

126

**Annales
Universitatis
Paedagogicae
Cracoviensis**

Studia Geographica III

**Innowacyjność usług turystycznych
w układach przestrzennych**

**pod redakcją naukową
Zbigniewa Ziolo
i Tomasza Rachwała**

Redaktor Naczelny

Sławomir Kurek

Zastępca Redaktora Naczelnego

Tomasz Rachwał

Rada Programowa

Krzysztof Bąk, Zbigniew Długosz, Anatol Jakobson, Sławomir Kurek, Józef Kukulak, Roman Malarz, Tomasz Rachwał, Natalia M. Syssoeva, Witold Wilczyński, Wanda Wilczyńska-Michalik, Bożena Wójtowicz, Mirosław Wójtowicz, Zbigniew Zioło

Sekretarz Redakcji

Kamila Ziółkowska-Weiss

Zastępca Sekretarza Redakcji

Dariusz Nowotnik

Lista recenzentów

Krystyna German, Jerzy Kitowski, Włodzimierz Kurek, Joanna Pociask-Karteczka, René Matlovič, Piotr Pachura, Eugeniusz Rydz, Elżbieta Szkuřat, Przemysław Śleszyński, Marek Więckowski

Oświadczenie o wersji pierwotnej: wersja drukowana jest wersją pierwotną.

Strona internetowa z dostępem do pełnych tekstów i informacjami dla autorów:

<http://AnnalesGeo.up.krakow.pl>

© Copyright by Wydawnictwo Naukowe UP, Kraków 20112

ISSN 2084-5456

Redakcja / Dział Promocji

Wydawnictwo Naukowe UP

30-084 Kraków, ul. Podchorążych 2

tel./faks 12 662-62-83, tel. 12 662-67-56

e-mail: wydawnictwo@up.krakow.pl

Zapraszamy na stronę internetową:

<http://www.wydawnictwoup.pl>

łamanie Janusz Schneider

druk i oprawa Zespół Poligraficzny UP

zam. 3/13

Annales Universitatis Paedagogicae Cracoviensis

Studia Geographica III (2012)

Wprowadzenie

Turystyka obecnie należy do sektorów gospodarki mających znaczący wpływ na zasilanie budżetów wielu krajów, pobudza także rozwój układów regionalnych i lokalnych. Obserwujemy nasilenie się konkurencji przestrzennej między różnej skali układami przestrzennymi w zakresie przyciągania potencjalnych turystów na swój teren. Działania konkurencyjne przejawiają się w oferowaniu coraz atrakcyjniejszej oferty spędzania wolnego czasu i wypoczynku, możliwości poznania nowych miejsc i lokalnych osobliwości: przyrodniczych, kulturowych, urbanistyczno-architektonicznych, kultu religijnego, a także poprawy stanu zdrowia i kondycji. Znaczącą rolę w tym zakresie obok oferty cenowej odgrywa dążenie do wzrostu innowacyjności usług turystycznych. Zróżnicowana pod względem atrakcyjności przestrzeń geograficzna oraz stopień zagospodarowania infrastrukturalnego stwarzają różne możliwości rozwoju ruchu turystycznego, co pociąga za sobą konieczność podejmowania określonych działań podnoszących ich atrakcyjność dla określonego typu turysty. Dlatego studia w tym zakresie spełniają ważną rolę i przyczyniają się do coraz bardziej precyzyjnego rozpoznania procesów rozwojowych rządzących sektorem turystyki i jego efektywnością. W tym głównym nurcie badawczym znajdują się prace poszczególnych autorów prezentujące wybrane aspekty innowacyjności usług turystycznych w zróżnicowanych układach krajowych i regionalnych.

S. Dorocki, M. Zdon-Korzeniowska i A. Delekta podejmują problematykę atrakcyjności turystycznej regionów francuskich. Określają główne tendencje przestrzennych przemian w zakresie wzrostu poziomu i jakości bazy noclegowej oraz regionalne zróżnicowanie ruchu turystycznego. T. Kirillova dokonuje analizy potencjału usług turystycznych w regionie Irkucka, podkreślając przy tym zróżnicowanie kosztów korzystania z usług turystycznych oraz zarysowuje perspektywiczne kierunki rozwoju różnych typów turystyki. J. Ustupski na tle wyróżnionych rodzajów innowacji w turystyce przedstawia szereg empirycznych przykładów, w których realizowane są działania mające na celu podnoszenie jakości obiektów turystycznych oraz dostępności transportowej. K. Ziółkowska-Weiss omawia kwestię adaptacji obiektów zabytkowych na bazę hotelarską oraz wyniki ocen tych działań przez turystów. A. Tokgözlü, K. Temurçin, K. Uysal na tle warunków klimatycznych analizują turystykę zimową, poziom zagospodarowania turystycznego i dostępność

transportową do ośrodków turystycznych w Górach Davraz. P. Dolnicki i Ł. Gawor prezentują walory turystyczne wybranych obszarów Spitsbergenu, a także ich dostępność transportową. R. Retinger i A. Urbańska przedstawiają uwarunkowania rozwoju portów morskich na Karaibach, ich potencjał ekonomiczny oraz działania innowacyjne dla podnoszenia ich konkurencyjności. W. Wacholik i K. Leja prezentują gry miejskie jako nową formę podnoszenia atrakcyjności turystyki. Ilustrują je przykładami gier miejskich organizowanych w Krakowie oraz podkreślają ich walory edukacyjne. K. Ziółkowska-Weiss analizuje organizację krakowskiego kompleksu golfowo-rekreacyjnego, jego klientów, rodzaje imprez oraz przeprowadza analizę SWOT firmy. E.A. Rush analizuje problematykę gospodarki wodnej rzeki Angary i jej znaczenie dla gospodarki, a N. Batsun podnosi zagrożenie szacowania kosztów rekultywacji zasobów naturalnych.

Problemom innowacyjności procesu dydaktycznego poświęcona jest praca W. Osucha, w której Autor ocenia kompetencje dydaktyczne i komunikacji interpersonalnej nauczycieli geografii dokonanych przez studentów III roku geografii odbywających praktykę pedagogiczną w szkołach gimnazjalnych i ponadgimnazjalnych. Tom kończy artykuł D. Nowotnika na temat zróżnicowania przestrzennego stałych migracji ludności według miast i gmin w latach 1995–2010.

Zdajemy sobie sprawę, że przedstawione prace nie wyczerpują złożonej problematyki dotyczącej innowacyjności w zakresie działalności turystycznej, która wymaga dalszych pogłębionych badań. Jesteśmy otwarci na upowszechnianie nowych koncepcji i prezentacji studiów diagnostycznych, mających służyć doskonaleniu metod badawczych i budowaniu teorii racjonalnego zarządzania różnymi gałęziami turystyki rozwijającej się w różnych uwarunkowaniach przestrzennych.

Zbigniew Zióło, Tomasz Rachwał

Annales Universitatis Paedagogicae Cracoviensis

Studia Geographica III (2012)

Introduction

Nowadays, tourism is a prominent sector of economy, influencing the financial contribution to the budget of many countries; it also spurs the development of regional and local structures. This results in the intensification of spatial competition between spatial structures of various range, with regard to attracting potential tourists. Competition manifests itself through the growing attractiveness of leisure activities, and also through the possibility to discover natural, cultural, urban, architectural, and religious phenomena, as well as the opportunity to improve health. In this respect, apart from price offer, efforts to increase the innovativeness of tourism services play an important role. Geographical space differentiated in terms of its attractiveness and infrastructure in the area provide many opportunities for the development of tourism, which necessitates actions designed to raise the appeal of the areas for a particular type of tourist. This is why research in this field is important and contributes to the better understanding of the tourism sector development and its effectiveness. The main research trend includes papers by various authors, which present research results demonstrating selected aspects of tourism service innovations in diversified national and regional structures.

S. Dorocki, M. Zdon-Korzeniowska and A. Delekta address the issue of tourism attractiveness of French regions. They describe the main trends of spatial changes regarding the increase in standard and quality of accommodation facilities, as well as discuss tourist flows. T. Kirillova analyzes the potential of tourism services in the Irkutsk region and emphasises that the costs of using those services are diversified; she also outlines the prospective development directions for various kinds of tourism. J. Ustupski presents a number of empirical examples of actions aimed at raising the quality of tourism objects and increasing accessibility, classified according to the listed kinds of tourism innovations. K. Ziółkowska-Weiss addresses the issue of converting historical objects into hotels and discusses the results of tourists' evaluation of this undertaking. A. Tokgözlü, K. Temurçin and K. Uysal provide the analysis of winter tourism, the level of tourism infrastructure in and accessibility of Davraz Mountain tourist centers in the context of climate conditions. P. Dolnicki and Ł. Gawor present touristic value of selected Spitsbergen regions, as well as their accessibility through different means of transport. R. Retinger and A. Urbańska discuss

the factors influencing the development of sea ports in the Caribbean, the economic potential of those sea ports and innovative actions designed for increasing their competitiveness. W. Wacholik and K. Leja present urban games as a new form of increasing tourism attractiveness. They provide examples of urban games organized in Krakow, underlining their educational value. K. Ziółkowska-Weiss analyzes the organization of the golf and recreation complex in Krakow, the clients attending this facility and types of events, as well as conducts SWOT analysis of the company. E. A. Rush carries out analysis of water management issues regarding the Angara River and its significance for economy, while N. Batsun addresses the issue of evaluating natural resources rehabilitation costs.

The question of didactic process innovation is discussed in the paper of W. Osuch, in which the author presents the evaluation of didactic competence and interpersonal communication of geography teachers that was conducted by third-year geography students undergoing a teaching practice in secondary and upper secondary schools. The journal ends with an article by D. Nowotnik, which discusses the diversification of permanent spatial migrations of people in cities and municipalities from 1995 to 2010.

We are aware that the presented papers do not exhaust the complex issue concerning innovativeness in tourism activity, which should continue to be studied. We will gladly promote new concepts and presentations of diagnostic studies, which should serve as the means of creating research methods and rational management theories of various kinds of tourism developing in different spatial structures.

Zbigniew Zioło, Tomasz Rachwał

Annales Universitatis Paedagogicae Cracoviensis

Studia Geographica III (2012)

Sławomir Dorocki, Małgorzata Zdon-Korzeniowska, Anna Deleka

Uniwersytet Pedagogiczny im. Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie

Atrakcyjność turystyczna regionów na przykładzie Francji

Cele i założenia

Przemiany technologiczne, które nastąpiły pod koniec XX wieku, spowodowały zmianę tradycyjnych czynników lokalizacji działalności gospodarczej (Tobolska 2011). W najbardziej ogólnym ujęciu można przyjąć, że zmiana czynników lokalizacji wyraża się w spadku znaczenia tzw. twardych czynników kosztowych (np. koszt transportu, koszt pracy, podatki) przy wzroście roli tzw. czynników miękkich, do których zalicza się elementy jakościowe. Współcześnie jako jeden z najważniejszych czynników stymulujących gospodarkę opartą na wiedzy wymienia się kapitał ludzki. W aspekcie tym wskazuje się na znaczenie takich cech, jak kreatywność, wiedza (skodyfikowana i ukryta), kwalifikacje, elastyczność, otwartość na nowe pomysły, umiejętność współpracy (Stryjakiewicz 2009). Ponadto ważnym czynnikiem związanym z czynnikiem ludzkim w procesie rozwoju gospodarki innowacyjnej jest jakość życia na danym obszarze. Wysoka jakość życia zachęca do zamieszkania w danym miejscu ludzi o dużym potencjale kreatywnym. Odnosi się to zarówno do wysoko wykwalifikowanej kadry, jak i studentów. W myśl teorii Richarda Floridy to nie ludzie migrują za pracą, lecz praca za ludźmi (Boschma, Fritsch 2008, za Stryjakiewicz 2008). Dlatego też tzw. dobry klimat dla ludzi jest jednym z najważniejszych czynników sprzyjających wzrostowi gospodarczemu w regionach. Według Floridy, współcześnie ludzie dokonując wyboru miejsca zamieszkania w większym stopniu biorą pod uwagę uwarunkowania społeczno-kulturowe niż ekonomiczne (jak np. tempo wzrostu gospodarczego, podatki czy infrastruktura). Następuje zatem wzrost znaczenia tzw. miękkich czynników lokalizacji działalności gospodarczej, do których zaliczyć możemy np. dziedzictwo kulturowe, klimat otwartości i tolerancji, atrakcyjność miejsca zamieszkania, jakość szkolnictwa, poziom bezpieczeństwa, czystość środowiska. Szczególnie uwidacznia się to w przypadku małych i średnich przedsiębiorstw (MSP) sektora innowacyjnego, który to w dużym stopniu uniezależniony jest od tzw. twardej infrastruktury. Wzrost znaczenia komfortu życia, jako istotnego kryterium przy wyborze docelowego miejsca migracji, jest także możliwy ze względu na coraz większe „uniezależnienia się” pracowników od miejsca pracy, m.in. poprzez ciągłą dematerializację dóbr (Ryffkin 2003) i związaną

z tym możliwość pracy na odległość (tzw. pracę zdalną) (Paszkowski 2008). Przykładem zmian w preferencjach związanych z wyborem miejsca zamieszkania może być fakt, że tereny dotychczas najmniej przekształcone przez działalność ludzką (a więc uważane dotychczas za mniej atrakcyjne) są obecnie obszarami najbardziej zagrożonymi naporem inwestycyjnym, głównie deweloperów i sektora turystycznego (Bachimon, Dério, Marc 2009, d'Aligaux 2001). Potwierdza to choćby zmiana w podejściu do jednego z podstawowych czynników lokalizacji, jakim jest dostępność komunikacyjna. Dotychczas bliskość ciągu komunikacyjnego traktowana była zazwyczaj jako stymulanta przy zakupie nieruchomości, jednakże dziś, szczególnie na obszarach atrakcyjnych turystycznie, bliskość ta traktowana jest jako destymulanta wpływająca na obniżenie ceny nieruchomości¹.

W myśl powyższych zależności pomiędzy atrakcyjnością terytorium a kapitałem ludzkim wydaje się, że regiony turystyczne rozwiniętych gospodarczo krajów, obok dużych aglomeracji, należą do pożądanych miejsc zamieszkania przez klasę kreatywną. Wpływ na to z jednej strony mają zasoby regionu, związane z uwarunkowaniami naturalnymi (mało zanieczyszczone środowisko, góry, morze, jeziora itp.), jak i zasoby kulturowe czy infrastruktura rekreacyjna (przystanie żeglarskie, wyciągi narciarskie, tereny rekreacyjne itp.). Ponadto mieszkańcy regionów, które posiadają długą historię świadczenia usług dla turystów, cechują się większą tolerancją i przedsiębiorczością niż mieszkańcy peryferyjnych regionów rolniczych. Wyjątkiem są mieszkańcy obszarów wysokogórskich, którzy żyjąc przez wieki w dużej izolacji cechują się większym stopniem mentalnego zamknięcia (Macchiavelli 2009). Z drugiej strony mieszkańcy gór z powodu trudnych warunków życia, związanych głównie ze złymi warunkami dla rolnictwa, charakteryzują się większą przedsiębiorczością i determinacją w działaniu niż mieszkańcy nizin.

Reasumując, w celu wprowadzania innowacji firmy nie tyle potrzebują ośrodków badawczo-rozwojowych, choć często są one konieczne (por. Kilar 2010, Dorocki 2008), ile przede wszystkim ludzi obdarzonych ciekawością, umiejętnością słuchania i poczuciem odpowiedzialności. Innymi pożądanymi cechami są zaufanie, możliwość podejmowania ryzyka i wymiana idei oraz duża elastyczność (Macchiavelli 2009). Cechy te są charakterystyczne zwłaszcza dla małych ośrodków peryferyjnych o dużych tradycjach w indywidualnej aktywności gospodarczej.

Uwzględniając powyższe założenia, w niniejszej pracy dokonano próby przestrzennej delimitacji atrakcyjnych turystycznie regionów Francji. Atrakcyjność regionów określono na podstawie wielkości i struktury bazy noclegowej. Rozmieszczenie obiektów noclegowych wydaje się lepiej świadczyć o ogólnej atrakcyjności danego obszaru, niż liczba osób korzystających z innych obiektów branży turystycznej (np. lokali gastronomicznych).

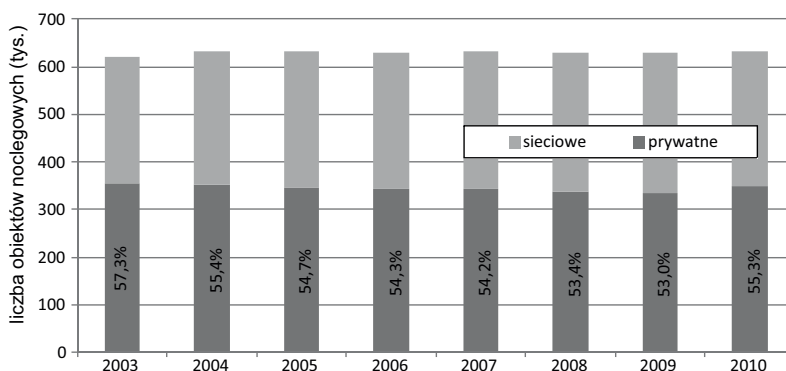
W opracowaniu wykorzystano dane statystyczne zawarte w corocznych zestawieniach statystycznych *L'hôtellerie de tourisme en France métropolitaine*, publikowanych przez Ministerstwo Gospodarki, Finansów i Przemysłu Francji *Ministère de l'Économie, des Finances et de l'Industrie* (MINEFI). Źródłem danych o miejscach noclegowych była kwerenda największego internetowego portalu turystycznego we

¹ Problematyka wartości nieruchomości na obszarach atrakcyjnych turystycznie wielokrotnie podejmowana była w Studiach i Materiałach Towarzystwa Naukowego Nieruchomości w Olsztynie, m.in. Forys, Kokot 2008, Krajewska 2010.

Francji *Gîtes de France*. Zakres przestrzenny badań obejmuje departamenty Francji metropolitalnej w okresie 2003–2011.

Baza noclegowa Francji

Francja jest krajem goszczącym najwięcej turystów na świecie. Według Światowej Organizacji Turystyki (UNWTO) jej pozycja w tym zakresie nie zmienia się od kilkunastu lat. Obecnie liczba przyjeżdżających turystów zagranicznych sięga 76,8 mln (*Tourism Highlights Edition*). Należy jednak zaznaczyć, że obecnie turyści zagraniczni stanowią jedynie ok. 33%² wszystkich klientów usług turystycznych we Francji (obliczenia własne na podstawie *Tableaux statistiques, L'hôtellerie de plein air en France métropolitaine*, tourisme.gouv.fr). Świadczy to o dużym potencjale w zakresie bazy noclegowej. W 2010 roku we Francji było 631,9 tys. obiektów noclegowych (hotele oraz pokoje gościnne) (obliczenia własne na podstawie *Tableaux statistiques, L'hôtellerie de tourisme en France métropolitaine*, tourisme.gouv.fr). Od 2003 roku liczba obiektów wzrosła o ok. 10 tys. przy niewielkim spadku ich liczby w latach 2008–2009. Przeważają zakłady nie należące do sieci hoteli, stanowiąc ok. 55% ogółu obiektów (ryc. 1), pozostała część to obiekty należące do międzynarodowych sieci hotelowych, których udział w ogólnej liczbie miejsc noclegowych w badanym okresie nieznacznie wzrósł, szczególnie w latach 2008–2009.



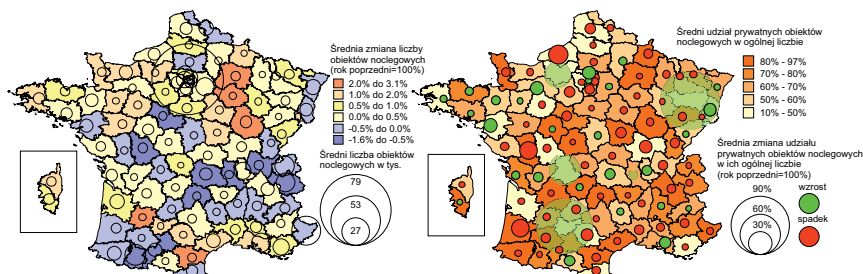
Ryc. 1. Liczba obiektów noclegowych we Francji w latach 2003–2010

Źródło: obliczenia własne na podstawie danych MINEFI

Analizując przestrzenny rozkład liczby obiektów noclegowych (ryc. 2), można zauważyć wyraźną dominację departamentu Paryża, na terenie którego skupione jest 79,2 tys. obiektów hotelowych, co stanowi ponad 12,5% ogółu zakładów noclegowych. Następnym w kolejności jest śródziemnomorski departament Alpes-Maritimes położony na południe od Alp, który skupia ok. 4,4% obiektów. Innymi departamentami o dużym odsetku obiektów noclegowych są Hautes-Pyrénées

² Podczas gdy średnia dla departamentów wynosi ok. 23%, co spowodowane jest niskim (poniżej 10%) udziałem turystów zagranicznych w departamentach Masywu Centralnego i Akwitanii.

(2,9%) w Pirenejach oraz Haute-Savoie i Savoie w Alpach. Pozostałe departamenty o dużym potencjale noclegowym skoncentrowane są w regionie stołecznym (Seine-et-Marne), Lyonu (Rhône), w Prowansji nad Morzem Śródziemnym (Var, Bouches-du-Rhône) oraz Pirenejach Zachodnich i Alzacji.

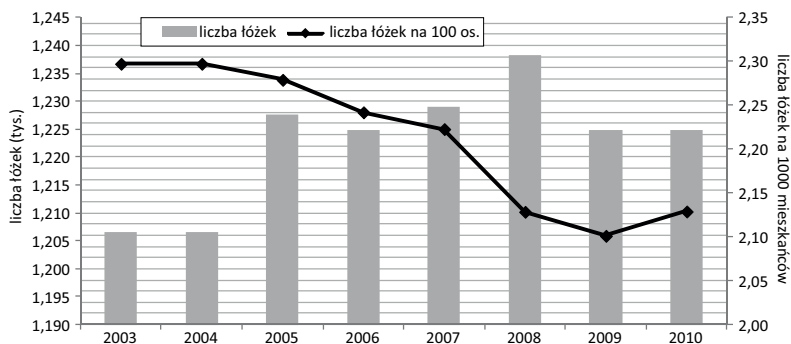


Ryc. 2. Średnia liczba obiektów noclegowych oraz średni udział prywatnych obiektów noclegowych w poszczególnych departamentach Francji oraz ich zmiany w latach 2003–2010

Źródło: obliczenia własne na podstawie danych MINEFI

Odnosząc się do zmiany liczby obiektów noclegowych w okresie od 2003 do 2010 roku można zauważyć, że niewielki, choć wyraźny spadek odnotowały departamenty górskie: alpejskie i Masywu Centralnego oraz Pirenejów Zachodnich, co może mieć związek z trwającym od dłuższego czasu procesem decentralizacji turystyki związanej ze sportami zimowymi (Tuppen 2000). Natomiast największy wzrost liczby obiektów (ponad 2%) nastąpił w departamentach Burgundii i Szampanii oraz okolicach Bordeaux, co ma zapewne związek z dynamicznie rozwijającą się turystyką związaną z uprawą winorośli i produkcją wina, tzw. routes des vins (Ditter J.G. 2005, Augustin 1992). Regionami o nieco słabszym tempie wzrostu w zakresie bazy noclegowej są tereny Dolnej Normandii, Bretanii i całego pasa śródziemnomorskiego. W większości departamentów przeważają obiekty prywatne, wyjątkami są departamenty regionu Ile-de-France skupione wokół Paryża i sam Paryż oraz regiony północne (Górna Normandia i Nord-pas-de-Calais). Inne departamenty o wysokim udziale obiektów sieciowych znajdują się na południu po zachodniej części Masywu Centralnego i w Wogezach. W tychże regionach odnotowano w badanym okresie największy wzrost liczby obiektów prywatnych, podobnie jak w północno-zachodnich regionach Francji. Jest to wynikiem spadku ogólnej liczby obiektów w departamentach Masywu Centralnego oraz większej aktywności prywatnych inwestorów w regionach peryferyjnych na północnym zachodzie Francji.

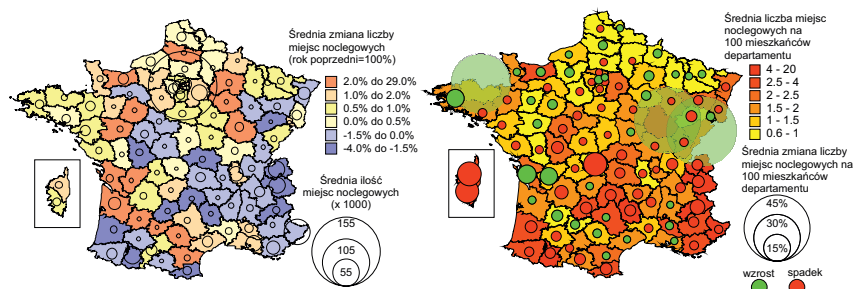
W badanym okresie we Francji nastąpił wzrost o ok. 18,4 tys. oferowanych miejsc noclegowych. Dynamiczny wzrost nastąpił zwłaszcza w 2005 roku i trwał do roku 2008, osiągając poziom 1,24 mln łóżek (ryc. 3). Obecnie nastąpił niewielki spadek oferowanych miejsc do poziomu 1,225 mln łóżek. Pomimo wzrostu liczby miejsc noclegowych liczba łóżek przypadająca na 100 mieszkańców w badanym okresie spadła z poziomu 2,3 do ok. 2,1, co związane jest ze wzrostem liczby ludności Francji. Dodatkowo największy wzrost ludności nastąpił w atrakcyjnie turystycznych południowych regionach Francji, zwłaszcza na Korsyce i w położonym u stóp Pirenejów regionie Languedoc-Roussillon.



Ryc. 3. Liczba miejsc noclegowych we Francji w latach 2003–2010

Źródło: obliczenia własne na podstawie danych MINEFI

Rozpatrując przestrzenne rozmieszczenie miejsc noclegowych pod względem liczby łóżek należy zauważyć, że pokrywa się ono z regionami z największą liczbą obiektów noclegowych (ryc. 4). Według wartości średniej liczby łóżek w badanym okresie na pierwszym miejscu znajduje się Paryż (155,5 tys., przy średniej dla Francji 12,6 tys.). Trzykrotnie mniej miejsc noclegowych oferuje drugi w kolejności południowy departament Alpes-Maritimes (53,7 tys.). Departamenty o liczbie miejsc noclegowych powyżej 30 tys. zlokalizowane są głównie w regionie alpejsko-śródnomorskim, środkowych Pirenejach oraz w regionie paryskim. Od 2003 roku największy wzrost miejsc noclegowych (tj. o ok. 28%) odnotowano w nadatlantycznych departamentach Charente i Charente-Maritime. Wydaje się, że przyczyną tak wysokiego wzrostu w tym regionie są zmiany w preferencjach wypoczynkowych Francuzów spowodowane kryzysem światowym oraz wysoki spadek zatrudnienia w przemyśle spożywczym i związana z nim potrzeba przekwalifikowania się mieszkańców (Dorocki 2011A). Wzrost łóżek powyżej 2% nastąpił również w regionach Szampanii i Ardenów oraz zachodniej części Francji, tj. w regionach o małej liczbie miejsc noclegowych oraz dominacji turystyki kulturowej (wino). Spadek liczby łóżek odnotowano natomiast w południowych, górskich regionach Francji: Alpach, Pirenejach, Masywie Centralnym oraz na zachodzie – na południe od Wzgórz Normandzkich.

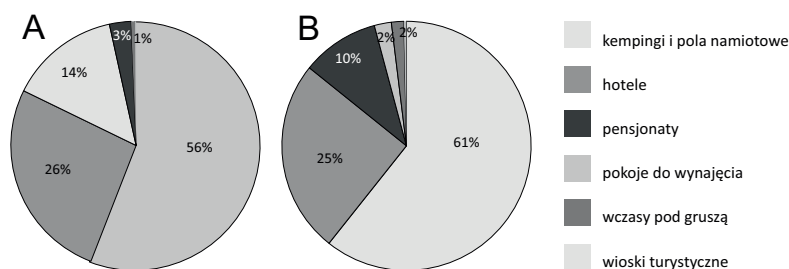


Ryc. 4. Średnia liczba miejsc noclegowych w departamentach Francji oraz ich zmiana w latach 2003–2010

Źródło: obliczenia własne na podstawie danych MINEFI

W przeliczeniu na 100 mieszkańców departamentu najwięcej łóżek odnotowano w Hautes-Pyrénées (ok.15). Ponadto stosunkowo wysokie wartości, tj. ok. 5–7 łóżek/100 os., posiadały departamenty południowe: Alp, Pirenejów, Masywu Centralnego, w których to jednakże w badanym okresie nastąpił spadek (o ok. 3–5%) miejsc noclegowych w stosunku do liczby mieszkańców. Spowodowane to jest głównie kryzysem tzw. białej turystyki, czyli turystyki związanej ze sportami zimowymi (Bourdeau 2009). Największy wzrost (o ok. 30–40%) miał miejsce w Doubs i Côte-d'Or w Burgundii i Franche-Comté oraz w Bretanii Côtes-d'Armor. Ogólnie wzrost odnotowano na terenach o najniższym natężeniu łóżek na północy i zachodzie Francji.

Uzupełnienie powyższych analiz stanowi obraz bazy noclegowej Francji, jakiego dostarcza kwerenda internetowych ofert noclegowych. Analizowane obiekty noclegowe to głównie prywatne przedsiębiorstwa nastawione na oferowanie wypoczynku sezonowego, nie działające w sposób ciągły.



Ryc. 5. Udział poszczególnych typów obiektów noclegowych (A) oraz udział oferowanych miejsc noclegowych (B) we Francji w 2011 r.

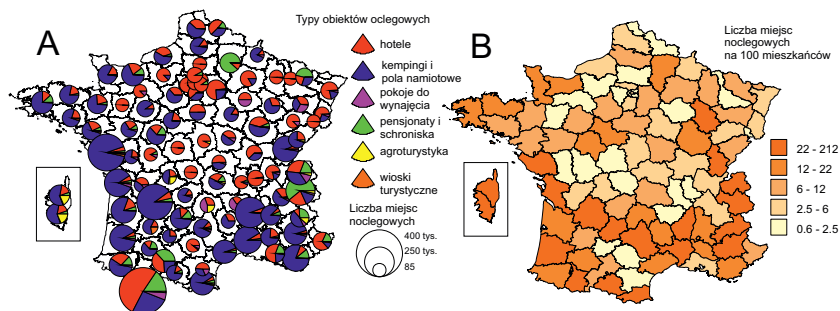
Źródło: obliczenia własne na podstawie danych *Gîtes de France*

Analizując strukturę obiektów noclegowych we Francji w 2011 roku (ryc. 5) można zauważyć, że 56% ogółu obiektów noclegowych stanowią pokoje gościnne, które ze względu na swą małą pojemność (średnia ok. 2 łóżek) oferują tylko 2% ogółu miejsc noclegowych. Drugie w kolejności są hotele, które stanowią 26% obiektów i oferują 25% miejsc noclegowych. Kempingi i pola namiotowe stanowią tylko 14% obiektów, oferując aż 61% zakwaterowania. Tak duży odsetek miejsc noclegowych powiązany jest jednak często z bardzo niskim poziomem oferowanych usług i małą kapitałochłonnością inwestycyjną. Innymi obiektami są pensjonaty (stanowiące 10% miejsc noclegowych) oraz gospodarstwa agroturystyczne (turystyka wiejska) i rozwijające się wioski turystyczne. Te dwa ostatnie typy stanowią razem niecałe 2% wszystkich obiektów noclegowych i dostarczają 2% noclegów.

Można zauważyć pewne prawidłowości w przestrzennym rozmieszczeniu bazy noclegowej we Francji. Sezonowa baza noclegowa lepiej rozwinięta jest na południu kraju w regionie alpejsko-śródziemnomorskim i atlantyckim. Przeważają tam jednakże kempingi i pola namiotowe (ponad 80% ogółu miejsc noclegowych). Jedynie w regionach górskich udział pensjonatów i schronisk oraz hoteli jest większy. W regionie paryskim i centrum kraju dominują hotele z niewielkim udziałem pensjonatów i kempingów. Spośród regionów wyróżnia się Korsyka, gdzie poza kempingami i hotelami duży udział mają gospodarstwa agroturystyczne, co świadczy nie tylko

o rolniczym charakterze wyspy, ale też o szybkim wzroście usług turystycznych, za którym nie nadąża infrastruktura.

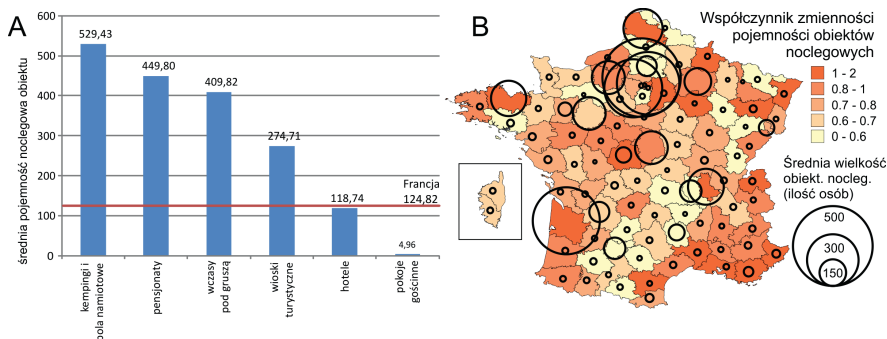
Przeliczając liczbę oferowanych miejsc noclegowych na liczbę mieszkańców departamentu (ryc. 6), wyraźnie wyróżniają się górskie regiony południa z górzystą Korsyką oraz regiony związane z uprawą winorośli.



Ryc. 6. Liczba poszczególnych typów obiektów noclegowych (A) oraz liczba miejsc noclegowych w przeliczeniu na 100 mieszkańców (B) we Francji w 2011 r.

Źródło: obliczenia własne na podstawie danych Gîtes de France i INSEE

Średnia pojemność obiektów noclegowych we Francji w 2011 roku to ok. 125 osób (ryc. 7A). Najwięcej miejsc noclegowych oferują kempingi i pola namiotowe (średnio ok. 530 osób), następnie pensjonaty i gospodarstwa agroturystyczne (w ramach których często oferowane są również kempingi). Średnia pojemność hoteli to ok. 120 osób, natomiast pokoi gościnnych ok. 5 osób.

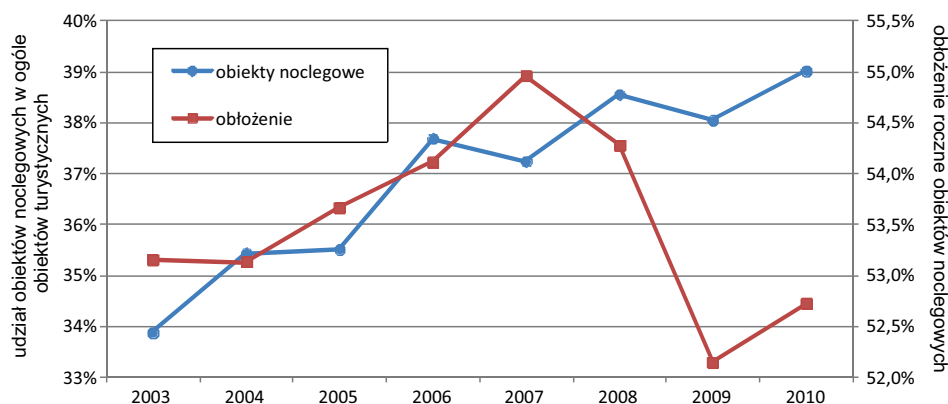


Ryc. 7. Średnia pojemność obiektów noclegowych wg typu w 2011 r. we Francji (A) oraz w departamentach (B)

Źródło: obliczenia własne na podstawie danych Gîtes de France i MINEFI

W analizie przestrzennej największą pojemnością wg średniej liczby miejsc noclegowych (ryc. 7B) odznaczają się obiekty noclegowe zlokalizowane w regionie paryskim oraz w departamentach z największymi miastami, np. Bordeaux, Lyon. W regionach tych, podobnie jak w południowych regionach turystycznych Francji, występuje największe zróżnicowanie wielkości obiektów noclegowych. Szczególnie widoczne jest to w regionach, gdzie obok kempingów występują pokoje gościnne.

Najmniejsze obiekty o średniej pojemności poniżej 40 osób zlokalizowane są w rolniczych regionach środkowej Francji (Burgundia, Dolna Szampania) oraz Masywie Centralnym i Wogezach. Obszary te charakteryzuje również niski współczynnik zmienność pojemności obiektów noclegowych, co świadczy o małej liczbie dużych obiektów noclegowych.



Ryc. 8. Zmiany udziału bazy noclegowej w ogólnej liczbie obiektów branży turystycznej oraz jej obłożenie we Francji w latach 2003–2010

Źródło: obliczenia własne na podstawie danych MINEFI

Udział obiektów noclegowych we Francji w ogólnej liczbie obiektów turystycznych systematycznie wzrastała od ok. 34% w 2003 roku do 55% w 2010 roku (ryc. 8). Powodem tego był wzrost zapotrzebowania na usługi hotelowe oraz coraz szerszy wachlarz dodatkowych usług oferowanych przez obiekty noclegowe. Większość pensjonatów i hoteli nie świadczy jedynie usług noclegowych i gastronomicznych, ale systematycznie poszerza swoją ofertę o organizację wycieczek, wypożyczalnię sprzętu turystycznego i jego serwis, przygotowywanie różnego rodzaju imprez okolicznościowych itp. Średnie obłożenie obiektów noclegowych, wahające się w badanym okresie na poziomie 52–55%, jest zapewne wynikiem sezonowości wypoczynku we Francji. Obłożenie obiektów wzrastało do roku 2007, kiedy to nastąpił spadek do poziomu 52% w 2009 roku, spowodowany zapewne kryzysem światowym³.

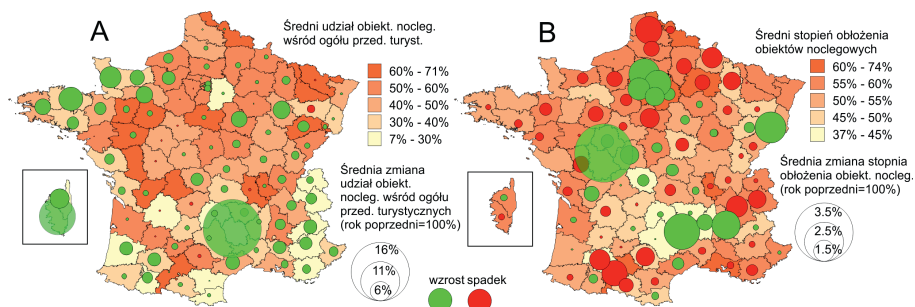
Pośród ogółu obiektów turystycznych⁴ Francji obiekty noclegowe mają największy udział w departamentach Basenu Paryskiego oraz na zachodzie i północy kraju (ryc. 9A). Najmniejszy udział odnotowano natomiast w Alpach i na południu

³ Według szacunków liczba turystów we Francji po 2007 roku spadła w wyniku kryzysu tylko o ok. 3%, co było spowodowane zaniechaniem wyjazdów zagranicznych przez ok. 10% Francuzów, jednakże nastąpił wyraźny spadek usług hotelowych na rzecz kempingów i agroturystyki (Broqua de 2010; Lacoste, Levy 2011).

⁴ Do obiektów turystycznych poza bazą noclegową zaliczone zostały wg nomenklatury d'activités française (NAF) m.in. restauracje, bary, biura podróży i touroperatorzy, usługi transportu pasażerów, krótkoterminowy wynajem sprzętu oraz usługi kulturalne, sportowe i rekreacyjne.

kraju. Tam też nastąpił największy wzrost udziału bazy noclegowej wśród ogółu przedsiębiorstw branży turystycznej. Ponadto wzrost nastąpił w peryferyjnych regionach Dolnej Normandii i Bretanii.

Średni stopień obłożenia nie wykazuje większego zróżnicowania w większości departamentów Francji (rys. 9B). Jedynym wyjątkiem jest Masyw Centralny, gdzie obłożenie nie przekracza poziomu 50%. Różnice występują natomiast w odniesieniu średniej zmiany wielkości obłożenia obiektów noclegowych. Niewielki wzrost w tym zakresie nastąpił głównie w Basenie Paryskim, Masywie Centralnym oraz Poitou na zachodzie Francji.

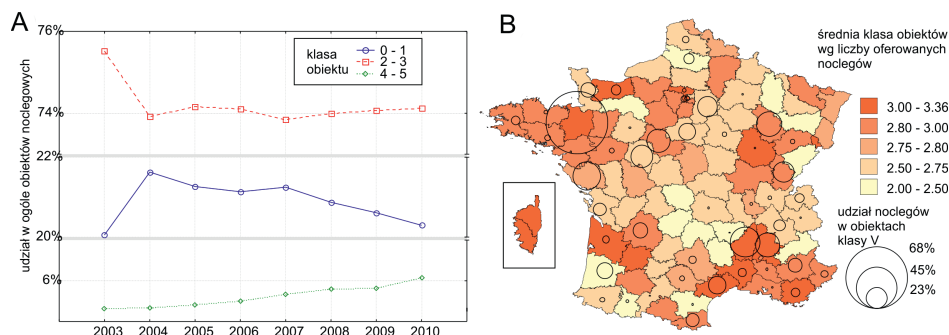


Ryc. 9. Średni udział obiektów noclegowych w ogóle obiektów turystycznych (A) oraz ich średnie obłożenie (B) we Francji w latach 2003–2010

Źródło: obliczenia własne na podstawie danych MINEFI

Ważnym elementem uzupełniającym analizę atrakcyjności regionów turystycznych Francji może być jakość oferowanych usług, wyrażona poprzez kategoryzację poszczególnych obiektów (Rheault 2004). W okresie od 2003 do 2010 roku nastąpił wzrost udziału obiektów 4 i 5 klasy, przy spadku obiektów noclegowych najniższej klasy 1 lub nieskategoryzowanych⁵ (ryc. 10A). Jednakże zmiany te są niewielkie i dotyczą głównie północnych regionów Francji. Analizując jakość oferowanych usług noclegowych we Francji w oparciu o średnią klasę obiektów pozytywnie wyróżnia się obszar Prowansji, Lazurowego Wybrzeża, Langwedocji, Korsyki i Akwitanii, południe kraju oraz Burgundia i zachodnia część Basenu Paryskiego. Wysoka średnia klasy obiektów noclegowych w tych regionach związana jest z wysokim odsetkiem miejsc noclegowych oferowanych w obiektach pięciogwiazdkowych. Ogólnie obiekty najniższych klas mają największy udział w środkowej części północnej Francji (ok. 30%), natomiast obiekty klasy 4 i 5 największy udział mają na Lazurowym Wybrzeżu, w regionie paryskim i w Alpach (ok. 20%).

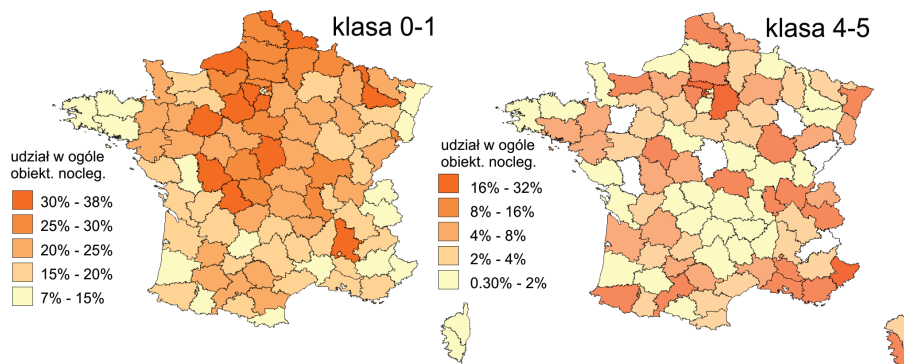
⁵ W analizie wykorzystano zarówno kategorię standardu noclegu opartą o skalę czterech gwiazdek oraz 4* Luxe (traktowana jako klasa 5) (obiekty hotelowe MINEFI) i pięcioskalową kłósów (*Gîtes de France*), pierwsza klasyfikacja odnosi się głównie do standardu pokoiów, natomiast druga zawiera również dodatkowe usługi. W związku z powyższym w celu przedstawienia obu standardów zestawiano wartości najniższe 0–1 i 4–5 lub wartości średnich dla obydwu skal, w celu przedstawienia poziomu oferowanych noclegów (przyp. autora).



Ryc. 10. Udział poszczególnych klas obiektów w ogóle wszystkich obiektów noclegowych we Francji w latach 2003–2010 (A) oraz średnia klasa obiektów i udział noclegów o najwyższym standardzie w departamentach Francji w 2011 r.

Źródło: obliczenia własne na podstawie danych MINEFI i Gîtes de France

W niektórych regionach pomimo niewielkiego udziału obiektów cztero- i pięciogwiazdkowych odsetek miejsc noclegowych stanowi znaczącą większość ogółu (ryc. 12). Podobna sytuacja odnosi się do obiektów klasy najniższej, które choć liczne nie odgrywają znaczącej roli w ogóle oferowanych miejsc noclegowych. Potwierdza to fakt, że w przypadku obiektów o wysokim standardzie mamy do czynienia z dużymi inwestycjami (hotele, pensjonaty), podczas gdy małe obiekty oferują zazwyczaj niższy standard usług – określony poprzez nadaną kategorię (pokoje gościnne).



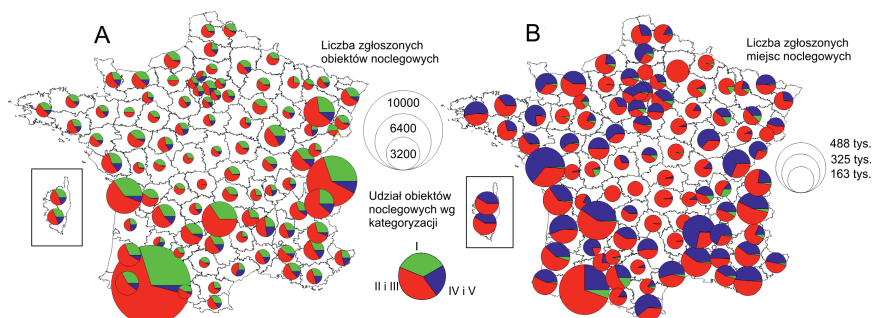
Ryc. 11. Średni udział obiektów noclegowych klasy 0 i 1 oraz 4 i 5* we Francji w latach 2003–2010

*kategoria 5 to kategoria 4 Luxe

Źródło: obliczenia własne na podstawie danych MINEFI

Analizując układ przestrzenny bazy noclegowej w aspekcie liczby obiektów i miejsc noclegowych przy uwzględnieniu standardu usług (Ryc. 12), należy zauważyć, że najwyższy standard posiadają te zlokalizowane w departamentach południowo-wschodnich i zachodnich oraz w regionie Paryża. Natomiast najgorzej sytuacja przedstawia się w centrum kraju od Masywu Centralnego po Szampanię

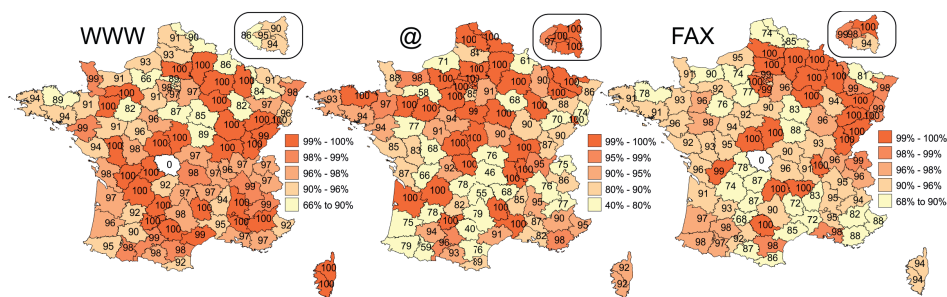
i Lotaryngię. Zauważyć należy ponadto, że dość duża różnica w liczbie i oferowanym standardzie noclegów występuje przy porównaniu danych publikowanych przez ministerstwo (MINEFI) i zgłoszeń internetowych na portalu *Gîtes de France*, na korzyść tych pierwszych. Jest to z jednej strony wynikiem specyfiki ofert zamieszczonych na tym portalu, jednakże z drugiej strony może świadczyć o wspomnianej we wstępie większej aktywności małych firm w poszukiwaniu klientów, niż mam to miejsce w przypadku dużych, renomowanych przedsiębiorstw.



Ryc. 12. Udział obiektów noclegowych (A) oraz oferowanych miejsc noclegowych (B) ze względu na standard usług w departamentach Francji w 2011 r.

Źródło: obliczenia własne na podstawie danych *Gîtes de France*

Ostatnim analizowanym elementem, który niewątpliwie wpływa na standard i dostępność oferowanych usług, a także aktywność przedsiębiorstwa na rynku usług noclegowych, są wykorzystywane narzędzia komunikacji. Według badaczy to właśnie wykorzystanie innowacyjnych narzędzi pozwala na rozwój turystyki, zwłaszcza na obszarach uważanych dotychczas za mało atrakcyjne turystycznie (Bédard, Kadri 2004A, 2004B 2007). Współcześnie marketing i komunikacja prowadzone są głównie z wykorzystaniem sieci Internet, dlatego w badaniu uwzględniono udział obiektów noclegowych, które posiadają własną stronę internetową lub adres poczty e-mail (ryc. 13). Dodatkowo uwzględniono firmy, które posiadają faks.



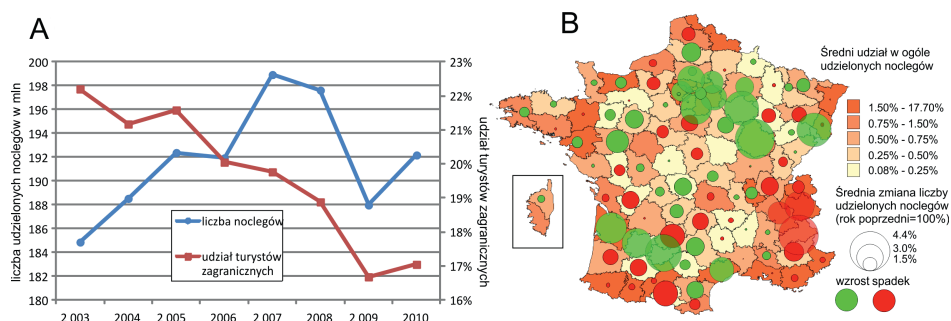
Ryc. 13. Udział obiektów noclegowych wg wykorzystywanych narzędzi komunikacji we Francji w 2011 r.

Źródło: obliczenia własne na podstawie danych *Gîtes de France*

Strony internetowe i konto pocztowe posiada większość obiektów noclegowych we Francji. Wyjątkiem jest departament Creuse, w którym nie odnotowano ani jednego podmiotu posiadającego własną stronę internetową, podobnie jak i faksu. Sytuacja ta wydaje się być spowodowana zapewne nieumieszczeniem adresu strony przez zgłaszającego obiekt noclegowy lub posiadanie stron internetowych w zbiorczych lub zewnętrznych internetowych serwisach ogłoszeniowych (np. na stronie gminy lub regionu). Jednakże uwzględniając powyższe możliwości, należy zauważyć, że obszar Masywu Centralnego, podobnie jak i południe oraz zachód kraju posiadają gorsze wskaźniki w zakresie wykorzystywanych narzędzi komunikacji niż obszary północne i wschodnie Francji. Jeszcze wyraźniej sytuacja ta jest widoczna w przypadku dostępu do faksu, który jest wykorzystywany w prawie wszystkich zakładach w departamentach północno-wschodniej Francji, podczas gdy na południu zakłady z tego typu urządzeniem komunikacyjnym stanowią 80% ogółu ich liczby.

Turyści i noclegi

Niewątpliwie najważniejszym wskaźnikiem potwierdzającym atrakcyjność regionu jest poziom zainteresowania ze strony turystów. W tym celu w dalszej części pracy poddano analizie liczbę udzielonych noclegów, ze szczególnym uwzględnieniem tych udzielonych turystom zagranicznym (ryc. 14).



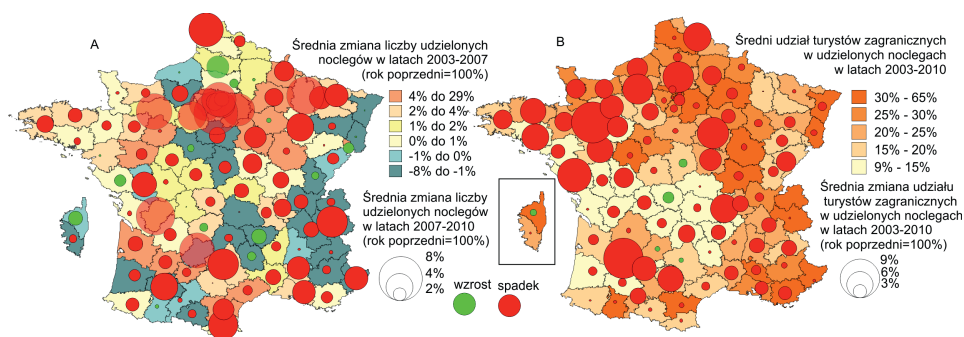
Ryc. 14. Liczba noclegów oraz udział turystów zagranicznych we Francji w latach 2003–2010 (A) oraz liczba udzielonych noclegów w podziale departamentalnym w latach 2003 i 2010 (B)

Źródło: obliczenia własne na podstawie danych MINEFI

Liczba udzielonych noclegów we Francji wzrastała do roku 2007, kiedy to zaczęła drastycznie maleć. Przyczyn tej zmiany zapewne należy upatrywać w kryzysie światowym. Świadczą o tym zmiany zachodzące w branży turystycznej w wymiarze globalnym (Zdon-Korzeniowska, Rachwał 2011). Obecnie od roku 2009 zauważalny jest powolny wzrost liczby noclegów. W podziale departamentalnym dominację w liczbie udzielonych noclegów niezmiennie utrzymuje departament Paryża (ok. 17%). Również inne departamenty sąsiadujące z Paryżem znajdują się w czołówce: Seine-et-Marne (4,4%), Seine-Saint-Denis (2,2%), Val-d'Oise (1,8%). Ponadto duży udział w sprzedaży noclegów jest region śródziemnomorsko-alpejski:

Alpes-Maritimes (4,4%) , Bouches-du-Rhône (2,7%), Haute-Savoie (2,2%), Savoie (1,9%), Var (1,9%) oraz Rhône (2,2%) (z Lyonem). Zainteresowaniem turystów cieszą się Pireneje: Hautes-Pyrénées (2,0%) oraz Pyrénées-Atlant (1,9%). Pozostałe regiony o dużej liczbie udzielonych noclegów to Burgundia, Alzacja, region północny i Bretania. Analizując tempo zmian liczby udzielonych noclegów, można zauważyć, że wzrost nastąpił głównie w regionie paryskim (Hauts-de-Seine 3,3%, Val-d'Oise 2,9%, Seine-et-Marne 2,7%), w Szampanii i Burgundii (Côte-d'Or 4,2%, Aube 3,6%), Akwitanii oraz Langwedocji (Tarn-et-Garonne 3,9%, Gironde 3,2%, Lot-et-Garonne 3,1%, Hérault 2,6%). Największy spadek noclegów odnotowały natomiast departamenty alpejskie i w Pirenejach oraz jednostki znajdujące się na obrzeżach Basenu Paryskiego i Masywu Centralnego.

W związku z dużym wpływem kryzysu światowego na liczbę udzielonych noclegów we Francji w analizie odniesiono się również do trendów w zmianie liczby udzielonych noclegów w okresie przed i po roku 2007 (ryc. 15 A).

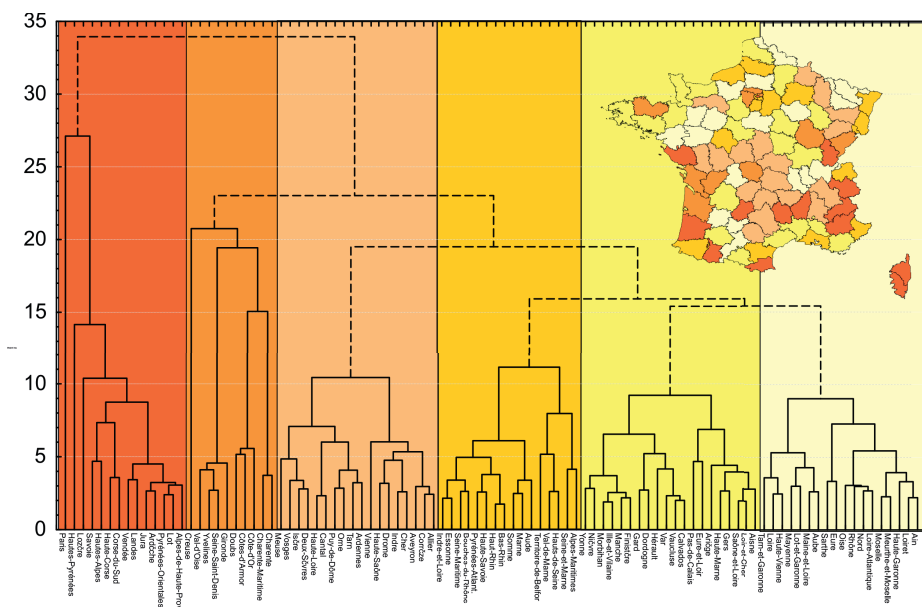


Ryc. 15. Średnia zmiana liczby udzielonych noclegów w departamentach Francji w latach 2003–2007 i 2007–2010 (A) oraz średni udział turystów zagranicznych w udzielonych noclegach w podziale departamentalnym Francji w latach 2003 i 2010 (B)

Źródło: obliczenia własne na podstawie danych MINEFI

W analizie zmian liczby udzielonych noclegów do roku 2007 wyraźnie widać spadek w Alpach, Masywie Centralnym, Dolnej Akwitanii i Pirenejach oraz Jurze, Wogezach, Alzacji, Korsyce i zachodniej części Basenu Paryskiego. Największy wzrost natomiast miał miejsce w Burgundii, Szampanii, Górnej Akwitanii, Langwedocji oraz zachodniej i centralnej części Basenu Paryskiego.

Innym wskaźnikiem atrakcyjności jest udział noclegów udzielonych turystom zagranicznym. W badany okresie nastąpił spadek udziału obcokrajowców w ogólnej liczbie udzielonych noclegów z ok. 22 do 17%. Wśród turystów zagranicznych zainteresowaniem cieszyły się głównie departamenty wschodniej części Francji. Największą popularnością cieszył się Paryż (ok. 65%) oraz sąsiednie departamenty Seine-et-Marne (60%), Hauts-de-Seine (44%). Innymi popularnymi regionami były Prowansja (ok. 50%), Akwitania (50%), Alzacja, Szampania, Burgundia i region północny (ok. 40%) oraz Alpy (ok. 30%). Najmniejszym zainteresowaniem cudzoziemców cieszyły się tereny od Bretanii po Masyw Centralny na zachodzie Francji.

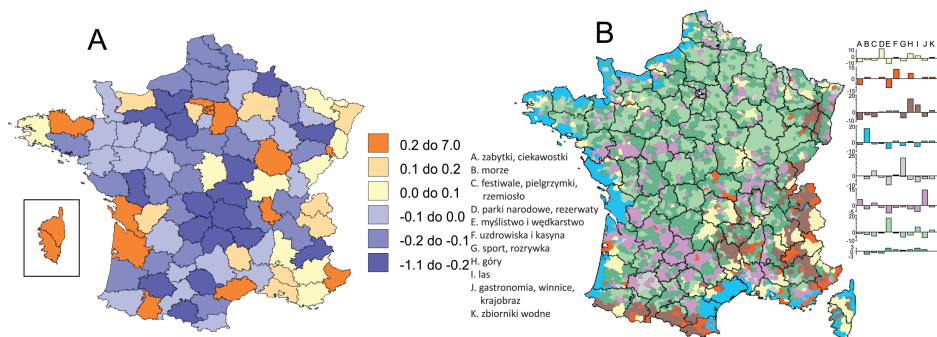


Ryc. 16. Analiza skupień departamentów według poziomu rozwoju bazy noclegowej oraz jej wykorzystania (odległ. euklidesowa, Metoda Warda)

Źródło: obliczenia własne

Od 2003 roku prawie wszystkie departamenty poza środkową Francją odnotowały spadek udziału turystów zagranicznych w ogólnej liczbie udzielonych noclegów. Szczególnie proces ten nasilił się w północno-zachodniej Francji, Akwitanii, Basenie Paryskim i w Burgundii. Minimalne zmiany odnotowały departamenty Alp, Pirenejów, Lotaryngii oraz atlantycki region turystyczny Charente-Maritime. Wydaje się zatem, że regiony te są bardzo atrakcyjne dla cudzoziemców (góry, morze, winnice) lub też są to regiony tradycyjne, preferowane głównie przez Francuzów (np. obszary nadatlantyckie).

W celu syntetycznego zestawienia powyższych wskaźników odnoszących się do rozwoju bazy noclegowej i jej atrakcyjności posłużono się analizą skupień wykorzystując metodę odległości euklidesowych (ryc. 16, 17A). Z otrzymanych wyników można wnioskować, że większą atrakcyjnością turystyczną (biorąc pod uwagę bazę noclegową) charakteryzują się regiony południowe Francji: Alpy, Korsyka, Pireneje, część Masywu Centralnego oraz regiony atlantyckie i wschodnie (Jura, Burgundia). Na północy wyróżnia się tylko region paryski, który pod względem atrakcyjności deklasuje wszystkie inne departamenty. Odnosząc się do zatem typów regionów turystycznych Francji opracowanych przez R. Knafo i H. Mazurek (1996) (ryc. 17B), najbardziej atrakcyjne wg usług noclegowych są obszary górskie, uzdrowiskowo-rekreacyjne (sportowe) oraz regiony nadmorskie i uprawy winorośli.



Ryc. 17. Standaryzowany wskaźnik wielkości bazy noclegowej Francji (A) typy regionów turystycznych Francji (B)

Źródło: obliczenia własne na podstawie danych OECD (A), Knafou, Mazurek 1996 (B)

Innowacyjny rozwój gospodarczy w obszarach atrakcyjnych turystycznie

Coraz częściej podkreśla się wagę innowacji w sektorze turystycznym. Również w tej branży coraz częściej mamy do czynienia z kreowaniem klastrów, sieciami produkcyjnymi łączącymi sektor MŚP i instytucje naukowo-badawcze (Novelli, Schmitz, Spencer 2006). Można zatem przypuszczać, że współczesny rozwój gospodarczy oparty w dużej mierze na innowacyjności, we Francji ma miejsce głównie w regionach atrakcyjnych pod względem turystycznym. Potwierdza się zatem teza o tzw. modelu U-kształtnym lub modelu odwróconej podkowy jako ścieżce rozwoju gospodarczego Francji przebiegającej głównie na obszarach peryferyjnych (*Aménager la France de 2020*). Rozwój ten odnosi się również do potencjału demograficznego. Łuk odległych miast od Paryża (Tuluza, Montpellier, Nantes, Rennes, Strasburg), pochłania znaczną część jego przyrostu naturalnego. Sytuacja ta jest wynikiem nasilenia migracji ludności kreatywnej z obszaru paryskiego. Może to doprowadzić do wyczerpania rezerwy kapitału ludzkiego w wielkich miastach na rzecz peryferii. Jednym z głównych kierunków migracji są obszary atrakcyjne turystycznie (nadmorskie, góry, leśne). Początkowo są to tzw. drugie domy, wykorzystywane w celach rekreacyjnych, jednakże w wielu przypadkach stają się one stałym miejscem zamieszkania. Dodatkowo ważnym elementem w aktywizacji innowacyjnej regionów turystycznych jest komunikacja z centrum. W przypadku Francji jest to przede wszystkim sieć szybkiej kolei TGV, której rozwój przyczynił się do wzrostu popularności turystycznej Alzacji, Szampanii i Burgundii (Woessner 2008; Richer, Bérion 2009), umożliwiając tzw. niedzielne spacerunki poza Paryżem oraz powiększenie liczby krótkich pobytów na południu Francji, z których 25% generowanych jest przez TGV (Le Comité Régional du Tourisme Provence-Alpes-Côte d'Azur 2011).

Wnioski

Podsumowując można stwierdzić, że baza noclegowa Francji, pomimo zmienności ogólnej struktury regionalnej (Paryż, Alpy, Lazurowe Wybrzeże, Pireneje) w badanym okresie uwiadamiała powolny wzrost usług noclegowych oferowanych w obszarach uważanych za mało atrakcyjne (Szampania, Burgundia,

Akwitania, Masyw Centralny). Poza wzrostem liczby oferowanych noclegów, podnosi się również ich jakość, jednakże obszary peryferyjne są pod tym względem wciąż w tyle w stosunku do renomowanych turystycznie i rozwiniętych gospodarczo regionów. Przemiany technologiczne prowadzące do spadku atrakcyjności rolnictwa i upadek tradycyjnego przemysłu oraz zapotrzebowanie na nowe technologie prowadzą do rozwoju przemysłu nowych technologii również w obszarach turystycznych, a nie tylko w dużych metropoliach. Tak więc nałożenie się tzw. twórczego kryzysu, wpływającego na rozwój i wykorzystanie innowacyjnych technologii w regionach peryferyjnych, na procesy dezurbanizacji i wzrostu możliwości mobilnych ludności, może wpłynąć na znaczący rozwój innowacyjności w obszarach turystycznych Francji.

Literatura

- d'Aligaux J., 2001, *La périurbanisation en Provence: visages d'hier et d'aujourd'hui, interrogations pour demain. Le cas du Var et des Bouches-du-Rhône*, Géocarrefour. Vol. 76 n°4, s. 289–302, doi: 10.3406/geoca.2001.2571
- Guigou J.L. (red.), 2000, *Aménager la France de 2020: mettre les territoires en mouvement*, La Documentation française, Délégation à l'aménagement du territoire et à l'action régionale, France
- Augustin J.P., 1992, *L'alliance de la culture et du tourisme pour le développement régional l'exemple de la Gironde et de l'Aquitaine. Combining tourism and culture to promote regional development*, Revue de géographie de Lyon, Vol. 67, n°1, pp. 57–64.
- Bachimon P., Dériz P., Marc M., 2009, *Développement touristique et durabilité en Cerdagne française*, Revue de géographie alpine, 97–3 | 2009, online 11 grudzień 2009, dostęp 5 czerwca 2012. URL : <http://rga.revues.org/1056> ; DOI : 10.4000/rga.1056
- Boschma R. A., Fritsch M., 2008. *Klasa kreatywna a rozwój regionów w Europie, Problematyka przyszłości regionów*, [w:] *W poszukiwaniu nowego paradygmatu*, red. P. Jakubowska, A. Kukliński A., P. Żuber, Ministerstwo Rozwoju Regionalnego, Warszawa
- Bédard F., Kadri B., 2004A, *Les technologies de l'information comme facteur d'autonomie des destinations touristiques du Sud*, Téoros, 23, 2, pp. 68–72
- Bédard F., Kadri B., 2004B, *Développement et tourisme : une relation durable*, Regard sur l'hôtellerie, Téoros, 23, 3, pp. 70–72
- Bédard F., Kadri B., 2007, *Technologie et destination. Quelques initiatives visant à réduire la fracture numérique*, [w:] *Tourisme et attractivité*, Téoros, 26, 2, pp. 77–80
- Bourdeau P., 2009, *Examining innovation in the Alps at the local scale. A region on the move, the "Pays des Ecrins"*, [w:] *Semaine alpine 2008 : innover (dans) les Alpes*, Revue de géographie alpine 97–1, online 24.07.2009, dostęp 2.02.2012. URL: <http://rga.revues.org/797> ; DOI : 10.4000/rga.797
- Bourdeau P., 2009, *From après-ski to après-tourism: the Alps in transition?* [in:] *Le tourisme montagnard au crible de la durabilité. Mountain tourism and sustainability*, Revue de géographie alpine 97–3, online 09.12.2009, dostęp 20.02.2012. URL: <http://rga.revues.org/1049>
- Boyer R., Boyer D., Laferté G. 2007, *La connexion des réseaux comme facteur de changement institutionnel : l'exemple des vins de Bourgogne*, Paris-Jourdan Sciences Economiques, Laboratoire d'Economie Appliquée, INRA Working Paper no 2007 – 42

- Broqua de A., 2010, *La France touristique résiste bien à la crise*, econostrum.info, online: 25.01. 2010, dostęp: 4.04. 2011, URL: http://www.econostrum.info/La-France-touristique-résiste-bien-à-la-crise_a2177.html
- Ditter J. G. 2005, *Les systèmes productifs locaux vitivinicoles : concepts, exemples et enseignements possibles pour la France et la Bourgogne* Cahiers du CEREN 10, pp. 2–15
- Dorocki S., 2008, *Gospodarka oparta na wiedzy w założeniach strategii lizbońskiej na przykładzie Francji*, [w:] *Rola przedsiębiorczości w gospodarce opartej na wiedzy*, red. Z. Ziolo i T. Rachwał, „Przedsiębiorczość – Edukacja”, nr 4, Wydawnictwo Nowa Era i Zakład Przedsiębiorczości Instytutu Geografii Akademii Pedagogicznej w Krakowie, Warszawa–Kraków, s. 176–184
- Dorocki S., 2011A, *Wpływ kryzysu gospodarczego na przemiany struktur regionalnych Francji*, [w:] *Wpływ kryzysu na zachowania przedsiębiorstw oraz przemiany struktur regionalnych*, red. Z. Ziolo i T. Rachwał, Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego, nr 17, Komisja Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego i Instytut Geografii Uniwersytetu Pedagogicznego w Krakowie, Warszawa–Kraków, s. 67–86
- Dorocki S., 2011B, *Inwestycje zagraniczne we Francji w dobie globalizacji*, [w:] *Przedsiębiorczość w warunkach globalizacji*, red. Z. Ziolo i T. Rachwał, Przedsiębiorczość–Edukacja, nr 7, Zakład Przedsiębiorczości i Gospodarki Przestrzennej Instytutu Geografii Uniwersytetu Pedagogicznego w Krakowie, Wydawnictwo Nowa Era, Warszawa–Kraków, s. 24–41
- Felix B., 2007, *High-technology patent applications to the European Patent Office Communication technology at the forefront of EU high-tech patenting*, Statistics in Focus, Science and Technology 20/2007
- Foryś I., Kokot S. 2008, *Preferencje potencjalnych nabywców w określaniu wag cech rynkowych nieruchomości*, Studia i Materiały Towarzystwa Naukowego Nieruchomości w Olsztynie, vol. 16, nr 2, s. 45–60
- Kilar W., 2010, *Zmiany potencjału korporacji informatycznych w Unii Europejskiej w latach 2004–2008*, [w:] *Przedsiębiorczość w warunkach integracji europejskiej*, red. Z. Ziolo i T. Rachwał, Przedsiębiorczość–Edukacja, nr 6, Zakład Przedsiębiorczości i Gospodarki Przestrzennej Instytutu Geografii Uniwersytetu Pedagogicznego w Krakowie, Wydawnictwo Nowa Era, Warszawa–Kraków, s. 49–66
- Knafou R., Mazurek H., 1996, *L'espace touristique français: flux et potential*, Mapped monde no. 2
- Krajewska M. 2010, *Analiza zmian wartości gruntów w strefach podmiejskich dużych miast*, Studia i Materiały Towarzystwa Naukowego Nieruchomości w Olsztynie, vol. 18, nr 3, s. 51–60
- Lacoste O., Levy B. 2011, *Impacts de la crise sur le tourisme*, Tourisme de A à Z – DGCIS, URL: http://test.veilleinfotourisme.fr/servlet/com.univ.collaboratif.utils.LectureFichier-gw?ID_FICHIER=1333691712067
- Le Comité Régional du Tourisme Provence-Alpes-Côte d'Azur, *Le développement des courts séjours en France et en Provence-Alpes-Côte d'Azur*, URL: <http://www.chiffres-tourisme-paca.fr>, dostęp: 20.04.2011
- Macchiavelli A., 2009, *Alpine tourism*, Revue de géographie alpine, 97–1, s. 99–115
- Mirloup J. 1984, *Tourisme et loisirs en milieux urbain et péri-urbain en France*, Annales de Géographie, t. 93, n°520, pp. 704–718.
- Novelli M., Schmitz B., Spencer T., 2006, *Networks, clusters and innovation in tourism: a UK experience*, Tourism Management, Vol. 27, Issue 6, pp. 1141–1152

- Overwalle Van G., 2010, *Policy Levers Tailoring Patent Law to Biotechnology. Comparing US and European Approaches*, University of California Irvine Law Review, Vol. 1, Issue 2, pp. 443–514 (<http://www.law.uci.edu/lawreview/index.html>), dostęp: 4.12.2011
- Rheault M., 2004, *La classification de l'hébergement touristique : un outil essentiel à la qualité du produit*, [w:] *La qualité en tourisme*, Téoros, 23–2, pp. 38–41
- Richer C., Bérion P., 2009, *Le rôle des grandes infrastructures dans la structuration des espaces régionaux : le cas de l'arrivée du TGV dans le réseau métropolitain Rhin-Rhône*, URL: <http://hal.archives-ouvertes.fr/halshs-00556074>, dostęp: 15.04.2011
- Rifkin J., 2003, *Wiek dostępu. Nowa kultura hiperkapitalizmu, w której płaci się za każdą chwilę życia*, Wydawnictwo Dolnośląskie, Wrocław
- Stryjakiewicz T., 2008, *Sektor kreatywny jako czynnik kształtujący nową jakość przestrzeni europejskiej*, [w:] *Przekształcenia regionalnych struktur funkcjonalno-przestrzennych : Europa bez granic – nowa jakość przestrzeni*, red. S. Dołzbłasz, A. Raczek, Rozprawy Naukowe Instytutu Geografii i Rozwoju Regionalnego Uniwersytetu Wrocławskiego 4, Instytut Geografii i Rozwoju Regionalnego Uniwersytetu Wrocławskiego, Wrocław s. 69–74
- Stryjakiewicz T., 2009, *Lokalizacja firm i zachowania przestrzenne pracowników sektora informatycznego (na przykładzie poznańskiego obszaru metropolitalnego)*, [w:] *Funkcje przemysłu w kształtowaniu społeczeństwa informacyjnego*, red. Z. Ziolo i T. Rachwał, Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego, nr 13, Komisja Geografii Przemysłu PTG i Instytut Geografii Uniwersytetu Pedagogicznego w Krakowie, Warszawa–Kraków, s. 11–18
- Tobolska A., 2011, *Czynniki lokalizacji fabryk wybranych korporacji międzynarodowych w Polsce*, [w:] *Problemy rozwoju lokalnego i regionalnego na początku XXI wieku*, red. M. Wdowicka, L. Mierzejewska, Biuletyn Instytutu Geografii Społeczno-Ekonomicznej i Gospodarki Przestrzennej UAM, seria Rozwój Regionalny i Polityka Regionalna nr 15, Poznań, pp. 55–66
- Tuppen J., 2000, *The Restructuring of Winter Sports Resorts in the French Alps: Problems, Processes and Policies*, International Journal Of Tourism Research, No. 2, s. 327–344
- Woessner R., 2008, *La métropolisation et la grande vitesse ferroviaire : quels enjeux pour l'Alsace ?*, Revue d'Alsace, 134, pp. 307–320
- Zdon-Korzeniowska M., Rachwał T., 2011, *Turystyka w warunkach światowego kryzysu gospodarczego*, [w:] *Przemiany struktur lokalnych i regionalnych sektora usług w latach kryzysu gospodarczego*, red. Z. Ziolo, T. Rachwał, Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego, nr 18, Wydawnictwo Naukowe UP, Warszawa–Kraków, s. 116–128

Touristic attractiveness of regions: the case study of France

Abstract

Technological and economic transformation of the past few decades resulted in a significant re-evaluation of the factors affecting the location of economic activity. General trend in these changes is the declining importance of the so-called “hard factors”, “cost factors” (such as transport costs, labour costs and the amount of taxes), as opposed to the so-called “soft factors”; special emphasis among these factors is placed on human capital. An important aspect of the human factor in the process of innovative economy development, is the quality of life in the area. The high quality of life in a given place encourages people with high creative potential to live in this place. According to Richard Florida's theories, people do not migrate to find work, but work follows people. Therefore, the so-called “good climate for people”

is one of the most important factors for growth in the regions. Qualities, such as cultural heritage, clean air, high level of safety, and the atmosphere of openness and tolerance, are the factors that are increasingly important for the choice of residence. Moreover, there are also features of attractive tourist sites. According to the above statements, it seems that touristic regions in economically developed countries, in addition to large cities, are one of the more desirable places to live for creative people, which is a potential source of innovation for local and regional economies.

Assuming that the abovementioned correlations exist, this paper attempts to assess the attractiveness of tourist regions of France. The size and the structure of accommodation was chosen as the indicator of tourist attractiveness.

dr Sławomir Dorocki
Uniwersytet Pedagogiczny
im. Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie
Instytut Geografii
Zakład Przedsiębiorczości i Gospodarki Przestrzennej
e-mail: sdorocki@up.krakow.pl

dr Małgorzata Zdon-Korzeniowska
Uniwersytet Pedagogiczny
im. Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie
Instytut Geografii
Zakład Przedsiębiorczości i Gospodarki Przestrzennej
e-mail: mkorzen@up.krakow.pl

dr Anna Delekta
Uniwersytet Pedagogiczny
im. Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie
Instytut Geografii
Zakład Turystyki i Badań Regionalnych
e-mail: annadelekta@gmail.com

Annales Universitatis Paedagogicae Cracoviensis

Studia Geographica III (2012)

Tatyana Kirillova

Irkutsk State Transport University, Russia

Potential of tourism services in the Irkutsk region

The strategic goal of the tourism industry in the Irkutsk region is to develop regulations aimed at creating a modern, efficient and competitive tourist complex. This will create opportunities to meet the needs of Russian and foreign citizens in a variety of tourist services. The initial object of control are potential tourist areas that have the most favorable conditions for expansion of tourist flows.

The system ensures the implementation of recreational activities on the resource chain to the user through the planning, management and control over the use of resources. The main direction of activity is the development of recreational infrastructure, also in the cases when consumers are interested in unspoiled nature. First, accommodation, mobility, nutrition and safety, etc., must be provided. Quality of service constitutes the special resource of development of recreational activities in the region. The quality of management of recreational activities in the region depends largely on the development of the prevailing international practice standards and requirements concerning the quality of recreational services.

The economic activities of municipalities in the region concerning tourism are being developed (as in the country as a whole). Existing areas designed for tourism and recreation developed largely spontaneously. In the past five years, the situation has changed significantly in connection with the development of entrepreneurial activity in the tourist areas. Increasingly complex situation requires a systematic analysis of resources, materials and technical prerequisites for the development of tourism in the territories of different types.

With the creation of material and technical means for the development of tourism and recreation, begins the process of economically significant recreational land development. Let us consider the concept of recreational development. The recreational development—a means of local recreation—constitutes the current level of logistical arrangement of territory and the level of social and economic benefits of local recreational activities.

The government of the Russian Federation pursues an active policy of supporting and developing tourism in the country, and according to the Federal Law of July 22, 2005 № 116–FZ “On special economic zones in the Russian Federation”, and also in the Federal Law of June 3, 2006 № 76–FZ of the Russian Federation Government

Resolution dated February 3, 2007, № 68, 72 "On establishment of a special economic zone of tourist-recreational type" and the RF Government dated September 8, 2010 N 692 "On Special Economic zone of tourist-recreational type established in the territory of the Irkutsk Region", manages the establishment of special economic zones of tourist-recreational type in the territories of the Republic of Buryatia and the Irkutsk region.¹ In order to attract investors to the tourism sector, the federal target program "Development of domestic tourism" for the period from 2011 to 2018 has been adopted. The basic principle of activities provided for by this program is based on the mechanisms of public-private partnership.²

The boundaries of the tourist-recreational special economic zone "Gate of Baikal" in Slyudyanskij area were defined in the document that has been approved by the Ministry of Economic Development of Russia, and a supplementary agreement concerning those boundaries has been signed by former Governor Dmitry Mezentsev and mayors of the Slyudyanka and Irkutsk regions. Resolution of the Russian government of September 2010 concerning the territory included parts of the TRZ mountain skiing resort "Sable Mountain" and the countryside "Mangutay". This will ensure the creation of about two thousand job posts in the company town of Baikalsk in the Irkutsk region owing to the special economic zone of tourist-recreational type "Gate of Baikal".

The potential of the Slyudyanka area lies in the presence of mountain ranges that are suitable for the organization of a world-class resort. The most accessible peaks are: Mangutay (1856 m), Gold (1603 m) and Taltsinsky Peak (1806 m). The advantage of this site is that it is visited by 250 thousand tourists a year. The basic infrastructure includes a railway station, road and a power line. The volume of investments in the SEZ is estimated at 18 billion rubles, 9 billion of which has been provided by the state. According to the plan, the construction of nine hotels and 434 villas, with the total capacity of 3.6 thousand people at once, will be carried out on the territory of the special economic zone.

Supplementary Agreement (№ 16162-EN/F7) was signed on October 19, 2007 and it defined the boundaries of special economic zones: "Baikal-Kultushnaya Surf" and "Lemasovo" in Kabansky district, "North-Baikal" in the Severobaikalsk area and "Barguzinskaya shores of Lake Baikal" in the Barguzinsky area, where, once they reach their full potential, the expected number of tourist arrivals will exceed 180 thousand (185 040) per year (including day visitors), and the number of hotel rooms will be 350.³

The global experience of creating special economic zones, such as educational ones, allows us to consider it one of the most effective forms of regional development and cooperation of state and business. The implementation of these projects will increase the share of tourism sector in the economy of the Baikal region, attract foreign tourists to Russia and create new high quality recreational facilities that meet international standards.

¹ http://www.rosez.ru/?news_id=3393 Российские особые экономические зоны

² <http://президент.рф/transcripts/14745> Совещание по вопросам развития туристического кластера на Северном Кавказе

³ http://www.rosez.ru/?news_id=726

One of the positive aspects of the creation of tourist-recreational special economic zones is the reduction of the share of unorganized tourism in the region, that currently is at the rate of 60%, due to the construction of new accommodation facilities, supply of tourism products, and improvement of service levels. This in turn will reduce and considerably eliminate anthropogenic stress on the unique natural landscapes of Baikal.

Opportunities in the region providing tourist services are determined by the level to which it can adapt its tourist resources and services to the needs of consumers. Therefore, the region in the short and medium term should undertake the task of forming infrastructural and institutional conditions for the development of modern tourist products that meet the needs of foreign tourists.

The current state of infrastructure, readiness to serve diverse groups of tourists, unresolved issues with the land acquisition, the transparency of the tourist business at large, undeveloped image of the Baikal region as a hospitable area and the state of training for the tourism industry make it impossible to put in place all the territories having tourism resources and develop all forms of tourism simultaneously.

Some features of the original object of the control action are distinguished tourist areas that have the most favorable conditions for the expansion of tourist flows. The development of designated areas is carried out to obtain incremental revenue from tourism. Based on this priority, resources are allocated into various forms of tourism tailored for the consumers.

The main consumers of tourism services come from the central regions of Russia, which is surprising, considering the relatively high solvent demand for quality services. The next group of consumers includes tourists from regions near Siberia, who are attracted by the relatively available areas of Lake Baikal for summer recreation and the availability of medical rehabilitation services.

According to statistics, the Irkutsk region in 2010 was on the third place of tourism areas in Russia with regard to the number of visitors.

Let us analyze the current situation in the market of tour operators in Irkutsk.

Tab. 1. The basic indicators of tourist activity

Year	2000	2005	2006	2007	2008
Number of travel companies	39	90	112	130	95
Detailed information about ownership of travel companies:					
state	1	1	1	1	1
municipal	1	-	-	-	-
private	29	84	107	125	91
other	8	5	4	4	3
Average number of employees	240	497	511	570	405
Income from tourist services in thousands of rubles.	...	284987.9	351008.7	493082.0	482147.3
Number of tourists served.	22353	36085	57540	76410	70865

Detailed information concerning:					
foreign tourists and	8415	4822	9190	5211	2373
domestic tourists	13938	31263	48350	71199	68492

As we can see in the Table 1, the average number of employees, the income from tourist services, the amount of travel companies and the number of tourists served increase every year, except for the year 2008 when the world bank crisis negatively affected the abovementioned indicators.

The region possesses a number of educational institutions, leading training facilities in the field of tourism (Irkutsk Institute of International Tourism, BGUEiP, ISU and 3 schools of secondary vocational education), and cooperates with about 50 companies producing souvenirs.

In the Irkutsk region in 2010 there were 241 collective accommodation facilities, including 175 general-purpose units (hotels, lodging houses, motels, hostels for travelers and other recreation facilities) and 66 specialized units (sanatoriums for adults and children, leisure and recreation homes). In comparison to 2009, their total number increased by 12 units.

Almost all collective accommodation facilities (91.8%) operated all-year-round, and the remaining 8.2%, including mainly specialized accommodation facilities (recreation, camping, hiking base), operated seasonally. The greatest number of hotels and furnished apartments is located in the center of the region, namely in the cities of Bratsk, Angarsk and the Irkutsk region. The majority of the hotels are low-standard and there are only 8 renown four and three star hotels. 6 of those hotels are located in Irkutsk, one in the Irkutsk region and one in the Ekhirit Bulagatskom region (Ust-Orda).

The number of tourists served in 2010 was 614.4 thousand persons (23% more than in 2009), of which the general-purpose facilities hosted 420.2 thousand persons (an increase of 20%) and specialized facilities hosted 194.2 thousand persons (an increase of 30.1%). The majority of tourists (94.4%) served were Russian citizens. The main objectives were personal trips of citizens: 63.7%, and business and professional trips: 36.3%. Of all personal travel purposes, touring vacation, leisure and recreation constituted 56.4%, medical and health treatment constituted 20.9%, and vocational training constituted 14%.

Consequently, one of the priorities of the state regional policy concerning tourism development is to optimize the spatial distribution of tourist facilities and support infrastructure. Taking into account the development of a competitive environment from local products for tourists to global markets and the differentiation of tourism development in the region on the basis of differences in the regional specialization, the application of the principles of the tourist complex and cluster development tools proved successful.

Based on the analysis of the tourism industry in the region, we can conclude that there is a favorable situation for the formation of several tourist and recreational clusters: Irkutsk and the Listvyanka village (the Irkutsk region), The Small Sea Strait (Olkhon district), the Baikalsk site (Slyudyanskij district), and the Olkhon Island (Olkhon district).

Primary forms of tourism in the region of Irkutsk-Listvyanka involved cultural, educational and recreational activities throughout the whole year, and adventure activities in winter. This is connected, firstly, to the creation of proper conditions for reducing seasonal variation, and secondly, to the effective use of implemented tourism and recreational resources for the preservation of the existing tourist flows, and thirdly, to the creation of infrastructure and institutional framework for a significant enhancement of the flow of foreign tourists at a later stage.

Recreation, medical and health tourism in the area adjacent to the Baikal highway, has been developing due to the presence of reliable resources and balneological infrastructure. Moreover, to overcome the seasonal focus, the emphasis should be put on the development of health tourism. In the Olkhon region recreational tourism is the primary form of all-season tourism because of the tourist potential of the area.

In 2010, the Irkutsk Region ranked 15th in the country among the two regions of the Siberian Federal District with regard to the number of persons hosted in collective accommodation facilities and just behind Krasnoyarsk (Krasnoyarsk Territory in 2010 was visited by 777 000 tourists, and the Irkutsk area was visited by 614 000 tourists). The Republic of Buryatia hosted 400 000 tourists and was on the 7th place in the Siberian Federal District (<http://4tyr.com/tour-logistika-turizm/12-ponyatie-logistiki-v-turizme.html>).

Nevertheless, at the same time there are serious problems impeding the development of tourism and recreation industry:

- the lack of development of basic infrastructure, which is a major obstacle to attracting private investment in tourism infrastructure facilities;
- the restrictions concerning business activities imposed on attractive location for tourism and recreation sites in the Central Ecological Zone of the Baikal Natural Territory with the exception of the tourist-recreational special economic zone;
- the low level of service across all sectors of the tourism industry due to an insufficient number of qualified junior staff and line management;
- the lack of promotion of the Baikal region on the domestic and international tourism markets;
- short tourist season in the region;
- insufficient amount of reserved lands destined for recreation in areas attractive for tourism development;
- high tariffs for passenger air and rail transportation between the central part of Russia and Irkutsk.

Due to the high complexity of the abovementioned problems, decisions concerning the issues have to be accompanied by adequate efforts in other areas.

Effective collaboration among all stakeholders (public authorities, tourist business, scientific and public organizations) in the form of public-private partnership should use the cluster approach to develop a set of activities.

- The formation of economic clusters in the tourism sector that implies a systematic campaign on a regional level, should give priority to the following tasks:
- the creation of a regional legal framework for the development of tourist and recreational complex;

- the creation of investment projects for development of recreational infrastructure aimed at constructing accommodation facilities and transportation networks;
- the organization of marketing branding activities, creation of tourist information centers;
- the development of a characteristic image of the main regional tourism products; conducting market research to effectively promote tourism products on international, national, interregional, regional and municipal levels;
- the development of small business in tourism; improvement of the legal, investment, financial, credit and property support for small business, and creating a system of social protection; conducting modern statistics of recreational activities in accordance with international requirements under the decision by WTO committee on statistics;
- the creation of economic incentive mechanism for the development of recreational activities affected by a large number of environmental constraints.

Using the cluster approach to the development of the tourist complex of the Irkutsk region in the designed increase in tourist flow will create the best conditions for the development of tourism infrastructure and related services, will improve training in a balanced and effective advertising policy, and will satisfy the need for quality tourist services.

Literature

<http://4tyr.com/tour-logistika-turizm/12-ponyatie-logistiki-v-turizme.html>

<http://travel-siberia.ru/main/2398-irkutskaya-oblast-o-turizme-v-uhodyaschem-i-v-buduschem-godu.html>

http://www.rosez.ru/?news_id=3393 Russia's special economic zones

<http://президент.рф/transcripts/14745> Meeting on the development of the tourism cluster in the North Caucasus

Kirillova, T. 2011, Optimization of transport logistics in tourism sphere [Text] / E. Arbatsky // Logistics management in the formation of transnational corridors: Proceedings of the First International School on Logistics (19–31 August 2011, Irkutsk: material / Irkutsk State Transport University.), Irkutsk, Publishing House ISU, P. 16–21

Kirillova T.K., 2009, The problems of post-industrial development in a Siberian region [Text] / Batsun N.V, Gafarova E.V., Jakobson A. Ya., Lidin K.L. Дорога, регион, рынок: Сборник научных трудов / под. ред. А.Я. Яковсона.–Иркутск: ИрГУПС, с. 14–22

dr Tatyana Kirillova Klimentyevna
Irkutsk State Transport University
IrGUPS, Irkutsk, Russia
e-mail: tatyana@irgups.ru

Annales Universitatis Paedagogicae Cracoviensis

Studia Geographica III (2012)

Janusz Ustupski

Uniwersytet Pedagogiczny, im. Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie

Innowacyjność w rozwoju przestrzeni turystycznej

Celem artykułu jest prezentacja przedsięwzięć innowacyjnych podejmowanych na terenach ośrodków miejskich, stanowiących równocześnie centra rozwoju społeczno-gospodarczego regionów, w których rozwinęła się turystyka, co spowodowało przekształcenia przestrzeni turystycznej.

Na początek warto przypomnieć o istotnych przemianach społeczno-politycznych, które zaszły w ostatnich dwudziestu latach w Europie. Iwona Sagan, prowadząc rozważania nad rozwojem miast w okresie znacznych przemian zachodzących pod koniec XX wieku, pisze:

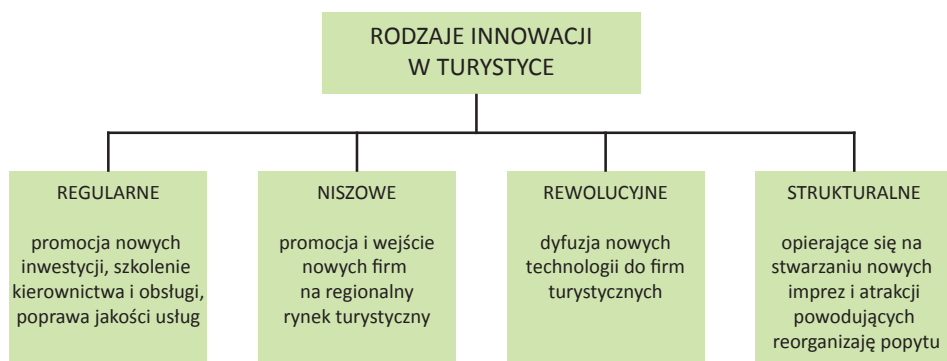
Model polityki administracyjnej, ukształtowany w państwach zachodnich pod wpływem polityki państwa opiekuńczego, a w krajach socjalistycznych będący konsekwencją pełnej kontroli rozwoju lokalnego przez struktury administracji państwowej, został zastąpiony modelem polityki miejskiej przedsiębiorczości. Zmiana ta spowodowała fundamentalne przeformułowanie zakresu zadań i odpowiedzialności władz lokalnych. Z roli głównego dystrybutora środków inwestycyjnych przekazywanych przez szczebel państwowy, stały się one odpowiedzialne za ich pozyskiwanie i efektywne wykorzystanie. Stąd polityka miejska przybrała w znacznej mierze charakter polityki opartej na zasadach przedsiębiorczości i pod wieloma względami bliższej zasadom zarządzania przedsiębiorstwem niż układem lokalnym. Pierwszoplanową rolę w procesie transformacji polityki rozwoju miast odgrywają kształtujące się na zasadach przedsiębiorczości: kultura, kapitał społeczny, innowacyjne środowisko, powiązania sieciowe, strategiczne alianse, partnerstwo. [...] polityka ta prowadzona jest w warunkach stale rosnącej konkurencji między miastami (Sagan 2011, s. 143).

Obserwując współczesne przedsięwzięcia gospodarcze możemy powiedzieć, że rozwój społeczno-gospodarczy miast i terenów ich otaczających opiera się na przedsiębiorczości, której jednym z najważniejszych czynników jest innowacyjność.

Rozwijająca się turystyka wykorzystuje nie tylko własne zasoby, lecz także zasoby współpracujących z nią branż, procesy związane z rozwojem turystyki zachodzą na określonej powierzchni, która ulega przemianom, tworząc przestrzeń turystyczną. Przestrzeń turystyczna (Warszyńska 1999, s. 38) – jest to przestrzeń

fizyczno-geograficzna, społeczna, kulturowa, gospodarcza, w obrębie której zachodzą zjawiska turystyczne. Tworzą ją elementy pierwotne, wyjściowe, stanowiące o pierwotnej wartości przestrzeni dla celów turystycznych, określane jako walory turystyczne oraz elementy wtórne, warunkujące lub ułatwiające realizację tych celów.

W literaturze poświęconej turystyce A-M. Hjalager (2002) zwraca uwagę na intensywność zmian dotyczących powiązań gospodarczych pobudzanych przez innowacje w przestrzeni turystycznej. W odniesieniu do jej koncepcji można przedstawić rodzaje innowacji wpływających na istotne przemiany przestrzeni miast turystycznych i regionów (ryc.1).



Ryc. 1. Rodzaje innowacji w turystyce wg A-M. Hjalager

Źródło: A-M. Hjalager 2002, s. 465

Podejmowane innowacje na obszarach turystycznych prowadzą niejednokrotnie do przeobrażeń przestrzeni turystycznej, w ich rezultacie mogą powstać klastry. Zgodnie z definicją M.E. Portera (1998), klaster to geograficzne skupisko firm i innych podmiotów gospodarczych na określonym terenie, które współpracując ze sobą czynią dany region bardziej konkurencyjny niż inne regiony. „Klastry związane bezpośrednio z branżą turystyczną są najczęściej kojarzone z podziałem geograficznym lub dominującą aktywnością turystyczną” (Borodako 2011, s. 87). W takiej sytuacji innowację traktuje się w wymiarze systemowym: komplementarności firm turystycznych, bliskiej lokalizacji, efektów współpracy.

Z początkiem XXI wieku wiele miast stało się miejscami intensywnie rozwijającej się turystyki, stanowią one niejednokrotnie regionalne ośrodki miejskie o wyraźne międzynarodowych ambicjach. Konkurencja w dziedzinie turystyki spowodowała, że ośrodki te ulegają w krótkim czasie znacznemu przekształceniu. Przemianom podlegają głównie centra tych miejscowości, w których wyraźnie kształtuje się przestrzeń turystyczna. Odbyna się to pod wpływem innowacji technologicznych w dziedzinie architektury, wyposażenia obiektów i instytucji służących zarówno turystyce jak i mieszkańcom. Przekształceniom podlegają tereny „starych miast”, które tracą dotychczasowe funkcje mieszkaniowe, a w trakcie modernizacji wprowadzane są instytucje służące administracji, świadczące usługi: finansowe, w sferze kultury, w zakresie komunikacji, handlu, gastronomii i hotelarstwa. Stwarza

się w ten sposób dogodne warunki zaspokajania potrzeb i oczekiwań turystów. Aby miejsca te przyciągały ludzi z wielu stron świata i dostarczały im oczekiwanych doznań, miasto musi zmienić swoje oblicze. Odbywa się to poprzez przygotowanie i wprowadzenie licznych usług, które są w stanie zaspokoić różnorodne oczekiwania turystów, zapewnić atrakcyjny pobyt, stworzyć szczególną atmosferę. Obserwując współczesne ośrodki miejskie można stwierdzić, że w wyniku konkurencyjności między turystycznymi centrami miejskimi dochodzi do znaczących przemian przestrzeni miejskiej i kształtowania nowego oblicza miejsca turystycznego. Opisane przemiany przestrzeni są rezultatem poczynań ludzi wykazujących pomysłowość w zagospodarowaniu powierzchni. Zmierza się również do poprawy warunków przebywania i pracy stałych mieszkańców miasta. Współczesne miasto musi być przyjazne zarówno dla turystów, jak i jego mieszkańców.

Na uwagę zasługują rozwiązania innowacyjne w zakresie tworzenia miejsc, z których korzystają turyści i mieszkańcy. W tym celu wprowadza się interesujące rozwiązania architektoniczne, tworzy się nowe usługi gastronomiczne, wprowadza się najnowsze rozwiązania w dziedzinie usług hotelarskich, przemianom innowacyjnym podlegają muzea, teatry, sale widowiskowe, obiekty sportowe, rozszerza się funkcje miejsc wystawienniczych, wprowadzając technologie najnowszej generacji. Zarządzający przestrzenią miejską podejmują wysiłki w celu modernizacji infrastruktury komunalnej, poświęcając szczególną uwagę komunikacji, tak by rozwijając się była szybka, cicha, bezpieczna, a także bezkolizyjna, ułatwiająca poruszanie mieszkańcom i turystom. Szczególną atmosferę opisanych miejscowości uzyskuje się w wyniku poczynań w dziedzinie kultury i sztuki. Polega to na tworzeniu miejsc, w których przebywać może w komfortowych warunkach bardzo wiele osób uczestniczących w spektaklach teatralnych, koncertach, pokazach i innych wydarzeniach kulturalnych oraz sportowych. Wymienione działania wymagają zintegrowania wysiłków i pracy ludzi reprezentujących różne dziedziny życia społeczno-gospodarczego. Zintegrowane przedsięwzięcia zmuszają do zastosowania najnowszych rozwiązań z zakresu organizacji, zarządzania i technologii. Ustawiczna troska o najwyższą jakość realizowanych koncepcji owocuje szerokim zainteresowaniem różnych środowisk społecznych z różnych stron świata, co świadczy o sprostaniu wymogom konkurencji miejsca turystycznego.

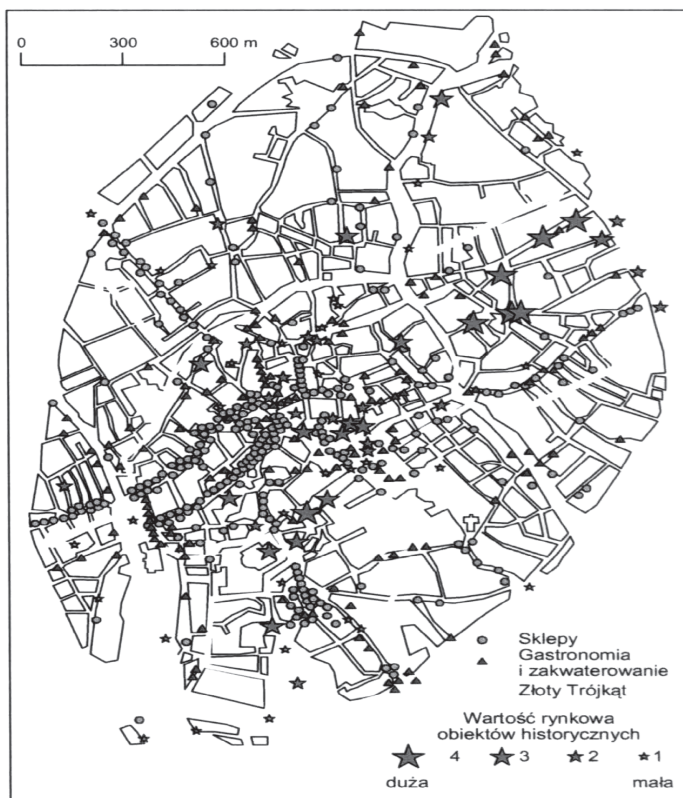
Opisane głębokie zmiany zachodzące w przestrzeni miasta są możliwe jedynie przy współpracy osób utrzymujących się z turystyki i mieszkańców miasta zatrudnionych w innych dziedzinach życia gospodarczego i społecznego, dostrzegających możliwość osiągania korzyści z udziału we wszystkich poczynaniach podejmowanych na rzecz turystów. Wymaga to jednak czasu i przemian świadomości mieszkańców miast o dominującej funkcji kulturalnej i turystycznej.

W wyniku prowadzonej analizy aktualnej literatury, obserwacji oraz zdobytych doświadczeń w trakcie przeprowadzonych badań¹ można stwierdzić, że najważniejszym zadaniem, jakie stawia się specjalistom zagospodarowania przestrzennego miasta o dominującej funkcji turystycznej, jest dokonanie realistycznej analizy i oceny szans, które stwarza turystyka lokalnemu biznesowi. Decydujące w tej ocenie jest

¹ Przedstawiona analiza jest rezultatem podjętego przez autora w roku 2009 i trwającego do chwili obecnej wspólnego projektu dotyczącego „Rozwoju zrównoważonego w turystyce”, prowadzonego z udziałem grup studentów w ramach współpracy Uniwersytetu Pedagogicznego w Krakowie i Uniwersytetu Pedagogicznego w Erfurcie.

nagromadzenie zasobów kulturalnych oraz przeprowadzenie przez władze lokalne waloryzacji kapitału kulturowego, którym dysponuje miasto, na rzecz rynku turystycznego. Na przykładzie Brugii, Drezna i Erfurtu warto zaprezentować problemy, wynikające z wprowadzanych przemian przestrzeni turystycznej, które zachodziły w wymienionych miastach europejskich wskutek intensywnej gospodarki dokonywanej w przestrzeni tych ośrodków.

Interesujący przykład przemian przestrzeni turystycznej spotykamy w Brugii. Została ona wpisana na listę dziedzictwa światowego (WHS – World Heritage Site) i od tej pory próbuje osiągnąć równowagę pomiędzy ochroną typowej architektury, utrzymując równocześnie dynamikę centrum regionalnego o wyraźnym charakterze turystycznym. Ryc. 2 przedstawia Złoty Trójkąt, w którym znajduje się w Brugii najwięcej budynków historycznych o dużej wartości, został on wyznaczony jako kontrolowana strefa centralna rozwoju turystyki.



Ryc. 2. Złoty Trójkąt w Brugii

Źródło: Jansen-Verbeke 2011, s. 98

Ostatnio jednak Brugia została uznana przez ekspertów UNESCO za miasto dziedzictwa światowego z problemami. Została skarcona za brak poszanowania dla typowego stylu architektonicznego i przekroczenie skali w niektórych projektach odnowy miasta. Interesującym a równocześnie kontrowersyjnym przykładem tych

przedsięwzięcie było wzniesienie hali koncertowej (fot. 1), której bryła „psuje” panoramę średniowiecznego miasta. Budowla ma wymiary 120 × 50 m, a jej charakterystycznym elementem jest tzw. latarnia, lekko oddzielona od głównego budynku o wysokości 28 m (8 pięter) z kameralną salą koncertową na 300 miejsc. W głównej części gmachu znajduje się sala audytoryjna na 1300 miejsc, co także świadczy o skali tego przedsięwzięcia. Prezentowany obiekt już w czasie budowy budził liczne kontrowersje ze względu na gabaryty nieodpowiednie do otoczenia, głównie starych kamieniczek, w większości dwu- lub trzypiętrowych.



Fot. 1. Hala koncertowa w Brugii

Źródło: <http://www.brugge.be/internet/de/index.htm>

Architekci podjęli wyzwanie połączenia śmiałej bryły architektonicznej z istniejącą rodzimą zabudową miejską, nie rezygnując z ambicji, aby uczynić tę budowlę znakiem rozpoznawczym Brugii, zaznaczając, jak to określono, „ważność momentu kulturalnego i teraźniejszości, która ma prowadzić w przyszłość”.

Innym przykładem ośrodka miejskiego o znaczących przemianach przestrzeni zachodzących pod wpływem turystyki jest Drezno. Miasto nie bez powodu nazywane jest perłą baroku. Znajduje się tu wiele zabytków nie tylko barokowych, ale także renesansowych czy klasycystycznych (ryc. 3). Znaczna część historycznej zabudowy została całkowicie zniszczona podczas II wojny światowej i odbudowana w późniejszym okresie. O kulturowym obliczu Drezna i jego szczególnej atrakcyjności turystycznej decydują interesujące rozwiązania urbanistyczne, światowej sławy zbiory malarskie, żywa tradycja muzyczna i teatralna.



Ryc. 3. Zabytkowa część Drezna z zaznaczoną linią przerywaną Waldschlösschenbrücke na łapie budzącym kontrowersje

Źródło: fragment planu miasta Drezna z 2011 r.

Wprowadzenie do krajobrazu Drezna nowego mostu wywołało falę krytyki i doprowadziło do skreślenia Doliny Laby z listy ścisłych rezerwatów UNESCO. Uznano również, że most ten naruszył historyczną panoramę miasta zaliczonego do ośrodków dziedzictwa światowego.

Na specjalną uwagę zasługują poczynania w zakresie tworzenia nowoczesnej przestrzeni turystycznej w Erfurcie. Zgodnie z wytycznymi zawartymi w Agendzie 21, miasto należało do intensywnie uprzemysławianych ośrodków znajdujących się w dawnej wschodniej części Niemiec. Po zjednoczeniu Niemiec znaczenie zacofanego pod względem technologicznym przemysłu zdecydowanie zmalało. Dzięki środkom finansowym przeznaczonym na restrukturyzację przemysłu i zmianę funkcji stolicy Turyngii nawiązano do bogatej tradycji historycznej, wykorzystując znajdujące się w mieście zabytki. W ten sposób realizowana jest koncepcja centrum miejskiego zmierzająca do przystosowania Erfurtu dla rozwijającej się turystyki z wykorzystaniem istniejących obiektów historycznych, z nadaniem im równocześnie nowych funkcji. Obecnie w organizacji życia w mieście dąży się do tego, by było ono przyjazne i wygodne zarówno dla turystów, jak i dla stałych mieszkańców.

Interesującym przykładem wprowadzania innowacyjnych rozwiązań zmieniających przestrzeń turystyczną jest modernizacja zabytków historycznych w sposób charakterystyczny dla Niemiec. Pozostawia się w obiektach historycznych część elementów architektonicznych, które przetrwały zawieruchę wojenną, natomiast w miejsce brakujących elementów budowli wprowadza się nowoczesną architekturę. W ten sposób łączy się historyczne budowle z nowoczesnymi konstrukcjami

wykorzystującymi najnowsze osiągnięcia technologiczne. Dzięki nowym rozwiązaniom miasto pozyskuje obiekty, które pełnią funkcje zabytków, a równocześnie stanowią nowoczesne obiekty muzealne, które mogą pełnić szereg funkcji zaspokajających potrzeby zarówno turystów jak i mieszkańców. Przystosowane są do organizowania konferencji, spotkań, posiadają część hotelową i gastronomiczną, służą uczniom, studentom i stałym mieszkańcom. Doskonałym przykładem tego typu rozwiązania jest Augustinerkloster (fot. 2).



Fot. 2. Augustinerkloster w Erfurcie, w którym w latach 1505–1511 mieszkał Marcin Luter

Fot. Paulina Głowacka

Trzy punkty kluczowe projektu podjętego na terenie klasztoru nadają specjalny charakter zabytkowemu i równocześnie nowoczesnemu kompleksowi obiektów. Po pierwsze, powiązanie starych fragmentów budowli z nowym obiektem, po drugie, rozmiary budynku przy rozbudowie nie mogły przekraczać starej kubatury (konieczność zachowania proporcji), zatem zrealizowano koncepcję zewnętrznej skorupy budynku tak, że umieszczono starą część w środku nowej (budynek w budynku), wreszcie przyjęto, że cały współczesny budynek powinien unosić się jakby nad historycznymi fundamentami wraz z piwnicą.

Jednym z najtrudniejszych problemów wymagających rozwiązania było wprowadzenie światła, niewystarczająca liczba okien w historycznej części obiektu nie pozwalała na inne rozwiązanie oświetlenia dziennego niż wprowadzenie framug okiennych w nowej części pod pewnym kątem, co daje efekt nawiązania w podobny sposób do oświetlenia wnętrza w dawnych obiektach sakralnych. W nowo wybudowanej części sala reprezentacyjna odpowiada dawnej kubaturze budynku biblioteki. Zastosowany system okien sprawił, że wnętrze otrzymało nastrojowe oświetlenie,



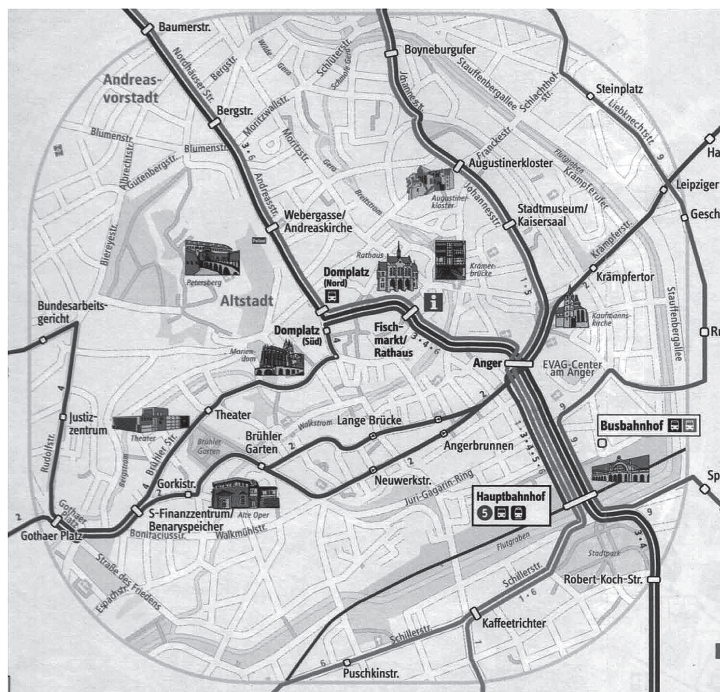
Fot. 3. Sala wielofunkcyjna w Augustinerkloster

Fot. wyk. Paulina Głowacka

mające sprzyjać kontemplacji i nawiązywać do dawnej funkcji obiektu. Od strony północnej znajduje się otwarte wejście zewnętrzne z klatką schodową, windą i sanitariatami, a oszklone dłuższe ściany eksponują zachowaną historyczną substancję murów. Przejrzystość architektoniczna ułatwia orientację w hali wejściowej. Sala wielofunkcyjna (fot. 3) na parterze otrzymuje światło boczne, dzięki otworom okiennym ustawionym pod pewnym kątem. Resztę światła daje zaszkłona fuga pod sufitem. Zachowane fundamenty klasztoru umożliwiły umocowanie nowej budowli na wąskich palach wierconych w technice mikrowierceń. Do tego dodano wolnostojącą ścianę zewnętrzną. Sufit górnego piętra został osadzony nad konsolami górnego piętra. Jest to trzyramienna rama z mocnego drewna, klejonego zgodnie ze specjalną najnowszą technologią, daje to efekt takiej wytrzymałości, jaką mają elementy stalowe, ale dzięki temu konstrukcja jest lżejsza i bardziej plastyczna. W prezentowanym obiekcie wykorzystano najnowsze technologie, które umożliwiły realizację nowej koncepcji konstrukcji budynku (lekkie pokrycie dachu). We wnętrzu biblioteki znajdują się półki zintegrowane z kopułą. Wszystkie ściany i pokrycie dachu chronione są przed zmianami temperatury warstwą ciekłą, stanowiącą doskonały materiał izolacyjny, umożliwiający uzyskanie odpowiednich do tego typu budowli warunków izolacji termicznej. Skład chemiczny cieczy stanowi tajemnicę patentu tego szczególnego rozwiązania. Regulacja temperatury odbywa się elektronicznie, a budynek ma charakter pasywny pod względem strat ciepłych. Koncepcja energetyczna uwzględnia odzyskiwanie ciepła z pomieszczeń, co pozwala na zastosowanie tylko częściowej klimatyzacji. Wprowadzone zostało ogrzewanie podłogowe

zintegrowane z ochroną przed słońcem. W pomieszczeniach zastosowano ledowe, energooszczędne oświetlenie sterowane centralnie. Dach nie jest przykryty blachą miedzianą, pomimo że z zewnątrz sprawia takie wrażenie, lecz wysokiej jakości tworzywem sztucznym o takich parametrach wytrzymałości, jaką posiada blacha miedziana. Odwiedzający wchodzi do właściwego budynku przez przeźroczyste wejście i widoczne w klatce schodowej schody. Architektura jest nowoczesna, ale użyto w fasadzie wapienia, który był zastosowany w starej części obiektu².

Na szczególną uwagę zasługują również wprowadzone w Erfurcie rozwiązania komunikacyjne. Centralnym punktem dla komunikacji miejskiej jest plac Anger (ryc. 4), gdzie krzyżują się wszystkie najważniejsze linie komunikacji autobusowej i tramwajowej. Czytelne oznaczenia na dostępnych w wielu punktach miasta planach komunikacji ułatwiają przybyszom orientację w terenie. Dokładna informacja o czasie odjazdu najbliższego tramwaju danej linii, bardzo ciche poruszanie się pojazdów, informacja wewnątrz pojazdów sprawiają, że korzystanie z komunikacji jest łatwe, przyjemne i bezpieczne.



Ryc. 4. Nowoczesny system komunikacji w centrum Erfurtu

Źródło: Plan miasta Erfurt, rozwiązania komunikacyjne 2011 r.

² Informacje techniczne zostały przekazane w listopadzie 2011 r. przez pracowników Augustinerkloster, w czasie realizacji wspólnego projektu dotyczącego „Rozwoju zrównoważonego w turystyce”, prowadzonego z udziałem grup studentów Uniwersytetu Pedagogicznego w Krakowie i Uniwersytetu Pedagogicznego w Erfurcie.

Wnioski

Zagospodarowanie dla potrzeb turystyki przestrzeni miast zajmujących znaczącą pozycję w regionie tworzą nową przestrzeń turystyczną. Jednak by turystyka mogła utrzymać dynamikę rozwoju, musi sprostać konkurencji. Przyszłość tradycyjnych centrów regionalnych, w których rozwija się turystyka, zależy zatem od sposobów pobudzania innowacji i podejmowania poczynań innowacyjnych przez administrację lokalną i podmioty gospodarki turystycznej.

Szanse pomyślnej realizacji tego zadania rysują się wtedy, gdy wprowadzane są rozwiązania innowacyjne w dziedzinach gospodarki ważnych w rozwoju regionu, a także specyficznych dla turystyki.

W rozwoju miast i przestrzeni miejskich obserwujemy szereg korzystnych zmian dokonujących się pod wpływem turystyki. Należą do nich:

- tworzenie różnorodnych usług i instytucji w taki sposób, że powstają przestrzenie przyjazne zarówno dla mieszkańców jak i turystów,
- kreowanie atmosfery specyficznej dla miasta, atrakcyjnej dla turystów, interesującej dla jego mieszkańców,
- miejsca rekreacji i wypoczynku przeznaczone dla przybyszy, stają się również miejscami relaksu i regeneracji dla stałych mieszkańców,
- konieczność stworzenia dogodnych warunków do przemieszczania się turystów i mieszkańców wymusza sprawne rozwiązania w dziedzinie komunikacji masowej (np. Erfurt),
- wymagania w zakresie ogrzewania, oświetlenia, funkcjonalności pomieszczeń przeznaczonych na cele współczesnej turystyki wymuszają konieczność wprowadzania najnowszych rozwiązań technologicznych (np. Drezno, Erfurt).

Turystyka niesie za sobą również wiele niekorzystnych przemian. Należą do nich m.in.:

- utrata walorów krajobrazowych wynikających z modernizacji części historycznych miast (np. Brugia i Drezno),
- nadmierny ruch turystyczny w okresach sezonu stwarza wiele niedogodności stałym mieszkańcom, jednak dzięki innowacjom wprowadzanym w rozwiązaniach komunikacyjnych, w obiektach użyteczności publicznej uciążliwość ruchu turystycznego ulega złagodzeniu,
- wprowadzenie monumentalnych, nowoczesnych rozwiązań architektonicznych stwarza dogodne warunki do prezentacji spektakli teatralnych i wydarzeń muzycznych, ale znaczna kubatura tych obiektów wpływa niekorzystnie na harmonię krajobrazu starych miast (np. Brugia).

Literatura

- Borodako K., 2011, *Foresight w turystyce. Bariery wykorzystania i rozwoju*, Wydawnictwo C.H.Beck, Warszawa
- Hjalager A-M., 2002, *Repairing Innovation Defectiveness in Tourism*, „Tourism Management”, Vol. 23, nr 5
- Jansen-Verbeke M., 2011, *Studia nad turystyką miejską: stare opowieści, nowe scenariusze*, [w:] *Turystyka. Księga jubileuszowa w 70. rocznicę urodzin Profesora Stanisława Liszewskiego*, red. naukowa B. Włodarczyk, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź, s. 87–104.

- Porter M.E., 1998, *Clusters and the New Economics of Competition*, „Harvard Business Review”, t. 76, z. 6
- Sagan I., 2011, *Miasto dla mieszkańców, miasto dla gości. Turystyka miejska w polityce rozwoju miast na przykładzie Trójmiasta*, [w:] *Księga jubileuszowa w 70. rocznicę urodzin Profesora Stanisława Liszewskiego*, red. naukowa S. Kaczmarek, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź, s. 143–154
- Warszyńska J., 1999, *Główne problemy badawcze geografii turystyki*, *Turystyka*, t. 9, z. 1, Wyd. Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź, s. 38

Innovation in the development of touristic areas

Abstract

Critical socio-political changes that have happened in Europe during the last twenty years, particularly in East-Central Europe, have had a great influence on the development of cities and the surrounding areas. The state welfare structure of West European countries has influenced the socioeconomic development of their cities. On the other hand, the state-managed economy in East-Central Europe controlled the local communities, which had great impact on their undertakings.

The changes in political structure and economic reform policies have in turn resulted in changes in social institutions and property relations.

Nowadays, the socioeconomic growth of the cities has taken place essentially in the areas around the cities. Innovation is one of the most important factors of the enterprise development there.

The author concentrates on the consequences of alternative forms of innovation in the tourist areas and uses Bruges and Dresden as case studies; he refers to economic restructuring and innovative efforts in Erfurt.

dr Janusz Ustupski
Uniwersytet Pedagogiczny
im. Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie
Instytut Geografii
Zakład Turystyki i Badań Regionalnych
e-mail: ustupski@up.krakow.pl

Kamila Ziółkowska-Weiss

Uniwersytet Pedagogiczny im Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie

Innowacyjność w hotelarstwie z uwzględnieniem adaptacji obiektów zabytkowych na bazę noclegową

Turystyka stanowi niezwykle ważny sektor gospodarki narodowej, a dla wielu krajów i regionów jest jednym z celów działalności gospodarczej, a zarazem jednym ze sposobów ożywienia społeczno-gospodarczego. W związku z tym, aby profesjonalnie przedstawić potencjał i ofertę turystyczną oraz przyciągnąć turystów, należy odpowiednio zorganizować, promować i wprowadzać produkty turystyczne. Poza tym turystyka jest sektorem usług, w którym bardzo szybko adaptuje się różnego rodzaju innowacje.

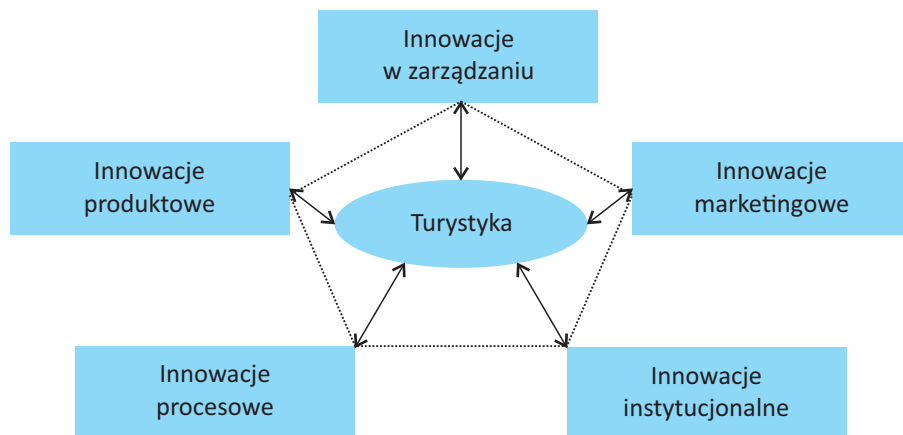
Głównym celem artykułu jest przedstawienie obiektów zabytkowych (zamków, pałaców, dworów), które zostały zaadaptowane na bazę noclegową, co jest rodzajem innowacyjności w branży hotelarskiej, a także przedstawienie innowacyjności w hotelarstwie oraz ukazanie, że obiekty zabytkowe w Polsce są coraz częściej adaptowane na bazę noclegową, co niewątpliwie wpływa na rozwój turystyki.

Zwrócona zostanie uwaga zarówno na korzystne uwarunkowania i pozytywne skutki prowadzenia hoteli w budowlach zabytkowych, jak też na negatywne aspekty i zagrożenia wynikające z przeznaczania zabytków na tego typu cele. Przedstawione zostaną wyniki ankietowe przeprowadzone na stu pięćdziesięcioosobowej grupie, które miały na celu sprawdzenie, ile osób korzystało z tego typu obiektów oraz zapoznanie się z ich opinią na temat adaptowania obiektów zabytkowych na bazę noclegową. Badania przeprowadzone zostały w Zakopanem w dniach 11–13 listopada 2011 roku podczas tzw. długiego weekendu. Podczas dni wolnych od pracy do stolicy Tatr przyjeżdża duża liczba osób z różnych części Polski, co pozwala na poznanie opinii losowo wybranych ankietowanych, pochodzących z różnych części kraju. Ankiety przeprowadzane były w trzech miejscach: na Krzeptówkach (na ankiety odpowiedziało tu 67 osób), w Kuźnicach (54 osoby) oraz u wylotu Doliny Kościeliskiej w Kirach (29 osób). W artykule przedstawiona również zostanie proponowana strategia rozwoju dla hoteli funkcjonujących w zabytkowych obiektach.

Rodzaje innowacyjności w turystyce

W ostatnich latach rośnie zainteresowanie tematyką innowacji w branży turystycznej. Pojawia się zatem pytanie, jakie rodzaje innowacji wyróżnić można w tej branży?

A.-M. Hjalager wyróżnia pięć rodzajów innowacji w turystyce: 1) produktowe (usługowe), 2) procesowe, 3) w zarządzaniu, 4) marketingowe oraz 5) instytucjonalne.



Ryc. 1. Rodzaje innowacji w turystyce

Źródło: A.-M. Hjalager 2010

Innowacje produktowe (usługowe) dotyczą zmian bezpośrednio postrzeganych przez konsumenta jako nowe, zarówno w znaczeniu niespotykanych dotychczas, jak i nowatorskich dla poszczególnych przedsiębiorstw, które mogą w znacznym stopniu przyczynić się do decyzji o zakupie nowego produktu.

Innowacje procesowe zazwyczaj dotyczą funkcjonowania zaplecza, którego głównym celem jest wzrost sprawności, wydajności oraz przepustowości poszczególnych operacji. Rozwiązania technologiczne oraz innowacje z nimi związane, będąc podstawą koncepcji innowacji procesowych, często wykorzystywane są razem z przebudowanym planem technicznym wykorzystywanych czynności manualnych. Dobrym przykładem tego rodzaju innowacji w turystyce mogą być rozwiązania procesowe w kuchniach poszczególnych restauracji.

Innowacje w sferze zarządzania dotyczą nowych form organizowania współpracy wewnętrznej, kierowania zespołem oraz delegowania zadań, rozwoju kariery oraz budowania odpowiedniego systemu wynagrodzeń. Dużym wyzwaniem dla wielu przedsiębiorstw turystycznych jest opracowanie metod ograniczenia rotacji pracowników, utrzymania elastyczności oraz kontroli kosztów.

Kolejnym rodzajem innowacji są innowacje marketingowe. Przykładem takiej innowacji w turystyce jest wprowadzenie i rozwój programów lojalnościowych. Programy te stosowane są powszechnie w różnych odmianach, gdyż zasadniczo zmieniają relacje pomiędzy dostawcami usług turystycznych a ich klientami,

budując długotrwałe więzi oparte na lojalności i dostarczając stałym klientom dodatkowych korzyści.

Ostatnim rodzajem innowacji identyfikowanych w turystyce są innowacje instytucjonalne. Może to być nowa struktura organizacyjna czy forma prawna, która skutecznie zmienia lub usprawnia działalność firmy w poszczególnych działach turystyki. Poszczególne sieci firm odgrywają istotną rolę w rozwoju innowacji, również wśród małych i średnich firm. Nowe instytucje mogą jednak powodować więcej zmian i tym samym wpływać na szersze grono przedsiębiorstw i konsumentów (np. banki oraz karty kredytowe; elektroniczne systemy rezerwacji biletów) (Hjalager 2010).

Innowacyjne rozwiązania w hotelarstwie w Polsce

Hotelarstwo w Polsce przechodziło różne fazy rozwoju. O ile jeszcze 30 lat temu dla funkcjonowania hotelu wystarczyła część noclegowa i gastronomiczna, to później zaczęto dołączać części konferencyjne oraz dział Wellness i SPA (Marczuk 2008). Aby zapewnić powodzenie hotelu, konieczne jest wprowadzanie nowych atrakcji oraz innowacyjnych pomysłów, zachęających turystów do korzystania z jego usług. Światowym trendem w branży hotelarskiej jest dążenie do takiej innowacyjności, która zapewni optymalną szeroką gamę usług wysokiej jakości. Najważniejsze w innowacyjności jest fakt absolutnego wyróżniania się na rynku. Warto podać parę przykładów naszych rodzimych hoteli, których rozwiązania architektoniczno-marketingowe mogą stanowić wzór innowacyjności w branży hotelarskiej:

- Hotel Silver & Gokart Center w Szczecinie – jedyny hotel w Polsce, który posiada własny tor gokartowy z pełnym wyposażeniem; z okien restauracji można oglądać zawody na torze;
- Hotel Aquarius SPA w Kołobrzegu – przy hotelu wybudowano apartamentowiec. Innowacyjność inwestycji polega na tym, że mieszkańcy apartamentowca specjalnym przejściem mogą przemieszczać się do hotelu i tam korzystać z bogato wyposażonego centrum Wellness i SPA;
- Hotel Dolina Charlotty w Strzelinku k. Słupska – innowacyjność polega na usytuowaniu na przyległym terenie amfiteatru na 6 tys. miejsc, w którym odbywają się cykliczne koncerty rockowe;
- Hotel Remes Sport & SPA w Opalenicy – posiada jako jedyny w Polsce dwadzieścia różnego rodzaju boisk piłkarskich i innych z pełnym zapleczem sportowym;
- Hotel Ossa Congress & SPA w Rawie Mazowieckiej – największe w Polsce hotelowe centrum kongresowo-konferencyjne z pełnym profesjonalnym zapleczem; może zorganizować kongres dla 5 tys. osób; największa sala amfiteatralna może pomieścić 1,6 tys. osób; takie ukierunkowanie usługowe spowodowało, że innowacyjność tego obiektu jest dobrze przemyślaną strategią marketingową.

Jednym z ważnych zasobów historycznych Polski są obiekty zabytkowe. Żywiłowo rozwija się turystyka konferencyjna. Powstaje wiele hoteli, pensjonatów, ośrodków konferencyjnych w obiektach zabytkowych: dworach, pałacach, zamkach. Wymagają one profesjonalnej strategii marketingowej eksponującej to, co może być polską przewagą konkurencyjną nad podobnymi obiektami w Europie

(Rak, 2008). Marketingowe wykorzystanie specyfiki regionalnej i tradycji potrzebne jest tym bardziej, im dłużej jesteśmy członkiem Unii Europejskiej. Równocześnie jest to szansa na uratowanie wielu obiektów zabytkowych w Polsce, nadanie im nowych funkcji oraz poprawienie wizerunku Polski w oczach cudzoziemców.

Nawet bardzo krótki pobyt w historycznym obiekcie daje poczucie przebywania w innym świecie. Właśnie to sprawia, że wypoczynek w zabytkach stał się modny. W zachodniej Europie ta moda trwa już od paru dziesiętków lat. W katalogach 14 sieci hotelowych, zrzeszonych w organizacji Europejskie Hotele Historyczne, znajduje się 1200 hoteli i pensjonatów w zamkach, pałacach i dworach. Najwięcej, bo aż 500 jest we Francji, nieco mniej w Hiszpanii, a następnie we Włoszech, głównie w Toskanii. W Wielkiej Brytanii największą popularnością cieszą się zamki szkockie i walijskie. W nich za nocleg trzeba zapłacić ponad 90 funtów za osobę. Dużo taniej jest w zabytkowym pensjonacie w Austrii, gdzie można spędzić noc za około 40 euro za osobę.

W Polsce pokoje gościnne istniały już od dawna w słynnych zabytkowych rezydencjach, które zarządzane były przez instytucje lub przedsiębiorstwa państwowe, m.in. w Radziejowicach, Walewicach, Baranowie Sandomierskim i Krasiczynie. Jednak realna możliwość wypoczywania w zabytkowych obiektach pojawiła się dopiero 20 lat temu, gdy pałace i zamki zaczęli przejmować prywatni przedsiębiorcy (Marczuk 2008). To właśnie dzięki nim stały się ogólnodostępnymi miejscami wypoczynku. Najwięcej hoteli powstało w rezydencjach na Pomorzu, Dolnym Śląsku, w Małopolsce i Wielkopolsce. Najmniej we wschodnich województwach.

Adaptacja to przekształcenie obiektu polegające na przystosowaniu go do odmiennych celów niż te, którym służył dotychczas (Borusiewicz 1971). Bywa, że zamiarem adaptacji jest nadanie budowli innych cech stylowych. W odniesieniu do dzieł architektury zabytkowej adaptacja wiąże się głównie z przebudową pomieszczeń, wzmocnieniem konstrukcji, wyposażeniem w nowoczesne instalacje, wymianą pokrycia dachowego, ingerencją w elewacje, przekształceniem funkcjonalnym otoczenia obiektu.

Istota i uwarunkowania funkcji hotelowej w obiekcie zabytkowym

Funkcja hotelowa w obiektach zabytkowych może być celową (pierwotną) lub wtórną. Hotele są bowiem wznoszone z przeznaczeniem na cele noclegowe lub przystosowane, czyli mieszczące się w budowlach o pierwotnie innej funkcji. Adaptacja zabudowy bywa całkowita albo częściowa. Zakres ingerencji (od remontu w formie prac zabezpieczających, po pełną odbudowę) determinuje skalę przekształcenia formy obiektu. Jest zazwyczaj mniejsza w przypadku hoteli „pierwotnych”, a większa gdy adaptacja skutkuje nową funkcją budowli. Niekiedy przystosowanie na cele hotelowe stanowi kolejną zmianę pierwotnego przeznaczenia obiektu (Grabiszewski 2009).

Adaptacja obiektów zabytkowych na cele hotelarskie oraz utrzymywanie funkcji hotelowej stanowi jedną z cech charakterystycznych współczesnego hotelarstwa – także w Polsce. W efekcie tej tendencji zwiększa się liczba rozwiązań sieciowych, programów lojalnościowych i marketingowych, dotyczących zarządzania zakładami hotelarskimi w obiektach zabytkowych, form współzawodnictwa, a także ofert turystycznych promujących szlaki, obszary i miejsca, gdzie zabytkowe hotele są zlokalizowane. Przykładami prób stworzenia sieci hoteli w obiektach zabytkowych

w Polsce może być Stowarzyszenie Leisure & Heritage Wypoczynek w Zabytkach, które skupia 130 obiektów, łącznie oferujących ponad 3,2 tys. miejsc noclegowych w całej Polsce (Rydel 2006).

Ponadto istnieje serwis internetowy: prestigehotels.pl – Hotele w obiektach zabytkowych, podający informacje o 43 obiektach. Donimirski Boutique Hotels – to sieć należąca do jednego właściciela Jerzego Donimirskiego, składająca się z 5 obiektów w Krakowie i okolicy.

Największą europejską siecią hotelowych obiektów zabytkowych jest federacja Historic Hotels of Europe. Obejmuje około 1000 dworów, pałaców, zamków, klasztorów, zabytkowych willi i domów mieszczańskich w Europie Zachodniej. Łącznie oferuje 24 000 pokoi. Każdy obiekt ma swój styl i nastrój. Organizacja grupuje 16 stowarzyszeń krajowych hoteli historycznych. Połączona z tą siecią jest sieć Castle Hotels. Żaden polski hotel historyczny nie jest członkiem tej sieci. Sieć Relais & Châteaux Hotels grupuje 453 hotele w 50 krajach. Jedynym członkiem w Polsce jest Hotel Copernicus w Krakowie. Inną siecią europejską (oraz USA i Kanada) jest prywatna sieć ILA-Châteaux & Hotels de Charme – założona w 1986 roku grupuje 60 wyselekcjonowanych obiektów w 19 krajach. Jedynym członkiem z Polski jest pałac w Brodnicy Jerzego Mańkowskiego (Świątkowska 2008).

Wyniki badań dotyczących adaptacji obiektów zabytkowych na bazę noclegową

Biorąc pod uwagę liczbę udzielonych noclegów w obiektach zbiorowego zakwaterowania w półroczu 2011 roku, przoduje województwo małopolskie – 3,7 mln noclegów, co stanowi 15,6% ogółu udzielonych noclegów w pierwszym półroczu 2011 roku w Polsce.

Tab. 1. Udzielone noclegi w obiektach zbiorowego zakwaterowania w I półroczu 2011 roku według województw

Województwo	Liczba udzielonych noclegów w tys.	%
Małopolskie	3749,1	15,6
Zachodniopomorskie	3670,5	15,3
Mazowieckie	2654,8	11,1
Dolnośląskie	2266,5	9,5
Śląskie	2171,6	9,1
Pomorskie	1911,8	8,0
Wielkopolskie	1281,2	5,3
Kujawsko-Pomorskie	1217,1	5,1
Warmińsko-Mazurskie	913,3	3,8
Podkarpackie	886,7	3,7
Łódzkie	876,3	3,7
Lubelskie	636,7	2,7
Świętokrzyskie	586,2	2,4

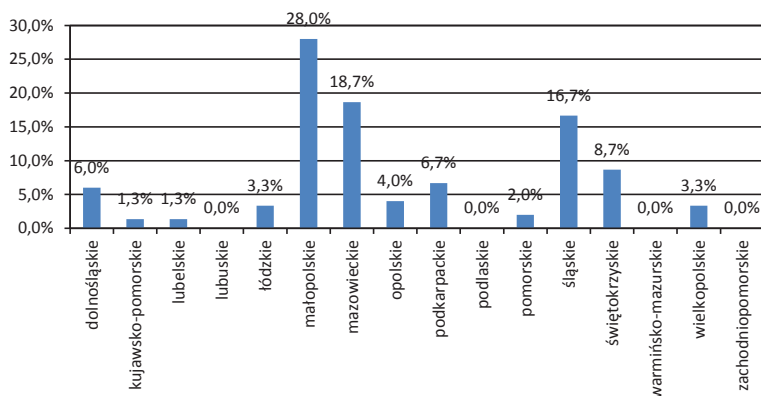
Lubuskie	536,6	2,2
Podlaskie	388,1	1,6
Opolskie	235,4	1,0

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS

Z racji tak dużej liczby turystów odwiedzających województwo małopolskie, postanowiono, że ankiety zostaną przeprowadzone w Zakopanem, w miejscu o dużym natężeniu ruchu turystycznego, do którego przyjeżdża duża liczba osób z różnych części Polski, co daje możliwość poznania opinii turystów pochodzących z całego kraju. Kwestionariusz ankietowy składał się z metryczki oraz 10 pytań zamkniętych i 3 otwartych. Ankieta została przeprowadzona w celu sprawdzenia, co ankietowani myślą o idei tworzenia bazy noclegowej w miejscach zabytkowych oraz co decyduje o atrakcyjności takiego pobytu w obiekcie zabytkowym.

Pierwsze pytanie dotyczyło danych osobowych ankietowanych, a mianowicie płci, wykształcenia oraz wieku. Zdecydowana większość stanowili mężczyźni (60,7%). Jeśli chodzi o poziom wykształcenia, najwięcej osób (44%) posiadało wykształcenie wyższe, a najmniej podstawowe (8,7%). Niewątpliwie osoby wykształcone podróżują więcej, ponieważ posiadają stałą pracę i dochody. Najlichniesza grupa ankietowanych była w wieku 46–55 lat (38%). Najmniej liczną grupę stanowiły osoby w wieku 18–25 lat (4%) oraz 26–35 lat (10,7%).

Najwięcej turystów biorących udział w badaniu pochodziła z Małopolski (28%), był to więc co piąty ankietowany. Wynik ten spowodowany zapewne był tym, że badania odbywały się w Zakopanem, które leży w województwie małopolskim. Kolejną grupę stanowiły osoby pochodzące z województwa mazowieckiego (18,7%) oraz śląskiego (16,7%). Fakt ten świadczyć może o tym, że są to województwa, w których wskaźnik bezrobocia jest niski, ludzie mają stałe dochody, podróżują i odpoczywają w miejscach turystycznych. Wśród ankietowanych nie było przedstawicieli województw lubuskiego, podlaskiego, warmińsko-mazurskiego oraz zachodniopomorskiego, czego powodem są zapewne duże odległości pomiędzy tymi województwami a miejscem przeprowadzania ankiet.

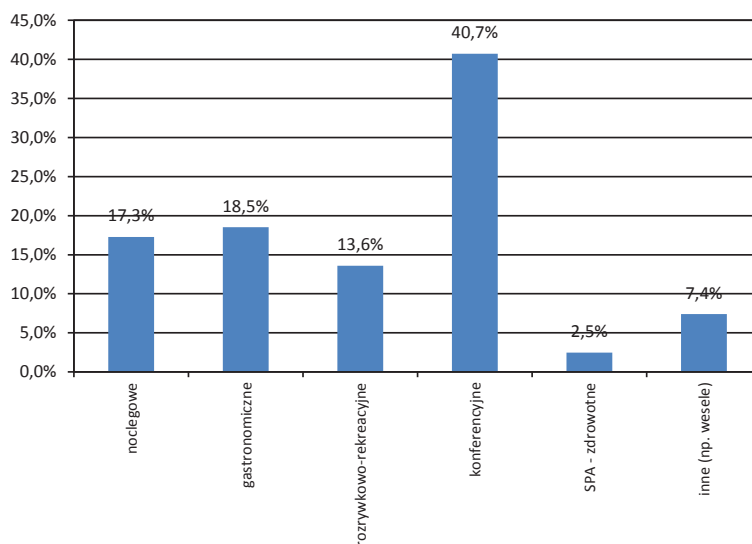


Ryc. 2. Miejsce zamieszkania (województwo) osób biorących udział w ankiecie

Źródło: opracowanie własne

Na pytanie, czy pomysł adaptacji obiektów zabytkowych na bazę noclegową jest słuszny, 56 % odpowiedziało, że jest to potrzebna i ciekawa innowacja, 44% udzieliło odpowiedzi negatywnej. Zwolennicy podkreślali, że warto inwestować w obiekty zabytkowe, ponieważ pomoże to uchronić je od całkowitego upadku i zniszczenia, a także podnieść ich atrakcyjność. Inne pozytywne aspekty dotyczyły rozwoju turystyki i gospodarki w miejscu, w którym taki obiekt jest zlokalizowany. Badani podkreślali również, że nocleg w zamku można połączyć ze zwiedzaniem obiektu i poznaniem jego historii. Przeciwnicy tej idei uważali, że tego typu obiekty powinny być ogólnodostępne i przeznaczone wyłącznie do zwiedzania, stworzenie w nich bazy noclegowej może przyczynić się do zniszczenia i utraty wyjątkowego charakteru tych miejsc.

Kolejne pytanie zawarte w ankiecie dotyczyło możliwości uzyskania informacji na temat obiektów zabytkowych przekształconych na hotele. Z przeprowadzonych badań wynika, że najwięcej informacji respondenci uzyskują od znajomych i rodziny (36%). Na drugim miejscu znalazł się Internet (29,3%), na trzecim przewodnik (7,3%). Aż 14% nie słyszało nigdy o takich obiektach, i nikt z pytanym nie usłyszał reklamy ani rekomendacji hotelu w obiekcie zabytkowym z rozgłośni radiowych. 68% pytanym uważa, że obiekty hotelarskie znajdujące się w miejscach zabytkowych są źle i niewystarczająco reklamowane w mediach.

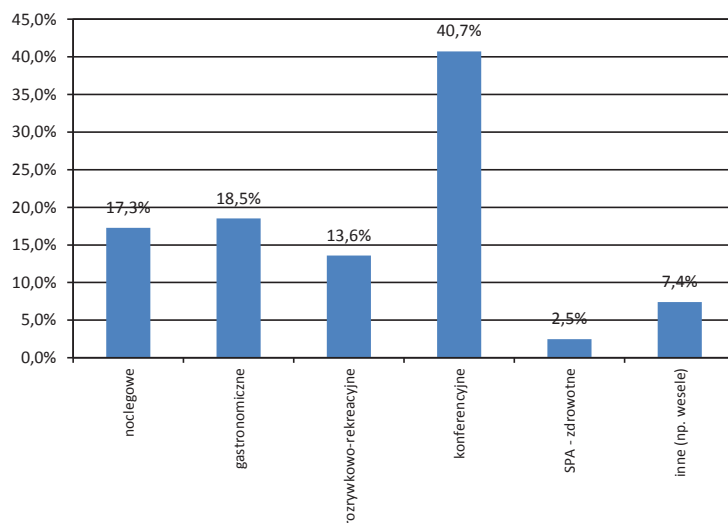


Ryc. 3. W jaki sposób dowiedział się Pan(i) o tego typu obiektach?

Źródło: opracowanie własne

Jedno z pytań dotyczyło tego, czy ankietowani kiedykolwiek korzystali z usług hotelu zlokalizowanego w obiekcie zabytkowym. Jak się okazało, ponad połowa badanych (54%) była gościem w nietypowym hotelu i korzystała z oferty noclegowej w tym obiekcie. Ankietowani mieli również podać cel przyjazdu do obiektu hotelowego. Aż 40,7% było uczestnikami konferencji, zorganizowanej przez ich zakład pracy, co wiąże się z tym, że osoby te nie miały wpływu na wybór obiektu oraz nie

musiały ponosić kosztów pobytu. Okazało się, że najrzadziej ankietowani wybierali hotele w zabytkach z powodu dobrej oferty pielęgnacyjno-zdrowotnej (2,5%).



Ryc. 4. Cel przyjazdu ankietowanych do obiektu hotelarskiego

Źródło: opracowanie własne

Kolejne pytanie dotyczyło oceny poziomu usług świadczonych w obiekcie. Prawie połowa ankietowanych (44,4%) wystawiła ocenę dobrą za jakość udzielonego noclegu, na drugim miejscu ankietowani uznali standard zajmowanego przez nich pokoju jako średni (28,4%), 17,3% oceniło świadczenie jako bardzo dobre, a zaledwie 1,2% jako bardzo złe. Ponad połowa (53,1%) uważa, że usługi gastronomiczne w obiektach zabytkowych są bardzo dobre. Nikt nie ocenił tej usługi jako bardzo złej, a jedynie 1,2% uznało, że jedzenie było złe. Rozrywka i rekreacja zadowoliła ankietowanych w stopniu dobrym (48,1%) i bardzo dobrym (22,2%). Część ankietowanych uznała te usługi za średnie (24,7%), a 1,2% za bardzo złe. Prawie połowa korzystających z usług pielęgnacyjno-zdrowotnych uznała je za dobre (48,1%). Nikt nie ocenił tej usługi na bardzo dobrze, a w oczach 4,9% ankietowanych jej poziom był zły.

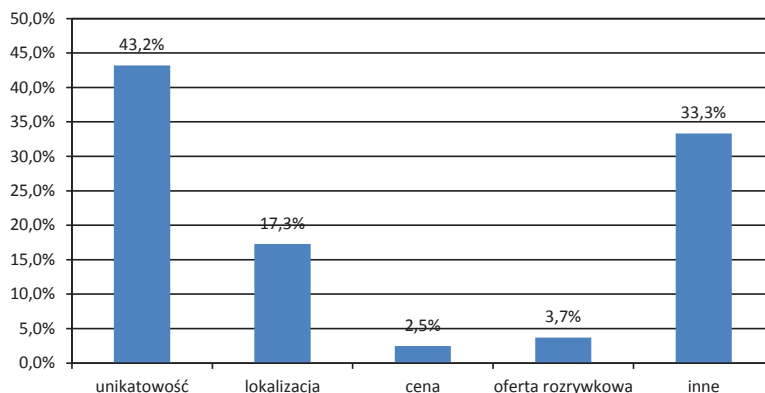
Tab. 2. Jak ocenia Pan(i) poziom usług świadczonych w obiekcie?

Rodzaj usług	bardzo dobrze	dobrze	średnio	źle	bardzo źle
hotelarskie	17,3%	44,4%	28,4%	7,4%	1,2%
gastronomiczne	53,1%	37,0%	8,6%	1,2%	0,0%
rozrywkowo-rekreacyjne	22,2%	48,1%	24,7%	3,7%	1,2%
SPA-zdrowotne	0,0%	48,1%	44,4%	4,9%	2,5%

Źródło: opracowanie własne

Kolejne pytanie dotyczyło cen usług oferowanych w obiekcie. 58% osób potwierdziło, że cena usług była adekwatna do ich standardu i jakości. Warto zaznaczyć, że osoby, które miały opłacony przez zakład pracy pobyt w obiekcie, znały koszt świadczonych w nim usług.

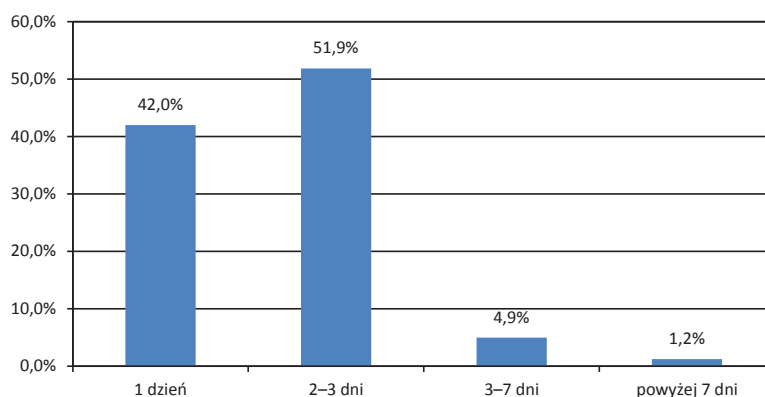
Okazuje się, że unikatowość i oryginalność obiektu decyduje w największym stopniu o wyborze miejsca hotelowego. Tak odpowiedziało 43,2% ankietowanych, duże znaczenie ma też lokalizacja (17,3%). Cena (2,5%) oraz oferta rozrywkowa (3,7%) nie odgrywa kluczowej roli przy wyborze hotelu.



Ryc. 5. Czym kierował się Pan(i) przy wyborze takiego obiektu hotelarskiego?

Źródło: opracowanie własne

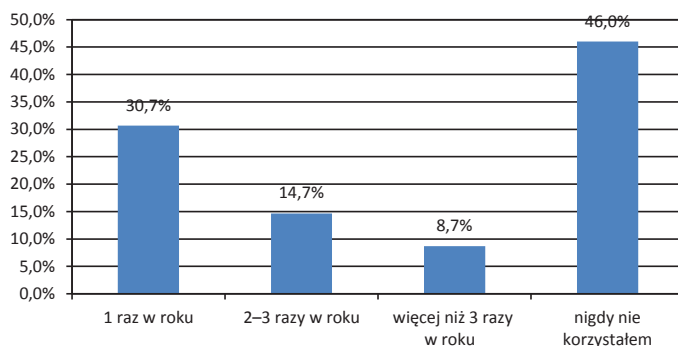
Generalnie ankietowani spędzali 2–3 dni (51,9%) w obiekcie zabytkowym. Dla 42% badanych długość pobytu nie przekraczała jednej doby. Rzadko zostawali w obiektach dłużej niż 7 dni (1,2%).



Ryc. 6. Ile dni spędził Pan(i) w tym obiekcie?

Źródło: opracowanie własne

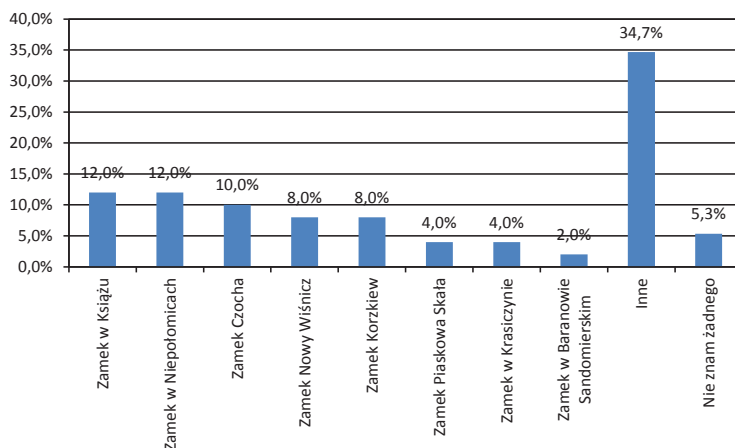
30,7 % deklaruje, że przynajmniej raz w roku korzysta z noclegów w obiektach zabytkowych. Prawie połowa (46%) nigdy nie nocowała w takim miejscu.



Ryc. 7. Jak często korzysta Pan(i) z noclegów w obiektach zabytkowych?

Źródło: opracowanie własne

Osoby ankietowane zostały poproszone o wymienienie znanych im hoteli, które funkcjonują w obiektach zabytkowych. Jak pokazują wyniki, najbardziej znanymi obiektami świadczącymi usługi hotelowe wśród badanych jest zamek w Książu (12%) oraz zamek w Niepołomicach (12%). Na trzecim miejscu znalazł się zamek Czocho (10%), a na kolejnym zamek Nowy Wiśnicz oraz zamek Korzkiew. Ich znajomość deklaruje po 8% ankietowanych. Wśród wymienianych zamków znalazły się również zamek Piaskowa Skała (4%), zamek w Krasieczynie (4%) oraz zamek w Baranowie Sandomierskim (2%). 5,3% ankietowanych nie znało żadnego obiektu, a 34,7% wymieniła inne. Warto zaznaczyć, że w odpowiedzi tej uwzględnione zostały wymieniane przez badanych obiekty, które nie świadczą usług noclegowych. Najczęściej pojawiał się zamek w Ogrodzieńcu, zamek w Babicach (na Lipowcu) oraz zamek w Dobczycach.



Ryc. 8. Czy potrafi Pan(i) wymienić z nazwy hotele funkcjonujące w obiektach zabytkowych w Polsce? (proszę wymienić trzy)

Źródło: opracowanie własne

Ostatnie pytanie było pytaniem otwartym. Ankietowani poproszeni zostali o wskazanie powodu atrakcyjności pobytu w obiekcie zabytkowym. Najczęściej padała odpowiedź: innowacyjność bazy noclegowej, unikatowość, piękne zagospodarowanie obiektu, tajemniczy klimat, dobre połączenie historii i architektury w jedną całość, możliwość poznania obiektu zabytkowego wraz z jego legendą.

Podsumowując przeprowadzone badania sondażowe, należy stwierdzić, że adaptacja obiektów zabytkowych na bazę noclegową jest pozytywnie postrzegana przez turystów. Bardzo istotne w opinii respondentów jest zwrócenie większej uwagi na reklamę i promocję tych obiektów. Ankietowani podkreślali również, że pomysł adaptacji obiektów zabytkowych na bazę noclegową jest bardzo dobrym, innowacyjnym pomysłem, który niewątpliwie przyciąga w takie miejsca turystów. Jak wynika z uzyskanych odpowiedzi, turyści przyjeżdżają głównie w celu udziału w konferencji, która organizowana jest na terenie zabytkowego obiektu. Dlatego warto zaproponować strategię rozwoju hoteli w obiektach zabytkowych, która być może przyciągnie jeszcze większą liczbę turystów korzystających z usług noclegowych w tych miejscach.

Analiza SWOT dla obiektów zabytkowych przekształconych na hotele

Analiza SWOT dla obiektów zabytkowych przekształconych na hotele pozwala dostrzec słabe strony oraz zagrożenia, które mogą mieć wpływ na brak rozwoju tego typu hoteli.

Tab. 3. Analiza SWOT

MOCNE STRONY	SŁABE STRONY
– atrakcyjny wygląd obiektów z zewnątrz – oryginalny wystrój wnętrz – kameralność obiektów – bardzo wysoka ranga zabytków będących miejscami wypoczynku – usługi dobrej jakości – piękne okolice, malownicze miejsca – w okolicach obiektów trasy spacerowe – duży potencjał do rozwoju ruchu turystycznego – dobre warunki do rozwijania różnorodnych form turystyki specjalistycznej – dobre warunki do rozwijania edukacji historycznej i turystyki edukacyjnej – innowacyjny produkt	– słaba promocja obiektów – wysokie ceny dla przeciętnego obywatela (brak możliwości korzystania z usług) – obiekty nieprzystosowane dla potrzeb osób niepełnosprawnych, brak wind
SZANSE	ZAGROŻENIA
– zainteresowanie społeczeństwa poznaniem obiektów zabytkowych – rosnące zapotrzebowanie na usługi turystyczne – członkostwo Polski w Unii Europejskiej stwarzające możliwości wykorzystania programów i funduszy pomocowych, w tym dla rozwoju sektora turystyki	– konkurencja ze strony nowoczesnych hoteli – stały wzrost cen surowców (powoduje to wzrost cen usług) – krótki sezon letni (mniejsza liczba turystów poza sezonem)

– poprawa wizerunku turystyki w Polsce – docenienie turystyki jako istotnego czynnika restrukturyzacji i aktywizacji gospodarczej – korzystanie z usług restauracji przez gości spoza hotelu – umiarkowana rywalizacja w sektorze – dopływ zachodniej technologii i kapitału – możliwość poszerzenia oferty rozrywkowo-rekreacyjnej – bogacenie się społeczeństw	– wysoka konkurencyjność turystycznych wyjazdów zagranicznych w stosunku do oferty turystyki krajowej – brak jednolitego i przejrzystego systemu wsparcia małych i średnich przedsiębiorstw, w tym także branży turystycznej – nieefektywny system komunikacji i informacji w branży turystycznej – kryzys gospodarczy – wahania walut – kosztowne wymagania i regulacje prawne
--	--

Analizując szanse i zagrożenia dla hoteli w obiektach zabytkowych, należy zauważyć, że głównym zagrożeniem jest sytuacja gospodarcza kraju, na co właściciele obiektów nie mają wpływu. Obiekty powinny wykorzystać swoje szanse, przede wszystkim dostosować się do potrzeb klienta i poszerzyć usługi w zakresie rozrywkowo-rekreacyjnym. Należy również zwrócić uwagę na konkurencję ze strony innych podmiotów. Konkurencję w kategorii obiektów zabytkowych stanowią muzea, zwłaszcza w miastach, posiadające ciekawe sale i możliwości cateringu, ale najczęściej nieposiadające miejsc noclegowych. Głównym ich atutem i przewagą konkurencyjną jest lokalizacja z łatwym dojazdem i możliwością rozrywek w bliskim zasięgu. Podstawowe zagrożenie spoza grupy obiektów zabytkowych płynie z rozwoju oferty konkurencyjnej, przede wszystkim sieci wysokiej klasy hoteli (np. Marriott, Sheraton, Holiday Inn) i ich dużych możliwości kapitałowych. Innymi konkurentami są firmowe i niezależne ośrodki wypoczynkowe, położone w atrakcyjnych miejscach i dogodnych komunikacyjnie lokalizacjach. Niewątpliwie należy zainwestować w reklamę i promocję tych obiektów. Atutami obiektów zabytkowych jest ich unikatowość i niepowtarzalna historia. Tajemnicze legendy związane z zabytkami oraz oryginalny wystrój wiekowych komnat są dodatkową atrakcją. Plusem tych obiektów jest również ich położenie. Zazwyczaj znajdują się one z dala od ruchliwych miejsc, w otoczeniu rozległych parków w malowniczym terenie.

Propozycje strategii rozwojowej dla obiektów zabytkowych przekształconych na hotele

Powstanie większości hoteli czy ośrodków konferencyjnych w pałacach i dworach w Polsce jest rezultatem mody, jaka nastała po 1990 roku. Pałace i dwory w historii Polski były symbolami wysokiego statusu społecznego i wyróżnikiem w lokalnej społeczności. Dobra strategia marketingowa musi przede wszystkim określać przewagę konkurencyjną i wartości rynkowe, jakie niesie ze sobą oferta.

Przewaga konkurencyjna obiektów zabytkowych nad innymi hotelami sprawia, że strategia rozwojowa dla tych obiektów może być budowana w oparciu o unikatowe wartości obiektu historycznego, z wykorzystaniem jego niepowtarzalności, specyficznego klimatu, legendy i tradycji. Ma to wyróżniać obiekty zarówno w Polsce, jak i w skali europejskiej (Szlezzynger 2003).

Problemem podstawowym lub też po prostu inną koncepcją jest brak w Polsce starannie wyselekcjonowanych obiektów, które zaspokoiłyby potrzeby najbardziej wymagających klientów od strony poziomu estetyczno-historycznego.

Rozwiązaniem może być zaproszenie do tworzenia tych obiektów (lub doradztwo przy ich tworzeniu) przedstawicieli starych rodów polskich. Taka koncepcja może dać pozytywne rezultaty, na co wskazują już istniejące obiekty prowadzone przez osoby pochodzenia ziemiańskiego: Pawła Popiela – zamek w Kurozwękach, Jerzego Mańkowskiego – pałac w Brodnicy, Antoniego Chłapowskiego – pałac i centrum hippiczne w Jaskowie czy wymienianego już Jerzego Donimirskiego – zamek w Korzkwi i dwór Kościuszki w Krakowie.

Szanse powodzenia strategii leżą zarówno w rosnącym szybko popycie na wysokiej klasy obiekty, rosnące wymagania klientów, którzy nie chcą się spotykać w standardowych hotelach oraz znudzenie miejscami im znanymi. Szansą jest również łączenie się dysponentów w porozumienia i alianse, dające możliwość zarówno skutecznego oferowania usług (dotarcia do klientów), jak i walki z sieciami hoteli. Strategia komunikacji marketingowej jest bardzo istotna. Komunikacją marketingową powinna obejmować zarówno komunikacją formalną jak i nieformalną, w tym przypadku mogącą odegrać kluczową rolę (Rydel 2008). Głównymi działaniami promocyjnymi może być promocja poprzez stronę internetową na najwyższym poziomie. Ponadto należy przewidzieć ogłoszenia reklamowe w prasie branżowej, wydrukowanie broszury informacyjnej oraz udział w targach i wystawach. Komunikacja nieformalna przybierać może postać PR budujących prestiż i zaufanie do właściciela obiektu zabytkowego.

Formy public relations najbardziej adekwatne to: uczestnictwo właściciela lub członka zarządu w pracach branżowych stowarzyszeń międzynarodowych i krajowych, obecność członków zarządu w mediach (wywiady w telewizji, radio, prasie), utrzymywanie kontaktów z mediami, zapraszanie dziennikarzy na otwarcie sezonu, organizacja sympozjów i seminariów branżowych, goszczenie u siebie prestiżowych imprez oraz znanych i poważanych osobistości, których rekomendacje mogą być ważnym argumentem. Istotne znaczenie może mieć też obecność właścicieli / dyrektori hoteli na spotkaniach kół biznesu, w tym konferencjach i spotkaniach w branży szkoleniowej, czy przekazywanie pełnej informacji drukowanej o usługach gościom (wizytówki, foldery), gdyż zadowolony klient w tym przypadku jest bardzo istotnym nośnikiem promocji.

Bez odpowiednio prowadzonych i skutecznych działań promocyjnych skierowanych do właściwego rynku turystycznego nie można zakładać rozwoju turystyki. Każda atrakcja turystyczna, aby mogła zaistnieć w świadomości odbiorcy, musi zostać odpowiednio zaprezentowana. Opis w przewodniku, podobnie jak prezentacja na miejscu, to element znaczeniowej gry między producentami i konsumentami atrakcji turystycznych. Podróżnik motywowany poszukiwaniem autentyczności pragnie, aby nowe miejsce nie było kopią tego, od którego się oddala. Promocja i reklama rzutuje na decyzje turysty o wyborze odpowiedniego dla niego miejsca wypoczynku.

Podsumowanie i wnioski

Przystosowywanie obiektów zabytkowych do celów hotelowych oraz innych użytkowych, np. gastronomicznych, kulturalnych itp., stanowi niejako proces ciągły, aczkolwiek skala adaptacji historycznych budowli z jednoczesną zmianą sposobu ich przeznaczenia jest szczególnie intensywna w ostatnich latach. Jest to zarówno objawem współczesnych potrzeb, jak też chęci zachowania i dbałości o dawną

substancję o wartościach zabytkowych (Przybyszewska-Gudelis, Grabiszewski 1986). Oczywiście, nie każdy obiekt zabytkowy może być w pełni lub w ogóle odtworzony na wzór pierwotnej formy. Dlatego w pewnych przypadkach należy go pozostawić w stanie konstrukcyjnie niekompletnym, nawet ruiny, zabezpieczyć, chronić prawnie, a poprzez wyeksponowanie oryginalnych fragmentów udostępnić np. tylko do zwiedzania. To również jest funkcja użytkowa. Większość obiektów zabytkowych, które z różnych powodów nie służą pierwotnym celom, powinna być jednak adaptowana do współczesnych celów użytkowych w sposób kompleksowy, zwłaszcza na cele hotelarskie, wypoczynkowe, konferencyjne czy kulturalne. Świadczy to niewątpliwie o innowacyjności i nowym trendzie w branży hotelarskiej.

Przeznaczanie zabytkowych budowli i zespołów architektonicznych na cele użytkowe, zwłaszcza hotelowe, to szczególnie pożądaný przykład wykorzystania zabytkowego potencjału w formie niezmienionej lub częściowo przekształconej i funkcji całkowicie zmienionej. Hotele w obiektach zabytkowych łączą w sobie dwie ważne cechy. Są mianowicie składnikiem zagospodarowania turystycznego i jako takie wpływają na atrakcyjność miejsca. Zachowane oryginalne bądź odtworzone fragmenty wyposażenia stają się bowiem elementami użytkowymi, stanowiąc jednocześnie atrakcję z uwagi na swe wartości historyczne czy artystyczne (drewniane stropy, piece kaflowe, kasetony, gzymsy, obramienia okien i drzwi, piwnice, strychy, klatki schodowe, bramy przejazdowe, fragmenty dziedzińców). Jako budowla zabytkowa i komponent dziedzictwa kulturowego hotel może stanowić nawet atrakcję samą w sobie, a szczególnym wyróżnikiem atrakcyjności staje się właśnie fakt i efekt adaptacji. Materialne świadectwa minionych epok – przy wzorowo przeprowadzonej adaptacji – mogą znakomicie koegzystować ze współczesną architekturą. Dziedzictwo kulturowe, jakim są hotele w obiektach zabytkowych, stanowi o walorach turystycznych (Grabiszewski 2009). Możliwość ich wartościowania sprzyja tworzeniu kryteriów oceny rangi i atrakcyjności tych zasobów, kształtowaniu produktów turystycznych, a następnie ich doświadczaniu. Jeżeli jest właściwie uświadomiane, stymuluje rozwój turystyki; zwiększa też wiedzę i szacunek do dziedzictwa kulturowego – zarówno za strony znawców jak i użytkowników.

Literatura

- Grabiszewski M., 2003, *Adaptacja obiektów zabytkowych na cele hotelowe*, Warszawa
- Grabiszewski M., 2007 *Funkcja hotelowa w obiektach zabytkowych Bydgosko-Toruńskiego Obszaru Metropolitalnego*, Bydgoszcz
- Hjalager A-M., 2010, *A review of innovation research in tourism*, Tourism Management, vol. 31, 2010
- Jalinik M., 2008, *Innowacje w rozwoju turystyki*, Białystok
- Krupa J., 2010, *Innowacyjność w turystyce*, Rzeszów
- Pasieczny R., 2006, *Wypoczynek w dworach i pałacach*, Warszawa
- Rydel M., 2008, *Założenia do strategii marketingowej dla sieci obiektów zabytkowych w Polsce*, Gdańsk
- Świątkowska M., 2008, *Adaptacja obiektów zabytkowych dla potrzeb hotelarstwa jako forma podniesienia atrakcyjności regionu turystycznego*, Białystok, s. 438–447

Wójtowicz B., 2010, *Strategia rozwoju a ocena jakości usług na przykładzie Zespołu Pałacowego w Kurozwękach w świetle badań sondażowych*, [w:] *Przedsiębiorczość w warunkach integracji europejskiej*, red. Z. Ziło, T. Rachwał, *Przedsiębiorczość-Edukacja*, nr 6, Zakład Przedsiębiorczości i Gospodarki Przestrzennej Instytutu Geografii Uniwersytetu Pedagogicznego w Krakowie, Wydawnictwo Nowa Era Sp. z o.o., Warszawa-Kraków, s. 431-450

Artykuły w czasopismach branżowych

Dolecka M., 2003, *Nowoczesność spotyka tradycję: hotele w obiektach zabytkowych*, „Rynek Turystyczny”, nr 12, s. 44-46

Marczuk J., 2008, *Hotel z historią: nowe centrum konferencyjne w murach dawnej rezydencji dworskiej*, „Świat Hoteli”, nr 5, s. 30-31

Olchowik L., 2002, *Turystyka w zabytkach*, „Wiadomości Turystyczne”, nr 29, s.11-12

Pawlikowska-Piechotka A., 2004, *Funkcje turystyczne dworów*, „Problemy Turystyki”, s. 99-109

Szlezzynger P., 2003, *Adaptacja kompleksów budynków zabytkowych na hotele na wybranych przykładach w Krakowie i okolicy*, „Problemy Turystyki”, nr 1-4, s. 123-136

Innovation in hotel industry and the adaptation of historical objects into accommodation facilities

Abstract

Nowadays, tourism is a crucial sector of national economy, and for many countries and regions it is one of the goals of economic activity, at the same time being a means of social and economic revival. Therefore, in order to professionally present the tourist potential and offer, and to attract tourists, tourist products should be organized, promoted and introduced in a relevant way. It is necessary to bear in mind that tourism is a service sector, a sector in which different kinds of innovations are adapted very quickly.

The aim of this article is to present the innovation in the accommodation industry and to show that historical objects in Poland are more and more often adapted into accommodation facilities, which undoubtedly influences the development of tourism in the region where these objects are used.

I will draw the reader's attention to the beneficial conditions and positive effects of running hotels in historical buildings, as well as the negative aspects and threats that stem from converting historical objects into hotels. I will show the outcome of surveys conducted on a group of 150 respondents that were to determine how many persons made use of such objects and that allowed getting acquainted with the respondents' opinion about the conversion of historical objects into accommodation facilities. Finally, I will suggest a growth strategy for hotels which function in historical buildings.

Key words: innovation, historical objects, castle, palace, mansion, accommodation facilities.

mgr Kamila Ziółkowska-Weiss
Uniwersytet Pedagogiczny
im. Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie
Instytut Geografii
e-mail: kamilacamela@wp.pl

Annales Universitatis Paedagogicae Cracoviensis

Studia Geographica III (2012)

Ahmet Tokgözlü, Kadir Temurçin, Kamile Uysal

Süleyman Demirel University, Isparta, Turkey

Winter tourism of Davraz Mountain

Tourism can be defined as a collection of relations and events that consist of travels and accommodations made by people outside their permanent work places and houses (Hunziker and Krapf 1942). International Travel and Tourism Conference held in Rome in 1963 played a prominent role in defining tourism. The definition of tourism presented below sheds light on all the questions concerning the issues of:

- Not having residence out of their permanent houses.
- Having no political, military or money-earning objectives.
- A personal or collective visit due to work, curiosity, religion, health, sports, recreation, entertainment, culture, experience and snobbish purposes or for a family visit and attending congresses and seminars.
- The consumption resulting from an accommodation exceeding 24 hours or at least a one-night accommodation is an integrated service and culture industry (Soykan, 2004).

With regard to transporting people from one location to another (travel) and the focus on products and services rendered within time and place, tourism is a geographical notion and it may be studied in a multi-faceted way from a geographical perspective (Williams 1998). Therefore, the attractiveness of tourism and geographical factors that influence tourism development in Mount Davraz should be studied, considering especially the increasing attractiveness of winter tourism in the recent years.

Turkey has an unrivalled natural richness in comparison to most European countries, i.e., the Mediterranean Basin, mountains, forests, lakes, rivers, flora and fauna, caves, mountain pastures, canyons, interesting geological processes, a rich cultural heritage and authentic traditions (Cengiz 2002). Mountain areas are an important element of this potential. Currently, mountaineering is an important sports activity that requires special knowledge, talent and preparation (Doğanay 1989). Turkish mountains are now available for tourism, mountaineering and skiing. "Alpinism" in Turkey flourished due to the steady development of transportation, accommodation and tour guide services. The mountain areas available for winter tourism have become a ski center providing accommodation as well as recreational facilities, and this fact is indicative of "winter tourism" development (Doğaner 2001).

Winter tourism is a characteristic form of tourism practiced in the high snow-capped parts of mountains (Doğaner 2011). This kind of tourism relies on the following: snowfall, i.e., time when snow is falling on the ground and slopes, the exposure of the slope, etc., and the center is opened from the end of fall to spring (Gönençgil and Güngör 2002). The interest in winter tourism helped to develop tourism possibilities as mountain areas remain charming for people.

“Winter tourism” and “winter sports” are the most important features of tourism practiced in mountainous areas. Winter tourism and winter tourist centers are settlements that provide tourists with an opportunity to enjoy winter sports and related activities (Ülker 1978). Mountains also offer environmentally conscious people several options of ecological tourism to choose from. The mountain villages, in which tourists can admire picturesque architectural styles and observe local lifestyle, can also benefit from tourism activities (Doğaner 2001). Mountain tourism includes winter tourism, alpinism, mountain pasture tourism, ecological tourism and pastoral tourism (Doğaner 2001). Its aim is to provide exposure to forested areas and terrains that are part of the social and economic sectors, as well as to protect natural features and develop the seasonal tourism activities (Ülker 1987).

More and more people decide to rest and spend their holidays in winter tourist centers in order to escape the dirty air of the cities as well as to separate themselves from the difficult city life. This is also true for Turkey, and particularly, in recent years, the number of tourists during winter has increased due to the rise in the number of cars owned, which is connected with the development of the car industry, and also due to the prolongation of weekend to two days. This in turn has also opened the opportunity to increase revenue (Ülker 1987).

The potential of any country to attract tourists depends on three factors called the basic elements, or supply resources of tourism. These three items are: attractiveness, access and accommodation. Attractiveness of geographical resources plays a role in selecting and visiting a particular place by tourists. That visit can come to fruition by providing transportation and communication services, and, along with other conveniences, by providing entertainment for the tourists in the visited place. Additionally, infrastructure guarantees the fulfillment of the basic functions (Özgüç 2007). Mount Davraz, that is studied in this report, with its suitable climate conditions for ski tourism, and recently developing infrastructure (transportation) and accommodation investments, has become attractive for local and foreign tourists. This results in the increase in demand for the region due to its growing attractiveness.

In Turkey, winter tourism and winter tourism centers have gained importance after 1980 and the Council of Ministers declared the existence of 20 tourism centers (Table 1). Uludağ, Palandöken, Erciyes and Kartalkaya Tourism Centers are the most popular ones due to being located near populous areas. Bursa-Uludağ Winter Tourism Center is the first one which was declared a winter center on 05/08/1986. Winter centers offer tourists a variety of activities to choose from, like Nordic and Alpine skiing, etc. Isparta Davraz Winter Tourism Center is not an exception in this respect. The Davraz Mountain Winter Tourism Center was established under the Council of Ministers' decision of 17/02/1995. The mountain with its altitude of 1650–2350 meters and snow thickness of 0.5–2 meters, offers tourists an opportunity to enjoy Nordic and Alpine skiing.

Tab. 1. Mountain winter tourism centers in Turkey and their features

Tourism center	Thickness of snow	Date of declaration	Altitude	Kind of skiing
Bursa Uludağ	3 m	05/08/1986	1750–2543 m	Nordic and Alpine Discipline – Snowboard
Erzurum – Palandöken	2–3 m	17/10/1993	2200–3176 m	Nordic and Alpine Discipline – Snowboard
Kayseri – Erciyes	0.5–1 m	19/04/1989	2200–3100 m	Nordic and Alpine Discipline – Snowboard
Kars – Sarıkamış	3 m	20/05/1991	1750–2543 m	Nordic and Alpine Discipline – Snowboard
Bolu – Kartalkaya	2,5 m	07/10/1997	1600–2000 m	Nordic and Alpine Discipline – Snowboard
Kastamonu – Ilgaz	0.50 – 2.5 m	07/10/1997	1600–2000 m	Alpine Discipline
Isparta – Davraz	0.50–2 m	17/02/1995	1650–2250 m	Nordic and Alpine Discipline – Snowboard
Bitlis – Merkez	1–2 m	-	1510–1700 m	-
Ağrı – Budi	1–2 m	-	-	-
Bingöl -Yolaçtı – Kurudağ	-	-	1650–1890 m	-
Erzincan – Bolkar	60–100 cm	-	-	-
Gümüşhane – Zigana	1 – 1.5 m	20/05/1991	1850–2200 m	-
Ankara – Elmadağ	30–60 cm	-	-	-
Antalya – Saklıkent	50–100 cm	-	2550 m	-
İzmir – Bozdağ	80–120 cm	-	1700–2157 m	Alpine Discipline
Artvin	2.5 m	Pending	1700–2157 m	Nordic and Alpine Discipline
Aksaray – Hasan Dağı	-	05/03/1990	2500–2700 m	-
Bayburt – Kop	-	17/10/1993	2600 m	-
Samsun – Ladik	-	06/01/2005	1400–1800 m	-
Kocaeli – Kartepe	-	17/10/1993	1600 m	Snowboard

Source: Ski Federation of Turkey, 2011

There is a direct connection between supply and space in tourism. For travel reason, it depends on the features which are sufficient to meet the need for travel and moving to another place temporarily and staying there for some time. The location/venue, a country, or any other region may be a tourist center. This is called “destination” in tourism operations. These emerge as the natural assets, values, facilities and socio-cultural entities of that place (Bahar and Kozak 2005).

Davraz Mountain is deemed one of the most valuable natural elements of the landscape in the Turkish Lakes Region; it is an ideal area for tourism and recreational activities. It is also close to the city of Isparta, which is convenient for transportation. Davraz Mountain is located southwest from the Eğirdir Lake and is situated 26 km from Isparta (Figure 1). Nowadays, Davraz Mountain boasts beautiful natural resources, good quality of snow and a 4094-hectare area which was declared a Winter Sports Tourism Center by the Council of Minister’s decision. Its topographic

structure, richness of visual landscape and weather makes it both a suitable place for winter sports and an attractive research area. Mount Davraz's neighbours are: Barla Mountain on the north, Anamas Mountain on the east, Kuyucak Mountain on the southeast, and Akdag Mountains on the southwest; its maximum height is 2635 meters.

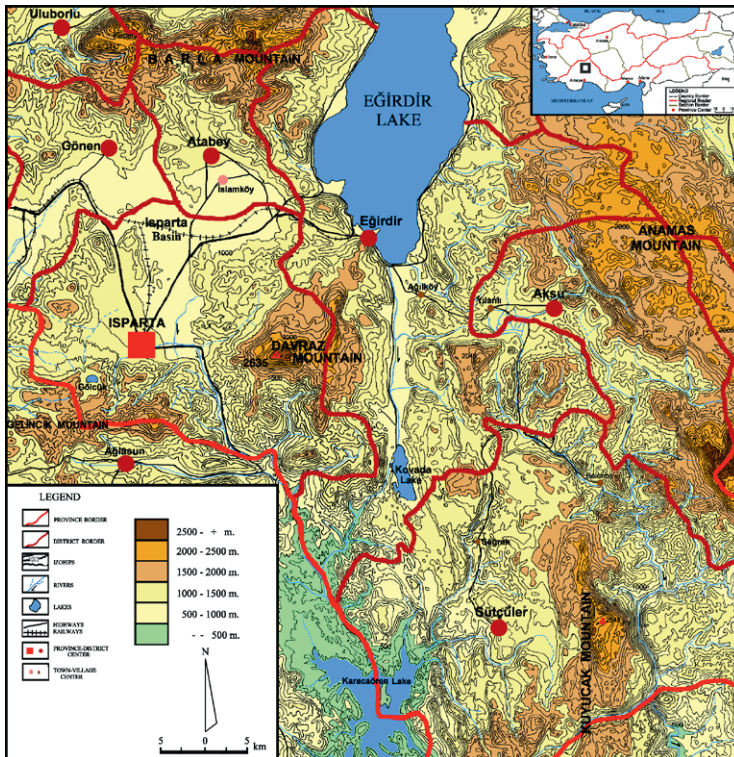


Fig. 1. Map presenting the location of Davraz Mountain (Source: General Command of Mapping)

Natural geographical features

Davraz Mountain gradually loses altitude descending to Isparta plain on the east and Kovada Depression on the west. The highest point of Davraz is Ulparçukuru Peak at 2635 m. It goes down towards Eğirdir Lake to Dereboğaz stream; and the hills that are located on Davraz are a good ski tourism spot. The hills are: Kara Hill (2396 m), Çıkırıklı Hill (2013 m), Kocakır Hill (1675 m) and Garkın Hill (1736 m). Davraz Mountain is mostly built of limestone, arranged in layers which are sometimes massive, that dates back to Mesozoic age. It is a characteristic karst, which was created by block faulting and ascended during the last tectonic movements. Large parts of the area covered by limestones have been affected by erosion since the Mesozoic-Tertiary age. Serpentine is a green rock located particularly on the northern slope of the mountain around Bademli and Çobanisa villages (Ardos 1977; Temurçin 2004). As far as layer altitudes of Davraz and its surrounding mountains are concerned, the area between 1200–1500 meters represents the biggest layer of

33.1%, but there is no winter tourism activity. On the other hand, the area between 1500–2000 meters is an area intensively used for winter tourism (a layer of 41.7%), and there is a ski trail on it (Table 2).

Tab. 2. Distribution of elevation groups

Altitude [m]	The Area	
	Ha	%
-1200	2567	11.5
1200–1500	7379	33.1
1500–1650	3484	15.6
1650–1800	2703	12.1
1800–2000	3131	14.0
2000– +	3056	13.7
Total	22320	100.0

Source: The Special Provincial Administration, Isparta

Erosion and accumulated forms of glacial activity (cirques, moraines, etc.) and tectonic-karstic forms (gaps, dolines, a few limestone pavement) are present on Davraz. Water is obtained from a deep well which was dug at the base of Belkuyu Doline. This is the only water source located at the altitude of 1890 meters. It is not possible to find water higher than this altitude. Permanent snow on Davraz is used by the villagers for their animal herds (Çiçek 1992; Temurçin, 2004). The area is not rich in surface water sources and many of the existing water sources are seasonal rivers which flow in the spring. The only permanent stream is Sav stream, which has its source in the mountain itself. The other streams are: Gürleyik stream in the north, Darıören stream in the south and Kurudere in the west. There is also a pond near this area, which is an important element of the surface landscape and is used for tourism and by winter sport facilities. Because of the limestone and the general structure of the mountain, its waters are able to infiltrate quite rapidly; therefore, it is necessary to build waterproof artificial skating area. There occur dendritic and deranged drainage systems because of the horizontal structure and glacial material.

The upland up to 1800 meters is a hilly area covered with dwarf shrubs (*Quercus vulcanica*). Above that altitude it is possible to spot juniper and larch. Vegetation has been disturbed by intensive exploitation by people.

The studied area is located in the area of Turkish plate, susceptible to earthquakes. There are two north-south-trending faults, and all construction projects are required to comply with the earthquake regulations.

Effect of Davraz Mountain climate on winter tourism

Isparta province is located in the transitional zone between Mediterranean and Middle Anatolia, and due to its location it presents features of these two climates. Nevertheless, the continental climate is dominant; therefore, summers are hot and arid and winters are cold and rainy/snowy. The area receives frontal, convective and orographic rainfall, which occurs mainly during winter and spring. The amount of rainfall in mountainous area is not regular and continuous. The maximum values

in the lakes area are lower than in the coastal areas. Towards the north, continental rainfall starts occurring. Rainfall in northern areas is smaller and the high-altitude regions sometimes receive various quantities of snowfall .

Weather station was built by Isparta Meteorology Regional Office and it is located 997 meters above sea level. According to the measurements conducted between 1975 and 2010, the average yearly temperature is 12 degrees Celsius. The examination of average temperature values showed that the highest temperature value is 23.5 degrees Celsius in July, and the lowest is 1.8 degrees Celsius in January. The examination of the long-term temperature values recorded in the ski center indicates that yearly temperature is 4 degrees Celsius, the highest average temperature is 17.5 degrees in July, and the lowest is -5 degrees Celsius (Table 3).

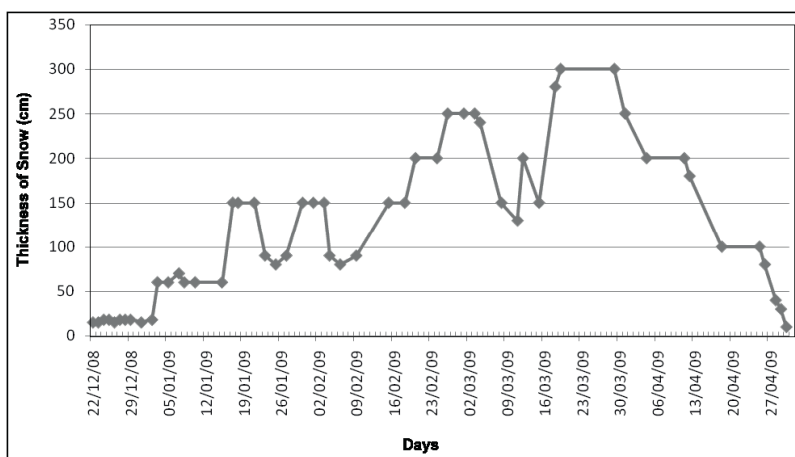


Fig. 2. Snow thicknes in Davraz Ski Center in Isparta

Tab. 3. Selected climate elements according to Meteorological Station of Isparta (1975–2010)

Meteorological parameters	January	February	March	April	May	June	July	August	September	October	November	December	Yearly
Average Temp. (C)	1.8	2.6	5.9	10.6	15.5	20.2	23.5	23.0	18.4	12.8	7.0	3.1	12.0
Average High Temp. (C)	6.4	7.6	11.7	16.5	21.8	26.6	30.3	30.4	26.5	20.7	13.4	7.8	18.3
Average Low Temp. (C)	-2.2	-1.8	0.5	4.5	8.1	11.8	14.9	14.4	10.0	6.0	1.7	-0.9	5.6
Average Cloudiness	15.7	18.6	26.8	28.2	32.0	35.0	38.0	37.8	35.4	31.0	24.6	18.8	38.0
Average Rain (mm)	5.4	5.5	5.2	5.4	4.5	2.7	1.7	1.5	1.9	3.3	4.4	5.6	3.9
Average Snowy Days	65.1	56.5	54.3	60.1	47.9	28.6	13.2	12.3	15.7	38.5	50.0	72.5	514.0

Average Snow Covered Days	6.5	5.3	2.8	0.3	0	0	0	0	0	0	0.3	3.4	18.6
Highest Thickness of Snow	25.0	31.0	28.0	9.0	0	0	0	0	0	0	8.0	32.0	32.0

Source: Provincial Directorate of Meteorology, Isparta

In normal winter conditions, the northern and northeastern slopes of Davraz receive between 100 and 200 cm of snowfall, and conditions for skiing hold between 20th of December and 10th of April (almost 110 days). During the ski season, the thickness of snow changes between 50 cm and 2,5 meters. Wind speed is crucial for skiing, and the abovementioned resort is ideal for such sports. Despite the prevailing southwestern wind direction, the ski runs of Davraz are closed to east, west and south winds, and they are open to the north and northeast winds.

Davraz Mountain has a high potential for skiing. The slopes which are overlooking the ski runs are located on the north, northwest and northeast. The abovementioned features support the claim that a lot of the skiing potential is currently unexploited (Table 4).

Tab. 4. Exposure Percentages

Exposure	Covered Area	
	Ha	%
Plain Land	990	4.5
North	2718	12.2
Northeast	2128	9.5
East	2350	10.5
Southeast	2440	10.9
South	3032	13.6
Southwest	2732	12.2
West	2842	12.7
Northwest	3089	13.9

Source: The Special Provincial Administration, Isparta

Situation of transport on Davraz Mountain

The Davraz Winter Sports Center has been constantly developing in the last few years. Davraz is located 26 km from Isparta, 154 km from Antalya and 648 km from Istanbul. Good highway connections from Davraz to Isparta and Eğirdir are available. The journey to the ski center is usually made by car, but during ski season (from December until May) it is also possible to reach the ski centre by city buses. Çobanisa village also has a convenient transport connection because of the highway to Davraz, that passes through this village.

There are also airways to Davraz connecting it with Antalya and Isparta International Airports. The ski center lies 58 km from Süleyman Demirel International Airport and 130 km from Antalya International Airport. The only problem regarding transportation is posed by heavy accumulation of snow on the road during the winter season.

Structure of facilities and ski run features on Davraz Mountain

The Davraz Winter Sports Center has two chair lifts and can carry 1000 persons per hour), one telex (624 meters long; it can move 800 persons per hour) and 2 baby lifts (300 meters long). The third chair lift to the top will be completed by the summer of 2012. There are also mechanical facilities equipped in electricity, water and transportation infrastructure.

Tab. 5. Accommodation facilities in the Davraz Mountain Winter Tourism Center

Names of hotels	Number of stars	Number of rooms	Number of beds
Sirene Davraz Otel	4	122	280
Isperia Davraz Otel	Oberj	17	55
SDU Practice Otel	Education and Practice	42	84
Çobanisa Davraz Houses	Pension	12	24

Source: The Special Provincial Administration, Isparta

Davraz infrastructure was completed and opened in 1997. The tourism center possesses 3 mountain cafes, 1 four-star hotel (122 rooms and 280 beds), 1 hostel (17 rooms and 55 beds) and 1 University Practice Hotel.

In the Çobanisa village (located 8 km away from Davraz), 4 old village houses were restored by the Culture and Tourism Ministry and the Governorship of Isparta through an action called “Çobanisa Example tourism village project”. The houses were rebuilt taking into consideration the specific architectural features of the region. The village houses have been rented to a private company; they have 12 rooms and 24 beds capacity (Table 5).



Fig. 3. Ski runs on Davraz Mountain

Source: The Special Provincial Administration

On Davraz Mountain, ski runs are subject to the regulations of the International Ski Federation (FIS), and the winter activities available for tourists involve Nordic discipline, Alpine discipline, ski touring and snowboard. The total length of ski runs is almost 8 km. Blue ski runs are for beginners, red ones are for intermediate level skiers and black ones are for professional skiers. Ski runs are located at different altitudes. Beginners use the ones located at a height between 1650 and 1982 meters. Inclination of the slopes on blue ski runs is 10–50%. The remaining four ski runs are located at a height of: 1982–2086 meters, 1950–2024 meters, 1950–2086 meters and 1950–2250 meters. The slopes overlap the north and northeast slopes of Küçük Davraz Mountains and Davraz Mountain, and include also Kulova (1650 m) (where a ski run will be built in the future) (Figure 3).

Ecological and economic situation

Generally, mountain environment is damaged due to intense exploitation. Incompatibility between the attempts at environment preservation, and solid and liquid waste dump, hunting, smuggling of biological species, illegal tree cutting, fires, animal husbandry activities, agricultural activities, erosion, etc., is resolved by recreational activities proposed by the Governorship of Isparta.

Davraz Mountain is one of 122 important vegetation areas and is abundant in endemic vegetation types (*Quercus vulcanica*, *Quercus Ceris*, *Quercus Trogona*, etc.). The flora is rich due to altitude and topographical conditions of the mountain, and its location between Mediterranean and Middle Eastern climates (Sağlam 2007). The people who inhabit the villages around the mountain support themselves from animal husbandry. This is one of the main reasons of the damage done to vegetation. Also intensive exploitation and litter remaining after weekend picnics can be observed. In order to avoid these problems, strict regulations included in “Davraz Mountain Management Plan” should be implemented. The landscape works have been completed on 5.7 hectares, in accordance with the natural structure. This area, which is forested, has been used as a tourist facility area, university area and hotel area.

The biggest benefits from the winter tourism center is drawn by Çobanisa village. The only source of livelihood for its people being agriculture and animal husbandry, the protection of forested areas restricts their traditional farming places. Restoration of old houses that can be converted into restaurants can provide the villagers with economic benefits and the market to sell food products, such as: eggs, cheese, boiled grape juice, walnuts, milk and almonds. Some villagers sell food not only in the restaurants, but also at the stands along the highway. The economic benefits from closer relations between the villagers and the tourist center prevent the migration of work force. Almost 30 persons from the village are working in the Davraz Winter Sports Center (mainly on accommodation and technical positions). Usually, middle and lower income groups of skiers are welcomed in the mountain houses. The skiers staying at the Davraz Winter Sports Center prefer to buy food products directly from the villagers. Village houses provide accommodation also for skiers from Antalya.

Davraz Mountain offers its tourists a variety of activities to choose from also in summer, e.g., football, mountaineering, mountain biking, trekking, paragliding and jeep safari. Davraz is preferred as a camping area by professional and amateur

Turkish football clubs. In the future, with its appropriate climate and geographic structure, Davraz Mountain will also be preferred by European football teams.

In Isparta, there are suitable areas for single and group paragliding. Everyday, the number of people doing air sports who are coming to Isparta, has been increasing. In the Davraz Mountain Winter Sports Tourism Center, paragliding is performed from eastern ski runs at a height of 1800 meters. The highway makes it possible to reach flight and ski runs areas. For group flights, departure and arrival areas are located between the eastern side of the Davraz Mountain Ski House and Kulova Plain.

Conclusion

Winter tourism is a form of tourism which integrates natural environment, climate and local economic enterprises. The people who would like to enjoy snow and winter sports prefer to choose more natural places, like Davraz. This study considered issues regarding the way in which tourist centers use natural environment, the kind of relationships that develop, and the advantages and disadvantages of Davraz Mountain. Despite the fact that the mountain is built of limestone and is susceptible to erosion, these problems will be solved in the future through infrastructure improvements. On the other hand, the geomorphology and climate features show that the winter tourism center is more advanced than the existing potential.

In order to create new plans for reconfiguration of and increase in the potential of Davraz Mountain, the center must not damage the natural environment. All analyses conducted aim at protecting the environment. Digging wells, forest exploitation, developing systems of erosion prevention are the steps towards preservation of ecological balance, and simultaneously towards obtaining the maximum economic gain.

New plans for configuration and restoration activities increase the importance of the Davraz Winter Tourism Center. With the growing number of modern tourism operations, and the investment which is appropriate for ski sports, Davraz Mountain has become one of Turkey's most popular ski resorts. Apart from that, thanks to the appealing choice of activities, such as mountaineering, trekking and nature observation, there is a growing demand for Davraz Mountain.

Literature

- Ardos, M., 1977, "Eğirdir Güneyinin Jeomorfolojisi ve Barla Dağında Pleistosen Buzullaşması", İst. Ün. Coğ. Ens. Derg., S. 22, s. 99-113, İstanbul
- Bahar, O. ve Kozak, M., 2005, *Küreselleşme Sürecinde Uluslararası Turizm ve Rekabet Edebilirlik*. Detay Yayıncılık. Ankara
- Cengiz, Y., 2002, *Turizmde Yükselen Deger: Eko turizm*. TÜRSAB Ar-Ge Departmanı, Ankara
- Ceylan, S. & Demirkaya, H., 2007, *Davraz Dağı'nın Turizm Potansiyeli Ve Sorunlarını Belirlemeye Yönelik Bir Arastırma*. Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi, Eğitim Fakültesi Dergisi, Sayı.13, Burdur.
- Ceylan, S., 2008, "Davraz Dağı(Isparta)'nda Kış Turizmi", *Eastern Geographical Review*, Sayı.22, Erzurum

- Çiçek, İ., 1992, Isparta Ovası ve Yakın Çevresinin Fiziki Coğrafyası, Ankara Üniv. Sos. Bil. Ens. Basılmamış Doktora Tezi, Ankara
- Doğanay, H. & Zaman, S., 2002, "Antalya'da Az Tanınan Bir Kış Turizm Merkezi: Saklıkent", Doğu Coğrafya Dergisi, Yıl:7, Sayı:8, Erzurum
- Doğaner, S., 1998, "Dağ Turizmine Coğrafi Bir Yaklaşım: Uludağ'da Turizm", Coğrafya Araştırmaları Dergisi, Sayı:3, Ankara
- Doğaner, S., 2001, Türkiye Turizm Coğrafyası, Çantay Kitabevi, İstanbul
- Gönençgil, B. & Güngör, Y., 2002, "Türkiye'de Dağ Turizmi, Potansiyeller, Sorunlar", Türkiye Dağları I. Ulusal Sempozyumu, 25-27 Haziran 2002, Ilgaz, Kastamonu
- Hunziker, W. and Krapf, K., 1942, *Allgemeine Fremdenverkehrslehre*, Zürich
- Memlük, Y. & diğ., 2009, "Isparta İli Karlıyayla Kış ve Dağ Turizmi – Doğa Sporları Merkezi Gelişim Projesi", Isparta Valiliği, Isparta
- Özgüç, N., 2007, *Turizm Coğrafyası*. Çantay Kitabevi, İstanbul
- Sağlam, C., 2007, The Steppe And Rock Vegetation of Davras Mountain and Surroundings (Isparta), Dumlupınar Üniversitesi Fen Bilimleri Üniversitesi Dergisi, Sayı:14, Kütahya
- Somuncu, M., 2002, "Dünya Dağlar Yılında Dünya'da ve Türkiye'de Dağ Turizmi", II.Turizm Şurası Bildirileri I. Cilt, 2002, s:185-192, Ankara
- Soykan, F., 1999, "Doğal Çevre ve Kırsal Kültürler Bütünleşen Bir Turizm Türü: Kırsal Turizm", Anatolia:Turizm Araştırmaları Dergisi, Yıl:10,Mart-Haziran, Ankara
- Soykan, F., 2004, *Kırsal Alanların Turizm Potansiyelinin Saptanması ve Şirince Köyü'ne (İzmir) Uygulanması*. Ege Üniversitesi Basımevi, İzmir
- Temurçin, K., 2004, Isparta İli Ekonomik Coğrafyası, Ankara Üniv. Sosyal Bilimler Üniv., Basılmamış Doktora tezi, Ankara
- Ülker, İ., 1987, "Dünya'da ve Türkiye'de Dağ Turizmi", Türkiye Kalkınma Bankası Turizm Yıllığı 1987, Ankara
- Williams, S., 1998, *Tourism Geography*, Routledge, London
- <http://www.kayak.org.tr/>
- <http://www.isparta.gov.tr/isparta.aspx?rid=36,02.12.2011>
- <http://www.ispartagsm.gov.tr/index.php>

Abstract

Winter tourism comprises activities such as traveling to snowy and sloping areas in ski centers, accommodation in these areas and other services. For winter tourism, the climate is a major factor. However, a particular altitude and slopes are required. A site could be defined as an available territory for winter tourism if there are places that are suitable for climbing and trekking and have appropriate snow for skiing. In addition to the abovementioned issues, the period during which the snow remains on the ground is also a crucial factor.

Mountain Davraz has become one of winter tourism centers because of its altitude of 1650-2250 meters, suitable climate for winter tourism and its location near the center of Isparta town. Moreover, advantages, such as heavy snowfall, low temperatures, geomorphologic features as well as hydrological and vegetational suitability for winter tourism, contribute to its potential. As a winter tourism center Mountain Davraz has available accommodation facilities with qualified staff and climbing equipment like chair lifts, telexes and baby lifts.

It should be noted that in recent years, transportation has become possible not only thanks to international airports in Isparta and Antalya, but also due to the construction of highways. All

of these features provide benefits to the local economy of Mount Davraz and its hinterland. However, Mount Davraz does not require a big capital for winter tourism, because the real and the biggest capital of Davraz is its own nature. Nevertheless, some issues, like the activities on the plateau, inconveniently steep territory, building tourist establishments, solid and liquid wastes, poaching, biological species smuggling, illegal deforestation, fires and erosion create a dilemma between expecting benefits from tourism and avoiding ecological harm done to the environment.

Keywords: Mountain Davraz, winter tourism, ecological harm, climate, economic benefits.

Assist. Prof. dr Ahmet Tokgozlu
Assoc. Prof. dr Kadir Temurcin
Mgr Kamile Uysal
Süleyman Demirel University, Isparta-Turkey
Art and Sciences Faculty
Department of Geography
e-mail: tokgozlu68@gmail.com

Annales Universitatis Paedagogicae Cracoviensis

Studia Geographica III (2012)

Piotr Dolnicki Uniwersytet Pedagogiczny im. Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie

Łukasz Gawor Politechnika Śląska, Gliwice

Walory turystyczne wybranych regionów Spitsbergenu

Bogactwo formacji geologicznych Spitsbergenu, w tym szczególnie form rzeźby i obiektów glaciologicznych, tworzy szereg atrakcji turystycznych. Nie tylko obiekty, ale i dynamiczne procesy zachodzące w strefie marginalnej lodowców, w tundrze czy w strefie wybrzeża mogą być zaliczone do zjawisk geoturystycznych. Uzupełnieniem tych atrakcji są obiekty dziedzictwa przemysłowego, związane z eksploatacją węgla kamiennego. Zjawiska geoturystyczne określają współcześnie zachodzące procesy geologiczne, które mogą stanowić przedmiot zainteresowania ze względu na swe naturalne walory turystyczne: procesy eoliczne, procesy denudacyjne (wietrzenie, erozja), działalność akumulacyjna rzek, lodowców, mórz i oceanów, źródła, gejzery, erupcje czy eksplozje wulkaniczne (mofety) itp. W opracowaniu przedstawiono charakterystykę obiektów geoturystycznych Spitsbergenu na przykładzie rejonów Hornsundu, Isfjorden i Ziemi Północno-Wschodniej, oceniono uwarunkowania logistyczne i infrastrukturalne, a także zaprezentowano ocenę możliwości rozwoju turystyki.

Obiekty geoturystyczne stanowią jeden z podstawowych elementów składowych atrakcji geoturystycznych. Należą do nich: pasma górskie, jaskinie, wodospady, lodowce, wulkany, kamieniołomy, pustynie, ale również lokalnie występujące odsłonięcia skalne, doliny, przełomy, skałki, stożki wulkaniczne, pojedyncze szczyty itp. Przyjmuje się, że do atrakcji geoturystycznych mogą być zaliczane także zabytki techniki górniczej (Gawor, Dolnicki 2010, 2011).

Charakterystyka środowiska geograficznego Spitsbergenu

Spitsbergen jest największą wyspą archipelagu Svalbard (ryc. 1), który pod względem regionalnym zalicza się do Wysp Północnych Europy Północnej, należą do nich Islandia, Jan Mayen, Wyspy Owcze i Ziemia Franciszka Józefa (Mityk 1975). Do większych wysp archipelagu należą: Ziemia Północno-Wschodnia (*Nordautlandet*), Wyspa Edge'a (*Egdeøya*), Wyspa Barentsa (*Barentsøya*) i Ziemia Księcia Karola (*Prins Karl Forland*), oddalona od niej o ponad 200 km na południe Wyspa Niedźwiedzia (*Bjørnøya*) (Schmitt 2001).

Całkowita powierzchnia Svalbardu wynosi 62 924 km², Spitsbergen (dawniej zwany też Spitsbergenem Zachodnim) zajmuje powierzchnię 39 368 km². Powierzchnia wyspy jest górzysta, najwyższa kulminacja Newtontoppen osiąga wysokość 1717 m n.p.m. Klimat strefy okołobiegunowej oraz topografia wpływa na niskie położenie granicy wieloletniego śniegu, co sprawia, iż ponad 60 % powierzchni Svalbardu jest pokryte lodowcami. Złodowacenie Svalbardu jest zróżnicowane, specyficzny układ lodowców tworzy typ złodowacenia półpokrywowego, zwanego również sieciowym lub spitsbergeńskim (Jania 1997). Charakterystycznymi elementami rzeźby Spitsbergenu są szerokie, U-kształtne doliny polodowcowe oraz płaskie terasy morskie. Specyficznym elementem krajobrazu są fiordy, wcinające się głęboko w ląd. Na obszarach wolnych od lodu obserwuje się przykłady gruntów strukturalnych – występują tu gleby poligonalne, pierścienie kamieniste, pasy kamieniste (Encyklopedia geograficzna świata 1997, Gawor, Dolnicki 2005).



Ryc. 1. Położenie geograficzne Spitsbergenu. Obszary badań zaznaczono czerwoną ramką

Fig. 1. Geographical situation of Spitsbergen. Investigation areas signed by the red frame

(źródło: opracowanie własne na podstawie <http://hornsund.igf.edu.pl>)

Atrakcje turystyczne Svalbardu

Rejon Hornsundu

Najlepszą porą roku do wędrówek jest późna zima, czyli okres od marca do maja (zwany jasną zimą, bo słońce świeci ponownie po nocy polarnej). Warunki są wówczas typowo zimowe, przy czym w maju jest najcieplej i zwykle najmniej wieje. Można wówczas podróżować na nartach, skuterem lub psim zaprzęgiem. Od połowy kwietnia jest już praktycznie jasno przez całą dobę. Latem poruszanie się lądem utrudniają rozlewiska rozmarznionej powierzchniowo tundry, a topniejący na lodowcach śnieg zwiększa niebezpieczeństwo wpadnięcia do szczelin. Jednak ze względu na żeglowność okolicznych wód, kwitnącą tundrę i obecność wielu gatunków ptactwa, jest to czas najliczniejszych wizyt turystów. Modne stały się rejsy jachtowe w rejon Arktyki. Jesienią, w okresie przejściowym między latem a nocą polarną, często wieją bardzo silne wiatry, bywają ostre mrozy. Dzień jest wówczas krótki, za to przy ładnej pogodzie niezwykle barwny, ponieważ słońce pozostaje nisko nad horyzontem. W czasie nocy polarnej (od listopada do lutego) poza innymi niedogodnościami podróżowanie jest możliwe w zasadzie tylko w świetle księżyca i przy bezchmurnym niebie (www.hornsund.igf.edu.pl). W południowej części wyspy, w rejonie Hornsundu, gdzie funkcjonuje Polska Stacja Polarna, znajdują się spektakularne lodowce szelfowe – m.in. lodowiec Hansa, szczyty górskie (trudny i po raz pierwszy zdobyty przez Polaków Hornsundtind o wysokości 1431 m. n.p.m.), wychodnie skalne (m.in. na półwyspie Treskelen), formy rzeźby glacialnej, fluwio-glacialnej i peryglacialnej (wały moren czołowych, bocznych, moreny środkowe, denne i pręgowane, tzw. *fluted moraine*, równiny sandrowe, ozy, kemy, drumliny). Szczególnym elementem środowiska peryglacialnego są pola nalodziowe – bardzo interesujące i rzadkie formy kryształów lodowych, tworzących się na przedpolach lodowców politermalnych, w miejscu wypływu wód subglacialnych (obserwowane m.in. na przedpolach lodowców Werenskiolda, Waldemara, Nanna). Dodatkowo obserwować można grunty strukturalne, pagórki mrozowe pingo i palsa, tufury, jaskinie lodowe, m.in. jaskinie glajokrasowe w lodowcach Hansa oraz Werenskiolda, a także wiele innych obiektów (Gawor, Dolnicki 2005).

Atrakcje turystyczne rejonu Isfjorden – na przykładzie obiektów górniczych

Stolica Svalbardu Longyearbyen położona nad fiordem Isfjorden (a dokładniej odnogą tego fiordu – Adventfjorden) jest obszarem o największym na całym archipelagu zagęszczeniu dawnych kopalń oraz pozostałości infrastruktury górniczej (Gawor, Dolnicki 2010, 2011).

Najstarsza kopalnia Gruve 1, zwana również *Amerikanergruva* (fot. 1), powstała w 1906 roku. Eksploatacja prowadzona była do początku roku 1920, kiedy w dniu 3 stycznia wskutek eksplozji pyłu węglowego zginęło 26 górników. Do tego czasu w kopalni Gruve 1 wydobyto 124 000 Mg węgla kamiennego. W 1938 roku zdecydowano się na otwarcie kopalni Gruve 1b, w tym samym masywie co Gruve 1, w której prowadzono eksploatację do roku 1958. Kopalnię Gruve 2 otwarto w 1922 roku, wykorzystano w niej częściowo wyposażenie kopalni Gruve 1. Do roku 1941 wydobywano w tej kopalni ok. 300 000 Mg węgla rocznie. W roku 1937 udostępniono nowy otwór kopalni Gruve 2b, nazwanej *Julenissegruva*,

zlokalizowany w południowej dzielnicy Longyearbyen Nybyen. W 1941 roku rezydenci Longyearbyen zostali ewakuowani z powodu działań wojennych, kopalnia została zniszczona i podpalona przez Niemców w roku 1943, a pożar trwał aż do roku 1962. Wydobycie kontynuowano do przełomu lat 1967/68. W połowie lat 50. rozpoczęto budowę kopalni Gruve 4, która działała w latach 1960–1970. Kopalnię Gruve 3, znajdującą się poza główną doliną Longyearbyen (w masywie sąsiadującym z obecnym lotniskiem, u wylotu Adventfjorden), otwarto w 1971 roku, a eksploatację prowadzono do roku 1996. Obecnie kopalnia ta udostępniona jest dla turystów i stanowi obiekt, który finansowany jest ze specjalnych funduszy Gubernatora przeznaczonych na zachowanie dziedzictwa kulturowego Svalbardu. Kopalnia Gruve 5 (nazywana również Kopalnią Olafa V) rozpoczęła swoją działalność w 1959 roku, a eksploatacja trwała do roku 1972. Do 2007 roku dostęp do tej kopalni był możliwy, obecnie została zasypana. Interesująca infrastruktura oraz usytuowanie kopalni sprawiają, że mogłaby stanowić atrakcję geoturystyczną (podobnie jak udostępniana kopalnia Gruve 3), wymagałoby to jednak sporych nakładów finansowych (Gawor, Dolnicki 2011, *Store Norske Spitsbergen Kulkompanie* 2000).

Eksploatację w kopalni Gruve 6 rozpoczęto w roku 1969, a zakończono w 1981. Do 2009 roku funkcjonowała kopalnia Gruve 7, zlokalizowana ok. 12 km od centrum Longyearbyen, w której zatrudnionych było 20 górników. Poza zabudowaniami kopalń bardzo interesujące są pozostałości infrastruktury górniczej, szczególnie transportowej, które łączyły większość kopalń rejonu Longyearbyen. Drewniane wsporniki systemu transportu przesyłowego biegną wzdłuż większości dolin dochodzących do Adventdalen, w dobrym stanie zachowane zostały również stacje łączące poszczególne linie transportowe oraz infrastruktura im towarzysząca. Część wspomnianych obiektów, szczególnie w centrum osady, została objęta ochroną prawną jako obiekty dziedzictwa kulturowego (Holm 1991, *Store Norske Spitsbergen Kulkompanie* 2000, Gawor, Dolnicki 2011).

Walory turystyczne Ziemi Północno-Wschodniej

Ziemia Północno-Wschodnia (Nordaustlandet) stanowi najbardziej na północ wysuniętą część archipelagu Svalbard, sięgając 80° N. Obszar ten jest stosunkowo słabo poznany przez naukowców ze względu na ekstremalne warunki pogodowe (szczególnie podczas nocy polarnej) oraz słabo rozwiniętą infrastrukturę. Jedynymi elementami sieci osadniczej jest kompleks zabudowań stacji polarnej Kinnvika, zlokalizowanej nad fiordem Murchinson. Zabudowania stacji naukowej Kinnvika powstały w 1957 roku – był to Międzynarodowy Rok Geofizyczny. Stacja została założona przez Szwedów, Finów i Szwajcarów. Do chwili obecnej zabudowania zachowały się w dobrym stanie (głównie ze względu na panujące surowe warunki klimatyczne) i stacja została reaktywowana dla potrzeb badań prowadzonych w ramach Międzynarodowego Roku Polarnego 2007–2009. Zabudowania stacji tworzy 10 budynków, w tym budynek główny wraz z kuchnią, dawne laboratoria badawcze, a także sauna oraz budynki gospodarcze. Poza zabudowaniami na uwagę zasługują uznane za zabytek techniki pojazdy oraz wzbudzające kontrowersje składowisko odpadów z 1957 roku, które również uznano za obiekt dziedzictwa kulturowego. Na południe od Ziemi Północno-Wschodniej zlokalizowany jest fiord Magdaleny (*Magdalenafjorden*), którego główną

atrakcją jest obiekt dziedzictwa kulturowego – cmentarz holenderskich, niemieckich i baskijskich wielorybników z XVII wieku (*Store Norske Spitsbergen Kulkompanie* 2000, Gawor, Dolnicki 2010).

Zagadnienia logistyczne i infrastruktura

Dojazd jest jednym z istotnych czynników dla turystyki na terenach polarnych. Połączenia lotnicze co prawda są stosunkowo drogie, ale główny problem stanowi przemieszczanie się wewnątrz archipelagu. Bezpośrednie połączenia lotnicze ze stolicą w Longyearbyen zapewniają linie lotnicze SAS. Podróż statkiem na Spitsbergen stanowi tańszą i zarazem bardzo atrakcyjną alternatywę komunikacyjną – podczas poszczególnych etapów podróży możliwe jest zwiedzenie m.in. wybrzeży Norwegii oraz wysp na Morzu Północnym, Norweskim czy Grenlandzkim. Obecnie istnieje możliwość dotarcia na Svalbard statkami norweskimi z Tromsø czy nawet wynajętym jachtem.

Poruszanie się po Svalbardzie utrudnia nie tylko brak dróg – jedyna droga utwardzona łączy port lotniczy Longyearbyen z centrum miasta – ale też restrykcyjne przepisy dotyczące obowiązku posiadania broni. Transport w obrębie archipelagu odbywa się dwójako: za pomocą skuterów śnieżnych oraz wzdłuż wybrzeży statkami, łodziami motorowymi, jachtami, a nawet kajakami. Komunikacja wewnętrzna podobnie jak bezpośrednia podróż na Spitsbergen może stanowić doskonały element uzupełniający trasy geoturystyczne, stanowiący rodzaj turystyki kwalifikowanej (np. kajakarstwo po fiordach czy żeglowanie jachtem).

Równie ważnym zagadnieniem jest wspomniane wcześniej posiadanie broni, a przede wszystkim otrzymanie zezwolenia na broń. Ze względu na niebezpieczeństwo spotkania z niedźwiedziem polarnym na terenie Svalbardu obowiązuje posiadanie sztucera i (lub) raketnicy. Niedźwiedzie polarne objęte są ochroną i można do nich strzelać jedynie w obronie własnej. Konieczna jest również zgoda gubernatora na poruszanie się po obszarach chronionych (www.hornsund.igf.edu.pl, Gawor, Dolnicki 2005).

Charakterystyka ruchu turystycznego

Analiza danych statystycznych prowadzonych przez Statistic Norway jest podstawą do stwierdzenia, że ruch turystyczny na Spitsbergenie stale rośnie. W roku 2011 port lotniczy w Longyearbyen odprawił 126 350 pasażerów. Hotele stolicy Svalbardu notują stały wzrost gości, w roku 1995 było to 32 695 osób, natomiast w roku 2004 liczba ta wyniosła 77 926. Najwięcej turystów odwiedza Spitsbergen w lipcu i sierpniu, co związane jest z najlepszymi warunkami pogodowymi, trwającym dniem polarnym i możliwością podróżowania statkiem po niezamrzniętych fiordach. Aktualne badania geologiczne związane z poszukiwaniem surowców mineralnych oraz zainteresowanie pracami inżynierskimi, które stanowią podstawę do tworzenia zaplecza gospodarczego, dodatkowo wpływają na wzrost liczby osób odwiedzających ten rejon Arktyki. Osoby te są zatrudniane jako pracownicy stali lub sezonowi. Duży odsetek odwiedzających Spitsbergen stanowią studenci Uniwersyteckiego Centrum Svalbardu.

Podsumowanie

Spitsbergen jest bardzo atrakcyjnym terenem o dobrych warunkach dla rozwoju geoturystyki. Poza unikatowym charakterem polarnego środowiska przyrodniczego archipelag posiada szereg wyróżniających go cech, takich jak:

- duże zróżnicowanie obiektów przyrodniczych przyrody nieożywionej i ożywionej,
- występowanie różnorodnych pod względem genezy dynamicznych procesów, które można zaliczyć do zjawisk geoturystycznych (np. cilenie się lodowców),
- możliwość uprawiania turystyki kwalifikowanej, m. in. wspinaczki wysokogórskiej, glacijspeleologii, żeglarstwa i kajakarstwa we fiordach,
- dobra dostępność komunikacyjna w porównaniu do innych pobliskich terenów polarnych,
- interesujące obiekty dziedzictwa przemysłowego związane z eksploatacją górniczą, stanowiące bardzo dobre uzupełnienie dla obiektów przyrodniczych.

Literatura

Amundsen B., 1994, *Svalbardboka*, Mitra, Oslo

Arlov T.B., 1989, *A short history of Svalbard*, Norsk Polarinstitut, Nr 4, Oslo

Catford K.E., 2002, *The industrial archaeology of Spitsbergen*, Industrial Archaeology Review, Vol. XXIV, No. 1

Encyklopedia geograficzna świata, 1997, t. V., Europa, Opres, Kraków

Gabzdyl W., 1994, *Geologia złóż węgla*, Polska Agencja Ekologiczna, Warszawa

Gawor Ł., Dolnicki P., 2005, *Atrakcje geoturystyczne Spitsbergenu*, Zeszyty Naukowe Politechniki Śląskiej, Górnictwo, z. 269, s. 179–188

Gawor Ł., Dolnicki P., 2010, *Zabytki techniki górniczej i obiekty dziedzictwa kulturowego Spitsbergenu (Svalbard, Arktyka)*, Przegląd Górniczy, nr 7–8, s. 74–77

Gawor Ł., Dolnicki P., 2011, *Abandoned mining sites as geotourist attractions of Isfjorden area (Svalbard)*, [in:] *Altbergbaukolloquium 3. bis 5. November 2011*, Meier G., Sroka A., Lobel K.H., Klapperich H., Tondera D., Busch W., Hardygóra M., Madziarz M., (eds.), VGE Verlag, Essen, s. 239–247

Hisdal V., 1998, *Svalbard. Nature and history*, Norsk Polarinstitut, Nr 12, Oslo

Holm K., 1991, *Interessante Daten über Longyearbyen und Umgebung*, Bodø

Jania J., 1997, *Glaciologia* (wyd. 2), PWN, Warszawa

Mityk J., 1975, *Geografia fizyczna części świata (zarys fizjograficzny)*, PWN, Warszawa

Schmitt E., 2001, *Umweltwirkungen des Bergbaus auf Spitzbergen*, Geographische Rundschau, 53, H. 9

Store Norske Spitsbergen Kulkompanie. Coal mining – the basis for Norwegian presence, 2000, Longyearbyen

www.climateark.org

www.snsk.no

www.hornsund.igf.edu.pl

www.statisticnorway.no

www.mos.gov.pl

Tourist value of selected regions of Spitsbergen

Abstract

The paper presents different attractions of Spitsbergen: geological, geomorphological and glaciological objects and processes, as well as industrial sites especially connected with coalmining, which constitute the group of geotourist attractions in Hornsund, Isfjorden and North East Land. It also describes logistic and infrastructure conditions in Svalbard. The evaluation of possibilities to develop geotourism in Spitsbergen is included as well.

dr Piotr Dolnicki
Uniwersytet Pedagogiczny
im. Komisji Edukacji Narodowej
Instytut Geografii
Zakład Turystyki i Badań Regionalnych
e-mail: pdolnick@up.krakow.pl

dr Łukasz Gawor
Politechnika Śląska, Gliwice
Wydział Górnictwa i Geologii
e-mail: lukasz.gawor@polsl.pl

Annales Universitatis Paedagogicae Cracoviensis

Studia Geographica III (2012)

Renata Rettinger, Anna Urbańska

Uniwersytet Pedagogiczny im. Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie

Rola portów morskich w rozwoju cruisingu na Karaibach

Rynek wycieczek morskich jest obecnie jedną z dynamicznie rozwijających się branż turystycznych. Jednym z ważniejszych regionów turystyki morskiej są Karaiby, odwiedzone głównie przez turystów z Ameryki Północnej. Wpływ mają na to przede wszystkim: bliskie położenie, niskie koszty podróży, wysokie zarobki oraz wieloletnie tradycje żeglugi wycieczkowej. Dzięki licznym połączeniom lotniczym notuje się coraz większą liczbę turystów również z Europy (onecaribbean.org/statistics/countrystats/). Trasy rejsów w obrębie Karaibów prowadzą przez najbardziej atrakcyjne porty. Cechą charakterystyczną ostatnich lat jest ciągle podnoszenie jakości obsługi pasażerów i towarów dzięki nowym inwestycjom w zagospodarowanie i rozwój infrastruktury turystycznej w portach. Z kolei konstruktorzy i armatorzy prześcigają się w pomysłach na wyposażenie swoich statków. Towarzystwa żeglugowe mając na względzie wyszukane gusta klientów, dopasowują produkt turystyczny do ich oczekiwań.

Analizie poddano porty bazowe, a w szczególności port Miami oraz Everglades. Są to jedne z najważniejszych portów bazowych dla karaibskich rejsów okrężnych. W analizie zostały uwzględnione czynniki warunkujące pozycję konkurencyjną portów, ich przestrzenne i funkcjonalne powiązania zarówno zewnętrzne jak i wewnętrzne.

Karaiby jako region turystyki morskiej

Obecnie turystyka morska z elitarniej przybiera charakter masowy. Prognozy wskazują na jej dynamiczny rozwój w najbliższych latach. Jak informuje „Rynek Turystyczny” (2008), żegluga wycieczkowa (Cruise Ship Industry) jest jedną z najszybciej rozwijających się gałęzi gospodarki przynoszącej olbrzymie zyski. Łączny światowy dochód z rejsów szacuje się na 29,26 mld USD w roku 2011 (9,5% wzrostu w stosunku do 2010). Sam rynek północnoamerykański w 2011 roku przyniósł dochód na poziomie 17,46 mld USD (59,6%), a pozostała część świata generuje dochód w wysokości 11, 8 mld USD. Na całym świecie do CLIA (Cruise Lines International Association), organizacji zrzeszającej pasażerskie linie żeglugowe, należy około 30 towarzystw żeglugowych, które dysponują ponad 300 statkami

wycieczkowymi (Szafranski 2008). Główne linie rejsowe (*cruise lines*) na Karaibach to: Royal Caribbean International, Princess Cruises, Carnival Cruise Line, Celebrity Cruises, Disney Cruise Line, Holland America, P & O Cruises, Cunard, Crystal Cruises, Norwegian Cruise Line.

Najlepszym okresem do uprawiania żeglugi w obrębie Karaibów jest czas od listopada do czerwca (szczyt sezonu przypada na okres od listopada do kwietnia). Dalsze miesiące noszą ze sobą zagrożenie huraganami. Wiosną i latem część statków przepływa Atlantyk i dołącza do floty pływającej po Morzu Śródziemnym, Morzu Czarnym i Morzu Północnym.

Większość rejsów zaczyna się na półwyspie Floryda (w Miami, w Everglades czy Canaveral) bądź na wyspie Puerto Rico w San Juan. Turyści do portów bazowych docierają przeważnie drogą lotniczą (np. na Miami International Airport czy największe na Antylach lotnisko w San Juan na wyspie Puerto Rico). Organizowane rejsy trwają od 3 do 14 dni, a liczba dni przeważnie przekłada się na liczbę odwiedzanych portów.

Uwarunkowania rozwoju portów morskich

Jednym z celów rejsów wycieczkowych jest pobyt na statku, który bardzo często ma formę wioski wakacyjnej, oraz przemieszczanie się pomiędzy poszczególnymi wyspami. Na pozór rola portów morskich wydaje się niewielka, ponieważ większość usług turystycznych jest świadczona na statkach wycieczkowych i to one odpowiadają za zadowolenie podróżnego. Ale problem jest znacznie szerszy i wynika z faktu, że podróż rozpoczyna się i kończy w konkretnym porcie. Początek rejsu wycieczkowego jest bardzo często najważniejszym momentem decydującym o zadowoleniu klienta, dlatego standard świadczonych usług w portach morskich, a także jego dostępność komunikacyjna spełniają bardzo ważną rolę w dalszym rozwoju tej formy turystyki.

Port morski stanowi zespół budowli morskich i lądowych oraz urządzeń technicznych zapewniających bezpieczny postój i obsługę statków morskich oraz innych środków transportu wodnego, obsługę środków transportu lądowego, przeładunek towarów i obsługę pasażerów (Misztal 1994). Aby port mógł dobrze spełniać swoje obowiązki, powinien posiadać odpowiednio ukształtowane obszary wodne, ochronione przed działaniem wiatrów, prądów, fal i lodu. Nie bez znaczenia jest również wielkość lądowych terenów portowych i wyposażenie ich w szlaki komunikacyjne: drogi, tory kolejowe, magazyny, składowiska, urządzenia portowe i przeładunkowe (Misztal, Kuźma 1994). Porty morskie spełniają wiele funkcji gospodarczych, a podstawowe z nich to: transportowa, dystrybucyjno-logistyczna, przemysłowa i turystyczna (Neider 2008).

Dzięki strategicznej lokalizacji („okno na świat”) i specyficznej działalności porty od zawsze były atrakcyjnym miejscem dla składów i magazynów, z czasem przekształcając się w centra dystrybucyjno-logistyczne (CL). Centra logistyczne to wydzielone miejsca, w których realizowane są usługi logistyczne związane z przyjmowaniem, magazynowaniem towarów oraz z ich rozdziałem i wydawaniem. Obecnie coraz częściej stają się formą integracji różnorodnych usług w jednym miejscu (www.centrumlogistyczne.info). A. Grzelakowski (2007) do grupy podstawowych czynników lokalizacji CL zalicza: odpowiednie powiązanie z układem

obsługiwanych rynków, bliskość dużego, międzynarodowego węzła transportowego, który obsługuje duże ilości towarów importowanych, dogodną sieć połączeń komunikacyjnych oraz koszty prowadzenia działalności (np. dzierżawa terenu, wynajem budynków, urządzeń).

Mimo że większość portów morskich spełnia podstawowe kryteria funkcjonowania, to tylko niektóre z nich zajmują wysokie pozycje w rankingach dotyczących obsługi ruchu towarowego i pasażerskiego na świecie. Konkurencyjność portów morskich jest zjawiskiem złożonym i wynika z wielu przyczyn. Do najważniejszych, według S. Szwanowskiego (2000), należą: położenie geograficzne, połączenia transportowe z zapleczem lądowym, jakość i cena usług portowych, telekomunikacja oraz stabilność społeczno-ekonomiczna.

Najważniejszym elementem jest położenie geograficzne. Ważne są warunki naturalne wybrzeża i możliwość wpłynięcia statków do portu oraz jego położenie w stosunku do zaplecza i przedpola. Mówiąc o zapleczu, mamy na myśli „obszar lądowy, z którego ładunki są eksportowane przez dany port lub przez niego importowane” (Neider 2008), przy czym ważne są dogodne połączenia kolejowe i drogowe, którymi odbywa się transport tych ładunków. Natomiast przedpole to położenie portu w stosunku do innych portów konkurencyjnych oraz połączenia morskie danego portu z innymi. Bliskie położenie konkurencyjnych portów motywuje do wysiłków inwestycyjnych i sprawniejszej obsługi klientów i towarów. Połączenia transportowe portu z jego zapleczem to kolejny bardzo ważny czynnik. Dostępność transportowa to jeden z podstawowych kryteriów lokalizacyjnych. Pożądany poziom obsługi gwarantuje odpowiedni koszt, czas i rodzaj transportu (Rydzkowski 2009).

W portach, z uwagi na silną konkurencję, liczy się przede wszystkim umiejętność sprawnej jakościowo i efektywnej obsługi ładunków, pasażerów, statków morskich i środków transportu zaplecza, sprawność przepływu informacji oraz umiejętność zarządzania całym lądowo-morskim łańcuchem transportowym (Rydzkowski 2009). Im port jest bardziej nowoczesny i wydajny, tym sprawniej obsługuje statki, skraca się czas postoju i koszty, a popyt na wpłynięcie statków wzrasta. Tak więc od pozycji konkurencyjnej portu zależy wielkość obrotów ładunkowych i obsługi ruchu pasażerskiego. Ponadto globalizacja stwarza portom morskim doskonałe warunki do rozwoju i ujawnienia swojego potencjału.

Niegdyś funkcja portowa była jedną z głównych funkcji miastotwórczych, dziś porty są ważnym ogniwem dobrze funkcjonującego rynku żeglugi pasażerskiej. J. Miotke-Dzięgiel (2002) dzieli porty, do których zawijają wycieczkowce, na dwie grupy: porty bazowe i przystanki w podróży. Portem bazowym jest ten, w którym rozpoczyna się i kończy wycieczka, gdzie zostają zakwaterowani pasażerowie i zostaje pobrane paliwo. Ponadto taki port powinien spełniać pewne wymagania dotyczące m.in. dostępności komunikacyjnej (bliskość lotniska), rozwiniętej infrastruktury (parkingi, drogi dojazdowe), bazy noclegowej i gastronomicznej. Należy również zaznaczyć, że port bazowy jednego armatora może być przystankiem w podróży innego.

Jedną z charakterystycznych cech rozwoju współczesnej turystyki morskiej jest budowa coraz większych statków. Najsilniej zjawisko to ujawnia się na północnoamerykańskim rynku wycieczek morskich, a w szczególności w obszarze Karaibów. Tendencje do budowania coraz większych statków pasażerskich znajduje uzasadnienie ekonomiczne. Pod wpływem nasilającej się konkurencji wiele

towarzystw żeglugowych nabrało przekonania, że można funkcjonować na rynku długofalowo pod warunkiem dysponowania statkami o możliwie ograniczonych kosztach eksploatacyjnych (Gaworecki 2000). Oznacza to, że bardziej ekonomiczny jest statek, który jednorazowo zabierze na pokład większą liczbę pasażerów. Największymi statkami wycieczkowymi świata dysponuje linia Royal Caribbean International. Jest to norwesko-amerykańska marka z siedzibą w Miami. Posiada 25% udziału w rynku wycieczkowym świata. Wszystkie statki od 1991 roku mają nazwy z końcówką „of the Seas” (www.royalcaribbean.com). Dwa pierwsze miejsca pod względem wielkości zajmują statki Allure of the Seas i Oasis of the Seas. Koszt budowy jednego statku to kwota około 1,4 mld USD, budowę statków zajmują się przede wszystkim stocznie fińskie.

Ranking wielkościowy portów morskich

O randze pasażerskiego portu morskiego świadczy liczba odprawionych pasażerów. W statystykach uwzględnia się dwie grupy pasażerów: jednodniowych i kilkudniowych. Na Florydzie znajduje się 15 portów morskich, z czego trzy: Miami, Port Everglades i Canaveral, odgrywają największą rolę jako porty bazowe dla rejsów wycieczkowych. Udział rynku amerykańskiego w rejsach wycieczkowych jest bardzo duży, w 2010 r. wyżej wymienione porty bazowe obsłużyły 59% pasażerów.

Niezmiernie ważnym zagadnieniem dotyczącym rozwoju portów morskich, a w szczególności portów bazowych, jest terytorialne pochodzenie potencjalnego turysty – klienta rejsów okrężnych. Należy pamiętać, że zasadnicze znaczenie będzie miała dostępność zewnętrzna jak i wewnętrzna, to ona decyduje o czasie dojazdu do portów bazowych. W przypadku Karaibów najliczniejszą grupą turystów zagranicznych, uczestników rejsów okrężnych są obywatele Stanów Zjednoczonych (50%), łącznie 11,7 mln. Fakt ten wynika z wieloletnich tradycji tej formy ruchu turystycznego oraz położenia geograficznego regionu generującego i recepcyjnego i tzw. podróżowania po południku, czyli bez zmiany stref czasowych. Drugą najliczniejszą grupą narodowościową są Kanadyjczycy, generują oni 11,3% zagranicznego ruchu turystycznego Karaibów. Turyści pochodzący z Europy stanowią 21,3% ruchu przyjazdowego (około 5 mln).

Jednym z największych portów morskich obsługujących pasażerów rejsów okrężnych jest Port Everglades, który w 2011 r. odprawił łącznie 3,6 mln pasażerów. Analizując dane z dłuższego przekroju czasowego 2001–2010, można zauważyć, że liczba pasażerów w każdym roku przekroczyła 3 mln. Rekordowy był rok 2004 z liczbą ponad 4 mln. Następną obserwowaną tendencją jest wzrost liczby kilkudniowych gości w stosunku do jednodniowych. O znaczeniu portu świadczy nie tylko liczba obsługiwanych statków pasażerskich, ale także wojskowych i towarowych (kontenerowce i zbiornikowce). W 2010 r. do portu zawinęło łącznie 4079 jednostek (średnio 11 statków dziennie).

Port Miami jest powszechnie znany jako Cruise Capital of the World oraz Cargo Gateway of the Americas. Pierwsza nazwa oznacza światową stolicę crusingu oraz siedzibę najważniejszych linii: Azamara Cruises, Carnival Cruise Lines, Celebrity Cruises, Crystal Cruises, Costa Cruises, Norwegian Cruise Lines, Royal Caribbean International czy Oceania Cruises (www.miamidade.gov/portofmiami/). Natomiast

Cargo Gateway of the Americas określa go jako jeden z najbardziej ruchliwych i największych portów kontenerowych w Stanach Zjednoczonych. Oferując swoją solidną pozycję, Port Miami obsługuje około 20 linii żeglugowych, których jednostki wypływają w celach handlowych do ponad 100 krajów i 250 portów na całym świecie. Port Miami należy do elitarnej światowej grupy portów, które obsługują jednocześnie statki wycieczkowe i ładunki kontenerowe. Jego popularność i szybki rozwój wynika ze strategicznej lokalizacji pomiędzy Ameryką Północną a Łacińską. Położony jest w Zatoce Biscayn (Floryda), na Dodge Island, wyspie, która powstała z połączenia trzech mniejszych: Lummus, Dodge i Sama. Port powiązany jest z centrum miasta (Downtown Miami) mostem zwanym Port Boulevard. Port składa się z terminali dla kontenerowców, które położone są wzdłuż południowego wybrzeża wyspy, natomiast terminale pasażerskie zajmują głównie jej północną część. Wyjątek stanowi terminal H i J, ulokowany odpowiednio w części zachodniej i południowej.

W przypadku portów pasażerskich obsługujących duże statki wycieczkowe, ważniejszym zagadnieniem jest dzienna przepustowość. Należy pamiętać, że współczesne statki wycieczkowe dysponują pojemnością 3–5 tys. pasażerów, w związku z tym odprawa musi być bardzo sprawna w stosunkowo krótkim czasie (3–5 godzin). Port Everglades już od kilku lat należy do czołówki portów żeglugowych odprawiających kilkadziesiąt tysięcy pasażerów dziennie.

Rok	Liczba pasażerów	Liczba statków
2003	44 100	15
2009	49200	11
2010	53 400	9

Na podstawie powyższego zestawienia można zauważyć, że rośnie liczba pasażerów odprawianych w ciągu jednego dnia, natomiast maleje liczba obsługiwanych jednostek. Wynika to z faktu, że budowane są coraz większe jednostki pływające, które zabierają na pokład kilka tysięcy gości. Taka sytuacja stwarza określone wymagania portom morskim, tzn. nie trzeba budować nowych terminali, ale istnieje konieczność ich modernizacji i zwiększenia przepustowości.

Dostępność komunikacyjna portów morskich jako element konkurencyjności

Dostępność komunikacyjna ma ogromne znaczenie dla rozwoju bazowych portów morskich. W portach bazowych odbywa się skomplikowany proces logistyczny odpraw pasażerskich oraz zaopatrzenie statku w prawie wszystkie niezbędne produkty na okres podróży. Kluczowe znaczenie posiada położenie portu bazowego, czyli jego dostępność dla pasażerów. Atrakcyjności i konkurencyjności portów morskich zależy w dużej mierze od systemu powiązań transportowych portu z zapleczem. Przez zaplecze portu rozumiemy region, który dla dokonywania swych obrotów handlu morskiego korzysta z usług określonego portu (Rzepecki 1970). Jego obszar zależy od układu sieci transportowej oraz od położenia innych portów. Położenie portu ma zatem kluczowy wpływ na kształtowanie się czasu oraz kosztów dotarcia z i do portu. Sprawność transportowych połączeń z zapleczem i przedpolem stanowi obecnie decydujący czynnik wyboru portu przez

pasażera i w dużej mierze przesądza o opłacalności całego lądowo-morskiego łańcucha transportowego.

Przestrzenne pochodzenie uczestników rejsów podróży decyduje o sposobach dotarcia do portów bazowych jako początku rejsu. Jedynie niewielka grupa amerykańskich turystów dociera do portów swoimi samochodami, większość wykorzystuje transport lotniczy. Dlatego też potencjał gospodarczy i logistyczny portów morskich zależy również w dużej mierze od lokalizacji w ich pobliżu lotnisk międzynarodowych. Port Miami posiada w swoim zapleczu International Airport (MIA), które jest największym lotniskiem w stanie Floryda. Znajduje się ono w odległości 13 km od centrum Miami i około 16 km od Portu Miami. MIA zajmuje w rankingach trzecie miejsce wśród amerykańskich lotnisk pod względem liczby międzynarodowych połączeń i liczby pasażerów zagranicznych oraz pierwsze miejsce w kraju dla międzynarodowych przewozów towarowych. Rocznie obsługuje ponad 30 mln podróży (w 2009 roku – 33 886 025) oraz około 36 linii towarowych (cargo). Stanowi główny węzeł lotniczy dla takich linii pasażerskich, jak American Airlines (drugiego na świecie pod względem liczby pasażerów przewoźnika lotniczego, American Eagle i Executive Air, linii towarowych Arrow Air, United Parcel Service Fine Air, FedEx i linii czarterowej Miami Air. Lotnisko w szerokiej, międzynarodowej sieci połączeń obsługuje loty non-stop do ponad siedemdziesięciu miast w Ameryce Północnej, Południowej, Europie, Azji i na Bliskim Wschodzie. W 2010 roku MIA uruchomił loty z Madrytu z Air Europa, które konkurują z American Airlines i z Lufthansą. Wznowiono loty Alitalii z Mediolanu, które uzupełniają sezonowe trasy Corsairfly z Paryża. Rośnie również status Miami jako ośrodka lotów pomiędzy USA a Ameryką Środkową i Południową oraz Karaibami.

Nawet niewielkie oddalenie portu lotniczego od morskiego wymusza użycie innych środków transportu w celu dotarcia na miejsce. Podejmuje się szereg działań mających na celu wprowadzenie intermodalnego transportu pasażerów do portów morskich, w przypadku Miami przeprowadza się modernizację sieci transportowej, która opiera się na powstaniu Miami Intermodal Center (MIC) – potężnego węzła komunikacyjnego, który scentralizuje różne rodzaje transportu naziemnego (m.in. Metrorail, Amtrak, Tri-Rail, autobusy, taksówki i samochody do wynajęcia). Głównym ogniwem MIC będzie Miami Central Station, który będzie spełniać rolę ośrodka kolejowego. Obecnie działa wypożyczalnia samochodów, która jest w stanie obsłużyć dziennie 28 tys. klientów.

W celu ułatwienia dostępności komunikacyjnej portu z jego zapleczem, a tym samym wzmocnienia konkurencyjności, wdrożono nowe plany rozwojowe. W 2010 r. rozpoczęła się budowa tunelu, który będzie łączył Watson Island z portem poprzez system autostrad. Tunel pozwoli ominąć zatłoczone centrum Miami. Drugim ważnym projektem jest 2Deep Dredge Projekt, który ma na celu powiększenie i pogłębienie zatoki w Porcie Miami, aby ułatwić większym statkom wejście do portu, czyli poprawić dostępność zewnętrzną. Inwestycja ta jest związana z inną o nazwie New Panamax, która zakłada znaczną rozbudowę Kanału Panamskiego. Korzyścią dla portu w Miami mają być statki przyplływające od strony wschodniego końca kanału. Realizację projektów zaplanowano na rok 2014. Przyczynią się one do znacznego wzrostu ruchu towarowego i pasażerskiego, co w widoczny sposób wpłynie na pozycję portu w gospodarce krajowej i regionalnej.

Port Miami oraz Everglades posiadają dogodne połączenia drogowe ze swoim zapleczem. Główne szlaki komunikacyjne to Autostrada Interstate 95 (I-95), najdłuższa, południkowa autostrada międzystanowa. Biegnie równolegle do Atlantyku, przez najbardziej zaludnione obszary miejskie (Boston, Nowy Jork, Filadelfia, Baltimore, Waszyngton, Miami).

Reasumując, zarówno port Miami oraz Everglades charakteryzują się bardzo dobrą dostępnością komunikacyjną, wynikającą z bliskiego położenia portów lotniczych oraz głównych autostrad. W przypadku tych dwóch portów należy podkreślić, że prowadzone są prace zmierzające do skomunikowania różnych typów transportu, co prowadzi do powstania intermodalnego systemu komunikacyjnego obsługującego bazowe porty morskie.

Innowacyjność w portach bazowych jako narzędzie konkurencyjności

Liczba i także położenie portów morskich na Florydzie wymusza podjęcie różnorodnych działań zmierzających do osiągnięcia przewagi konkurencyjnej. Blisko położone porty morskie, takie jak Miami i Everglades, rywalizują ze sobą o klienta – uczestnika rejsów wycieczkowych. Jednym ze sposobów osiągnięcia przewagi konkurencyjnej jest poprawa dostępności komunikacyjnej, co zostało już przeanalizowane wyżej. Kolejnym czynnikiem decydującym o pozycji portu morskiego w rankingu wielkościowym, analizowanym przez pryzmat liczby podróży, jest szeroko rozumiane jego wyposażenie infrastrukturalne. Wyposażenie infrastrukturalne portów morskich można podzielić na dwie podstawowe grupy: pierwszą stanowią urządzenia obsługujące pasażerów w trakcie oczekiwania na odprawę oraz punkty odprawiające pasażerów. Ta grupa ma za zadanie zapewnienie pasażerom komfortu oczekiwania na zaokrętowanie, należą do niej poczekalnie, obiekty gastronomiczne i handlowe, bankomaty. Jedną z najważniejszych części każdego portu morskiego, zajmującego się odprawą dużych statków pasażerskich, są punkty odprawy (*check in desk*). Ich liczba i przepustowość decyduje w stopniu zasadniczym o szybkości i jakości odpraw grup pasażerów liczących nawet 5 tys. osób. Coraz częściej tradycyjne punkty odpraw pasażerskich są modyfikowane i zastępowane przez automatyczne mosty do odpraw na pokład (*passanger boarding bridge*).

Zwiększająca się flota statków wycieczkowych, a także wielkość tych jednostek stwarzają określone wymagania co do przepustowości portów morskich. Liczba osób, która musi być odprawiona w stosunkowo krótkim czasie na jeden statek, wymusza zastosowanie określonych sposobów i procedur przyspieszających odprawy pasażerskie i bagażowe. Jednym z przykładów innowacyjności w tym zakresie jest terminal 18 portu Everglades, który został wybudowany w 2009 r. Jest to obecnie największy na świecie *single-ship cruise terminal* oraz najnowocześniejszy terminal stworzony do przyjęcia i obsługi największego statku wycieczkowego Oasis of the Seas linii Royal Caribbean International, który na swój pokład zabiera 5400 pasażerów (18 pokładów, 2700 kabin). Terminal 18 zajmuje powierzchnię 5,5 ha, znajduje się w nim 90 punktów odprawy pasażerskiej. Wyposażony jest w 157 ekranów wyświetlających informacje na temat położenia, ciągów komunikacyjnych oraz niezbędnych dokumentów. Został on tak zaprojektowany, aby umożliwić gościom odprawę oraz wejście na pokład w ciągu 15 minut. Terminal jest dwupoziomowy, w dolnej części są realizowane procedury związane z odprawą pasażerską,

natomiast górna część jest przygotowana jako poczekalnia, w której znajduje się 3 tys. miejsc siedzących. W trakcie budowy terminalu skorzystano z innowacyjnych rozwiązań technicznych i materiałowych, np. zbudowano szklaną ścianę, dzięki której w terminalu jest światło naturalne. Wykorzystano także innowacyjne rozwiązania systemów informatycznych obsługujących odprawy paszportowe i wizowe oraz wprowadzono system przesiewowego sprawdzania bagażu.

Podobne rozwiązania zostały zastosowane w Port Miami, który stale przygotowuje się do przyjmowania nowej generacji statków wycieczkowych. Z ośmiu terminali pasażerskich, które mogą obsługiwać statki jednocześnie, D i E rozpoczęły działalność w 2007 roku jako ultranowoczesne. Każdy z nich posiada zabezpieczenia i udogodnienia *state-of-the-art* (tzn. najwyższy poziom rozwoju urządzeń, techniki lub nauki, który dało się osiągnąć w określonym czasie) i jest przystosowany do przyjmowania największych statków.

Zastosowanie nowoczesnych urządzeń i procedur jest bardzo kosztochłonne, toteż porty w porozumieniu z liniami żegludowymi współfinansują szereg nowych inwestycji, dlatego bardzo popularnym zjawiskiem jest przynależność, a wręcz wyłączność poszczególnych terminali do linii żegludowych.

Ekonomiczny wymiar funkcjonowania bazowych portów morskich

Miasta portowe odnoszą wiele korzyści ze współdziałania z liniami pasażerskimi. Ich zyski pochodzą m.in. z opłat portowych czy podatku pobieranego od pasażerów statków wycieczkowych. Terminale do odpraw celnych wraz z całą infrastrukturą towarzyszącą (restauracje, sklepy, parkingi, poczekalnie) również generują dochód (Miotke-Dzięgiel 2002). Porty bazowe należą do bardzo dochodowych jednostek gospodarczych. Zawijające statki generują olbrzymie dochody wynikające z opłat portowych, podatków stanowych i lokalnych. Ekonomiczny wymiar tego zjawiska został przedstawiony na przykładzie portu bazowego Everglades (tab.1). Przedstawione poniżej dane statystyczne pozwalają jednoznacznie stwierdzić, że dochody portu bazowego są w znacznym stopniu generowane przez wpływy pochodzące z rejsów wycieczkowych (45%).

Tab. 1. Wyniki ekonomiczne portu Everglades w latach 2009–2010

Rok	2009	2010
Przychody (\$)	114 441 818	124 653 452
Wydatki (\$)	73 235 677	73 950 966
Liczba wszystkich połączeń statków (ship calls)	4,251	4,079
Statki kontenerowe	1980	1830
Statki cargo	105	113
Tankowce	683	661
Statki wycieczkowe	1007	1015
Okręty i statki straży	34	29
Pozostałe	442	431
Pasażerowie statków wycieczkowych, w tym:	3139820	3 674 226
jednodniowi pasażerowie	302 866	360 018

kilkudniowi pasażerowie	2836 954	3 314 208
Przychody z cruisingu (\$)	37 428 549	45 724 190
Przychody z działalności cargo (\$)	28 711 223	29 473 963
Przychody z przeładunku ropy naftowej (\$)	23 537 174	25 486 535
Pozostałe przychody	24 764 872	23 968 764

Źródło: na podstawie Annual Commerce Report 2010

Podobna sytuacja była w przypadku portu Miami, który w 2009 r. obsłużył 4,1 mln pasażerów, a przewiezione ładunki miały wagę ponad 6,8 mln ton. Ta wymiana handlowa w połączeniu z działalnością rejsową w 2009 r. wygenerowała przychód powyżej 100 mln USD.

Skala tego zjawiska jest jeszcze wyraźniejsza, jeżeli przytoczymy informacje dotyczące wyników ekonomicznych poszczególnych jednostek pływających. Jednym z największych statków z portu bazowego Everglades jest Oasis of the Seas, o łącznej pojemności 5400 osób. Szacuje się, że przy rocznej pojemności tego statku wynoszącej 292 tys. pasażerów całkowity wpływ będzie wynosił 266 mln USD oraz wygeneruje 9 mln USD stanowych i lokalnych podatków.

Podsumowanie

Region karaibski jest jednym z najatrakcyjniejszych regionów dla rozwoju żeglugi morskiej. Jego głównym atutem jest atrakcyjne turystycznie położenie w strefie międzyzwrotnikowej i związany z tym dogodny klimat. Natomiast potrzeba połączeń komunikacyjnych pomiędzy licznymi wyspami wpływa na rozwój transportu morskiego. Skutkiem jest powstanie na wyspach wielu portów, które obsługują głównie statki z wycieczkowiczami. Mimo że większość portów morskich spełnia podstawowe kryteria funkcjonowania, to tylko niektóre z nich zajmują wysokie pozycje w rankingach dotyczących obsługi ruchu towarowego i pasażerskiego na świecie. Do największych portów bazowych tego regionu, należą amerykańskie porty położone na Florydzie. Najwięcej pasażerów jest odprawianych w portach Miami, Everglades i Canaveral oraz Tampa i Key West. Tak bliskie położenie jest powodem ostrej rywalizacji, m.in. poprzez zwiększanie dostępności komunikacyjnej oraz podnoszenie jakości usług. Rywalizacja portów ma swoje ekonomiczne uzasadnienie, ponieważ generują one olbrzymie wpływy, zarówno wynikające z bezpośredniej obsługi podróżnych jak i podatków. Zwiększająca się popularność rejsów wycieczkowych powoduje nie tylko wzrost liczby jednostek pływających, ale także zwiększenie pojemności statków nawet do 5 tys. pasażerów. Dla portów skutkuje to koniecznością wprowadzenia rozwiązań nie tylko technicznych, ale także systemowych usprawniających procedury odpraw pasażerskich. W portach Miami i Everglades zastosowano szereg innowacyjnych rozwiązań, które są określane terminem *state-of-the-art*, czyli na najwyższym możliwym poziomie, który dało się osiągnąć w określonym czasie. Należy pamiętać, że pobyt w bazowym porcie morskim nie jest głównym celem podróży, ale to od niego zależy sprawny początek, a także przebieg całego rejsu.

Literatura

- Bielkowicz Z., 2009, *Statki na dobrym kursie*, „Rynek Turystyczny”, nr 4, s. 32–34
- Gaworecki W., 2000, *Turystyka*, PWE, Warszawa, s. 42–43
- Grzelakowski A., 2007, *Wiedza – łańcuchy dostaw*, „Logistyka”, nr 5
- Miotke-Dzięgiel J., 2002, *Turystyka morska*, Wyd. Uniwersytet Gdański, Gdańsk
- Misztal K., Kuźma L., Szwankowski St., 1994, *Organizacja i eksploatacja portów morskich*, Wyd. Uniwersytet Gdański, Gdańsk
- Neider J., 2008, *Transport międzynarodowy*, PWE, Warszawa, s. 33–55
- Rydzkowski W., Wojewódzka-Król K. (red.), 2009, *Transport*, PWN, Warszawa, s. 186–277
- Rzepecki W., 1970, *Współzależności ekonomiczne w transporcie morskim*, Wyd. Morskie, Gdańsk
- Szafrąński A., 2008, *Turyści z mórz i oceanów*, „Rynek Turystyczny”, nr 1, s. 12–19
- Szafrąński A., 2008, *Nie mamy wycieczkowców, ale mamy porty i zabytki*, „Rynek Turystyczny”, nr 7, s. 20–23
- Szwankowski S., 2000, *Funkcjonowanie i rozwój portów morskich*, Wyd. Uniwersytet Gdański, Gdańsk
- www.onecaribbean.org/statistics/countrystats

Role of seaports in cruising development in the Caribbean

Abstract

Sea tourism brings huge profits to the Caribbean. The cruise market is set mainly for tourists coming from North America. Low travel costs, high income and the long-lasting tradition of sailing excursions are the main reasons. More and more European tourists can also be seen in the Caribbean thanks to numerous air connections. The cruise routes follow the most attractive ports. The ongoing competition causes the increase of quality of passenger's service and goods. The investment of island countries in the development of tourist infrastructure in ports grows with every year.

It results in creation of ports which serve mainly tourist ships. Despite the fact that most ports fulfil the basic functional criteria, only few occupy high positions in the world ranking of handling passenger and freight traffic. The competitiveness of ports is a complicated process and has many reasons. Base ports are studied in this paper, with a special stress put on Miami and Everglades. They are one of the most important base ports for Caribbean circular cruises. The factors influencing competitiveness of a port, its internal and external spatial and functional links are analysed as well.

dr Renata Rettinger
Uniwersytet Pedagogiczny
im. Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie
Instytut Geografii
Zakład Turystyki i Badań Regionalnych
e-mail: rettinger@onet.eu

mgr Anna Urbańska
Uniwersytet Pedagogiczny
im. Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie
Instytut Geografii

Annales Universitatis Paedagogicae Cracoviensis

Studia Geographica III (2012)

Witold Warcholik, Konrad Leja

Uniwersytet Pedagogiczny im. Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie

Gry miejskie jako innowacyjne produkty turystyczne

Gra, jako odmiana zabawy, jest jedną z trzech podstawowych form działalności ludzkiej, obok pracy i uczenia się, wykonywaną dla przyjemności (Okoń 1996). Dorośli zajmują się grami w kontekście zabaw w czasie wolnym od nauki i pracy. Równolegle z powszechnym rozwojem technologicznym, komputeryzacją różnych dziedzin życia, połączoną z coraz tańszym dostępem do Internetu i rosnącą popularnością gier komputerowych, zauważalny jest także proces „ludyzacji”. Zdaniem Polskiego Towarzystwa Badania Gier, obok wizji młodszego pokolenia, beztrudno bawiącego się na każdym kroku pod wpływem zachęty mediów i trendów popkultury, pragnienie zabawy może stanowić dość zrozumiałe wyjście naprzeciw potrzebom społeczeństwa. Jednocześnie może stanowić dowód na znaczne poprawienie się standardów życia i rosnąca zamożność Polaków.

W poniższym opracowaniu po zdefiniowaniu zjawiska gry jako innowacyjnej formy zwiedzania przestrzeni miejskiej, podjęto próbę oceny popularności takiego produktu turystycznego na terenie Polski.

Gra miejska to forma zabawy realizowana w czasie rzeczywistym w przestrzeni miejskiej, stanowiącej planszę rozgrywki, w której gracze (pionki) rozwiązują określone w scenariuszu zadania według własnych wariantów rozwiązań. O zwycięstwie decyduje czas i liczba lub waga rozwiązanych zadań. Grę miejską charakteryzują wybrane cechy gier fabularnych (*RPG*, ang. *role-playing game*), w których gracze wcielają się w role fikcyjnych postaci, a rozgrywka toczy się w fikcyjnym świecie według zaplanowanego scenariusza, z zachowaniem wybranego zestawu reguł (zwanego mechaniką gry). Łączy ona w sobie także elementy happeningów ulicznych, harcerskich podchodów, gier komputerowych, wreszcie *flash mobów* (ang. błyskawiczny tłum), czyli inicjatyw spontanicznie, niespodziewanie gromadzących tłumy ludzi w miejscu publicznym w celu przeprowadzenia krótkotrwałego zdarzenia, zwykle zaskakującego dla przypadkowych świadków. Gra miejska wpisuje się więc zarówno w grupę gier dydaktycznych, które wymagają wysiłku myślowego, gier ruchowych i sportowych – opartych na wysiłku fizycznym oraz gier terenowych, które wymagają specjalnego przygotowania, gier harcerskich i wojskowych.

Według W. Okonia (1992) gra jest odmianą zabawy, polegającą na respektowaniu ustalonych ściśle reguł. Do czynników różnicujących zabawy i gry zalicza

znaczenie wysiłku, znacznie większe w grze niż w zabawie, wartość reguł – ukrytych w zabawie, a jawnych i sformalizowanych w grze, brak walki, współzawodnictwa i hazardu w zabawie i z reguły ich obecność w grze oraz spotęgowanie iluzji w zabawie. S. Turnau i H. Pieprzyk (1975) uważają, iż gra to czynności (posunięcia) wykonywane przez grające osoby (lub zespoły) w liczbie co najmniej dwu, zgodnie ustalonymi naprzód regułami, których celem jest wygrana jednej z grających osób (jednego z zespołów). Posunięcia graczy na ogół nie są jednoznacznie zdeterminowane przez reguły gry, ale kierowane bądź przypadkiem, bądź świadomym wyborem grającego. W tym drugim wypadku o wygranej decyduje przede wszystkim wysiłek intelektualny i pomysłowość grającego, prowadzące do wyboru właściwej strategii. Według R. Więckowskiego (1979) zabawa jest grą wtedy i tylko wtedy, kiedy sprawia osobie działającej przyjemność i zadowolenie, posiada określone reguły, przewiduje obowiązek świadczeń na rzecz wygrywającego i zawsze kończy się wygraną lub przegraną.

Gra miejska jako produkt turystyczny

Ośrodki miejskie należą do głównych celów przemieszczeń turystycznych, a duże miasta są najważniejszymi miejscami, w ujęciu globalnym, odwiedzanymi przez turystów (Law 1993). W szeroko definiowanej „turystyce na obszarach miejskich” mieszczą się zarówno wszystkie jej formy mające miejsce na terenach miejskich, związane z walorami i zagospodarowaniem turystycznym, jak również turystyka, której celem jest odwiedzanie i poznawanie miasta traktowanego jako dziedzictwo kulturowe i uznawanego za niepodzielny element przestrzeni turystycznej (Kowalczyk 2005).

Początkowo uważano, iż o atrakcyjności turystycznej miasta decydują głównie jego walory turystyczne, a dodatkowo atrakcyjna infrastruktura turystyczna. Obecnie przyjmuje się, że ważnym elementem jest sposób organizacji ruchu turystycznego, a zwłaszcza promocja i obsługa turystów (Kowalczyk 2005). Na temat atrakcyjności turystycznej miasta i jego obrazu w materiałach promocyjnych pisali m. in.: A. Spack (1975), G. Wall i J. Sinnott (1980), A. Lew (1991), C. Corkery i A. Bailey (1994) i H. Hughes (2003).

Gra miejska w kontekście produktu turystycznego może być rozumiana jako pojedyncza usługa o charakterze zbliżonym do przewodnickiej lub wydarzenie cechujące się spójnością i określoną tematyką, organizowane w ustalonym miejscu i czasie, a w wersji rozbudowanej nawet jako impreza, czyli co najmniej dwie usługi oferowane przez organizatorów. Istotą takiego produktu są potrzeby nabywcy, decydujące o jego wyborze, na czele z potrzebą wypoczynku i spędzenia czasu w aktywny sposób w przestrzeni miejskiej.

W miejsce folderów promocyjnych i profesjonalnej usługi przewodnika turystycznego, poruszającego się z grupą turystów według własnej koncepcji lub po wyznaczonych szlakach tematycznych, pojawiają się nieoznakowane trasy, którymi gracze wędrują, rozwiązując zagadki zawarte na mapach, zdjęciach, w wierszowanych wskazówkach itp. Gracz staje się czynnym uczestnikiem wyreżyserowanej przez organizatorów przygody, rozwiązuje jednak zadania na bazie swoich pomysłów, według własnych wariantów tras, jest odkrywcą tajemnic związanych z konkretnymi lokalizacjami. Przy opracowaniu jednorazowej gry miejskiej zwykle

zaangażowane są pojedyncze osoby lub większa grupa organizatorów rozmieszczonych na trasie, z kolei raz przygotowany quest funkcjonuje już sam i do jego obsługi nie jest wymagany organizator.

Warianty gier miejskich na terenie Polski

Trudnych do sprecyzowania początków gier miejskich można dopatrywać się w latach dwudziestych XX wieku w Stanach Zjednoczonych, w krajach Europy Zachodniej w latach siedemdziesiątych tego stulecia, natomiast w przypadku Polski na przełomie XX i XXI wieku. Na polskich planszach miejskich pojawiły się m. in. gry: Inwazja Mocy (RMF FM), warszawski cykl Urban Playground, imprezy organizowane przez śląski kolektyw Partyzants, łódzkie Stowarzyszenie Topografie i Exploring Wrocław. Trudno jednak nie dostrzec pokrewieństw gier miejskich ze znanymi znacznie wcześniej harcerskimi podchodami organizowanymi w miastach, mającymi na celu naukę orientacji w terenie. Jak zauważają M. Grelewski i V. Radojičić (2010), ich uczestnicy okazali się później miejskimi ekspertami w czasie Powstania Warszawskiego. Wzrost liczby organizatorów, festiwali i samych graczy dowodzi rosnącej popularności tego typu terenowych inicjatyw na świecie. Pośrednio zmniejszają się też nakłady finansowe i czas potrzebny na zorganizowanie gry (Grzybowski 2011), m.in. przez dostarczenie narzędzi, np. multimedialnych smartfonów umożliwiających wzbogacenie rzeczywistej przestrzeni o wirtualne elementy oraz przeprowadzenie jej w większej liczbie miejsc.

Sięgając po nieliczne, pionierskie polskojęzyczne prace na temat gier miejskich, warto zwrócić uwagę na próbę ich usystematyzowania przeprowadzoną przez O. Nowakowską (2011). W klasyfikacji tej wyróżniono gry pasjonackie, komercyjne i edukacyjne.

Grupy pasjonackie organizowane są dla gry samej w sobie, z oddolnej, prywatnej inicjatywy jednej osoby lub grupy osób, które działają niekomercyjnie, przede wszystkim z pasji. Szczególnie wokół tych gier tworzą się społeczności, czy to w rzeczywistości fizycznej, czy to w internetowej (Nowakowska 2011). Przykłady takich gier zrealizowanych przez Zespół ds. Gier Miejskich na terenie Krakowa zestawiono w tabeli 1.

Tab. 1. Gry miejskie w Krakowie organizowane przez Zespół ds. Gier Miejskich w Krakowie

Termin	Nazwa imprezy	Przybliżona tematyka, cele gry	Organizator
23.09.2007	LEGENDA STANISŁAWA WYSPIAŃSKIEGO	Odnalezienie zagubionej tablicy pamiątkowej, bez której nie odbyłoby się odsłonięcie okolicznościowego pomnika S. Wyspiańskiego	Rada Dzielnicy I, Teatr Groteska, „Gazeta Wyborcza”, SKKM, ZPiT „Krakowiaczy”, WyspArt
01.06.2008	LEGENDY Z JAJEM	Znalezienie zaginionego jaja wawelskiego smoka i wychowanie gada na człowieka	Teatr Groteska, „Gazeta Wyborcza”
13.09.2008	OPERACJA V.I.C.T.O.R.I.A.	Przechytrzenie Turków i pomoc polskiemu królowi w ich pokonaniu bez użycia siły	Dzielnica I, Teatr Groteska, „Gazeta Wyborcza”
24.05.2009	NA ŁEB, NA SZYJĘ	Znalezienie zaginionej Smoczycy	Teatr Groteska, „Gazeta Wyborcza”

13.11.2008	AKCJA STANCJA	Fabula oparta na przeżyciach śmiałków, którzy próbowali wynająć w Krakowie mieszkanie	Teatr Groteska, „Gazeta Wyborcza”
18.10.2009	HUTA WOLNA Z NATURY	W 60-lecie Nowej Huty odnalezienie tajemniczego Inwestora z Katarzem (i walizką pieniędzy), szans na jej świetlaną przyszłość	Teatr Groteska, „Gazeta Wyborcza”, Łaźnia Nowa
13.03.2010	BYĆ JAK KAZIMIERZ P.	Spotkanie z Kazimierzem Podgórskim, najnowszym krakowskim mieszczańcem – postacią fikcyjną, ale prawdopodobną	„Gazeta Wyborcza”, Teatr Groteska, Bonarka City Center
12.06.2010	ZŁOTY KRAKÓW	Znalezienie dowodów rzymskości dawnego Krakowa	„Gazeta Wyborcza”, Wydawnictwo Literackie
16.04.2010	TOTALNY KOSMOS	Znalezienie gniazda obcych w cichym spokojnym miasteczku gdzieś na obrzeżach Tesco	„Gazeta Wyborcza”, Teatr Groteska
28.05.2010	OPERACJA LUTY	Przygotowanie odbicia komendanta krakowskiego obwodu AK, płk. Józefa Sychalskiego (Luty)	Muzeum Historyczne Miasta Krakowa, „Gazeta Wyborcza”
02.07.2011	GOŁĄBKI EUROPY	Na powitanie polskiej prezydencji w UE, wskazanie jak wiele jest Unii w Krakowie	Urząd Miasta Krakowa, „Gazeta Wyborcza”, Teatr Groteska
04.09.2011	POSZUKIWACZE ZNAKÓW	Poznanie pierwszych plemion Europy	Teatr Groteska

Gry komercyjne organizowane są głównie przez przedsiębiorstwa turystyczne, agencje reklamowe, eventowe, public relations i biura podróży dla osiągnięcia określonego zysku finansowego. Gry komercyjne wykorzystuje się do zwiedzania miast przy okazji wyjazdów integracyjnych i motywacyjnych bądź też tworzone są na specjalne zamówienie. Kierowane są także do indywidualnych turystów, np. osób chcących w ten sposób zorganizować swój jubileusz czy wieczór kawalerski. Oferty polskich firm tworzących komercyjne gry miejskie oparte są bardzo często na założeniach tzw. team buildingu, czyli tworzeniu dobrze zorganizowanej i współpracującej grupy pracowników. Przedsiębiorstwa kreujące komercyjne gry miejskie proponują firmom zaangażowanie swoich pracowników, argumentując, iż wzięcie udziału w grze miejskiej może przynieść liczne korzyści dla pracodawcy, takie jak zbudowanie zespołu czy też lepsze poznanie pracowników z kadrą kierowniczą, większe związanie pracowników z marką oraz zapoznanie ich z kodeksem etycznym przedsiębiorstwa. Wyjazdy tego typu można zaliczać do turystyki biznesowej, ze względu na brak sztywnych definicji, utożsamiane bywają również z turystyką motywacyjną.

Edukacyjny charakter gier miejskich

Gry miejskie mogą odgrywać istotną rolę w turystyce edukacyjnej, być źródłem wiedzy osobiście doświadczonej przez turystę, a także szerzej – w procesie kształcenia. W tym drugim kontekście słuszne wydaje się wiązanie gier miejskich z problemowymi metodami nauczania. To taki sposób nauczania i uczenia się, którego

osnowę stanowi rozwiązywanie przez uczniów zagadnień praktycznych i teoretycznych (Okoń 1987). Termin ludologia jest neologizmem powstałym z połączenia łacińskiego *ludus* – gra, zabawa i greckiego *logos*, współcześnie służącego do nazywania różnych dziedzin dostępnej wiedzy. Główny człon terminu ludologia – *ludus* – poza odniesieniami do gry i zabawy, związany jest również ze szkołą, co mogłoby wskazywać na starożytne związki nauki z ludycznością, w myśl zasady „uczyć się bawiąc” (Surdyk 2009).

Formuła gry miejskiej łączy umiejętności praktyczne z wiedzą teoretyczną uczestników zabawy. Gry miejskie to okazja, by zdobyć nowe wiadomości (Czetwertyńska 2009). Mogą stanowić istotne narzędzie pobudzania aktywności intelektualnej, lokując się w grupie szeroko wykorzystywanych przez współczesną dydaktykę gier i zabaw dydaktycznych, których definicję słownikową podaje m.in. K. Kruszewski (1993). S. Turnau i H. Pieprzyk (1975) uważają, iż gra dydaktyczna charakteryzuje się takim wyborem reguł, że wykonanie posunięcia zgodnego z regułami gry wymaga wykonania operacji, których opanowanie stanowi cel nauczania.

Problematyką gier i zabaw dla dzieci i młodzieży, w tym gier ruchowych, zajmowali się m.in. R. Mańkowski, A. Martynkin (1983), M. Bondarowicz (1995), I. Flemming (1998), D. Chauvel, V. Michel (1999), R. Patermann (1999), T. Staniszewski (1999), M. Bondarowicz, T. Staniszewski (2000), R. Portmann (2001), U. Vohland, I. Scherf (1997), H. Nawara, U. Nawara (2003).

Gra miejska łączy w sobie cechy różnych odmian gier i zabaw dydaktycznych, podzielonych przez Cz. Kupisiewicza (1980) na: gry symulacyjne, wymagające aktywnego odtworzenia ról, sytuacyjne, służące wyrabianiu umiejętności odpowiedniego zachowania się w sytuacjach trudnych, a odnoszące się zazwyczaj do sytuacji fikcyjnych, choć prawdopodobnych, inscenizacje i giełdy pomysłów.

Wśród licznej grupy etnografów panuje przekonanie, że powodem powstania wielu gier była właśnie funkcja edukacyjna. Przekazywanie wiedzy oraz przygotowanie do właściwego funkcjonowania w danej społeczności może bowiem odbywać się poprzez odtwarzanie społecznych i naturalnych warunków życia człowieka. Popularna gra w szachy już dwa tysiące lat temu była używana jako typowa gra symulacyjna, by przygotować żołnierzy do właściwego rozgrywania bitew. Techniki, jakimi nauczał łaciny i greki św. Augustyn, to m.in. odgrywanie ról na podstawie dialogów. Czeski humanista Jan Amos Komeński, twórca nowożytnej pedagogiki, w swym dziele *Didactica Magna* z 1657 roku wyjaśniał, że metoda nauczania powinna umniejszać trud uczenia się tak, aby uczniów nic nie zrażało i nie odstraszało od dalszej nauki (Siek-Piskozub 1995).

Zastosowanie na szerszą skalę (być może nawet wpisanie na stałe do programów nauczania na różnych poziomach kształcenia) opracowanych przez specjalistów technik ludycznych w nauczaniu przedmiotów lub dodatkowo wykorzystanie gier rozwijających logiczne, samodzielne i kreatywne myślenie, mogłoby się okazać szczególnie przydatne w obliczu mieszanych opinii na temat formy i wymogów nowych egzaminów maturalnych i gimnazjalnych (Surdyk 2008). Sceptycyzm, a niekiedy nawet krytyka i niechęć ze strony nauczycieli wobec technik ludycznych, wynika najczęściej z ich niedokształcenia i nieuzasadnionego uprzedzenia. Najczęstsze nauczycielskie uwagi w zakresie technik ludycznych to ich rzekoma niska skuteczność w nauczaniu, obniżanie dyscypliny w grupie, przeznaczenie wyłącznie dla dzieci i infantylny charakter.

Podstawowe czynności organizatora warunkujące prawidłowy przebieg gry miejskiej to: ściśle określenie odbiorcy, dobranie w stosunku do grupy docelowej odpowiedniej długości trasy i stopnia trudności zadań, zapewnienie bezpieczeństwa uczestników oraz sprecyzowanie mechaniki gry. Zespół reguł to m.in. określenie, czy gracz jest rozliczany na podstawie czasu na mecie, czy w oparciu o rozwiązane zadania w określonym czasie rozgrywki, z jakich środków transportu może korzystać i czy grupa może się rozdzielać. Przykładowe sposoby urozmaicania zadań to zastosowanie szyfrów, atramentu sympatycznego, zamrażanie wskazówek, elementy języka migowego, archiwalia, np. plany miast, wykorzystanie określonych wersów ze wskazanych pozycji książkowych, skrzynki kontaktowe, krzyżówki, napisy w obcych językach itp. Gry miejskie często poprzedzone są etapem wprowadzającym, np. rozgrywanym w Internecie. Istotne jest takie konstruowanie scenariusza, by przy powszechności telefonów komórkowych i mobilnego Internetu rozwiązania zadań nie były możliwe poprzez błyskawiczne ich odnalezienie na stronach www.

Klasyczny model tworzenia gry, zdaniem J. Juula (2003), nie zmienił się od kilku tysięcy lat i bazują na nim współcześni twórcy rozrywki, np. w formie elektronicznej. Definiuje on grę jako system formalny, w obrębie którego wyróżnić można sześć skorelowanych ze sobą elementów:

- reguły, czyli zasady ustalane przed startem gry, obowiązujące wszystkich uczestników,
- zmienny wynik, czyli rezultaty uzależnione od kompetencji graczy, ich sposobu działania i zaangażowania,
- wartość wyniku, czyli pozytywne lub negatywne znaczenie, jakie uczestnicy przypisują potencjalnym rezultatom gry,
- działania gracza, czyli miara i rodzaj aktywności uczestnika podejmującego wyzwanie,
- relacja gracz-wynik, czyli wpływ, jaki wywiera na uczestnika gry ostateczny wynik,
- uzgadniane konsekwencje, czyli efekty gry.

Przeświadczenie o infantylności technik ludycznych znajduje źródło w błędnie stosowanym uogólnieniu, iż techniki te nadają się wyłącznie do nauczania dzieci. Jednym z głównych założeń wielu tzw. metod alternatywnych, w które z reguły w dużej mierze wpisują się techniki ludyczne, nie jest ich infantylność, lecz naturalna potrzeba człowieka (*homo ludens*) do zabawy i wolnego postępowania, jak też otwartość i ciekawość wobec tego, co nowe – typowa przede wszystkim dla dzieci, lecz nie wyłącznie (Surdyk 2008).

Gry miejskie mogą stanowić skuteczne narzędzie edukacji regionalnej, która w programach nauczania jest marginalizowana. W szkołach nauczyciele realizują edukację regionalną najczęściej w postaci zajęć pozalekcyjnych – jako koła zainteresowań, wycieczki i rajdy terenowe, konkursy wiedzy o regionie (Grelewski, Radojičić 2010).

Sam akt grania, który jest nierozzerwalnie połączony z zabawą, odśłania raczej pozytywne cechy społecznej natury człowieka, swobodę i naturalność – bardzo potrzebne w codziennych, niezobowiązujących kontaktach z innymi ludźmi. J. Huizinga (1985) twierdził, że społeczność graczy przejawia na ogół skłonność do trwałości, nawet po zakończeniu gry. Obserwacja gier miejskich pozwala wnioskować, iż skład graczy w obrębie drużyn bardzo często jest stały. Dzięki komunikacji przez Internet

zawodnicy tworzą wspólnoty, wchodzą ze sobą w relacje podczas fizycznego uczestnictwa w grze w przestrzeni miasta oraz po jej zakończeniu, poprzez fora, umieszczanie i oglądanie zdjęć z gier, wysyłanie wiadomości, umieszczanie filmów z gier w serwisie internetowych. Spotykają się także na imprezach integracyjnych.

Zainteresowanie grami miejskimi w Polsce

Gry miejskie w Polsce są od niedawna wykorzystywane w turystyce, dlatego aby ocenić ich aktualną i prognozowaną popularność, dobrano grupę respondentów charakteryzującą się dużą aktywnością, dynamiką, składającą się z osób młodych, a więc potencjalnie zainteresowanych tego typu ofertą. Ankiety przeprowadzono wśród pięciuset studentów, którzy, biorąc pod uwagę kryterium wieku, zaliczają się do osób najczęściej korzystających z usług turystycznych (Alejziak 1999). W skład badanej grupy weszły osoby studiujące różne kierunki, m.in. geografię, turystykę i rekreację, pedagogikę, filologię angielską i romańską oraz stosunki międzynarodowe.

Wyniki badań ankietowych wskazują, że gry miejskie mogą stać się istotną alternatywą dla tradycyjnego zwiedzania przestrzeni miejskiej z przewodnikiem (97% ankietowanych osób). W teoretycznej sytuacji wyboru usług przewodnika i możliwości wzięcia udziału w grze miejskiej, 25% badanych opowiedziało się za grą miejską, a ponad połowa zaznaczyła, że raczej skorzystałaby z takiego sposobu zwiedzania. Z ankiet wynika, iż uzasadnienia takiego wyboru można upatrywać w interesującym sposobie zwiedzania miasta, aspektach zabawy i aktywności fizycznej, lepszym zapamiętaniu informacji, uniezależnieniu się od preferencji przewodnika czy też pilota, własnej aktywności oraz poruszaniu się nie tylko utartymi przez turystów ścieżkami. Jako grupę docelową, dla której powinno się organizować ten typ zwiedzania, respondenci wskazali ludzi młodych.

Z coraz większą liczbą gier miejskich realizowanych w Polsce nie idzie w parze wzrost świadomości turystów o możliwości skorzystania z takiej formy poznawania przestrzeni miejskiej. Dwie trzecie respondentów po raz pierwszy o grach miejskich dowiedziało się podczas wypełniania ankiet na potrzeby niniejszego opracowania. Spośród wszystkich ankietowanych zaledwie 14% kiedykolwiek uczestniczyło w grze miejskiej. Źródłem wiedzy o organizowanych grach miejskich są przede wszystkim informacje przekazane od innych osób oraz przez Internet.

Na tle wykazanego wyżej znacznego zainteresowania tematem wśród respondentów, aktualna krajowa oferta gier miejskich na rynku turystycznym jest bardzo ograniczona. Przykłady takiej formy zwiedzania zostały odnotowane głównie w największych polskich miastach. Śledząc dostępność poszczególnych imprez, zauważyć można jednak ich stałe przeobrażanie i dostosowywanie do gustów klientów. Stopniowo zwiększa się także ich liczba.

Podsumowanie

Gry miejskie i inne formy zabaw terenowych, jak przykładowo *questing*, to innowacyjne pomysły na prezentację, udostępnienie oraz interpretację dziedzictwa przyrodniczego i kulturowego. Dobrze przygotowana gra miejska wpisuje się w trend turystyki bazujący na zabawie, emocjach, edukacji i zaangażowaniu turysty (*4×e = entertainment, emotion, education, engage*).

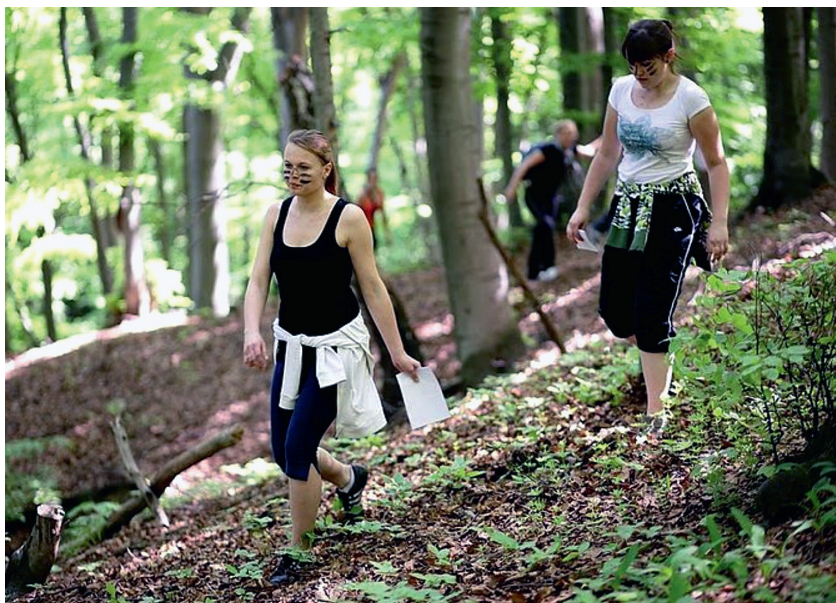
Istotną kwestią przy realizacji gier miejskich wydaje się być eliminacja infantylnych form i zadań, a także narzędzi promocji tego typu form spędzania czasu, które wręcz obrażają inteligentnego odbiorcę. W szerszym, wykraczającym poza ramy gier miejskich ujęciu zabaw w mediach coraz częściej pojawiają się bowiem, zwłaszcza w funkcji chwytów marketingowych i w samych nazwach produktów, terminy „gra” i „zabawa” odmieniane przez wszystkie przypadki, często również w językach obcych (np. *play, fun, joy, enjoy, game, party*), choć same produkty nie mają nic wspólnego z jakimikolwiek czynnościami ludycznymi (Surdyk 2008).

Gry miejskie stymulują potrzebę działania, skłaniają często uczestników do poszukiwań i funkcjonowania w nieznanych obszarach, ich scenariusze przełamują rutynę wprowadzając graczy z szerokiego spektrum wiekowego w kulturę uczestnictwa, w której kluczową rolę odgrywa miasto. Każda gra jest zabawą, przyzwyczajającą uczestnika do określonych reguł. Spełnia, oprócz kształcących, ważne funkcje wychowawcze, m.in. uczy poszanowania przyjętych norm, umożliwia współdziałanie, sprzyja uspołecznieniu. Gry miejskie są inicjatywami na tyle wszechstronnymi w przekazywaniu treści interdyscyplinarnych, że mogą je wykorzystywać zarówno nauczyciele i muzealnicy, jak i organizacje pozarządowe oraz samorządy do promocji miejscowości lub regionu, a dodatkowo w wymiarze komercyjnym przedsiębiorstwa turystyczne, agencje reklamowe, eventowe, public relations, biura podróży itp.

Autorzy opracowania, organizujący cyklicznie w Krakowie gry miejskie, takie jak Krakowska Gra Miejska (fot. 1) i Geoinfotropia (fot. 2), są zdania iż, podobnie jak przykłady dynamicznego rozwoju questingu (np. 160 amerykańskich questów obejmujących 50 miast w dolinie rzeki Connecticut), imprezy te na stałe zagospodzą na turystycznej mapie Polski.



Fot. 1. Krakowska Gra Miejska, scenariusz Konrad Leja (fot. SKNG UP)



Fot. 2. Geoinfotropy (www.warwitek.pl/gramiejska.html), scenariusz Witold Warcholik (fot. Piotr Markowski)

Literatura

- Aleziak W., 1999, *Turystyka w obliczu wyzwań XXI wieku*, Wyd. Albis, Kraków
- Bondarowicz M., 1995, *Zabawy i gry ruchowe na cztery pory roku*, Wyd. Bellona, Warszawa
- Bondarowicz M., Staniszewski T., 2000, *Podstawy teorii i metodyki zabaw i gier ruchowych*, Wyd. AWF, Warszawa
- Corkery C. K., Bailey A. J., 1994, *Lobster is big in Boston: postcards, place commodification, and tourism*, *GeoJournal*, 34, 4
- Czetwertyńska A., Grubek K., 2009, *Warszawskie gry literackie*, Fundacja Centrum Edukacji Obywatelskiej, Warszawa
- Chauvel D., Michel V., 1999, *Gry i zabawy w przedszkolu*, Wyd. Cyklady, Warszawa
- Flemming I., 1998, *Gry i zabawy na wycieczkę szkolną*, Wyd. Jedność, Kielce
- Grelewski M., Radojičić V., 2010, *Gry miejskie jako narzędzie edukacji regionalnej na przykładzie gry ŁódźBój*, *Geografia w Szkole*, nr 4
- Grzybowski K., 2011, *Geogames – system do tworzenia i rozgrywania gier miejskich*, maszynopis pracy dyplomowej, Uniwersytet Warszawski, Wydział Matematyki, Informatyki i Mechaniki
- Hughes H., 2003, *Arts, entertainment and tourism*, Butterworth-Heinemann, Oxford-Burlington
- Impact of Atlanta's hospitality industry. Davidson-Peterson Associates, Atlanta
- Huizinga J., 1985, *Homo ludens. Zabawa jako źródło kultury*, Czytelnik, Warszawa
- Juul J., 2003, *The Game, the Player, the World: Looking for a Heart of Gameness*, Digital Games Research Conference Proceedings, Utrecht University

- Kowalczyk A., 2005, *Nowe formy turystyki miejskiej*, Prace i Studia Geograficzne, t. 35, Warszawa
- Kruszewski K., 1993, *Gry dydaktyczne*, [w:] *Encyklopedia pedagogiczna*, red. W. Pomykało, Warszawa
- Kupisiewicz Cz., 1980, *Podstawy dydaktyki ogólnej*, PWN, Warszawa
- Law Ch. M., 1993, *Urban tourism: attracting visitors to large cities*. Mansell, London
- Lew A., 1991, *Place representation in tourist guidebooks: an example from Singapore*, Singapore Journal of Tropical Geography, 12, 2
- Mańkowski R., Martynkin A., 1983, *Gry i ćwiczenia terenowe*, Wyd. MAW, Warszawa
- Nawara H., Nawara U., 2003, *Gry i zabawy integracyjne*. Wyd. AWF, Wrocław
- Nowakowska O., 2011, *Wszystko gra! Gry miejskie w przestrzeni Warszawy*, Homo Ludens, nr 1 (3)
- Okoń W., 1987, *Zabawa a rzeczywistość*, WSiP, Warszawa
- Okoń W., 1992, *Słownik pedagogiczny*, PWN, Warszawa
- Okoń W., 1996, *Nowy słownik pedagogiczny*, Wyd. Żak, Warszawa
- Patermann R., 1999, *Zabawy w naturze na każdą porę roku*, Wyd. Jedność, Kielce
- Portmann R., 2001, *Gry i zabawy kształtujące pewność siebie*, Wyd. Jedność, Kielce
- Siek-Piskozub T., 1995, *Gry, zabawy i symulacje w procesie glottodydaktycznym*, Wyd. Naukowe UAM, Poznań
- Spack A., 1975, *Aspects et problemes touristiques en milieux urbains et périurbains: l'exemple de la ville de Metz et du pays messin*. Mosella, 4, 1/2
- Surdyk A., 2008, *Edukacyjna funkcja gier w dobie „cywilizacji zabawy”*, Homo Communicativus, nr 3(5)
- Surdyk A., 2009, *Status naukowy ludologii. Przyczynek do dyskusji*, Homo Ludens, nr 1
- Staniszewski T., 1999, *Zabawy i gry ruchowe – teoria i metodyka*, Wyd. AWF, Warszawa
- Turnau S., Pieprzyk H., 1975, *Gry w nauczaniu arytmetyki*, Oświata i Wychowanie, nr 5
- Wall G., Sinnott J., 1980, *Urban recreational and cultural facilities as tourist attractions*, The Canadian Geographer, 24, 1
- Więckowski R., 1979, *Elementy systemu nauczania początkowego*, WSiP, Warszawa
- Vohland U., Scherf I., 1997, *Gry i zabawy dla całej rodziny*. Marba Crown LTD, Warszawa

Urban game: an innovative tourism product

Abstract

Urban games and other forms of field games, such as Questing, are innovative ideas for presentation, disclosure and interpretation of natural and cultural heritage. The results of the survey presented in the study show that soon urban games can become an alternative to a traditional guided sightseeing of an urban area. There may be several reasons for such a choice: an interesting way of exploring a city, aspects of play and physical activity, better memorization of information, as well as the possibility of being independent from guide's preferences, self-activity and taking the paths other than the ones which are popular among tourists.

A well-prepared urban game is a part of the particular trend in tourism based on entertainment, emotions, education and engagement (4×e). Players become active participants in the

adventure directed by the organizers, however, they solve the tasks using their own ideas and variants of routes.

In Poland, urban games are used mainly in cognitive and business tourism based on integration parties and team building activities. The current offer of urban games on the tourism market in our country is limited. Examples of this particular form of sightseeing have been observed mostly in the biggest Polish cities. By monitoring the availability of individual events, their constant changing and adjusting to customers' preferences can be noticed. The growing number of urban games introduced in Poland is not followed by the increase in tourists' awareness that it is possible to use this form of city sightseeing. The source of knowledge about urban games is mainly the information provided by other people, as well as the Internet.

dr Witold Warcholik
Uniwersytet Pedagogiczny
im. Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie
Instytut Geografii
Zakład Turystyki i Badań Regionalnych
e-mail: witek.maciej@gmail.com

Konrad Leja
Uniwersytet Pedagogiczny
im. Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie
Instytut Geografii
Studenckie Koło Naukowe Geografów
e-mail: konrad.boz@op.pl

Annales Universitatis Paedagogicae Cracoviensis

Studia Geographica III (2012)

Kamila Ziółkowska-Weiss

Uniwersytet Pedagogiczny, Kraków

Krakow Valley Golf & Country Club

jako innowacyjna atrakcja turystyczna Małopolski

Celem artykułu jest pokazanie jednej ze współczesnych atrakcji turystycznych Małopolski Krakow Valley Golf & Country Club. Zaprezentowany zostanie krótki rys historyczny początków gry w golfa, a także scharakteryzowany kompleks KVG & CC oraz odwiedzających go gości. Przedstawione i porównane zostanie również wykorzystanie bazy noclegowej w hotelu Villa Pacoldi w latach 2007 i 2010, liczba grup zorganizowanych korzystających z usług KVG & CC, liczba imprez towarzyszących oraz liczba turniejów golfowych w roku 2007 i 2010. Omówiona zostanie struktura organizacyjna przedsiębiorstwa i przeprowadzona analiza SWOT dla tego obiektu.

Golf – nowy styl życia

W Polsce golf był już znany przed II wojną światową, ale później zniknął na blisko 50 lat. Odrodził się na początku lat 90. XX wieku. W marcu 1928 r. na ulicy Nowosieleckiej, obecnie Bartyckiej, w Warszawie powstało pierwsze w stolicy pole golfowe. Dziesięć lat później golfiści przenieśli się do Powsina, na tereny dzisiejszego parku. Alfred Falter, prezes i właściciel Związku Kopalń Górnośląskich Robur, oraz inżynier Szymon Landau, budowniczy Prudentialu, pierwszego wieżowca w Warszawie, przyczynili się do promocji i rozwoju golfa w stolicy. Właściciele Polskiego Country Club sp. z o.o. było około 60, ale ci dwaj mieli 90 % udziałów. W 1993 r. powstał Polski Związek Golfa, Stowarzyszenie Graczy Profesjonalnych (inaczej mówiąc nauczycieli tego sportu) i przede wszystkim otworzono dwa pola: na dawnym wysypisku śmieci w Rajszewie pod Warszawą oraz na bagnach w Kołczewie niedaleko Międzyzdrojów. W 2008 r. funkcjonowało w Polsce blisko 30 pól oraz kilkanaście mniejszych ośrodków do nauki tej gry. Kilka obiektów golfowych jest w budowie, wszystkie są własnością prywatnych przedsiębiorców. W sumie działa kilkadziesiąt klubów. Szacuje się, że ten sport uprawia obecnie 7 tys. osób. Znaczną część środowiska grającego w golfa stanowią ludzie dojrzały, z ustatunkowaną pozycją (Rawa 2009).

Golf rozwija się na całym świecie. Liczba golfistów w Europie szacowana jest na ok. 4,2 mln, a tempo wzrostu wynosi ok. 6%. Krajami o stabilnej, wysokiej liczbie graczy są: Wielka Brytania, Hiszpania i Niemcy. Głównymi regionami dynamicznego

rozwoju golfa są Europa Środkowo-Wschodnia (Czechy, Węgry, Polska) oraz Europa Południowa (Cypr, Grecja, Słowenia). Na świecie w golfa gra blisko 160 mln ludzi. Uczestnikami głównych turniejów w Europie, USA czy Azji, gromadzących na trybunach oraz przed telewizorami miliony widzów, są najlepsi golfiści na świecie. Do najbardziej prestiżowych turniejów należą turnieje Wielkiego Szlema, tzw. Majors, w skład których wchodzi British Open, US Open, US PGA i Masters. W ostatnich pięciu latach w samych Chinach wybudowano ponad 200 pól golfowych, a liczba zawodników oscyluje w granicach kilku milionów.

Charakterystyka pola golfowego i akademii golfa w Paczółtowicach

Krakow Valley Golf & Country Club wybudowała spółka Green Investment, utworzona przez dwie firmy: Golf Valdese z Luksemburga i Chervill Capital Invest AG ze Szwajcarii, na dawnych polach klasztoru Karmelitów Bosych w Czernej, po drugiej wojnie światowej przejętych przez Skarb Państwa i użytkowanych przez Państwowe Gospodarstwo Rolne. Projektantem pola jest Amerykanin (z Kalifornii) Ronald Fream, uznany za jednego z największych architektów golfowych świata. Obiekt usytuowany jest w pobliżu Krzeszowic, a więc pobliskie zjazdy z autostrady ułatwiają dojazd do tego kompleksu. Mistrzowskie pole golfowe (par – 72), oraz 6-dołkowa Akademia Golfa (par – 18) mają ambicję zaspokoić wymagania każdego gracza.

We wrześniu 2002 r. oficjalnie została otwarta Akademia Golfa usytuowana na dwudziestohektarowym terenie. Stanowi ogólnodostępne, szkoleniowe zaplecze Country Clubu, które jest w stanie pomieścić jednorazowo do 150 osób. W skład Akademii Golfa wchodzi:

- 6-dołkowe pole golfowe PAR – 18 – 810 metrów. Do gry na tym polu nie jest wymagana tzw. Zielona Karta, a krótsze odległości między dołkami sprawiają, iż nawet początkujący gracze mogą odnieść swój pierwszy sukces;
- *putting greens* – teren pokryty bardzo nisko koszoną trawą, na którym trenuje się tzw. krótkie uderzenia, czyli wbijanie piłki do dołka;
- *chipping greens* – miejsce, gdzie uczy się wybijania piłki z wyższej trawy na *green*;
- *driving range* – miejsce służące do treningu wybijania piłki na odległość, na który składa się: trawiaste *tee* z dwóch stron *drivingu*, 10 stanowisk treningowych zadaszonych z oświetleniem, 9 stanowisk treningowych bez zadaszenia;
- bunkry treningowe – zagłębienia w ziemi wypełnione piaskiem, gdzie ćwiczy się bardzo trudną umiejętność wybijania piłki z piasku na *green*;
- recepcja;
- sklep golfowy – *Pro-shop*, w którym można kupić wszystkie akcesoria golfowe, takie jak: kije i piłki golfowe, czapki, rękawiczki, buty, skarpety, bluzy, dresy, odzież nieprzemakalną oraz chroniącą przed zimnym wiatrem, paski do spodni, magazyny poświęcone grze w golfa (np. „Golf & Life”), poradniki dla graczy w golfa itp.;
- wypożyczalnia sprzętu golfowego – do dyspozycji gości są wózki spalinowe, tzw. melexy firmy Club Car oraz wózki ręczne, a także kije golfowe (dla osób zarówno prawo- i leworęcznych, dla kobiet oraz dzieci);
- bezpłatny parking, toalety, natryski, szatnie.

Ponadto na terenie obiektu znajduje się hotel i restauracja Villa Pacoldi, dwie sale konferencyjne, strzelnica sportowa Shooting Range, Krakow Valley Stable jazda konna oraz stacja zimowa Krakow Valley Sky.

Klub współpracuje z wieloma firmami (np. Park Wodny w Krakowie, Pilsner Urquell, Coca Cola), serwisami internetowymi (np. CracowOnline.com, KrakowLife.pl) hotelami (np. Pałac Bonerowski, Novotel, Hotel Europejski, Hotel Wyspiański, Hotel Amadeus), biurami podróży (np. Travel and Action, Study Tours). KVG & CC we współpracy biurami podróży organizuje również wyjazdy golfowe w sezonie zimowym (najczęściej w styczniu i lutym) na pola golfowe w Tunezji, Turcji, Hiszpanii.

Funkcjonuje również szkołka golfowa dla dzieci w wieku od 6 do 14 lat. W każdą niedzielę odbywają się godzinne zajęcia z trenerem na Akademii Golfa. Dzieci uczą się podstawowych zasad gry w golfa, począwszy od trzymania poprawnie kija golfowego do gry na 6-dołkowym polu.

Charakterystyka gości odwiedzających Krakow Valley Golf & Country Club

Kompleks golfowo rekreacyjny jest niezwykle atrakcyjny, o czym świadczy przede wszystkim liczba gości odwiedzających rocznie to miejsce. Niestety KVG & CC nie prowadzi dokładnych statystyk liczby odwiedzających i trudno jednoznacznie powiedzieć, ile dokładnie osób odwiedza to miejsce. Liczbę odwiedzających szacuje się na podstawie prowadzonej tzw. Księgi Gości oraz na podstawie przyjmowanych rezerwacji noclegowych czy odbywających się imprez zorganizowanych oraz turniejów golfowych. Orientacyjnie można powiedzieć, że rocznie kompleks jest odwiedzany przez kilka tysięcy osób.

Zdecydowaną większość gości stanowią grupy zorganizowane (spotkania biznesowe, szkolenia, konferencje), które korzystają przede wszystkim z bazy gastronomicznej oraz towarzyszącej (golf, strzelnica), a także noclegowej. Przewaga grup zorganizowanych ma też związek z wykorzystaniem sali konferencyjnej. Średni czas pobytu grup zorganizowanych to 1–2 dni. Bez względu na to, jak długi czas grupa przebywa w KVG & CC, zawsze korzysta ze szkolenia golfowego, a wszystko po to, aby zachęcić jak największą liczbę osób do uprawiania tego ekscytującego sportu.

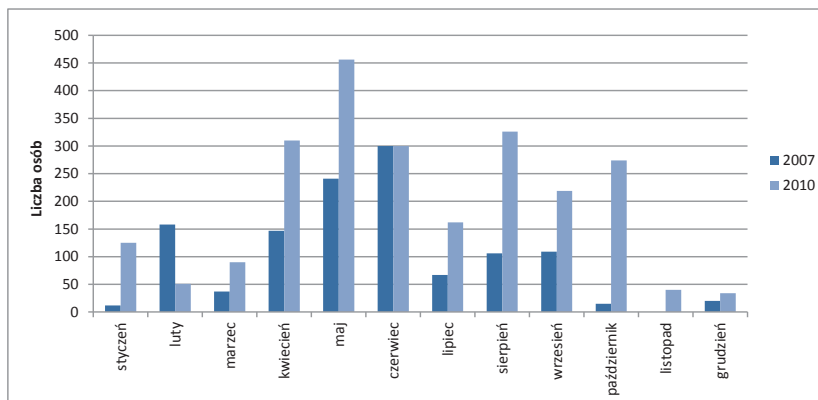
Jeżeli chodzi o klientów indywidualnych, to są to osoby korzystające najczęściej z pola golfowego, czyli osoby, które czynnie uprawiają ten sport oraz goście korzystający ze strzelnicy sportowej, a w sezonie zimowym oczywiście narciarze.

Bardzo dużą grupą klientów są osoby, które organizują wesela, chrzciny, przyjęcia komunijne czy inne uroczystości rodzinne. W okresie od czerwca do września w zasadzie w każdy weekend odbywa się wesele, a często nawet dwa. Atrakcyjność tego miejsca oraz ogromne zainteresowanie klientów organizowaniem imprez w niepowtarzalnym miejscu sprawiła, że w sierpniu 2009 roku została otwarta trzecia sala bankietowa.

Goście bazy noclegowej i gastronomicznej w Krakow Valley Golf & Country Club oraz usługi towarzyszące

Z usług noclegowych obiektu KVG & CC najczęściej korzystają zorganizowane grupy klientów, którzy przyjeżdżają na spotkania biznesowe, szkolenia, konferencje, imprezy integracyjne oraz motywacyjne organizowane przez zakłady pracy.

W 2007 r. z hotelu Villa Pacoldi skorzystało około 1350 osób, ale już w roku 2010 liczba turystów zwiększyła się do blisko 2400 osób. Miesięczne wykorzystanie bazy noclegowej przedstawia ryc. 1.



Ryc. 1. Wykorzystanie bazy noclegowej w hotelu Villa Pacoldi w latach 2007 i 2010

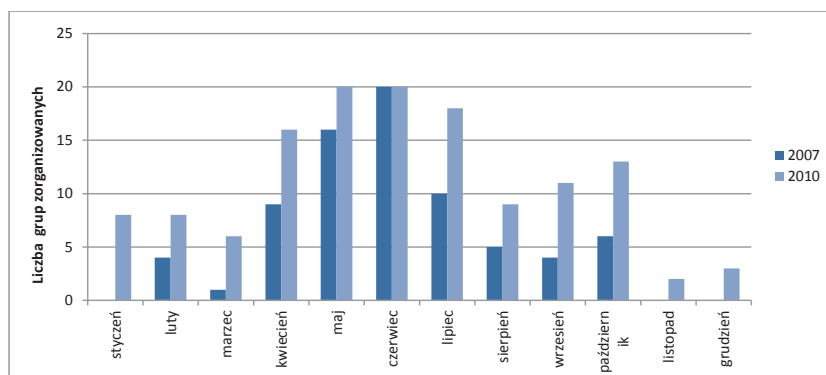
Źródło: opracowanie własne na podstawie materiałów wewnętrznych KVG & CC

Jak można zauważyć, zróżnicowanie w wykorzystaniu bazy hotelowej w poszczególnych miesiącach jest bardzo duże. O ile w roku 2007 miesiącami dominującymi były czerwiec, maj oraz luty, to w roku 2010 zdecydowaną przewagę wykazują miesiące: maj, sierpień i kwiecień. Nie ma wątpliwości, że kwiecień, maj oraz czerwiec to miesiące, gdzie głównymi klientami hotelu są goście biznesowi, którzy przyjeżdżają do KVG & CC w celach służbowych. Natomiast miesiące: sierpień, wrzesień i październik są zdominowane przez turystów, którzy przyjeżdżają do KVG & CC, aby aktywnie spędzić wakacje, wypoczynek, są to też miesiące, w których odbywa się najwięcej uroczystości rodzinnych, głównie wesel.

Grup zorganizowanych (ryc. 2) w 2007 roku, które skorzystały z usług KVG & CC, było około 80, natomiast w roku 2010 było już tych grup około 132. Świadczy to o bardzo dużym i wciąż rosnącym zainteresowaniu tym szczególnym, atrakcyjnym miejscem. Grupy zorganizowane najczęściej KVG & CC odwiedzają w kwietniu, maju, czerwcu, lipcu, a także w październiku. Klientów odwiedzających kompleks KVG & CC najbardziej urzeka niepowtarzalna atmosfera i klimat miejsca. Poza tym bardzo pozytywnie oceniają gościnność, wyśmienite i bardzo różnorodne jedzenie, a także panującą wokół ciszę i spokój.

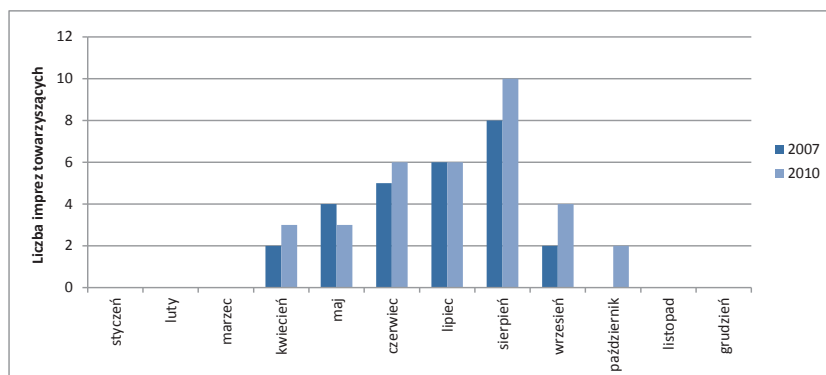
Kompleks golfowo-rekreacyjny KVG & CC to doskonałe miejsce na organizowanie uroczystości rodzinnych. Z roku na rok przybywa klientów, którzy tu właśnie organizują przyjęcia weselne, z okazji komunii, chrztu itp. Doskonała kuchnia, atrakcyjność miejsca, położenie z dala od aglomeracji miejskiej, piękno i niepowtarzalność sal bankietowych (jedna sala urządzona w stylu rycerskim, druga w odrestaurowanej starej wozowni, trzecia w bezpośrednim sąsiedztwie pola golfowego) jest niewątpliwie siłą, która przyciąga rzesze gości. Na ryc. 3. przedstawiono liczbę imprez rodzinnych organizowanych w poszczególnych miesiącach w latach 2007 i 2010. Oczywiście, miesiąc maj, to czas, w którym odbywają się najczęściej komunie. Pozostałe miesiące przedstawiają liczbę przyjęć weselnych, których również

z roku na rok jest coraz więcej. Sezon na wesela zaczyna się już w kwietniu i trwa aż do października. Rzadko zdarza się, aby tego typu uroczystości odbywały się w miesiącach tzw. zimowych (listopad, grudzień, styczeń oraz luty). W roku 2007 gości weselnych było w przybliżeniu 2000, a już w 2010 roku liczba ta wzrosła do około 3300 osób. Z roku na rok zainteresowanie salami bankietowymi jest coraz większe, o czym również świadczy fakt, iż sale rezerwowane są z dwuletnim wyprzedzeniem.



Ryc. 2. Liczba grup zorganizowanych korzystających z usług KVG & CC w latach 2007 i 2010

Źródło: opracowanie własne na podstawie materiałów wewnętrznych KVG & CC

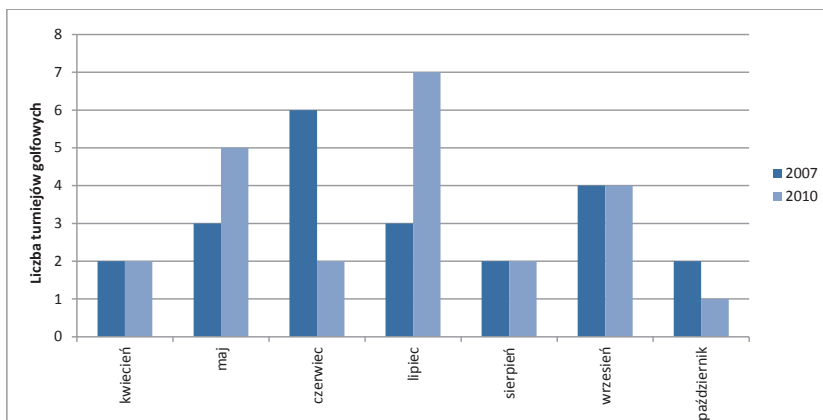


Ryc. 3. Liczba imprez towarzyszących w KVG & CC w latach 2007 i 2010

Źródło: opracowanie własne na podstawie materiałów wewnętrznych KVG & CC

KVG & CC to przede wszystkim pole golfowe, miejsce różnego rodzaju imprez golfowych i turniejów (zob. ryc. 4). Liczbę organizowanych turniejów jest bardzo zróżnicowana. Zależy to m.in. od Polskiego Związku Golfa, który turnieje o charakterze ogólnopolskim (rzadziej międzynarodowym) przyznaje poszczególnym klubom golfowym. Turnieje mają zazwyczaj charakter amatorski, ale gra uczestników jest na bardzo wysokim poziomie. Pozostała liczba imprez golfowych uzależniona jest od aktywności klubu. To marketing jest tym ogniwem, które stara się, aby pozyskać jak najwięcej nowych klientów, a tym samym zorganizować jak największą liczbę imprez golfowych. Najpopularniejszymi turniejami odbywającymi się w KVG & CC

są turnieje klubowe oraz turnieje, w których grają amatorzy z profesjonalistami, czyli PRO – AM. Największym i najbardziej prestiżowym turniejem, jaki odbył się na polu golfowym w Paczółtowicach, był międzynarodowy europejski turniej seniorów European Senior Golf Tour 2008 (trwający od 26 maja do 2 czerwca), który zgromadził najlepszych profesjonalnych graczy Europy.



Ryc. 4. Liczba turniejów golfowych w KVG & CC w latach 2007 i 2010

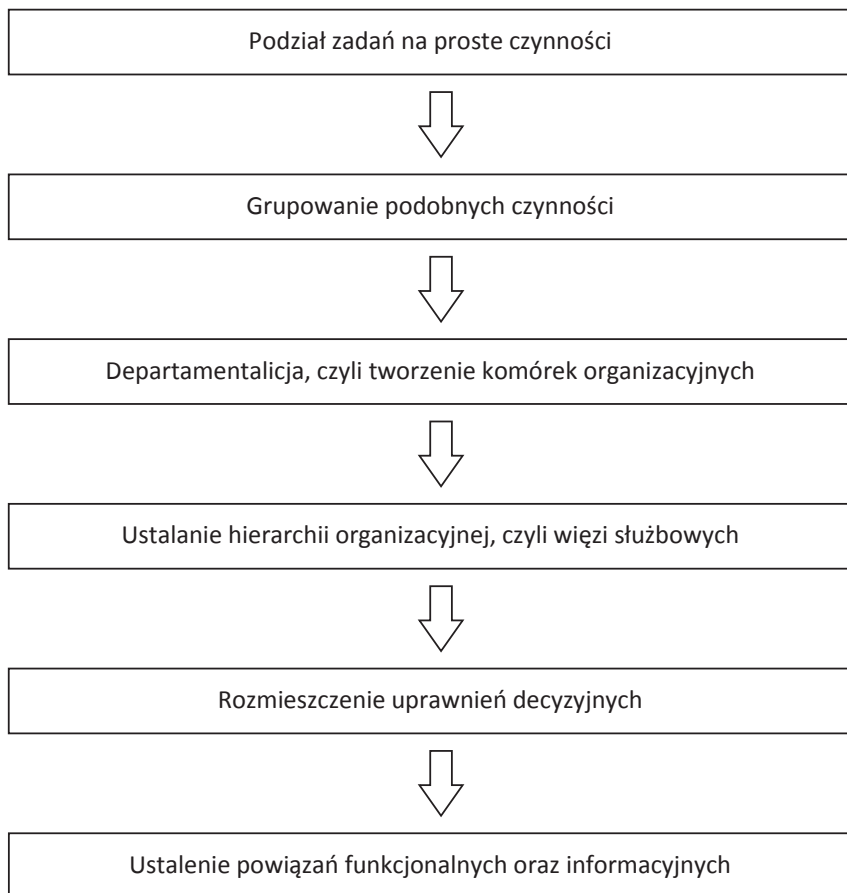
Źródło: opracowanie własne na podstawie materiałów wewnętrznych KVG & CC

Głównym celem przyjazdu turystów do KVG & CC są niewątpliwie sprawy służbowe, jak i czynne uprawianie gry w golfa. Dla dużej grupy odwiedzających to głównie atrakcja turystyczna. Zarówno goście krajowi, jak i zagraniczni przyjeżdżają w gronie znajomych, przyjaciół, rodziny; rzadko pojawiają się sami. Najczęstszym źródłem informacji o KVG & CC jest zdecydowanie Internet, akcje ulotkowe, reklama „z ust do ust”, a także targi golfowe, turystyczne oraz ślubne. Jeżeli chodzi o wiek odwiedzających, to jest on bardzo zróżnicowany, ale przeważają goście w wieku od 30 do 55 lat. Wśród obcokrajowców największą grupę stanowią obywatele Wielkiej Brytanii, Irlandii, Niemiec, Francji oraz bardzo liczna grupa Japończyków.

Struktura organizacyjna w Krakow Valley Golf & Country Club

Struktura organizacyjna to układ stanowisk pracy i komórek organizacyjnych wraz z podziałem zadań pomiędzy nimi i więziami je łączącymi. Struktura organizacyjna jest obiektem złożonym, w dużych organizacjach uregulowanym za pomocą wielu dokumentów. Każde przedsiębiorstwo, aby mogło dobrze i efektywnie funkcjonować, powinno być zorganizowane. Konieczny jest się podział pracy, w wyniku którego powstają miejsca pracy oraz komórki organizacyjne. W organizacji i zarządzaniu wyodrębnia się wiele typów struktur organizacyjnych, ale w praktyce (w Polsce) najczęściej mamy do czynienia z trzema typami struktur organizacyjnych: liniowymi, sztabowo-liniowymi i elastycznymi. Dwa pierwsze typy można zaliczyć do kategorii struktur mechanistycznych. Jeżeli zadania przedsiębiorstwa są względnie stałe (np. prowadzenie hotelu lub restauracji), należy wykorzystać jedną ze struktur mechanistycznych. Jeśli zadania ulegają ciągłym zmianom (np.

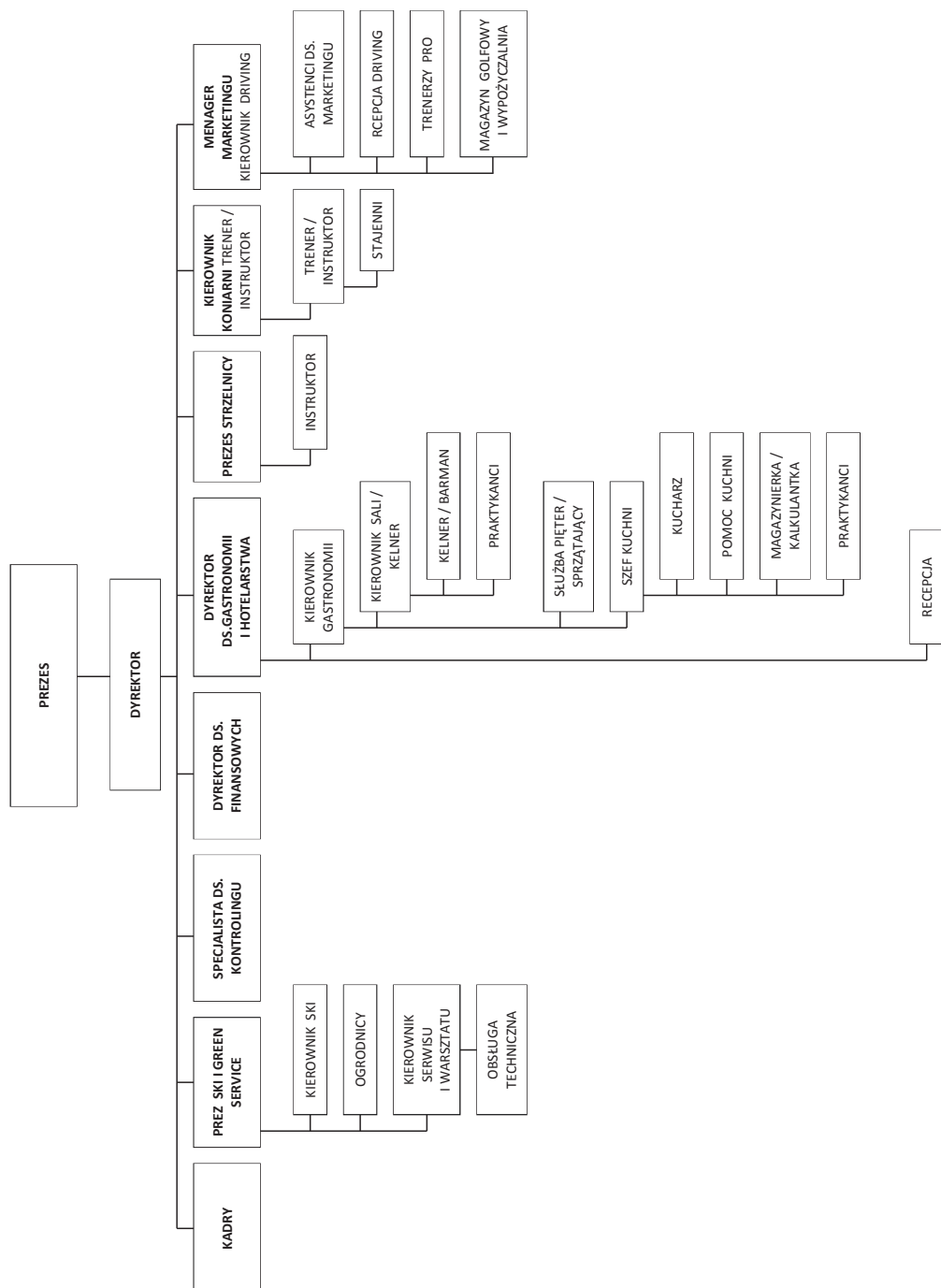
organizacja imprez lub kongresów), należy zdecydować się na strukturę elastyczną (Sarnowski 2007).



Ryc. 5. Procedura budowy struktury organizacyjnej przedsiębiorstwa

Źródło: J. Sarnowski, E. Kirejczyk, *Zarządzanie przedsiębiorstwem turystycznym*, Warszawa 2007, s. 95

W Krakow Valley Golf & Country Club zatrudnienie znajduje blisko 60 osób na umowę o pracę, a w sezonie letnim, trwającym od maja do października, dodatkowo blisko 20 osób na umowę zlecenie (kelnerzy, pomoce kuchenne, obsługa pola golfowego). Są to w przeważającej mierze pracownicy z Krakowa, Paczółtowic i najbliższej okolicy (Olkusz, Krzeszowice). Wiek pracowników kształtuje się mniej więcej w granicach 22–50 lat, przy czym przeważają pracownicy w wieku od 25–35 lat. Każdy pracownik ma jasno określone miejsce pracy, zadania, które powinien wykonać, uprawnienia oraz odpowiedzialność, co pozwala uniknąć pewnego rodzaju dowolności w postępowaniu. Te prawa i obowiązki każdego z pracowników są tak określone, aby nie krępowały ich twórczego, kreatywnego myślenia oraz zaangażowania w sprawy firmy.



Ryc. 6. Struktura organizacyjna Krakow Valley Golf & Country Club

Źródło: opracowanie własne na podstawie materiałów wewnętrznych KVG & CC

Analiza SWOT dla KVG&CC

Krakow Valley Golf & Country Club to fascynujące miejsce doskonałe na zorganizowanie wszelkiego rodzaju imprez firmowych (motywujących, integracyjnych i in.), spotkań promocyjnych, biznesowych. W otulinie Jurajskich Parków Krajobrazowych, w ciszy, spokoju, można czynnie i aktywnie spędzić czas, można także doskonale się wyciszyć, zrelaksować i odpocząć. To miejsce ma swój niepowtarzalny urok. Pomimo tego, że z roku na rok przybywa gości korzystających z tego obiektu, warto zaproponować i stworzyć analizę SWOT w celu ulepszenia funkcjonowania obiektu i zapewnienie jego dalszego rozwoju. Przeprowadzona analiza pozwoli dostrzec mocne oraz słabe strony omawianego obiektu, w przyszłości może pomóc uniknąć błędów i lepiej zarządzać firmą.

Tab. 1. Analiza SWOT dla KVG&CC

MOCNE STRONY	SŁABE STRONY
– Jedyne taki obiekt w Polsce, – Elastyczna oferta, – Rodzinna atmosfera, – Usługi bardzo dobrej jakości, – Bliski kontakt z gośćmi, – Piękna okolica, umiarkowany klimat, malownicze miejsca, łatwy kontakt z przyrodą, trasy spacerowe, ścieżki rowerowe, – Elastyczność działania, – Dobry i wygodny dojazd samochodem, duża liczba miejsc parkingowych, – Atrakcyjna lokalizacja, – Atrakcyjne usługi towarzyszące, – Bliskość dwóch lotnisk: Balice i Pyrzowice, – Działalność marketingowa, – Wzrost zainteresowania ze strony klientów indywidualnych, – Wysoki standard obsługi	– Duża rotacja pracowników, – Niskie wynagrodzenia dla pracowników, – Nienormowany czas pracy zatrudnionych, – Sezonowość zatrudnienia, – Niska motywacja pracowników, – Brak dostępności komunikacji publicznej, – Wysokie ceny usług dla przeciętnego turysty, – Brak rozrywek dla młodych osób: dyskoteki, kino itp., – Brak salonu odnowy biologicznej, SPA, siłowni itd. – Mała liczba miejsc noclegowych
SZANSE	ZAGROŻENIA
– Rosnące w Polsce zainteresowanie grą w golfa, – Doskonały stan środowiska naturalnego, – Wzrost liczby gości oraz turystów z zagranicy, – Nowe inwestycje, – Moda na turystykę, – Tworzenie nowych miejsc pracy, – Znajomość branży oraz klientów	– Brak lokali rozrywkowych, kąpielisk, – Rosnąca konkurencja w postaci nowo powstających pól golfowych, a także miejsc noclegowych oraz gastronomicznych w okolicy, – Kryzys gospodarczy, – Niższe ceny usług gastronomicznych i noclegowych w okolicznych miejscowościach, – Wzrost cen, np. na rynku paliwowym, artykułów spożywczych, itp., – Małe zainteresowanie obiektem przez przeciętnych turystów

Źródło: opracowanie własne

Przeprowadzona analiza SWOT pokazała, że największym problemem tego przedsiębiorstwa jest stworzenie stałego i zgranego zespołu pracowników. Duża

rotacja pracowników, nienormowany czas pracy oraz niskie zarobki powodują niską motywację do pracy. Drugą słabą stroną obiektu są bardzo wysokie ceny oferowanych usług. Mimo iż obiekt jest ogólnodostępny, to jednak klientami są przede wszystkim grupy zorganizowane oraz zamożni klienci indywidualni. Powoduje to małe zainteresowanie wśród „przeciętnych” turystów. Słabą stroną jest także mała liczba miejsc noclegowych. Widoczne jest to głównie w sezonie letnim. Niewątpliwie najmocniejszą stroną KVG & CC stanowi fakt, iż jest to jedyny taki kompleks golfo-rekreacyjny w Polsce. Odwiedza go rocznie kilka tysięcy turystów z Polski i zagranicy. Do mocnych stron należą także przyjacielskie nastawienie, styl i jakość obsługi, doskonała kuchnia.

Reasumując, przedsiębiorstwo powinno szybko zwiększyć liczbę pokoi, a także w większym stopniu zadbać o klienta indywidualnego oraz „przeciętnego”. Bardzo ważną sprawą jest zainwestowanie w salon odnowy biologicznej, spa, siłownię, w celu pozyskania nowych klientów. Zaoferowanie zatrudnionym lepszych warunków pracy przyczyni się do większego ich zaangażowania w sprawę firmy.

Podsumowanie

Krakow Valley Golf & Country Club to miejsce, które przyciąga turystów do Małopolski. Z roku na rok przybywa klientów oraz wzrasta zainteresowanie tym ośrodkiem. Trzeba również dodać, iż nie ma takiego drugiego obiektu w całej Polsce, a także w Środkowej Europie. Być może siłą przyciągania jest właśnie oryginalność miejsca. Na terenie obiektu można aktywnie spędzić czas, zabawić się w gronie znajomych, oderwać się od problemów dnia codziennego wśród pięknego krajobrazu Jury Krakowsko-Częstochowskiej. Ruch turystyczny rozwija się w tym miejscu, co sprawia, że obiekt ten staje się coraz bardziej znanym miejscem wśród obywateli Polski. Goście przyjeżdżają tutaj z najbardziej odległych krańców Polski, a także, śmiało można powiedzieć, że z całej Europy i świata.

Literatura

- Alejsiak W., 1999, *Turystyka w obliczu wyzwań XXI wieku*, Wydawnictwo ALBIS, Kraków
- Gołembski G., 2008, *Turystyka jako czynnik wzrostu konkurencyjności regionów w dobie globalizacji*, Akademia Ekonomiczna w Poznaniu, Poznań
- Gołembski G., 1999 *Regionalne aspekty rozwoju turystyki*, WN PWN, Warszawa
- Sarnowski J., Kirejczyk E., 2007, *Zarządzanie przedsiębiorstwem turystycznym*, Wyd. AlmaMer Wyższa Szkoła Ekonomiczna, Warszawa
- Saunders V., 2005, *Golf. Poradnik dla początkujących i zaawansowanych*, Wydawnictwo Muza, Warszawa
- Wojciechowski I.J., 2007, *Golf po polsku*, Biznes i Turystyka, nr 36 , s. 38–40
- www.golf_historia.polskigolf.pl
- www.golfpl.com
- www.KrakowValley.com

Krakow Valley Golf & Country Club as an innovative tourist attraction of Malopolska

Abstract

Tourism is a popular form of human activity, a way to spend free time and a branch of national industry which is strongly connected with geographical environment, and is also dependent on it. The essence of tourism is to have an intimate and personal contact with nature, culture or another human being. The meaning of this personal contact cannot be underestimated. It maintains its meaning also in the age of television and the Internet, the age of creating virtual reality. This is why, against the expectations of pessimists, tourism will not stop growing, even in the third millennium. Thanks to the fast development of technology, it can grow even faster and, according to some expectations, it can soon become the most profitable branch of industry. In order for this to be true, innovations need to be introduced. The most important feature of innovation is standing out on the market.

The aim of this article is to show one of the modern tourist attractions of Malopolska: Krakow Valley Golf & Country Club. I will present a short historical note on the beginnings of golf, the process of building a master golf course and I will also characterize the KVG & CC complex. I will dwell upon the organizational structure of the company and carry out a SWOT analysis. Finally, I will present the size and structure of the guests of selected segments of KVG & CC.

mgr Kamila Ziółkowska-Weiss
Uniwersytet Pedagogiczny
im. Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie
Instytut Geografii
Zakład Turystyki i Badań Regionalnych
e- mail: kamilacamela@wp.pl

Annales Universitatis Paedagogicae Cracoviensis

Studia Geographica III (2012)

Elena A. Rush

Irkutsk State Transport University, Russia

Main issues concerning drinking water supply in the Angara River watershed

Water supply for drinking and communal-general purposes plays an important role in every economy all over the world as water is not only widely used for people's everyday purposes, but is also essential for people's vital functions. The principle concerning the priorities of supplying drinking and communal water, stipulated in relevant norms and regulations, presumes that in the first place people should be provided with water according to the existing scientifically grounded health standards. At the same time, drinking water is only a part of natural water resources; thus, it is closely linked to the whole hydro-economic situation of the region, and the connection is one of interrelation and interdependence.

The territory under consideration stretches from the source of the Angara River downwards to the city of Bratsk and constitutes the upper and middle sections of the river. The following features are typical of this territory: high level of urban development, high level of anthropogenic pressure on water resources, wide scope of water quality and quantity conditions; all of the above result in a difference in drinking water provision between the regions and communities.

Evaluation of surface drinking water sources

Quantitative aspect: Centralized communal drinking water supply of the large cities is based on the surface water resources, while the centralized and local water supply of the rural communities is based mostly on underground waters. Traditionally, surface water sources constitute the biggest part of drinking water supply; water from rivers and reservoirs satisfies over 80 % of the need for drinking water.

The reasons for such a wide use of surface water and significantly smaller use of more accessible water resources of the Angara River, its reservoirs and main tributaries is the high level of urban development of the region (urban population living within the basins of the big rivers makes up more than 80% of the population of the region), the lack of exploration of underground water resources, as well as unfavourable hydro-geological conditions which are going to be mentioned further on in this report. In fact, the share of underground water in total water supply is smaller

than the estimated number, as the significant amount of water classified as underground is infiltration alluvium water. That is actually the river water and it retains all the features of river water, and only the type of water intake enables us to classify it as underground.

Drinking water supply is characterized by the constant level of water consumption and this consequently raises the issue of permanency of water supply, as irregularities of this supply are deemed inadmissible. Therefore, I consider natural water resources evaluation to be very important, as it is used for project calculations concerning water supply for communities, especially urban ones. In case of organization of a large-scale centralized water supply that utilizes surface water sources, the natural water supply can be estimated by the flow volume constant. This constant is equal to the minimum water flow in the dry winter period, i.e., minimum monthly water flow in the winter period for the rivers with uncontrolled flow, and minimum warranted tailwater flow for the rivers with controlled water flow. Using this technique, the Angara River watershed has been mapped, depending on the quality of surface water resources in the aspect of organizing a large-scale centralized community water supply. These resources were estimated according to the value of constant water flow and the distance between a water source and a given community. Riversides 20 km wide on flat areas and 10 km wide on mountainous areas were considered to be the zone of sufficient water supply, as this is the most economically feasible distance for water transportation. This principle may have practical application in water distribution and supply all over the world.

Territories surrounding the Angara River and its reservoirs are abundant in water supply, as the constant minimum water flow in the river exceeds 1000 cubic meters per second. As far as the water supply is concerned, the cities on this territory can develop without limitation, and it is not accidental that the leading industrial centres of the region are all located near the Angara River and use its water for drinking and communal-general purposes. Nevertheless, a significant part of the region is still characterized by the lack of water supply. These are mostly the areas located between rivers, which due to the lack of water do not have much potential for urban growth (communities there can hardly grow bigger than 50 000 inhabitants). It is possible to improve the situation in the zone of insufficient surface water supply only through exploitation of underground fresh water resources.

Qualitative aspect: With regard to water quantity, most parts of the region are well supplied with water from surface water sources. Nevertheless, the quality of the surface water used for drinking purposes leaves a lot to be desired. The analyses of surface water quality with regard to two key factors: anthropogenic and natural, were conducted by the author of this article.

The Irkutsk region is characterized by a high level of industrial development; therefore, one of the factors that have the most negative impact on the water quality, is the discharge of untreated industrial wastewater. The situation concerning industrial wastewater in the upper and middle part of the Angara River watershed is rather unfavourable. Wastewater discharge into the water bodies of the region amounts to about 0.9 km³/year, and 90% of the wastewater was not properly treated. The district under consideration (the upper and the middle section of the Angara River watershed) produces more than 80% of all wastewater in the Irkutsk region.

The situation is also aggravated by the inefficiency of water treatment facilities. Of all wastewater treated by these plants (more than 0.5 km³/year), less than 1% complies with water quality standards, and more than 99% that is discharged into the water bodies is insufficiently treated. The cause of this problem is: the large amount of wastewater and high level of pollution, outdated facilities, deteriorating devices, and economic and administrative issues occurring due to the treatment plants being managed by the municipal government. The irregular operation of large industrial enterprises, such as pulp-and-paper mill, chemical and petrochemical industries, causes serious difficulties for the work of water treatment facilities. In spite of the fact that the capacity of the sewage facilities exceeds the demand by 1/4 (due to the reduction of water consumption in the region in general), still some cities (Irkutsk, Ussol'no-Sibirskoye) suffer from the shortage of sewage capacity, which constitutes up to 40–45% of the capacity required to process the actual amount of wastewater. This results in the discharges of untreated water into the water bodies of the region and consequently, the large amount of water pollutants is carried by the wastewater, e.g.: hundreds of thousands of tons of chloride; dozens of thousands of tons of sulphates, organic matter and suspension; thousands of tons of nitrates, ammoniacal nitrogen; hundreds of tons of phosphorus, fat, nitrite, iron, mineral oil; dozens of tons of methanol, synthetic surfactants, fluorine, formaldehyde, aluminium, magnesium, tons of phenol, copper, zinc, lead, hundreds of kilograms of mercury, chromium, and hydrogen sulphide. In spite of the reduction of the total amount of wastewater within 4 years (from 2006 to 2010) by 20%, the quantity of pollutants did not decrease (Bezrukov 2001).

Within the abovementioned period there were no positive changes in the amount of suspension, surfactants, formaldehyde, sulphates, nitrite, and lead. What is more, the quantity of some substances even increased: the quantity of iron and aluminium increased by 5–25%, the quantity of phenol, chloride and fluorine increased 1.5–1.7 times and the amount of methanol and tannin increased 2–2.2 times. Consequently, the deterioration of sewage facilities progressed faster than the reduction of wastewater amount.

The main sources of pollution in the region are as follows: industrial wastewater constitutes 3/4; the quantity of municipal runoffs amounts to almost 1/4 and other branches of economy (agriculture, transport, construction etc.) constitute only 0.2%. Significant share of wastewater comes from chemical and petrochemical industries (31%); timber, woodworking and pulp-and-paper industries (19%), and power production (18%). The high level of industrial pollution is caused by the high concentration of industrial enterprises in the Irkutsk region; most of them are outdated (more than 3/4 of all the industrial technologies used in the region) and deteriorated. The degree of exploitation of production assets amounts to: 49.5% in power production, 50.3% in machine building, 52.8% in pulp-and-paper industry, 54.0% in chemical industry, 56.1% in non-ferrous metallurgy, 59.0% in ferrous metallurgy and 71.3% in petrochemical industry (Nature Resources and Environment Protection. Statistical Report 2007).

The high coefficient of water recycling is indicative of environment friendly technologies, as it points to the economy of fresh water use as a result of recycling and reuse of technologies. The average coefficient of water recycling in the region is 69%, which is 9% less than the average of water recycling in Russia, but for separate

branches of industry, the gap between the water recycling coefficient in the region and the average percentage in Russia is even more pronounced: it is 10% for the chemical and petrochemical industry, 17% for power production, 24% for machinery construction, 46% for ferrous metallurgy and 53% for microbiology, etc. Only in three branches of industry, the average value for the region is higher than the corresponding value for the whole Russia. The average in question is higher by 15% in the food industry, and by 10% in non-ferrous metallurgy and coal-mining industries.

As far as territorial aspect is concerned, close to 99% of the whole water pollution in the region comes from large cities. There are 4 main industrial centres – Angarsk, Bratsk, Irkutsk and Usolye-Sibirskoye – that discharge 91% of the overall amount of wastewater. About 8% of wastewater is discharged by other large cities, and less than 1% comes from administrative districts (Industry of the Irkutsk Region in 2007. Statistical Report 2008).

The overwhelming amount of wastewater – 92.5% – is discharged directly into the Angara river and its reservoirs. The highest anthropogenic pressure is observed in the section of the river located between the cities of Irkutsk and Usolye-Sibirskoye. Main tributaries of the Angara river – the rivers of Oka, Iya, Irkut – receive 6.6% of the wastewater, and 0.9% is discharged into other water bodies.

Thus, the conclusion can be reached that the discharge of industrial wastewater is the main source of water pollution in the region.

The deterioration of the quality of surface water in the region is also caused by hydropower production. The change of the natural water regime of the river due to the construction of a whole series of hydroelectric power stations caused a significant decrease of self-purification capacity of the river, water stagnation in the reservoirs (water rotation in the Bratsk reservoir currently lasts 2 years), lengthening of the freezing period, and decomposition of sunken wood. Due to the decrease of self-purification capacity, the impact of wastewater pollution increased significantly.

The construction of hydropower stations also influenced water quality, i.e., decomposition of wood in the area of flooded forests produces phenol, lignin, resins and other deleterious substances. When the Bratsk reservoir was filling up, 1.35 thousand km² of forested area was flooded and 16 mil. m³ of trees got under water. Moreover, about 250–450 000 m³ of wood enters the reservoir due to shoreline erosion, along with pollutants and garbage from the residential territories and agricultural areas washed out by water. The level of water fluctuation in the reservoirs, which in, for example, the Bratsk reservoir amounts to 10m, also has a very negative impact.

In the upshot, hydropower production has serious negative influence on water quality, as it causes the decrease in self-purification capacity, forest area flooding, shoreline erosion, and water level fluctuations.

Water quality in the Angara and the Bratsk water reservoirs does not comply with health standards and is assessed as unsatisfactory, which prohibits the use of the water for drinking purposes without treatment in the intake facilities. However, the water treatment techniques applied do not ensure required water quality due to their inefficiency or mishandling. According to the medical research, water pollution results in an 10–40% increase in sickness rate. It means that people's health in 20–30% depends on water quality.

The most widely used technique of water treatment is liquid or gaseous chlorine disinfection, or the so called chlorination, which is a simple and efficient method. On the other hand, chlorination may lead to transformation of organic substances that are present in the water subjected to treatment into polychlorides, which are characterized by high toxicity, carcinogenicity and mutagenicity.

The situation is aggravated during certain periods of the year when surface water pollution in the intake is above average and the amount of chlorine needed for disinfection increases significantly. Due to the high level of negative anthropogenic impact on the majority of surface waters, the existing water treatment techniques are insufficient. Therefore, the need to either improve the water treatment techniques or start using less influenced underground water becomes evident. Another issue concerning the use of surface water for drinking purposes is the natural shortage of mineral substances.

Firstly, the average annual solid residual concentration is rather low (200/400 mg/l) in all the surface water sources. What is more, in the Angara River and its reservoirs this value is smaller than 100 mg/l. Health researches consider low concentration of minerals to be a negative factor influencing health.

Secondly, there is a scarcity of such chemical elements as calcium, magnesium, sodium, potassium, and of such trace elements as fluorine and iodine. The average annual concentration of the abovementioned chemical elements is: about 11–15 mg/l of calcium (minimum concentration allowed is 20 mg/l), 2.8–5.1 mg/l of magnesium, 3.4–5.8 mg /l of sodium and potassium, and 0.1–0.37 mg/l of fluorine (minimum concentration allowed is 0.5–0.8 mg/l). The shortage of these minerals, especially of fluorine and iodine, leads to cardiovascular and endocrine pathologies, caries, as well as other diseases and health dysfunctions. In order to make up for the lack of mineral substances in surface water of the Angara River, it is reasonable to construct combined sewers where both surface water and underground water (more abundant in minerals) would be processed.

Thus, the use of surface water for communal-general purposes is very favourable in terms of quantity, however, it causes serious qualitative issues, like high anthropogenic pollution and deficiency of minerals essential for people's health. The problem lies in the fact that upgrading the existing water treatment facilities is rather a costly and difficult task.

Ways of communal and drinking water supply improvement

Water supply for the population of the region is considered a priority. Water supply conditions influence health and people's living standards. There are two aspects of this burning issue that surprisingly occurred in the region abundant in water resources. The first aspect is the shortage of drinking water in a number of rural communities and districts. The second one is low water quality in many districts and settlements. The issue concerning the possible ways of water supply improvement in the region will be discussed further on in this report.

Improvement of water treatment facilities at water intakes.

This solution is one of the most important means of improving water quality in the region in question, as it involves the replacement of the outdated method of water chlorination with more advanced techniques of disinfection.

However, the increasing pollution of surface water demands even more effective and upgraded water treatment facilities, which is difficult to realize due to the significant expenses required for their installation. The situation is worsened on the one hand, by the natural shortage of minerals in surface water that is difficult to make up for, and on the other hand, by the presence of toxic chemical elements, like mercury, difficult to remove.

Moreover, the personnel of the treatment facilities is not always sufficiently educated. Due to the various reasons, the implementation of measures of the first group cannot fully solve the issue of reliable water supply. Therefore, the implementation of the proposed measures requires thorough analysis of all positive and negative aspects.

Improvement of water quality in the water sources

The second method suggests improvement of water quality directly in the rivers and other water sources, so that the water treated by the application of usual techniques would meet the quality standards.

This solution, though, is extremely costly and time-consuming. Taking into consideration the existing production facilities in the region, as well as the level of water pollution and the state of the regional economy, the significant improvement of water quality in the water sources is hardly achievable.

Drinking water bottling

Nowadays, drinking water bottling and packaging is considered to be one of the most efficient ways of solving problems concerning drinking water. In fact, the consumption of bottled drinking water in developed countries is currently much higher than in Russia. In the discussed region, the whole complex of water bottling enterprises that is being constructed utilizes the water from Lake Baikal in order to boost this market.

However, deep water from Lake Baikal is too expensive for the majority of the population and it is characterized by low concentration of minerals. Therefore, it is not recommended by health service for everyday use. Bottling of the underground water will be less costly, although most people in the region are not yet accustomed to the use of bottled water instead of that from the centralized water supply

Water saving

Saving water can be helpful in solving the issue of its shortage in some districts. There is a great scope for water saving in the industrial sphere: reduction of industrial water consumption down the established norms, implementation of water rotation schemes either within one or several enterprises, discontinuation of use of high quality underground water for industrial purposes, shift from water cooling to air cooling technology and introduction of closed cycle water saving technologies. There is also a great scope for water saving in the public sector, where water consumption can be reduced 2–3 times by means of eliminating water loss both in the pipelines and in the houses.

Use of underground water for drinking purposes.

Clearly, the ways that have been proposed can solve the issue of drinking water supply in the region. I believe that shifting to the use of underground water for drinking purposes is the most efficient way of handling this problem.

Thus, I consider it necessary to do everything possible for the water quality improvement, to utilize all the above mentioned ways and measures to the highest degree possible in the existing economic and environment conditions. Nevertheless, the implementation of water supply based on underground water is considered to be the most efficient way to solving the drinking water issue. So it is necessary to introduce the most efficient projects of underground water usage and apply them in practice having considered all their pros and cons.

Literature

Bezrukov L.A., 2001, Environment State of the Water Bodies of the Irkutsk Region // Natural Resources Potential and Use – Irkutsk: Institute of Geography, Siberian Branch of the Russian Academy of Sciences Publishing House, pp.97–111

Nature Resources and Environment Protection. Statistical Report, 2007, Irkutsk Regional Committee on Statistics, Irkutsk, 50 p.

Industry of the Irkutsk Region in 2007. Statistical Report, 2008, Irkutsk Regional Committee on Statistics, Irkutsk, 44 p.

Abstract

Main issues concerning drinking water supply in the Angara River watershed.

Water supply for drinking and communal-general purposes plays an important role in every economy all over the world as water is not only widely used for people's everyday purposes, but is also essential for people's vital functions. The principle concerning the priorities of supplying drinking and communal water, stipulated in relevant norms and regulations, presumes that in the first place people should be provided with water according to the existing scientifically grounded health standards. At the same time, drinking water is only a part of natural water resources; thus, it is closely linked to the whole hydro-economic situation of the region, and the connection is one of interrelation and interdependence.

The territory under consideration stretches from the source of the Angara River downwards to the city of Bratsk and constitutes the upper and middle sections of the river. The following features are typical of this territory: high level of urban development, high level of anthropogenic pressure on water resources, wide scope of water quality and quantity conditions; all of the above result in a difference in drinking water provision between the regions and communities.

prof. dr Elena Rush
Irkutsk State Transport University, Russia
Safety of Sustainability and Ecology Engineering
e-mail: lrush@mail.ru

Annales Universitatis Paedagogicae Cracoviensis

Studia Geographica III (2012)

Natalia Batsun

Irkutsk State Technical University, Russia

Evaluation of natural resources as a component of business greening

Greening of business is a popular phenomenon all over the world. Application of wasteless technological processes, economical use of raw materials obtained from the natural environment, and the use of materials produced from wastes and non-polluting raw materials is to a businessman a confirmation of production quality. It also allows an enterprise to gain a reputation of being pro-environmental, to simplify interactions with partner companies, especially foreign ones, and to increase sales due to an increase in demand.

Due to existing contradictions between business and environment, business activity is characterized basically by the irrational use of resources and a high degree of environmental contamination. Innovative strategies, like ecobusiness and ecomarketing, are necessary. The concept of ecobusiness in the most general sense unites various kinds of activities: introduction of technologies and methods directed at reducing damage done by enterprises; development of greening technologies, as well as consulting and other services regarding ecological issues. It is assumed that companies which, realizing the benefits of the environmental component of business, implemented it into their strategy before others, should get real advantages. The decisions concerning environmental problems can often objectively promote occurrence of new possibilities and getting new benefits for the enterprises:

- additional opportunities for the development of business activity;
- increase of competitive advantage: the companies that made capital investments in non-polluting technologies before their competitors become leaders first and foremost on the home market;
- the countries that made capital investments in non-polluting technologies before other countries become leaders on the world market;
- protection of advanced environmentally focused businesses from foreign competition;
- benefits in competitive struggle for markets due to the use of slogans proclaiming environmental compatibility of the goods.
- It can be observed that the enterprises undertake actions aimed at decreasing the negative influence on the environment in three cases:

- firstly, when the owners and the management of companies become more environmentally conscious and begin to take into consideration the influence of their business and production on the natural environment;
- secondly, when legal norms, effectively controlled by the state, become stricter, so that it is economically favorable for the enterprises to comply with them;
- thirdly, when certain public groups important for the company start to consider environmental compatibility of the product, its manufacturing, use and recycling in the decision-making process of buying and investing, etc., that is, when environmentally responsible behavior creates distinct competitive advantages for business.

Thus, the appropriate state policy brings economic benefits to the companies that green their business. It is, in fact, promotion of administrative bodies that have noncommercial character. Thereof, sustainable development is incompatible with the underestimation of natural resources. It is obvious that if natural resources are involved in economic circulation, they should be evaluated like any other goods. Necessity of the estimation of natural resources is brought about by the following reasons:

- the need for the exact account of real costs and benefits from the projects intended for realization, and the importance of considering all environmental consequences of these projects, which promotes the realization of actions favorable for sustainable development of society;
- the need to introduce adequate price regulation of environmental activity directed at stimulating the rational use of natural resources by means of establishing taxation rates reflecting their real costs.

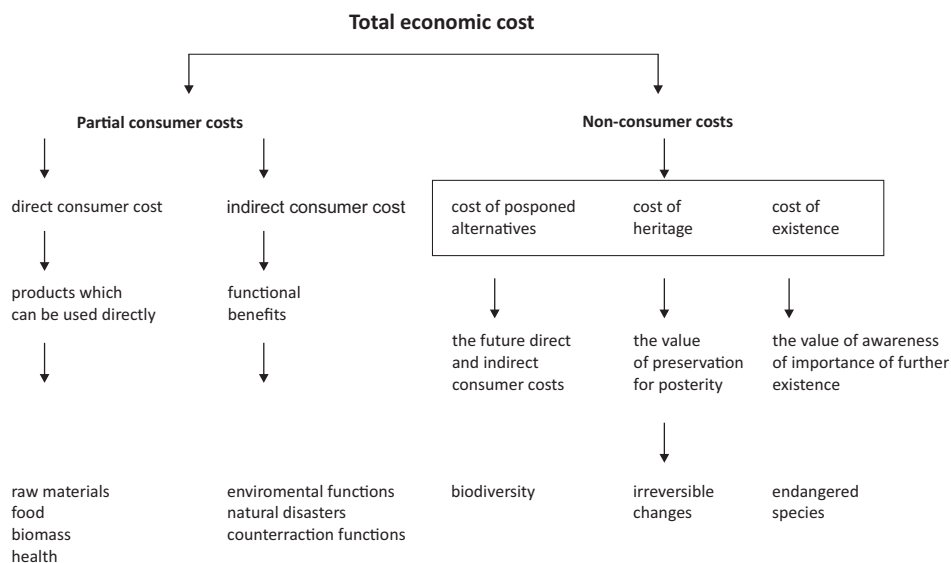
There exist different lines of thought concerning the estimation of resources. Let us consider some of the market methods of estimation.

The methods in question estimate resources as the element of public welfare. In market economy, the price is always used as the indicator of usefulness of certain goods. However, the prices of the goods can be influenced by state regulation or subsidizing goods and services. There is also no market that takes into account all useful properties available. Therefore, to estimate natural resources, it is necessary to correct the existing prices for more accurate reflection of social values, as well as to consider their unestimated consumer properties. Such an approach enables estimating the general economic cost of natural resources.

The scheme demonstrated below (Fig. 1) shows that the general value of natural resources includes the value of each concrete consumer and non-consumer cost (when individuals do not benefit directly from the use of the resource, but appreciate its importance for future generations). It is necessary to remember about the existence of the value of postponed alternative, when the consumer estimates the possibility of resource use in the future. Non-consumer costs are estimated as an approximated value of consumers' desire to pay for the preservation of natural resources for themselves and future generations. The analysis of the scheme from left to right shows the decrease in consumer's perception of resource cost. The approaches to the estimation methods considered will be defined further on.

Direct consumer costs can be estimated by means of any method, including the method of rent estimation. However, the presence of unconsidered components of the general economic value of the resource is reflected in the underestimated rent.

Indirect consumer costs, except from rent estimation, can be estimated by means of polls in order to define the readiness to pay. The method can be applied to the estimation of the cost of postponed alternative, cost of heritage and existence cost. The ways of evaluating the desire to pay will be discussed in the following paragraph. Studying the preference of consumers, and on this basis constructing the curves of demand for the investigated resource, is enough to estimate non-consumer costs of a given resource (Fig. 2).



Decline of perceptibility of cost for individuals

Fig. 1. Classification of economic costs of natural resources according to the Organization for Economic Cooperation and Development

As we can see, the method of conditional estimation is applied to the study of preferences of people for the purpose of constructing the demand (compensated in the sense of Hicks) for hypothetical change of environment or its separate elements (for example, quality of air, etc.). The polls reveal respondents' desire to pay for avoiding this change. After estimating various answers of the respondents, analysts calculate the average, and then multiply the received value by the number of people taking the poll. The estimated size of natural resources takes into account non-consumer costs. The described method is very sensitive to the procedure of conducting polls. The respondents should understand the questions well and estimate correctly that part of the budget which they agree to spend on the estimated natural resources. The methods of indirect estimation are applied in the following cases:

- environmental consequences do not have a direct influence on the products sold on the market;
- it is impossible to observe the preferences of people directly;
- the fraction of population included in the sample is representative, well-informed, and shows interest in the discussed issue.

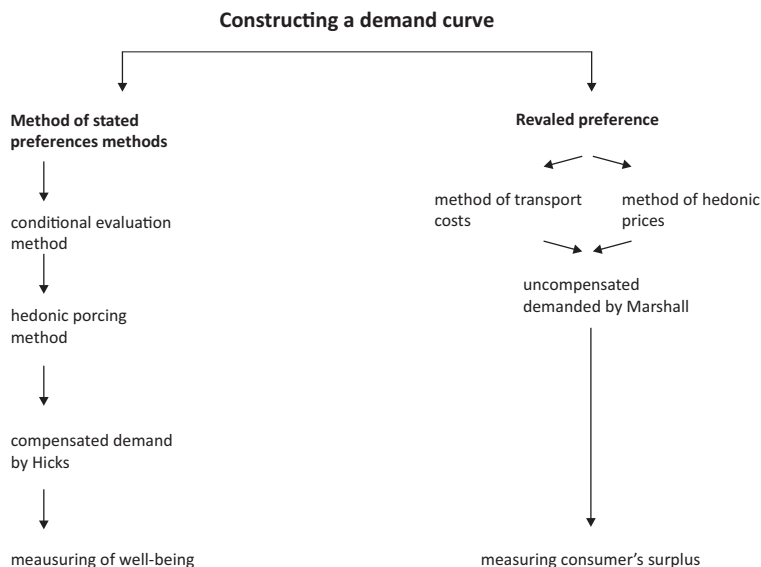


Fig. 2. Classification of methods of constructing natural resources demand curve

The basic methods of indirect estimation involve calculating transport expenses and the hedonic prices for natural resources. These methods reveal consumers' preferences and allow to construct the function of non-compensated demand for the resource. One of such methods is called the method of cost value estimation.

The method of defining transport expenses is applied to the estimation of recreational value of natural resources. For example, the degree of rest in a region with a given quality of environment is defined by taking into account the costs incurred by its visitors. This method can be applied if:

- the object is accessible during a certain season;
- there is no payment for using the estimated resource, or it is very low;
- visitors incur considerable expenses on the trips to natural objects.

After the poll, the total number of trips for a certain price within a year is calculated. On the basis of this information, the hypothetical curve of demand for the natural object is constructed. Although this method has some drawbacks, it can be used for development of culture of active use of recreational objects.

The application of the hedonic pricing method is justified by the fact that a consumer purchasing certain goods considers their environmental and ecological characteristics. For example, purchasing a real estate, a consumer will prefer a house located in an environmentally advantageous district. These reasons will also influence the amount of money paid for the house. The estimations are based on the research of real estate market in the estimated and reference areas differing in their environmental characteristics.

The method can be applied in the following cases:

- the real estate market is actively developing;
- the quality of environment, according to the public opinion, is one of the factors defining the cost of a real estate;
- the information about transactions on the real estate market is available.

The application of the discussed methods requires remembering that they only enable receiving approximated values of natural resources. To increase the accuracy of estimations, it is possible to apply several methods but one should be aware that the results would differ from each other. However, even a rough estimation is valuable. Applying various methods and gradually increasing the accuracy of estimations, it is possible to come nearer to the accurate estimation of natural resources.

In order to confirm environmental friendliness of production, eco-branding is widely used all around the world. Ecological labeling of production is carried out in addition to its certification, which confirms compliance with standards. The document received as a result of this procedure should provide the resource user with the guarantee that the enterprise meets all requirements, and that efforts of environment protection, labor protection and improvement of production quality have been undertaken.

The formalized system of labels can be supplemented with ecological statements published in mass media and/or put on the product (or package), and with a set of graphic symbols.

Among the general set of signs, two subgroups can be distinguished.

The first subgroup (see Fig. 3) informs about the environmental friendliness of the goods, safety of their production or they specific qualities influencing life, health, consumers and environment. There is a variety of ecological signs, e.g., “White Swan” (Scandinavian countries), “Blue Angel” (Germany), “Environmental Choice” (Canada), a green and blue flower – the stylized image of a dandelion – the badge of ecological compliance accepted in the EU countries. The sign of Japanese Association for Environmental Protection informs that the product minimally pollutes and destroys the environment. A similar sign exists in Russia.



Fig. 3. Ecolabels on the environment friendly goods

The second subgroup of ecological signs informs about non-polluting ways of utilization of the goods or the packaging. The packaging, for example, may have the information that it has been produced from secondary raw materials. The term “ecologically safe production” is used in such cases.

One of the most widespread signs that have recently gained transnational character is the “Green Point” sign. For the first time, this sign gained recognition in Germany in 1991, when more than 70 companies agreed with the municipal recycling enterprises that the goods marked by “Green Point” should be processed without application of the technologies harming the environment. Packaging with this sign indicates that its return, reception and secondary processing is guaranteed.

In the USA, the sign “Recycling” for marking products made from secondary raw materials is used similarly.

However, for all these signs to be effective, they should be known by the consumers. To receive an answer to the question whether the customers are familiar with ecolabels, two groups of customers in Irkutsk have been interviewed: students and people over the age of 35.

The Russian “Life Leaf” was known to 25 percent of respondents, “European Flower” to 16 percent, “White Swan” to 7 percent, and 44 percent did not recognize any of the signs.

The next question was the following: “What statement about a product can make you pay extra price for it?”. The following versions of the answers occurred the most often: “Does not contain any preservatives or other synthetic components”, “Made of non-polluting raw materials”, “Made with the use of Baikal water”. But only 1 percent (only students) chose the option “Made with resource saving technologies”. It shows that majority of people worry about their own health, but not about the purity of environment.

Nonetheless, the importance of Baikal brand was confirmed.

doc. Natalia Batsun
Irkutsk State Technical University, Russia
e-mail: nbatsun@mail.ru

Annales Universitatis Paedagogicae Cracoviensis

Studia Geographica III (2012)

Wiktor Osuch

Uniwersytet Pedagogiczny im. Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie

Ocena wykształcenia kompetencji przedmiotowych z geografii społeczno-gospodarczej a wybrane aspekty innowacyjności w edukacji i kształceniu nauczycieli

W Polsce i wielu krajach europejskich od wielu lat poszukuje się rozwiązań, które zapewnią młodym ludziom warunki do rozwijania zainteresowań, poszerzania horyzontów, zdobycia wykształcenia, gwarantującego wysokie kompetencje i konkurencyjność na stale zmieniającym się europejskim rynku pracy. Inwestycje w ludzi, w ich wykształcenie i ich kompetencje są korzystniejsze niż inwestowanie wyłącznie w sprzęt czy wyposażenie wyższych uczelni i szkół. Obecnie niezwykle wyzwanie stoi przed edukacją i nauczycielami, którzy będą wprowadzać w życie przyjęte rozwiązania i kreować zmiany. Po wielu próbach reformowania systemu edukacji w Polsce, poczynając od zmian typów szkół, poziomów kształcenia, podstaw programowych do poszczególnych przedmiotów nauczania, programów nauczania, podręczników, celów i treści kształcenia przedmiotowego, niewiele zrobiono w zakresie wykształcenia nowoczesnego nauczyciela (Osuch 2010).

Aktualne zmiany standardów kształcenia w uczelniach wyższych, zarówno kierunkowego (geograficznego), jak i nauczycielskiego, zmiany programów i planów studiów, wprowadzenie nowych specjalności oraz wprowadzenie w konsekwencji nowych, nieznanych dotąd rozwiązań organizacyjnych, wymusiła realizacja Deklaracji Bolońskiej. Te zmiany są dzisiaj wyraźnie zauważalne, zwiększyła się bowiem między innymi oferta edukacyjna dla studentów. Jakie będą efekty kształcenia za kilkanaście lat? Jakie kompetencje zostaną nabyte przez dzisiejszych studentów? Na tak postawione pytania nie jest łatwo udzielić obecnie jednoznacznej odpowiedzi.

W niniejszej publikacji zaprezentowano wyniki badań ankietowych przeprowadzonych wśród czynnych nauczycieli geografii krakowskich gimnazjów i liceów oraz studentów geografii – kandydatów na nauczycieli dotyczące wykształcenia kompetencji z zakresu problematyki społeczno-gospodarczej współczesnego świata. Zrozumienie zagadnień geografii społeczno-gospodarczej oraz nabycie kompetencji w tym obszarze wydaje się niezwykle ważne w kształceniu przyszłych geografów i nauczycieli geografii, pokazuje bowiem przemiany struktur społeczno-gospodarczych w ostatnich latach oraz możliwości działań innowacyjnych. Te innowacje powinny stać się impulsem do rozwijania postaw przedsiębiorczych, wzrostu aktywności i kreatywności wśród geografów.

Przedmiotem badań przeprowadzonych przez autora była ocena nabycia kompetencji nauczycieli geografii dokonana przez studentów geografii – kandydatów na nauczycieli.

Badania przeprowadzono z wykorzystaniem kwestionariusza ankiety, który zawierał zarówno pytania otwarte, jak i zamknięte. Szczegółową analizą i oceną nabycia kompetencji objęto czynnych nauczycieli geografii – opiekunów studenckich praktyk zawodowych w gimnazjach i szkołach ponadgimnazjalnych (głównie liceach ogólnokształcących). W badaniach wzięło udział ok. 100 nauczycieli geografii (2008–2009), absolwentów nauczycielskich studiów geograficznych, a oceniło ich 136 studentów geografii trzech różnych typów studiów.

Szczegółowe wyniki badań dotyczące nabycia kompetencji przedmiotowych z geografii oraz kompetencji dydaktycznych zaprezentowano w obszernej monografii W. Osucha (2010), ponadto wyniki nabycia wybranych kompetencji dydaktycznych oraz kompetencji w zakresie komunikacji interpersonalnej zaprezentowano w publikacji W. Osucha (2011a).

Kompetencje w obszarze struktur społeczno-gospodarczych a możliwości innowacyjności w ich kształtowaniu

Kompetencje dotyczące problematyki systemu społeczno-gospodarczego współczesnego świata obejmują trzynaście szczegółowych kompetencji (Osuch 2010). W niniejszej publikacji do analizy wykorzystano tylko niektóre ich przykłady.

Uzyskane w badaniach ankietowych wyniki nabycia kompetencji są zróżnicowane, szczególnie wśród nauczycieli, wśród których w prawie wszystkich przypadkach oceny bardzo dobre zdecydowanie dominują nad pozostałymi. Najlepsze wyniki wykształconych kompetencji wśród nauczycieli uzyskano w zakresie obliczania wskaźnika przyrostu naturalnego, salda migracji, przyrostu rzeczywistego oraz wskaźnika feminizacji (tab. 1) – ponad 90% ocen bardzo dobrych wśród nauczycieli gimnazjum oraz ponad 79% wśród nauczycieli liceum.

Tab. 1. Ocena nabycia wybranych kompetencji wśród nauczycieli i studentów geografii

Zakres wybranych kompetencji:	Ankietowane grupy	Ocena kompetencji w skali od 1 do 5									
		1		2		3		4		5	
		Lp.	%	Lp.	%	Lp.	%	Lp.	%	Lp.	%
1. konstruowanie i analizowanie piramidy płci i wieku ludności	nauczyciele gimnazjum	0	0	0	0	0	0	12	23,1	40	76,9
	nauczyciele liceum	0	0	0	0	2	4,2	14	29,2	32	66,7
	studenci stacjonarni (studia magisterskie)	0	0	1	1,25	8	10,0	24	30,0	47	58,75
	studenci podyplomowi	10	27,7	2	5,6	3	8,3	15	41,7	6	16,7
	studenci licencjatu	0	0	2	10,0	5	25,0	8	40,0	5	25,0

2. obliczanie wskaźnika przyrostu naturalnego, salda migracji, przyrostu rzeczywistego oraz wskaźnika feminizacji	nauczyciele gimnazjum	0	0	0	0	0	0	5	9,6	47	90,4
	nauczyciele liceum	0	0	0	0	0	0	10	20,8	38	79,2
	studenci stacjonarni (studia magisterskie)	0	0	0	0	7	8,75	24	30,0	49	61,25
	studenci podyplomowi	10	27,7	3	8,3	4	11,1	13	36,1	6	16,7
	studenci licencjatu	0	0	2	10,0	4	20,0	8	40,0	6	30,0
3. ocenianie skutków bezrobocia na świecie i w Polsce	nauczyciele gimnazjum	0	0	0	0	2	3,8	12	23,1	38	73,1
	nauczyciele liceum	0	0	0	0	3	6,3	18	37,5	27	56,2
	studenci stacjonarni (studia magisterskie)	0	0	0	0	6	7,5	36	45,0	38	47,5
	studenci podyplomowi	9	25,0	1	2,8	6	16,7	13	36,1	7	16,7
	studenci licencjatu	0	0	0	0	5	25,0	12	60,0	3	15,0
4. analizowanie powiązań funkcjonalno- przestrzennych zespołów miejskich	nauczyciele gimnazjum	0	0	0	0	2	3,8	16	30,8	34	65,4
	nauczyciele liceum	0	0	0	0	3	6,3	20	41,6	25	52,1
	studenci stacjonarni (studia magisterskie)	0	0	4	5,0	12	15,0	46	57,5	18	22,5
	studenci podyplomowi	9	25,0	2	5,6	5	13,8	15	41,6	5	13,9
	studenci licencjatu	0	0	0	0	6	30,0	12	60,0	2	10,0
5. zrozumienie i ocena współczesnych przemian zachodzących w przemyśle światowym	nauczyciele gimnazjum	0	0	0	0	4	7,7	30	57,7	18	34,6
	nauczyciele liceum	0	0	0	0	4	8,3	28	58,3	16	33,3
	studenci stacjonarni (studia magisterskie)	0	0	1	1,25	20	25,0	42	52,5	17	21,25
	studenci podyplomowi	5	13,8	3	8,3	12	33,3	13	36,1	3	8,3
	studenci licencjatu	0	0	2	10,0	12	60,0	6	30,0	0	0
6. logiczne argumentowanie przemawiające za lub przeciw procesom globalizacji	nauczyciele gimnazjum	1	1,9	1	1,9	10	19,2	18	34,6	22	42,3
	nauczyciele liceum	0	0	0	0	4	8,3	18	37,5	26	54,2
	studenci stacjonarni (studia magisterskie)	0	0	5	6,25	28	35,0	29	36,25	18	22,5
	studenci podyplomowi	5	13,8	4	11,1	6	16,7	18	50,0	3	8,3
	studenci licencjatu	0	0	3	15,0	10	50,0	7	35,0	0	0
7. prezentowanie ugrupowań integracyjnych na świecie. Konsekwencje procesu integracji	nauczyciele gimnazjum	0	0	2	3,8	6	11,5	16	30,8	28	53,8
	nauczyciele liceum	0	0	0	0	8	16,7	24	50,0	16	33,3
	studenci stacjonarni (studia magisterskie)	1	1,25	4	5,0	20	25,0	31	38,75	24	30,0
	studenci podyplomowi	7	19,4	7	19,4	3	8,3	16	44,4	3	8,3
	studenci licencjatu	4	20,0	5	25,0	7	35,0	4	20,0	0	0

Źródło: Osuch 2010, s. 256–259

Umiejętności w zakresie oceniania skutków bezrobocia na świecie i w Polsce nabyło w stopniu przynajmniej dobrym aż 96% nauczycieli gimnazjum, 94% nauczycieli liceum, 92% studentów studiów stacjonarnych, ale już znacznie mniej studentów studiów podyplomowych (tylko ok. 55%, przy aż 25% ocen niedostatecznych).

Zdecydowanie słabsze wyniki uzyskano w zakresie zrozumienia i oceny współczesnych przemian zachodzących w przemyśle światowym, gdzie prawie 58% nauczycieli gimnazjum zaznaczyło 4 pkt (ocena dobry) i prawie 8% tylko 3 pkt (ocena dostateczny), wśród nauczycieli liceum 58% nauczycieli zaznaczyło 4 pkt i 8% tylko 3 pkt. Wyniki studentów licencjatu oraz studentów studiów podyplomowych były znacznie niższe. Zagadnienia z geografii przemysłu od wielu lat sprawiają dużą trudność nauczycielom. Ta trudność wynika z bardzo szybkich przemian struktur gospodarczych, a także niełatwej analizy i oceny tych przemian w różnych aspektach. Należy pamiętać, że to co pozytywne dla gospodarki czy sytuacji ekonomicznej regionu lub kraju, nie zawsze jest oceniane pozytywnie przez społeczeństwo. Niełatwo także tłumaczyć procesy restrukturyzacji przemysłu, procesy prywatyzacji, jeśli są one kojarzone przez ludzi negatywnie, przyczyniają się do utraty wielu miejsc pracy, poczucia niepewności, procedury tych procesów są często niezrozumiałe dla obywateli, a dodatkowo sytuację „podgrzewają” niektóre media.

Najsłabiej zaś nauczyciele gimnazjum ocenili swoje kompetencje w zakresie logicznego argumentowania przemawiającego za lub przeciw procesom globalizacji, przy prawie 20% ocen dostatecznych (3 pkt), 35% ocen dobrych i tylko 42% ocen bardzo dobrych (prawie 4% to oceny poniżej 3 pkt). Dla porównania wśród nauczycieli liceum uzyskano wyniki przy prawie 9% ocen dostatecznych, 37% ocen dobrych i 54% ocen bardzo dobrych. Należy zwrócić uwagę, że procesy globalizacji dopiero w ostatnich latach są przedmiotem badań i analiz geografów społeczno-ekonomicznych na tak szeroką skalę, jak również występują w programach i podręcznikach geografii do liceum i gimnazjum. Te słabsze wyniki tłumaczyć należy skomplikowanymi nierzadko argumentami dla wyjaśnienia idei procesów globalizacji i nieznanych często do końca konsekwencjami ich działań.

Wśród studentów analizowanych typów studiów studenci stacjonarni uzyskali najlepsze wyniki. Studenci studiów podyplomowych uzyskali niższe wyniki w zakresie nabycia szeregu kompetencji systemu społeczno-gospodarczego współczesnego świata. Ograniczony do minimum program studiów podyplomowych z geografii nie sprzyja kształtowaniu tych kompetencji merytorycznych, a nie wszystkich czynnych nauczycieli interesują problemy współczesnego świata. Nie zawsze wybór kierunku studiów podyplomowych jest związany z zainteresowaniami nauczyciela. Często ten wybór ma ścisły związek z aktualną sytuacją kadrową w szkole i koniecznością szybkiego doksztalcenia się z przedmiotu, którego doraźnie, w danym czasie trzeba nauczać (Osuch 2011a). Problematyka kształtowania kompetencji, zwłaszcza przedmiotowych na studiach podyplomowych została omówiona w publikacji W. Osucha (2011b), w której dokonano krytycznej analizy i oceny osiągnięć studentów studiów podyplomowych. Ten typ studiów, pomimo spełnienia wymogów formalnych w zakresie realizacji odpowiedniej liczby godzin dydaktycznych w czasie trzech semestrów, a z drugiej strony z racji komercyjnego charakteru, wymaga nadal dokładnego przeanalizowania i przedyskutowania. Co więcej, prawdopodobnie potrzeba zmian, a może nawet innowacji,

w programie, planie i organizacji studiów podyplomowych, aby procentowy udział nabytych kompetencji przez studentów był znacznie wyższy. W praktyce jednak studenci studiów podyplomowych z geografii uzyskują wysokie oceny na egzaminach z przedmiotów kierunkowych, jednocześnie przyznając w anonimowych badaniach ankietowych, że nie nabyli wielu podstawowych kompetencji z geografii, w tym także z geografii społeczno-gospodarczej (Osuch 2011b). Przyznają także w wywiadach, że niezbyt interesują się problematyką społeczno-gospodarczą współczesnego świata i nie zawsze korzystają z dostępnych źródeł kształcenia geograficznego. Powszechnym problemem wśród studentów geografii – kandydatów na nauczycieli, a także czynnych nauczycieli geografii jest niedostateczne wykorzystanie literatury obcojęzycznej. Problem ten był przedmiotem krytycznej analizy w publikacji W. Osucha (2011a).

Istotną innowacją w tym zakresie byłoby skłonienie studentów do kontaktu z literaturą zagraniczną (zwłaszcza anglojęzyczną), poprzez wprowadzenie do nowych kart kursów przez nauczycieli akademickich publikacji obcojęzycznych jako uzupełniających lub nawet obowiązkowych. Z pewnością będzie to rozwiązanie korzystne dla obu stron (studentów i nauczycieli akademickich), bowiem zmotywuje nauczycieli do poszukiwań wartościowych publikacji zagranicznych i rozszerzenia pola badawczego, a studentów do poszerzenia własnych horyzontów myślowych.

Ponadto za godną uwagi należy uznać zmianę polegającą na wprowadzeniu przynajmniej minimalnego wymiaru praktyki zawodowej w szkole na studiach podyplomowych. Ten projekt chyba można nazwać innowacyjnym, ale z pewnością zmiana ta przyczyniłaby się do wzrostu nabycia kompetencji przedmiotowych z geografii oraz dydaktycznych w aspekcie dydaktyki geografii. Ponadto niektórzy dyrektorzy szkół przy zatrudnieniu nauczyciela po studiach podyplomowych zwracają uwagę na praktykę w szkole. W ostatnich latach pojawiały się pojedyncze co prawda przypadki odmówienia zatrudnienia takiego nauczyciela (pomimo spełnienia obowiązków formalnych i realizacji studiów podyplomowych).

Nabycie kompetencji w zakresie prezentowania ugrupowań integracyjnych na świecie oraz konsekwencji procesu integracji stanowi problem dla niektórych nauczycieli gimnazjum i dla studentów studiów podyplomowych. Prawie 12% nauczycieli gimnazjum zdobyło tę kompetencję tylko na ocenę dostateczną, prawie 4% na 2 pkt., prawie 31% na 4 pkt., wśród nauczycieli liceum 17% opanowało tę kompetencję tylko na ocenę dostateczną, 50% na 4 pkt. Przykład ten pokazuje kompetencje, których nauczyciele, zwłaszcza o dłuższym stażu pracy, nie mogli nabyć w czasie studiów geograficznych. We własnym zakresie musieli nabyć te kompetencje w czasie praktyki zawodowej w szkole.

Wśród studentów studiów stacjonarnych w zakresie kompetencji z geografii dotyczących systemu społeczno-gospodarczego współczesnego świata zaobserwowano także zdecydowaną przewagę ocen bardzo dobrych i dobrych w zdobyciu wszystkich kompetencji. Bardzo pozytywne wyniki pokazujące nabycie kompetencji uzyskano w zakresach:

- konstruowania i analizy piramidy płci i wieku ludności (aż 59% ocen bardzo dobrych i 30% ocen dobrych),

- obliczania wskaźnika przyrostu naturalnego, salda migracji, przyrostu rzeczywistego oraz wskaźnika feminizacji (ponad 61% ocen bardzo dobrych, 30% ocen dobrych),
- oceniania skutków bezrobocia na świecie i w Polsce (47% ocen bardzo dobrych i 45% ocena dobrych).

Nieco słabiej wypadły kompetencje w zakresach:

- oceny (negatywnej lub pozytywnej) procesów globalizacji (tylko 22% ocen bardzo dobrych, 36% dobrych i aż 35% dostatecznych i 6% dopuszczających),
- prezentowania ugrupowań integracyjnych na świecie i konsekwencjach procesu integracji (prawie 39% ocen dobrych, 25% dostatecznych i 5% dopuszczających).

Studenci studiów niestacjonarnych w nabyciu kompetencji z zakresu systemu społeczno-gospodarczego współczesnego świata uzyskali zdecydowanie niższe wyniki (o ok. 25–30 punktów procentowych) niż studenci studiów stacjonarnych, co w konsekwencji nieco „trudniejszych kompetencji” spowodowało brak ocen bardzo dobrych przy ich wykształceniu. Dotyczy to właśnie wykształcenia kompetencji w zakresie logicznego argumentowania za lub przeciw procesom globalizacji oraz konsekwencjom procesów integracyjnych.

Wybrane przykłady innowacji w edukacji

Innowacyjność – w powszechnym (codziennym) rozumieniu odbierana jako zdolność do rozwoju innowacyjnych produktów do dojrzałości rynkowej – wydaje się oczekiwaną przez wszystkich właściwością (Braun-Thürmann 2005). W edukacji dzieci i młodzieży na różnych poziomach kształcenia, dla różnych typów szkół przyjmuje się następującą definicję, uwarunkowaną rozporządzeniem. Innowacją pedagogiczną, zwaną dalej „innowacją”, prowadzoną w publicznych szkołach i placówkach, zwanych dalej „szkołami”, są nowatorskie rozwiązania programowe, organizacyjne lub metodyczne, mające na celu poprawę jakości pracy szkoły (Rozporządzenie Ministra Edukacji i Sportu z dnia 9 kwietnia 2002 r.). Uchwałę w sprawie wprowadzenia innowacji w szkole podejmuje rada pedagogiczna.

W języku potocznym innowacja kojarzona bywa z szeregiem terminów bliskoznacznych, takich jak: ulepszenie, usprawnienie, modernizacja, nowatorstwo, twórczość, rozwiązania niekonwencjonalne.

Przykładem poszukiwań elementów innowacyjności w edukacji jest m.in. program matury międzynarodowej z geografii i określenie warunków jego adaptacji do programów nauczania geografii w szkołach ponadgimnazjalnych w Polsce w celu poprawy jakości kształcenia geograficznego (Jaworska 2011). E. Jaworska (2011, s. 45) na podstawie przeprowadzonych badań ustaliła następujące innowacyjne aspekty kształcenia w programie matury międzynarodowej z geografii:

- uczniowie uczą się samodzielnej pracy badawczej,
- nauka języka specjalistycznego,
- stosowanie materiałów w języku docelowym, praca z materiałami źródłowymi,
- rozwijanie umiejętności przetwarzania danych i informacji za pomocą metod statystycznych i graficznych,
- autentyczna interakcja (aspekt komunikacyjny),
- krytyczne myślenie,

- praktyczne wykorzystanie wiedzy w badaniach terenowych,
- tematyka interesująca dla ucznia, koncentracja na wybranych przedmiotach.

Przykładowo w Krakowie w projekt matury międzynarodowej było zaangażowanych pięć szkół: I LO im. Nowodworskiego, III LO im. Jana Kochanowskiego, V LO im. Augusta Witkowskiego, XVI LO im. K.K. Baczyńskiego oraz Zespół Szkół Zawodowych Huty im. Tadeusza Sendzimira. Po prawie rocznym kursie 24 nauczycieli i 10 liderów uzyskało kwalifikacje do wprowadzania międzynarodowej matury w krakowskich szkołach. Niektóre z metod stosowanych w systemie matura międzynarodowa (*International Baccalaurate*) można zaadaptować w polskim systemie edukacji, co pokazuje powyższy przykład.

Kolejnym przykładem innowacji w edukacji ponadgimnazjalnej są programy innowacyjne zatwierdzone na początku tego roku przez Małopolskie Kuratorium Oświaty. Programy zostały przygotowane przez nauczycieli I LO im. B. Nowodworskiego w Krakowie (lecz jeszcze nie wdrożone): język angielski w mediach, język angielski w biznesie, język angielski prawniczy, kryminologia.

E-learning w edukacji

Przykładem zainteresowania przedmiotami matematyczno-przyrodniczymi w edukacji gimnazjalnej i licealnej jest możliwość nauczania hybrydowego (*blended learning*) z Młodzieżowej e-Akademii Nauk Matematyczno-Przyrodniczych w Krakowie. Projekt, realizowany w latach 2009–2011, obejmował 1200 uczniów gimnazjów oraz 600 uczniów szkół licealnych na terenie Gminy Miejskiej Kraków. Jego celem było utworzenie oryginalnych i nowoczesnych kół e-learningowych będących alternatywą wobec popularnych zajęć o charakterze pozanaukowym, a także:

- zaznajomienie uczniów z edukacyjnymi programami komputerowymi oraz ich zastosowaniem;
- rozbudzanie u uczniów motywacji do podejmowania nauki w klasach o profilach matematyczno-przyrodniczych oraz studiów na kierunkach ścisłych;
- uzyskanie przez uczniów europejskiego certyfikatu ECDL,
- upowszechnienie nowoczesnych metod nauczania z wykorzystaniem platformy e-learningowej.

Zaprezentowany przykład innowacji w edukacji szkolnej stanowi przykład wielkiej kreatywności i aktywności autorów projektu, metodologów, nauczycieli-instruktorów przedmiotów matematyczno-przyrodniczych (matematyki, informatyki, fizyki, chemii, biologii i geografii), ekspertów z tych przedmiotów oraz e-learningu. Projekt ten z pewnością spełnił zakładane cele i postawione zadania, rozwijając zainteresowania uczniów w zakresie dyscyplin matematyczno-przyrodniczych jak i samej metody e-learningu. Z pewnością przyczynił się do nabycia większej ilości kompetencji oraz ich przećwiczenia. Pomimo ogromnych nakładów finansowych wynikających z przygotowania i realizacji nauczania metodą e-learningu, metoda ta jest wartościowym uzupełnieniem tradycyjnych metod nauczania i dostępnych środków dydaktycznych. W polskich realiach prawdopodobnie nie będzie stosowana na szerszą skalę, ze względu właśnie na duże koszty, a także „opór” dużej części wykładowców i nauczycieli.

Kompetencje a rynek pracy – propozycje innowacyjności w kształceniu nauczycieli

W ostatnich latach, szczególnie w krajach Europy Zachodniej, podejmowane są badania dotyczące losów zawodowych absolwentów studiów wyższych, w tym studiów geograficznych. D. Piróg (2010) dokonała przeglądu wyników badań dostosowania szkolnictwa do rynku pracy, badania losów zawodowych absolwentów, poziomu jakości kształcenia akademickiego pod kątem rynku pracy i oczekiwań pracodawców wobec absolwentów – kandydatów do pracy. Od absolwentów wyższych uczelni oczekuje się: „[...] profesjonalizmu we własnej dziedzinie, myślenia analitycznego, umiejętności kierowania grupą, znajomości dziedzin pokrewnych, zdolności szybkiego uczenia się, umiejętności efektywnego negocjowania, umiejętności obsługi komputera, innowacyjności, otwartości” (Piróg 2010, s. 75).

W kolejnej publikacji D. Piróg (2011a) przedstawiła różnice w konstrukcji programów studiów w ujęciu tradycyjnym i nowoczesnym. Nowością, a zapewne także innowacją będzie koncepcja skupiona wokół przyszłych efektów kształcenia. Efekty kształcenia po przeprowadzonej analizie potrzeb i wymagań standardów kształcenia, specyfiki uczelni i rynku pracy powinny stać się elastycznym zestawem przedmiotów (kursów), które w miarę potrzeb mogą być modyfikowane albo eliminowane z oferty programowej (Piróg 2011a, s. 27). Istotną rolę w przyszłej weryfikacji programów studiów może spełniać audyt. D. Piróg (2011a) podaje przykłady zastosowania audytu na potrzeby zarówno weryfikacji aktualnych programów studiów, jak i ich dostosowania do potrzeb rynku pracy w Wielkiej Brytanii. Do tego celu posługuje się kwestionariuszem ankiety pod kątem rynku pracy (Gedye, Chalkley 2006).

Dotychczas bardzo słabym ogniwem w polskiej edukacji akademickiej było badanie losów absolwentów studiów na rynku pracy. Tylko niektóre wyższe uczelnie w Polsce w sposób kompleksowy interesowały się losem swoich absolwentów na rynku pracy. Przykładem mogą być badania ankietowe przeprowadzone wśród absolwentów Szkoły Głównej Handlowej w Warszawie (Michniewicz 2001). Wśród geografów czeskich takie badania były prowadzone od wielu lat, np. w Uniwersytecie Masaryka w Brnie. Współcześnie zdania na temat prowadzenia badań dotyczących losów absolwentów na szeroką skalę są podzielone, chociaż wydają się być potrzebne, a nawet konieczne, dotyczy bowiem mogą ważnych relacji pomiędzy zapotrzebowaniem pracodawców na konkretne kompetencje absolwentów wyższych uczelni, jakością kształcenia studentów a sytuacją na rynku pracy. Na przykład, podejmowane były badania zapotrzebowania na określone kompetencje, będące efektem geograficznej edukacji akademickiej na skalę europejską (Donert, Charzyński, Podgórski 2007). Badania pokazują też różne kierunki podejścia do studiów i pracy zawodowej, np. studia dla pasji (to sytuacja idealna), a wyposażenie w liczne kompetencje merytoryczne i formalne stanowi wystarczający wkład w uczelni w przygotowanie absolwenta do rynku pracy. Zatrudnienie traktowane jest nie jako cel studiowania, tym bowiem zajmują się szkoły zawodowe, ale jako jeden z jego efektów i jest zadaniem, które leży w gestii absolwenta wyposażonego w zestaw kompetencji (Heron, Le Hathaway 2000, Owen 2001). Wśród geografów można spotkać wielu zwolenników takiej interpretacji celu studiów.

D. Piróg (2011b) dokonała analizy i oceny oferowanych przez wydziały i instytuty geografii w Polsce specjalności w aspekcie zmieniającego się rynku pracy.

W 2009 roku oferowano aż 68 różnych specjalności dla geografów. Autorka przyjęła kryteria i wydzieliła pięć modeli kształcenia geografów w Polsce. Nie bez znaczenia, przy tak dużej liczbie studentów na kierunku geografia jest też panująca swoista moda na studiowanie konkretnych specjalności, a nie tylko rozwijanie zainteresowań i pasji studentów. J. Paśko (2008) potwierdza tezę, że akademicki charakter kształcenia studentów nie może wyłącznie dotyczyć konkurencyjności na rynku pracy. Konieczne jest wyposażenie studenta w wiedzę ogólną i przygotowanie do pracy badawczej. D. Piróg (2011b) podkreśla, że słabą stroną kształcenia geografów jest brak szerszych badań wymagań rynku pracy wobec przyszłych absolwentów studiów i szybka aktualizacja i modyfikacja programu studiów dla zwiększenia zatrudnienia w wybranej przez siebie specjalności. Przykłady badań dotyczących relacji pomiędzy programami studiów, nabytymi kompetencjami a sytuacją absolwentów na rynku pracy w polskich warunkach edukacyjnych należy uznać za dużą innowację. Należy mieć nadzieję, że badania te i ich wyniki przyczynią się do wzrostu konkurencyjności absolwentów różnych kierunków i specjalności studiów na rynku pracy.

O zmianach kierunków kształcenia akademickiego w Polsce w ostatnich latach pisała m.in. M. Borowiec (2011), pokazując szczegółowo zmiany w strukturze kształcenia i liczbie studentów według kierunków studiów. Dużą innowacją Ministerstwa Nauki i Szkolnictwa Wyższego jest rządowy program dofinansowania kształcenia studentów w dziedzinach kluczowych dla rozwoju gospodarki: matematycznych, technicznych i przyrodniczych. Absolwenci tych specjalności studiów, według analiz MNiSW, będą poszukiwani na rynku pracy.

Innowacyjne modele kształcenia nauczycieli

Kolejnym przykładem innowacji w kształceniu przyszłych nauczycieli geografii, podstaw przedsiębiorczości i przyrody może być „refleksyjna praktyka”. To przykład jednej z koncepcji kształcenia nauczycieli, według której można ukierunkować studentów -kandydatów na nauczycieli na realizację praktyk zawodowych w szkole oraz regionalnych ćwiczeń terenowych.

Zamierzonym wynikiem kształcenia nauczycieli ma być umiejętność nauczania, a nie tylko wiedza o nauczaniu. Ponieważ kształcenie nauczycieli ma owocować nabyciem umiejętności nauczania, doświadczenie praktyczne staje się kwestią kluczową. Według A.T. Pearsona (1994) dzięki praktyce nabiera się większej świadomości własnych działań i zwiększa się posiadaną wiedzę na temat wykonywanego działania. Dla nauczania potrzeba więcej niż tylko doświadczenia praktycznego, potrzeba „refleksyjnego praktycznego doświadczenia”. Doświadczenie praktyczne staje się refleksyjne wtedy, gdy człowiek, który je przeżył, rozpoczyna modyfikację zamiarów i przekonań. Dostarczając przyszłym nauczycielom praktycznego doświadczenia wymagającego refleksji, dajemy im możliwość nauczania się modyfikowania zamiarów i przekonań. Konieczność modyfikowania zamiarów i przekonań jest w nauczaniu nieuchronna. Należy jednak zwrócić uwagę, że nie każde doświadczenie wywołuje refleksję, dlatego A.T. Pearson (1994) proponuje dostarczać studentom okazji do refleksyjnych doświadczeń praktycznych, a także nauczyć ich korzystania z tych doświadczeń. Studenci mają okazję zaobserwowania unikalnych i często nieprzewidywalnych sytuacji edukacyjnych. Ważne, aby spostrzeżenia

zostały poddane określonej refleksji (Gołębniak 1998). Należy pamiętać, że pobyt studentów w szkole to także okazja do wdrażania w realnych warunkach szkolnych ich własnych pomysłów edukacyjnych, często w atmosferze przyzwolenia na próby, a nawet błędy. Według B. Grzegorzcyk (2008) wiedza teoretyczna, w którą wyposażają nauczyciela uczelnie, jest mało przydatna studentowi, jeśli nie ma on możliwości wykorzystania jej w praktycznym działaniu. Stąd tak doniosłe znaczenie mają praktyki w kształceniu studentów.

Ciekawe wydaje się pytanie H. Kwiatkowskiej (2008, s. 168): czy korzystnie jest, jeśli podstawę teoretyczną pracy nauczyciela stanowi teoria, którą tworzą uczeni w uczelniach, bowiem badaczami nauczycielskiej praktyki bywają pracownicy akademicki, którzy niewiele wspólnego mają z nauczaniem, a szkołę znają z czasu, kiedy do niej uczęszczali? Niestety zbyt wielu nauczycieli akademickich prezentuje dokładnie takie podejście do szkoły i zawodu nauczycielskiego. Niepokojącym zjawiskiem wydaje się przekonanie wielu nauczycieli akademickich, prowadzących zajęcia z przedmiotów kierunkowych na studiach nauczycielskich, że dydaktyka przedmiotowa właściwie sprowadza się do nauczania studenta napisania poprawnego konspektu lekcji. Ponadto posiadane najczęściej epizodyczne doświadczenia (raczej przygody) z dydaktyką, polegające na współautorstwie podręcznika szkolnego, często prowadzą do wyjątkowego spłycenia roli dydaktyki w procesie edukacyjnym (Osuch 2008).

Studiowanie powinno być szansą na indywidualny i wszechstronny rozwój osobowości, zaspokojenie potrzeb intelektualnych, rozwijanie zainteresowań, nabywanie umiejętności oraz kreowanie wizerunku własnej osoby, ponieważ współczesna szkoła wyższa nie może być miejscem jedynie zdobywania wiedzy (Grzegorzcyk 2008). Twórczy rozwój nauczyciela, bycie twórczym, oznacza zmianę, a także gotowość do tworzenia i podejmowania działań, także innowacyjnych. Nauczyciele są często świadomi, czego im brakuje w kwalifikacjach, praca ich nie polega na wykonywaniu rzeczy powtarzalnych, przeciwnie, są to czynności złożone, często problemowe. Problemem jest niska świadomość osób kończących studia o pracy zawodowej – często idealizują zawód, traktowany jak misję (wystarczy lubić dzieci, żeby go uprawiać). Niestety podobnie widzą zawód nauczycielski studenci studiów nauczycielskich w zagranicznych uczelniach. Autor publikacji przeprowadzając wywiady z nauczycielami akademickimi w Austrii i w Niemczech dostrzegł wiele podobieństw do poglądów H. Kwiatkowskiej (2008). Kwalifikacje nauczycielskie nie mają postaci finalnej, są w ustawicznym ruchu, są zmieniane, uzupełniane, korygowane. Zatem edukacja wstępna powinna być bardziej metodologiczna (kształtowanie świadomości metody naukowej w szkolnym poznaniu) niż metodyczna (stosowanie poznanych metod czy technik), a kształcenie wstępne nauczycieli (studia) powinno być bardziej zorientowane na badanie własnej praktyki, a nie na wiedzę i wyćwiczenie podstawowych umiejętności (Kwiatkowska 2008).

Praktyka może inspirować edukację nauczycielską. Obserwowanie nauczycieli i uczniów, połączone z próbą własnego działania, może stanowić dobrą bazę do samodzielnego dochodzenia do tego, jakich kompetencji potrzebuje, a także uświadczenia sobie znaczenia teorii dla efektywnej praktyki.

Współcześnie podkreśla się coraz częściej związek innowacji z kreatywnością, jest ona bowiem wynikiem kreatywności. Ponadto kreatywność i przedsiębiorczość postrzegane są nierozłącznie (Von Wissel 2010). Według J. Kunikowskiego (2009)

głównym celem doskonalenia zawodowego nauczycieli jest rozwijanie ich wiedzy i kompetencji, do których, m.in. zalicza:

- kreatywne, wynikające z zamiłowania i motywacji do zawodu i zawierające innowacyjność działań oraz umiejętność samodoskonalenia,
- komunikacyjne, dotyczące możliwości wykorzystania wiedzy i umiejętności w sytuacjach edukacyjnych.

Według Rozporządzenia MENiS z dnia 7 września 2004 r. (poz. 2110) w sprawie standardów kształcenia przygotowanie do zawodu nauczyciela powinno prowadzić do nabycia kompetencji w następujących zakresach:

- dydaktycznym,
- wychowawczym i społecznym – związanym z umiejętnością rozpoznawania potrzeb ucznia oraz zdolnością do współpracy w różnorodnych relacjach międzyludzkich,
- kreatywnym – wyrażającym się zdolnością do samokształcenia, innowacyjnością i niestandardowością działań w powiązaniu ze zdolnościami,
- prakseologicznym – wyrażającym się skutecznością w planowaniu, realizacji, organizowaniu, kontroli i ocenie procesów edukacyjnych,
- komunikacyjnym – wyrażającym się skutecznością zachowań werbalnych i pozawerbalnych w sytuacjach edukacyjnych,
- informacyjno-medialnym – wyrażającym się umiejętnością korzystania z technologii informacyjnych i komunikacyjnych oraz ich stosowania w nauczaniu,
- językowym – wyrażającym się znajomością co najmniej jednego języka obcego w stopniu zaawansowanym.

Kompetencje miękkie przydatne są na każdym stanowisku pracy i mogą być czynnikiem, który zadecyduje o sukcesie w rozwoju zawodowym. W ofertach pracy kompetencje miękkie są często wymieniane i przedstawiane pod postacią cech osobowości, takich jak: kreatywność, odpowiedzialność, samodzielność, rozpoznawanie swoich mocnych i słabych stron, wysoka motywacja, odporność na stres, innowacyjność (Osiński 2010).

Współcześnie sposób nawiązywania kontaktów, prowadzenia dyskusji, negocjacji, a także treści przesyłanych komunikatów i sposób ich odbierania decyduje o sukcesach lub porażkach nie tylko zawodowych, ale i osobistych. Umiejętności komunikacyjnych nie sposób nauczyć się w krótkim czasie, dlatego ważne jest permanentne ich doskonalenie w toku edukacji czy treningów kompetencji.

Szczegółowe wyniki badań ankietowych nauczycieli geografii oraz studentów w zakresie wybranych kompetencji komunikacyjnych zostały zaprezentowane w publikacji W. Osuch (2011a). Należy zwrócić uwagę, że kształtowanie kompetencji komunikacyjnych do niedawna było uważane za innowację w kształceniu przyszłych nauczycieli, gdyż wcześniej świadomie lub nieświadomie pomijano je w edukacji nauczycieli, uznając z jednej strony za oczywiste, a z drugiej skupiając się na innych aspektach kształcenia, np. kompetencjach przedmiotowych.

Innowacyjność w aspekcie wprowadzania nowych specjalności studiów i kreowania sylwetki absolwenta

Innowacją w kształceniu nauczycieli geografii w Wyższej Szkole Pedagogicznej w Krakowie było wypracowanie sylwetki absolwenta kierunku już w latach 80.

XX w. W ramach programu „Unowocześnienie procesu dydaktycznego – model dydaktyk szczegółowych” (koordynator B. Niemierko) opublikowano w pracy Z. Ziolo (1987) sylwetkę i związany z nią program studiów nauczycielskich na kierunku geografia, który był z biegiem lat systematycznie uaktualniany w celu dostosowania go do zmieniających się uwarunkowań gospodarczych. W świetle wyzwań, jakie stawia przed pracownikami oświaty współczesny rynek pracy, podjęto także realizację nowych specjalności związanych z przygotowaniem nauczycieli do nauczania nowych przedmiotów, które pojawiły się w systemie szkolnym w związku z jego reformami, np. przyrody czy podstaw przedsiębiorczości (Rachwał 2008). Doprowadziło to do wypracowania wysokiej jakości modelu kształcenia nauczycieli w ramach pięcioletnich studiów magisterskich, co potwierdzone zostało na rynku pracy, gdyż większość absolwentów tych studiów bez problemu znajdowała pracę w swoim zawodzie w szkołach południowo-wschodniej Polski.

Aktualnie (według oferty na rok 2011/2012) w Instytucie Geografii Uniwersytetu Pedagogicznego ze względu na duże możliwości kadrowe zdecydowano o uruchomieniu 3 specjalności nauczycielskich na studiach I jak i II stopnia, przygotowujących przyszłych nauczycieli geografii w zależności od wybranej specjalności do nauczania także przyrody, podstaw przedsiębiorczości lub wiedzy o społeczeństwie. Są to jednak przedmioty związane bezpośrednio z poszczególnymi subdyscyplinami geografii (w pierwszym przypadku z geografią fizyczną, w dwóch pozostałych z geografią społeczno-ekonomiczną).

Wprowadzenie nowych specjalności jest z pewnością innowacją w kształceniu przyszłych nauczycieli, daje bowiem możliwość nauczania dodatkowego przedmiotu w edukacji szkolnej a tym samym zwiększa konkurencyjność absolwentów na rynku pracy. Z drugiej strony, ze względu na konieczność utrzymania wysokiej jakości kształcenia, przy ograniczeniach związanych z możliwością obciążania studentów dodatkowymi godzinami zajęć, uznano za niecelowe łączenie geografii z przedmiotami bardziej odległymi pod względem treściowym (np. historią czy matematyką). Jednocześnie w praktyce wyklucza się możliwość rozpoczęcia studiów nauczycielskich na poziomie magisterskim bez przygotowania nauczycielskiego na danym kierunku. Nie do końca jest to być może zgodne z duchem Deklaracji Bolońskiej, ale trudno sobie wyobrazić np. absolwenta studiów matematyczno-informatycznych czy biologiczno-chemicznych, który podejmuje studia II stopnia na kierunku geografia z podstawami przedsiębiorczości i w ten sposób zdobywa uprawnienia do nauczania czterech przedmiotów w ciągu 5 lat studiów, co w obecnych uwarunkowaniach prawnych nie jest teoretycznie zabronione. Ponadto oprócz zajęć teoretycznych w uczelni, w programie studiów są praktyki zawodowe w szkole, które należy realizować w określonym wymiarze i terminach. Rozsądek, wynikający z konieczności utrzymania wysokiej jakości kształcenia i rzetelnego przygotowania nauczycieli, powoduje, że na specjalności nauczycielskie na kierunku geografia na studiach II stopnia przyjmowani są absolwenci studiów nauczycielskich I stopnia na tym kierunku lub takie osoby, które oprócz ukończenia studiów nienauczycielskich na kierunku geografia zdobyły uprawnienia pedagogiczne (np. w ramach studiów podyplomowych) (Osuch, Rachwał 2011).

W Katedrze Geografii Wydziału Przyrodniczego w Uniwersytecie Palackiego w Ołomuńcu możliwe są do wyboru trzy specjalności w zakresie studiów pierwszego stopnia (bakalářské): geografia, geografia regionalna, geografia z geoinformatyką.

Studiami o specjalności nauczycielskiej są jedynie studia geograficzne (geografia), na której student dokonuje wyboru drugiej specjalności – kolejnego przedmiotu nauczania szkolnego. Aktualnie student ma możliwość wyboru: historii, biologii, chemii, fizyki, matematyki, techniki, a nawet języka angielskiego (<http://geography.upol.cz/so-mgr-ucitelstvi-geografie>). Wybór drugiej specjalności nauczycielskiej jest więc zdecydowanie większy, a ograniczony praktycznie do przedmiotu nauczania, który występuje w szkole. Przykład ten wydaje się być interesujący dla studentów i ich zainteresowań i pasji.

Ciekawym rozwiązaniem na studiach magisterskich w Ołomuńcu jest możliwość (a właściwie konieczność) wyboru dydaktyki geografii w zakresie nauczycielskiej specjalności. Studenci wybierający specjalność nauczycielską na studiach geograficznych w Uniwersytecie Pedagogicznym w Krakowie wykazują większą motywację do pracy w szkole od studentów studiów pięcioletnich magisterskich. Ponadto znając lokalny rynek pracy w szkołach, są w stanie przewidzieć sytuację zapotrzebowania na nauczycieli konkretnych przedmiotów w środowisko lokalnym, dokonując konsultacji z przedstawicielami władz lokalnych i dyrektorami szkół. Większą innowacją w niedalekiej przyszłości powinna być zatem próba poszerzenia oferty drugiej specjalności nauczycielskiej, a także zmiana dotycząca minimalnej liczby chętnych na drugą specjalność (nawet do kilku studentów).

Innowacją w kształceniu geografów byłoby z pewnością wykorzystanie niektórych rozwiązań uczelni czeskich, gdzie współcześnie młodzież coraz bardziej świadomie wybiera kierunek studiów w trosce o swoją przyszłą karierę zawodową. Istotną rolą jest zatem tworzenie specjalności odpowiadających potrzebom współczesnego rynku pracy oraz dokładny opis sylwetki absolwenta kierunku oraz jego kompetencji, skonsultowany wcześniej z przedstawicielami władz regionalnych i lokalnych rynków pracy

Przykładowo absolwenci tradycyjnego kierunku i specjalności „geografia regionalna” Uniwersytetu Palackiego w Ołomuńcu nierzadko znajdują zatrudnienie:

- w departamentach rządowych lub jednostkach administracyjnych na szczeblu miejskim, regionalnym i centralnym (wydziały rozwoju regionalnego, środowiska, działy planowania przestrzennego, itp.);
- w agencjach planowania przestrzennego, przy tworzeniu planów strategicznych i w usługach związanych z planowaniem przestrzennym (stanowiska analityków, projektantów i kierowników projektów);
- w instytutach naukowych, uniwersytetach, krajowych i międzynarodowych instytucjach i organizacjach skoncentrowanych na kwestiach regionalnych, społecznych, gospodarczych i środowiskowych oraz zagadnieniach przestrzennych (<http://geography.upol.cz/so-mgr-regionalni-geografie>).

Absolwenci kierunku „Geografia Europy Środkowej” Uniwersytetu Jana Ewangelisty w Usti nad Łabą znajdują zatrudnienie:

- w administracji publicznej, gospodarczej i badaniach terenowych dla agencji rządowych, izb handlowych, związków zawodowych;
- przy projektach rozwoju regionalnego i planowania przestrzennego oraz stosunków międzynarodowych (w dziedzinie współpracy międzynarodowej i transgranicznej);
- w sektorze usług, zwłaszcza turystycznych (<http://sci.ujep.cz/bakalarske-studium.html>) (Osuch 2012)).

Pomimo niewielkiego wyboru specjalności nienauczycielskich, a także zachowania dość tradycyjnych specjalności geografii regionalnej, absolwenci tych studiów znajdują zatrudnienie w konkretnych firmach i instytucjach, wymienionych nawet w sylwetce absolwenta studiów. Warunkiem uzyskania zatrudnienia jest nabycie dodatkowych kompetencji, zwłaszcza komunikacyjnych, w zakresie posługiwania się technologiami informacyjnymi, a w szczególności programami komputerowymi i GIS-em.

Źródłem sukcesu zawodowego czeskich absolwentów geografii są lepsze warunki stworzone do nabycia różnorodnych kompetencji, zwłaszcza kompetencji komunikacyjnych, w zakresie technologii informacyjnych i informatycznych. Niewątpliwym atutem jest też stan czeskiej gospodarki i niższa stopa bezrobocia. Niektóre rozwiązania zaprezentowane w publikacji można by zastosować w kształceniu polskich geografów i nauczycieli geografii, a wprowadzane zmiany okażą się innowacyjne w stosunku do aktualnych rozwiązań.

Literatura

- Borowiec M., 2011, *Zmiany kierunków kształcenia akademickiego w Polsce*, [w:] *Przemiany struktur lokalnych i regionalnych sektora usług w latach kryzysu gospodarczego*, red. Z. Zioło, T. Rachwał, Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego, nr 18, Warszawa–Kraków, s. 9–22
- Braun-Thürmann H., 2005, *Innovation*, Bielefeld [transcript]
- Donert K., Charzyński P., Podgórski Z. (red.), 2007, *Teaching in and about Europe Geography in European higher education*, Toruń, Herodot Network
- Gedye S., Chalkley B., 2006, *Employability within geography, earth and environmental at science*, GEES, University of Plymouth
- Gołębiak B. D., 1998, *Zmiany edukacji nauczycieli*, Wyd. Edytor s.c., Toruń
- Grzegorzczak B., 2008, *Uwarunkowania i możliwości kształcenia twórczych postaw do własnego rozwoju w akademickiej edukacji nauczycieli*, [w:] *Dylematy edukacyjne współczesnego człowieka a jakość kształcenia w szkole*, red. B. Sitarska, R. Droba, K. Jankowski, Wyd. Akademii Podlaskiej, Siedlce, s. 211–218
- Heron R., Le Hathaway J.T., 2000, *An international perspective on developing skills through geography programmes for employability and life: narratives from New Zealand and the United States*, Journal of Geography in Higher Education, 24, nr 2, s. 271–276
- Jaworska E., 2011, *Innowacyjne elementy programu międzynarodowej matury z geografii*, [w:] *Efekty kształcenia geograficznego na różnych poziomach edukacji*, red. M. Tracz, E. Szkurłat, Prace Komisji Edukacji Geograficznej Polskiego Towarzystwa Geograficznego, t. 1, Warszawa–Kraków, Poligrafia Inspektoratu Towarzystwa Salezjańskiego, Kraków, s. 36–45
- Kwiatkowska H., 2008, *Pedeutologia*, Wyd. Akademickie i Profesjonalne, Warszawa
- Kunikowski J., 2009, *Zawód współczesnego nauczyciela*, [w:] *Wiedza, umiejętności, postawy a jakość kształcenia w szkole wyższej*, red. B. Sitarska, R. Droba, K. Jankowski, Wyd. Akademii Podlaskiej, Siedlce, 171–177
- Minkiewicz B., 2001, *Analiza ścieżek edukacyjnych i zawodowych absolwentów* [w:] *Biogramy edukacyjne*, red. B. Minkiewicz, T. Szapiro, Ośrodek Wydawniczo-Poligraficzny SIMP – Hanna Bicz, Warszawa

- Osiński Z., 2010, *Kompetencje miękkie absolwenta humanistycznych studiów wyższych a metody prowadzenia zajęć*, [w:] *Studia wyższe z perspektywy rynku pracy*, red. B. Sitarska, K. Jankowski, R. Droba, Wydawnictwo Akademii Podlaskiej, Siedlce, s. 57–66
- Osuch W., 2008, *Kształcenie nauczycieli geografii w nowym systemie studiów w świetle założeń Deklaracji Bolońskiej (w wybranych ośrodkach akademickich w Polsce)*, [w:] *Geografia we współczesnym systemie kształcenia*, red. R. Wiśniewski, W. Gierańczyk, Dokumentacja Geograficzna, nr 38, Warszawa, s. 89–96
- Osuch, W., 2010, *Kompetencje nauczycieli geografii oraz studentów geografii – kandydatów na nauczycieli*, Prace Monograficzne nr 570, Wyd. Uniwersytetu Pedagogicznego w Krakowie, Kraków
- Osuch W., 2011a, *Kompetencje w zakresie komunikacji interpersonalnej w dobie postępujących procesów globalizacji*, [w:] *Przedsiębiorczość w warunkach globalizacji*, red. Z. Ziolo, T. Rachwał, *Przedsiębiorczość – Edukacja*, nr 7, Warszawa–Kraków, s. 333–346
- Osuch W., 2011b, *Efektywność akademickiego kształcenia kompetencji na studiach podyplomowych z geografii*, [w:] *Efekty kształcenia geograficznego na różnych poziomach edukacji*, red. M. Tracz, E. Szkurłat, Prace Komisji Edukacji Geograficznej Polskiego Towarzystwa Geograficznego, t. 1, Poligrafia Inspektoratu Towarzystwa Salezjańskiego, Kraków, s. 162–170
- Osuch W., 2012, *Sylwetka absolwenta nauczycielskich studiów a jego kompetencje (studium porównawcze)*, [w:] *Wybrane problemy akademickiej i szkolnej edukacji geograficznej*, red. Z. Podgórski, E. Szkurłat, Prace Komisji Edukacji Geograficznej Polskiego Towarzystwa Geograficznego, t. 2, Łódź–Toruń, s. 171–192
- Osuch W., Rachwał T., 2011, *Studia dwustopniowe na kierunku geografia a jakość kształcenia (na przykładzie Uniwersytetu Pedagogicznego w Krakowie)*, [w:] *Jakość kształcenia w szkole wyższej wobec współczesności*, red. B. Sitarska, K. Jankowski, R. Droba, Wydawnictwo Uniwersytetu Przyrodniczo-Humanistycznego w Siedlcach, Siedlce, s. 35–46
- Owen E., 2001, *What skills do employers need?*, *Journal of Geography in Higher Education*, 25, nr 1, s. 121–126
- Paśko J. R., 2008, *Kształcenie dla przyjemności czy dla potrzeb*, [w:] *Dylematy edukacyjne współczesnego człowieka a jakość kształcenia w szkole*, red. B. Sitarska, R. Droba, K. Jankowski, Wydawnictwo Akademii Podlaskiej, Siedlce, s. 293–299
- Piróg D., 2010, *Studia wyższe a rynek pracy w Polsce – zarys stanu badań*, [w:] *Studia wyższe z perspektywy rynku pracy*, red. B. Sitarska, R. Droba, K. Jankowski, Wydawnictwo Akademii Podlaskiej, Siedlce, 67–80
- Piróg D., 2011a, *Usługi edukacyjne na poziomie akademickim w kontekście wymagań rynku pracy*, [w:] *Przemiany struktur lokalnych i regionalnych sektora usług w latach kryzysu gospodarczego*, red. Z. Ziolo, T. Rachwał, Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego, nr 18, Warszawa–Kraków, s. 23–36
- Piróg D., 2011b, *Rodzaje specjalności w geograficznym kształceniu akademickim*, [w:] *Efekty kształcenia geograficznego na różnych poziomach edukacji*, red. M. Tracz, E. Szkurłat, Prace Komisji Edukacji Geograficznej Polskiego Towarzystwa Geograficznego, t. 1, Poligrafia Inspektoratu Towarzystwa Salezjańskiego, Kraków, s. 139–146
- Pearson A.T., 1994, *Nauczyciel. Teoria i praktyka w kształceniu nauczycieli*, WSiP, Warszawa
- Rachwał T., 2008, *Współczesne tendencje na rynku pracy a oferta kształcenia Instytutu Geografii*, [w:] *Działalność naukowo-dydaktyczna Instytutu Geografii Akademii Pedagogicznej w Krakowie w 2007 roku*, red. T. Rachwał, Instytut Geografii Akademii Pedagogicznej w Krakowie, Kraków, s. 17–26.

Rozporządzenie Ministra Edukacji i Sportu z dnia 9 kwietnia 2002 r. w sprawie warunków prowadzenia działalności innowacyjnej i eksperymentalnej przez publiczne szkoły i placówki (Dz.U. 2002 r., nr 56, poz. 506)

Rozporządzenie Ministra Edukacji Narodowej i Sportu z dnia 7 września 2004 r. w sprawie standardów kształcenia nauczycieli. Dz.U. 2004 nr 207, poz. 2110.

Wissel von C, 2010, *Szkoły wyższe w roku kreatywności*, [w:] *Innowacje w edukacji akademickiej. Szkolnictwo wyższe w procesie zmiany*, red. J. Piekarski, D. Urbaniak-Zajac, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź, s. 77–91

Zioło Z., 1987, *Sylwetka nauczyciela geografii, absolwenta wyższej szkoły pedagogicznej*, Materiały i Sprawozdania, z. 14, Wydawnictwo Naukowe WSP, Kraków 1987, s. 65–70

Strony internetowe:

<http://geography.upol.cz/so-mgr-ucitelstvi-geografie>

<http://geography.upol.cz/so-mgr-regionalni-geografie>

<http://sci.ujep.cz/bakalarske-studium.html>

Evaluation of subject specific competence in socioeconomic geography and selected aspects of innovation in teacher's education and training

Abstract

Although Poland has gone through a period of many various trials regarding the introduction of different changes in the educational system (involving everything from types of schools, through levels of teaching, changes in curricula for each school subject, syllabuses and textbooks, to the modification of teaching aims and content for each subject), very little, in fact, has been done to promote the necessary remodelling of work that would ensure the shaping of a truly modern teacher.

The author of this article has been conducting research on the development of subject specific and didactic competence of geography teacher trainees for over ten years. Personal and interpersonal competencies of graduates of higher education significantly affect their chances on the labour market. A profile of the graduate should also help potential employers choose competent employees. Information provided in the profile of the graduate enables employers to check whether during the course of studies the potential employee developed the desired skills.

The author of this paper believes that acquisition of the appropriate competences by geography students – candidates for teachers – constitutes the most important element of professional training of future teachers, including geography teachers.

The subject of the research presented in this paper is the evaluation of professional competence in the field of the socioeconomic system of the contemporary world. Research in this area should successfully contribute to the optimization of the teacher-training process, including geography teacher-training, and to the development of an effective and efficient model of teacher-training and competence acquisition.

dr hab. Wiktor Osuch

Uniwersytet Pedagogiczny im. Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie

Instytut Geografii

Zakład Dydaktyki Geografii

e-mail: wiktor_osuch@wp.pl

wikosuch@ap.krakow.pl

Annales Universitatis Paedagogicae Cracoviensis

Studia Geographica III (2012)

Dariusz Nowotnik

Uniwersytet Pedagogiczny im. Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie

Przestrzenne zróżnicowanie migracji w Polsce w ujęciu miast i gmin na przełomie XX i XXI wieku

Ruchy migracyjne są trudne do oszacowania. Jest to związane z wieloma aspektami, m.in. niewywiązywaniem się z obowiązku meldowania się przy wyjazdach zagranicznych i wewnętrznych na stałe przez obywateli polskich oraz rezygnacją emigrantów z powrotu do kraju. W związku z tym dane przedstawione w artykule ukazują informacje z oficjalnych statystyk i dotyczą tej grupy migrantów, która zgodnie z przepisami ujawniała i wymeldowała się z dotychczasowych miejsc zamieszkania przy wyjazdach zagranicznych czy wewnętrznych na stałe. W rzeczywistości liczba wyjazdów zagranicznych na stałe jest większa, ale trudna do oszacowania. Dane dotyczące migracji wewnętrznych w porównaniu do migracji zagranicznych w świetle oficjalnych statystyk są zdecydowanie bardziej precyzyjne. Według danych szacunkowych podanych przez GUS, liczba polskich emigrantów na świecie w latach 2004–2010, wahała się od 1 mln w 2004 roku do 2 mln 270 tys. w 2007 roku. W latach 2004–2007 nastąpił stały wzrost liczby polskich emigrantów, następnie w latach 2008–2009 spadek do 1 mln 870 tys. osób. W ostatnim badanym roku odnotowano nieznaczny wzrost liczby emigrantów z Polski na świecie, do poziomu 1 mln 990 tys. osób. Przytoczone dane szacunkowe wskazują m.in. na wzrost liczby emigrantów z Polski w latach 2004–2007 o 1 mln 270 tys. osób. Dla porównania wedle oficjalnych statystyk w tych samych latach Polskę opuściło 123,5 tys. osób. Stanowili więc oni zaledwie 9,7%, ze wzrostu liczby Polaków przebywających za granicą wedle badań szacunkowych.

Badaniem migracji w Polsce zajmuje się wielu autorów. Dotychczasowe badania skupiały się m.in. na definiowaniu scenariuszy przemian migracji (Kupiszewski 2002), obliczaniu danych szacunkowych migracji zagranicznych netto (Okólski, Grabowska-Lusińska 2009), charakterystyce migracji wewnętrznych, w tym do stref suburbanizacji (Śleszyński 2006), analizie kierunków napływu imigrantów do Polski (Warych-Juras, Gałka 2009), badaniu koncentracji emigrantów na pobyt stały do wybranych krajów docelowych według województw w Polsce (Zborowski, Gałka 2008), badaniu wpływu migracji na procesy zachodzące na rynku pracy (Kaczmarczyk 2006) czy na charakterystyce migrantów i ukazaniu głównych kierunków migracji (Długosz 2007).

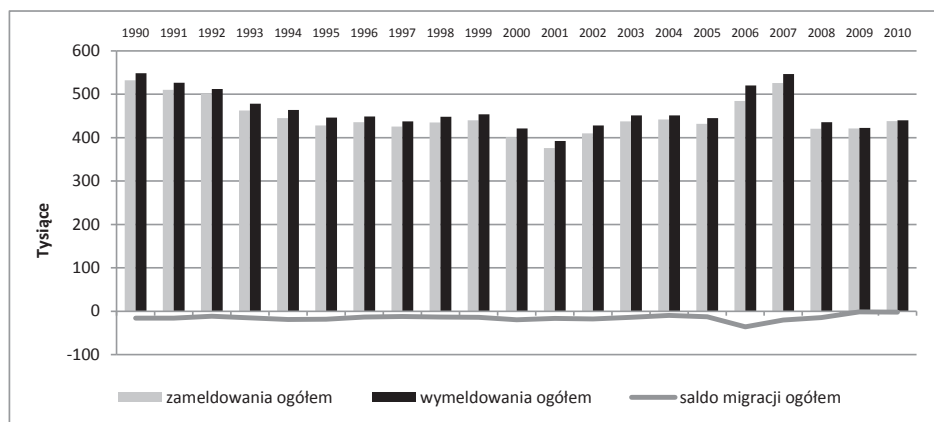
Na kształtowanie się zarówno migracji wewnętrznych jak i zagranicznych w badanym okresie wpływ miały zmiany polityczno-ekonomiczne (transformacja gospodarcza) oraz wstąpienie Polski do Unii Europejskiej. Po zmianie systemu gospodarczego nastąpiła prywatyzacja państwowych zakładów pracy. Prywatni inwestorzy restrukturyzowali firmy, zmieniali m.in. technologie produkcji, aby produkty były bardziej konkurencyjne, przede wszystkim na rynkach zagranicznych. Struktura produkcji i zatrudnienia w Polsce zbliżyła się do modelu istniejącego w krajach rozwiniętych (Woźniak 2009). Ofiarami restrukturyzacji byli pracownicy, gdyż wraz ze zmianami w polityce prowadzenia firm oraz zmianami technologicznymi, a co za tym idzie zmianami zapotrzebowania na siłę roboczą, tracili często zatrudnienie. Dodatkowo wiele firm, które nie wprowadzały żadnych zmian w swoich zakładach, upadło. Efektem tego był znaczący wzrost bezrobocia.

Cel i metody badań

Niniejsza praca ma za zadanie przedstawić zróżnicowanie przestrzenne oraz zmienność rejestrowanych migracji stałych w Polsce w latach 1990–2010. Artykuł dotyczy zarówno migracji stałych wewnętrznych jak i zagranicznych oraz migracji stałych ogółem. Dane przedstawiane są metodą kartogramu (w ujęciu gminnym) oraz na wykresach (dotyczą całego kraju). W wyniku zmian granic administracyjnych w niektórych gminach na przestrzeni badanych lat nie zawsze możliwe było przedstawienie dla nich danych w kartogramach. Do opracowania wykresów i diagramów wykorzystano informacje z Banku Danych Lokalnych oraz Roczników Demograficznych GUS.

Migracje stałe ogółem w latach 1990–2010

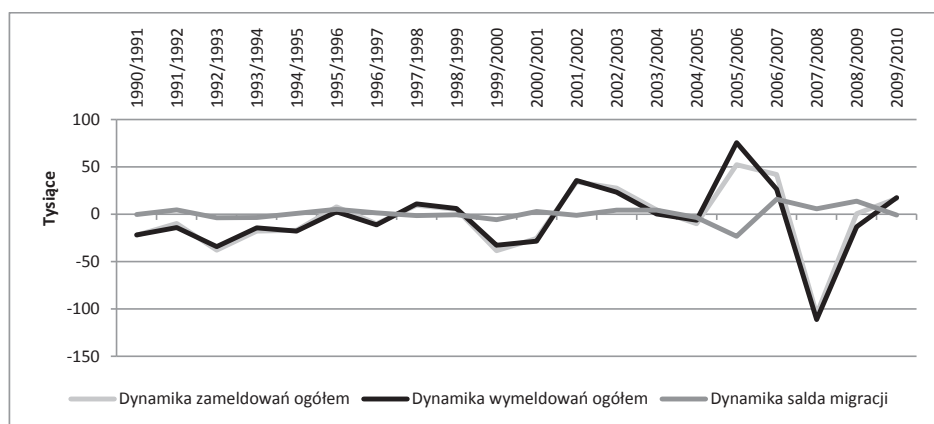
Na największe zmiany natężenia migracji w Polsce w latach 1990–2010 wpływ miały wysoki poziom bezrobocia, prywatyzacja przedsiębiorstw, a po 2004 roku możliwość podjęcia pracy w innych krajach Unii Europejskiej, które stopniowo rezygnowały z ograniczeń dostępności do swoich rynków pracy. W przeciągu tych dwudziestu lat saldo migracji ogółem w Polsce było ujemne. W latach 1990–1994 znacznie obniżył się poziom zameldowań na stałe ogółem (od 532,5 tys. migrantów w 1990 r. do ok. 448 tys. migrantów w 1994 r.) i wymeldowań na stałe ogółem w Polsce (od nieco ponad 548 tys. migrantów w 1990 r. do ok. 464 tys. migrantów w 1994 r.). Następnie w latach 1995–2005 był na zbliżonym poziomie (ok. 400–443 tys. migrantów w przypadku zameldowań ogółem, 421–453 tys. migrantów w przypadku wymeldowań ogółem), za wyjątkiem roku 2001. Wówczas poziom zameldowań ogółem wyniósł ok. 376 tys. osób, a wymeldowań ogółem ok. 393 tys. osób. Po przystąpienia Polski do Unii Europejskiej nastąpił wyraźny wzrost obu wskaźników. Ich najwyższy poziom został odnotowany w 2007 roku, czyli dwa i pół roku od wstąpienia Polski w struktury unijne i wyniósł 526 tys. zameldowań na stałe ogółem i 547 tys. wymeldowań na stałe ogółem. W kolejnym roku w wyniku kryzysu gospodarczego nastąpił znaczny spadek zarówno zameldowań (420 tys.) jak i wymeldowań (436 tys.) na stałe ogółem i utrzymywał się on na podobnym pułapie do 2010 roku.



Ryc. 1. Migracje stałe ogółem w Polsce w latach 1995–2010

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych z Banku Danych Lokalnych

Wpływ wstąpienia Polski do struktur Unii Europejskiej jak również ogólnoświatowego kryzysu gospodarczego na migracje na stałe w Polsce odzwierciedla także dokładnie dynamika migracji stałych ogółem. Dynamika roczna zameldowań ogółem i wymeldowań ogółem na stałe w Polsce swój maksymalny dodatni poziom odnotowuje na przełomie 2005 i 2006 roku (52 tys. dynamika zameldowań ogółem i 75 tys. dynamika wymeldowań ogółem), a maksymalny ujemny poziom na przełomie 2007 i 2008 roku (-105 tys. dynamika zameldowań ogółem, -111 tys. dynamika wymeldowań ogółem). Natomiast dynamika salda migracji ogółem w latach 1990–2010 była zbliżona do zera, za wyjątkiem przełomu 2005 i 2006 roku kiedy wyniosła – 23 tys. migrantów, natomiast rok później na przełomie 2006 i 2007 roku uzyskała swój najwyższy dodatni bilans, który wyniósł ok. 16 tys. migrantów.



Ryc. 2. Dynamika migracji stałych ogółem w Polsce w latach 1995–2010

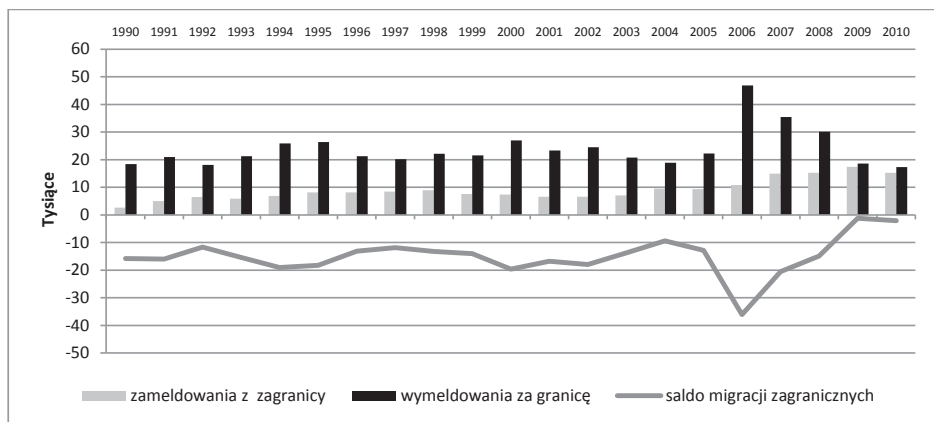
Źródło: opracowanie własne na podstawie danych z Banku Danych Lokalnych

Migracje stałe zagraniczne w latach 1990–2010

Wielkość stałych migracji zagranicznych w latach 1990–2005 była zmienna. Ich poziom w przypadku zameldowań z zagranicy na stałe wahał się od 2,6 tys. osób (w 1990 roku) do 9,5 tys. osób (w 2004 roku), natomiast poziom wymeldowań za granicę na stałe od nieco ponad 18 tys. osób w 1992 roku do 27 tys. osób w 2000 roku. Od roku 2006 do 2009 następuje wzrost zameldowań z zagranicy z poziomu ponad 9 tys. osób do ok. 17,5 tys. osób i w roku 2010 spadek do nieco ponad 15 tys. osób. Część z przybyszów stanowili reemigranci, którym nie powiodło się w innych krajach Unii Europejskiej lub nie odpowiadało im życie w obcym państwie. W 2006 roku wzrósł również poziom wymeldowań za granicę i to ponaddwukrotnie w porównaniu z rokiem poprzednim z 22 tys. do ok. 47 tys. osób. W kolejnych latach liczba wyjazdów zagranicznych na stałe systematycznie spadała aż do poziomu nieco ponad 17 tys. osób w 2010 roku. Saldo migracji zagranicznych przez cały okres badanych 20 lat było ujemne ale zmienne. Największe wahania zanotowało w ostatnich czterech latach, kiedy to w 2006 roku osiągnęło maksymalną ujemną wartość ponad -36 tys. osób, by w 2009 roku wzrosnąć do nieco ponad -1 tys. osób.

Większość migrantów wyjeżdżających za granicę w latach 1990–2010 na stałe pochodziło z miast. W 2005 roku za granicę na stałe wyjechało ok. 14 tys. migrantów z miast i ok. 5 tys. migrantów ze wsi (Długosz 2007).

Napływ migrantów z zagranicy w znacznej mierze związany jest ze zjawiskiem reemigracji. W latach 1989–2010 nastąpiły dwie fale reemigracji. Pierwsza po upadku ustroju socjalistycznego w 1989 roku i druga po wstąpieniu Polski do Unii Europejskiej w 2004 roku (Fihel, Tyrowicz, Kaczmarczyk 2008).

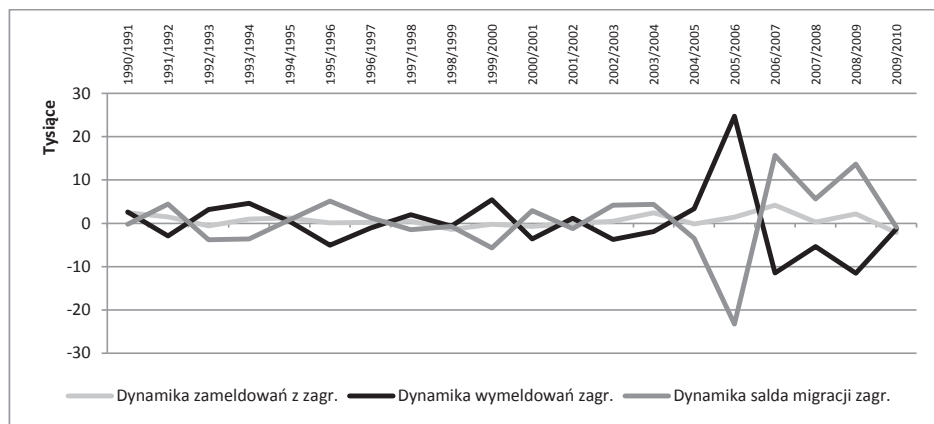


Ryc. 3. Migracje stałe zagraniczne w Polsce w latach 1995–2010

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych z Banku Danych Lokalnych

Dynamika migracji zagranicznych na stałe podobnie jak saldo migracji zagranicznych na stałe swoje największe zmiany odnotowała w latach 2006–2010. W 2006 roku widoczny jest znaczny wzrost dynamiki wymeldowań za granicę (24,5 tys. osób) oraz spadek dynamiki salda migracji (-23 tys. osób), natomiast w latach

2007–2010 spadek i wahania dynamiki zameldowań za granicę oraz wzrost i wahania dynamiki salda migracji. Najmniejsze wahania zarówno w latach 2006–2010 jak i w całym badanym dwudziestolecu wykazała dynamika zameldowań z zagranicy. Dane te ukazują, że zmiany polityczno-gospodarcze w Polsce największy wpływ miały na dynamikę wymeldowań na stałe za granicę, co przy małym oddziaływaniu na dynamikę zameldowań na stałe z zagranicy do Polski, spowodowało duże wahania dynamiki salda migracji zagranicznych na stałe.



Ryc. 4. Dynamika migracji stałych zagranicznych w Polsce w latach 1995–2010

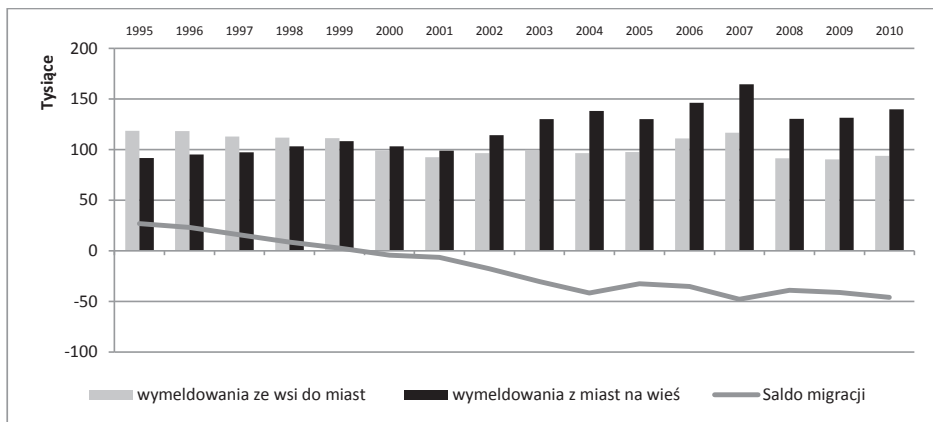
Źródło: opracowanie własne na podstawie danych z Banku Danych Lokalnych

Migracje stałe wewnętrzne w latach 1995–2010

Migracje stałe wewnętrzne w latach 1995–2010 zaznaczyły się wyraźną zmianą kierunku. Początkowo w latach 1995–1999 dominowały migracje ze wsi do miast. Dominacja tego kierunku wystąpiła w 1995 roku, kiedy to ze wsi do miast wyemigrowało ponad 118 tys. osób, podczas gdy w odwrotnym kierunku miejsce zamieszkania zmieniło 91,5 tys. emigrantów. Przewaga migracji ze wsi do miast nad migracjami z miast na wieś wynosiła więc prawie 27 tys. osób. W kolejnych latach różnica ta wyraźnie malała i w 2000 roku nastąpiło odwrócenie kierunków migracji wewnętrznych w Polsce. W kolejnych latach 2001–2007 wzrastała zarówno liczba migracji ze wsi do miast jak i z miast do wsi, większy wzrost osiągał jednak ten drugi kierunek. W roku 2007 swój najwyższy poziom osiągnęła migracja z miast na wieś (164,5 tys. osób), podczas gdy migracja ze wsi do miast osiągnęła pułap 116,5 tys. osób. W tym roku zanotowana została również największa przewaga migracji z miast na wieś nad migracjami ze wsi do miast (ok. 48 tys. osób). W roku 2008 nastąpił wyraźny spadek migracji wewnętrznych na stałe, co poniekąd miało związek z niestabilną sytuacją gospodarczą i obawami społecznymi związanymi z ogólnoswiatowym kryzysem gospodarczym. W kolejnych latach sytuacja normalizowała się, a różnica pomiędzy migracjami z miast na wieś w stosunku do migracji ze wsi do miast ponownie zaczęła się powiększać.

W latach 1995–1999 migracje z miast do gmin wiejskich stanowiły 22,9%, natomiast w latach 2005–2009 30,8% całości napływu migrantów na te obszary.

Był to największy udział w strukturze ogólnego napływu. Największy udział migracji relacji miasto – wieś dotyczył stref podmiejskich większych miast w Polsce (Szymańska, Biegańska 2011).

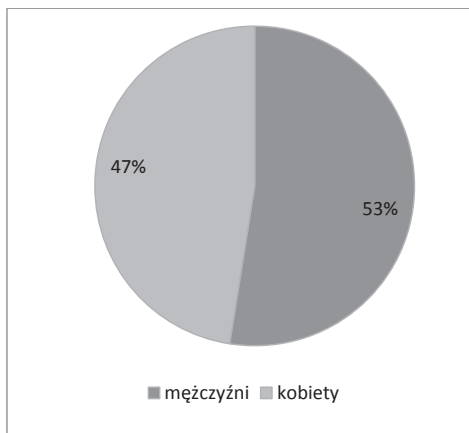


Ryc. 5. Migracje stałe wewnętrzne w Polsce w latach 1995–2010

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych z Banku Danych Lokalnych

Struktura płci i wieku migrantów zagranicznych na stałe

W latach 1995–2010 53% emigrantów przy wyjazdach zagranicznych na stałe stanowili mężczyźni, natomiast pozostałe 47% kobiety. W latach 2009 i 2010 liczba wymeldowujących się kobiet przewyższyła liczbę wymeldowujących się mężczyzn, co stanowi odwrócenie tendencji występujących co najmniej od 1995 roku. Najwięcej kobiet jak i mężczyzn wyemigrowało na stałe w 2006 roku (ponad 27 tys. mężczyzn i ok. 20 tys. kobiet). Natomiast najmniej mężczyzn wymeldowało się na stałe w 2010 roku (ok. 8 tys.), natomiast kobiet w 2004 roku (nieco ponad 9 tys.).

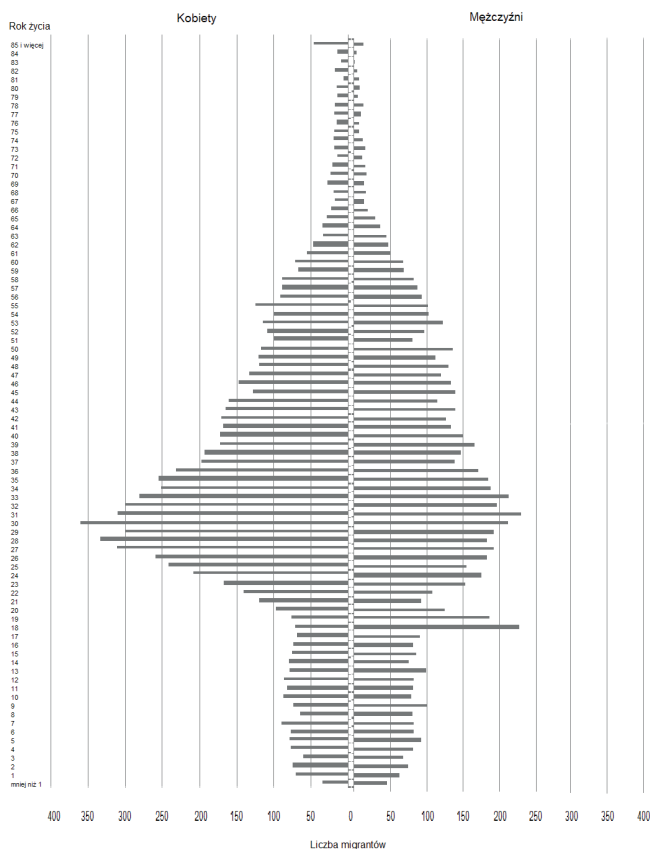


Ryc. 6. Emigranci z Polski w latach 1995–2010 według płci

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych z Banku Danych Lokalnych

Według danych z 2010 roku największą grupę wyjeżdżających stanowili mężczyźni (47,6 %) i kobiety (52%) w wieku od 18 do 39 lat. Następną grupę stanowili emigranci w wieku od 40 do 59 lat (28,3% mężczyzn i 26,6% kobiet). Kolejnym pod względem liczby emigrantów przedziałem jest od 0 do 17 lat (18% mężczyzn i 14,3% kobiet). Najmniej liczną grupę stanowili wyjeżdżający powyżej 60 i więcej lat (6% mężczyzn, 7 % kobiet).

Migranci zagraniczni ze wsi byli młodsi od migrantów zagranicznych z miast zarówno przed jak i po akcesji Polski do Unii Europejskiej. Po 1 maja 2004 roku nastąpiło odmłodzenie populacji migrującej za granicę zarówno w miastach jak i na wsi (Grabowska-Lusińska, Okólski 2009).

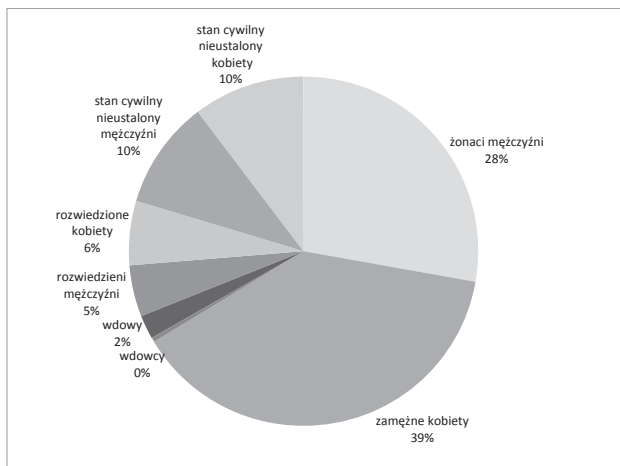


Ryc. 7. Struktura wieku emigrantów zagranicznych na stałe według płci w 2010 roku

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych z Banku Danych Lokalnych

Stan cywilny migrantów zagranicznych na stałe

Większość emigrantów zagranicznych na stałe w 2010 roku stanowiły małżeństwa (67%). Drugą istotną grupą są osoby o nieustalonym stanie cywilnym który stanowi aż 20% emigrantów. Pozostałe 13 % stanowią rozwodnicy oraz wdowcy i wdowy.

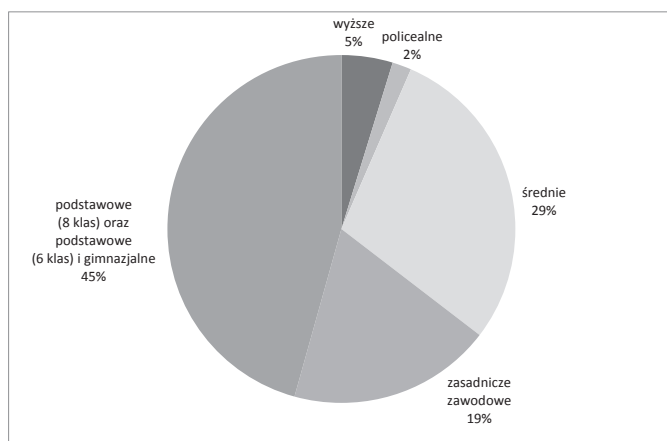


Ryc. 8. Emigranci z Polski w 2010 r. według stanu cywilnego

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych z Rocznika Demograficznego 2011

Wykształcenie migrantów zagranicznych na stałe

Informacje dotyczące wykształcenia emigrantów zagranicznych z Polski są do-
syć ubogie. Obejmują one zaledwie 51 % osób spośród tych, które zostały odnotowa-
ne jako wymeldowane z Polski. 45% tej grupy legitymowało się wykształceniem pod-
stawowym ośmioklasowym lub podstawowym sześcioklasowym lub gimnazjalnym.
Drugą najliczniejszą grupą były osoby z wykształceniem średnim (29%), a następnie
zasadniczym zawodowym (19%), wyższym (5%) i policealnym (2%). W kolejnych la-
tach przypuszczalnie wzrosła liczba emigrantów z wykształceniem wyższym na rzecz
emigrantów z wykształceniem średnim. Szczegółowe dane będzie można zobaczyć po
opublikowaniu danych z Narodowego Spisu Powszechnego z 2011 roku.



Ryc. 9. Wykształcenie emigrantów z Polski na stałe w latach 1999–2005

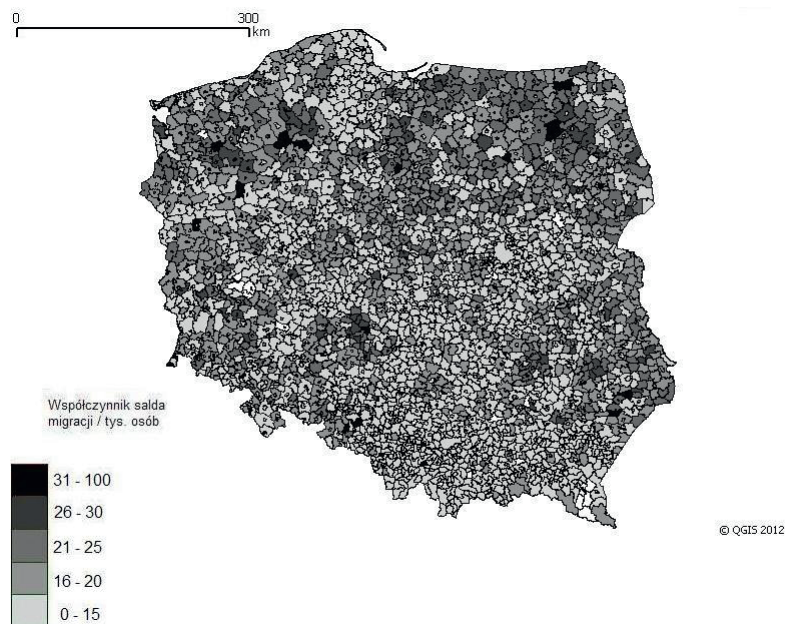
Źródło: opracowanie własne na podstawie danych z Banku Danych Lokalnych

Zróżnicowanie przestrzenne migracji stałych ogółem

W 1995 roku najwyższy poziom napływu migrantów ogółem na 1. tys. mieszkańców (od 31 osób na 1. tys. mieszkańców wzwyż) występował głównie w gminach podwarszawskich oraz niektórych gminach w pobliżu granicy niemieckiej. Natomiast niski (6–10 osób na 1. tys. mieszkańców) i sporadycznie znikomy (0–5 osób na 1. tys. mieszkańców) napływ migrantów odnotowywany był w gminach środkowej, środkowo-wschodniej (na wschód od Warszawy) i południowej Polski. Napływ migrantów do gmin podwarszawskich przy stosunkowo niskim napływie migrantów do stolicy uwiadamiał postępujący proces suburbanizacji w stolicy Polski. Nie był to wówczas proces, który wyraźnie można było dostrzec również w innych miastach Polski.

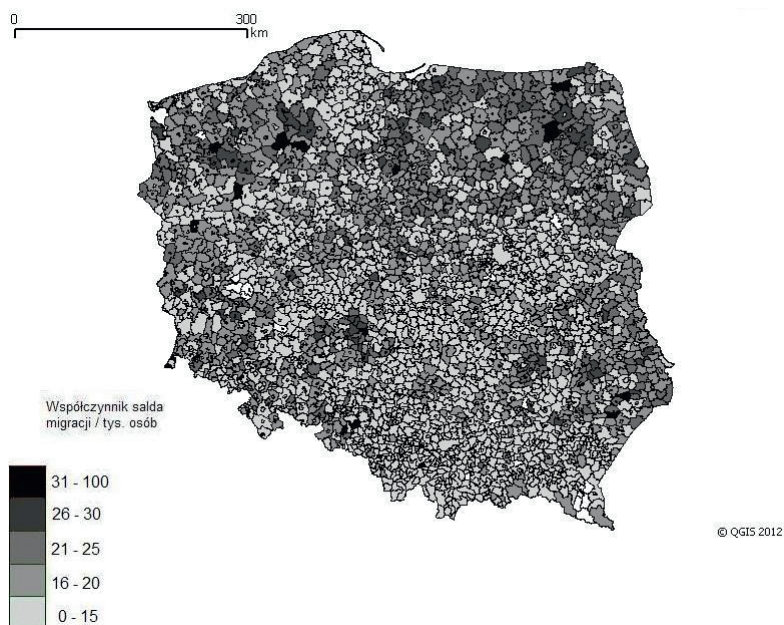
Odpływ migrantów ogółem na 1. tys. mieszkańców w 1995 roku był najwyższy w gminach północno-wschodniej (niekiedy nawet powyżej 31 osób na 1. tys. mieszkańców), a także wschodniej i północno-zachodniej Polski. Stosunkowo niski odpływ mieszkańców występował zaś głównie w centralnej części kraju oraz okolicach Trójmiasta.

Współczynnik salda migracji był w 63% gmin ujemny, z najmniejszymi wskaźnikami w Polsce północno-wschodniej, niektórych gminach Polski północno-zachodniej oraz przygranicznych gminach w pobliżu granicy z Ukrainą. Dodatkowo saldo migracji odnotowane zostało w Warszawie i pobliskich gminach oraz m.in. w niektórych gminach w pobliżu granicy niemieckiej.



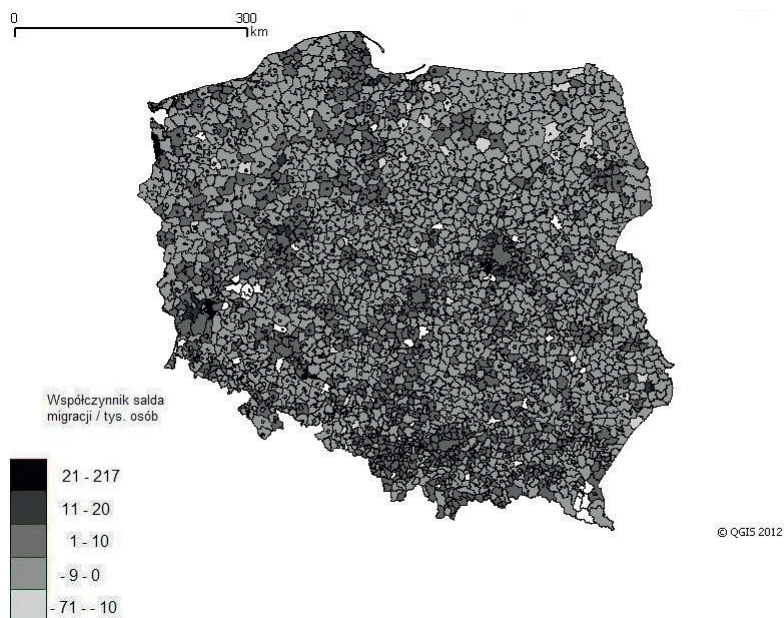
Ryc. 10. Napływ migrantów ogółem na 1 tys. mieszkańców w 1995 roku w Polsce

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych z Banku Danych Lokalnych



Ryc. 11. Odptyw migrantów ogółem na 1 tys. mieszkańców w 1995 roku w Polsce

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych z Banku Danych Lokalnych

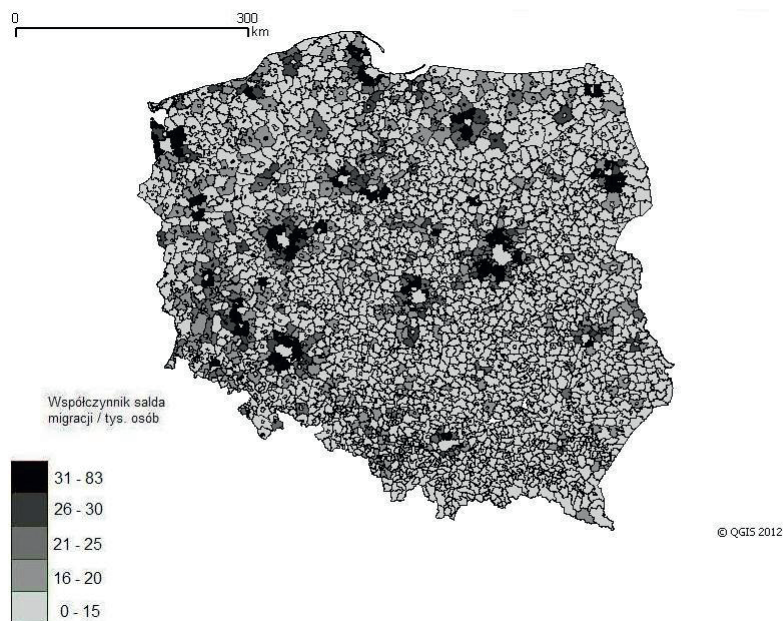


Ryc. 12. Współczynnik salda migracji w 1995 roku w Polsce

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych z Banku Danych Lokalnych

Napływ migrantów ogółem na 1 tys. mieszkańców w 2010 roku swój najwyższy wskaźnik (powyżej 31 imigrantów na tysiąc mieszkańców) uzyskiwał w gminach podmiejskich dużych miast, takich jak Warszawa, Poznań, Łódź, Wrocław, Trómiasto, Szczecin i Kraków. Jest to sygnał wskazujący wyraźnie na rozwój zjawiska suburbanizacji w coraz większej liczbie miast w Polsce. Był to też znak upowszechnienia się w Polsce procesu dekoncentracji potencjału społeczno-demograficznego w największych polskich miastach, a także występowania procesu metropolizacji. W wyniku tego ostatniego zjawiska następuje marginalizacja mniejszych miast, ich zaplecza oraz regionów peryferyjnych przy jednoczesnym wzroście znaczenia w systemie globalnym dużych miast, jak Warszawa czy Kraków (Śleszyński 2006). Jest to również przykład polaryzacji przestrzennej, która uwidoczniła się poprzez migracje ludności z mniejszych miast oraz wsi do stref podmiejskich dużych miast.

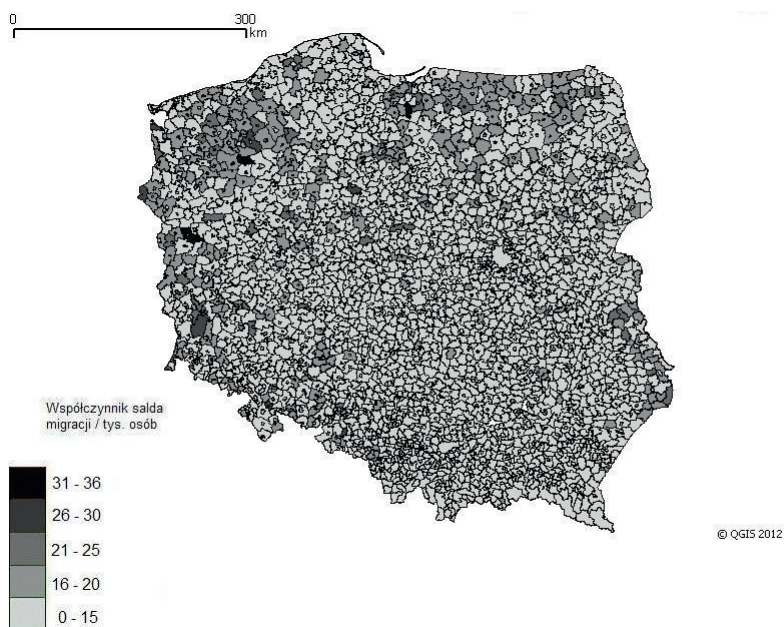
Wraz ze wzrostem liczby ludności w gminach podmiejskich rosła również liczba inwestycji. Obszary te stały się atrakcyjniejsze dla inwestorów budujących m.in. hale produkcyjne czy też sklepy wielkopowierzchniowe. Najniższy wskaźnik napływu migrantów ogółem (od 0 do 5 imigrantów na 1 tys. mieszkańców) występował natomiast w pojedynczych gminach w Polsce, głównie na wschód od Warszawy. Były to gminy najczęściej położone poza głównymi szlakami komunikacyjnymi, w których bardzo trudno o znalezienie zatrudnienia.



Ryc. 13. Napływ migrantów ogółem na 1 tys. mieszkańców w 2010 roku w Polsce

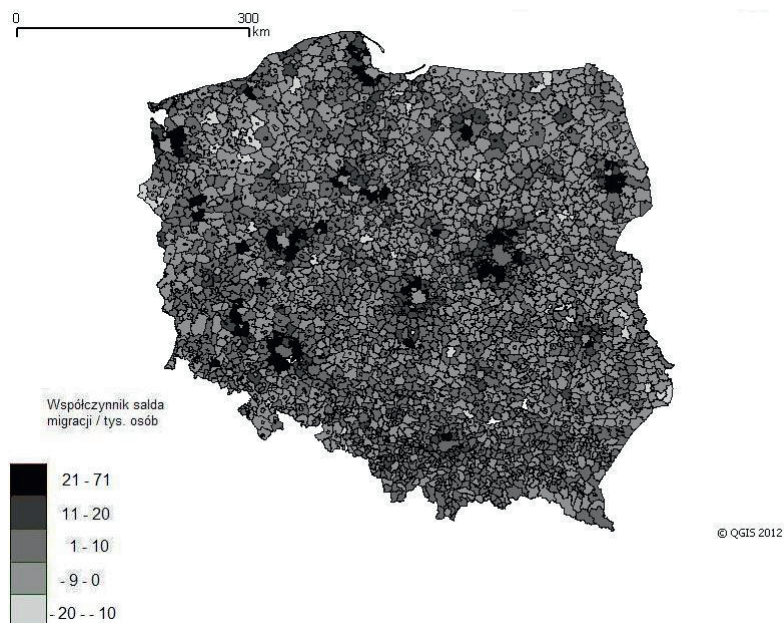
Źródło: opracowanie własne na podstawie danych z Banku Danych Lokalnych

Odpyływ migrantów w 2010 roku swój najwyższy wskaźnik (powyżej 31 emigrantów na 1 tys. mieszkańców) miał w gminach położonych w północno-zachodniej, zachodniej (przy granicy z Niemcami), a także północnej i wschodniej (przy granicy



Ryc. 14. Odptyw migrantów ogółem na 1 tys. mieszkańców w 2010 roku w Polsce

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych z Banku Danych Lokalnych



Ryc. 15. Współczynnik salda migracji w 2010 roku w Polsce

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych z Banku Danych Lokalnych

z Ukrainą) Polsce. Taki układ związany jest z przeszłością północnych obszarów Polski (państwowe gospodarstwa rolne) i brakiem nowych wielkich inwestycji na tych obszarach, a przez to małą ofertą miejsc pracy, a w przypadku zachodnich obszarów Polski także z bliskością atrakcyjniejszego niemieckiego rynku pracy. Najniższy poziom odpływu zanotowany został w gminach centralnej i południowej Polski.

Współczynnik salda migracji na 1 tys. mieszkańców w 2010 roku podobnie jak w 1995 roku był w 55% gmin w Polsce ujemny. Wyraźnie jednak zaznaczyły się gminy z dodatnim saldem migracji w okolicach Warszawy, Wrocławia, Trójmiasta, Szczecina, Krakowa i Łodzi. Najniższe saldo migracji odnotowywane było w pojedynczych gminach Polski północno-zachodniej, północnej i wschodniej (od -10 do -20 osób na 1 tys. mieszkańców).

Podsumowanie

Główny wpływ na wahania poziomu migracji stałych w Polsce w latach 1995–2010 miały wielkie międzynarodowe wydarzenia, takie jak m.in. transformacja społeczno-gospodarcza, wstąpienie Polski do struktur Unii Europejskiej, a następnie stopniowe otwieranie się rynków pracy w krajach unijnych dla polskich pracowników, ponadto ogólnoświatowy kryzys gospodarczy. W latach 2005–2007 widoczny był wyraźny wzrost poziomu migracji wewnętrznych i zagranicznych. W latach 2009 i 2010 saldo rejestrowanych migracji zagranicznych osiągnęło niemal poziom zerowy, co było możliwe m.in. dzięki wzrostowi reemigracji. Należy przy tym pamiętać, że dane statystyczne dotyczące rejestrowanych migracji zagranicznych nie odzwierciedlają ich całości, nie uwzględniają bowiem grupy migrantów, którzy nie meldowali w odpowiednich urzędach decyzji o wyjeździe zagranicznym w celu zmiany miejsca zamieszkania. W roku 2000 nastąpiło odwrócenie tendencji w migracjach wewnętrznych. Migracje z miast na wieś w ich granicach administracyjnych stały się wówczas dominującym kierunkiem migracji wewnętrznych. Jednocześnie największe miasta zwiększają swój zasięg, w wyniku m.in. przesiedlania się ludności miejskiej na przedmieścia. W większych miastach w Polsce następuje dekoncentracja potencjału demograficznego i ekonomicznego. Wzrosło znaczenie gmin podmiejskich w pobliżu większych miast, m.in. jako atrakcyjnego obszaru do inwestycji dla zakładów produkcyjnych większych firm. W 2010 roku w porównaniu do 1995 roku uwidoczniły się nowe strefy suburbanizacyjne na obrzeżach większych miast w Polsce, takich jak Poznań, Wrocław, Szczecin, Trójmiasto, Łódź oraz Kraków. Wskazuje to na zjawisko polaryzacji przestrzennej, uwidocznione poprzez migracje ludności z mniejszych miast oraz wsi do stref podmiejskich dużych miast. Wraz ze zjawiskiem suburbanizacji uwidocznił się proces metropolizacji. Marginalizacji uległy mniejsze miasta wraz z ich zapleczem oraz regiony peryferyjne przy jednoczesnym wzroście znaczenia w systemie globalnym największych ośrodków miejskich w Polsce.

Literatura

- Długosz Z., 2007, *Wybrane aspekty stałej emigracji ludności z Polski za granicę po 1989 roku*, Czasopismo Geograficzne, nr 78 (1–2), s. 3–22
- Fihel A., Tyrowicz J., Kaczmarczyk P., 2008, *Migracje powrotne Polaków*, Fundacja Inicjatyw Społeczno-Ekonomicznych, biuletyn nr 5, Warszawa
- Grabowska-Lusińska I., Okólski M., 2009, *Emigracja ostatnia? Cechy osób migrujących przed akcesją i po niej*, Wyd. Naukowe Scholar, Warszawa
- Kaczmarczyk P., 2006, *Współczesne migracje zagraniczne Polaków – skala, struktura oraz potencjalne skutki dla rynku pracy*, Bezrobocie work.pl, Polsko-Amerykańska Fundacja Wolności FISE, Warszawa
- Kupiszewski M., 2002, *Modelowanie dynamiki przemian ludności w warunkach wzrostu znaczenia migracji międzynarodowych*, Prace Geograficzne, nr 181, Instytut Geografii i Przestrzennego Zagospodarowania PAN, Warszawa
- Szymańska D., Biegańska J., 2011, *Obszary podmiejskie dużych miast w Polsce w świetle migracji stałych*, [w:] *Człowiek w przestrzeni zurbanizowanej*, red. M. Laja, A. Ibramowski, Instytut Geografii i Gospodarki Przestrzennej UJ, Kraków
- Śleszyński P., 2006, *Demograficzny wymiar procesów suburbanizacji w Polsce po 1989 roku*, [w:] *Żywiotowe rozprzestrzenianie się miast. Narastający problem aglomeracji miejskich*, red. S. Kozłowski, Studia nad Zrównoważonym Rozwojem, nr 2, Wyd. Ekonomia i Środowisko, Białystok–Lublin–Warszawa, s. 105–123
- Śleszyński P., 2006, *Zmiany emigracji z Polski według oficjalnych statystyk w ujęciu przestrzennym po przystąpieniu Polski do Unii Europejskiej*, Ośrodek Badań nad Migracjami – Biuletyn Migracyjny, nr 10, s. 1–3
- Warych-Juras A., Gałka J., 2009, *Ocena rozmiaru i kierunku napływu obcokrajowców (imigrantów) do polskich miast, w tym ich cech społeczno-demograficznych*, [w:] *Demograficzne i społeczne uwarunkowania rewitalizacji miast w Polsce*, red. A. Zborowski, t. 5, IMR, Kraków, s. 61–92
- Woźniak M.G., 2009, *Zmiany strukturalne gospodarki Polski po 1990 roku*, [w:] *Wpływ procesów globalizacji i integracji europejskiej na transformacje struktur przemysłowych*, red. Z. Zioło, T. Rachwał, Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego, nr 12, Warszawa–Kraków, s. 33–44
- Zborowski A., Gałka J., 2008, *Migracje stałe i czasowe z Polski po akcesji do Unii Europejskiej*, [w:] *Przekształcenia regionalnych struktur funkcjonalno-przestrzennych „Europa bez granic – nowe wyzwania”*, red. D. Ilnicki, K. Janc, Wrocław, s. 27–36

Spatial migration patterns in Polish cities and municipalities at the turn of the 21st century

Abstract

Total permanent migration in Poland at the turn of the 21st century was influenced by the political and economic events (economic transformation and the change of the political system in 1989, and accession to the European Union). Among the types of international migration, temporary emigration prevailed. Emigrants were usually aged between 18 and 39, and came mostly from urban areas. Until the year 2000, the prevailing direction in internal migration was the movement from rural to urban areas, and since then, a reversal of this trend has been observed. Positive net migration was recorded mainly in the suburbs of large cities

and suburban municipalities. As a result of this trend, suburbanization and metropolization processes intensified in Poland. On the other hand, agricultural and peripheral areas, as well as smaller towns, have begun to lose their importance and are often characterized by a negative migration balance, as opposed to the suburban areas of the biggest cities in Poland.

mgr Dariusz Nowotnik
Uniwersytet Pedagogiczny
im. Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie
Instytut Geografii
e-mail: orangehills@interia.pl

Spis treści / Contents

Wprowadzenie	3
Introduction	5
Sławomir Dorocki, Małgorzata Zdon-Korzeniowska, Anna Deleka	
Atrakcyjność turystyczna regionów na przykładzie Francji	7
Touristic attractiveness of regions: the case study of France	
Tatyana Kirillova	
Potential of tourism services in the Irkutsk region	26
Janusz Ustupski	
Innowacyjność w rozwoju przestrzeni turystycznej	32
Innovation in the development of touristic areas	
Kamila Ziółkowska-Weiss	
Innowacyjność w hotelarstwie z uwzględnieniem adaptacji obiektów zabytkowych na bazę noclegową	43
Innovation in hotel industry and the adaptation of historical objects into accommodation facilities	
Ahmet Tokgözlü, Kadir Temurçin, Kamile Uysal	
Winter tourism of Davraz Mountain	58
Piotr Dolnicki, Łukasz Gawor	
Walory turystyczne wybranych regionów Spitsbergenu	70
Tourist value of selected regions of Spitsbergen	
Renata Rettinger, Anna Urbańska	
Rola portów morskich w rozwoju cruisingu na Karaibach	77
Role of seaports in cruising development in the Caribbean	
Witold Warcholik, Konrad Leja	
Gry miejskie jako innowacyjne produkty turystyczne	87
Urban game: an innovative tourism product	
Kamila Ziółkowska-Weiss	
Krakow Valley Golf & Country Club jako innowacyjna atrakcja turystyczna Małopolski	98
Krakow Valley Golf & Country Club as an innovative tourist attraction of Malopolska	

Elena A. Rush

- Main issues concerning drinking water supply
in the Angara River watershed **109**

Natalia Batsun

- Evaluation of natural resources
as a component of business greening **116**

Wiktor Osuch

- Ocena wykształcenia kompetencji przedmiotowych
z geografii społeczno-gospodarczej a wybrane aspekty
innowacyjności w edukacji i kształceniu nauczycieli **122**

- Evaluation of subject specific competence in socioeconomic geography
and selected aspects of innovation in teacher's education and training **137**

Dariusz Nowotnik

- Przestrzenne zróżnicowanie migracji w Polsce
w ujęciu miast i gmin na przełomie XX i XXI wieku **138**

- Spatial migration patterns in Polish cities
and municipalities at the turn of the 21st century