

SZANSE ROZWOJU PRZEMYSŁU TURYSTYCZNEGO W
POLSCE, ZE SPECJALNYM UWZGLĘDNIENIEM
REGIONU DOLNEGO ŚLĄSKA.

opracował dr. Leo Theuns
doradca d/s polityki gospodarczej
Program CEC-Phare dla potrzeb turystyki

Warszawa, marzec 1993

Instytut Turystyki, ul. Merliniego 9a, 02-511 Warszawa

A-1521

BIBLIOTEKA IY
Archiwum Prac
Naukowo-Badawczych

Spis treści

- Wprowadzenie
- Turystyka - podstawowe założenia i definicje oraz ich zastosowanie w Polsce
- Cechy charakterystyczne systemu turystycznego i warunki jego funkcjonowania
- Warunki rozwoju przemysłu turystycznego
- Skutki rozwoju przemysłu turystycznego na Dolnym Śląsku
- Bibliografia
- Anneks

Wprowadzenie

Prowadzenie badań dalszego możliwego rozwoju przemysłu turystycznego w Polsce zakłada zwrócenie odpowiedniej uwagi na następujące zagadnienia:

1. Podstawowe założenia i definicje turystyki;
2. Cechy charakterystyczne systemu turystycznego i warunki jego funkcjonowania;
3. Warunki funkcjonowania turystyki jako rodzaju działalności gospodarczej podporządkowanej regułom gry wolnorynkowej;
4. Zróżnicowania popytu na usługi turystyczne;
5. Podejmowane analizy zróżnicowanego wpływu, jaki może wywierać przemysł turystyczny, ze szczególnym uwzględnieniem różnic w rodzajach popytu, specyficzne cechy charakteryzujące instytucjonalne i materialno-środowiskowe uwarunkowania rozwoju turystyki w danym regionie.

Niniejsze opracowanie koncentruje się głównie na zagadnieniach 1-3 i przedstawia pewne propozycje związane z rozwojem produktu turystycznego Dolnego Śląska.

Turystyka – podstawowe założenia i definicje oraz ich zastosowanie w Polsce

Zarówno w mowie potocznej, jak też w dziedzinie badań socjologicznych turystyka oznacza podróżowanie dla przyjemności. Z tego punktu widzenia turystyka jest formą wypoczynku, która może być klasyfikowana jako forma konsumpcji. Tym niemniej, niezależnie od bycia działalnością nastawioną na konsumpcję, turystyka może stanowić też działalność produkcyjną. W definicji "podażowej" potrzeby i motywy osób podróżujących nie są już czynnikiem o decydującym znaczeniu. Uwaga jest tu zogniskowana na "jednostkach gospodarczych spełniających tą samą funkcję lub produkt" (Baum and Tolbert, 1985, str. 71). Tutaj czynnikiem definiującym jest produkcja dóbr i usług, które następnie staną się przedmiotem konsumpcji ze strony odwiedzających i podróżnych.

W konsekwencji, z punktu zaspokajania popytu, turystyka, a w zasadzie sektor gospodarczy o tej nazwie, może być określany, jako "zespół przedsięwzięć natury gospodarczej nakierowanych bezpośrednio na zaspokajanie popytu na dobra i usługi służące obsłudze działalności zarówno typu business, jak i wypoczynkowej poza miejscem zamieszkania." (Smith, 1988, str. 183).

Odpowiada te określenie definicji "gości zagranicznych" używanej w międzynarodowych statystykach. W statystykach tych "gość zagraniczny" jest to "osoba odwiedzająca kraj inny, niż ten, w którym posiada ona swoje stałe miejsce zamieszkania, w innym celu niż podjęcie pracy, za którą otrzymuje się wynagrodzenie w kraju odwiedzanym". Goście zagraniczni mogą być turystami lub wycieczkowiczami. Turyści międzynarodowi są to osoby określane jako goście przebywający przynajmniej przez jedną noc w kraju odwiedzanym, podczas gdy wycieczkowicze są definiowani jako goście, którzy nie spełniając podanego kryterium czasu, lub też są uczestnikami rejsu. (Unicad, 1971, str. 8-9). Obok turystyki podejmowanej dla celów rekreacyjnych lub/i rozrywkowych, ta szeroka definicja obejmuje turystów przybywających w interesach, na spotkania i konferencje, odwiedzających przyjaciół i krewnych, biorących udział w pielgrzymkach itp.

W Polsce pod rządami poprzedniego ustroju stawiano sobie za cel "Stworzenie turystyki dla wszystkichi posługiwanie się nią, jako środkiem edukacji, przede wszystkim w stosunku do młodzieży" (Ostrowski, 1976, str. 185). Turystykę w związku z powyższym uważano za drogę realizowania założeń polityki socjalnej i edukacyjnej, na co państwo przyznawało dotacje z budżetu. Nie przywiązywano zbyt wiele wagi do zagadnienia kosztów ekonomicznych turystyki, jako przemysłu, jak też i korzyści z niej płynących. Pociągało to za sobą odpowiednie dopasowanie międzynarodowych założeń i definicji do istniejącego modelu ustrojowego. Jednak w sytuacji obecnej, kiedy opieranie się na subsydiach państwowych nie jest już podstawą działania, a czynnikiem, który nabrał podstawowego znaczenia jest efektywność gospodarcza, jest niepoko-

jącym zjawiskiem to, że podstawowe międzynarodowo przyjęte pojęcia i definicje dalej nie znajdują zastosowania, a istniejące odbiegają od wzorców uznanych w międzynarodowej praktyce.

Następujące przykłady mogą służyć jako ilustracja tej sytuacji. Terminu wycieczkowicze używa się u sposób nieprawidłowy na oznaczenie turystów przybywających w grupach, aby odróżnić ich od turystów indywidualnych (Warszyńska, 1992, str. 32); niejasne jest rozróżnienie pomiędzy turystami i wczasowiczami, których traktuje się jako dwie rozdzielne grupy, nie biorąc pod uwagę faktu, że w dużej mierze się one ze sobą pokrywają. (Kostrzewa i Wilus, 1992, str. 77). Tendencja ta jest także widoczna w praktycznie zamiennym używaniu terminu szerszego, jakim jest "ruch gości zagranicznych" i węższego, czyli "ruch turystyczny". Wydaje się, że Kuszewska jest świadomą tego zamieszania. Przyznaje ona przynajmniej że, "w statystyce przyjazdów zagranicznych właściwie wszyscy cudzoziemcy są określani jako turyści". Tym sposobem Polska podaje, że w 1991 r. przebywało tu 36 845 800 turystów, podczas gdy praktycznie biorąc, większość stanowili wycieczkowicze. Na podstawie danych dostarczanych przez GUS można stwierdzić, że spośród wszystkich gości zagranicznych najwyżej 2 128 835 osób (czyli mniej niż 6%) można określić według wyżej podanych kryteriów, jako turystów, czyli osoby, które były zakwaterowane przynajmniej przez jedną noc na terenie kraju (GUS, 1992, str. 32). Z powodu przyjazdów dużej liczby osób z wizytą do przyjaciół lub rodziny, które korzystają z nierejestrowanych kwater, rzeczywista liczba odwiedzających Polskę turystów przekracza znaczenie liczbę osób korzystających z zarejestrowanych form zakwaterowania. Zgodnie z danymi Międzynarodowej Organizacji Turystyki liczba przyjazdów turystycznych do Polski w 1991 r. przekroczyła 3 miliony, to jest 10,3% wszystkich przyjazdów cudzoziemców do tego kraju. Przyjmowanie, że w 1991 r. liczba turystów w Polsce wynosiła prawie 37 mln. prowadzi do nieuzasadnienia optymistycznych wniosków dotyczących ekonomicznych korzyści turystyki dla kraju. Również nie wywiera to pozytywnego wpływu w dziedzinie planowania możliwości kwaterunkowych zarówno w skali kraju, jak też poszczególnych regionów.

Dla specjalistów z branży turystycznej sytuacja jednakże, nie przedstawia się tak źle, jakby mogło się wydawać na pierwszy rzut oka. GUS publikuje szeroki przegląd szczegółowych danych na temat turystyki, na podstawie których można przeprowadzić wiele wartościowych statystyk. Co za tym idzie, mogą one okazać się bardzo pomocne w opracowywaniu realistycznych założeń dalszej polityki rozwoju przemysłu turystycznego w Polsce, zarówno w skali kraju, jak też regionów.

Zalecenia, propozycje działań.

GUS we współdziałaniu z Instytutem Turystyki powinien zająć się opracowaniem danych na podstawie międzynarodowo przyjętych kryteriów, zarówno jeżeli chodzi o zakres całego kraju, jak też poszczególnych obszarów.

• Cechy charakterystyczne systemu turystycznego i warunki jego funkcjonowania

Z definicji turystyki jako zespołu przedsięwzięć natury gospodarczej nakierowanych bezpośrednio na zaspokajanie popytu na dobra i usługi służące obsłudze działalności zarówno typu business, jak i wypoczynkowej poza miejscem zamieszkania, wynika jasno, że produkt uzyskiwany w przemyśle turystycznym jest złożony z części składowych w formie usług o tak różnej naturze, jak usługi transportowe, zakwaterowanie, handel związany z turystyką, centra informacyjne, rozrywka i atrakcje turystyczne.

Turystyka składa się w zasadzie z dwóch komponentów. Pierwszym z nich jest podróż do miejsca przeznaczenia, drugim pobyt w nim. Pierwszy z nich jest uwarunkowany istnieniem możliwości dojazdowych, co pociąga za sobą konieczność powstania odpowiedniej infrastruktury transportowej (drogi, kolej, porty lotnicze i morskie) oraz środków transportu (samochody, autokary, kolej, samoloty i statki). czynnik pobytu jest z kolei zależny od istnienia takich przesłanek, jak żywność, kwatery oraz rozrywka.

Dziegiec (1992, str. 86) słusznie zauważa, że "rozmiar i formy ruchy turystycznego są zależne od istnienia wielu czynników, ale głównie od istnienia atrakcji turystycznych i odpowiednich udogodnień". W wypadku podróżowania dla przyjemności popyt na zakwaterowanie jest popytem pochodnym, uzależnionym od istnienia popytu na atrakcje i walory turystyczne. Tym sposobem różnorodność i liczba atrakcji oferowanych, jak też ich jakość staje się tu sprawą podstawowej wagi. "Efektywnie działający przemysł turystyczny jest pochodną istnienia walorów turystycznych nie będących powszechnie dostępnymi i nie możliwych do przeniesienia na inne miejsce. walory takie są fundamentalne dla zaistnienia przemysłu turystycznego." Tak więc "prawdopodobnie nic nie jest bardziej istotne w podejmowaniu analiz turystyki, niż zachowanie tych fundamentalnych walorów i atrakcji". (Gray, 1982, str. 100-111)

W świetle powyższych rozważań, nic nie powinno być bardziej w centrum uwagi i nic nie powinno bardziej niepokoić wszystkich twórców założeń polityki turystycznej, niż obecny stan środowiska w Polsce. Istniejący w świecie obraz Polski, jako kraju o wysokim stopniu zanieczyszczenia środowiska naturalnego bardzo szkodzi szansom rozwoju turystyki polskiej. Nie jest rzeczą dobrą, ani dla rodzimej ludności, ani tym bardziej, dla potencjalnych turystów, fakt, że ponad jedna trzecia mieszkańców Polski żyje w rejonach stwarzających zagrożenie dla zdrowia i zmierzających do stanu ekologicznego kryzysu. Fakt ten, wspomniany przez Paterkę i Juchnowicza (1992, str. 127), powinien stać się centralnym problemem dla twórców polityki turystycznej na poziomie ogólnokrajowym. Podawane przez tych autorów fakty, "Ze wspańiałe lasy sosnowe w Gorach Izerskich wymierają, że ze zdrowotnego punktu widzenia trudno stwierdzić, że pobyt wypoczynkowy w Karkonoszach jest wiele lepszy od pozostania w domu" oraz opinie specjalistów (Jagusiewicz 1985, str. 10), że cztery miejscowości uzdrowiskowe są zagrożone utratą swoich właściwości leczniczych, powinny zaalarmować osoby odpowiedzialne za politykę turystyczną w województwach i gminach na terenie Dolnego Śląska.

Zalecenia i propozycje działań

Urząd Kultury Fizycznej i Turystyki powinien nawiązać ścisłą współpracę z Ministerstwem Ochrony Środowiska w celu otrzymania pełnych, bieżących danych na temat stanu środowiska w rejonach turystycznych, oraz w celu opracowania wspólnego programu mającego na celu poprawę sytuacji oraz zapobieżenie przekształceniu się turystyki w czynnik zagrażający środowisku naturalnemu.

Wracając do cech charakterystycznych systemu turystycznego, fakt, że produkt w przemyśle turystycznym jest produktem złożonym, zakłada w sobie istnienie łańcucha wartości dodanych (Porter, 1990). Istniejący obecnie trend w sektorze turystycznym gospodarki w kierunku komputeryzacji służącej łączeniu poszczególnych ogniw tego łańcucha jest tego dowodem. Poszczególni sprzedawcy dóbr i usług w dziedzinie podróży coraz działają w warunkach coraz większego powiązania wzajemnego operacji ekonomicznych. Powodzenie lub niepowodzenie jednej z ich ma wpływ na pozostałe i wymusza kompleksową politykę.

Zalecenia i propozycje działań.

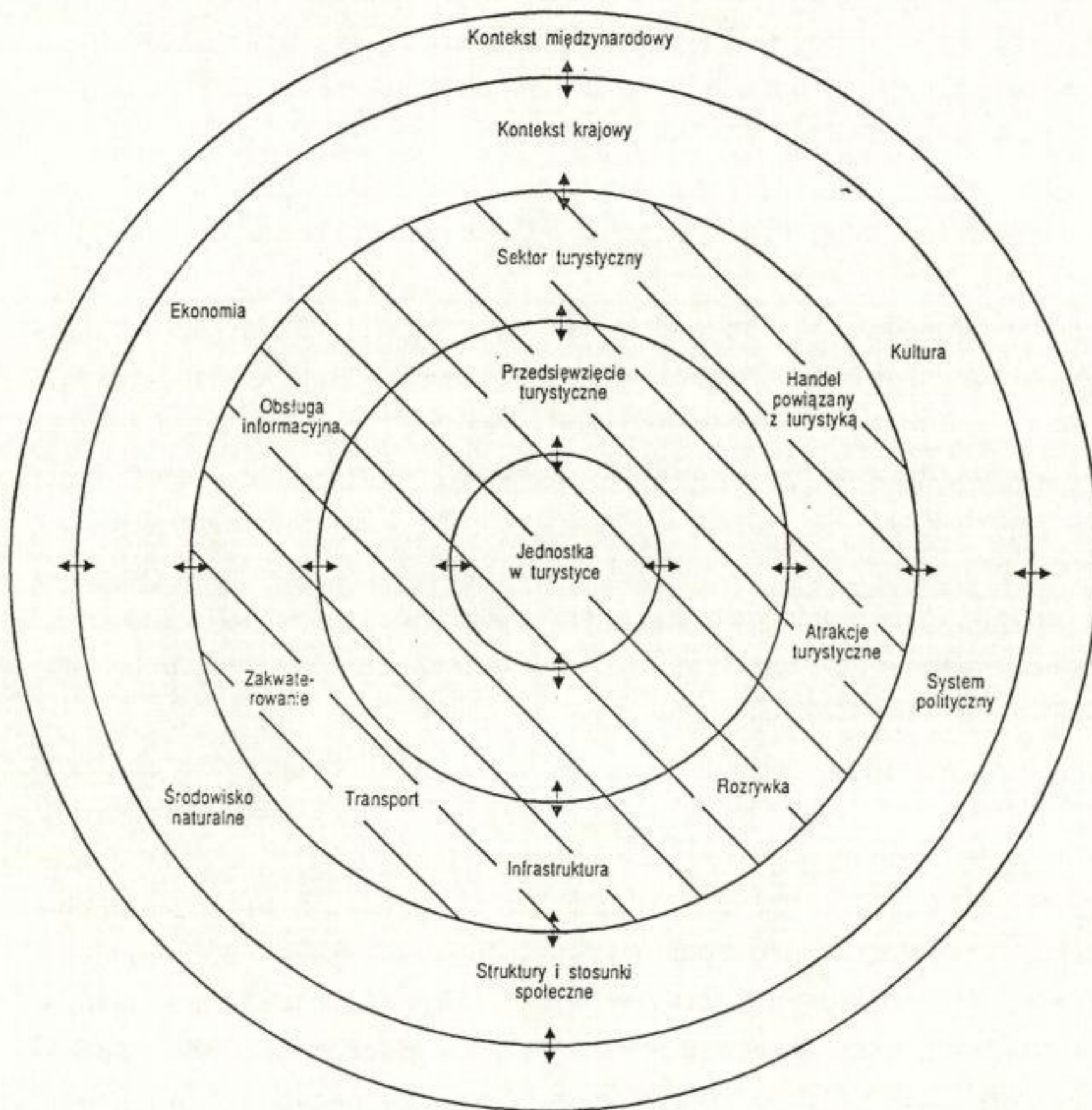
Poszczególne podmioty gospodarcze działające w turystyce powinny dążyć do współdziałania na poziomie gmin, powiatów i województw, w celu stworzenia warunków efektywnego rozwoju turystyki. Służyłoby to także uniknięciu powstawania regionów, gdzie napływ turystów przekraczał by możliwości przepustowe danego terenu (wąskie gardła). Współpraca taka powinna mieć miejsce zarówno w fazie planowania i rozwoju, jak też w zakresie zarządzania i marketingu. W tym celu powinny powstawać dobrowolne zrzeszenia podmiotów i organizacji turystycznych, szczególnie tam, gdzie dotychczas nie istnieją.

Na wszystkich poziomach powinna być zwrócona szczególna uwaga na potencjalne korzyści płynące z komputeryzacji.

Turystyka jako sektor działalności gospodarczej nie funkcjonuje w izolacji, ale w szerszym gospodarczym, kulturalnym, ekologicznym i politycznym kontekście. Dotyczy to nie tylko poszczególnych krajów ale także działalności międzynarodowej. System wzajemnych powiązań i zależności można przedstawić w postaci systemu kół koncentrycznych. (wykres nr 1).

W kontekście jednego kraju, w tym wypadku Polski, można mówić o trzech poziomach - gminnym, powiatowym i wojewódzkim. Na szerszy kontekst międzynarodowy składają się strefa wewnętrzna, strefa zewnętrzna i strefa peryferyjna (Ritter, 1966), które można w przybliżeniu uznać za równoważne z regionami, skąd wywodzi się turystyczny ruch na bliskie, średnie i dalekie odległości.

Wykres nr 1. SYSTEM TURYSTYCZNY I JEGO POWIĄZANIA



Oznacza powiązania wzajemne



Oznacza system turystyczny

Źródło: W oparciu o Lorsch'a i Morse'a (1974)

• Warunki rozwoju turystyki

Ponieważ turystyka jest osadzona w realiach gminy, powiatu, województwa lub kraju, jako całości jego rozwój nie może być kontynuowany, ani też nie można mówić o stabilności turystyki bez przykładania specjalnej wagi do warunków środowiskowych i społecznych potrzeb w skali zarówno regionu, jak też kraju. Pociąga to za sobą branie pod uwagę takich czynników jak stały dostęp do bazy materialnej i ludzkiej, oraz równomierne rozkładanie wydatków i zysków. (Singh, Theuns, Go, 1989, str. 12).

Zabezpieczenie trwałego dostępu do zasobów zakłada odpowiednią ochronę zarówno naturalnego, jak i narodowego dziedzictwa, podczas gdy równomierny rozkład wydatków i zysków zapobiegnie powstaniu niechęci pośród części ludności zamieszkującej tereny turystyczne. Zarówno zadanie ochrony szeroko pojętego środowiska, jak też podział zysków i kosztów płynących z turystyki są z pewnością zadaniami dla jednostek rządowych i samorządowych. Udział władzy publicznej jest tu kwestią podstawową, gdyż na żadną inną instytucję nie można nałożyć odpowiedzialności za w/w zadania, jak też żadna inna instytucja nie ma wystarczającej władzy, aby zabezpieczyć ich efektywną realizację.

Sektor turystyczny sam w sobie również nie jest monolityczny, ale istnieje jego ramach wiele form i rodzajów działań. Jak zauważył Cohen (1974, str. 527) "Jedną z ciekawszych cech obecnego rozkwitu przemysłu turystycznego jest nadzwyczajna różnorodność jego form, poczynawszy od krótkich wycieczek, aż po podróże dookoła świata, czy też patrząc z innej strony, poczynając od nadmorskich wakacji, kończąc na prawdziwych ekspedycjach w prawie nieznane rejony świata. (...) W tej różnorodności mieszczą się zarówno zorganizowane i rutynowe masowe wyjazdy wypoczynkowe, jak też indywidualne wyprawy lub też omijanie utartych ścieżek". Ponieważ atrakcje, istniejące udogodnienia lub niepowtarzalne wartości naturalno-kulturowe są podstawowymi czynnikami napędowymi turystyki, oczywista staje się zależność pomiędzy typem

udogodnień oraz rodzajem turystyki i form działalności turystycznej.

Zagadnienie to jest wyjaśnione przy pomocy sporządzonej na podstawie badań potrzeb rynku listy udogodnień, urządzeń i pozostałych składników infrastruktury sporządzonej przez prof. A.S. Travis'a (aneks nr. 1). Należy więc wyciągnąć wniosek, że u podstaw wszelkiej polityki rozwoju turystycznego leży ocena atrakcyjności zasobów danego terenu pod kątem potrzeb i wymogów turystyki. Dokładne przeprowadzenie takiej analizy pozwoli uzyskać wskazówki co do rodzaju i liczby turystów, którzy zostaną daną ofertą przyciągnięci. Stanowiąc będzie to także wskazówkę, jakie należy przeprowadzić inwestycje.

Zalecenia i propozycje działań.

Gminy, powiaty i województwa zainteresowane rozwojem turystyki powinny przyznać pierwszeństwo rynkowej ocenie możliwości posiadanej bazy turystycznej. Powinny one zwrócić się o pomoc do czynników zewnętrznych, tak aby zostało zapewnione zharmonizowanie oceny dokonywanej we własnym zakresie z oceną dokonywaną przez osoby z zewnątrz.

Stopień atrakcyjności posiadanych przez dane miejsce walorów jest uzależniony od stopnia unikalności oferty. W konsekwencji można mówić o wielkich rozpiętościach, jakie istnieją między atrakcyjnością miejsc o światowej sławie, takich jak Borobodur w Indonezji, czy Wielkim Kanionie w Stanach Zjednoczonych z jednej strony, a atrakcjami i walorami turystycznymi znanymi tylko w okolicy występowania z drugiej. Miejsca należące do tej ostatniej kategorii w zasadzie nie przyciągają ruchu turystycznego, a co najwyżej ruch wycieczkowy (przejezdny).

Biorąc pod uwagę stopień atrakcyjności danego miejsca pod względem turystycznym można stworzyć następującą kwalifikację.

- miejsca znane na całym świecie ze swoich walorów turystycznych;
- miejsca mniej znane, ale wciąż cieszące się sławą międzynarodową;
- miejsca o wartości turystycznej dla mieszkańców kraju występo-

wania;

- miejsca stanowiące atrakcję turystyczną w obrębie regionu;
- miejsca o znaczeniu tylko dla turystyki lokalnej.

Taką hierarchię zastosował Wyrzykowski (1992, str. 50) klasyfikując walory turystyczne Wrocławia, jako miejsca o znaczeniu dla turystyki zarówno europejskiej z jednej strony, jak i ogólnokrajowej z drugiej strony.

Tylko miejsca, obiekty o unikalnej wartości nie są zagrożone przeniesieniem zainteresowania potencjalnych turystów na podobne obiekty, gdyż te, co wynika z samej definicji unikalności, nie istnieją. Wszystkie pozostałe kategorie miejsc o walorach turystycznych podlegają prawu wyborów zastępczych i muszą konkurować ze sobą na trudnych i czułych na ceny rynkach turystycznych.

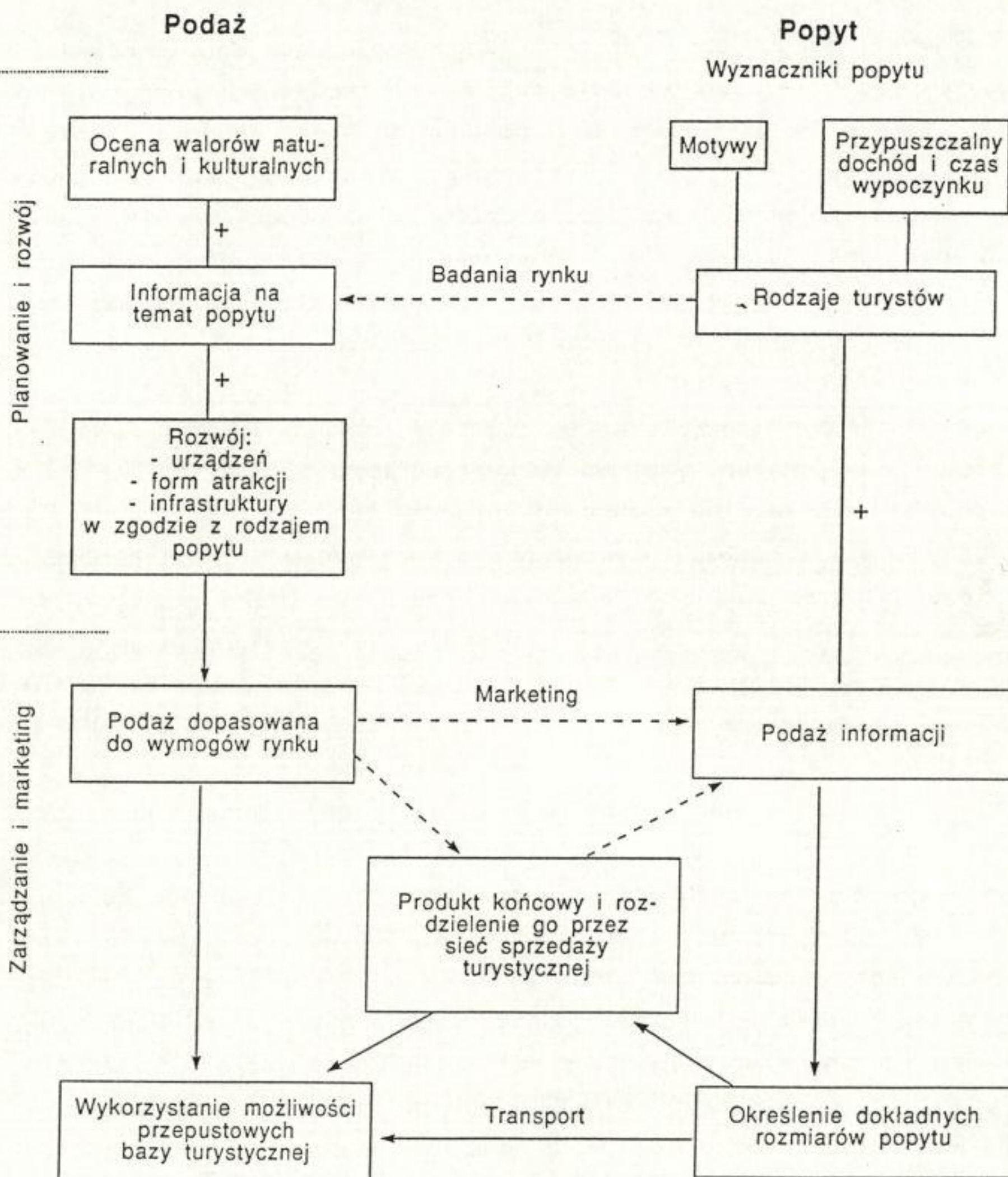
Z tego względu możliwości rozwoju przemysłu turystycznego w danym kraju nie zależą tylko od posiadania miejsc i obiektów o potencjalnej wartości turystycznej, ale także od innych czynników, takich jak poziom cen, przepustowość i jakość urządzeń turystycznych i infrastruktury (transport, telekomunikacja, zaopatrzenie w wodę i energię, urządzenia sanitarne). Stosunek popytu i podaży został przedstawiony w postaci schematu rynku turystycznego (wykres nr.2)

Konkurencyjność danego miejsca/obektu, zarówno w krótkiej, jak i długiej perspektywie czasowej, jest uwarunkowana polityką prowadzoną w innych sektorach gospodarki. Polityka taka, prowadzona zarówno przez organa państwowe, jak też organizacje prywatnych podmiotów gospodarczych, mająca miejsce na poziomie gmin, powiatów, województw, lub też na terenie całego kraju, może być realizowana bądź osobno w stosunku do każdego sektora, bądź też realizując założenia kompleksowego planowania i rozwoju. Podejście takie jest zalecane w pracy Gunn'a (1997).

Zalecenia i propozycje działań

Polityki sektorowe powinny być przede wszystkim włączone i wprowadzane w życie przez administrację państwową na różnych poziomach w ścisłej współpracy ze stowarzyszeniami gospodarczymi działającymi w sektorze turystycznym. Jeżeli takie stowarzyszenia do tej pory nie istnieją należy poważnie rozważyć ich utworzenie.

Wykres nr 2. RYNEK TURYSTYCZNY



Źródło: Theuns, 1989

- Konsekwencje dla rozwoju produktu turystycznego na Dolnym Śląsku

"Przemysł turystyczny jest w każdym kraju pochodną istnienia i dostępności miejsc/obiektów o dużych walorach turystycznych, jak też istnienia odpowiednich udogodnień oraz popytu na nie." (Dawson, 1991, str. 194). W warunkach istnienia gospodarki rynkowej, gdzie istnieje wolność podróżowania, popyt określa, jakie miejsce jest atrakcyjne turystycznie i jakie udogodnienia są potrzebne. Fakt, że 46,5% terytorium Polski jest określane jako atrakcyjne turystycznie (Rocznik statystyczny, 1987) nie stanowi czynnika pozytywnie wpływającego na opracowywanie strategii rozwoju przemysłu turystycznego. Jeżeli taki procent terytorium kraju jest uważany za mający wartość turystyczną, to wynika z tego, że poszczególne miejsca o walorach turystycznych są rzadko rozrzucone na dużych terenach. To samo tyczy się, choć może w mniejszym stopniu, stwierdzenia Urzędu Sportu i Turystyki, że dla jednej trzeciej gmin i województw Polski turystyka jest jedyną szansą uzdrowienia gospodarczego. Ponieważ dla rozwoju turystyki potrzeba zarówno odpowiedniego planu działania, jak też wysiłku finansowego powyżej pewnego minimum krytycznego, należy szukać regionów, gdzie występuje taka liczba walorów turystycznych, że wzięte one pod uwagę wszystkie razem, stanowić będą o wystarczającym stopniu atrakcyjności turystycznej danego terenu, tak że rozwój turystyki tam stanie się prawdopodobny. W Polsce "Istniejąca struktura przestrzenna (...) charakteryzuje się znacznym rozproszeniem przy jednoczesnym brakach w infrastrukturze". (Jagusiewicz, 1985, str. 11). Z tego względu powstanie międzygminnego stowarzyszenia "Turystyczne konsorcjum sześciu" w województwie wałbrzyskim może być uważane za krok w pożądanym kierunku, a co za tym idzie, za inicjatywę godną pochwały i naśladowania.

Zalecenia i propozycje działań.

Zarówno organa państwowe, jak też stowarzyszenia podmiotów gospodarczych przemysłu turystycznego na poziomie województw, powinny dla swoich planów rozwoju turystyki wyszukiwać i identyfikować tereny o stosunkowo niewielkiej powierzchni, których stopień potencjalnej atrakcyjności turystycznej wskazuje na prawdopodobieństwo ich rozwoju turystycznego.

W procesie poszukiwania takich lokalnych terenów turystycznych, lub też miejsc o szczególnie wysokim wskaźniku przyjazdów w ich granicach, należy korzystać ze wskazówek specjalistów w dziedzinie turystyki, zagranicznych central turystycznych oraz przewodników turystycznych istniejących na zagranicznych rynkach. Nie wolno traktować rozmieszczenia istniejącej w Polsce bazy noclegowej jako jedynego wskaźnika w procesie planowania rozwoju turystyki. Takie podejście w warunkach przechodzenia Polski do gospodarki rynkowej jest niewłaściwe i często może prowadzić do mylnych wniosków. Ponieważ w warunkach gospodarki rynkowej ostatecznie słowo należy do turystów, stosunkowy udział danego regionu w ilości przyjazdów można uznać za wskaźnik, którego znacznie będzie wzrastać wraz z upływem czasu.

W odniesieniu do Dolnego Śląska zarówno zagraniczni specjaliści (patrz. Kerpel, 1990, str. 93; Dawson, 1991, str. 198), zagraniczne centrale turystyczne (patrz. broszury niemieckich central GTI, Ost Reise Service i Touristik Union International, duńskich central De Jong Intra Vakanties i Hotelplan), jak też informacje zawarte w niektórych przewodnikach turystycznych (patrz. np. Horn and Pietras, 1992; Satler and McLachan, 1991) wskazują jednoznacznie, że dwa województwa, to jest jeleniogórskie i wałbrzyskie mają cechy pozwalające określić je jako tereny turystyczne. Jest to potwierdzone przez dane statystyczne dotyczące przyjazdów turystycznych i pobyków noclegowych, które można znaleźć w tabelach I i II. Tabela I pokazuje, że w 1991 roku 10% z liczby zagranicznych turystów przebywających na kwaterach zarejestrowanych, i 11,7 pobyków zarówno cudzoziemców jak i gości krajowych w obiektach noclegowych w Polsce miało miejsce właśnie na Dolnym Śląsku. Prawie 36% przyjazdów gości zagranicznych i

53% ogółu pobytów w obiektach noclegowych na Dolnym Śląsku miało miejsce w dwóch wymienionych województwach. Mocna pozycja województwa wrocławskiego jest związana z dominującą rolą historycznego miasta Wrocławia. Można na podstawie danych stwierdzić, że ponad 40% wszystkich noclegów w hotelach i motelach oraz ponad 50% gości zostających na noc w hotelach i motelach na terenie Dolnego Śląska miało miejsce w tym województwie.

Tabela II pokazuje, że w 1992 r. 10,2% wszystkich noclegów, zarówno gości krajowych, jak i zagranicznych w obiektach zarejestrowanych miało miejsce na Dolnym Śląsku. Z tych 44,4% oraz 64,6% dotyczyło odpowiednio Jeleniogórskiego i Wałbrzyskiego, co wskazuje, że te dwa województwa są typowymi obszarami wakacyjnymi, podczas gdy turystyka we Wrocławskim koncentruje się w hotelach i motelach, o stosunkowo krótkim okresie pobytu typowym dla podróży służbowych.

Dane dotyczące przeciętnej długości pobytów są przedstawione w Tabeli III. Chociaż w trzech z pięciu omawianych województw przeciętny pobyt jest stosunkowo długi, to jednak w skali roku procent czasu wykorzystania poszczególnych łóżek jest zbyt niski, aby zapewnić dochodowość bazy noclegowej. (tabela IV). Sytuacja taka w szczególności dotyczy hoteli i moteli, które mają wysokie koszty stałe utrzymania. W celu rozwiązania tego problemu należy:

- zwiększyć liczbę przyjazdów turystycznych, zarówno z zagranicy, jak też z kraju. Można to uzyskać poprzez zwiększone nakłady na marketing. Dotyczy to nawet miesięcy szczytu (luty, lipiec i sierpień - tabela V), kiedy trwają zimowe lub letnie wakacje w Polsce. Nawet w tych miesiącach pozostaje wolnych wiele miejsc;
- starać się o przedłużenie długości pobytu zarówno turystów krajowych, jak i zagranicznych rozbudowując bazę urządzeń rekreacyjnych;
- zamykając te obiekty noclegowe, które nie mają szansy przetrwania w dłuższej perspektywie;
- przeprowadzić inwestycje w niektórych obiektach, mających

szczególne szanse na rynkach zagranicznych, zarówno przeprowadzając ich remonty, jak też odnawiając i rozbudowując całoroczną bazę rekreacyjną.

Zalecenia i propozycje działania.

Aby osiągnąć zadowalający poziom zyskowności terenów turystycznych na Dolnym Śląsku należy podjąć starania w celu poprawienia stopnia wykorzystania istniejącej bazy turystycznej generalnie, ze szczególnym zwróceniem uwagi na hotele i motele.

Ponieważ stopa bezrobocia w Jeleniogórskim i Wałbrzyskiem wynosiła prawie 17% już w 1989 r. potrzeba utworzenia prężnego sektora turystycznego w gospodarce na tych terenach jest niezaprzeczalna. Ze względu na to, że stopa bezrobocia w w tych województwach jest znacznie wyższa niż krajowa (11% w 1989 r.) należy uznać ten region depresji gospodarczej i z tego względu szczególnie predysponowany do uzyskania ulg podatkowych na rzecz rozwoju regionalnego przemysłu turystycznego. Biorąc pod uwagę fakt, że procent udziału tych województw w recepcji ruchu turystycznego jest znacznie wyższy, niż przypadający proporcjonalnie do terytorium i ludności należy uznać go za strefę turystyczną, szczególnie zasługującą na uwagę ze strony władz centralnych. O uznaniu tego faktu świadczy, że obecna konferencja ma miejsce właśnie tu, na zamku w Książu.

Tabela I

Liczba korzystających z turystycznej bazy noclegowej Dolnego Śląska w roku 1991

Województwo	Hotele/motele		Pensjonaty		Ośrodki wypoczynkowe	
	Ogółem	cudzoż.	Ogółem	cudzoż.	Ogółem	cudzoż.
Jeleniogórs.	88,562	37,012	13,848	4,771	123,857	4,311
Legnickie	31,999	9,957	---	---	1,255	1
Opolskie	55,773	17,831	---	---	20,816	428
Wałbrzyskie	49,804	11,705	2,307	1,454	71,016	2,224
Wrocławskie	153,748	81,269	---	---	6,626	---
Ogółem	379,886	157,774	16,155	6,225	223,570	6,964
% w stosunku do całej Polski	11.6	10.9	18.8	23.3	11.7	9.5

Tabela I kontynuacja

Województwo	Kwatery prywatne		Kampingi		Zakwaterowanie zbiorowe	
	Ogółem	cudzoż.	Ogółem	cudzoż.	Ogółem	cudzoż.
Jeleniogórski	13,506	1,635	4,260	3,011	10,649	571
Legnickie	---	---	211	68	4,546	917
Opolskie	7,006	1,845	14,940	1,125	7,184	339
Wałbrzyskie	2,472	31	6,177	1,297	21,809	2,461
Wrocławskie	8,474	375	11,102	3,675	31,327	6,134
Ogółem	31,458	3,886	36,690	9,176	75,533	10,422
% w stosunku do całej Polski	10.3	8.0	9.8	8.2	9.2	4.7

Tabela I kontynuacja

Województwo	Inne rodzaje zakwaterowania		Liczba gości w całej bazie		Liczba gości w całej bazie w%	
	Ogółem	cudzoż.	Ogółem	cudzoż.	Ogółem	cudzoż.
Jeleniogórski	81,289	3,119	335,971	54,430	32.6	25.7
Legnickie	12,639	1,236	50,668	12,179	4.9	5.7
Opolskie	46,058	2,532	151,777	24,100	14.7	11.4
Wałbrzyskie	58,390	2,378	211,975	21,550	20.6	10.2
Wrocławskie	69,656	8,125	280,933	99,578	27.2	47.0
Ogółem	268,032	17,390	1,031,324	211,837	100.0	100.0
% w stosunku do całej Polski	13.0	8.9	11.9	10.0	---	---

Źródła: W oparciu o dane Głównego Urzędu Statystycznego, 1992

Tabela II

Noclegi w turystycznej bazie noclegowej Dolnego Śląska, 1991

Województwo	Hotele/motele		Pensjonaty		Ośrodki wypoczynkowe	
	Ogółem	cudzoż.	Ogółem	cudzoż.	Ogółem	cudzoż.
Jeleniogórski	186,335	94,705	57,815	15,426	1,017,824	17,947
Legnickie	83,052	17,102	---	---	12,887	1
Opolskie	94,250	38,023	---	---	217,769	3,593
Wałbrzyskie	93,567	30,906	10,532	6,046	796,108	11,235
Wrocławskie	262,364	162,583	---	---	47,573	---
Ogółem	719,562	343,319	68,347	21,472	2,092,161	32,776
Udział % w danych dot. Polski	11.2	10.8	16.9	28.3	10.0	7.2

Źródła: W oparciu o dane Głównego Urzędu Statystycznego, 1992

Tab. II c.d.

Województwo	Kwatery prywatne		Kampingi		Zakwaterowanie zbiorowe	
	Ogółem	cudzo.	Ogółem	cudzo.	Ogółem	cudzo.
Jeleniogórski	94,589	8,550	10,537	6,289	42,470	682
Legnickie	---	---	629	125	10,370	2,828
Opolskie	13,883	3,317	70,493	2,002	51,712	1,562
Wałbrzyskie	13,459	35	13,276	3,490	56,012	5,635
Wrocławskie	103,014	3,221	28,932	5,984	68,316	10,425
Ogółem	224,945	15,123	123,867	17,890	228,880	21,132
% w stosunku do całości Polski	10.5	12.2	8.3	7.8	11.6	5.0

Tabela II kontynuacja

Województwo	Inne rodzaje zakwaterowania		Liczba nocł. w całej bazie		Liczba nocł. w całej bazie w%	
	Ogółem	cudzo.	Ogółem	cudzo.	Ogółem	cudzo.
Jeleniogórski	335,078	15,938	1,764,648	159,537	38.1	31.3
Legnickie	52,512	2,458	159,450	22,514	3.4	4.4
Opolskie	302,641	15,369	750,748	63,866	16.2	12.5
Wałbrzyskie	245,021	9,338	1,227,969	66,685	26.5	13.1
Wrocławskie	224,214	15,297	734,413	197,510	15.8	38.7
Ogółem	1,179,466	58,400	4,637,228	510,112	100	100
% w stosunku do całości Polski	11.3	11.1	10.6	10.2		

Źródła: W oparciu o dane Głównego Urzędu Statystycznego, 1992

Tabela III

Przeciętna długość pobytu na Dolnym Śląsku, 1991

Woje- wództwo	Hotele/motele		Pensjonaty		Ośrodki wypoczynkowe		Kwatery prywatne	
	Ogółem	Cudz.	Ogółem	Cudz.	Ogółem	Cudz.	Ogółem	Cudz.
Jelenio- górskie	2.1	2.6	4.2	3.2	8.2	4.2	7.0	5.2
Legnic- kie	2.6	1.7	-	-	10.3	1.0	-	-
Opol- skie	1.7	2.1	-	-	10.5	8.4	2.0	1.8
Wałbrzy- skie	1.9	2.6	4.6	4.2	11.2	5.1	5.4	1.1
Wrocław- skie	1.7	2.0	-	-	7.2	-	12.2	8.6
Dolny Śląsk Ogółem	1.9	2.0	4.2	3.4	9.4	4.7	7.2	3.9

Tabela III kontynuacja

Woje- wództwo	Kampingi		Zakwaterowa- nie zbiorowe		Inne rodzaje bazy nocleg.		Baza nocleg. łącznie	
	Ogółem	Cudz.	Ogółem	Cudz.	Ogółem	Cudz.	Ogółem	Cudz.
Jelenio- górskie	2.5	2.1	4.0	1.2	4.4	5.1	5.3	2.9
Legnic- kie	3.0	1.8	2.3	3.1	4.2	2.9	3.1	1.8
Opol- skie	4.7	1.8	7.2	4.6	6.6	6.1	4.9	2.7
Wałbrzy- skie	2.1	2.7	2.6	2.3	4.2	3.9	5.8	3.1
Wrocław- skie	2.6	1.6	2.2	1.7	3.2	1.9	2.6	2.0
Dolny Śląsk Ogółem	3.4	1.9	3.0	2.0	4.4	3.4	4.5	2.4

Źródła: W oparciu o dane Głównego Urzędu Statystycznego, 1992

Tabela IV Przeciętne roczne wykorzystanie miejsc w turystycznej bazie noclegowej Dolnego Śląska, w roku 1991

Wojew.	Hotele/ Motele	Pensjo- naty	Ośrodki wypocz.	Kwat. pryw.	Kam- pin.	Zakw. grup.	Inne formy	Ogół- tem
Jelenio- górskie	26.2	11.5	27.0	12.5	6.6	20.7	17.9	21.8
Legnic- kie	20.6.	--	15.2	--	3.7	26.8	12.1	16.3
Opol- skie	25.7	--	17.4	17.5	10.4	29.4	14.6	16.2
Wałbrzy- skie	19.5	16.8	29.9	9.4	5.1	13.7	10.6	19.4
Wrocław- skie	30.4	--	16.3	64.1	9.8	26.6	16.5	28.8
Dolny Śląsk Ogółem	25.5	12.1	26.0	19.8	8.8	21.1	14.4	19.90

Uwaga: Dane te są znacznie niższe od opublikowanych przez Główny Urząd Statystyczny, ponieważ tutaj uwzględniono przepustowość całoroczną.

Źródła: W oparciu o dane Głównego Urzędu Statystycznego, 1992

Tabela V Sezonowość w długości pobytu w bazie noclegowej Dolnego Śląska, rok 1990/1991

Wojewódz- two	Miesiące											
	Paz.	Lis.	Gru.	Sty .	Luty	Mar.	Kwi.	Maj,	Cze.	Lip.	Sie.	Wr
Jelenio- górskie	86	64	95	96	139	86	74	89	92	140	130	7
Legnic- kie	92	75	58	70	76	76	107	94	111	153	126	9
Opol- skie	64	77	75	82	86	70	73	75	70	164	138	5
Wałbrzy- skie	89	69	94	90	127	96	84	100	106	130	112	7
Wrocław- skie	101	102	91	84	83	93	105	102	92	122	121	8

Uwaga: Wskaźniki okresowe zostały sporządzone biorąc przeciętną roczną stopę wykorzystania łóżka za 100%

Źródła: W oparciu o dane Głównego Urzędu Statystycznego, 1992

Tabela VI. Podstawowe dane dotyczące regionu Dolnego Śląska w końcu 1989 r.

Województwo	Powierzchnia w km ²		Ludność w tys.		Bezrobotni	Stopa bezrobocia w %	% w stosunku do całej Polski w roku 1991	
	ogół	%	ogół	%			gości	nocl.
Jeleniogórskie	4,378	1.4	517,0	1.4	43,000	16.8	3.8	4.0
Legnickie	4,037	1.3	512.0	1.4	36.300	13.9	0.6	0.4
Opolskie	8,535	2.7	1,014.9	2.7	43,600	8.8	1.7	1.7
Wałbrzyskie	4,168	1.3	741.2	1.9	58,900	17.1	2.4	2.8
Wrocławskie	6,287	2.0	1,126.3	3.0	39,900	7.7	3.2	1.7
Dolny Śląsk	27,405	8.7	3,911.4	10.3	221,700	11.8	11.7	10.6
Polska	312,680	100	38,038	100	2,155,600	11.0	100	100

*Źródła: W oparciu o dane Głównego Urzędu Statystycznego, 1992;
Rzążewska, 1993, tab.1, 2.*

Bibliografia

Bartoszewicz, Witold

1992, Incoming Tourist Traffic to Poland, Jan–Sept 1992. Warszawa: Institute of Tourism.

Baum, Warren C.; Stokes M. Tolbert

1985 Investing in Development: Lessons of World Bank Experience. New York/Oxford/London: Oxford University Press.

Central Statistical Office

1992, Concise Statistical Yearbook of Poland 1991. Warszawa: Central Statistical Office.

Cohen, Erik

1974, Who is a Tourist?: A Conceptual Clarification. Sociological Review 22(4) 527–555.

Dawson, Andrew H.

1991, Poland. In Derek R. Hall (Ed.): Tourism and Economic Development in Eastern Europe and the Soviet Union. London: Belhaven Press, 190–202.

Dziegieć, Elżbieta

1992, Rural Tourist Centres in the Polish Uplands Zone. Turyzm 2(1) 83–97.

Główny Urząd Statystyczny

1987, Rocznik Statystyczny. Warszawa: Główny Urząd Statystyczny.

1992, Turystyka i Wypoczynek w 1991 r. Warszawa: Gł. Urząd Statystyczny, Departament Badań Społecznych i Demograficznych.

Gray, H. Peter

1982, The Contributions of Economics to Tourism Research and Efficiency. Annals of Tourism Research 9(1) 105–125.

Gunn, Clare A.

1977, Industry Pragmatism vs Tourism Planning. Leisure Sciences 1(1) 85–94.

Horn, Alfred; Bożena Pietras (Eds.)

1992, Insight Guide – Poland. Singapore: APA Publications.

Jagusiewicz, Andrzej

1985, Basic Assumptions of Spatial Policy in Tourist Development of Poland until 1995. Problems of Tourism (2) 7–20.

Kerpel, Eva

1990, Tourism in Eastern Europe and the Soviet Union: Prospects for Growth and New Market Opportunities; Special Report No.2042.

London: The Economist Intelligence Unit.

Kostrzewa, Jolanta; Robert Wilus

1992, Krynica – The Biggest Health Resort in Southern Poland: Problems of Its Development and Functions. Turyzm 2(1) 61–81.

Kuszevska, Romana

1992, Foreign Tourists' Visits to Poland in 1980s. Turyzm 2(1) 113–118.

Lorsch, Jay W.; John J. Morse

1974, Organizations and Their Members: A Contingency Approach. New York: Harper & Row.

Ostrowski, S.

1976, Introductory Discussion Paper; Topic F: Over-all Strategies and Policy Measures for the Implementation of Tourism Development Plans. In Economic Commission for Europe (Ed.): Planning and Development of the Tourist Industry in the ECE Region; Proceedings of the Symposium held under the auspices of the ECE at Dubrovnik (Yugoslavia), 13–18 October 1975. New York: United Nations, 184–189.

Parteka, Tomasz; Professor Juchnowicz

1992, The Environment. In Alfred Horn and Bożena Pietras (Eds.): Insight Guide – Poland. Singapore: APA Publications.

Porter, Michael E.

1990, Competitive Advantage of Nations. New York: Free Press

Ritter, Wigand

1966, *Fremdenverkehr in Europa: Eine wirtschafts – und sozialgeographische Untersuchung ueber Reisen und Urlaubsaufenthalte der Bewohner Europas*. Leiden: A.W.Sijthoff.

Rzążewska, Beata Magda

1993, *Lower Silesia and Opole Land – A Compact Characteristic*. Warsaw: CEC-PHARE Tourism Programme/Instytut Turystyki.

Salter, Mark; Gordon McLachlan

1991, *Poland – The Rough Guide*. London: Rough Guides Ltd.

Singh, Tej Vir; H.Leo Theuns; Frank M.Go

1989, *The Continuing Search for Sustainable Tourism: The Case of Developing Countries*; Editorial. In Tej Vir Singh; H.Leo Theuns, Frank M.Go (Eds.): *Towards Appropriate Tourism: The Case of Developing Countries*. Frankfurt am Main/Bern: Peter Lang.

Smith, Stephen L.J.

1988, *Defining Tourism: A Supply-Side View*. *Annals of Tourism Research* 15(2) 179–190.

Theuns, H.Leo

1989, *Tourism – Concepts, Framework for Analysis, Main Characteristics*; Paper CBI Seminar Adventure'89. Rotterdam: CBI, 1989.

UNCTAD

1971, *Guidelines for Tourism Statistics*. New York: UN (TD/B/C.3/836).

Urząd Kultury Fizycznej i Turystyki (SSTA)

1993, *Informacja działalności w zakresie budowy i rozwoju przemysłu turystycznego w 1992 roku (Information concerning expansion and development of the tourist trade in 1992)*. Warsaw: SSTA.

Warszyńska, Jadwiga

1992, *Cracow as the Centre of Tourist Traffic*. *Turyzm* 2(1) 25–35

WTO Commission for Europe

1992, Tourism Trends Worldwide and in Europe 1950-1991; WTO Commission for Europe, Twenty-fourth meeting, Bruges, Belgium, 7 May 1992. Madrid: World Tourism Organization.

Wyrzykowski, Jerzy

1992, Wrocław as a large Sightseeing Center. *Turyzm* 2(1) 49-60 zakresie budowy i rozwoju przemysłu turystycznego w 1992 roku (Information concerning expansion and development of the tourist trade in 1992). Warsaw: SSTA.

PROGRAM CEC-PHARE DLA POTRZEB TURYSTYKI

Luty 1993

Opracowanie A.S. Travis'a:

LISTA SŁUŻĄCA ANALIZIE POTRZEB POLSKIEJ TURYSTYKI NA PODSTAWIE
WCZESNIEJSZYCH STUDIÓW.

Konsultacje - H. Leo Theuns

1. INWENTARYZACJA POTENCJALNYCH ZASOBÓW TURYSTYCZNYCH

Gdzie, i w jakich regionach można znaleźć potencjalne produkty wysokiej jakości przemysłu turystycznego oparte na dostępnej bazie:

- a) Baza powietrzna - tzn. miejsca odpowiednie dla uprawiania sportów powietrznych, takich jak szybownictwo, lotniarstwo i form podobnych. Chodzi tu o odpowiednie warunki powietrzne i stosowną topografię terenu.
- b) Baza wodna morska - to jest miejsca odpowiednie dla rybołówstwa morskiego, jak też żeglowania, sportów motorowodnych, wiosłowania, pływania w czystej wodzie morskiej, jak też różnych form morskich wycieczek i wypraw. Wymagane są tu małe, atrakcyjne porty z odpowiednimi urządzeniami oraz możliwościami potencjalnego rozwoju. W miejscach takich powinny także istnieć gospody, puby, różne punkty gastronomiczne, restauracje oferujące potrawy morskie itd. Wskazane jest także istnienie oddzielonych plaż dla nudystów.
- c) Baza morska śródlądowa - jest tu mowa o jeziorach o czystej wodzie, położonych w lasach lub/i wśród ziem uprawnych, jak też o rzekach płynących przez tereny o atrakcyjnej scenerii, mających czystą wodę i nadających się do kajakarstwa, wiosłarstwa, żeglarstwa, spływu tratwami, lub kajakami, jak też

wędkarstwa. Należy tu także szukać systemów wodnych nadających się do organizowania wczasów na spływach, jak też miejsc atrakcyjnie położonych, mających odpowiednie miejsca na założenie kampingów, baz przyczep turystycznych, wybudowanie gospód jak też innych form, np. domków kempingowych. Wskazane jest także istnienie nadwodnych terenów odpowiednich w celu wydzielenia miejsc dla nudystów.

- d) Baza terenów rolniczych - należy szukać terenów, gdzie możliwy byłby rozwój różnych form wypoczynku na farmach, a także związanych z tym form aktywności oraz sportów.
- e) Baza parków narodowych, oraz parków krajobrazowych - chodzi tu o miejsca interesujące przyrodniczo, położone w szczególnie atrakcyjnych krajobrazowo okolicach, które można by bez uszczerbku zaadaptować do różnych form ekoturystyki (wycieczki piesze, rowerowe, obserwacja przyrody połączona z fotografią).
- f) Baza terenów górskich oraz wyżynnych - mowa tu jest o obszarach najczęściej zalesionych, o wysokich opadach śniegu w zimie i powiązanych z tym dobrymi warunkami narciarskimi, saneczkarskimi, (narciarstwo zjazdowe, biegowe), łyżwiarskimi itp, a także stosowne dla uprawiania turystyki pieszej w zimie i w lecie.
- g) Wycieczki historyczne - tzn. do miejsc gdzie odbywają się interesujące imprezy kulturalne i festivalowe, np. gdzie są organizowane ciekawe wystawy sztuki, ekspozycje muzealne, gdzie można zobaczyć budowle o wielkiej wadze historycznej czy artystycznej.
- h) Baza miast przemysłowych - jest tu mowa o ośrodkach przemysłowych, gdzie już istnieje, lub gdzie ma szansę się rozwinąć turystyka powiązana z podróżami w interesach i służbowymi, czyli turystyka kongresowa, zjazdowa, lub też powiązana z targami (jako przykład może tu służyć Poznań)

- i) Baza wykopalisk i stacji archeologicznych - chodzi tu o miejsca badań i prezentacji znalezisk archeologicznych, mających potencjalne możliwości przystosowania do wykorzystania turystycznego.
- j) Baza zamków, fortów oraz klasztorów - chodzi tu o te budowle historyczne wspomnianego typu, które można wykorzystać w turystyce "turniejowej", "maskaradowej" itp.
- k) Imprezy prezentujące polską kulturę - chodzi tu o takie wydarzenia artystyczne, do których dostęp nie byłby ograniczony nieznajomością języka polskiego - takich jak przedstawienia baletowe, operowe, koncerty, festiwale jazzowe, festiwale muzyki i tańca ludowego, festiwale muzyki pop oraz tradycyjne jarmarki takie jak gdański czerwcowy Jarmark Dominikański, oraz także festiwale filmowe i TV.

l) Baza miejsc o znaczeniu religijnym lub etnicznym.

Należy rozpoznać i dążyć do wykorzystania miejsc tego typu. W procesie tym należy kierować się następującymi kryteriami:

- jakie są miejsca gdzie udają się pielgrzymki katolickie (poza Częstochową);
- gdzie są miejsca o doniosłym znaczeniu historycznych dla Żydów;
- gdzie są miejsca o doniosłym znaczeniu historycznym dla Polaków, Niemców, Ukraińców itp;
- gdzie są miejsca o znaczeniu dla kultur miejscowych takich jak np. kaszubska, góralska oraz inne kultury i subkultury górskie;

Należy także szukać

- regionów winnic (czy jest tylko taki jeden?);
- miejsc o największym znaczeniu historycznym i architektonicznym dla Polski;

- pól golfowych, oraz terenów odpowiednich do ich zakładania.

2. INFRASTRUKTURA I TRANSPORT.

należy przy opracowywaniu planów rozwoju turystycznego ustalić:

a) System drogowy

- gdzie znajdują się polskie autostrady, lub też drogi dwupasmowe o lepszej jakości? Należy też ustalić, czy istnieje tam odpowiednia liczba stacji usługowych, punktów gastronomicznych, moteli oraz centr drogowej informacji turystycznej.

b) Kolejnictwo - jakie są główne kolejowe połączenia międzymiastowe, oraz jakie połączenia mają stać się trasami pociągów szybkobieżnych?

c) System transportu autobusowego - które połączenia dalekobieżne cieszą się największą popularnością, oraz czy mają one szanse dalszego rozwoju?

d) System transportu powietrznego - które lotniska mają możliwości rozwoju dla celów lotów rozkładowych i czarterowych? Które lotniska można ewentualnie wykorzystać dla celów lotnictwa prywatnego?

e) Baza transportu morskiego - które porty zwykłe i promowe posiadają potencjał do dalszego rozwoju biorąc pod uwagę strukturę ruchu turystycznego zarówno krajowego, jak i zagranicznego, które mogą służyć rozwojowi turystyki rejsowej?

3. URZADZENIA TURYSTYCZNE

- a) Należy określić położenie zespołów hotelowych, uzdrowisk, kurorty nadmorskich i górskich, które z nich można zaadaptować do celów turystyki, które należy odnowić, zmodernizować oraz rozbudować tak, aby sprostały wymogom współczesnej turystyki.

b) Przejścia graniczne

Należy określić, gdzie położone powinny być przejścia graniczne o kluczowym znaczeniu, przyjmujące, odprawiające uczestników ruchu turystycznego do Polski. Wraz z przejściami granicznymi powinny powstać przygraniczne centra informacji turystycznej, punkty gastronomiczne oraz handlowe, niezależnie od tego, czy turysta przybywa drogą lądową, morską, czy też powietrzną.

c) Należy wyszukać kompleksy sportowe takie, jak kompleksy hipiczne, kluby szybowcowe i lotniarskie, urządzenia służące sportom zimowym oraz sportom uprawianym na przestrzeniach otwartych - strzelectwo, wędkarstwo itp.

d) Zakwaterowanie w obiektach o wysokim standardzie

- należy określić, gdzie na terenie kraju znajdują się pięciogwiazdkowe obiekty hotelarskie;

Należy również określić:

- gdzie są najlepsze restauracje;

- gdzie jakość zakwaterowania odpowiada cenie usługi;

- gdzie znajdują się na terenie kraju najlepsze centra konferencyjne;

- gdzie są najlepiej funkcjonujące centra informacji turystycznej;

oraz:

- gdzie, poza Poznaniem, odbywają się na terenie kraju większe Targi Handlowe.

BIBLIOTEKA IT
Archiwum Prac
Naukowo-Badawczych