . . . . .	159
Jacek P. Barelkowski, <i>Uwarunkowania rozwoju turystyki przyjazdowej z Niemiec do Polski</i> . . . . .	169
Katarzyna Puchalska-Miętus, <i>Wyprawa po autentyczność i wrażenia. Rzecz o koncepcjach Deana MacCannella i Nelsona H.H. Graburna</i> . . . . .	187





14

## CONTENTS

From the Editor . . . . .	3
Tomasz Wołowiec, <i>The means of revitalization polish health spas – the statute of health spas and other means of economic development</i> . . . . .	5
Maciej Abram, <i>Investigations of opinion of patients and tourists visiting polish health resorts in 2002</i> . . . . .	31
Zygmunt Kruczek, <i>Professional careers of masters of Tourism (and Recreation) at Academy of Physical Education in Cracow</i> . . . . .	43
Aneta Paluch, <i>Conflicts – causes and solutions of problems in Krakow hotels</i> . . . . .	57
Irena Rączkowska, <i>Tourist traffic in the Salt Mine „Wieliczka” - the beginning, development and perspectives.</i> . . . . .	81
Franciszek Mróz, <i>Sanctuary of relics of the Holy Cross on Święty Krzyż as an example of religious tourism</i> . . . . .	103
Marek Nowacki, <i>Visitors' experiences at tourist attractions</i> . . . . .	117
Wacław Rettinger, Marcin Śliwa, <i>Narrow-gauge railway as a factor of activation for tourist areas.</i> . . . . .	133
Katarzyna Gmyrek, <i>Projecting and production of recreational devices for children.</i> . . . . .	147
Joanna Kosmaczewska, <i>The analysis predisposed to agroturism development – with emphasis on influence of local goverment (as an example powiat gnieźnieński).</i> . . . . .	159
Jacek P. Barełkowski, <i>The conditions for the development of tourism from Germany to Poland</i> . . . . .	169
Katarzyna Puchalska-Miętus, <i>Journey towards authenticity and sensations. Story about concepts of Dean MacCannel and Nelson H. H. Graburn.</i> . . . . .	187

