

**Współczesne tendencje
rozwoju turystyki
w Polsce**

Studia Periegetica No. 2(10)/2013

Current Trends in the Development of Tourism in Poland

volume editor

Arnold Bernaciak



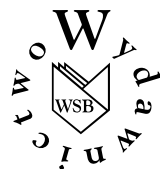
The Poznan School of Banking Press

Poznań 2013

Współczesne tendencje rozwoju turystyki w Polsce

redaktor naukowy

Arnold Bernaciak



Wydawnictwo
Wyższej Szkoły Bankowej w Poznaniu

Poznań 2013

Komitet wydawniczy / Editorial Board

Przewodniczący / Chair: *prof. dr hab. Józef Orczyk*

Członkowie / Members: *dr hab. Władysław Balicki, dr Piotr Dawidziak, dr hab. Marek Dylewski, dr hab. Sławomir Jankiewicz, Grażyna Krasowska-Walczak* (dyrektor Wydawnictwa WSB w Poznaniu / Director of the Poznan School of Banking Press), *dr Alicja Kaiser, dr hab. inż. Tadeusz Leczykiewicz, dr hab. Magdalena Majchrzak, Andrzej Malecki* (sekretarz / Secretary), *dr hab. Ilona Romiszewska, prof. dr hab. Janusz Sawczuk, prof. dr hab. Stanisław Wykrętowicz, dr Maria Zamelska*

Rada naukowa / Scientific Advisory Board

dr hab. Stefan Bosiacki (Polska), *prof. dr hab. Wanda M. Gaczek* (Polska), *dr hab. Zygmunt Kruczek* (Polska), *Assoc. Prof. Miroslava Pridalova, PhD* (Czechy), *dr hab. Ewa Szczepanowska* (Polska), *dr hab. Agata Wiza* (Polska)

Czasopismo umieszczone na liście „B” MNiSW i w bazie BazEkon.

Czasopismo recenzowane według standardów Ministerstwa Nauki i Szkolnictwa Wyższego.

Lista recenzentów na stronie www.wydawnictwo.wsb.poznan.pl

oraz w ostatnim numerze czasopisma z danego roku.

Journal placed in the “B” list of the Ministry of Science and Higher Education and in the BazEkon database.

Journal reviewed in compliance with the standards set forth by the Ministry of Science and Higher Education.

A list of referees is available at www.wydawnictwo.wsb.poznan.pl

and published in the last issue of the Journal each year.

Procedura recenzowania / Review procedure

www.wydawnictwo.wsb.pl/informacje-dla-recenzentow

Redaktor naczelny czasopisma / Editor-in-chief

dr hab. Arnold Bernaciak

Zastępca redaktora naczelnego

dr Maria Zamelska

Sekretarz redakcji

dr Alicja Kaiser

Redaktor naukowy (tematyczny) / Scientific (Theme) editor

dr hab. Arnold Bernaciak

Redaktor statystyczny / Statistical editor

dr hab. Maria Chromińska

Weryfikacja tekstów w języku angielskim / Texts in English revised by

Victoria Szyrka (native speaker)

Redaktor prowadzący / Text editor

Elżbieta Turzyńska

Redakcja, skład i łamanie / Copyedited and typeset by

Adriana Staniszevska

Projekt okładki / Cover design by

Martyna Dawidziak

Publikacja finansowana przez Wyższą Szkołę Bankową w Poznaniu

Publication financed by the Poznan School of Banking

Wersja pierwotna – publikacja drukowana / Source version – print publication

Nakład: 150 egz. / Circulation: 150 copies

© Copyright by Wyższa Szkoła Bankowa w Poznaniu, 2014

ISSN 1897-9262

Wydawnictwo Wyższej Szkoły Bankowej w Poznaniu

al. Niepodległości 2, 61-874 Poznań, tel. 61 655 33 99, 61 655 32 48

e-mail: wydawnictwo@wsb.poznan.pl, dzialhandlowy@wsb.poznan.pl, www.wydawnictwo.wsb.poznan.pl

Druk i oprawa / Printed and bound by ESUS Druk cyfrowy, Poznań

Spis treści

Wstęp (<i>Arnold Bernaciak</i>)	9
Stanisław Bronowicki, Małgorzata Krych	
Znaczenie Wielkopolskiego Szlaku Wiatracznego w ochronie dziedzictwa kulturowego	13
Andżelika Dziegiel, Adrian P. Lubowiecki-Vikuk	
Turystyka sportowa szansą rozwoju lokalnej gospodarki turystycznej	43
Aleksandra Machnik, Agata Basińska-Zych	
Możliwości wykorzystania krajobrazu dolin rzecznych w rozwoju ekoturystyki i turystyki przyrodniczej na wybranych przykładach	61
Bolesław Ocieczek, Katarzyna Hetman	
Poznań miastem turystyki kongresowej i biznesowej	75
Mateusz Rogowski	
Miejskie trasy turystyczne „CityWalk” na przykładzie Kłodzka – ewaluacja produktu turystycznego	91
Mateusz Rogowski, Stanisław Bronowicki, Marta Machnicka	
Atrakcyjność turystyczna geostanowisk Geoparku Karkonosze	109
Olga Smoleńska, Aleksandra Machnik	
Współczesne uwarunkowania funkcjonowania turystyki wiejskiej – rozwój gospodarstw agroturystycznych w kierunku specjalizacji w rekreacji i ekologizacji oferty	127
Jarosław Styperek	
Postrzeżenie parków narodowych w kategoriach systemu rekreacyjnego, produktu turystycznego i zagospodarowania turystycznego przez organy zarządzające parkami	139
Recenzenci „Studia Periegetica” nr 9-10, 2013	147

Contents

Introduction (<i>Arnold Bernaciak</i>)	9
Stanisław Bronowicki, Małgorzata Krych	
Significance of the Wielkopolska Windmill Trail in the protection of cultural heritage	13
Andżelika Dziegiel, Adrian P. Lubowiecki-Vikuk	
Sport tourism as an opportunity for development of the local tourism economy	43
Aleksandra Machnik, Agata Basińska-Zych	
The possibilities of using river valley landscapes in ecotourism and nature-based tourism development based on selected examples	61
Bolesław Ocieczek, Katarzyna Hetman	
Poznan – a City of Congress and Business Tourism	75
Mateusz Rogowski	
Urban “CityWalk” tourist trails in Kłodzko – an evaluation of a tourist product	91
Mateusz Rogowski, Stanisław Bronowicki, Marta Machnicka	
Tourist attractiveness of geosites in the Karkonosze Geopark	109
Olga Smoleńska, Aleksandra Machnik	
Contemporary conditions and determinants of rural tourism and the function of agritourism – agrifarm development specializing in ecology and recreation	127
Jarosław Styperek	
The perception of national parks as a recreation system, as a tourism product, and tourist facility development in the opinion of park managing authorities	139
Reviewers of “Studia Periegetica” issues 9-10, 2013	147

Wstęp

Zwiększające się zróżnicowanie zjawisk i procesów zachodzących w obszarze aktywności turystycznej społeczeństwa prowadzi do powstawania coraz to nowych jej form. Przyczyniają się do tego liczne oddziałujące na ten proces czynniki. Wśród nich należałoby wskazać dwa, z pozoru całkiem odmienne, zjawiska: z jednej strony postępującą globalizację, skutkującą coraz większą dostępnością miejsc, obszarów i obiektów dotychczas trudno osiągalnych, z drugiej – coraz większe zainteresowanie społeczeństwa lokalnością, historią, unikatowymi zasobami przyrodniczymi czy dorobkiem kultury ludzi związanych z lokalnym środowiskiem społeczno-gospodarczym, często zamkniętym w granicach jednego miasta czy gminy. Do istotnych, stymulujących nowe zachowania turystyczne, zjawisk należą również proces ekologizacji i zainteresowanie zdrowym stylem życia.

Zeszyt naukowy pt. „Współczesne tendencje rozwoju turystyki w Polsce” podejmuje temat nowych form turystyki powstających na skutek oddziaływania różnych, wskazanych wyżej czynników. W jego skład wchodzi osiem opracowań autorów związanych z wielkopolskim i kujawsko-pomorskim środowiskiem naukowym.

Bezpośrednie odwołanie do idei lokalności stanowi artykuł Stanisława Bronowickiego i Małgorzaty Krych pt. *Znaczenie Wielkopolskiego Szlaku Wiatracznego w ochronie dziedzictwa kulturowego*. Autorzy opisują w nim rolę zabytkowych obiektów kultury materialnej Wielkopolski, jakimi są młyny wiatraczne. Prezentując obiekty znajdujące się na Wielkopolskim Szlaku Wiatracznym, zwracają uwagę na zachowanie ich w stanie umożliwiającym funkcjonowanie ich jako lokalnych atrakcji turystycznych. Podkreślają przy tym, że od momentu formalnego powołania Szlaku Wiatracznego kolejne młyny znajdujące się w złym i bardzo złym stanie technicznym poddawane są renowacji, co umożliwia ich dalsze turystyczne wykorzystanie. Co istotne, nie pełnią one tylko roli obiektów do zwiedzania, ale często stanowią lokalne centra kultury i rekreacji, a otaczające je tereny sprzyjają rozbudowie infrastruktury turystycznej.

Kolejny artykuł pt. *Turystyka sportowa szansą rozwoju lokalnej gospodarki turystycznej* autorstwa Andżeliki Dzięgiel i Adriana P. Lubowieckiego-Vikuka również odnosi się do kwestii lokalności we współczesnej turystyce. Autorzy skupiają się w swojej pracy na przypadku Torunia i wpływie wydarzeń sportowych na rozwój turystyki w tym mieście. Formułują tezę, że rozwój imprez sportowych o określonym charakterze (głównie masowych imprez biegowych) może znacząco rozszerzyć zakres oferty turystycznej miasta Torunia i wpłynąć na jego turystyczny potencjał. Dużą część opracowania stanowi analiza SWOT. Sformułowane w jej efekcie wnioski służą określeniu głównych przesłanek do dalszych działań dla lokalnych decydentów i osób odpowiedzialnych za budowanie strategii rozwoju turystyki dla Torunia.

Do lokalnego i regionalnego potencjału przyrodniczego jako czynnika rozwoju turystyki odnosi się artykuł Aleksandry Machnik i Agaty Basińskiej-Zych pt. *Możliwości wykorzystania krajobrazu dolin rzecznych w rozwoju ekoturystyki i turystyki przyrodniczej na wybranych przykładach*. Autorki zwracają uwagę na potencjał turystyczny dolin rzecznych w interesującym kontekście, jakim jest ekoturystyka. Ten stosunkowo nowy sposób eksploracji przestrzeni szczególnie cennych przyrodniczo ogranicza ryzyko ich degradacji w wyniku antropopresji. Stanowi więc segment o dużym potencjale rozwoju, który jest pożądanym z uwagi na działalność osób i organizacji zajmujących się ochroną przyrody. Jako dodatkowy element opracowania przedstawiono wybrane przykłady funkcjonowania dolin rzecznych jako celu aktywności turystycznej, na podstawie przeglądu literatury przedmiotu.

Bolesław Ociecek i Katarzyna Hetman w swoim artykule pt. *Poznań miastem turystyki kongresowej i biznesowej* zawarli rozważania na temat potencjału, jaki posiada miasto w tym segmencie turystyki, oraz dotychczasowych „flagowych wydarzeń” organizowanych w Poznaniu, kierowanych do odbiorców biznesowych. Autorzy omawiają uwarunkowania historyczne i zaplecze infrastrukturalne, jakie wyróżniają Poznań na mapie destynacji biznesowych i kongresowych w Polsce. Zwracają także uwagę na obiekty towarzyszące, takie jak baza noclegowa o odpowiednio wysokim standardzie czy obiekty handlowe, kulturalne, rozrywkowe i sportowe. Ich istnienie oraz oferowane produkty stanowią o konkurencyjności oferty kongresowej i przyczyniają się do wzrostu zainteresowania potencjalnych odbiorców, szczególnie w kontekście formułowanej przez autorów tezy, iż opisywany segment rynku turystycznego jest w Polsce najbardziej interesujący i obiecujący.

Segment, jakim jest turystyka miejska, stanowi również przedmiot rozważań Mateusza Rogowskiego. Opracowany przez niego artykuł pt. *Miejskie trasy turystyczne „CityWalk” na przykładzie Kłodzka – ewaluacja produktu turystycznego* jest próbą oceny produktu turystycznego, jakim są miejskie trasy turystyczne „CityWalk”. Na podstawie pilotażowych badań ankietowych autor dokonuje oceny or-

ganizacji i funkcjonowania tego elementu turystyki miejskiej w Kłodzku, a także formułuje wnioski i przesłanki dla władz lokalnych w kwestii rozwoju tras oraz rozszerzenia możliwości ich wykorzystania.

Inny aspekt aktywności turystycznej i waloryzacji atrakcyjności turystycznej, w odniesieniu do specyficznego potencjału przyrodniczego, jakim są geostanowiska zaprezentowali w swoim opracowaniu Mateusz Rogowski, Stanisław Bronowicki i Marta Machnicka. W artykule pt. *Atrakcyjność turystyczna geostanowisk Geoparku Karkonosze* opisują formę turystyki, jaką jest geoturystyka. Jest ona także postacią turystyki zrównoważonej, skupioną na poznawaniu geologii, geomorfologii i naturalnych cech krajobrazu. Bazując na studiach literaturowych oraz propozycjach własnych, autorzy wyróżniają kryteria waloryzacji geoturystycznej oraz dokonują oceny poszczególnych geostanowisk Geoparku Karkonosze. W efekcie formułują zestaw wniosków i obserwacji, które mogą być istotne dla dalszego rozwoju tego segmentu turystyki nie tylko na terenie Geoparku, ale także całego Karkonoszy.

Kolejne opracowanie zostało przygotowane przez Olę Smoleńską i Aleksandrę Machnik. Artykuł pt. *Współczesne uwarunkowania turystyki wiejskiej – rozwój gospodarstw agroturystycznych w kierunku specjalizacji w rekreacji i ekologizacji oferty* ma charakter teoretyczny. Odnosi się do wybranych innowacji stosowanych w agroturystyce i turystyce wiejskiej. Autorki prezentują w nim teoretyczne podstawy funkcjonowania i wykorzystywania takich terminów, jak agroturystyka oraz turystyka wiejska, typologię gospodarstw agroturystycznych, różne rodzaje ofert takich placówek, a także omawiają zagadnienie ekologizacji w tym segmencie rynku turystycznego. Opierając się na diagnozie stanu funkcjonowania obiektów agroturystycznych, postulują wypracowanie modeli ukierunkowujących ten typ turystyki oraz położenie większego nacisku w praktyce agroturystyki na takie aspekty, jak: innowacyjność, specjalizacja czy fachowa obsługa.

Ostatnie opracowanie, odnoszące się do waloryzacji aspektów związanych z zarządzaniem turystyką i obszarami turystycznego wykorzystania, przygotował Jarosław Styperek. Artykuł pt. *Postrzeżenie parków narodowych w kategoriach systemu rekreacyjnego, produktu turystycznego i zagospodarowania turystycznego przez organy zarządzające parkami* prezentuje wyniki badań ankietowych przeprowadzonych w parkach narodowych w Polsce, dotyczących postrzeżenia parków w trzech, wskazanych w tytule, kategoriach. Zasadniczym celem opracowania było określenie, w jakim stopniu zarządzający poszczególnymi parkami różnią się w postrzeżeniu ich jako obiektów turystycznych. Ostateczne wnioski sformułowane w wyniku analizy kwestionariuszy badawczych, oprócz elementów poznawczych, wskazują także dalsze kierunki badań, dotyczące m.in. implementacji koncepcji terytorialnych systemów rekreacyjnych, realizacji operatów kształtowania funkcji turystycznej czy rozwoju produktów ekoturystycznych.

Niniejszy zeszyt rozpoczyna nowy okres w życiu czasopisma. Wydawcą czasopisma „Studia Periegetica” została Wyższa Szkoła Bankowa w Poznaniu. Wskutek zaistniałych przekształceń strukturalnych zmianom uległy wszystkie kwestie formalne – od składu rady naukowej i zespołu redakcyjnego po rozwiązania techniczne i graficzne. Zeszyty dotychczas bezpośrednio związane turystyką i rekreacją otwierają swoje podwoje dla prac z innych obszarów: ekonomii zarządzania, gospodarki przestrzennej i nauk przyrodniczych. Wciąż jednak głównym tematem publikowanych w nich artykułów będą zagadnienia turystyki i rekreacji.

W związku z zaistniałymi zmianami nowy zespół redakcyjny chciałby złożyć serdeczne podziękowania założycielom i osobom dotychczas tworzącym czasopismo, w szczególności: Andrzejowi M. Wyrwie, redaktorowi naczelnemu – Janowi Jeszcze, zastępcom redaktora naczelnego – nieżyjącemu już Remigiuszowi Mielcarkowi i Markowi Sokołowskiemu, sekretarzom – Teresie Bronowickiej i Markowi G. Nowakowi, a także Wandzie Staniewskiej-Zątek. Oddzielne podziękowania kierujemy w stronę dotychczasowej rady naukowej i wszystkich recenzentów. Dziękujemy za pracę włożoną w kształtowanie czasopisma. Żywimy głęboką nadzieję, że staniemy się godnymi kontynuatorami zapoczątkowanych działań i będziemy dalej skutecznie popularyzować zagadnienia związane z turystyką i rekreacją w kraju i za granicą.

dr hab. Arnold Bernaciak

STANISŁAW BRONOWICKI*, MAŁGORZATA KRYCH**

Znaczenie Wielkopolskiego Szlaku Wiatracznego w ochronie dziedzictwa kulturowego

Streszczenie. Zabytkowe młyny wietrzne, ich historia i tradycje związane z zawodem młynarza stanowią ważny element dziedzictwa kulturowego Wielkopolski. Utworzenie Wielkopolskiego Szlaku Wiatracznego wiąże się z ochroną drewnianych wiatraków oraz ma na celu zachowanie pamięci o bogatej kulturze wiejskiej. Kilkaset lat historii tradycyjnego młynarstwa to bogate źródło podań i legend, a także sztuka ciesielskiej i rozwój techniki. Przedstawiony w artykule Wielkopolski Szlak Wiatraczny ukazuje nową rolę tych zabytkowych obiektów, jaką spełniają we współczesnym społeczeństwie. Część wiatraków na szlaku jest jednak w stanie ruiny, co wskazuje, że stworzenie szlaku to dopiero początek długiej i żmudnej drogi prowadzącej do celu, jakim jest ochrona dziedzictwa kulturowego. Należy bowiem pamiętać, że Wielkopolska była niegdyś zwana „krajną wiatraków” i stanowiła centrum młynarstwa w Europie. Turystyka industrialna wzbudza coraz większe zainteresowanie turystów. Dawne młyny wietrzne służą więc dziś rozwojowi infrastruktury turystycznej, a tym samym podnoszą atrakcyjność danego regionu. Wiatraczne ruiny potrzebują zainteresowania turystów, by przetrwać i zachować swe dziedzictwo. Z kolei mieszkańcy potrzebują zainteresowania turystów ich regionem dla podniesienia jakości życia. Wielkopolski Szlak Wiatraczny może zatem okazać się kluczem do rozwiązania problemu niszczących zabytków przetwórstwa zbożowego. Jest nadzieją na nowe życie wiatraków, by ich postrzępione przez nieubłagane porywy czasu skrzydła ponownie mogły zatoczyć kręgi na niebie.

Słowa kluczowe: młynarstwo, młyn, wiatrak, Wielkopolski Szlak Wiatraczny, turystyka industrialna, dziedzictwo kulturowe

* Wyższa Szkoła Bankowa w Poznaniu, Wydział Finansów i Bankowości, Instytut Nauk Ekonomicznych, e-mail: stanislaw.bronowicki@op.pl, tel. 72 836 80 05.

** Biuro Inżynierii Transportu w Poznaniu, e-mail: malgorzata.krych@op.pl, tel. 600 988 827.

1. Wstęp

Ziemia wielkopolska od zamierzchłych czasów miała charakter przede wszystkim rolniczy, ale wraz z rozwojem rolnictwa ukształtowała się jedna z głównych gałęzi przemysłu, jaką było młynarstwo. Sprzyjało temu zarówno ukształtowanie terenu, uwarunkowania klimatyczne, jak i komunikacyjne, gdyż Wielkopolska stanowiła ważny węzeł szlaków handlowych. Szczególną rolę odegrało tu młynarstwo wietrzne, które przez kilkaset lat rozwoju zaowocowało potężnymi zespołami przemiałowymi. Wpisane w krajobraz kontury młyńskich skrzydeł z czasem stały się symbolem Wielkopolski, której w związku z tym nadano miano „krajny wiatraków”.

Młyny wietrzne odgrywały ważną rolę w życiu człowieka, bowiem zaspokajały potrzeby konsumpcyjne ludności. Na tle wydarzeń historycznych przebyły długą drogę rozwoju budownictwa, techniki i kultury. Ich znaczenie dla społeczności wiejskiej zwiększało to, że stanowiły ośrodek spotkań towarzyskich. Inspirowały również do tworzenia podań i legend. Wizerunek wiatraków natchnął rzesze artystów. Sam młynarz postrzegany był jako człowiek, który okiełznał siłę wiatru, co dla osób postronnych wiązało się z siłami nadprzyrodzonymi, szczególnie demonicznymi (Adamczewski 2005: 127).

Gdy Wielkopolska znalazła się w szczytowej fazie rozwoju przetwórstwa zbożowego, stanowiła już centrum młynarstwa w skali europejskiej. Jednak postęp techniki, a także skutki wojen, które spustoszyły polską ziemię w pierwszej połowie XX w., doprowadziły do upadku młynarstwa wietrzego. Wiatraki utraciły swą pierwotną rolę w społeczeństwie, stały się bezużyteczne. Dziś, podróżując po Wielkopolsce, można ujrzeć na niebie postrzępione skrzydła młynów wietrznych. Drewniane konstrukcje niszczeją w wyniku zaniedbania, wandalizmu i warunków atmosferycznych. Niegdyś były ich tu tysiące, dziś nie ma nawet stu obiektów.

Powstała jednak instytucja, która walczy o przetrwanie młynów wietrznych. Powołane do życia w 2005 r. Stowarzyszenie Wiatraków Wielkopolski jako główny cel przyjęło ratowanie zabytkowych wiatraków, a także wykorzystanie cennych obiektów do celów edukacyjnych i turystycznych. Na czele stowarzyszenia stoi Jarosław Jankowski, który założył również pierwszą w Polsce firmę zajmującą się remontami, rekonstrukcją i konserwacją młynów wietrznych. To właśnie z inicjatywy tego stowarzyszenia powstał w 2009 r. szlak tematyczny nazwany Wielkopolskim Szlakiem Wiatracznym.

Celem artykułu jest prezentacja wybranych obiektów Wielkopolskiego Szlaku Wiatracznego, a przede wszystkim ukazanie szczególnej roli, jaką szlak ten odgrywa w ochronie dziedzictwa kulturowego ziemi wielkopolskiej. W ramach

badzeń terenowych przeprowadzonych w latach 2010-2013 zwrócono uwagę na obecny stan techniczny szlaku, gdzie można znaleźć zarówno obiekty w stanie wzorowym, jak i ruiny. Niektóre wiatraki wraz z otoczeniem stały się centrum wydarzeń kulturalnych, inne odchodzą w zapomnienie, czekając na swój nieuchronny koniec.

„Kraina wiatraków” przestała istnieć, ale w krajobrazie Wielkopolski zachowały się ślady dawnej świetności. Nadeszły czasy, w których rośnie zainteresowaniem turystyką industrialną, czyli obiektami przemysłowymi i techniką (Jędrzyiak 2008: 58). Tu pojawia się szansa dla rozwoju Wielkopolskiego Szlaku Wiatracznego. Turystyka stała się jedyną nadzieją na nowe życie zabytkowych wiatraków, chroniąc tym samym relikty młynarstwa wietrznego, które stanowią część dziedzictwa kulturowego tej ziemi.

2. Zarys historii młynarstwa wietrznego w Wielkopolsce

2.1. Początki młynarstwa wietrznego

Młynarstwo wietrzne zaistniało na ziemi wielkopolskiej sto lat później niż młynarstwo wodne. Źródła podają, że pierwsze wiatraki do przetwórstwa zbożowego w Polsce pojawiły się na Pomorzu Zachodnim pod koniec XIII w., a następnie w Wielkopolsce na początku XIV w. (Baranowski 1977: 22). Było to powiązane z ukształtowaniem terenu i brakiem odpowiednio rozbudowanej sieci rzecznej, co ograniczało rozwój młynarstwa wodnego. Duży wpływ na te obszary miała też kultura zachodnia.

Najstarsza wzmianka o młynie wietrznym na ziemi wielkopolskiej pochodzi z 1303 r. i dotyczy Kobyłina (Łuczak 1960: 338). Do połowy XIV w. w źródłach znaleziono zaledwie 7-8 wzmianek o wiatrakach, z czego 3 późniejsze pochodzą z Wielkopolski (Dembińska 1973: 130). Rozprzestrzenienie się młynarstwa wietrznego miało miejsce prawdopodobnie w drugiej połowie XIV w., a poprzez XV i XVI w. następował powolny proces tworzenia potęgi młynarskiej, szczególnie na obszarze Wielkopolski.

Wiek XVI-XVIII to okres bujnego rozwoju ośrodków miejskich, co wiązało się ze wzrostem potrzeb konsumpcyjnych, a w związku z tym i rynkowych. Ze względu na niedogodne warunki hydrologiczne i atmosferyczne w dużych miastach młyny budowano często na przedmieściach albo w bliskim sąsiedztwie (Baranowski 1977: 32). Najstarszym i najpopularniejszym typem młynów wietrznych był wiatrak słupowy (koźlak), który zdominował niemal całą Polskę. Młyny ulegały zniszczeniom i zastępowano je nowymi, ulepszonymi technicznie i dzięki temu bardziej wydajnymi.

2.2. Kraina wiatraków

Rozkwit młynarstwa w Polsce nastąpił już pod koniec XVII w. dzięki sprzyjającym warunkom gospodarczym. Do kraju eksportowano wówczas masowo zboże. Następnie gotową mąkę sprzedawano za granicę w bardzo korzystnej cenie. To właśnie w tym okresie zaczęły powstawać wielkie zespoły przemiałowe wiatraków, liczące niekiedy nawet do stu obiektów. Przykładem są miasta w południowej Wielkopolsce, takie jak Leszno, Śmigiel, Rawicz czy Wschowa. W dużej mierze zasługi należą się Stanisławowi Leszczyńskiemu, późniejszemu królowi Polski, który w owym czasie był wojewodą poznańskim. Za szczytowy okres rozwoju młynarstwa na ziemiach polskich uznaje się XVIII w. (Klaczyński 1981: 71).

Wielkopolska na początku XVIII w. była zagłębiem młynarstwa na arenie europejskiej (Jankowski 2010: 6), a niektóre źródła podają, że wyprzedzała w tym względzie Niemcy, a nawet Holandię (Wyszowska, Zakrzewska 2009: 20). Wiadomo, że wiatraki polskie były największe i miały największą zdolność przemiałową. Poza granicami Polski nigdzie nie było takiego zagęszczenia młynów wietrznych przypadających na jednostkę powierzchni (Klaczyński 1981: 50). Dane z końca XVIII w. mówią o tym, że Wielkopolska należała do pierwszej strefy zagęszczenia sieci młynarskiej, gdzie jeden młyn przypadał na 8-9 km² (Baranowski 1977: 31). W szczytowej fazie rozwoju na ziemi wielkopolskiej było ok. 3,5 tys. wiatraków (Klaczyński 1981: 51-52). Autorzy literatury młynarskiej nie są jednak zgodni w tym względzie. Pewne jest, że „kraina wiatraków” w pełni zasłużyła na swe miano, gdyż stanowiła centrum przetwórstwa zbożowego na skalę europejską.

2.3. Upadek młynarstwa wietrzego

Wiek XIX przyniósł szybko postępujący rozwój techniki. To wówczas powstały wiatraki rolkowe (paltraki). Najwięcej wybudowano ich właśnie w Wielkopolsce, szczególnie na obszarze między Wartą a Notecią, gdzie znajdowała się Fabryka Maszyn Młyńskich w Rogoźnie. Młynarze udoskonalali swoje warsztaty. Każdy z wiatraków był na swój sposób niepowtarzalny pod względem rozwiązań konstrukcyjnych i technicznych. Przykładowo na południu Wielkopolski występowały młyny wietrzne z dwoma złożeniami na jedno koło paleczne w cewiach skośnych, co zapewniało niezwykle cichą pracę. Takich obiektów poza granicami Polski nie było (Klaczyński 1981: 33).

Wynalezienie w XIX w. maszyny parowej zrewolucjonizowało świat, a zarazem zapoczątkowało powolny upadek młynów wietrznych. Do klęski wiatraków przyczynił się także kapitalizm obejmujący tę gałąź przemysłu, następnie wpro-

wadzenie silników spalinowych i w końcu elektrycznych. Młyny wietrzne nie miały szansy na przetrwanie wobec tak silnej konkurencji.

Właściciele wiatraków borykali się nie tylko z problemem możliwości technicznych swoich młynów. Przeszkodą były także finanse. Należało zmodernizować mechanizm urządzeń tak, aby był dostosowany do nowego źródła energii, a to pociągało za sobą ogromne koszty. Wielkopolska znajdowała się pod zaborem pruskim, co nie ułatwiało sprawy, gdyż władze bardzo nieprzychylnie były właścicielom mało wydajnych wiatraków. W tym czasie narzucono też na warszaty niezwykle wysokie podatki. Wynikiem były liczne protesty, a gdzieś tam dochodziło nawet do strajków.

XX w. jedynie spotęgował problemy młynów wietrznych poprzez zawirowania wojenne. Podczas I wojny światowej drewniane konstrukcje wiatraków służyły często jako punkty obserwacyjne, stając się zarazem bazą, z której kierowano ogień artyleryjski. Były także niszczone przez siły zbrojne strony przeciwnej (Baranowski 1977: 103). Jeszcze większe straty przyniosła II wojna światowa. Z wiatraków, które przetrwały, tylko nieliczne uruchomiono ponownie.

Ostateczny kres młynów wietrznych nastąpił wraz z gwałtownym spadkiem ceny energii elektrycznej w latach 60. XX w. (Świątek 2005: 104). Wówczas całkowicie zaprzestano wprawiania w ruch mechanizmów wiatraka przy użyciu energii



Fot. 1. Pozostałość wiatraka w Bodzewie – kozioł (fot. M. Krych)

wietrznej. Szacunek strat na ziemi wielkopolskiej od połowy XIX w. do lat 70. XX w. jest bardzo wysoki. W ciągu stu lat liczba wiatraków spadła bowiem trzykrotnie, a kolejnych trzydziestu – dziewięciokrotnie.

Dzisiaj zabytkowe budowle drewniane niszczą na przydrożach wiejskich. Prócz ruin wiatraków można spotkać pozostałości po drewnianych konstrukcjach, w żargonie młynarskim zwane wiatraczną mogiłą (fot. 1). Nie usłyszymy już więcej skrzypienia pracujących mechanizmów wiatraków. Budowle te stały się bezużyteczne. Stanowią jednak kilkusetletnie dziedzictwo kulturowe – młyny wietrzne były bowiem źródłem przetrwania, służyły w walce z zaborcą, przez wieki stanowiły element bogatej kultury. Nawet ich wznoszenie wiązało się z szeregiem obrzędów, bazujących na wierzeniach ludowych.

Stowarzyszenie Wiatraków Wielkopolski próbuje ochronić te zabytki przed podobnym losem, tak by przyszłe pokolenia mogły zachować pamięć ich dawnej świetności i roli, jaką odegrały w historii polskiej. Stworzenie Wielkopolskiego Szlaku Wiatracznego stało się niezwykle pomocne w tej trudnej misji, tym bardziej że jest to dzisiaj największy i najdłuższy szlak wiatraczny w Europie.

3. Wielkopolski Szlak Wiatraczny

3.1. Lokalizacja i trasa szlaku

Wielkopolski Szlak Wiatraczny powstał z inicjatywy prezesa Stowarzyszenia Wiatraków Wielkopolski, Jarosława Jankowskiego, który od 2004 r. prowadził Muzeum Rolnictwa i Młynarstwa w Rydzynie w wydzierżawionym, wyremontowanym przez siebie wiatraku „Józefie” (fot. 2). Nadawanie imion męskich młynom wietrznym należało do tradycji, którą pasjonaci tych obiektów do dziś starają się podtrzymywać. W 2009 r., wraz z powstaniem szlaku, Jarosław Jankowski wydał mapę dwujęzyczną, także dla zainteresowanych tematem zachodnich sąsiadów (Jankowski 2009).

Szlak wiatraczny znajduje się jedynie w południowej części Wielkopolski, gdzie wiatraków zachowało się najwięcej. Jarosław Jankowski poprowadził trasę przez obszary czterech powiatów: leszczyńskiego, wolsztyńskiego, kościańskiego i rawickiego, gdzie ulokował 50 młynów. Obiekty te zlokalizowane są obecnie w 35 miejscowościach (mapa 1). Szlak wiedzie przez Park Krajobrazowy im. D. Chłapowskiego oraz Przemęcki Park Krajobrazowy. Jego trasa przeplata się m.in. ze Szlakiem Budowli i Kościołów Drewnianych, a także szlakiem kolei wąskotorowej oraz licznymi szlakami rowerowymi, a nawet konnymi i wodnymi.

Wśród 50 obiektów na szlaku znajduje się 46 wiatraków koźlaków. To ponad połowa zachowanych tego rodzaju młynów w Wielkopolsce. Większość wiatra-

Fot. 2. Wiatrak „Józef” w Rydzynie
(fot. M. Krych)



Mapa 1. Trasa Wielkopolskiego Szlaku Wiatracznego, 2013 r. (opracowanie własne)

ków została wpisana do rejestru zabytków, dostępnego na stronie Wojewódzkiego Urzędu Ochrony Zabytków w Poznaniu. Opracowania dokonał Krajowy Ośrodek Badań i Dokumentacji Zabytków w Warszawie. Ostatnia modyfikacja rejestru nastąpiła 30 lipca 2013 r. Według tych danych na ziemi wielkopolskiej pozostało niewiele ponad 70 koźlaków¹. Należy jednak pamiętać, że nie wszystkie wiatraki wpisane są do rejestru.

3.2. Wiatraki jako obiekty muzealne

Podupadające młyny wietrzne stały się bezużyteczne w swej pierwotnej roli. Jako zabytki stanowią ciężar dla właścicieli, których nie stać na remont i konserwację obiektów. Wpisanie wiatraka do rejestru stwarza jednak możliwość translokacji drewnianych konstrukcji do skansenów. Dla niektórych młynów wietrznych jest to szansa na przetrwanie w XXI w.



Fot. 3. Wiatrak w Wolsztynie (fot. M. Krych)

Wiatraki w skansenach mogą spełniać podobną rolę do tej, jaką miały w przeszłości, a zarazem stają się obiektami w pełni chronionymi. Doskonałym przykładem jest Skansen Budownictwa Ludowego w Wolsztynie, który ma w swej kolekcji zabytkowy młyn wietrzny (fot. 3). Niektóre elementy zabytku, np. mącznica,

¹ Rejestr zabytków województwa wielkopolskiego, Warszawa: KOBiDZ, <http://wosoz.ibip.pl/public/?id=37647> [4.03.2013].

będąca najważniejszą belką wiatraka, datowane są na 1603 r. Wiatrak ten jest obiektem Wielkopolskiego Szlaku Wiatracznego (nr 27), a jego w pełni sprawny mechanizm wprawia urządzenia młyńskie w ruch. Organizowane są tu liczne warsztaty i pokazy, można nawet samemu przerobić zboże na mąkę. Kilka razy w miesiącu wiatrak ustawiany jest do kierunku wiejącego wiatru, a zwalniany hamulec pozwala, by siły przyrody poruszyły śmigła. Wolsztyn jest bardzo atrakcyjny dla pasjonatów turystyki industrialnej. Miasto słynie z jedynej w Polsce czynnej parowozowni. Codziennie na trasie Poznań-Wolsztyn można ujrzeć pędzącą lokomotywę pod gorącą parą.

Jednym z najważniejszych punktów na Wielkopolskim Szlaku Wiatracznym jest Osieczna. Spośród kilkudziesięciu dawnych młynów wietrznych pozostały trzy usytuowane na wzgórzu zwanym Szubienicą. Toczyły się tu walki powstańcze. Młynarze często brali czynny udział w szerzeniu świadomości narodowej, a także wykazywali się bohaterstwem na polu bitwy. W cieniu skrzydeł osieckich młynów stoczono 11 stycznia 1919 r. zwycięską „bitwę pod wiatrakami” (Anders 1998: 20).

Wiatraki osieckie (nr 5-7 na szlaku) dzięki gruntownym remontom przeprowadzonym w 2007 r. są w doskonałym stanie technicznym. Najstarszy z nich znajduje się obecnie w rękach prywatnych. Dwa pozostałe należą do Urzędu Miasta i Gminy w Osiecznej. XVIII-wieczne młyny noszą imiona po swoich ostatnich polskich młynarzach: Leon, Adam Józef oraz Franciszek (Jankowski 2009: 3).

Wokół osieckich młynów zawsze wiele się dzieje. Organizuje się tu festyny i różnego rodzaju imprezy plenerowe. Teren wokół wiatraków ożywa jak za dawnych czasów, staje się centrum wydarzeń kulturalnych.

Osieczna zyskała wsparcie Jarosława Jankowskiego, który wydzierżawił teren wokół młynów i 21 września 2012 r. przeniósł tu Muzeum Młynarstwa i Rolnictwa. W jednym z wiatraków można zobaczyć ekspozycję poświęconą dawnemu rolnictwu, a w drugim – pełne wyposażenie młyna i jego zabytkowe wnętrze. Zagospodarowano też cały teren wokół wiatraków, powstał budynek z siedzibą muzeum, gdzie znajduje się sala edukacyjna. Zimą tego roku założono monitoring, co ma znaczenie dla ochrony cennych zabytków i eksponatów, a na wzgórzu przygotowano parking dla autokarów wycieczkowych. Ponadto Jarosław Jankowski postanowił obok wiatraków stworzyć rekonstrukcję dawnego młyna wodnego (fot. 4).

Ciekawy eksponat (nr 41 na szlaku) znajduje się w Grabonogu. To unikatowy wiatrak śrutownik z XIX w., który służył do mielenia ziarna na kaszę (fot. 5). Jest to też miejsce narodzin Edmunda Bojanowskiego. Znajduje się tu zabytkowy dworek, gdzie mieści się muzeum z kolekcją etnograficzną. Warto zwrócić uwagę na mniejsze gabaryty wiatraka w porównaniu z innymi obiektami na szlaku.

W Sarnowie, dzielnicy Rawicza, znajduje się wiatrak z XIX w. pełniący rolę skansenu (fot. 6). Obiekt był wyremontowany pod koniec lat 90. przez Kazimie-



Fot. 4. Wiatraki i młyn wodny w Osiecznej (fot. M. Krych)



Fot. 5. Wiatrak śrutownik w Grabonogu (fot. M. Krych)



Fot. 6. Wiatrak w Sarnowie (fot. M. Krych)



Fot. 7. Wiatrak w Tworzanicach (fot. M. Krych)

rza Damazyna. Wydarzenie to upamiętnia tablica z napisem: „Każdy człowiek jest zobowiązany przyczynić się do dobra drugich”. Stan techniczny obiektu jest bardzo dobry. Na bieżąco prowadzone są prace konserwatorskie. Odbywają się też różne festyny i pokazy, gdzie można spróbować swoich sił w roli młynarza.

Losy wiatraków często wyznaczają ludzie z pasją, bez których nie byłoby dziś niektórych skansenów, nie powstałby też Wielkopolski Szlak Wiatraczny. Jednostki potrafią wiele zdziałać dzięki wytrwałej pracy i długoletniemu wysiłkowi. Takim człowiekiem jest Jarosław Jankowski, ale także Andrzej Gawlicki, z zawodu piekarz i cukiernik. Od lat interesował się wiatrakami i marzył, by uratować choć jeden z nich, w których to dążeniach pomógł mu Jarosław Jankowski i firma Jardi. Ostatecznie zakupił i translokował w 2009 r. do Tworzanic wiatrak z Pawłowic, a następnie przeprowadził jego renowację (Maćkowiak 2010). Młyn jest częścią Wielkopolskiego Szlaku Wiatracznego (nr 3) (fot. 7).

Andrzej Gawlicki nie poprzestał na tym. Zakupił z Wilkowa Polskiego kolejny obiekt (nr 10 na szlaku). Wiatrak translokowano do Tworzanic w 2011 r. Obecnie jest w trakcie generalnego remontu. Na terenie posesji można ujrzyć koziół wraz z mącznicą, a tuż obok usytuowane są poszczególne elementy konstrukcji (fot. 8). Andrzej Gawlicki planuje w przyszłości stworzyć skansen wsi polskiej, a w domu młynarza ma zamiar prowadzić warsztaty wypieku chleba dla dzieci i młodzieży (Maćkowiak 2010).



Fot. 8. Elementy wiatraka w Tworzanicach (fot. M. Krych)

Dzięki wsparciu ludzi, takich jak Jarosław Jankowski czy Andrzej Gawlicki, a także różnych instytucji na Wielkopolskim Szlaku Wiatracznym wyremontowano w ostatnich latach 15 zabytkowych młynów typu kozłak. Nie wszystkie z nich pełnią jednak rolę skansenu czy też służą celom kulturalnym. Wnętrze wiatraka można bowiem przystosować do zamieszkania, by spełniało cele wypoczynkowe.

3.3. Wiatraki jako obiekty noclegowe

Na trasie Wielkopolskiego Szlaku Wiatracznego znajduje się Przemęcki Park Krajobrazowy z licznymi jeziorami, szlakami pieszymi, rowerowymi czy wodnymi, np. Konwaliowy Szlak Kajakowy uznawany jest jako jeden z najpiękniejszych tego typu w Polsce. Okolice parku to idealne miejsce do wypoczynku i rekreacji, a także dobra lokalizacja dla domków letniskowych.

Na skraju parku, w miejscowości Brenno, widać na niebie skrzydła zabytkowych młynów wietrznych. Jeden z nich (nr 24 na szlaku) to obiekt wyremontowany w 2007 r. i przystosowany do nowej funkcji jako domek letniskowy (fot. 9). XVIII-wieczny wiatrak do wynajęcia to bardzo ciekawa forma noclegu dla turysty, z zagospodarowanym i ogrodzonym terenem wokół niego.



Fot. 9. Wiatrak do wynajęcia w Brennie
(fot. M. Krych)



Fot. 10. Wiatrak z Ujazdowa w Brennie
(fot. M. Krych)



Fot. 11. Drogowskaz do wiatraka „Jacka”
(fot. M. Krych)

Wielkopolski Szlak Wiatraczny ewoluje w dość szybkim tempie. Niektóre obiekty podlegają generalnym remontom, inne przenoszone są do nowej lokalizacji w celu ocalenia bądź zachowania pamięci o młynarskiej historii regionu. Od początku istnienia szlak nie utracił żadnego z zabytkowych młynów, chociaż bywają wśród nich ruiny, które nie mają zbyt pewnej przyszłości. Szlak nawet wzbogacił się o jeszcze jeden relikw młynarstwa wietrznego. Od 2011 r. jest nim nieoficjalnie obiekt nr 51, gdyż tuż obok wcześniej wspomnianego wiatraka stał nowy, translokowany z Ujazdowa. Młyn wietrzny, podobnie jak jego sąsiad, został wyremontowany i zamieniony na rezydencję letnią (fot. 10).

Funkcję mieszkalno-wypoczynkową spełnia również wiatrak „Jacek” w Dominicach (nr 19 na szlaku). Stan obiektu pozostawia wiele do życzenia, pozabawiony jest także skrzydeł. Warto zwrócić uwagę na barwnie pomalowany kamień, który pełni rolę drogowskazu (fot. 11). Wiatrak „Jacek” nie jest bowiem widoczny od strony drogi i łatwo pominąć wjazd do posesji ukrytej za drzewami.

Kreatywność właścicieli młynów odgrywa ważną rolę. Wielkopolski Szlak Wiatraczny powstał całkiem niedawno, a promocja szlaku postępuje wolno. Właściciele wiatraków mają trudne zadanie, by odpowiednio wykorzystać i wypromować swój produkt, a muszą pokonać nie tylko trudności finansowe, lecz także administracyjne (m.in. uzyskać zgodę konserwatora zabytków).

3.4. Miasto wiatraków i kolei wąskotorowej

Po wielkopolskiej krainie do dziś krąży legenda o stu wiatrakach. Dotyczy miejscowości, w której zawsze stało 99 młynów. Podczas budowy setnego inny uległ niszczącej sile wiatru bądź był trawiony przez pożar. Nie ma żadnych dowodów, której miejscowości dotyczy ta legenda, toteż wiele miast przypisuje sobie źródło jej powstania. Do tego grona należy Śmigiel, znany jako „miasto wiatraków”.

Śmigiel jest jednym z ważniejszych punktów na Wielkopolskim Szlaku Wiatracznym. Sama nazwa miejscowości wywodzi się od słowa „śmigi”, czyli skrzydła wiatraków. Śmigiel usytuowany jest na wzniesieniach, gdzie panowały idealne warunki dla młynów wietrznych. Choć żadne źródło nie podaje przybliżonej do stu liczby wiatraków w tej miejscowości, była ona potężnym zespołem młyńskim. Wspomniana legenda jest tu dość żywa. Trzeba też oddać cześć bohaterskim młynarzom, którzy brali udział w „bitwie pod wiatrakami” w Osiecznej. Śmigiel jest również siedzibą stowarzyszenia Wiatraki Wielkopolski. Nie przetrwał niestety żaden z młynów śmigielskich, ale na przełomie lat 70. i 80. przeniesiono dwa wiatraki z pobliskich wsi. Oba zabytki poddano renowacji w 2008 r. Dziś stanowią wizytówkę Śmigla i są udostępnione dla turystów (fot. 12).

W ostatnich latach obserwuje się znaczny wzrost zainteresowania turystyką industrialną w polskim społeczeństwie. Mechanizm działania wiatraków również



Fot. 12. Wiatraki w Śmigłu (fot. M. Krych)



Fot. 13. Śmigielska kolej dojazdowa (fot. M. Krych)

wzbudza ciekawość turysty. Śmigiel promuje się nie tylko jako miasto wiatraków, ale i kolei wąskotorowej, co sprawia, że jest on ważnym miejscem dla pasjonatów turystyki industrialnej. Śmigielska kolej dojazdowa (fot. 13), która organizuje przejazdy z tzw. fotostopami (przystanki na sesję zdjęciową), przyciąga szerokie grono pasjonatów, którzy są także zainteresowani zwiedzaniem młynów wietrznych.

Otoczenie tych wiatraków stanowi zarazem centrum wydarzeń kulturalnych. Odbywają się tu imprezy okolicznościowe, festyny i zabawy taneczne. Teren wzniesienia jest otoczony parkiem i stawami – stanowi idealne miejsce dla spacerowiczów, wędkarzy, a także dla turystów, którzy odwiedzają miasto wiatraków.

3.5. Centrum edukacji, kultury i wypoczynku

Wiatraki są ozdobą osad wielkopolskich, a także ich symbolem oraz pomnikiem wydarzeń historycznych. Często stanowią centrum kultury i rekreacji, a otaczający je teren sprzyja rozbudowie infrastruktury turystycznej. Władze gmin starają się podnieść atrakcyjność turystyczną regionu. Zabytki turystyki industrialnej, przy dzisiejszych zainteresowaniach społeczności, idealnie wspomagają ich dążenia do rozwoju. Niekiedy jednak do osiągnięcia celu same chęci nie wystarczą. Trzeba włożyć wiele wysiłku w organizację przedsięwzięcia i znaleźć wystarczające środki finansowe.

Grodzisk Wielkopolski to miasto o głębokich tradycjach młynarskich. Niestety nie zachował się tu ani jeden młyn wietrzny. Burmistrz pragnął, by pamięć o tych tradycjach pozostała w świadomości kolejnych pokoleń, dlatego władze miasta zakupiły wiatrak z Dąbcza (nr 2 na szlaku). W 2011 r. obiekt translokowano i przeprowadzono jego gruntowny remont. Wiatrak usytuowano w Centrum Ekologiczno-Edukacyjnym „Pod chmurką” (fot. 14), a w październiku 2012 r. młodzież zasadziła drzewa owocowe, tworząc w jego otoczeniu „sad młynarza”. Wokół zabytku przygotowano też ekspozycję historyczną o grodziskich wiatrakach i wystawiono ich kamienie młyńskie (fot. 15). Wiatrak „Tomasz” pełni funkcję edukacyjną. Młodzież uczy się o roli, jaką odegrało młynarstwo wietrzne na ziemi wielkopolskiej.

W ramach programu Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2007-2013 niektóre gminy zdołały pozyskać dofinansowanie na renowację młynów wietrznych i zagospodarowanie ich otoczenia, by mogło służyć miejscowej ludności, a zarazem podnieść atrakcyjność turystyczną regionu. Do takich miast należy Krzywiń.

Znajduje się tu obiekt nr 37 na Wielkopolskim Szlaku Wiatracznym, który należy do Urzędu Miasta i Gminy. Wiatrak ten doczekał się renowacji w 2010 r. Obecnie wraz ze swoim otoczeniem stanowi centrum wydarzeń kulturalnych. Obszar wokół wiatraka został odpowiednio zagospodarowany. Teren oświetlono,



Fot. 14. Wiatrak „Tomasz” w Grodzisku Wielkopolskim (fot. M. Krych)



Fot. 15. Kamienie młyńskie z grodziskich wiatraków (fot. M. Krych)

wybudowano parking, „domek młynarza” z podstawowym zapleczem gastronomicznym i sanitarnym oraz amfiteatr. Poprowadzono również ścieżki spacerowe. Odbywa się tu wiele imprez, a z terenu korzystają też okoliczne szkoły. Nieopodal zabytkowego obiektu można zorganizować ognisko i rozbić namioty.

We wsi Duchowo znajduje się XVII-wieczny wiatrak (fot. 16). To jedyny obiekt na Wielkopolskim Szlaku Wiatracznym (nr 45), który terytorialnie należy do województwa dolnośląskiego. Dzięki działaniom Gminy Milicz zdobyto dofinansowanie w ramach programu Rozwoju Obszarów Wiejskich 2007-2013 na remont wiatraka i zagospodarowanie jego otoczenia. Uroczyste otwarcie odbyło się w 2011 r. podczas festynu „Od ziarenka do chleba”. Wówczas nadano wiatrakowi imię „Bronisław”. Obok powstała chata młynarza z tradycyjnym piecem chlebowym. Planuje się również otwarcie Muzeum Młynarstwa i Wsi Milickiej oraz organizację imprez plenerowych promujących region.

Miejska Górka w ramach II etapu konkursu „Pięknie wielkopolska wieś” zaplanowała zagospodarowanie terenu wokół wiatraka we wsi Karolinki. Projekt realizowany jest pod hasłem „Wiatrakowy zawrót głowy”. Młyn wietrzny (nr 48 na szlaku) pochodzi z XVIII w. i jest jednym z najcenniejszych zabytków w tym regionie (fot. 17). W 2009 r. przeprowadzono gruntowny remont wiatraka. W projekcie uwzględniono plac zabaw dla dzieci, boisko do siatkówki, ławki, również łąkę kwiatową i nasadzone drzewa oraz ścieżki spacerowe prowadzące



Fot. 16. Wiatrak w Duchowie (fot. M. Krych)



Fot. 17. Wiatrak w Karolinkach (fot. M. Krych)

do centrum wsi. Przez wieś Karolinki przebiega Ziemiański Szlak Rowerowy. Jest to wojewódzka trasa, niejednokrotnie przeplatająca się ze szlakiem wiatracznym. Ziemiański Szlak Rowerowy łączy poszczególne punkty z Poznaniem. Strudzeni podróżnicy mogą zatem odetchnąć w cieniu skrzydeł wiatraka. Młyny wietrzne s bowiem przewanie usytuowane przy drogach lokalnych.

3.6. Wiatraki w krajobrazie Wielkopolski

Wielkopolski Szlak Wiatraczny niejednokrotnie przeplata się ze szlakami pieszymi, rowerowymi, konnymi czy wodnymi. Sylwetka wiatraka często przyciąga wzrok osób podróżujących po Wielkopolsce. Warto zatrzymać się przy zabytkowym młynie dla odpoczynku, wyciszenia czy zadumy. Przykładem może być XVIII-wieczny wiatrak „Franciszek” w Pępowie (fot. 18), gdzie przebiega Ziemiański Szlak Rowerowy.

Wiatrak „Franciszek” (obiekt nr 42 na szlaku) jest zarazem bazą startową gminnej ścieżki rowerowej „Wiejska dróżka”. Przez Pępowo prowadzi również szlak konny Wielkopolska Podkowa, a jego odcinek na trasie z Ludwinowa do Długoleki nazwano Szlakiem wiatraka Franciszka. Zabytkowy młyn, choć ma połamane skrzydła, przyciąga uwagę wycieczkowiczów.



Fot. 18. Wiatrak „Franciszek” w Pępowie (fot. M. Krych)



Fot. 19. Wiatrak „Mikołaj” w Starym Kobylinie (fot. M. Krych)

W Starym Kobylinie znajduje się XIX-wieczny wiatrak „Mikołaj” (nr 43 na szlaku) (fot. 19). Szczególną uwagę zwraca ciekawe zagospodarowanie terenu wokół młyna. Składa się ono z drewnianej zabudowy, której elementem jest studnia, a także potrójna altana z ławkami i stolikami, gdzie można odpocząć w czasie podróży. W architekturze młynów wietrznych stosowano niekiedy zdobnicze detale. Warto zwrócić uwagę na galerię ze schodami obu wiatraków, zarówno „Franciszka” (fot. 20), jak i „Mikołaja” (fot. 21).

Za czasów świetności młynarstwa wietrznego można było ujrzeć niebo wypełnione skrzydłami wiatraków. Chociaż obecnie widok nie jest tak spektakularny jak kiedyś, to samotnie stojące zabytkowe młyny w krajobrazie wiejskim wspólnie komponują się z otoczeniem i przyrodą (fot. 22 i 23).

Na obrzeżach miejscowości Izbice stoi wiatrak „Adam” (nr 50 na szlaku wiatracznym) (fot. 24). Właściciel XVIII-wiecznego młyna pragnął początkowo przerobić jego wnętrze i przeznaczyć je na gospodę. Tego typu przedsięwzięcie wymaga jednak ogromnych kosztów oraz zgody konserwatora zabytków. Obiekt został ostatecznie wystawiony na sprzedaż, a jego los będzie zależał od nowego właściciela. Wiatrak „Adam” niszczeje, a zawieszony w cieniu postrzępionych skrzydeł transparent z napisem „sprzedam” wzbudza mieszane uczucia w sercach turystów i pasjonatów młynarstwa wietrzego.



Fot. 20. Galeria „Franciszka” (fot. M. Krych)



Fot. 21. Galeria „Mikołaja” (fot. M. Krych)



Fot. 22. Lednogórski krajobraz (fot. M. Krych)



Fot. 23. Wiatrak w Świerczynie (fot. M. Krych)



Fot. 24. Wiatrak „Adam” w Izbicach
(fot. M. Krych)

3.7. Wiatraki w stanie ruiny

Na szlaku można spotkać niszczące wiatraki. Niektóre są w dość dobrym stanie, inne poniżej odpowiedniego lub chylą się ku upadkowi. Dziedzictwo tradycyjnego młynarstwa powoli znika z ziemi wielkopolskiej i z pamięci jej mieszkańców. Wielkopolski Szlak Wiatraczny powstał również po to, by przyciągnąć uwagę, wzbudzić zainteresowanie potencjalnych turystów, a także inwestorów.

Od 2009 r. uratowano 7 młynów wietrznych. Nadal jednak na Wielkopolskim Szlaku Wiatracznym znajdziemy 7 wiatraków poniżej stanu dobrego i kolejne 10 w stanie ruiny. Przykładem może być wiatrak w Racocie (obiekt nr 33) przerebiony w latach 60. na młyn motorowy (fot. 25). Z bliskiej odległości widać połatane poszycie ścian i zapadające się schody, które nie nadają się do użytku. Ruiną jest też wiatrak w Błotnicy (nr 21 na szlaku) (fot. 26). Ramiona połamanych skrzydeł ciążą na tyle, że cała konstrukcja przechyla się od strony nawietrznej. Podobnie wiatrak w Łagowie (obiekt nr 44), którego niszczący stan zwraca uwagę (fot. 27). Kiedyś istniała możliwość zwiedzania obiektu. Widnieje tu też tablica z opisem i zdjęciami okolicznych wiatraków. Jest także kierunkowskaz, który podaje odległość do miejscowości powiązanych z młynarstwem wietrznym.



Fot. 25. Wiatrak w Racocie (fot. M. Krych)



Fot. 26. Wiatrak w Błotnicy (fot. M. Krych)



Fot. 27. Wiatrak w Łagowie (fot. M. Krych)

We wsi Sączkowo znajduje się wiatrak z XIX w. (nr 22 na szlaku) (fot. 28). Swoim kształtem przypomina domek Baby Jagi z baśni „Jaś i Małgosia” braci Grimm. Niegdyś dolna kondygnacja wiatraków była odsłonięta i ukazywała konstrukcję kozła. Istnieje nawet teoria, że pomysł domku na kurzej nóżce wziął swój początek od wiatraka słupowego. Ponieważ w tych czasach straszono dzieci, by nie zbliżały się do młynów ze względu na wirujące śmigła i konszachty młynarza-czarownika z demonami, taka geneza baśni wydaje się całkiem prawdopodobna. Wiatrak we wsi Sączkowo chyli się ku upadkowi. Z wysuniętej głowicy wału zwisają szczątki skrzydeł. Możliwe, że wiatrak nie doczeka już nowego życia.

Niektóre z ruin przypominają domki z kart czy zapalek, które przy niewielkim podmuchu wiatru mogą się rozsypać. Taki stan techniczny konstrukcji przedstawia XVIII-wieczny wiatrak we wsi Wilkowice (obiekt nr 14 na szlaku). Zabytek ma przeszło 50% ubytków w ścianach i niemal 100% ubytków w poszyciu dachu, a jego konstrukcja lekko przechyla się od strony nawietrznej. Brakuje również śmigieł. Młynem wietrznym kilka lat temu zainteresował się Urząd Gminy Lipno, sporządzono nawet dokumentację, która miała doprowadzić do odbudowy obiektu. Po czterech latach wciąż jednak nic nie wiadomo na ten temat. Negatywne wrażenie potęguje wysypisko odpadów budowlanych w bliskim sąsiedztwie zabytkowej ruiny (fot. 29).



Fot. 28. Wiatrak w Sączkowie (fot. M. Krych)



Fot. 29. Ruina wiatraka w Wilkowicach (fot. M. Krych)



Fot. 30. Wiatraczna „mogiła” w Dubinie (fot. M. Krych)

Wielkopolski Szlak Wiatraczny, dzięki wsparciu różnych instytucji oraz pomocy pasjonatów, jest wciąż w fazie zmian i rozwoju. Poprzez zmiany należy rozumieć translokacje obiektów w celu przeprowadzenia gruntownego remontu i dalszej ich ochrony, a także podniesienie atrakcyjności turystycznej regionu poprzez renowacje zabytku i zagospodarowanie jego otoczenia oraz dopuszczenie go do zwiedzania. Zdarza się, że ruiny wiatraków, które zostały już spisane na straty, zyskują szansę na „nowe życie”.

Taka nadzieja pojawiła się dla wiatracznej mogiły w Dubinie. XVIII-wieczne szczątki zabytku należą do gminy Jutrosin. Jeszcze pod koniec października 2012 r. ruina miała trzy ściany (fot. 30), dziś pozostała tylko jedna z bocznych, a najważniejsza belka (mącznica) upadła i pozostał niemal sam koziół. Choć wiatrak przestał praktycznie istnieć, władze gminy postanowiły, że obiekt zostanie zrekonstruowany z elementami zachowanych szczątków, które będą translokowane do Pawłowa. Wiatrak ma pełnić rolę punktu widokowego nad zalewem, gdzie powstanie skansen poświęcony historii pieczenia chleba. Ogłoszony już został oficjalnie przetarg na realizację przedsięwzięcia².

² Przeniesienie z Dubina do Pawłowa wiatraka zabytkowego, www.bip.jutrosin.eu/dokument/1695 [23.08.2013].

Nie wszystkie obiekty na Wielkopolskim Szlaku Wiatracznym mają tyle szczęścia co ruina w Dubinie. W ciągu ostatnich dziesięcioleci liczba wiatraków drastycznie spadła. Jeżeli w przyszłości znikną z krajobrazu Wielkopolski kolejne zabytkowe młyny wietrzne, może się okazać, że nie będziemy mieć już dłużej na ziemi wielkopolskiej największego szlaku wiatracznego Europy.

4. Podsumowanie

Młynarstwo wietrzne ma niemal siedem wieków bogatej historii na ziemi wielkopolskiej. Przez kilkadziesiąt lat stanowiło jedną z najważniejszych gałęzi przemysłu. Wielkopolska odegrała znaczącą rolę w budowaniu potęgi młynarskiej. W szczytowej fazie rozwoju powstawały tu potężne zespoły przemiałowe, skupiska liczące po kilkadziesiąt wiatraków. Wielkopolska stanowiła wówczas europejskie centrum młynarstwa. 700 lat historii młynów wietrznych pozostawiło po sobie bogate dziedzictwo kulturowe, nie tylko tradycje młynarskie, podania czy legendy, ale również efekt kunsztu ciesielskiego i zmysłu technicznego, czyli drewniane młyny wietrzne.

Polskie wiatraki słupowe są najstarszym typem wiatraków europejskich, a na ziemi wielkopolskiej było i jest ich najwięcej. Nie ulega wątpliwości, że każdy obiekt był niepowtarzalny. Wprowadzane przez młynarzy udoskonalenia konstrukcyjne i techniczne sprawiały, że niektóre młyny wietrzne stanowiły unikat, niewystępujące poza Polską czy Wielkopolską. Dlatego też wiatraki oraz ich historię, a także tradycje młynarskie i bogate źródła podań, legend i pieśni należy chronić przed zniszczeniem czy zapomnieniem, ponieważ są ważnym elementem dziedzictwa kulturowego tej ziemi. W innych krajach Europy, takich jak Niemcy, Belgia, Holandia i Wielka Brytania, od lat podejmuje się działania na rzecz ochrony zabytkowych młynów wietrznych. Przykładowo holenderski właściciel wiatraka na renowację zabytku musi przeznaczyć z własnych środków jedynie 10% kosztów, gdyż ponad połowę otrzymuje od państwa, a 30% od prowincji i gminy. Dla porównania polski właściciel musi pokryć przynajmniej 70% wszystkich kosztów związanych z remontem młyna. Kraje te doceniły wartość swojego dziedzictwa, co spotkało się z dużą aprobatą społeczeństwa i zwiększyło zainteresowanie tym tematem. Warto więc pójść za przykładem sąsiadów zza zachodniej granicy. Wielkopolski Szlak Wiatraczny posiada bogaty zbiór zabytkowych wiatraków na swojej ziemi, ma do zaoferowania turystom z tych państw zwiedzanie unikatowych eksponatów. Dziedzictwo to należałoby wykorzystać w strategii marketingowej Wielkopolski, ze szczególnym uwzględnieniem rynku niemieckiego, holenderskiego, belgijskiego i brytyjskiego.

Wielkopolski Szlak Wiatraczny powstał dzięki działalności zaangażowanych w ochronę tych zabytków organizacji i ludzi z pasją, takich jak Jarosław Jankow-

ski. Szlak stał się swego rodzaju azylem dla „pozostałych przy życiu” zabytkowych wiatraków. Będąc elementem Wielkopolskiego Szlaku Wiatracznego, obiekty te zdobywają coraz większy rozgłos, zwracają na siebie uwagę, a szczególne wrażenie robią ruiny wiatraczne. Dzięki temu wokół młynów wietrznych rozwija się infrastruktura turystyczna. Powstają skanseny i obiekty muzealne. Turysta może zapoznać się nie tylko z historią młynarstwa wietrznego, tradycjami i kulturą wiejską, ale także z mechanizmem działania wiatraków. Szczególnie ważnym odbiorcą jest młode pokolenie, które w przyszłości stanie na straży tych zabytków i pamięci o nich. Utworzenie Wielkopolskiego Szlaku Wiatracznego wpływa na rozwój edukacji w zakresie historii młynarstwa, jego znaczenia w historii Polski. Warsztaty, które są prowadzone w Osiecznej czy Wolsztynie, mogą stanowić cenny element programu turystycznego, specjalnie przygotowanego dla szkół z Wielkopolski.

Wielkopolski Szlak Wiatraczny przeplata się i łączy z licznymi szlakami rekreacyjnymi (pieszymi, konnymi czy wodnymi), jak i ze szlakami innych gałęzi turystyki industrialnej. Zainteresowanie tym rodzajem turystyki jest wśród Polaków coraz większe, co może pozytywnie wpłynąć na rozwój szlaku wiatracznego i zwiększyć jego szanse na uchronienie choćby części tego cennego dziedzictwa kulturowego. Od momentu powstania tego szlaku, tj. od 2009 r., uratowano 7 zabytkowych młynów wietrznych będących elementem tego szlaku, ósmy jest w trakcie renowacji, a dziewiąty czeka na translokację i rekonstrukcję. Wyremontowane obiekty ponownie zaczęły służyć społeczności, zostały udostępnione do zwiedzania bądź celów wypoczynkowo-mieszkaniowych, stały się centrum wydarzeń kulturalnych, edukacji i rekreacji. Powstają liczne ścieżki spacerowe i rowerowe. Zabytkowe wiatraki wraz ze swym otoczeniem i całą infrastrukturą są elementem promującym region, co podnosi jego atrakcyjność turystyczną. Duża liczba obiektów na szlaku wymaga jednak renowacji. Właściciele młynów wietrznych borykają się z trudnościami finansowymi i administracyjnymi. Drewniane wiatraki niszczej, chyląc się ku upadkowi.

Trudno chronić pojedynczy obiekt, łatwiej i skuteczniej można chronić całą ich grupę. Dlatego stworzenie Wielkopolskiego Szlaku Wiatracznego ma ogromne znaczenie dla ochrony tych zabytków, które mają zarazem dużą wartość sentymentalną, historyczną i materialną dla ziemi wielkopolskiej, o znaczeniu na skalę europejską ze względu na unikatowość tych obiektów.

Reasumując, Wielkopolski Szlak Wiatraczny odgrywa pierwszoplanową rolę w ochronie zabytków tradycyjnego młynarstwa, które stanowią ważny element dziedzictwa kulturowego w Polsce, tym bardziej że jest to największy i najdłuższy szlak wiatraczny w Europie. Nigdzie też poza granicami Wielkopolski nie spotkamy takiej liczby zachowanych wiatraków koźlaków. Ziemia ta zwana była niegdyś „krajną wiatraków”, a zachowane relikty młynarstwa wietrznego stanowią dziedzictwo kulturowe wielu pokoleń Polaków.

Literatura

- Adamczewski J. (2005), *Młynarstwo magiczne*, Wrocław: Polskie Towarzystwo Ludoznawcze.
- Anders P. (1998), *Zwiedzamy Wielkopolskę. Szlakiem Powstania Wielkopolskiego*, Poznań: WBP.
- Baranowski B. (1977), *Polskie młynarstwo*, Wrocław: Zakład Narodowy im. Ossolińskich.
- Dembińska M. (1973), *Przetwórstwo zbożowe w Polsce średniowiecznej (X-XIV wiek)*, Wrocław – Warszawa – Kraków – Gdańsk: PAN.
- Jankowski J. (2009), *Wielkopolski Szlak Wiatraczny*, Poznań: TopMapa.
- Jankowski J. (2010), *Zwiedzamy Wielkopolskę. Szlakiem wiatracznym w Wielkopolsce*, Poznań: WBPiCAK.
- Jędrysiak T. (2008), *Turystyka kulturowa*, Warszawa: PWE.
- Klaczyński F. (1981), *Wiatraki w Polsce, Rocznik Muzeum Narodowego Rolnictwa w Szreniawie*, t. XII.
- Łuczak Cz. (1960), *Młynarstwo*, w: *Kultura ludowa Wielkopolski*, t. I, red. J. Burszta, Poznań: Wyd. Poznańskie.
- Maćkowiak A. (2010), *Piekarz i wiatrak*, <http://panorama.media.pl/content/view/342476/8/> [10.08.2013].
- Przeniesienie z Dubina do Pawłowa wiatraka zabytkowego*, www.bip.jutrosin.eu/dokument/1695 [23.08.2013].
- Rejestr zabytków województwa wielkopolskiego*, Warszawa: KOBiDZ, <http://wosoz.ibip.pl/public/?id=37647> [10.08.2013].
- Świąch J. (2005), *Tajemniczy świat wiatraków*, Łódź: Polskie Towarzystwo Ludoznawcze.
- Wyszowska I., Zakrzewska P. (2009), *Szlak Wiatraczny w Wielkopolsce jako propozycja turystyki kulturowej obiektów poprzemysłowych i technicznych, Turystyka Kulturowa*, nr 11, www.turystykakulturowa.org/pdf/2009_11_02.pdf [13.07.2013].

Significance of the Wielkopolska Windmill Trail in the protection of cultural heritage

Abstract. Historical windmills, their history and traditions related to the profession of millers, account for a significant element of the cultural heritage of Wielkopolska. Establishment of the Wielkopolska Windmill Trail is correlated to the protection of wooden mills and aims at protecting the memory of an abundant rural history. The several hundred years of traditional milling history is simultaneously a rich source of folktales and legends, as well as, the craftsmanship of carpentry and the development of technique. The Wielkopolska Windmill Trail, as presented herein, shows the new role historical facilities play in modern society. Some mills on the route are actually ruins which clearly show that it is just the beginning of a long and winding road leading to the ultimate objective, i.e. the protection of cultural heritage. It should be noted that at some point in history, Wielkopolska used to be referred to as a “land of mills” and was a milling district

in Europe. Industrial tourism evokes an increasing interest. Thus, former windmills contribute to the development of tourist infrastructure, and they make a given region more attractive. Ruins of mills, however, need the tourists' interest to survive and to retain their heritage. The local residents, on the other hand, need the tourists' interest in their region to improve their living standards. Therefore, the Wielkopolska Windmill Trail may turn out to be the key to solving the problem of the deteriorating monuments of the grain processing industry. There is hope for a new life for these mills, whose wings have been worn down mercilessly by time, where they start rotating in the sky again.

Keywords: milling, mill, windmill, Wielkopolska Windmill Trail, industrial tourism, cultural heritage

ANDŻELIKA DZIĘGIEL*, ADRIAN P. LUBOWIECKI-VIKUK**

Turystyka sportowa szansą rozwoju lokalnej gospodarki turystycznej

Streszczenie. Celem artykułu jest identyfikacja wpływu wydarzeń sportowych na rozwój turystyki w Toruniu oraz ukazanie możliwości wykorzystania tych imprez w kształtowaniu krajoznictwa, w tym lokalnego, ruchu turystycznego. Toruń posiada duży potencjał turystyczny (bogactwo zabytków architektury i zróżnicowaną ofertę kulturalną), a organizacja masowych imprez biegowych jako nowego produktu powinna być jednym z elementów strategii rozwoju turystyki w mieście. Umacniana i rozwijana sportowa forma ruchu turystycznego może podnieść atrakcyjność Torunia, stanowiąc zdywersyfikowany produkt, a w rezultacie stać się – obok turystyki kulturowej i biznesowej – siłą napędową ruchu turystycznego w mieście. Poprzez wykorzystanie efektu synergii możliwe jest osiągnięcie wielu korzyści w wielokierunkowym rozwoju miejskiej turystyki.

Słowa kluczowe: turystyka sportowa, imprezy biegowe, wydarzenia sportowe, Toruń

1. Wprowadzenie

Współczesna turystyka wraz ze sportem stanowią źródło nowych, atrakcyjnych przeżyć, silnych doznań emocjonalnych, które nie tylko sprzyjają poznawaniu nieznanymi miejsc, ale też zachęcają do różnych form aktywności – uczestnictwa w obozach, rajdach, wycieczkach czy wydarzeniach sportowych. Turystyka zaczęła pobudzać rozwój sportu, a sport wpływać na wzmocnienie ruchu turystycznego, co pozwoliło generować wzajemne korzyści. O komplementarności obu tych

* Uniwersytet Mikołaja Kopernika w Toruniu, Wydział Nauk Ekonomicznych i Zarządzania, Katedra Zarządzania Przedsiębiorstwem, e-mail: dziegiel@doktorant.umk.pl, tel. 518 621 307.

** Uniwersytet Kazimierza Wielkiego w Bydgoszczy, Wydział Kultury Fizycznej, Zdrowia i Turystyki, Instytut Geografii, e-mail: lubowiecki@ukw.edu.pl, tel. 52 349 62 50 w. 35.

dziedzin świadczy m.in. to, że przedmiotem konsumpcji w sferze turystyki i sportu są prawie te same dobra i usługi turystyczne. Współzależność obu dziedzin jest więc niezaprzeczalna i widoczna zwłaszcza na płaszczyźnie ekonomicznej, przestrzennej i społeczno-kulturowej. Co więcej, relaks, rozwój społeczny w powiązaniu z aktywnością fizyczną, możliwość sprawdzenia siebie i zbliżenie do natury to główne elementy, na które zgłaszany jest popyt przez współczesnych turystów, a które mogą być realizowane poprzez udział w turystyce sportowej. Jednak niewielu badaczy (Gaworecki 2010; Hadzik 2010; Krawczyk 2010; Kurek 2008; Liszewski 2002; Łobożewicz, Bieńczyk 2001; Różycki 2006; Dzięgiel, Lubowiecki-Vikuk 2013) w swej systematyce wyodrębnia turystykę sportową jako osobną formę ruchu turystycznego. Zdecydowanie częściej typ ten jest tożsamy bądź stanowi element turystyki kwalifikowanej (aktywnej), turystyki kulturowej czy turystyki przygodowej (Lubowiecki-Vikuk, Paczyńska-Jędrycka 2010: 32-33).

Wnikliwa analiza literatury przedmiotu wykazała, że turystyka sportowa w XXI wieku przeżywa dynamiczny rozwój (Dzięgiel 2013). Przy próbie definiowania turystyki sportowej należy więc zwracać uwagę na elementy opisujące istotę turystyki, z uwzględnieniem sportu jako głównego motywu podróży. Zasadniczym celem wyjazdów mogą być różnego typu i rangi wydarzenia sportowe. Imprezy stanowią bowiem główny produkt turystyki sportowej i determinują jej podział na dwie grupy: aktywną, obejmującą czynny udział w zawodach sportowych, oraz pasywną (bierną), określaną mianem „fanoturystyki”. W dobie globalizacji wydarzenia sportowe zaczęły stanowić rodzaj magnesu przyciągającego turystów.

Należy zauważyć, że w skali globalnej istotne jest gospodarcze znaczenie formy sportowej ruchu turystycznego (Hadzik 2010). Turystyka sportowa, dzięki orientacji na wymagania współczesnego społeczeństwa, jest najbardziej dynamiczną formą ruchu turystycznego. W ujęciu ekonomicznym znaczenie turystyki sportowej istotnie wzrosło w ostatniej dekadzie i stanowi obecnie 10% globalnego rynku podróży (Augustyn 2008: 85-92). Co więcej, suma wpływów z zagranicznej turystyki przyjazdowej kibiców generuje co najmniej 1% PKB (Hadzik 2009), a średni dzienny wydatek turysty sportowego jest wyższy od wydatku typowego turysty urlopowego nawet o 48 p.p. (Hadzik 2009). Ponadto forma sportowa turystyki pobudza lokalną społeczność, przyczynia się do wzrostu zatrudnienia i tworzenia nowych miejsc pracy, generuje zyski, nasila ruch turystyczny, a także wspiera rozbudowę infrastruktury. W sferze społecznej organizacja imprez sportowych kreuje pozytywny wizerunek miasta (Lubowiecki-Vikuk, Basińska-Zych 2011), ponadto może rodzić poczucie dumy wśród mieszkańców oraz podnosić ich samoocenę. Oprócz tego mieszkańcy mają okazję na dodatkową aktywność fizyczną bądź możliwość oglądania „na żywo” dobrego widowiska sportowego.

Celem opracowania jest identyfikacja wpływu wydarzeń sportowych na rozwój turystyki w Toruniu oraz ukazanie możliwości wykorzystania tych imprez w kształtowaniu krajowego, w tym lokalnego, ruchu turystycznego.

2. Turystyka sportowa w Toruniu – analiza SWOT

Określenie perspektyw rozwoju turystyki sportowej w Toruniu i wskazanie właściwych kierunków dalszego działania wymaga analizy jej stanu obecnego, a także możliwości i barier tworzonych przez otoczenie. Należy zgodzić się z Joanną Śniadek i Aliną Zajadacz, że niezbędnym instrumentem wyznaczania działań związanych z planowaniem i rozwojem społeczno-gospodarczym jest analiza SWOT (Śniadek, Zajadacz 2008). Analiza SWOT posłużyła autorom do dokonania syntetycznej oceny wewnętrznych i zewnętrznych czynników rozwoju turystyki sportowej w Toruniu oraz wyboru optymalnej strategii wzmacniającej ruch turystyczny związany z masowymi imprezami biegowymi.

Prezentowane wyniki analizy obejmują kluczowe czynniki wpływające na ożywienie bądź osłabienie ruchu turystycznego w Toruniu. W pierwszym etapie ukazano wyniki analizy obecnego stanu turystyki sportowej, biorąc pod uwagę zidentyfikowane atuty oraz przeciwstawione im wewnętrzne słabości (tab. 1). Słabe i mocne strony rozważono w kontekście sześciu czynników rozwoju sportu i turystyki: potencjału turystycznego, zagospodarowania turystycznego (w tym bazy rekreacyjno-sportowej), oferty sportowej, promocji sportu, potencjału instytucjonalnego (organizacyjnego) i zasobów ludzkich.

Druga część obejmuje przewidywania przyszłych stanów, obrazujących szanse i możliwości oraz źródła zagrożeń i barier (tab. 2) występujących w bliższym i dalszym otoczeniu (mikro- i makrootoczeniu).

Wyniki kompleksowej analizy SWOT dla rozwoju turystyki sportowej w Toruniu ukazują zarówno możliwości wykorzystania atutów miasta, które daje otoczenie, jak również identyfikują słabe strony stanowiące bariery w rozwoju turystyki. Liczbowo jednak przeważają pozytywne determinanty, czyli zalety i szanse, nad wewnętrznymi słabościami i zagrożeniami. Największym atutem Torunia jest bogactwo zabytków, różnorodna oferta kulturalna, sprzyjające warunki naturalne czy swoiste „wizytówki” miasta, takie jak panorama, pierniki i Gród Kopernika, a także różnorodność standardów dostępnej bazy noclegowej i gastronomicznej.

W odniesieniu do turystyki sportowej dużym atutem miasta są wyróżniające się w skali ponadlokalnej wydarzenia sportowe przyciągające wielu kibiców, m.in. zawody żużlowe. Ten przykład przedsięwzięć determinuje promocję miasta oraz zwiększa jego rozpoznawalność w skali kraju, a nawet na arenie międzynarodowej. Warto również wymienić inne przedsięwzięcia sportowe, które przyciągają

Tabela 1. Analiza mocnych i słabych stron rozwoju turystyki sportowej w Toruniu

Mocne strony	Słabe strony
<p>Potencjał turystyczny</p> <ul style="list-style-type: none"> – coroczny wzrost ruchu turystycznego w mieście – dziedzictwo kulturowe (UNESCO), unikalne bogactwo zabytków średniowiecznej architektury w skali kraju – urozmaicona oferta kulturalna miasta, cykliczne festiwale i koncerty o znaczeniu ponadlokalnym – sprzyjające warunki naturalne (klimat, ukształtowanie i rzeźba terenu), w tym walory środowiskowe (stosunkowo dużo zieleni miejskiej, parków, bliskość obszarów leśnych) zachęcające do pobytu miłośników przyrody, aktywnego wypoczynku i rekreacji – zróżnicowana oferta wycieczek krajoznawczych po Toruniu i okolicy – korzystna lokalizacja w centralnej części kraju – stosunkowo mała powierzchnia miasta umożliwiająca szybkie dotarcie do najbardziej oddalonych stref Torunia – pierniki, Kopernik, Krzyżacy i toruńska panorama jako „wizytówki” miasta – specyficzna atmosfera panująca w mieście, gościnność i otwartość mieszkańców oraz wysoki poziom bezpieczeństwa publicznego – odpowiedni poziom obsługi ruchu turystycznego i obecność tablic informacyjnych również poza ścisłym centrum miasta (w opinii turystów) – możliwość odwiedzania miasta w ciągu całego roku – coroczne promowanie miasta na targach turystycznych, m.in. w Berlinie, Londynie, Oslo 	<p>Potencjał turystyczny</p> <ul style="list-style-type: none"> – przewaga turystów jednodniowych (60%), dominacja turystów sportowych odwiedzających miasto tylko w czasie trwania imprez – stosunkowo mała liczba turystów odwiedzających Toruń ze względu na udział w imprezach kulturalno-rozrywkowych – procentowo niski udział turystów z zagranicy w stosunku do ogółu turystów korzystających z usług noclegowych (duży udział wpływów krajowych) – niewykorzystanie w pełni walorów zabytkowych Torunia (m.in. Rynek Nowomiejski) – słabo wykorzystany potencjał pod względem turystyki sportowej – dziedzictwo kulturowe jako podstawa tworzenia produktu turystycznego – niski stopień zagospodarowania szlaków turystycznych, brak szlaków łączących obiekty kultury materialnej z walorami przyrodniczymi, mogących stanowić zdewersyfikowane produkty turystyczne – brak zbiorników i obszarów wodnych dla celów turystycznych i rekreacyjnych – nieliczne tereny rekreacyjne – negatywne postrzeganie niektórych elementów produktu turystycznego, tj. korków; braku wolnych miejsc parkingowych, oznakowania zabytków, szlaków i tras turystycznych, trudności z odszukaniem toalety, braku umiejętności językowych osób obsługujących ruch turystyczny (w opinii turystów)
<p>Zagospodarowanie turystyczne</p> <ul style="list-style-type: none"> – różnorodność standardów i ofert cenowych bazy noclegowej, w tym znaczna liczba obiektów wysokiej klasy, z zapleczem odnowy biologicznej 	<p>Zagospodarowanie turystyczne</p> <ul style="list-style-type: none"> – niedrożność komunikacyjna w centrum miasta (nieustannie zakorkowany jedyny toruński most drogowy)

<ul style="list-style-type: none"> - dostępność i różnicowanie placówek gastronomicznych oraz infrastruktury turystycznej - wysoka ocena jakości oferowanych usług hotelowych i gastronomicznych (w opinii turystów) - dostępność obiektów konferencyjnych – Toruń jako ośrodek obsługujący małe i średnie konferencje (turystyka kongresowa) - odpowiednia dostępność komunikacyjna (dzięki autostradzie A1 dobre połączenie z dużymi ośrodkami miejskimi, np. Łodzią, Gdańskiem, Poznaniem), korzystna baza transportowa: gęsta sieć drogowa, bliskość lotniska w Bydgoszczy, połączenia kolejowe i autobusowe, dostateczny transport miejski - równomierne rozmieszczenie obiektów infrastruktury sportowej - dostateczna baza rekreacyjno-sportowa do rozgrywek rangi mistrzowskiej - konkurencyjność niektórych obiektów sportowych, takich jak Motoarena na Toruń, lodowisko „Tor-Tor”, Stadion Miejski - obecność obiektów niestandardowych, np. parku linowego, centrum wspinaczkowego, torów: speedrowerowego i dwóch kartingowych - ciągła rozbudowa i modernizacja infrastruktury sportowej - wykorzystanie funduszy unijnych na rozbudowę bazy sportowej (w tym 24 obiekty w ramach programu „Moje boisko Orlik 2012”) - ciągła rozbudowa ścieżek rowerowych (łączyących Toruń z pobliskimi miejscowościami) i pieszych, stanowiących dobrą infrastrukturę dla sportów masowych (jazdy na rowerze, rolkach, joggingu) - funkcjonowanie wypożyczalni rowerów. - dostępność hali sportowo-widowiskowej, Uniwersyteckiego Centrum Sportowego oraz lotniska sportowego (organizacja spacerowych lotów turystycznych) - możliwość aktywnego spędzania czasu wolnego w dostępnych ośrodkach sportowo-rekreacyjnych (np. aquapark) - rewitalizacja parków miejskich mogących stanowić miejsce aktywnego wypoczynku zarówno dla mieszkańców, jak i turystów - powstanie drugiego mostu drogowego 	<ul style="list-style-type: none"> - niska konkurencyjność i niewielki stopień wykorzystania większości obiektów sportowych (m.in. parku wodnego „Mini-Aquapark”, hali sportowej „Olimpijczyk”) - zły stan jedynego otwartego obiektu wodnego przeznaczanego do kąpielii - niewystarczająca liczba punktów informacji turystycznej i jej brak w strategicznych punktach, np. na dworcach, w galeriach handlowych - niewielki stopień wykorzystania bazy noclegowej – dominacja turystyki przejazdnej (wyjazdy jednodniowe)
--	--

Mocne strony	Slabe strony
<p>Oferta sportowa Torunia</p> <ul style="list-style-type: none"> – różnorodność wydarzeń sportowych – kilka imprez o znaczeniu krajowym, a nawet międzynarodowym (zawody żużlowe, tenisowe, balonowe), w tym wydarzenia szczególnie przyciągające kibiców (Grand Prix na żużlu – ok. 15 tys. kibiców, półmaraton św. Mikołajów – ok. 2,4 tys. zawodników, w tym 2,1 tys. turystów) – kilka wydarzeń sportowych dla osób niepełnosprawnych – półmaraton św. Mikołajów i sport żużlowy uznawane przez turystów za markę Torunia – otwartość władz Urzędu Miasta i Urzędu Marszałkowskiego – stosunkowo wysokie coroczne dofinansowanie oferty sportowej – dobry poziom organizacji wydarzeń sportowych (w opinii turystów) – duża aktywność społeczna środowisk sportowych wpływająca na bogactwo oferty imprez sportowo-turystycznych (np. działalność stowarzyszeń, organizacji wspierających rozwój turystyki oraz klubów sportowych, TKKF-u) – lokalizacja wydarzeń sportowych w różnych częściach miasta – cykliczne wydarzenia sportowe na obszarze Osady Leśnej na Barbarce, parku przy ul. Bema, Parku Tysiąclecia na Stawkach 	<p>Oferta sportowa Torunia</p> <ul style="list-style-type: none"> – niewiele markowych produktów sportowo-turystycznych, np. rozpoznawalnych na szeroką skalę wydarzeń sportowych – uboga oferta sportowa w miesiącach zimowych, niespełniająca oczekiwań turystów – niewielka liczba cyklicznych imprez sportowych, zwłaszcza po sezonie – brak innowacyjności w podejściu do łączenia produktu turystycznego i sportowego – uzależnianie atrakcyjności oferty sportowo-turystycznej od wysokości uzyskanego dofinansowania z budżetu miasta – brak atrakcyjnych imprez towarzyszących głównym wydarzeniom
<p>Promocja sportu w Toruniu</p> <ul style="list-style-type: none"> – promowanie hasła „Toruń miastem sportu” – wykorzystanie Internetu jako głównego kanału informacji o wydarzeniach sportowych w mieście – wykorzystanie lokalnych mediów w działalności reklamowo-promocyjnej – systematyczna i długoterminowa działalność promocyjna toruńskiego żużla (liczne punkty strefy kibica, spotkania z żużlowcami, festyny) – działalność stowarzyszeń (m.in. TKKF-u) propagujących aktywność fizyczną w środowisku mieszkańców oraz przyjeżdżających turystów sportowych 	<p>Promocja sportu w Toruniu</p> <ul style="list-style-type: none"> – nastawienie władz kierujących turystyką w Toruniu na promowanie dziedzictwa kulturowego i turystyki biznesowej – funkcjonowanie niewielu stron internetowych zachęcających do zwiedzania Torunia w sposób aktywny, brak informacji o atrakcjach sportowo-rekreacyjnych na urzędowych portalach internetowych – brak kampanii wizerunkowych miasta związanych z dużymi wydarzeniami – niewystarczająca promocja oferty sportowej, brak skutecznych kanałów informacyjnych (zintegrowanego systemu promocji sportu) w środowisku ponadlokalnym czy krajowym – niedocieranie do potencjalnego odbiorcy spoza regionu

<ul style="list-style-type: none"> - cotygodniowe bezpłatne zajęcia „BiegamBoLubię” dla mieszkańców Torunia i okolic - tworzenie pozytywnego wizerunku miasta poprzez propagowanie aktywności fizycznej 	<ul style="list-style-type: none"> - nieuwzględnienie turystyki sportowej jako osobnego punktu w projekcie „Strategia rozwoju turystyki dla miasta Torunia na lata 2013-2020” - stosunkowo mała liczba instytucji i organizacji pozarządowych działających w sferze kultury fizycznej (poza działalnością klubów sportowych) - brak współpracy organizatorów wydarzeń sportowych z Ośrodkiem Informacji Turystycznej, brak stoisk z materiałami promocyjno-informacyjnymi o mieście podczas trwania imprez - brak promocji wydarzeń sportowych poza granicami kraju - brak badań konsumenckich w dziedzinie promocji sportu - brak wieloaspektowej, całościowej strategii promocji sportu w mieście
<p>Potencjał instytucjonalny</p> <ul style="list-style-type: none"> - szerokie spektrum działalności niektórych instytucji sportowych, np. TKKF-u (sport rodzinny, doskonalenie kadr trenerskich, „Miesiąc dla zdrowia”) - działalność lokalnych organizacji turystycznych i sportowych: OIT, LOT, BTCM, MOSiR, PTTK, klubów sportowych - efektywne wykorzystywanie projektów finansowanych przez Unię Europejską - korzystanie z dotacji z Urzędu Miasta Torunia 	<p>Potencjał instytucjonalny</p> <ul style="list-style-type: none"> - brak podmiotów zdolnych do samodzielnego rozwijania atrakcyjnych produktów sportowo-turystycznych.- brak podmiotów posiadających wystarczające środki finansowe jako wkład własny przy aplikowaniu o środki zewnętrzne - ryzyko braku środków na utrzymanie nowo powstałych obiektów sportowych po zakończeniu etapu inwestycyjnego (m.in. hali sportowo-widowiskowej)
<p>Zasoby ludzkie</p> <ul style="list-style-type: none"> - dostępność wykwalifikowanych kadr w zakresie zarządzania turystyką i sportem na UMK (preżny ośrodek akademicki, potencjał edukacyjny dla kapitału społecznego) - cenienni (uznani) sportowcy pochodzący i mieszkający w Toruniu - duża liczba przewodników obsługi ruchu turystycznego (27 przewodników indywidualnych – stan z czerwca 2013 r.) - liczne uczestnictwo mieszkańców w sporcie powszechnym – aktywne środowisko biegaczy, rowerzystów, nordicowców (np. ok. 800 osób brało udział w nordic walking NEUCA, setki osób uczestniczy w imprezach biegowych organizowanych na terenie miasta) 	<ul style="list-style-type: none"> - brak przewodników oprowadzających turystów w sposób aktywny (na rowerach, rollkach, podczas biegu rekreacyjnego bądź nordic walking) - brak woli współpracy pomiędzy różnymi partnerami w dziedzinie kultury fizycznej

Źródło: Dzięgiel 2013.

Tabela 2. Analiza szans i zagrożeń rozwoju turystyki sportowej w Toruniu

Szanse	Zagrożenia
<p>Makrootoczenie</p> <ul style="list-style-type: none"> - siła globalizacji - dynamika wzrostu podróży turystycznych motywowanych sportem na świecie i w Europie (prognozy UNWTO do 2020 r.) - turystyka sportowa jako najbardziej dynamiczna forma ruchu turystycznego - trendy panujące na zagranicznym rynku turystycznym: popularność aktywnego wypoczynku, SPA i wellness, moda na zdrowie, ciszę i spokój, podróżowanie zgodnie z zasadą 3E (<i>Entertainment, Excitement, Education</i> - rozrywka, ekscytacja, edukacja) - wzmożony popyt na krótkie wyjazdy o charakterze poznawczym i wypoczynkowym (weekendowe) - wysoki udział turystyki sportowej w globalnym rynku podróży (ok. 10%) - działalność biur podróży tworzących specjalistyczne oferty dla turystów sportowych w Polsce i za granicą, w tym kompleksowe oferty produktów turystycznych łączące zwiedzanie i aktywny wypoczynek, ponadto współpraca biur podróży z animatorami turystyki - rosnąca liczba obiektów hotelowych wyposażonych w sprzęt sportowo-rekreacyjny - rosnąca popularność „sportu dla wszystkich” (jogging najczęściej uprawianą dyscypliną sportową przez Polaków) - coraz większa liczba osób biorących aktywny udział w wydarzeniach sportowych propagujących sport powszechny - rosnące zainteresowanie mediów sportem powszechnym - propagowanie zdrowego stylu życia - zdecydowanie wyższe wydatki turystów sportowych niż standardowych turystów 	<ul style="list-style-type: none"> - kryzys gospodarczy wpływający na wahania ruchu turystycznego i zmniejszenie wpływów do budżetu krajowego, a w rezultacie mniejsze inwestycje w rozwój w branży turystycznej - rosnące wymagania turystów krajowych i zagranicznych w zakresie jakości oferty oraz standardu bazy noclegowej, gastronomicznej, infrastruktury towarzyszącej - anomalie pogodowe - spadek zainteresowania turystyką krajową - rosnąca konkurencja ofert na rynku turystycznym i wydarzeń sportowych w różnych regionach w Polsce i Europie - brak wsparcia i biurokratyczne podejście władz regionalnych i krajowych do działań innowacyjnych w dziedzinie turystyki - liczne uregulowania prawne i wysoki stopień sformalizowania - wysokie koszty rozwoju instytucji i obiektów sportowo-rekreacyjnych - nierentowność większości obiektów sportowych - nagłe i nieprzewidziane zmiany priorytetów wyjazdów turystycznych - niedostosowanie oferty do zmiany modelu turystyki w Polsce (przejsięcie z modelu turystyki grupowej na indywidualną) - zanikoma liczba badań dotyczących turystyki sportowej - zanik działalności stowarzyszeń kultury fizycznej - brak programów umozliwiających długoterminowe wspieranie finansowe przedsięwzięć w sferze organizacji wydarzeń sportowych

<ul style="list-style-type: none"> – wysokie wpływy z zagranicznej turystyki przejazdowej kibiców (ok. 1% PKB) – różnorodność form turystyki sportowej (narciarska, balonowa, rowerowa, kajakowa) – korzystanie z dostępnych funduszy zewnętrznych (programów ministerialnych zaproponowanych w „Strategii Rozwoju Sportu w Polsce do roku 2015”), strukturalnych Unii Europejskiej – sponsoring sportowy – krajowy trend budowy i systematycznej modernizacji obiektów sportowo-rekreacyjnych – kampanie związane z organizacją wydarzeń służące kształtowaniu wizerunku miasta – wzrost popularności masowych imprez biegowych (pod względem liczby dostępnych wydarzeń i frekwencji uczestników) – efekt synergii pomiędzy turystyką sportową, biznesową i kulturową – działania promocyjne jako najważniejszy element strategii marketingowej podczas organizacji imprez sportowych. 	
Mikrootoczenie	
<ul style="list-style-type: none"> – korzystanie z dotacji z Urzędu Marszałkowskiego – aktywizacja lokalnej gospodarki poprzez rozwój turystyki sportowej (nowe miejsca pracy) – wykorzystanie imprez biegowych w celu pobudzenia działalności w lokalnym sektorze turystyki – wykorzystanie imprez towarzyszących i dodatkowych atrakcji turystycznych jako sposobu na urozmaicenie głównego wydarzenia sportowego (związanie na sportowo, zawody dla rolkarzy, nordic walking i dla osób z niepełnosprawnością, festyny i koncerty) 	<ul style="list-style-type: none"> – wysoka konkurencyjność wielofunkcyjnych obiektów w najbliższej okolicy Torunia – hale widowiskowo-sportowe: „Łuczniczka” (Bydgoszcz), „Hala Mistrzów” (Włocławek) – konkurencyjność wydarzeń sportowych odbywających się w województwie kujawsko-pomorskim i w Polsce – dominacja turystyki przejazdowej i indywidualnej (parami, w gronie rodzinnym) w województwie kujawsko-pomorskim

Źródło: jak przy tabeli 1.

aktywnych turystów, takie jak rajdy rowerowe i masowe imprezy biegowe. Na uwagę zasługuje też szeroki zakres działalności stowarzyszeń i instytucji związanych z propagowaniem kultury fizycznej, m.in. TKKF, oraz wysoka ocena jakości organizacji toruńskich wydarzeń w opinii turystów.

Zasadniczą wadą miasta jest jego niska konkurencyjność wobec dostępnej bazy sportowo-rekreacyjnej¹. Można przypuszczać, że brak odpowiedniej infrastruktury sportowej nie zachęca organizatorów do tworzenia nowych widowisk sportowych. Stąd niewielka liczba obiektów wykorzystywana jest do rozgrywek rangi mistrzowskiej. Niemniej ciągła rozbudowa i modernizacja infrastruktury, m.in. budowa hali widowiskowo-sportowej i UCS, zapewne zwiększy wielofunkcyjność i różnorodność bazy sportowo-rekreacyjnej. Kolejne inwestycje, takie jak wypożyczalnia rowerów z dwunastoma punktami stacji rowerowych w centrum i na obrzeżach miasta, rozbudowa ścieżek rowerowych i pieszych, rewitalizacja Parku Miejskiego na Bydgoskim Przedmieściu i Bulwaru Filadelfijskiego, dają szansę na zwiększenie atrakcyjności miasta w sferze sportu i rekreacji. Minusem jednak wciąż pozostaje zły stan zagospodarowania szlaków turystycznych, m.in. ich niedostateczne oznakowanie.

Za słabą stronę należy uznać promowanie miasta bazujące na dziedzictwie kulturowym. Ponadto brakuje skutecznych kanałów promocji o toruńskiej ofercie sportowej w środowisku ponadlokalnym, co powoduje, że informacja o wydarzeniach nie dociera do potencjalnych odbiorców spoza województwa kujawsko-pomorskiego. Brak współpracy pomiędzy organizatorami wydarzeń sportowych a Ośrodkiem Informacji Turystycznej w Toruniu też nie jest korzystny dla rozwoju turystyki i sportu. Dodatkowo w mieście brakuje podmiotów zdolnych do samodzielnego rozwijania atrakcyjnych produktów sportowo-turystycznych.

Ogromną szansę dla turystyki sportowej stanowi rosnące zainteresowanie polskiego społeczeństwa i mediów „sportem dla wszystkich”. Popularność dyscyplin powszechnych widoczna jest zwłaszcza przez coroczny wzrost frekwencji w masowych imprezach. Warto wskazać na możliwość generowania znaczących dochodów przez lokalnych przedsiębiorców w wyniku masowych przyjazdów na wydarzenia sportowe zarówno aktywnych turystów, jak i towarzyszących im kibiców. Duże szanse stwarza też możliwość pozyskania dofinansowania organizacji imprez ze strony władz miejskich bądź firm i osób prywatnych, którym sponsoring sportowy może przynieść wymierne korzyści, np. zwiększyć ich rozpoznawalność na rynku.

Głównym zagrożeniem rozwoju turystyki sportowej w Toruniu jest wysoka konkurencja zarówno pod względem wielofunkcyjnych obiektów, jak i organizo-

¹ Według danych Miejskiego Ośrodka Sportu i Rekreacji (MOSiR) w Toruniu wynika, że od sierpnia 2011 r. przychody konkurencyjnego kompleksu wodnego „Oleander” w Wielkiej Nieszawce, odległej o 6 km od Torunia, z tytułu użytkowania obiektu „Mini-Aquapark” spadły w 2012 r. o 26 p.p.

wanych imprez sportowych. Co więcej, wymagania turystów w zakresie jakości oferowanych usług i standardów są coraz wyższe. Słabą stroną jest również dominacja turystów przejezdnych w województwie kujawsko-pomorskim, co ogranicza wpływy z tytułu korzystania z bazy noclegowej. Ponadto nie zachodzi efekt synergii pomiędzy turystyką biznesową, kulturową i sportową. Brakuje bowiem innowacyjności w podejściu do łączenia produktu turystycznego i sportowego, podczas gdy dywersyfikacja mogłaby dać szansę na lepszą pozycję w stosunku do konkurencji.

Analizie poddano także wybór optymalnej strategii wzmacniającej ruch turystyczny w Toruniu na podstawie masowych imprez biegowych. Do analizy strategicznej wybrano po pięć kluczowych czynników wspomagających (atuty i okazje) bądź uniemożliwiających (słabości i niebezpieczeństwa) podejmowanie działań w kierunku wzmacniania ruchu turystycznego związanego z masowymi imprezami biegowymi w Toruniu. Zastosowano w tym celu pięciostopniową skalę ocen.

Tabela 3. Analiza mocnych stron rozwoju turystyki sportowej na przykładzie imprez biegowych organizowanych w Toruniu

Mocne strony	Wagi	Punkty	Rangi ważone
– walory turystyczne miasta podnoszące atrakcyjność tras biegowych	0,40	5	2,00
– korzystna lokalizacja w centralnej części Polski (dobre skomunikowanie z innymi miastami)	0,20	4	0,80
– dobry poziom organizacji oferowanych wydarzeń sportowych	0,20	4	0,80
– przewaga imprez biegowych na dystansie 10-kilometrowym, będących przedmiotem największego zainteresowania turystów biegających	0,10	3	0,30
– różnorodność stosowanych form promocji imprez (wykorzystanie Internetu jako zasadniczego kanału informacji)	0,10	5	0,50
Suma	1,00	–	4,40

Źródło: jak przy tabeli 1.

Zestawienie najistotniejszych mocnych i słabych stron Torunia w aspekcie wzmacniania ruchu turystycznego poprzez imprezy biegowe wykazało zdecydowaną przewagę atutów: 4,40 (tab. 3) nad słabymi stronami: –3,30 (tab. 4), potwierdzając zasadność rozwoju turystyki sportowej w mieście. W przypadku bilansu uwarunkowań zewnętrznych również widoczna jest dominacja czynników pozytywnych, czyli szans (tab. 5), jakie daje otoczenie: 4,50, nad czynnikami negatywnymi, zagrażającymi rozwojowi turystyki sportowej: –4,15 (tab. 6). Świadczy to o otoczeniu sprzyjającym rozwojowi turystyki w analizowanym obszarze.

Tabela 4. Analiza słabych stron rozwoju turystyki sportowej na przykładzie imprez biegowych organizowanych w Toruniu

Słabe strony	Wagi	Punkty	Rangi ważone
– stosunkowo mały procent turystów odwiedzających Toruń ze względu na udział w imprezach kulturalno-rozrywkowych	-0,25	3	-0,75
– mała liczba markowych (rozpoznawanych na szeroką skalę) imprez biegowych	-0,30	4	-1,20
– mała liczba imprez towarzyszących głównemu wydarzeniu (brak wydarzeń szczególnie atrakcyjnych)	-0,20	4	-0,80
– brak współpracy organizatorów wydarzeń sportowych z Ośrodkiem Informacji Turystycznej (brak stoisk z materiałami promocyjno-informacyjnymi o mieście podczas trwania imprez)	-0,15	3	-0,45
– brak przewodników oprowadzających turystów w sposób aktywny (m.in. poprzez bieg rekreacyjny)	-0,10	1	-0,10
Suma	-1,00	–	-3,30

Źródło: jak przy tabeli 1.

Tabela 5. Analiza szans rozwoju turystyki sportowej na przykładzie imprez biegowych organizowanych w Toruniu

Szanse	Wagi	Punkty	Rangi ważone
– rosnąca popularność „sportu dla wszystkich” (jogging najczęściej uprawianą dyscypliną sportową wśród Polaków), a także zainteresowanie udziałem w masowych imprezach biegowych	0,35	5	1,75
– otwartość władz Urzędu Miasta Torunia i Urzędu Marszałkowskiego (stosunkowo wysokie coroczne dofinansowania na masowe imprezy biegowe)	0,25	5	1,25
– aktywizacja lokalnej gospodarki turystycznej poprzez organizację imprez biegowych (nowe miejsca pracy)	0,20	4	0,80
– związek pomiędzy organizacją imprez propagujących aktywność fizyczną a promocją miasta (tworzenie pozytywnego wizerunku miejscowości)	0,10	4	0,40
– wyższe wydatki turystów sportowych niż pozostałych turystów	0,10	3	0,30
Suma	1,00	–	4,50

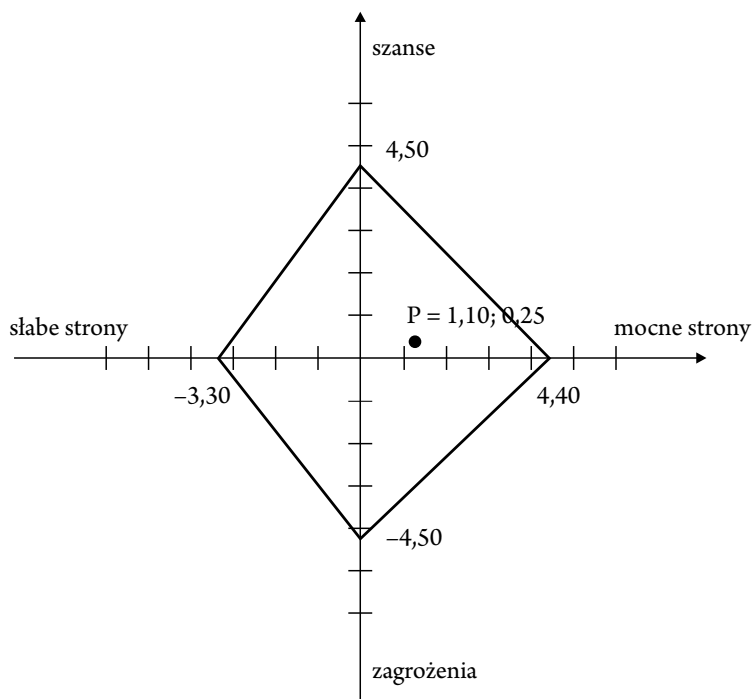
Źródło: jak przy tabeli 1.

Na podstawie wyników analizy dokonano prezentacji graficznej (rys. 1) określającej jedną z czterech wzorcowych strategii odpowiednich dla rozwoju turystyki sportowej w Toruniu. Punkt „P” o współrzędnych: X (1,10) i Y (0,25) wskazuje na korzystną pozycję strategiczną w obszarze „maxi-maxi”, co oznacza przewagę zalet nad słabościami i możliwości nad zagrożeniami. Stan ten ukierun-

Tabela 6. Analiza zagrożeń rozwoju turystyki sportowej na przykładzie imprez biegowych organizowanych w Toruniu

Zagrożenia	Wagi	Punkty	Rangi ważone
– rosnąca konkurencja imprez organizowanych w najbliższej okolicy	-0,45	5	-2,25
– dominacja turystyki przejazdnej (wyjazdów jednodniowych)	-0,15	4	-0,60
– siła marketingu szeptanego i negatywnych opinii innych turystów sportowych	-0,20	5	-1,00
– zanik działalności instytucji organizujących imprezy biegowe (brak wystarczających środków finansowych)	-0,10	2	-0,20
– uregulowania prawne	-0,10	1	-0,10
Suma	-1,00	-	-4,15

Źródło: jak przy tabeli 1.



Rysunek 1. Pozycja strategiczna rozwoju turystyki sportowej na przykładzie imprez biegowych organizowanych w Toruniu

Źródło: jak przy tabeli 1.

kowuje na strategię ofensywną, czyli intensywne działania rozwojowe (Śniadek, Zajadacz 2008).

3. Podsumowanie

Podstawowe wnioski nasuwające się po przeprowadzeniu analizy SWOT to umiejętne wykorzystywanie efektu synergii posiadanych walorów i potencjalnych szans w otoczeniu oraz praca nad wyeliminowaniem słabych stron, a także niwelowanie barier i unikanie zagrożeń stojących na drodze rozwoju turystyki sportowej w Toruniu. W pierwszej kolejności należy wykorzystać walory turystyczne miasta w kształtowaniu ciekawych tras biegowych. Atrakcyjność Torunia pozwoli na stworzenie przewagi konkurencyjnej i zdobycie nowych klientów. Atutem jest także wysoko oceniana jakość organizacji wydarzeń, która warunkuje pozytywne rekomendacje i coroczny wzrost frekwencji uczestników na wydarzeniach. Należy również pamiętać, że turysta sportowy korzysta z tych samych usług, co pozostałe osoby podróżujące, dlatego skierowana do niego oferta powinna zawierać wiele atrakcji. Poza aktywnym bądź biernym uczestnictwem w imprezie biegowej istotne są m.in. imprezy towarzyszące, zwiedzanie miasta z przewodnikiem, spotkania ze znanymi sportowcami czy pogadanki o zdrowiu. Dzięki temu turysta sportowy mógłby przebywać w Toruniu dłużej, co wyeliminowałoby ryzyko związane z przewagą odwiedzających jednodniowych i turystyką przejezdną.

Wybrane imprezy rangi ponadlokalnej w Toruniu odgrywają dużą rolę w tworzeniu produktu turystycznego miasta, a mimo to stanowią co najwyżej uzupełnienie wizerunku Torunia jako miasta zabytków. Odpowiednia promocja Torunia na arenie krajowej i międzynarodowej jako miasta różnych dyscyplin sportu (nie wyłącznie żużla) mogłaby zatem wzbogacić obraz miasta znanego jako „Kra-ków Północy” o propagowanie aktywności fizycznej.

W przyszłości można się więc spodziewać dużego udziału dochodów z turystyki sportowej w stosunku do całościowych wpływów generowanych przez lokalną gospodarkę turystyczną (tab. 7). Co więcej, turystyka sportowa może zapewnić dodatkowe miejsca pracy m.in. animatorom sportu i rekreacji. Ogromną szansę na organizację nowych wydarzeń stanowi też moda na uprawianie joggingu, a także możliwość dofinansowania organizacji imprez z budżetu miasta. Dlatego też wykreowanie masowych imprez biegowych jako nowego produktu turystycznego powinno być jednym z elementów strategii rozwoju turystyki dla Torunia.

Tabela 7. Korzyści z rozwoju turystyki sportowej w ujęciu lokalnym (przykład Torunia)

Aspekt	Wnioski		Korzyści dla miasta
	ogólne	dotyczące Torunia	
Ekonomiczny	<ul style="list-style-type: none"> - wydatki turystów sportowych są wyższe niż wydatki pozostałych uczestników ruchu turystycznego - im więcej osób towarzyszących zabierają ze sobą turyści biegający, tym więcej zasobów finansowych pozostawionych w mieście organizującym imprezę sportową - stosowanie przez organizatorów właściwych instrumentów promocji imprez na rynku regionalnym i krajowym skutkuje wyższą frekwencją - rosnące zainteresowanie w kraju „sportem dla wszystkich” 	<ul style="list-style-type: none"> - turyści sportowi zostawiają znaczne środki pieniężne w restauracjach oraz kawiarniach - turyści sportowi przyjeżdżają na imprezy do miasta z co najmniej jednym kibicem - toruńscy organizatorzy stosują odpowiednie środki informacji o organizowanych zawodach (wykorzystywanie głównie zasobów Internetu) - aktywność turystyczna na terenie Torunia co roku wzrasta, nie tylko poprzez standardowe zwiedzanie, ale też coraz częściej poprzez formę ruchową – uczestnictwo w wydarzeniach sportowych 	<ul style="list-style-type: none"> - generowanie przychodów przez lokalnych przedsiębiorców - podwójna liczba turystów (uczestników zawodów i ich kibiców) - docieranie z ofertą do potencjalnych turystów z całej Polski, co stanowi szansę na wzmożenie przyjazdów turystów
	<ul style="list-style-type: none"> - jakość organizacji wydarzeń sportowych i rekomendacje ich uczestników wpływają na frekwencję w kolejnych zawodach - wydarzenia promujące aktywność fizyczną kształtują pozytywny wizerunek miasta, dlatego coraz częściej wykorzystywane są do budowania marki miejsc 	<ul style="list-style-type: none"> - dobra organizacja toruńskich wydarzeń sportowych i zgodność regulaminów ze stanem faktycznym decyduje o pozytywnej ocenie imprez organizowanych w Toruniu - w opinii turystów na wizerunek Torunia wpływają mieszkańcy poprzez swą gościnność i otwartość, a także wyjątkowa atmosfera miasta 	<ul style="list-style-type: none"> - gwarancja wysokiego poziomu sportowego, a także źródło satysfakcji jej uczestników i wyższej frekwencji na kolejnych edycjach biegów - kojarzenie Torunia z miastem przyjaznym turystom
Spółeczny			

Aspekt	Wnioski		Korzyści dla miasta
	ogólne	dotyczące Torunia	
Społeczny	<ul style="list-style-type: none"> – promocja miast to jeden z głównych celów organizacji przedsięwzięć sportowych – imprezy utożsamiane są z miastem, w którym się odbywają, a nie z głównym organizatorem (podmiotem gospodarczym, bądź stowarzyszeniem) 	<ul style="list-style-type: none"> – w każdym regulaminie toruńskich zawodów promocja miasta stanowi jeden z celów imprezy 	<ul style="list-style-type: none"> – „Toruń miastem sportu” – imprezy biegowe promujące miasto poprzez pryzmat popularyzowania aktywności fizycznej wśród społeczności miejskiej i turystów
	<ul style="list-style-type: none"> – uwarunkowania wewnętrzne i zewnętrzne są istotne dla rozwoju turystyki sportowej w miastach 	<ul style="list-style-type: none"> – uwarunkowania ekonomiczne, społeczne, przestrzenne oraz kulturowo-środowiskowe w wymiarze wewnętrznym i zewnętrznym sprzyjają rozwojowi turystyki sportowej w Toruniu 	<ul style="list-style-type: none"> – ogromny potencjał dla rozwoju turystyki sportowej w Toruniu poprzez wybór strategii ofensywnej – intensywnych działań rozwojowych
Przestrzenny	<ul style="list-style-type: none"> – wielkie imprezy powinny być organizowane w dużych i atrakcyjnych turystycznie miastach 	<ul style="list-style-type: none"> – Toruń jest miastem o dużym potencjale turystycznym: bogactwo zabytków architektury, zróżnicowana oferta kulturalna 	<ul style="list-style-type: none"> – wykorzystanie dostępnych walorów do organizacji wyjątkowych (markowych) wydarzeń sportowych, a w efekcie zwiększenie rozpoznawalności miasta poprzez produkty sportowo-turystyczne
	<ul style="list-style-type: none"> – trasa biegu powinna być urozmaicona oraz wliczyć przez te części miejscowości, które są interesujące pod względem architektonicznym i krajobrazowym 	<ul style="list-style-type: none"> – wysoka ocena atrakcyjności toruńskich tras biegowych 	<ul style="list-style-type: none"> – interesująca trasa przyciągająca większą rzeszę turystów – kreowanie nowego sposobu na zwiedzanie miasta – „na sportowo”

Źródło: jak przy tabeli 1.

Literatura

- Augustyn M. (2008), Key trends in European sport tourism marketing, w: *Teoria i praktyka marketingu w sporcie i biznesie sportowym*, red. J. Klisiński, Bytom: Triada.
- Dzięgiel A. (2013), *Wpływ imprez sportowych na rozwój turystyki w Toruniu* [niepubl.], Toruń: Wydział Nauk o Ziemi UMK.
- Dzięgiel A., Lubowiecki-Vikuk A.P. (2013), Imprezy biegowe jako specyficzny rodzaj wydarzeń sportowych, *Turystyka i Rekreacja. Zeszyty Naukowe Wyższej Szkoły Turystyki i Jezyków Obcych w Warszawie*, nr 12(2): 119-135.
- Gaworecki W.W. (2010), *Turystyka*, Warszawa: PWE.
- Hadzik A. (2009), Wybrane imprezy kultury fizycznej jako elementy runku turystyki sportowej, w: *Marketing w sporcie i turystyce sportowej*, red. J. Klisiński, Bytom: Wyd. Naukowe WSEiA.
- Hadzik A. (2010), Turystyka wielkich wydarzeń sportowych w dobie globalizacji, *Zeszyty Naukowe Wyższej Szkoły Handlu i Usług w Poznaniu*, nr 9: 237-246.
- Krawczyk Z. (2010), Tendencje rozwoju turystyki światowej, w: *Zachowania konsumentów na rynku turystycznym*, red. B. Dobiegała-Korona, Warszawa: Almamer WSE.
- Kurek W. (2008), *Turystyka*, Warszawa: Wyd. Naukowe PWN.
- Liszewski S. (2002), Turystyka jako zjawisko społeczno-gospodarcze, w: *Kompendium wiedzy o turystyce*, red. G. Gołembski, Warszawa – Poznań: Wyd. Naukowe PWN.
- Lubowiecki-Vikuk A.P., Basińska-Zych A. (2011), Sport and tourism as elements of place branding. A case study on Poland, *Journal of Tourism Challenges and Trends*, nr IV(2): 33-52.
- Lubowiecki-Vikuk A.P., Paczyńska-Jędrycka M. (2010), *Współczesne tendencje w rozwoju form rekreacyjnych i turystycznych*, Poznań: Bogucki Wyd. Naukowe.
- Łobożewicz T., Bieńczyk G. (2001), *Podstawy turystyki*, Warszawa: Almamer WSE.
- Różycki P. (2006), *Zarys wiedzy o turystyce*, Kraków: Proksnia.
- Śniadek J., Zajadacz A. (2008), *Strategia rozwoju turystyki w regionie leszczyńskim*, Leszno: Wyd. PWSZ.

Sport tourism as an opportunity for development of the local tourism economy

Abstract. This article aims to identify the impact of sport events on tourism development in Torun, and the perspective indication of its usage in aspects of shaping the national and local tourism. Torun has a great potential for tourism (with its wealth of architectural monuments and diverse culture), however the creation of mass running events as a new product should be included as one of the elements of the tourism development strategy in the city. If strengthened and developed, a “sport” form of tourism can improve the attractiveness of Torun, constitute a diversified product, and as a result, become – along with cultural and business tourism – another driving force of tourism growth in the city. This is also indicative of the use of synergy and mutual benefits for the multidirectional development of urban tourism.

Keywords: sports tourism, running events, sports events, Torun

ALEKSANDRA MACHNIK*, AGATA BASIŃSKA-ZYCH**

Możliwości wykorzystania krajobrazu dolin rzecznych w rozwoju ekoturystyki i turystyki przyrodniczej na wybranych przykładach

Streszczenie. Doliny rzeczne od dawna stanowiły przedmiot zainteresowania ludzi, zarówno w kontekście społeczno-gospodarczym, jak i w sensie naukowym. W ujęciu holistycznym stanowią one szczególnie typ złożonego ekosystemu, a ich struktura przyrodnicza jest niezwykle bogata i cechuje się dużą różnorodnością biologiczną. Dla turysty krajobrazy dolin rzecznych stanowią na ogół dużą atrakcję i są często wykorzystywane, choćby jako przestrzeń rekreacyjna. Natomiast ekoturystyka – najbardziej wysublimowana forma podróżowania przyjaznego środowisku, odbywająca się zwykle na obszarach o najwyższych walorach przyrodniczych i krajobrazowych – może przyczynić się również do ochrony tych krajobrazów. Jeszcze większe możliwości prezentowania turystom i uwrażliwiania ich na piękno i znaczenie walorów przyrodniczych dolin rzek stwarza turystyka przyrodnicza, która nie ma tak wysokich wymagań wobec uczestnika i organizatora.

Słowa kluczowe: ekoturystyka, geoturystyka, turystyka przyrodnicza, doliny rzek

1. Wstęp

Rozwój turystyki kojarzony jest z jednej strony ze wzrostem szans na poprawę sytuacji materialnej lokalnej ludności oraz rozwój gospodarczy obszaru i jego promocję, z drugiej zaś – z degradacją środowiska naturalnego, przyśpieszoną synantropizacją oraz negatywnymi przemianami w środowisku społecznym. Zyskujące na popularności odejście od turystyki masowej wbrew pozorom nie minimalizuje problemu, ale przesuwa ruch turystyczny na inne obszary, niepodlegające

* Akademia Wychowania Fizycznego w Poznaniu, Katedra Geoekologii Turystyki i Rekreacji, e-mail: alex-m@wp.pl, tel. 61 835 53 35.

** Wyższa Szkoła Bankowa w Poznaniu, Instytut Nauk Ekonomicznych, e-mail: agata.basinska-zych@wsb.poznan.pl, tel. 61 655 33 30.

dotąd presji turystycznej bądź też podlegające jej w mniejszym stopniu. Każdy człowiek, w mniejszym lub większym zakresie czasowym i przestrzennym, jest turystą. Stwarza to okazję do uczynienia z turystyki narzędzia aktywnej ochrony przyrody. Odpowiednio przygotowany, biorący udział w dobrze zorganizowanej imprezie turystycznej i poznający konkretne miejsca turysta może nauczyć się szanować i rozumieć, a w konsekwencji chronić przyrodę. Niezbędny zatem wydaje się kompromis, jakim jest przeznaczanie pewnych obszarów pod turystykę, by w przyszłości zaowocowało to przynajmniej zrozumieniem społecznym dla potrzeb przyrody i jej ochrony. Jednym z takich obszarów, zapewniających jednocześnie dużą różnorodność krajobrazu, są doliny rzeczne. Od lat swą malowniczością, zmiennością, bogactwem form ukształtowania przyciągały one turystów, korzystających z rzek choćby jako szlaków wodnych czy miejsc rekreacji. Stanowią one bowiem szczególny typ złożonego ekosystemu, charakteryzującego się zarówno ciągłością, jak też zmiennością przestrzenną, która jest widoczna w przekroju poprzecznym i podłużnym doliny. Struktura przyrodnicza dolin rzecznych jest niezwykle bogata i cechuje się dużą różnorodnością biologiczną. Rzeki zarówno dzielą krajobraz, tworząc naturalne granice (nawet te polityczne), jak i łączą, stanowiąc podstawę transportu, nie tylko w aspekcie ekonomicznym. Z punktu widzenia uczestników turystyki przyrodniczej, a zwłaszcza ekoturystyki, którymi zwykle są ludzie o dużej świadomości ekologicznej i wrażliwości przyrodniczej oraz ciekawości świata, krajobrazy dolin rzecznych stanowią niezwykle atrakcyjną turystyczną. Jednocześnie jako obszary często przekształcone już w wyniku działalności człowieka mogą być dobrym miejscem na organizowanie różnego rodzaju wydarzeń w ramach turystyki przyrodniczej (w tym geoturystyki) czy ekoturystyki.

Celem artykułu jest omówienie możliwości wykorzystania dolin rzek i samych rzek nie tylko jako szlaku kajakowego, ale jako przestrzeni, w której można promować ekoturystykę lub turystykę przyrodniczą, a także dokonanie krótkiego przeglądu literatury na ten temat. Szczególnie skupiono się na ekomuzeach jako najbardziej kompleksowej jednostce, która najlepiej wyraża cele i istotę turystyki zrównoważonej.

2. Doliny rzek

Wiek zlewni rzecznych jest zbliżony do wieku odwadnianych przez nie tworów lądowych – często jest to późny kenozoik. Według geomorfologów rzeki są w stanie ciągłego poszukiwania równowagi quasi-dynamicznej z otoczeniem, co skutkuje ogromną zmiennością, będącą charakterystyczną cechą systemów wód płynących (Allan 1998). Zmiany wywołane działalnością lądolodów można ob-

serwować na obszarach objętych ostatnim zlodowaceniem. Po ustąpieniu lodowca największy wpływ na zmiany w obrębie dolin rzecznych oraz całego krajobrazu miały klimat i cywilizacja tworzona przez człowieka. Wpłynęły one na wygląd szaty roślinnej oraz zmiany w świecie zwierząt. Znane są przypadki uzależnienia wielkich cywilizacji od dolin rzecznych (np. Nil w Egipcie, Tygrys i Eufrat w Syrii oraz Iraku), a także ustawicznego poprawiania systemu wód płynących poprzez budowę kanałów, regulację rzek i osuszanie terenów podmokłych (począwszy od Egipcjan, poprzez Rzymian, do czasów współczesnych). Regulacja swobodnie płynących rzek oznacza fundamentalne zmiany ich struktury i funkcji, gdyż naturalne systemy wód płynących tworzą nieprzerwany ciąg od źródeł po ujście, w którym efekty procesów przebiegających w górnym biegu oddziałują na dynamikę procesów w dole cieków. Zjawisko to może też uwidaczniać się w odwrotnym kierunku (Allan 1998). Również zmiany w zlewni rzek, takie jak rozwój miast, obszarów rolniczych, przemysł, niekorzystnie wpływają na ekosystem rzeki, a za zmieniającym się składem chemicznym wód następuje zmiana składu biocenozy.

Cieki wodne często tworzą złożony system ekologiczny wewnątrz krajobrazu, którym przemieszcza się energia, materia i informacja. Jeśli łączą one odmienne strefy, stają się korytarzami ekologicznymi (Chmielewski 2001). Zaliczamy je do korytarzy potokowych, przybierających różne kształty w zależności od rzeźby terenu. Są one zarówno transporterem substancji organicznych, jak i naturalnymi barierami (Fischer, Magomedow 2004). Doliny rzek i rzeki są doskonałym korytarzem ekologicznym, umożliwiającym migracje gatunków – zarówno cennych i rzadkich, jak i synantropijnych, obcych. Przykładem ekspansji kenofitów wzdłuż koryt rzecznych może być niecierpek Royle'a (*Impatiens Royle'a*), gatunki z rodzaju uczepek (*Bidens sp.*) czy rzepień (*Xanthium strumarium*). Wiele gatunków ryb zwiększyło bądź zmniejszyło swój zasięg występowania na skutek działalności człowieka (ryby lososiowate, pstrągi itp.). Największy wpływ na to mają tamy i zapory na rzekach, ale także zarybianie rzek przez człowieka gatunkami hodowanymi działa ograniczająco na rozwój gatunków rodzimych. Należy też pamiętać o zmianach w innych grupach organizmów wodnych i nadwodnych – owadów, skorupiaków, mięczaków.

Stosunki florystyczno-fitosocjologiczne krajobrazów roślinnych, czyli powtarzalnych kombinacji roślinnych najpospolitszych w danym regionie (Matuszkiewicz 1993), kształtują się pod wpływem zmian zachodzących w okolicy i są wynikiem nasilenia tego procesu. Doliny rzeczne, wyróżniające się seryjnym układem przestrzennym (zwanym toposekwencją) zbiorowisk roślinnych, odzwierciedlającym strefowość i stratyfikację warunków hydrogeochemicznych, są ciekawym i istotnym elementem krajobrazów roślinnych. Różnym siedliskom w dolinach rzek odpowiadają przestrzenne i funkcjonalne układy fitocenoz (o określonym podziale na strefy) w zależności od charakteru obszaru (ukształtowania po-

wierzchni, typu podłoża itp.), przez który rzeka przepływa, jak też od właściwości samej rzeki. Nie bez znaczenia dla kształtu i składu zespołów pozostaje antropopresja. Postępujące procesy sukcesji roślinnej warunkują mozaikowatość i zmienność zbiorowisk (Czarnecka, Janiec 2006).

Wzdłuż rzek rosną lasy wilgotne, łągi tworzone przez różne gatunki wierzb, a także topole, wiązy i jesiony. Różnorodność cieków wodnych wpływa na zróżnicowanie zespołów łągowych. Są one szczególnie atrakcyjne wiosną, kiedy zakwitają geofity wiosenne, a zwłaszcza związany fitosocjologicznie z tymi zbiorowiskami zianopłon wiosenny (*Ficaria verna*). Z łągów wywodzi się wiele okazów pomnikowych drzew, w tym dębów (np. dęby rogałińskie w łągach nadwarciańskich) oraz sędziwych topoli białych.

Kolejnym interesującym zbiorowiskiem są nadrzeczne łąki wilgotne i torfowiska niskie. Nie są to ekosystemy sprzyjające penetracji turystycznej, ale wydają się interesujące ze względów florystycznych i faunistycznych (z roślin np. storczyki, wełnianki, centuria, ze zwierząt – jętki, ważki, motyle i pajęczaki) oraz krajobrazowych. Siedliskiem wielu ciekawych gatunków są także meandry, starorzecza i zakola rzek.

Powoduje to, że krajobrazy dolin rzecznych obejmowane są różnymi obszarowymi formami ochrony przyrody. Z jednej strony pozwala to na zachowanie ekosystemów, z drugiej – przyciąga turystów, dla których poruszanie się rzeką kajakiem czy statkiem lub wędrowanie jej doliną stanowi możliwość zarówno poznania ekosystemu wód płynących, jak i podziwiania krajobrazu, jego bogactwa, zmian i przekształceń.

3. Ekoturystyka i turystyka przyrodnicza

Stanowiąc rdzeń turystyki zrównoważonej, ekoturystyka wykracza obecnie poza ramy tradycyjnie pojmowanej turystyki opierającej się na walorach przyrodniczych. Zgodnie z definicją może ona także bazować na walorach antropogenicznych, zwłaszcza tych wywodzących się z kultury i tradycji ludowej miejscowej społeczności (Zaręba 2008). Uprawianie tej formy turystyki umożliwia nie tylko poznanie otaczającego nas świata, ale także realizowanie się w sensie wysiłkowym, pokonywanie swoich słabości (np. survival), jak i inspirowanie się w sensie twórczym (Krzymowska-Kostrowicka 1995). Nie jest to jednak forma turystyki dla każdego, wręcz przeciwnie – ma ona znamiona formy elitarniej, wymagającej od turysty wrażliwości i zaangażowania. Stawia przed organizatorami i uczestnikami kilka celów, które można określić jako cele ekologiczne, ekonomiczne i społeczne (Zaręba 2008). Jest to bardziej idea podróżowania i korzystania z dziedzictwa

przyrodniczego czy kulturowego niż zwykła forma turystyki. Bliski jest jej szczególnie nurt turystyki odpowiedzialnej, a także alternatywnej.

Niestety, oprócz korzyści dla środowiska przyrodniczego oraz lokalnej społeczności i turystów, zdarza się, że przygotowana w sposób nieodpowiedzialny, ta z założenia „przyjazna” środowisku forma turystyki może nieść wiele zagrożeń. Poprzez zwrócenie uwagi na rzadkie, ginące gatunki może doprowadzić do zwiększenia stanu ich zagrożenia. Przykłady takiego działania ze szkodą dla pokazywanych ekoturystom storczyków zaobserwowali Mark Ballantyne i Catherine Pickering (2012) w Australii, natomiast Antje Müllner, K. Eduard Linsenmair i Martin Wikelski (2004) badali wpływ ruchu turystycznego na przeżywalność i odporność na stres młodych hoacynów w lesie tropikalnym nad Amazonką. W pierwszym przypadku kwiaty były niszczone i zbierane, w drugim – osobniki, które wykluły się w gniazdach wystawionych na kontakt ze zwiedzającymi, były mniejsze, słabsze i mniej odporne na stres. Podobnie może kształtować się sytuacja w przypadku nadmiernego eksploatowania szczególnie wrażliwych ekosystemów i obszarów podlegających ochronie (Machnik 2006). Niepokojący jest również brak odpowiednio przygotowanej kadry, zarówno na poziomie organizacji, jak i realizacji imprez (Kurczewski 2006).

Pomimo trudności na poziomie organizacji i uczestnictwa wciąż rośnie zainteresowanie tą formą – być może jest to wyraz mody na bycie „eko”, znudzenie tradycyjnym, masowym podróżowaniem, a może wzrost zainteresowania coraz bardziej dostępnym światem.

Turystyka przyrodnicza bazuje na zasobach i walorach przyrodniczych przestrzeni turystycznej. Nie wymaga jednak ani od uczestnika, ani od organizatora specjalnych umiejętności czy większego zaangażowania. Biorąc pod uwagę potrzebę aktywności fizycznej i zdobywania wiedzy podczas wycieczki/imprezy, ekoturystą można nazwać osobę o dużych wymaganiach w obu zakresach, natomiast uczestnikiem turystyki przyrodniczej – osobę wykazującą się bardziej potrzebą poznawczą niż nastawioną na aktywne doświadczanie przestrzeni (Machnik 2013). Dlatego też turystyka przyrodnicza zaliczana jest do turystyki poznawczej (Mika 2008). Można w niej wyróżnić wiele rodzajów, w zależności od przedmiotu zainteresowania turysty, np. turystykę florystyczną, faunistyczną czy geoturystykę. Zwłaszcza ta ostatnia wydaje się być związana z doliną rzeczno-traktowaną jako obiekt geologiczny (obserwacja przekroju doliny rzecznej, warstw geologicznych itp.). Niektórzy autorzy (Mika 2008; Kowalczyk, Kulczyk 2010) uważają również ekoturystykę za część turystyki przyrodniczej, ale jest to forma odrębna, stanowiąca raczej styl podróżowania, zgodny z zasadami turystyki zrównoważonej. Do najbardziej znanych przykładów turystyki przyrodniczej należy birdwatching (turystyka ornitologiczna), safari, foto-safari i coraz bardziej popularne nurkowanie z rekinami, łączące w sobie elementy turystyki przyrodniczej i ekstremalnej. W literaturze anglojęzycznej pojawia się nawet pojęcie *ri-*

ver-based tourism (Prideaux, Timothy, Cooper 2009). Rola rzek w turystyce jest bowiem wciąż niedoceniana, mimo że mogą one być wykorzystywane w prawie każdym rodzaju turystyki – od aktywnego raftingu po ekoturystykę i turystykę kulturową. Jednak w wielu przypadkach turystyczna i rekreacyjna rola rzeki musi być ograniczona, jeśli inne aspekty są ważniejsze, jak np. źródło wody pitnej czy w produkcji rolnej (Prideaux, Timothy, Cooper 2009).

4. Doliny rzek w ekoturystyce i turystyce przyrodniczej – wybrane przykłady

Rzeka to nie tylko ciek umożliwiający spływ kajakowy lub rafting. Doliny rzek, dzięki swojemu bogactwu i zmienności, stwarzają dobre warunki do rozwoju aktywnego i zaangażowanego poznawania świata, jaki jest praktykowany w ekoturystyce. Ponadto umożliwiają realizację celów poznawczych, samorealizacyjnych i inspiracyjnych, przyciągając rzesze turystów. Poniżej zaprezentowano wybrane przykłady wykorzystania dolin rzecznych w planowaniu i organizacji imprez ekoturystycznych oraz turystyki przyrodniczej.

Tematyką wykorzystania dolin rzecznych w ekoturystyce wielokrotnie zajmowano się w polskiej i zagranicznej literaturze przedmiotu, jednak wciąż temat ten nie został wyczerpany. Ciekawy przykład stanowi opracowanie, w głównej mierze fitosocjologiczne, Anny Kryszak i Jana Kryszaka (2010), w którym obszar doliny rzeki Główna pod Poznaniem jest analizowany w kontekście przydatności w ekoturystyce. Po przeanalizowaniu zasobów i walorów turystycznych obszaru oraz sporządzeniu dokumentacji fitosocjologicznej i analizy uwarunkowań przyrodniczych autorzy przyznają, że pomimo wartości wskaźnika synantropizacji 78,6%, atrakcyjność przyrodniczo-krajobrazowa oraz kulturowa doliny rzeki Główna umożliwia uprawianie różnych form ekoturystyki. Ponadto miejsce to dobrze nadaje się do rozwoju ekoturystyki ze względu na swe usytuowanie blisko dużego miasta. W podobnej lokalizacji znajduje się zbiornik dobczycki na rzece Rawie blisko Krakowa. Społeczną potrzebę wykorzystania tych obiektów w kontekście ekoturystyki badali Aleksandra Wagner, Robert Mazur i Paweł Kramarz (2010). W wyniku przeprowadzonych badań ankietowych uzyskali oni potwierdzenie tezy, że okolice zbiornika, a także sama rzeka są dobrym miejscem do rozwoju ekoturystyki, ale wymagającym zmian w planach zagospodarowania przestrzennego dotyczących rozszerzenia funkcji zbiornika dobczyckiego oraz dokonania przez samorząd lokalny niezbędnych inwestycji w celu rozbudowy infrastruktury turystycznej. Udostępnienie zbiornika na cele ekoturystyki wymaga określenia, w jakiej formie mogłoby być ono realizowane, mając na uwadze podstawową funkcję zapory jako głównego rezerwuaru wody pitnej dla miasta Krakowa.

Szczególne możliwości wykorzystania dolin rzecznych oraz znajdujących się w pobliżu elementów dziedzictwa kulturowego i przyrodniczego oferują ekomuzea. Pomysł ich tworzenia narodził się w latach 60. XX w. we Francji i Włoszech. Ich podstawą jest – jakże ważne w rozwoju ekoturystyki – zaangażowanie lokalnej społeczności. To od mieszkańców powinna pochodzić idea, to oni powinni być zainteresowani promocją swego regionu. Ekomuzea czerpią z miejscowej historii i tradycji, prezentowanej w sposób żywy, interesujący i godzący wymogi ochrony dziedzictwa z potrzebami ekonomicznymi mieszkańców. Chronią one zarówno krajobraz naturalny, jak i przeobrażony przez człowieka (Kazior 2004). Z definicji wynika, że ekomuzeum to muzeum bez dachu i ścian, które stanowi kraina, krajobraz, ludzie i wytwory miejscowego rękodzieła. Przedrostek „eko” jest tu więc traktowany dosłownie i nawiązuje bardziej do „prezentowania domu” niż do nadużywanego znaczenia słowa „ekologia”. Ekomuzeum stanowi zatem szansę na wszechstronną prezentację różnych obiektów, miejsc, tradycji, historii czy legend, składających się na dziedzictwo kulturowe i charakter miejsca. Pozwala na zaproponowanie zwiedzającym nowych doświadczeń, kształtowanie innych niż dotychczasowe układów w krajobrazie oraz rewitalizację zaniedbanych, tradycyjnych obiektów poprzez nadanie im nowych funkcji. Dzięki temu można połączyć ideę ekomuzeum z ideą ekoturystyki.

Ze względu na znaczący udział inicjatyw społeczności lokalnych ekomuzea w Polsce są ideą nową i dopiero się rozwijającą¹. Przykładem bazującym na dolinie rzeki są ekomuzea objęte patronatem Partnerstwa Doliny Środkowej Odry, które powstało w 2002 r. i swym zasięgiem obejmuje 120-kilometrowy odcinek Odry położony na terenie 15 gmin między Wrocławiem a Głogowem w województwie dolnośląskim. Wyjątkowe walory krajobrazowe, kulturowe i przyrodnicze sprawiają, że jest to niezwykle cenny w skali europejskiej obszar Doliny Wielkiej Rzeki. Na terenie objętym przez Partnerstwo zlokalizowane są trzy ekomuzea (Ekomuzeum Dziadoszan w Wietszycach, Ekomuzeum Cysterskie w Lubiążu, Ekomuzeum Dymarki – Żelazna Wieś Tarchalice) oraz trzy inicjatywy ekomuzealne². Ponadto zostało tam utworzone Stowarzyszenie Lokalna Grupa Działania „W Krainie Łęgów Odrzańskich” w ramach programu LEADER plus. Na terenie objętym działalnością stowarzyszeń co kilka lat (2006, 2009 i 2011)

¹ Metodyka ekomuzeum jest popularna w Europie, gdzie rozwijają się zarówno lokalne, często tematyczne inicjatywy (Écomusée de la Noix du Périgord, Écomusée des vieux métiers de Lizio we Francji, Ecomuseo dell'Argilla, Ecomuseo dei Terrazzamenti e della Vite we Włoszech), jak i zintegrowane przedsięwzięcia regionalne (Écomusée d'Alasce, Écomusée du Mont-Lozère we Francji, Ecomuseo delle Acque del Gemonese, Ecomuseo del Casentino we Włoszech czy Ekomuseum Bergslagen w Szwecji). Poza Europą idea ekomuzeum znalazła realizatorów w Brazylii (Savanna Ecomuseum w Goiás), Japonii (Asahi Machi Ecomuseum, Kitasharima Ecomuseum) czy Chinach (Suojia Ecomuseum of Liuzhi Guizhou).

² www.ekomuzea.eko.org.pl [5.09.2013].

odbywają się Biesiady Dziadoszan, w trakcie których można zapoznać się zarówno z dziedzictwem kulturowym, jak i przyrodniczym obszaru, skosztować tradycyjnych produktów lokalnych oraz wziąć udział w warsztatach³.

Również w Poznaniu powstał pomysł utworzenia ekomuzeum obejmującego krajobraz doliny rzeki Warty. Realizacja projektu sprawiłaby, że Poznań stałby się pierwszą w Polsce aglomeracją, w centrum której usytuowane byłoby takie muzeum. Autor projektu zaproponował, by w jego skład wchodziły zarówno elementy stworzone ręką człowieka, jak i twory natury, połączone siecią ścieżek rowerowych biegnących wzdłuż nadrzecznych bulwarów oraz przez tereny rekreacyjne. Planowano także przywrócenie żeglugi na rzece, co umożliwiłoby realizację Dużej Pętli (wodno-rowerowej) równoległe z Małą Pętlą (rowerową) (Małolepszy 2006). Niestety projekt nie uzyskał akceptacji radnych. Jak do tej pory ekomuzea powstały tylko w południowej części Polski⁴.

Coraz częściej w polskich miastach położonych nad rzekami można zaobserwować zjawisko „zwrotu ku rzece”. Często zaniedbane części miast, po procesie odnowy, stają się ich nowym centrum. Przykładem jest rewitalizacja Wyspy Młyńskiej wraz z otoczeniem w Bydgoszczy. Wypielęgnowana zieleń, trawniki przeznaczone do rekreacji i plac zabaw dla dzieci otoczone zostały rzeką Młynówką. Atrakcyjność tego miejsca podnosi sąsiedztwo staromiejskiego zespołu zabudowy, którego najciekawszy fragment to tzw. Wenecja Bydgoska. Panoramę miasta od strony rzeki można podziwiać dzięki rejsom bydgoskim tramwajem wodnym (Drozdek 2013). W nadrzecznym krajobrazie Bydgoszczy do końca XIX w. dominowały budynki szachulcowych spichlerzy, młynów (Wyspa Młyńska) i urządzeń hydrotechnicznych. Bulwary nad Brdą powstały w latach 30. XX w. i nadal pełnią integracyjną i reprezentacyjną funkcję, a projekt BRE Banku dobrze wpisuje się w historyczny charakter zabudowy. Projekt rewitalizacji Bydgoskiego Węzła Wodnego, przygotowany przez MPU w Bydgoszczy, wykorzystuje zróżnicowany potencjał pięciu typów krajobrazowych doliny: Zielonej Doliny Brdy, Brdy Śródmiejskiej, Brdy Gospodarczo-Sportowej, Kanału Bydgoskiego i Wisły. Cechy krajobrazu na poszczególnych odcinkach rzeki warunkują sposób kształtowania jej nabrzeży, terenów przyległych i ich funkcji (Szwed 2011).

Natomiast od 2006 r. Miejski Program Rewitalizacji dla Miasta Poznania zakłada m.in. realizację projektu „Zagospodarowanie starego koryta rzeki Warty”, którego głównym celem jest ukształtowanie wysokiej jakości przestrzeni publicznej, która zaspokajałaby potrzeby mieszkańców i turystów w zakresie wypoczynku i rekreacji. Poznań, jako jedno z największych miast Polski, aspirujące do bycia prawdziwie europejską metropolią, nie może nie wykorzystać potencjału, jakim jest obszar starego koryta Warty. Jego odnowa i zagospodarowanie, w połączeniu

³ www.lgdodra.pl/wiadomosci/396/biesiada-dziadoszan [5.09.2013].

⁴ www.ekomuzea.pl/pl/ekomuzea-w-polsce [5.09.2013].

z konsekwentnie realizowanym projektem budowy bulwarów nadwarciańskich oraz rewitalizacją kompleksu obiektów starej gazowni, spowoduje powstanie wysokiej jakości unikalnej i symbolicznej przestrzeni śródmiejskiej (Szwed 2011).

Wokół dolin rzecznych powstają również niektóre lokalne grupy działania (LGD) zakładane w ramach Osi 4: LEADER Programu Rozwoju Obszarów Wiejskich (PROW) na lata 2007-2013, a wcześniej w ramach Inicjatywy Wspólnotowej LEADER i LEADER plus w latach 1991-2006. Taką grupę powołuje się w celu rozwiązywania problemów rozwoju obszarów wiejskich. W skład organizacji powinni wchodzić przedstawiciele trzech sektorów: publicznego (instytucje), gospodarczego (przedsiębiorstwa) i społecznego (organizacje) (Basińska-Zych 2012). Tak zorganizowana współpraca pozwala na podnoszenie atrakcyjności obszaru i promowanie jego pozytywnego wizerunku, kreowanie zintegrowanego produktu oraz ochronę środowiska naturalnego (Hadyński 2006). Mogą one obejmować obszar o liczbie ludności pomiędzy 10 tys. a 100 tys. i gęstości zaludnienia poniżej 120 mieszk./km². Grupy są uprawnione do pozyskiwania środków finansowych z Unii Europejskiej (Hadyński, Harasimowicz 2007). Jedną z takich grup założono w Wielkopolsce – w gminach zlokalizowanych nad małą rzeką Wełną, dopływem Warty (Machnik, Miedzińska 2008). Rzeka ta znana jest z mylnie klasyfikowanego jako bifurkacja skrzyżowania z Nielbą (Paluch 2004), co i tak wzbudza duże zainteresowanie wśród turystów. Powstanie grupy spowodowało – jak w przypadku innych stowarzyszeń – opracowanie strategii rozwoju turystyki na tym obszarze, z uwzględnieniem zasad zrównoważonego rozwoju. Takie opracowania i wdrażanie przyjętych strategii powinny ułatwiać funkcjonowanie obszarów nie tylko w sferze turystyki. Innym przykładem LGD opiekującej promocją turystyki i rekreacji na atrakcyjności dolin rzecznych: Flinty, Warty i Wełny jest Stowarzyszenie LGD Kraina Trzech Rzek, prowadzące działalność na terenie gmin: Oborniki, Ryczywół i Murowana Goślina⁵. Warto też wspomnieć o lokalnych grupach rybackich (LGR) – dobrowolnych zrzeszeniach działających na obszarach zależnych od rybactwa, zakładanych przez przedstawicieli sektora rybackiego, samorządy gminne, inne podmioty publiczne i społeczne w ramach Programu Operacyjnego RYBY 2007-2013. Poza stymulowaniem rozwoju rybactwa grupy te zajmują się także promocją turystyczną dolin rzek stanowiących jedno z atrakcyjniejszych miejsc do uprawiania turystyki wodnej. Przykładem tego jest działalność stowarzyszenia LGR Obra-Warta, obejmującego swoim zasięgiem 11 gmin woj. lubuskiego i wielkopolskiego.

Geoturystyczny aspekt wykorzystania rzek porusza m.in. artykuł Barbary Radwanek-Bąk (2008) o atrakcji na światową skalę, jaką jest Dolina Rio Colca w Peru wraz z sąsiadującą Doliną Wulkanów i przelatującymi kondorami. Kanyon wyrzeźbiony przez rzekę w Andach jest uważany za najgłębszy na świecie.

⁵ www.kraina3rzek.pl/ [5.09.2013].

Autorka przedstawia również propozycje waloryzacji doliny i jej otoczenia oraz sugestie ochrony obszaru jako parku narodowego. Aneta Ptaszek (2005) zwraca z kolei uwagę na atrakcyjność trzech małych wodospadów na potoku Kacwinianka na Spiszu płynącym w utworach fliszu podhalańskiego. Niestety obiekty te nie są odpowiednio zagospodarowane, aby udostępnić je turystom.

W kontekście turystycznym rzeki najczęściej kojarzą się z turystyką wodną, szczególnie z kajakarstwem. Warto więc projektować takie szlaki kajakowe, aby można je było zaliczyć do ekoturystycznych. W Katedrze Ekologii Człowieka na Wydziale Turystyki i Rekreacji AWF w Poznaniu powstał projekt kajakowego szlaku ekoturystycznego doliną rzeki Gwdy. Zyskał on przychylność leśników z Nadleśnictwa Zdrojowa Góra oraz pracowników Wydziału Zagospodarowania Przestrzennego Urzędu Miasta w Piłę. Szlak projektowany jest na odcinku około 20 km – od miejscowości Dobrzyca po Piłę-Kalinę, popularne miejsce wypoczynku mieszkańców Piły. Na trasie usytuowanych jest 31 przystanków, zaopatrzonych w tablice informujące zarówno o specyfice rzeki, jak i otaczających ją lasów, a także o historii i zabytkach miasta oraz problemie zanieczyszczeń rzek i formach ochrony przyrody. Pokonanie trasy stworzy nie tylko okazję do sprawdzenia umiejętności kajakarskich uczestników spływu, ale także do obcowania z naturą i poznawania historii regionu pilskiego, a co za tym idzie – do poszerzenia wiedzy z tego zakresu (Krakowiak 2006).

Ekoturystyka nie zawsze jednak oznacza turystykę odpowiedzialną i dbającą o przyrodę. Jednym z budzących kontrowersje przykładów imprez bazujących na krajobrazie doliny rzecznej może być, promowana jako ekoturystyczna, organizowana od kilku lat w Nadwarciańskim Parku Krajobrazowym Ekspedycja Nadwarciańska. W 1999 r. inicjator imprezy, obecny prezes Słupeckiej Organizacji Turystycznej, Tomasz Frankowski, przygotował rajd, którego celem miało być nie tylko przeżycie przygody, ale również poznanie różnych zakątków parku. Pierwsza ekspedycja odbyła się w maju 1999 r. Trwa ona zwykle trzy dni, w czasie których uczestnicy w wieku od 15 do 60 lat pokonują w kilku 15-20-osobowych grupach (pod opieką wykwalifikowanych przewodników) trasę o długości około 60 km. Łączy ona w sobie elementy poznawcze z elementami tradycyjnego rajdu i survivalu (Frankowski 2004). Impreza zyskała sobie sławę i zdobyła nagrody zarówno na Targach Turystycznych Tour Salon w Poznaniu (2007 r. – najlepszy obiekt turystyki aktywnej w Wielkopolsce w kategorii turystyka piesza), jak i na Targach Rolniczych Polagra w Poznaniu (2004 r. – najlepszy regionalny produkt agroturystyczny).

Dla przyrodnika niepokojące jest jednak to, że ekspedycja cieszy się coraz większą popularnością, co sprawia, że w krótkim czasie teren cennych rozlewisk nadwarciańskich jest intensywnie penetrowany przez ponad sto osób rocznie.

5. Podsumowanie

Rzeki płyną nie tylko przez określone środowiska, krajobrazy, ale także poprzez czas, historię i związane z tym zmiany w krajobrazach. Z równym powodzeniem pełnią rolę łącznika pomiędzy oddalonymi terytoriami (np. jako korytarze ekologiczne czy trasy żeglowne), jak i wyznacznika granicy, na różnych poziomach, nie tylko administracyjnych. Czyni je to wyjątkowo malowniczym i atrakcyjnym, trudnym i wymagającym przedmiotem zainteresowania współczesnego zabiegającego człowieka. Umiejętne, zgodne z zasadami zrównoważonego rozwoju, wykorzystanie walorów oraz zasobów przyrodniczych i antropogenicznych pozwoli nie tylko na regenerację sił fizycznych, ale także na poprawę kondycji psychicznej turystów. Jednocześnie przyczyni się do podniesienia poziomu ich wiedzy przyrodniczej i historycznej. Przy zapewnieniu rekompensaty finansowej lokalnej społeczności i przyrodzie możliwe będzie spełnienie wszystkich podstawowych wymogów stawianych imprezom ekoturystycznym. Dla turystów już korzystających z rzek jako szlaków kajakowych czy podczas raftingu można poszerzyć ofertę z zakresu turystyki przyrodniczej lub zainteresować ich geoturystyką. W każdym przypadku należy jednak zadbać zarówno o bezpieczeństwo turystów, jak również o przyrodę, a także skonsultować organizację takiego przedsięwzięcia (jego przebieg i skutki) z lokalną społecznością, gdyż tylko takie podejście pozwoli zakwalifikować je do turystyki zrównoważonej.

Literatura

- Allan J.D. (1998), *Ekologia wód płynących*, Warszawa: Wyd. Naukowe PWN.
- Ballantyne M., Pickering C. (2012), Ecotourism as a threatening process for wild orchids, *Journal of Ecotourism*, nr 11(1): 34-47.
- Basińska-Zych A. (2012), *Rola samorządu terytorialnego w rozwoju rekreacji ruchowej i turystyki* [niepubl. rozprawa doktorska], Poznań: Wydział Wychowania Fizycznego, Sportu i Rehabilitacji AWF w Poznaniu.
- Chmielewski T. (2001), *System planowania przestrzennego harmonizującego przyrodę i gospodarkę*, Lublin: Politechnika Lubelska.
- Czarnecka B., Janiec B. (2006), Krajobrazy roślinne jako wyraz naturalnych i antropogenicznych przemian środowiska małych dolin rzecznych Roztocza, *Regionalne Studia Ekologiczno-Krajobrazowe*, t. XVI/1, cz. 1: *Problemy Ekologii Krajobrazu*.
- Drozdek M.E. (2013), Przestrzeń dla wodnej (re)kreacji, *Woda w Krajobrazie Miast*, nr 9(1), <http://e-czytelnia.abrys.pl/index.php?mod=tekst&id=16604> [15.04.2013].
- Fischer Z., Magomedow M. (2004), *Ekologia – krajobraz – energia*, Lublin: Towarzystwo Naukowe KUL.

- Frankowski T. (2004), Ekspedycja Nadwarciańska, *Gazeta Słupecka*, www.gazetaslupecka.pl [15.04.2006].
- Hadyński J. (2006), *Ekologia i środowisko w Programie LEADER*, cz. 3, Poznań: DW Harasimowicz.
- Hadyński J., Harasimowicz W. (2007), *Partnerstwo LEADER Plus i obszary wiejskie*, Poznań: DW Harasimowicz.
- Kazior B. (2004), Ekomuzea – żywa interpretacja dziedzictwa, *Kropla*, nr 2, www.eko.org.pl/kropla/31/ekomuzea.html [18.04.2013].
- Kowalczyk A., Kulczyk S. (2010), Turystyka ekologiczna (ekoturystyka), w: *Turystyka zrównoważona*, red. A. Kowalczyk, Warszawa: Wyd. Naukowe PWN.
- Krakiwiak T. (2006), *Ekoturystyczny szlak kajakowy rzeką Gwdą jako sposób prezentacji środowiska przyrodniczego i historyczno-kulturowego miasta Piły oraz jego okolic* [niepubl.].
- Kryszak A., Kryszak J. (2010), Wąlpory przyrodniczo-krajobrazowe i kulturowe doliny rzeki Główna, *Acta Scientiarum Polonorum, Administratio Locorum*, nr 9(3): 63-69.
- Krzybowska-Kostrowicka A. (1995), Turystyka ekologiczna i perspektywy jej rozwoju w Polsce, w: *Zmiany przestrzeni geograficznej w warunkach transformacji społeczno-ekonomicznej*, red. A. Kowalczyk, Warszawa: Wydział Geografii i Studiów Regionalnych UW.
- Kurczewski R. (2006), Where is ecotourism heading for?, *Polish Journal of Environmental Studies*, t. 15, nr 15c: 54-56.
- Machnik A. (2006), Ecotourism in protected areas – chances and threats, *Polish Journal of Environmental Studies*, t. 15, nr 15c: 57-59.
- Machnik A. (2013), Zarządzanie wiedzą i edukacja dla potrzeb turystyki przyrodniczej i ekoturystyki, *Współczesne Zarządzanie. Kwartalnik Środowisk Naukowych i Liderów Biznesu*, nr 1: 148-158.
- Machnik A., Miedzińska I. (2008), *Turystyka na obszarach wiejskich LGD „Dolina Wełny”. Strategie rozwoju*, Poznań: DW Harasimowicz.
- Małolepszy B. (2006), *Projekt ekomuzeum w dolinie Warty w Poznaniu oraz Studium funkcjonalno-przestrzenne rzeki Warty wraz z Ostrowem Tumskim i Śródką*, materiały na konkurs „Studium funkcjonalno-przestrzenne rzeki Warty wraz z Ostrowem Tumskim i Śródką”, Poznań: Urząd Miejski (III nagroda).
- Matuszkiewicz J.M. (1993), Krajobrazy roślinne i regiony geobotaniczne Polski, *Prace Geograficzne* nr 158, Wrocław – Warszawa – Kraków: PAN.
- Mika M. (2008), Formy turystyki poznawczej, w: *Turystyka*, red. W. Kurek, Warszawa: Wyd. Naukowe PWN.
- Müllner A., Linkenmair K.E., Wikelski M. (2004), Exposure to ecotourism reduces survival and affect stress response in hoatzin chicks (*Oposthocomus hoazin*), *Biological Conservation*, t. 18: 549-558.
- Paluch J. (2004), *Zagadka skrzyżowania rzek Wełny i Nielby w Wągrowcu*, Wągrowiec: ZPW M-Druk.
- Prideaux B., Timothy D.J., Cooper M. (2009), Introducing River Tourism – Physical, Ecological and Human Aspects, w: *River Tourism*, red. B. Prideaux, M. Cooper, Oxon – New York: CABI Publishing.

- Ptaszek A. (2005), Wodospady w potoku Kacwinianka jako obiekty geoturystyczne, *Geoturystyka*, t. 1: 25-31.
- Radwanek-Bąk R. (2008), Atrakcje geoturystyczne Kanionu Rio Colca i jego otoczenia, *Geologia*, t. 34, nr 2/1: 173-192.
- Szwed J. (2011), Współczesna rola bulwarów w mieście, *Przestrzeń i Forma*, nr 16: 443-456, www.pif.zut.edu.pl/pif-16_pdf/C-07_Szwed.pdf [17.04.2013].
- Wagner A., Mazur R., Kramarz P. (2010), Studium możliwości ekoturystycznego wykorzystania zbiornika dobczyckiego i rzeki Raby w świetle badań ankietowych, *Prace Komisji Geografii Przemysłu*, nr 15, Warszawa – Kraków.
- www.ekomuzea.eko.org.pl [5.09.2013].
- www.ekomuzea.pl/pl/ekomuzea-w-polsce [5.09.2013].
- www.kraina3rzek.pl/ [5.09.2013].
- www.lgdodra.pl/wiadomosci/396/biesiada-dziadoszan [5.09.2013].
- Zaręba D. (2008), *Ekoturystyka*, Warszawa: Wyd. Naukowe PWN.

The possibilities of using river valley landscapes in ecotourism and nature-based tourism development based on selected examples

Abstract. This paper concerns the problem of adapting river valley landscapes to tourism, especially to ecotourism. River valleys are closely connected with human civilization, despite being completely natural in their origin. The activity of watercourses can sometimes destroy cultural heritage sites, but they can also help transport goods over long distances. Consequently, by changing its neighborhood, a river also changes itself. The diversity and beauty of their landscapes make these areas very interesting for tourists. This fact, connected with the traditional ways of using rivers and their valleys, creates an increase in the danger of synanthropization. Therefore, we are facing the challenge of how to show the wide range of interesting ecosystems these areas consist of, without harming them. Nowadays, every tourist event and venue should consult the sustainable development assumptions. Ecotourism seems to be the most suitable way to solve this problem. Nevertheless, this kind of tourism is not for everyone. It contains several really important factors and, in fact, it is not always easy to create and participate in ecotourism. Some new possibilities, such as ecomuseums or an ecotourism river track, can become an opportunity to present river valley landscapes quite safely and on a satisfactory level of tourist organization.

Keywords: ecotourism, geotourism, nature-based tourism, river valleys

BOLESŁAW OCIECZEK*, KATARZYNA HETMAN**

Poznań miastem turystyki kongresowej i biznesowej

Streszczenie. Poznań jako jedno z najważniejszych miast w Polsce jest też jednym z głównych centrów kongresowych Polski oraz znaczącym ośrodkiem turystyki kongresowej na arenie europejskiej i światowej. Warto podkreślić jego udział w życiu krajowym i światowym oraz pozycję jako centrum biznesowo-kongresowego. Artykuł prezentuje zarówno walory turystyczne, jak i biznesowe tego miasta. Jego celem jest ukazanie posiadanej, dobrze wyposażonej, rozbudowanej i odpowiedniej infrastruktury oraz zdobytych doświadczeń pozwalających nazwać Poznań ważnym miastem konferencyjno-biznesowym. Niebagatelną rolę odgrywają tu: położenie miasta, atrakcje turystyczne, ośrodki naukowe, miejskie i okoliczne centra kongresowe i szkoleniowe, a także baza noclegowa dla gości biznesowych. Poznań jako ważny ośrodek naukowy, z tradycjami organizacyjnymi już od czasów Powszechnej Wystawy Krajowej, jest predystynowany do organizacji tego typu imprez. Przedstawiono również Międzynarodowe Targi Poznańskie jako najważniejszy ośrodek handlowo-kongresowy w Polsce – ich historię, zaplecze konferencyjne i obszar działania. Artykuł ukazuje, że Poznań jest miejscem przyjaznym spotkaniom organizowanym dla różnych grup ludzi: naukowców, przedsiębiorców, polityków, sportowców, ekologów, artystów, specjalistów różnych branż.

Słowa kluczowe: turystyka kongresowa, baza turystyczna, centra biznesowo-kongresowe, baza towarzysząca, obiekty, usługi, rozrywka, kultura, konferencje, wypoczynek, Międzynarodowe Targi Poznańskie, goście, infrastruktura

* Wyższa Szkoła Bankowa w Poznaniu, Instytut Nauk Ekonomicznych, e-mail: boleslawocieczek@gmail.com, tel. 668 709 608.

** Wielkopolska Izba Turystyczna, e-mail: wit@wit.poznan.pl, tel. 509 355 338.

1. Wstęp

Turystyka kongresowa i biznesowa charakteryzuje się tym, że dotyczy dużego międzynarodowego lub krajowego zjazdu osób: uczonych, polityków, przedstawicieli biznesu, różnych formacji zawodowych lub organizacji. Spotkania takie organizuje się po to, aby odbyć wspólne narady i podjąć uchwały, zaprezentować wyniki badań naukowych, stworzyć forum wymiany informacji i dzielenia się doświadczeniami. Tego typu przedsięwzięcia wymagają jednak precyzyjnego przygotowania i organizacji.

W artykule podjęto próbę wykazania, m.in. przez przedstawienie tradycji i odpowiedniej infrastruktury, że Poznań to miasto kongresowo-biznesowe wyposażone w centra kongresowe, szkoleniowe i bazę dla gości biznesowych. Do uprawiania turystyki kongresowej i biznesowej konieczne jest jednak odpowiednie zaplecze, w tym elementy zagospodarowania turystycznego, warunkujące funkcje turystyczne regionu i określające zdolność usługową miasta, a także baza towarzysząca, czyli obiekty o charakterze handlowym, rozrywkowym, kulturalnym i sportowym.

Niezbędnym elementem infrastruktury pozwalającym na istnienie turystyki kongresowej jest rozwinięta baza noclegowa. Turystyka kongresowa wymaga bowiem wysokiego standardu świadczonych usług. Główną rolę odgrywają tu ośrodki umożliwiające uczestnictwo w kongresach czy konferencjach, czyli centra kongresowe, ośrodki szkoleniowe lub szkoleniowo-wypoczynkowe. Turystyka biznesowa jest często powiązana z turystyką kongresową. Przykładem tego są Międzynarodowe Targi Poznańskie – najważniejszy ośrodek kongresowy w Polsce, gdzie pod koniec 2008 r. odbyła się Międzynarodowa Konferencja ONZ w sprawie zmian klimatycznych COP-14.

2. Ogólna charakterystyka turystyki kongresowej

Turystyka kongresowa od lat cieszy się dużym zainteresowaniem środowisk biznesowych. Do jej rozkwitu przyczyniała się wzmożona potrzeba organizowania zgrupowań, seminariów, kongresów i konferencji dla naukowców, polityków, gości biznesowych czy przedstawicieli różnych formacji zawodowych i organizacji. Turystyka kongresowa stanowi odłam turystyki biznesowej, bazujący głównie na organizacji kongresów czy konferencji. Oba te kierunki turystyki są ściśle ze sobą związane i uzupełniają się wzajemnie. Turystyka biznesowa oznacza podróże w celach handlowych, zaś turystyka kongresowa opiera się na organizacji zjazdów w celach zawodowych. W związku z tym na całym świecie powstały centra

i ośrodki kongresowe, przygotowane na przyjmowanie gości biznesowych. Ich liczba z roku na rok rośnie, a także tworzą się wyspecjalizowane organizacje zajmujące się przygotowaniem konferencji i kongresów.

Turystyka kongresowa to krajowy lub międzynarodowy ruch osób podejmujących podróże w celu uczestnictwa w kongresach, konferencjach, seminariach, sympojach czy zgromadzeniach. Ma ona grupowy i elitarny charakter. Korzystają z niej przedstawiciele biznesu, różnych formacji zawodowych lub organizacji, naukowcy, politycy, sportowcy, ekolodzy. „W powszechnej opinii kongresem nazywa się zebranie o charakterze sesji plenarnej zwoływane zazwyczaj co kilka lat, w którym bierze udział znaczna liczba uczestników” (Szwichtenberg 2000: 46). Według Marianny i Romana Łazarków kongres to „formalne spotkanie lub zgromadzenie o charakterze informacyjnym, konsultacyjnym i dyskusyjnym” (Łazarek, Łazarek 2002: 201). W Paryżu w 1963 r. na XI Konferencji Organizacji Międzynarodowych kongres zdefiniowano jako „zebranie znacznej liczby uczestników, dostępne dla wszystkich kwalifikujących się osób i organizacji, objęte konkretnym programem, zwoływane co kilka lat” (Alkjear, Eriksen 1969).

Kongres jest wydarzeniem na najwyższym poziomie i ma charakter ogólnokrajowy lub międzynarodowy. Stanowi regularnie powtarzane spotkanie (zjazd) dużej grupy osób w celu przedyskutowania konkretnego tematu lub grupy tematów, zwykle trwa kilka dni, a dyskusje mogą odbywać się w równoległych sesjach. Tematyka kongresu zwykle jest szeroko określona. Konferencja cechuje się zaś nieco mniejszą skalą niż kongres oraz węższym zakresem tematycznym, często skierowana jest do specjalistów danej branży. Konferencje to spotkania ważne ze względu na przedmiot obrad i ich rezultaty. Według kryterium ilościowego kongres ma miejsce wtedy, gdy liczba uczestników przekracza 200, natomiast konferencja – gdy gromadzi uczestników poniżej tej liczby. Według Komitetu Rady Gospodarczo-Społecznej Narodów Zjednoczonych kongres można uznać za międzynarodowy, gdy biorą w nim udział osoby z przynajmniej trzech krajów. Definitywnie więc kongres, konferencja, symposium uznawane są za wyrazy bliskoznaczne, w praktyce rozróżnia się je według skali i charakteru wydarzeń.

Zazwyczaj w spotkaniach tych biorą udział goście krajowi i zagraniczni. Niekiedy w ich ramach przewidziane są wycieczki krajoznawcze oraz imprezy poznawcze, rozrywkowe i rekreacyjne, dlatego ten rodzaj turystyki przynosi znaczne korzyści ekonomiczne.

Rodzaje i rozmiary konferencji oraz czas ich trwania bywają różne. Na przykład konferencja naukowa to spotkanie grupy naukowców, praktyków i osób zainteresowanych pewnym działem nauki. Występuje duża rotacja uczestników w czasie jej trwania, gdyż wiele osób przyjeżdża, by wysłuchać danego wykładu lub wziąć udział tylko w jednej sesji wykładowej. W czasie tego rodzaju konferencji odbywają się dziesiątki równoległych sesji wykładowych, paneli dyskusyjnych, natomiast nie organizuje się w ich ramach warsztatów oraz pozostawiają one mało

czasu na nieformalne dyskusje. Tradycyjne konferencje najczęściej gromadzą od 80 do 100 uczestników i trwają 1-5 dni. Większość osób uczestniczy w nich od początku do końca. W tym czasie odbywa się od 2 do 4 sesji wykładowych. Zwykle przynajmniej jedno przedpołudnie jest wolne od sesji, dając uczestnikom czas na nieformalne dyskusje.

Kongresy są zwykle większymi spotkaniami i gromadzą od kilkuset do kilku tysięcy uczestników i mogą trwać nawet 2 tygodnie. Poza podstawowym podziałem kongresów na międzynarodowe i krajowe istnieje również podział według kryterium przedmiotu obrad, np. kongresy muzyków, chirurgów czy politologów. Kongresy międzynarodowe można też podzielić według zasięgu i regionu (np. skandynawskie, europejskie).

Za pierwszy kongres uznano zjazd medyczny, który odbył się w 1681 r. w Rzymie (Kowalczyk 2002: 174). W XIX w. miasta takie jak Paryż czy Londyn były często odwiedzane przez różne grupy ludzi w celu spotkań dyskusyjnych czy konsultacyjnych. Jednak dopiero w połowie XX w., a zwłaszcza po II wojnie światowej, zjawisko to przybrało znaczące rozmiary, jako odbicie postępu w nauce i technice. Według Ursuli Braun-Moser w latach 1989-1990 w Stanach Zjednoczonych liczba kongresów wzrosła o 10,1 p.p., a liczba osób, które w nich uczestniczyły – o 13,8 p.p. W 1990 r. odbyło się na świecie około 60 tys. konferencji i kongresów międzynarodowych (Łazarek, Łazarek 2002: 204). Tendencja wzrostowa utrzymuje się cały czas.

W połowie lat 90. odbywało się od 8 do 9 tys. kongresów międzynarodowych rocznie. Przeważała w tym Europa (60% kongresów), a za nią Ameryka (20%). W drugiej połowie lat 90. udział Europy w organizacji kongresów i konferencji nieznacznie się zmniejszył, a na drugie miejsce wysunęła się Azja (19%). Zwiększył się również udział Afryki, krajów Pacyfiku i Australii (Raport ICCA 1998). W Europie czołową pozycję zajęły Wielka Brytania i Niemcy, gdzie liczba uczestników w konferencjach i kongresach wyniosła ponad 100 tys.

Miejscem organizacji kongresów są duże miasta, stolice, o odpowiedniej infrastrukturze turystycznej, „zwłaszcza jeżeli posiadają zabytki lub inne atrakcje turystyczne” (Gołembowski 2002: 32). W ostatnich latach wielkimi centrami kongresowymi stały się Nowy Jork, Paryż, Rzym i Bruksela. Coraz częściej jednak funkcję tę pełnią również miejscowości lub regiony o walorach wypoczynkowych czy uzdrowiskowych, takie jak Lazurowe Wybrzeże we Francji czy Acapulco w Meksyku. Ten rodzaj turystyki przynosi znaczne korzyści ekonomiczne, co przyczynia się do rozwoju bazy przeznaczonej do obsługi turystyki kongresowej. „W świecie istnieją kraje regiony i miasta, które nawet wyspecjalizowały się w organizacji i obsłudze tego rodzaju turystyki” (Łobożewicz, Bieńczyk 2001: 181). Powoływane są nawet do tego odpowiednie działy biur podróży i specjalne organizacje.

3. Turystyka kongresowa i biznesowa

Turystyka biznesowa, rozwijająca się w Polsce dopiero od lat 90., była w krajach o rozwiniętych gospodarkach powszechną formą myślenia o funkcjonowaniu firm i przedsiębiorstw. Turystyka biznesowa bywała określana mianem „podróży służbowej”. Mowa o niej wtedy, gdy cel podróży związany jest z wykonywanym zawodem, jednak nie można jej traktować po prostu jako wykonywania obowiązków służbowych poza siedzibą firmy. Turystyka biznesowa to nie tylko jeden ze sposobów realizowania zadań firmy, ale także nowy model jej funkcjonowania w rzeczywistości. Tym, bez czego prawie żadna firma nie może dziś działać, są spotkania, targi, sympozja, imprezy i wydarzenia firmowe. Turystyka biznesowa jest więc formą kontaktu z klientem, partnerami, kontrahentami, otoczeniem gospodarczym, potencjalnymi pracownikami, odbiorcami towarów i usług. Służą temu spotkania biznesowe, spotkania grupowe, podróże motywacyjne, szkolenia i kursy, imprezy integracyjne i motywacyjne. Turystyka biznesowa stanowi stałe i ważne źródło dochodów oraz przynosi partnerom obopólne korzyści.

Turystyka biznesowa to podróże o charakterze zawodowym, w celach handlowych, podczas których osoby wyjeżdżające korzystają z podstawowych usług turystycznych. W czasie wyjazdu uczestnicy w wolnych chwilach podejmują działalność rekreacyjną i turystyczną. „Pracownik delegowany służbowo w sprawach handlowych w kraju lub za granicę może również wypełniać funkcję czasu wolnego” (Gaworecki 2007: 35). Turystyka biznesowa to inaczej podróże służbowe, których koszty zazwyczaj pokrywają instytucje delegujące. Ten rodzaj turystyki narzuca określony typ usług, np. wymagania hotelowe turysty biznesowego wykraczają poza sam nocleg. Poza wygodnym łóżkiem ważne są dla niego: sprawny system przekazywania wiadomości, room-service¹ czy możliwość uzyskania bieżących informacji ekonomicznych.

W turystyce kongresowej jako międzynarodowym i krajowym ruchu osób podejmujących podróże w celach służbowych można dopatrzeć się znaczących podobieństw do turystyki biznesowej. Turystyka kongresowa zalicza się bowiem do podstawowych form turystyki biznesowej, obok motywacyjnej i handlowej, jest więc definicyjnie jej podporządkowana. Obie formy bazują na podróżach osób w celach biznesowych, lecz turystyka kongresowa koncentruje się na wyjazdach na kongresy czy seminaria.

Rozwój hoteli, instytucji szkoleniowych, restauracji, centrów rozrywkowych i sportowych to rozwój konkretnych firm. Wspólna korzyść motywuje do wspólnych działań, kooperacji, wspierania się, łączenia sił w celu jak najlepszej promo-

¹ Room-service – obsługa hotelowa, płatna dodatkowo, www.polskainfo.pl [23.05.2013].

cji działalności turystyczno-biznesowej. Powodem jest to, że turystyka biznesowa generuje coraz większe zyski dla regionów i miast, motywując do bardziej energicznej promocji miasta, regionu, z ich możliwościami i specyfiką.

Turystyka biznesowo-kongresowa pociąga za sobą wiele działań marketingowych. Powoływane są organizacje i stowarzyszenia, których zadaniem jest promowanie miast dla biznesu i konferencji. W Poznaniu można wyróżnić przede wszystkim Wielkopolską Izbę Przemysłowo-Handlową, Sejmik Gospodarczy Województwa Wielkopolskiego oraz Stowarzyszenie Gmin Regionu Wielkopolski. Wszystkie te instytucje promują miasto na arenie krajowej i międzynarodowej, tworząc odpowiedni wizerunek, przyciągający turystów biznesowych i kongresowych.

4. Konferencja klimatyczna w Poznaniu

Jednym z najważniejszych wydarzeń organizacyjnych ostatniego dziesięciolecia w Poznaniu oprócz Mistrzostw Europy w Piłce Nożnej Euro 2012 była Konferencja Narodów Zjednoczonych w sprawie zmian klimatu. Odbyła się ona na terenie Międzynarodowych Targów Poznańskich w dniach od 1 do 12 grudnia 2008 r. Przybyło na nią ponad 10 tys. osób, 180 ministrów ochrony środowiska i innych osobistości światowego rynku polityczno-biznesowego. Obradowali oni na temat emisji gazów cieplarnianych i problemu globalnego ocieplenia klimatu. Najważniejszym osiągnięciem była zgoda delegatów na utworzenie Funduszu Adaptacyjnego. Dzięki tym środkom finansowym kraje rozwijające się będą mogły przystosować się do zmian klimatu. Podpisana też została Ramowa Konwencja Narodów Zjednoczonych w sprawie zmian klimatu (UNFCCC). Jest to jedna z najważniejszych umów ekologicznych formułujących podstawy międzynarodowych działań w walce z globalnym ociepleniem klimatu.

Konferencja klimatyczna w Poznaniu została uznana za sukces. Sekretarz Konwencji ONZ w sprawie klimatu Tvo de Boer podkreślił, że wypracowano na niej konkretne rozwiązania, a także ustalono program roboczy na następny rok, zakładający zintensyfikowanie negocjacji. Wszyscy uczestnicy byli zadowoleni z organizacji konferencji w Poznaniu. Przez kilkanaście dni obrad i imprez towarzyszących w mieście nie było korków ani większych utrudnień. Goście z ponad 190 krajów świata mogli podróżować swobodnie po centrum miasta i korzystać z przygotowanej przez Poznań oferty kulturalnej. Miasto zapewniło wszystkim uczestnikom dobrze przygotowane zaplecze gastronomiczne i noclegi. Specjalnie na wyjazd gości na poznańskim lotnisku Ławica pojawiło się pięć dodatkowych samolotów. Poznańska Międzynarodowa konferencja w sprawie zmian klimatu kosztowała ONZ 90 mln zł.

5. Obiekty związane z turystyką kongresową w Poznaniu

Poznań jest stolicą Wielkopolski – kolebki państwa polskiego, która ze względu na ciekawe zabytki i rozwiniętą infrastrukturę jest wyjątkowo atrakcyjna dla odwiedzających ją gości. Poznań to około 600-tysięczna, piąta pod względem wielkości w Polsce metropolia, znajdująca się w połowie drogi między Berlinem a Warszawą. Przez Poznań przepływają rzeki Warta i Cybina, w granicach miasta znajdują się aż cztery duże jeziora, stanowiące miejsca odpoczynku i rekreacji. Poznań leży w strefie klimatu umiarkowanego przejściowego. Roczne opady deszczu są tu niższe niż w innych częściach Polski, co stwarza dobre warunki do spacerów, zwiedzania i rekreacji na świeżym powietrzu.

Poznań jako centrum konferencyjne i kongresowe musi przyczynić się do rozwoju infrastruktury i budowania przyjaznego klimatu dla spotkań biznesowych i organizacji konferencji. Podstawą turystyki biznesowo-kongresowej są takie elementy, jak: sale obrad, noclegi, sprzęt konferencyjny oraz sprawna obsługa organizacyjna. Obiekty muszą mieć stosowne wyposażenie audiowizualne oraz zaplecze gastronomiczne. Poznań ma drugi po Warszawie najszybciej rozwijający się rynek hotelowy w Polsce. Istnieje tu wiele hoteli skategoryzowanych. Stosunkowo dobrze rozwinięta jest sieć obiektów trzy- i dwugwiazdkowych, ale mało jest obiektów o bardzo wysokim standardzie, czyli hoteli cztero- i pięciogwiazdkowych.

Zainteresowaniem turystów biznesowych cieszą się hotele skategoryzowane, przeważnie luksusowe bądź klasy wielogwiazdkowej. Jednak w przypadku dużych i ważnych wydarzeń turyści korzystają ze wszystkich dostępnych miejsc z powodu braku miejsc luksusowych. Podstawową bazę noclegową stanowią hotele, pokoje gościnne, apartamenty, pensjonaty, hostele² czy domy gościnne.

W Poznaniu jest ponad 8 tys. miejsc noclegowych zlokalizowanych w obiektach całorocznych. Miasto dysponuje prawie 60 hotelami o różnym standardzie oraz licznymi centrami kongresowymi i ośrodkami szkoleniowymi. Ich liczba cały czas wzrasta, otwierane są nowe centra i ośrodki szkoleniowe. Jako główne i najbardziej znane centrum kongresowe można wskazać Centrum Kongresowe Targi, Międzynarodowe Targi Poznańskie. Do innych ośrodków konferencyjno-szkoleniowych można zaliczyć Centrum Kongresowo-Dydaktyczne Uniwersytetu Medycznego i Centrum Kongresowe Instytutu Ochrony Roślin. Dzięki środkom unijnym wybudowano także dwie nowoczesne, w pełni wyposażone sale koncertowo-konferencyjne: Aula Nova (przy Akademii Muzycznej) i Aula

² Hostel – miejsce tymczasowego zakwaterowania o tańszym standardzie niż hotel, posiadający łóżka piętrowe i charakteryzujący się współdzieleniem części wyposażenia i pomieszczeń, np. kuchni, łazienki.

Artis (przy Wyższej Szkole Nauk Humanistycznych i Dziennikarstwa). W salach tych odbywają się nie tylko koncerty i spektakle, ale również konferencje i inne ważne spotkania. Na uwagę zasługuje również Hala Arena, w której organizowane są imprezy sportowe, kulturalne i widowiskowe.

Międzynarodowe Targi Poznańskie mają ogromne zaplecze biznesowe. Co roku organizowanych jest około 80 wydarzeń targowych, w których bierze udział 13 tys. wystawców, w tym 3 tys. firm zagranicznych z 70 krajów świata. Łącznie MTP posiadają aż 18 tys. miejsc w salach konferencyjnych. Teren targów to ponad 110 tys. m² powierzchni wystawienniczej w halach oraz 35 tys. m² powierzchni na świeżym powietrzu. Targi to nowoczesne centrum kongresowe i wystawiennicze, centrum wielkich możliwości, oferujące ponad 70 sal konferencyjnych, 16 pawilonów wystawienniczych, otwartą przestrzeń oraz parking na 2 tys. samochodów. Zróżnicowane architektonicznie wnętrza umożliwiają organizację wydarzeń o różnorodnym charakterze. Targi budują prestiż przemysłu targowego w Polsce i jego wizerunek – prawie wszyscy uczestnicy targów oceniają polski biznes targowy według poznańskich standardów. Poznań odwiedza rocznie około 400 tys. turystów biznesowych³.

Na początku 2012 r. podjęto największe inwestycje budowlane na MTP ostatnich lat oraz zakrojone na szeroką skalę prace modernizacyjne, w wyniku których powstało nowoczesne centrum kongresowe i wystawiennicze z Salą Ziemi mogącą pomieścić 2 tys. osób. Sala Ziemi to sala widowiskowo-koncertowa, która może być aranżowana na wiele sposobów – od układu kinowego, poprzez forum, gdzie scena otoczona jest przez rozsuwane teleskopowo audytorium, aż po podział na dwie odrębne sale. Sala Ziemi posiada najnowocześniejsze wyposażenie audiowizualne i dostosowana jest do organizacji konferencji, koncertów i wydarzeń specjalnych na najwyższym światowym poziomie.

Również w Zamku Cesarskim dokonano przebudowy kompleksu Sali Wielkiej mogącej pomieścić ponad 460 osób. Obiekt ten, w którym mieści się Centrum Kultury Zamek, jest dużą atrakcją turystyczną nie tylko dla mieszkańców Poznania, ale także dla uczestników konferencji i kongresów odbywających się w naszym mieście.

Na początku 2014 r. nastąpiło otwarcie Bramy Poznania ICHOT (Interaktywne Centrum Historii Ostrowa Tumskiego), która została wybudowana na Ostrowie Tumskim, aby przybliżyć ponad tysiącletnią historię państwa polskiego i Poznania oraz podkreślić historyczną rangę miasta.

Znakomite położenie, duży wybór hoteli, bliskość lotniska i dworca kolejowego oraz bogata oferta kulturalna miasta sprawiają, że jest to idealna lokalizacja dla konferencji, kongresów, targów, wydarzeń sportowych i kulturalnych. Powoduje to, że różne światowe organizacje chętnie organizują w Poznaniu spotkania.

³ <http://jazzevent.pl/blog/2011/10/turystyka-biznesowa-i-zaplecze-konferencyjne-w-poznaniu/> [23.05.2013].

Przykładem może być konferencja zorganizowana w pierwszym kwartale 2014 r. przez Światowe Stowarzyszenie Przemysłu Targowego na temat technologii informacyjnej.

6. Międzynarodowe Targi Poznańskie

Współczesny Poznań słynie jako ośrodek handlu przede wszystkim za sprawą Międzynarodowych Targów Poznańskich. Targi są niekwestionowanym liderem wystawiennictwa gospodarczego w Polsce. To dzięki nim mamy do czynienia z najpełniejszą prezentacją polskich przedsiębiorstw, a także firm zagranicznych. Organizując około 80 międzynarodowych targów specjalistycznych w ciągu roku, MTP przyjmują kilkanaście tysięcy wystawców i kilkaset tysięcy zwiedzających.

Targi stwarzają możliwość bezpośredniego kontaktu z obecnymi i potencjalnymi kontrahentami, dokonania analizy rynku i jego poszczególnych segmentów, a także nawiązania korzystnej współpracy. Targi obejmują różne dziedziny gospodarki: rolnictwo, przemysł rolno-spożywczy, budownictwo, inwestycje przemysłowe, motoryzację, informatykę, poligrafię, logistykę, ekologię, medycynę, turystykę, modę, wyposażenie domów i mieszkań i inne. Większość z nich to największe targi wśród odbywających się w Polsce, niektóre zaliczane są do czołówki europejskiej. Można tu wymienić targi poligraficzne, budowlane czy meblarskie. Międzynarodowe Targi Poznańskie mają 50% udziałów w rynku targowym w Polsce i są drugim organizatorem targów w Europie Środkowo-Wschodniej. Poznań jako jedyny ośrodek w Polsce został ujęty w światowym rankingu miast targowych AUMA. Nowoczesna baza targów jest dostosowana do przyjmowania wystawców i zwiedzających. Wokół Targów koncentruje swoje działania World Trade Center Poznań – współpracując z Międzynarodowymi Targami Poznańskimi, m.in. asystuje zagranicznym misjom handlowym w organizowaniu ich pobytu w Poznaniu i w Wielkopolsce. Międzynarodowe Targi Poznańskie są członkiem założycielem Związku Targów Międzynarodowych UFI, aktywnie uczestniczą też w pracach innych międzynarodowych organizacji skupiających organizatorów specjalistycznych targów branżowych.

7. Historia Międzynarodowych Targów Poznańskich

Pomysł zorganizowania w Poznaniu międzynarodowych targów zrodził się w środowisku kupieckim w maju 1917 r. na zjeździe Związku Towarzystw Kupieckich w Poznaniu (organizacji zrzeszającej lokalne towarzystwa kupieckie z Wielko-

polski i Pomorza) (Topolski, Trzeciakowski 1998: 924). Pierwsze targi, noszące nazwę Targ Poznański, odbyły się w 1921 r. i miały charakter krajowy. Mogły w nich brać udział tylko firmy polskie i z Wolnego Miasta Gdańska. Targi krajowe wzbudziły zainteresowanie wśród zagranicznych kupców. Już w 1924 r. doszło do zawarcia pierwszych międzynarodowych kontraktów. Targi w Poznaniu przyczyniły się do przyspieszenia integracji gospodarczej kraju.

Pierwsze targi o międzynarodowym charakterze odbyły się w 1925 r. już w czasie ożywienia światowej koniunktury (Topolski, Trzeciakowski 1998: 926). Oficjalne zatwierdzenie Targu Poznańskiego jako imprezy międzynarodowej nastąpiło w 1928 r. Dwa lata później zorganizowano Kongres Związku Targów Międzynarodowych, na którym nastąpiło przyjęcie statutu. Uczestnikom, którzy podpisali statut, przysługuje tytuł członka założyciela związku. Taki tytuł posiadają Międzynarodowe Targi Poznańskie.

Przełom w działalności targów nastąpił w 1929 r., gdy w dniach od 16 maja do 30 września urządzono wielką wystawę pod nazwą Powszechna Wystawa Krajowa (PeWuKa). Myślą PeWuKi było zaprezentowanie całokształtu dorobku kulturalnego, gospodarczego i organizacyjnego Polski. PeWuKa pobiła wszelkie rekordy zwiedzających w całej historii Międzynarodowych Targów Poznańskich. Wystawę odwiedziło 4,5 mln osób, w tym ponad 200 tys. z zagranicy (Topolski, Trzeciakowski 1998: 927). Ogromnej ekspozycji PeWuKi towarzyszyło ponad 100 kongresów, zjazdów, zlotów o charakterze gospodarczym, zawodowym, naukowym i kulturalnym oraz wiele spotkań Polaków ze wszystkich stron kraju, Europy i zza oceanu, nieraz masowych, wielotysięcznych (Zakrzewski 1985). Wśród gości zagranicznych były oficjalne delegacje z członkami rządów na czele oraz prawie tysiąc dziennikarzy z ponad 30 krajów.

Wystawa stanowiła okazję do relacji i reportaży dla prasy zagranicznej. Powstał obszerny plon publicystyczny oraz wiele artykułów, m.in. w prasie niemieckiej, chwaliących poznańską imprezę. Organizatorzy Targów oraz władze miasta dołożyli wszelkich starań, aby goście targowi oraz zagraniczni mogli zapoznać się z akcją promocyjną i celem organizacji Powszechnej Wystawy Krajowej. Wystawa wzmacniała pozycję Polski na arenie europejskiej. Związana była z obchodami rocznicy odzyskania przez Polskę niepodległości. W biuletynie informacyjnym poruszona została kwestia pokojowa: „Będzie to największe dzieło pokojowe, jakie naród polski z Rządem Rzeczypospolitej na czele dokonał po odzyskaniu samodzielności państwowej” (Biuletyn 1929).

W historii targów odnotowano również kryzys spowodowany wystąpieniem recesji gospodarczej. Jednak w latach 30. wraz z ożywieniem gospodarczym wyraźnie wzmocniły one swą rolę imprezy ogólnokrajowej. Kierownictwo Międzynarodowych Targów Poznańskich organizowało w czasie trwania imprez zjazdy i konferencje specjalistów i fachowców z różnych dziedzin. Tematyka obrad związana była ściśle z określonymi ekspozycjami targowymi.

Rozwój Międzynarodowych Targów Poznańskich przerwał wybuch II wojny światowej. „Co prawda Niemcy planowali organizację imprez wystawienniczych po jej zakończeniu, ale w 1942 roku tereny targowe przejęło wojsko” (Kasińska, Soroka, Woźna 2003: 281). Nalot aliantów w 1944 r. zniszczył część zabudowań, a pozostałe budynki i pawilony spłonęły w czasie walk o wyzwolenie Poznania. Po II wojnie światowej Targi zostały wznowione w 1947 r. i rozpoczęła się ich odbudowa. Na początku lat 80. Międzynarodowe Targi Poznańskie były jednymi z największych w Europie, a rozbudowa i modernizacja infrastruktury targowej nadal trwa.

Międzynarodowe Targi Poznańskie również w przyszłości będą inwestowały w swą infrastrukturę, aby umocnić pozycję lidera w Polsce i Europie Środkowo-Wschodniej. W ramach inwestycji powstaną nowe pawilony. Ruszyły również prace związane z dokończeniem głównego reprezentacyjnego wejścia na teren targów od strony ulicy Głogowskiej. W miejscu restauracji „Adria” powstanie nowoczesny biurowiec zaprojektowany przez firmę ADS Studio, znaną m.in. z projektu Starego Browaru w Poznaniu. Przebudowie ulegnie Centrum Targowe, które razem z nowym budynkiem stworzy nowoczesną formę reprezentacyjną MTP. Wszystkie działania inwestycyjne mają na celu zapewnienie lepszych warunków gościom targowym, których z roku na rok przybywa.

Centrum konferencyjne Międzynarodowych Targów Poznańskich to największa baza kongresowa w Polsce. Posiada dobrze wyposażone, klimatyzowane sale konferencyjne o różnym standardzie i możliwościach aranżacji. Centrum to posiada certyfikat Profesjonalnego Organizatora Turystyki Biznesowej nadany mu przez Polską Organizację Turystyczną. Oferuje ono usługi cateringowe oraz pośrednictwo w zakwaterowaniu.

Międzynarodowe Targi Poznańskie można uznać za jedno z największych osiągnięć miasta. Mają one duży wpływ na życie miasta, są jego zapleczem ekonomicznym i wpływają na wzrost gospodarczy. Za ich sprawą Poznań odwiedzają rocznie setki turystów z całej Polski i świata.

8. Znaczenie turystyki kongresowej w Poznaniu

Na tle kraju Poznań jest znaczącym ośrodkiem kultury oraz ośrodkiem turystyki kongresowej. Posiada operę, teatr muzyczny, teatr lalkowy, trzy teatry dramatyczne, filharmonię, Polski Teatr Tańca, rozgłośnie radiowe, ośrodek telewizyjny, dwadzieścia jeden muzeów, stałe salony wystawowe sztuk plastycznych i fotografii. Corocznie odbywają się tu: Festiwal Muzyki Współczesnej, Festiwal Teatralny Malta, Międzynarodowy Konkurs Skrzypcowy im. Henryka Wieniawskiego. W czerwcu na Starym Rynku odbywa się Jarmark Świętojański, impreza handlo-

wo-kulturalna nawiązująca do średniowiecznych tradycji handlowych miasta. Co roku Poznań odwiedzają setki przyjezdnych z całego świata, na co zapewne duży wpływ mają też liczne wystawy na Międzynarodowych Targach Poznańskich.

Analizując walory turystyczne Poznania oraz infrastrukturę turystyczną na tym obszarze, można dojść do wniosku, że Poznań to nie tylko miasto kultury, ale również kwitnące centrum turystyki kongresowej. Liczne wystawy w tym mieście, kongresy, spotkania biznesowe oraz towarzyszące im podróże i wyjazdy to najważniejsze aspekty tego rodzaju turystyki. Do imprez odbywających się w mieście można zaliczyć około 80 wystaw targowych rocznie, liczne festiwale, wystawy, konkursy, ważne cykliczne imprezy, takie jak World Press Foto czy międzynarodowe festiwale: muzyczne, teatralne czy filmowe.

Kwitnące życie kulturalne i kongresowo-biznesowe Poznania wymaga realizacji wielu zadań przez władze miasta. Władze administracyjne różnych szczebli muszą starać się o dynamiczny rozwój poznańskiej infrastruktury i budowanie przyjaznego klimatu dla spotkań biznesowych. Istnieje kilka ważnych sektorów, na których rozwój wpływa turystyka kongresowa, m.in. baza konferencyjna, dostęp do sal obrad, tworzenie ośrodków kongresowych, szkoleniowych czy centrów turystyki biznesowej. Niezmiernie ważny jest także rozwój bazy noclegowej, powstawanie nowych ośrodków noclegowych o wysokim poziomie usług. Rozwija się sieć komunikacyjna miasta, np. tramwaj szybkiego ruchu „Pestka”, pozwalający na ekspresowe przemieszczanie się z obrzeży miasta do centrum. Port lotniczy Ławica przystosowany jest do standardów międzynarodowych i zdolny do przyjmowania gości z całego świata. Sieć dróg miasta poddawana jest modernizacjom, powstają liczne ścieżki rowerowe, aby mieszkańcom i turystom zapewnić dobry i łatwy dojazd do ważnych dla nich miejsc.

Jak jest to ważne, można było przekonać się podczas Konferencji klimatycznej w Poznaniu. Przygotowanie miasta do jej zorganizowania i przyjęcia tak wielu uczestników zostało uznane za sukces. Oznacza to, że Poznań jest gotowy na masowy ruch turystyki kongresowej. Kolejnym ważnym wydarzeniem były Mistrzostwa Europy w Piłce Nożnej Euro 2012. W ramach przygotowań do nich zmodernizowano stadion piłkarski, zbudowano nowe hotele, usprawniono komunikację miejską i drogową, stworzono więcej placówek gastronomicznych i usługowych.

Turystyka kongresowa tworzy wizerunek miasta na arenie międzynarodowej. Oprócz jej rozwoju Poznań buduje również wizerunek miasta o stabilnym wzroście gospodarczym i zintegrowanego społecznie. Wraz z rozwojem infrastruktury tworzą się nowe miejsca pracy. Według danych Głównego Urzędu Statystycznego stopa bezrobocia w Poznaniu i w Wielkopolsce od kilku lat należy do najniższych w kraju. Należy dodać, że i w turystyce kongresowej powstają kolejne stałe miejsca pracy, a infrastruktura cały czas się powiększa. Rozwój miasta pod wpływem turystyki biznesowej poprawia zatem jego kondycję gospodarczą. Poznań uzyskał pozycję silnego i stabilnego gospodarczo miasta.

9. Turystyka kongresowa i biznesowa w Polsce

Turystyka biznesowa jest najbardziej interesującym i obiecującym segmentem rynku turystycznego w Polsce. Stanowi źródło znaczącej części wpływów z turystyki. Światowa Organizacja Turystyki Narodów Zjednoczonych (UNWTO) prognozuje, że w najbliższych latach do 2020 r. w turystyce międzynarodowej szczególną rolę będzie odgrywać właśnie turystyka kongresowa.

Według szacunków International Congress and Convention Association (ICCA), biorąc pod uwagę imprezy międzynarodowe i cykliczne, w naszym kraju w 2011 r. zorganizowano około 165 kongresów. W tyle pozostali konkurenci z regionu: dopiero na 30. miejscu znalazły się Węgry, na 31. Czechy, a na 40. miejscu Rosja. Stolica Polski Warszawa w zestawieniu miast, w których najczęściej organizowane są spotkania biznesmenów, zajmuje 28. pozycję. Dzięki organizacji 65 imprez w 2011 r. Warszawa wyprzedziła m.in. Genewę i Zurych. Również w zestawieniu zawartym w raporcie organizacji Union of International Associations Polska zajęła w świecie wysokie, 23. miejsce z wynikiem 114 spotkań. Raport ten uwzględnia kongresy trwające co najmniej 2-3 dni, w których wzięło udział co najmniej 250 osób o pięciu różnych narodowościach, a 40% gości nie pochodziło z kraju organizatora.

W 2012 r. zorganizowano w naszym kraju ponad 22 tys. spotkań i wydarzeń z dziedziny gospodarki, kultury i polityki, w których wzięło udział prawie 4 mln osób (3,99 mln), jak podaje raport „Przemysł spotkań w Polsce – Poland Meetings & Events Industry Report 2013”⁴.

Również branżowy portal www.kongres-magazine.eu – jedna z czołowych platform wymiany informacji w międzynarodowej branży spotkań – podaje, że polskie miasta zostały sklasyfikowane na prestiżowej liście 10 najbardziej atrakcyjnych lokalizacji konferencyjnych w Europie w 2013 r.

Do najbardziej znanych spotkań biznesowych organizowanych w Polsce należy Forum Ekonomiczne w Krynicy, które odbywa się od 1991 r. każdego roku na początku września. Forum to największa konferencja gospodarcza w Europie Środkowej. Na ostatnią przybyło ponad 3 tys. gości z Europy, Azji, USA i Rosji, w tym 500 dziennikarzy reprezentujących 150 redakcji.

Przytoczone fakty pozwalają stwierdzić, że Polska jest krajem o rozwiniętej turystyce kongresowej i biznesowej. Dotyczy to zarówno analizowanego zakresu krajowego, jak i międzynarodowego. Jednak konkurencja stanowi pewne zagrożenie, dlatego należy wykorzystywać istniejące szanse na dalszy rozwój turystyki biznesowej i kongresowej.

⁴ [http://storage.pot.potsite.pl/data/PDF/PCB_Raport2013/\[23.05.2013\]](http://storage.pot.potsite.pl/data/PDF/PCB_Raport2013/[23.05.2013].).

Polska zyskuje też popularność jako organizator konferencji biznesowych. Wpływ na to ma lokalizacja naszego kraju w centrum Europy oraz powiększająca się nowoczesna baza noclegowa i modernizująca się infrastruktura transportowa. Polskę dodatkowo wypromowały kampanie towarzyszące przewodnictwu Polski w Radzie Unii Europejskiej oraz Mistrzostwom Europy w Piłce Nożnej Euro 2012.

Organizacja kongresów, spotkań biznesowych, targów, szkoleń, kursów, imprez firmowych, promocyjnych i turystycznych to również korzyść finansowa dla lokalnej gospodarki. Instytut Turystyki szacuje, że zagraniczny turysta biznesowy zostawia w naszym kraju około cztery razy więcej pieniędzy niż zwykły turysta, co dodatkowo podkreśla znaczenie turystyki biznesowej i kongresowej. W najbliższych latach podróże biznesowe będą motorem napędzającym cały sektor turystyczny. Polska zyskuje bowiem popularność wśród organizatorów spotkań biznesowych.

10. Podsumowanie

Poznań jest miastem turystyki kongresowej i biznesowej. Posiada tradycje i odpowiednie doświadczenie oraz rozwiniętą bazę pozwalającą na organizowanie w mieście prestiżowych imprez. Baza turystyczna turystyki kongresowej w Poznaniu jest przystosowana do przyjmowania gości polskich oraz zagranicznych. Świadczy o tym duża liczba hoteli skategoryzowanych, hoteli nieskategoryzowanych i pozostałej bazy noclegowej dla przyjezdnych. Poznań musi jednak rozwinąć jeszcze swoją bazę hotelarską. Brakuje przede wszystkim hoteli luksusowych i pięciogwiazdkowych, choć sytuacja uległa poprawie w czasie organizacji mistrzostw Euro 2012.

Poznań posiada największe centrum kongresowe w Polsce (Centrum Kongresowe Targi, Międzynarodowe Targi Poznańskie, które dysponują ogromną powierzchnią wystawową i profesjonalnym centrum kongresowym). Dodatkowo ma do dyspozycji inne centra kongresowe zlokalizowane na uczelniach, a także w prawie każdym skategoryzowanym znaczącym hotelu. Poznań posiada odpowiednią infrastrukturę turystyczną, aby być dobrym gospodarzem konferencji europejskich i światowych, takich jak Międzynarodowa Konferencja Klimatyczna czy około 80 wydarzeń odbywających się na samych Targach Poznańskich.

Aby zwiększyć potencjał Poznania dla turystyki kongresowej, należy dbać o utrzymanie na odpowiednim poziomie bazy turystycznej turystyki kongresowej, czynić miasto atrakcyjnym, inwestować w nowe obiekty konferencyjno-szkoleniowe z zapleczem hotelarsko-gastronomicznym, szkolić fachowców do obsługi organizowanych imprez. Działania te są niezbędne, ponieważ chętnych miast na przejęcie organizacji wielu prestiżowych imprez w Polsce nie brakuje.

Aby być konkurencyjnym i utrzymać się na pozycji lidera w organizowaniu ważnych krajowych i międzynarodowych spotkań, trzeba obrać ścieżkę rozwoju. Zagrożeniem może być przekonanie, że jest się już ważnym centrum turystyki kongresowej i biznesowej, co może doprowadzić do zaniechania starań o intensywny rozwój tej dziedziny gospodarczej miasta.

Rozwój ten wymaga zorganizowanej krajowej i zagranicznej promocji kongresów i konferencji oraz wypracowania spójnego i całościowego obrazu Poznania jako miasta konferencyjnego, otwartego i przyjaznego dla odwiedzających je gości oraz oferującego profesjonalne usługi.

Konieczne jest prowadzenie przez władze miasta polityki wspierającej aktywność instytucji zaangażowanych w pozyskiwanie i organizację spotkań, kongresów i konferencji w Poznaniu. Władze te powinny prowadzić bieżącą współpracę z organizatorami konferencji i kongresów oraz zapewnić wsparcie organizacyjne i informacyjne. Dostępne powinny być informacje dotyczące zlokalizowanych w Poznaniu sal i centrów konferencyjnych, bazy noclegowej i gastronomicznej, a także oferty kulturalno-turystycznej, rekreacyjnej oraz sieci komunikacyjnej. Ważne jest inicjowanie i wspieranie wszystkich działań zmierzających do uznania Poznania za główne centrum turystyki biznesowej i konferencyjnej w Polsce. Plany rozwoju miasta powinny uwzględniać powstawanie nowych wielofunkcyjnych przestrzeni publicznych zapewniających obsługę konferencji i kongresów oraz podniesienie atrakcyjności oferty turystycznej, kulturalnej i rekreacyjnej adresowanej do turystów biznesowych. Aby to uzyskać, należy dążyć do zacieśnienia współpracy administracji państwowej i samorządów, ponieważ sama branża turystyczna nie zdoła udźwignąć ciężaru przygotowania miast Polski do funkcji miast kongresowo-biznesowych.

Literatura

- Alkjear E., Eriksen J. (1969), Lokalizacja i skutki gospodarcze kongresów międzynarodowych, *Ruch Turystyczny – Monografie*, nr 7.
- Biuletyn informacyjny (1929), *Powszechna Wystawa Krajowa*, Poznań: Drukarnia Św. Wojciecha.
- <http://jazzevent.pl/blog/2011/10/turystyka-biznesowa-i-zaplecze-konferencyjne-w-poznaniu/> [23.05.2013].
- Kasińska D., Soroka G., Woźna E. (2003), *Poznań – przewodnik po zabytkach historii*, Poznań: Wyd. Miejskie.
- Łazarek M., Łazarek R. (2002), *Gospodarka turystyczna. Wybrane zagadnienia*, Warszawa: Wyższa Szkoła Ekonomiczna.
- Przemysł spotkań w Polsce – Poland Meetings & Events Industry Report 2013, http://storage.pot.potsite.pl/data/PDF/PCB_Raport2013/ [23.05.2013].
- Szwichtenberg A. (2000), *Podstawy turystyki*, Koszalin: Politechnika Koszalińska.

Topolski J., Trzeciakowski L. (1998), *Dzieje Poznania*, Warszawa – Poznań: Polskie Wydawnictwo Naukowe.

www.polskainfo.pl [23.05.2013].

Zakrzewski Z. (1985), *Ulicami mojego Poznania*, Poznań: Zysk i S-ka.

Poznan – a City of Congress and Business Tourism

Abstract. Poznan, as one of the most important cities in Poland, is also one of the main congress centers in the country and an important center of congress tourism in Europe and World. It is worth noting its participation in national and global markets, as well as, its leading position as a center of business and congress. This article illustrates both the tourist and business attractions of this wonderful city. The aim is to highlight the well-equipped, sophisticated, and appropriate infrastructure of the city and its gained experiences that allow to for the name of Poznan to be associated with being an important city of business and congress. An important role is played by the following: the location of the city, its tourist attractions, science centers, urban and surrounding convention and training centers, and its accommodation for business guests. Poznan is an important scientific center with significant organizational tradition since PeWuKa and is predisposed for events of this type. It also includes the Poznan International Fair as the most important center of fairs and congress in Poland, their history, conference facilities, and area of operation. The scope of work is based on the demonstration that Poznan is a friendly place for professionally organized meetings of different groups of people: scientists, entrepreneurs, politicians, sportsmen, environmentalists, artists, and professionals of different industries etc.

Keywords: congress tourism, tourism center, business and conference centers, support center, facilities, services, entertainment, culture, conferences, leisure, Poznan International Fair (MTP), guests, infrastructure

MATEUSZ ROGOWSKI*

Miejskie trasy turystyczne „CityWalk” na przykładzie Kłodzka – ewaluacja produktu turystycznego

Streszczenie. Kłodzko jest miastem, które jako jedno z niewielu w Polsce ma udokumentowaną ponad 1000-letnią historią tradycję swego istnienia. Na przestrzeni tych dziesięciu wieków miasto rozwijało się pod rządami różnych władców i narodowości. Dzięki temu może poszczycić się zdumiewającą różnorodnością zabytków oraz wielowiekowym bogactwem historycznym i kulturowym, co sprawia, że należy do najpiękniejszych miast pogranicza polsko-czeskiego. Te uwarunkowania historyczne decydują o jego dużym potencjale turystycznym, który stał się podstawą stworzenia miejskich tras turystycznych zwanych „CityWalk”. W ramach tego projektu, obejmującego sześć miast pogranicza polsko-czeskiego, w Kłodzku wyznaczono cztery trasy, które pozwalają poznać bogactwo kulturowo-historyczne staromiejskiej dzielnicy miasta. Celem artykułu jest przedstawienie miejskich tras turystycznych jako specyficznego produktu turystycznego o charakterze szlaku oraz ocena ich organizacji i funkcjonowania na podstawie badań ankietowych. Uczestnikami badań byli studenci kierunku turystyka i rekreacja Wielkopolskiej Wyższej Szkoły Turystyki i Zarządzania w Poznaniu, uczestniczący w zajęciach terenowych w 2013 r. Ze względu na niewielką grupę badawczą wyniki mają charakter wyłącznie wstępnych badań sondażowych, które powinny być kontynuowane w kolejnych sezonach turystycznych. Pozwoli to na wskazanie przedstawicielom Wydziału Rozwoju Urzędu Miasta w Kłodzku potencjalnych kierunków dalszego rozwoju analizowanych tras.

Słowa kluczowe: turystyka kulturowa, miejskie trasy turystyczne, produkt turystyczny, ewaluacja, Kłodzko

1. Wstęp

Rozwijająca się na przestrzeni ostatnich lat turystyka kulturowa sprawiła, że docenione zostały obiekty zabytkowe i miejsca związane z wydarzeniami historycz-

* Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu, Katedra Turystyki i Rekreacji, e-mail: mateusz.rogowski@amu.edu.pl, tel. 502 081 654.

nymi. Wymusiło to ich sprofilowanie i rozszerzenie działalności o charakterze turystycznym. Podobnie było w przypadku jednostek samorządu terytorialnego, które dzięki współpracy z innymi organizacjami i pozyskiwaniu funduszy na rozwój turystyczny wpisały się w obecną tendencję rozwoju turystyki kulturowej i związaną z nimi edukację, nawiązując do Turystyki 3E (*Entertainment* – rozrywka, *Excitement* – ekscytacja, *Education* – edukacja).

Polska, będąca w Unii Europejskiej od 10 lat, dobrze sobie radzi z pozyskiwaniem funduszy na projekty uatrakcyjniające ofertę turystyczną miast i regionów. Jedną z takich inicjatyw jest wspólny projekt sześciu miast pogranicza polsko-czeskiego obejmujący opracowanie, oznaczenie, zagospodarowanie i promocję miejskich tras turystycznych o nazwie „CityWalk”. Projekt ten uzyskał dofinansowanie, dzięki któremu powstały trasy cieszące się dużym zainteresowaniem turystów przybywających do miast pogranicza polsko-czeskiego, chcących nie tylko poznać ich zabytki, ale także bogatą historię tego regionu.

Celem artykułu jest przedstawienie miejskich tras turystycznych jako specyficznego produktu turystycznego o charakterze szlaku oraz ocena ich organizacji i funkcjonowania na podstawie badań ankietowych.

Kłodzko jako jeden z beneficjentów tego projektu stworzyło cztery miejskie trasy turystyczne, których celem jest przybliżenie odwiedzającym najciekawszych obiektów zabytkowych oraz wydarzeń historycznych. Miasto swój potencjał historyczno-kulturowy zawdzięcza ponad 1000-letniej historii związanej z Piastami Śląskimi, czeskim rodem królewskim Przemyślidów i królem Jerzym z Podiebradu, Habsburgami i państwem pruskim. W 1945 r. Kłodzko znalazło się ponownie w Polsce. Ta bogata historia decyduje o jego dużym potencjale dla rozwoju turystyki kulturowej opartej nie tylko na miejskich trasach turystycznych, ale także na największej atrakcji miasta, jaką jest Twierdza Kłodzka.

2. Szlaki kulturowe jako przedmiot zainteresowania turystyki kulturowej

Turystyka kulturowa (ang. *cultural tourism*, *culture tourism*), jak pisze Janusz Czerwiński, związana jest z podróżami w celach poznawczych do regionów, miejscowości i obiektów o charakterze kulturalnym – rozumianym w szerokim zakresie, zwłaszcza do miejsc, w których znajdują się szczególnie cenne pamiątki historyczne i obiekty światowego bądź krajowego dziedzictwa kultury (Czerwiński 2011: 170). W literaturze przedmiotu istnieje wiele ujęć turystyki kulturowej, których szczegółowego omówienia dokonali m.in. Karolina Buczkowska (2008) i Armin M. von Rohrscheidt (2008). Autorzy ci scharakteryzowali fenomen turystyki kulturowej, wyróżniając jej poszczególne formy oraz analizując moty-

wacje turystów. Turystykę kulturową można więc ujmować zarówno wąsko – jako zainteresowanie „zabytkami kultury materialnej pozostawionymi przez poprzednie pokolenia, w miejscu ich występowania” (Faracik, Kurek, Mika, Pitrus, Ptaszycka-Jackowska 2011: 210), jak również szeroko – jako „wszelkie przejawy kultury będące całokształtem materialnego oraz duchowego dorobku ludzkości gromadzonego, utrwalonego i wzbogacanego w ciągu jej dziejów, przekazywanego z pokolenia na pokolenie” (Faracik i in. 2011: 210). Szersze ujęcie bliższe jest współczesnemu pojmowaniu turystyki kulturowej w kategoriach humanistycznych, jako podróżowania w celu wewnętrznego wzbogacenia lub poszukiwania wiedzy (Faracik i in. 2011: 210). W ramach powszechnej turystyki kulturowej, mającej największy krąg odbiorców, wyróżnia się m.in. turystykę miejską, która przez von Rohrscheidta jest określana mianem podróży, a jej głównym celem są miasta, gdzie obok zorganizowanych wycieczek duże znaczenie mają krótkoterminowe (weekendowe, kilkugodzinne) indywidualne wyjazdy zwane *city break* (Faracik i in. 2011: 210).

Chcąc lepiej promować walory kulturowe i zachęcać turystów do odwiedzenia miast, tworzy się system kulturowych szlaków tematycznych, które stanowią „jedną z atrakcyjnych propozycji dla turystów miejskich” (Faracik i in. 2011: 97). Szlaki te mogą być piesze, rowerowe lub samochodowe, łącząc obiekty i miejsca związane np. z zabytkowym budownictwem sakralnym lub życiem znanych postaci. „Często łączą one różne tematy, stając się wówczas okazją do szerszego zgłębiania odwiedzanych miejsc przez turystów” (Faracik i in. 2011: 212). Z tego względu przedmiotem zainteresowania turystów kulturowych są szlaki kulturowe, które w obrębie miast mogą mieć postać miejskich tras turystycznych. W zależności od charakteru obiektów, samego miasta i działających w jego obrębie organizacji turystycznych trasy te mogą być zarówno znakowanymi i odpowiednio przygotowanymi szlakami turystycznymi, opatrzonymi tablicami informacyjnymi z folderem bądź przewodnikiem, jak również wyłącznie opisanymi w przewodniku lub folderze trasami, bez jakichkolwiek oznaczeń terenowych. Według literatury przedmiotu za szlak kulturowy można uznać „wytyczony i oznakowany szlak materialny, łączący obiekty i miejsca wybrane według ustalonego kryterium tematykacji, będące unikatowym i reprezentatywnym przykładem ilustrującym szeroko pojęty dorobek kulturowy danego regionu, społeczności, grupy etnicznej, mniejszości narodowej czy narodu. Poprzez prezentację dziedzictwa materialnego szlak powinien umożliwiać jego poznanie i popularyzowanie dziedzictwa niematerialnego, traktując oba te obszary jako nierozdzielalną całość” (Gawel 2011: 76). Natomiast miejskie trasy turystyczne to „każdy lokalny szlak turystyczny, wyznaczony na terenie tylko jednej miejscowości o charakterze miejskim lub jedynie na części jej obszaru” (Rohrscheidt 2008: 101-102). Trasy te to szczególnie przypadek szlaku turystycznego, którego istotnymi cechami są: ograniczenie zasięgu do jednostki terytorialnej, specyficzny przebieg, wynikający

z miejskiego charakteru jednostki, a także specyfika tematyki kulturowej, wynikająca z konkretnych zasobów (atrakcji turystycznych), stanowiących podstawę wyznaczenia i funkcjonowania trasy. Trasy miejskie mogą być podzielone na:

- ogólne miejskie trasy historyczne, eksponujące kolejne epoki lub/i ważne wydarzenia z dziejów danej miejscowości,
- miejskie trasy monotematyczne, prezentujące wyodrębnione miejskie „tematy”, wyróżnione tym samym z całości dziedzictwa kulturowego,
- miejskie trasy multitematyczne, stanowiące rodzaj lokalnych zbiorów obiektów, atrakcyjnych, niezależnie od ich odniesienia do dziejów miejscowości, regionu czy konkretnej tematyki (Rohrscheidt 2008: 102-103).

Z istnieniem miejskich tras turystycznych wiążą się takie pozytywne aspekty, jak:

- wzrost zatrudnienia na lokalnym rynku turystycznym,
- wzrost rozpoznawalności konkretnej destynacji turystycznej przez tworzenie unikatowej marki miasta w turystyce,
- podniesienie konkurencyjności oferty destynacji miejskiej,
- istnienie efektu edukacyjnego poprzez „opowiadanie” lokalnych historii i prezentację ciekawych tematów, co przyczynia się do wzrostu wiedzy historycznej oraz popularyzacji miejscowego i regionalnego dziedzictwa kulturowego,
- kanalizacja ruchu turystycznego,
- ekspozycja unikalnych wartości miasta, ukazująca wszystkie istotne i niepowtarzalne aspekty lokalnego dziedzictwa, poprzez wywołanie wrażenia pobytu w miejscu nadzwyczajnym i zwiększenie zadowolenia z podróży (Rohrscheidt 2008: 104).

3. Miejskie trasy turystyczne „CityWalk” w Kłodzku jako produkt turystyczny

Kłodzko jest miastem powiatowym położonym na ziemi kłodzkiej (dawna nazwa Hrabstwa Kłodzkiego¹), którego atutem są walory krajobrazowe związane z urozmaiconą rzeźbą terenu i cenną tkanką zabytkową – najcenniejszą z nich, Twierdzę Kłodzką, objęto ochroną – Fortecznym Parkiem Kulturowym. Miasto szczy-

¹ www.hrabstwo.pl/index.php?p=kat&k=2 [18.04.2013]. „W 1459 roku król Czech Jerzy z Podiebradów podniósł ziemię kłodzką do rangi suwerennego hrabstwa, a następnie, wraz z Księstwem Ziębickim, oddał jako lenno swoim trzem synom. W tym samym roku Cesarz Fryderyk III potwierdził przywileje i ogłosił ziemię kłodzką »prawdziwym hrabstwem«. [...] W 1933 roku ogłoszono w Niemczech »Rok Hrabstwa Kłodzkiego» jako krainy piękniej przyrody, kurortów i letnisk. Pomimo różnych kolei losu Hrabstwo Kłodzkie jako odrębna jednostka administracyjna istniało 486 lat i dotrwało do 1945 roku”.

ci się ponad 1000-letnią historią, gdyż najstarsze wzmianki pochodzą z 981 r. Kolejne wieki przyniosły walki między wojskami czeskimi i polskimi oraz dużą autonomię, ugruntowaną pod rządami lenników Czech. W XVI w. obszar ten wszedł w skład państwa Habsburgów. Obecny kształt nadały miastu Prusy, gdy w XVIII w. zajęły cały Śląsk wraz z ziemią kłodzką. Po II wojnie światowej ziemia kłodzka znalazła się w granicach Polski (Czerwiński 2009: 151).

Do najważniejszych obiektów zabytkowych Kłodzka zalicza się:

- twierdzę na Fortecznej Górze z fortem na Owczej Górze,
- XIV-wieczny rynek o średniowiecznym rodowodzie i układzie urbanistycznym, z barokową studnią i wotywną kolumną maryjną,
- trzykondygnacyjny Ratusz, odbudowany w neorenesansowej formie,
- XVII-wieczne kamienice mieszczańskie rynku z tradycyjnymi emblematami,
- XIV-wieczny (jeden z najstarszych w Polsce) most gotycki z rzeźbami, przypominający miniaturę słynnego mostu Karola w Pradze,
- XIV-wieczny kościół Wniebowzięcia NMP będący jednym z najcenniejszych zabytków sakralnych Śląska, z XV-wieczną gotycką figurą Matki Boskiej z Dzieciątkiem (zwaną Madonną Kłodzką), barokowym ołtarzem głównym i nagrobkiem arcybiskupa praskiego Arnosta z Pardubic,
- franciszkański kościół Matki Boskiej Różańcowej,
- barokowe kolegium jezuickie (Bragier, Dudziak 2010: 348-353).

Przedstawiona historia i cenne zabytki potwierdzają duży potencjał turystyczny Kłodzka, będący podstawą stworzenia miejskich tras turystycznych.

„CityWalk” to nazwa, jaka została przyjęta dla potrzeb projektu miejskich tras turystycznych. Jego twórcy chcą zachęcić turystów do odwiedzin, proponując „spacer uroczymi zakątkami oraz poznanie na nowo bogatej historii. Dzięki innowacyjnym rozwiązaniom, słowo »spacer« nabiera nowego znaczenia”². Projekt nosi nazwę „Miejskie trasy turystyczne zintegrowanym produktem turystycznym miast czesko-polskiego pogranicza” i realizowany jest w ramach Programu Operacyjnego Współpracy Transgranicznej Republika Czeska – Rzeczpospolita Polska 2007-2013. Przedsięwzięcie było prowadzone w latach 2008-2011, dzięki współfinansowaniu w 85% ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego. Całkowita wartość projektu wyniosła 1 110 597,2 euro³. Projekt realizowany był przez sześć miast pogranicza czesko-polskiego: Bardo, Świdnicę, Kłodzko, Kędzierzyn-Koźle, Czeską Skalicę i Prerov.

² www.citywalk.info/index.php?option=com_content&task=view&id=74&Itemid=38 [18.04.2013].

³ www.klodzko.pl/klodzko/klodzko_15/index.php?option=com_content&view=article&id=84:miejskie-trasy-turystyczne&catid=60:powt&Itemid=110 [18.04.2013].

Głównym celem projektu było stworzenie pełnowymiarowego, zintegrowanego produktu turystycznego, którego elementy będą rozwijane i zagospodarowywane przez mieszkańców lub współpracujące ze sobą podmioty gospodarcze, które tworzą i poszerzają ofertę turystyczną. W ramach projektu wytyczono i spójnie oznakowano szlaki miejskie. W celu ich identyfikacji stworzono wspólne logo (rys. 1), ujednolicono materiały promocyjne oraz zadbano o wspólną ekspozycję na międzynarodowych targach i imprezach turystycznych. Dodatkowo zakupiono bezobsługowe punkty informacji turystycznej. Wykorzystanie nowoczesnych technologii, takich jak AudioGuideSystem⁴ i infokioski⁵ (fot. 1) oraz uczestnictwo w targach i imprezach turystycznych poza obszarem wsparcia umożliwiło partnerom dotarcie do szerokiej grupy turystów⁶.



Rysunek 1. Wspólne logo miejskich tras turystycznych „CityWalk”

Źródło: www.citywalk.info/ [18.04.2013].

Miejskie trasy turystyczne „CityWalk” spełniają założenia produktu turystycznego, „akcentując unikatowość każdego szlaku turystycznego, który stanowi ofertę produkowaną i konsumowaną tylko w jednym miejscu na świecie. [...] Z uwagi na różnorodność historycznej genezy miast i istniejących współcześnie składowych ich materialnej i niematerialnej substancji kulturowej – owa niepowtarzalność unaocznia się najwyraźniej” (Stasiak 2006: 17). Trasy te spełniają też założenia produktu turystycznego o charakterze szlaku, „składając się z szeregu miejsc i obiektów związanych z nadrzędną ideą, połączonych ze sobą oznakowa-

⁴ AudioGuide System jest formą indywidualnego zwiedzania. Osoba wyposażona w urządzenie, zwiedzając, odtwarza контент uprzednio zgrany do pamięci urządzenia, który jest uporządkowany w bloki według dostępnych wersji językowych. Kontent jest podzielony na sekcje (pliki) odpowiadające punktom orientacyjnym na trasie zwiedzania (np. według numerów). Informacje nagrane są w kilku wersjach językowych (polska, czeska, niemiecka, angielska), dzięki czemu użytkownik (zwiedzający) ma możliwość wyboru znanego sobie języka, a tym samym lepsze poznanie obiektu turystycznego, a także może zwiedzać i poznawać dany obiekt (muzeum, miasto) w sposób uporządkowany, zalecany przez przewodnik lub załączoną mapkę lub w dowolnej kolejności. W każdej chwili może też zatrzymać prezentację albo powtórzyć wybrany fragment. Może także przyspieszyć i przejść do kolejnego lub zupełnie innego punktu zwiedzania; www.citywalk.info/index.php?option=com_content&task=view&id=72&Itemid=36 [17.04.2013].

⁵ Infokioski multimedialne pozwalają dotrzeć turystom krajowym i zagranicznym do przygotowanych informacji dotyczących miejskich zabytków i atrakcji turystycznych; www.citywalk.info/index.php?option=com_content&task=view&id=270&Itemid=286 [17.04.2013].

⁶ *Miejskie trasy turystyczne zintegrowanym produktem turystycznym miast czesko-polskiego pogranicza*; www.umwd.dolnyslask.pl/fileadmin/user_upload/EWT/Czechy/DOKUMENTY/DOKUMENTY_PROGRAMOWE/karta_2_2_4.pdf [17.09.2013].



Fot. 1. Infokiosk miejskich tras turystycznych „CityWalk”

Źródło: <http://swidnica24.pl/infokiosk-znow-na-celowniku/> [17.04.2013].

ną trasą oraz z różnorodnej infrastruktury turystycznej zlokalizowanej wzdłuż szlaku” (Kaczmarek, Stasiak, Włodarczyk 2010: 139-142). Szlak taki wymaga integracji organizacyjnej, polegającej na połączeniu wielu produktów cząstkowych w jedną całość, jednocześnie przypisanych do konkretnej lokalizacji przestrzeni geograficznej. Produkt ten jest więc:

„– zdeterminowany przestrzennie: 1) jego tematyka, charakter, przebieg wynikają z określonego dziedzictwa i zasobów danego obszaru; 2) może być produkowany i konsumowany tylko w jednym miejscu na świecie;

– złożony – stanowi konglomerat produktów prostych, połączonych w jedną całość wieloaspektowymi powiązaniem i relacjami;

– multiwytworzalny – ma wielu wytwórców – producentów pojedynczych dóbr i usług (z reguły są to odrębne podmioty gospodarcze);

– synergiczny – powiązanie wielu atrakcji w jedną trasę tworzy zupełnie nową jakość: kompleksowa oferta znacząco podnosi zadowolenie i satysfakcję turystów; następuje integracja i aktywizacja całego obszaru, dodatkowo współpraca wielu podmiotów kreujących produkt zmniejsza koszty jego przygotowania i promocji, zwiększając zarazem szanse rynkowego sukcesu” (Stasiak 2006: 17-18).

Tabela 1. Zestawienie zabytków znajdujących się miejskich tras turystycznych „CityWalk” w Kłodzku

	Trasy		
	czerwona	zielona	niebieska
Zabytki na trasie	Kamienica „Pod wilkiem”	Fontanna	Fontanna
	Kościół Matki Bożej Różańcowej	Ratusz	Mury obronne
	Most Gotycki	Dawna Tawerna	Kolegiata jezuicka
	Fontanna	Kamienica „Pod jeleniem”	Pomnik Nepomucena
	Ratusz	Kamienica „Pod murzynem”	Kościół WNMP
	Dawna Tawerna	Kolumna maryjna	Dawny cmentarz
	Kamienica „Pod jeleniem”	Dawna Łaźnia	Czarna Brama
	Kamienica „Pod murzynem”	Czarna Brama	Kamienica nr 1
	Kolumna maryjna	Dawny cmentarz	Kolumna maryjna
	Kamienica nr 1	Kościół WNMP	Kamienica „Pod murzynem”
	Kamienica nr 5	Pomnik Nepomucena	Kamienica „Pod jeleniem”
	Czarna Brama	Kolegiata jezuicka	Dawna Tawerna
	Dawny cmentarz	Stoki bojowe	Ratusz
	Kościół WNMP	Kamień napoleona	Renesansowe portale
	Pomnik Nepomucena	Synagoga żydowska	
	Kolegiata jezuicka	Muzeum Ziemi Kłodzkiej	
	Kamienica „Jaś i Małgosia”		
	Kamienica „Z lwem”		

Źródło: www.citywalk.info/index.php?option=com_content&task=view&id=75&Itemid=235 [7.04.2013].

W ramach projektu „CityWalk” w Kłodzku wyznaczono cztery trasy, które są oznaczone i przestrzennie zdeterminowane istnieniem wymienionych zabytków, sprawiając, że ich przebieg w niektórych odcinkach się pokrywa. Są to następujące trasy:

- niebieska trasa turystyczna – najdłuższa, prowadząca od Wyspy Piasek, przez stare miasto do Fortecznej Góry w północnym krańcu Twierdzy Kłodzkiej, z 14 obiektami i 7 infokioskami,
 - czerwona trasa turystyczna, wyznaczona na Wyspie Piasek i w rejonie starego miasta u stóp twierdzy, z 18 obiektami i 8 infokioskami,
 - zielona trasa turystyczna – najkrótsza, wyznaczona w rejonie rynku i centralnej części starego miasta, z 16 obiektami i 8 infokioskami,
 - podziemna trasa turystyczna – wytyczona głównie pod rynkiem.
- „Ideą spajającą szlak są miejsca i obiekty pełniące określone funkcje:
- tematyki szlaku, np. architektura, historia, technika, folklor,
 - sposobu wędrowania – rodzaj turystyki, np. rowerowa, kajakowa, konna,
 - motywów turystów – cele podróży, np. poznawanie świata, aktywny wypoczynek, przeżycia religijne” (Stasiak 2006: 18-19).

W przypadku Kłodzka przewodnią ideą szlaku są obiekty, które jako całość tworzą substancję zabytkową miasta, związaną z określonymi wydarzeniami historycznymi. Tym samym trasy te są multitematyczne, o zagadnieniach historyczno-kulturowych. Jako że trasy są oznaczone w zabytkowym centrum miasta, możliwy jest wyłącznie pieszy sposób poruszania się. Natomiast głównym motywem jest poznanie historii i obiektów zabytkowych Kłodzka.

4. Ewaluacja miejskich tras turystycznych „CityWalk” przez turystów

Ewaluacja atrakcyjności miejskich tras turystycznych była jednym z założeń zajęć terenowych odbywających się w dniach 22-25 kwietnia 2013 r., których uczestnikami byli studenci Wielkopolskiej Wyższej Szkoły Turystyki i Zarządzania w Poznaniu. Studenci zaraz po przyjeździe do Kłodzka zostali zaproszeni do Ratusza, w którym pracownicy Wydziału Rozwoju Urzędu Miasta przedstawili założenia projektu wraz z jego oczekiwanymi efektami i planami na przyszłość. Zaraz po spotkaniu grupa udała się do Centrum Informacji Turystycznej Kłodzka, gdzie otrzymała Audioguide’a. Ze względu na niedostępną w tym czasie podziemną trasę turystyczną studenci zostali podzieleni na trzy grupy, z których każda miała za zadanie przejść przynajmniej jedną z tras (zieloną, niebieską bądź czerwoną).

Ewaluacja miejskich tras turystycznych „CityWalk” została przeprowadzona z wykorzystaniem specjalnie przygotowanego formularza oceny (zał. 1) przez prowadzącego ćwiczenia we współpracy z pracownikami Wydziału Rozwoju Urzędu Miasta. Formularz składał się z 13 pytań dotyczących przebiegu, doboru atrakcji, oznakowania, materiałów informacyjnych, Audioguide Systemu oraz infokiosków. Pytania miały charakter otwarty i zamknięty. Ze względu na niewielką liczbę uczestników ćwiczeń (15 osób) przyjęto, że każdy z nich mógł przejść i ocenić przynajmniej jedną trasę. W efekcie uzyskano 10 ocen dla każdej z tras, co dało w sumie 30 wypełnionych arkuszy. Należy je jednak traktować wyłącznie w charakterze wstępnych badań sondażowych, które powinny być kontynuowane w kolejnych sezonach turystycznych. Niniejsze badania pozwolą wskazać przedstawicielom samorządu potencjalne kierunki dalszego rozwoju analizowanych tras.

W pierwszym pytaniu respondent został poproszony o wpisanie trasy, którą przebył, w drugim – o ocenę jej przebiegu w skali od 5 (bardzo dobra) do 1 (nie dostateczna). Jeśli uczestnik wpisał niską notę, proszony był o sugestie dotyczące modyfikacji. Wyniki tego pytania przedstawia tabela 2.

Jak widać, najczęściej wpisywano ocenę 4, wskazując na dobry przebieg analizowanych tras. Ponadto pięciokrotnie wskazywano ocenę 5, a trzykrotnie

Tabela 2. Wyniki oceny przebiegu miejskich tras turystycznych „CityWalk” w Kłodzku

Rodzaj trasy	Ocena przebiegu trasy (od 1 – niedostateczna do 5 – bardzo dobra)										Ocena sumaryczna
Czerwona	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4,1
Zielona	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4,1
Niebieska	3	3	5	4	3	5	4	4	4	4	3,9

Źródło: opracowanie własne.

ocenę 3. Powyższy rozkład ocen sprawił, że ich sumaryczne oceny są zbliżone: trasa czerwona i zielona – 4,1, natomiast niebieska – 3,9. Przewaga ocen dobrych nad bardzo dobrymi może wynikać z niewielkiej zawilgości tras w obrębie zabytkowego centrum Kłodzka i pokrywania się niektórych odcinków (np. na rynku, placu Kościelnym czy w rejonie Mostu Gotyckiego). Jest to zapewne związane z ideą tras, z których każda obejmuje główne zabytki miasta sprawiając, że turystycie chcącemu je poznać wystarczy przejście jedną z nich – co zauważyli sami respondenci. Prócz tego wskazywano na potrzebę przystosowania ich dla osób niepełnosprawnych przy uwzględnieniu ewentualnej zmiany w przebiegu na stromych odcinkach oraz w miejscach ich pokrywania się i krzyżowania. Podkreślano także potrzebę dodania większej liczby informacji o niektórych obiektach zabytkowych.

Trzecie pytanie miało na celu ocenę doboru atrakcji na trasie. W 29 arkuszach jednomyślnie wskazywano dobry dobór atrakcji. Uzyskane odpowiedzi świadczą więc o przemyślanym sposobie planowania tras i doboru do nich poszczególnych obiektów zabytkowych.

Kolejne pytanie dotyczyło określenia przez respondentów jednej nadrzędnej idei trasy związanej z doбором atrakcji, dzięki czemu możliwe będzie nadanie nazwy trasie odzwierciedlającej jej charakter.

Najwięcej wskazań dotyczyło czerwonej trasy, której przebieg kwalifikuje ją do miana głównej, co ukazuje tabela 2. Prócz tego określenia wskazywano na hi-

Tabela 3. Propozycje nazwy miejskich tras turystycznych „CityWalk” w Kłodzku wynikających z doboru atrakcji

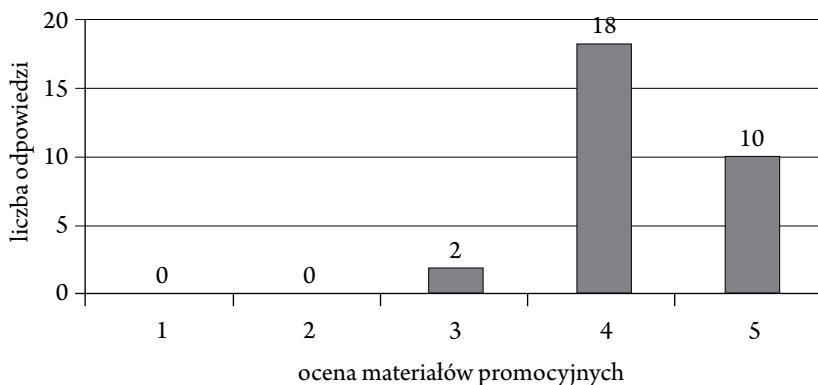
Idea/nazwa	Trasy		
	czerwona	zielona	niebieska
trasa główna, trasa historyczna, historyczne anegdoty z życia miasta, Kłodzko historyczne		szlakiem zabytków architektury Kłodzka	–

Źródło: opracowanie własne.

storyczny charakter tej trasy. Propozycja nazwy dla trasy zielonej: Szlakiem zabytków architektury Kłodzka nie oddaje w pełni jej charakteru, gdyż jak wynika z tabeli 1, to wzdłuż czerwonej trasy turystycznej znajduje się więcej zabytków architektury. W przypadku trasy niebieskiej nie zaproponowano żadnej nazwy. Trudność w uchwyceniu charakteru poszczególnych tras wynika być może z pokrywania się niektórych odcinków i powielania zabytków na różnych trasach. Może to sprawiać wrażenie powtarzania się zagadnień, przy braku uporządkowania charakteru obiektów (np. świeckie, sakralne, militarne czy kamienice rynkowe, świątynie i klasztory oraz budynki mieszczkańskie lub związane z określonym stylem w architekturze).

Piąte pytanie było związane z oceną oznakowania tras. Ze wszystkich udzielonych odpowiedzi jedyne dwie osoby wskazały na potrzebę większej liczby znaków w przypadku trasy zielonej. Pozostałe osoby dobrze oceniły oznakowanie lub nie odpowiedziały nic. W następnych dwóch pytaniach respondenci zostali poproszeni o ocenę materiałów promujących trasy turystyczne w skali od 5 (bardzo dobra) do 1 (niedostateczna). Jako że są one jednakowe dla wszystkich tras, zostały przedstawione na zbiorczym wykresie 1.

Wykres 1. Zestawienie ocen materiałów promocyjnych miejskich tras turystycznych „CityWalk” w Kłodzku

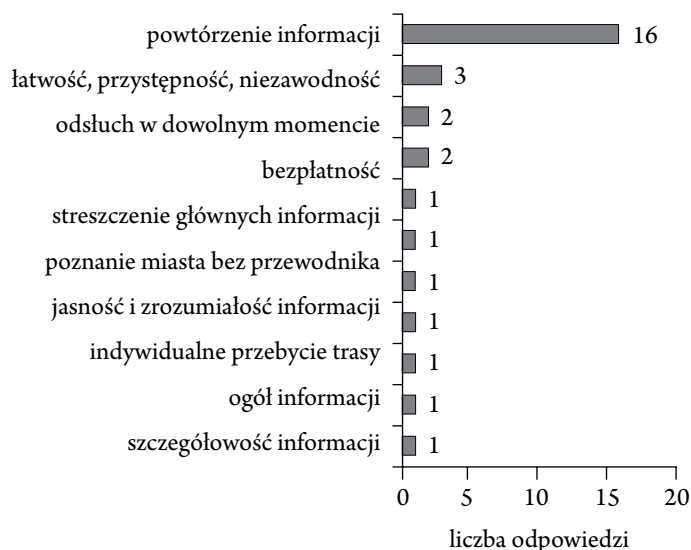


Źródło: opracowanie własne.

Materiały promocyjne zostały przeważnie ocenione dobrze (18) i bardzo dobrze (10). Wynika to z interesująco i przejrzysto przygotowanych folderów, przewodników oraz map wykonanych w kieszonkowej, bardzo poręcznej formie. Jeszcze lepiej oceniono ich różnorodność, co zdaniem wszystkich respondentów jest wystarczające dla turystów.

Dwa kolejne pytania dotyczyły atutów AudioGuide Systemu, z którego respondenci korzystali podczas spacerów, oraz oceny jego zakresu informacyjnego.

Wykres 2. Zestawienie wskazywanych atutów AudioGuide Systemu miejskich tras turystycznych „CityWalk” w Kłodzku



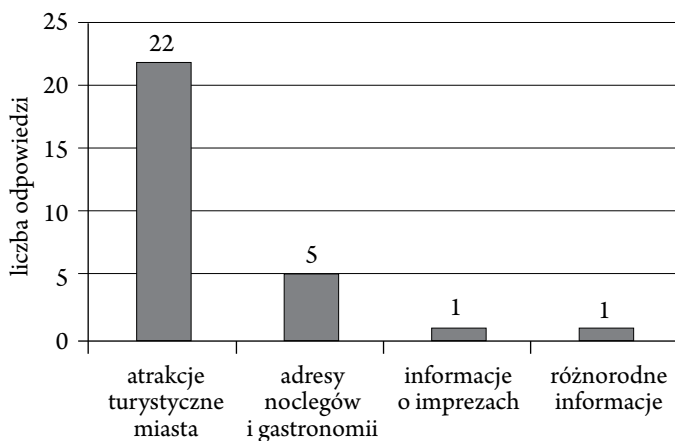
Źródło: opracowanie własne.

Jak wynika z wykresu 2, ponad połowa respondentów za największy atut AudioGuide Systemu wskazała możliwość wielokrotnego odsłuchu informacji dotyczących określonego obiektu. Dzięki temu turyści mogą lepiej przyswoić sobie informacje o interesujących ich zabytkach. Kolejne odpowiedzi były bardziej zróżnicowane: trzykrotnie wskazywano łatwość, przystępność i niezawodność systemu, a dwukrotnie – możliwość odsłuchu w dowolnym momencie trasy oraz bezpłatność. Inne atuty wiązały się z dobrym pod względem szczegółowości, jasności zakresem tematycznym informacji zawartych w urządzeniach oraz możliwością przebycia trasy bez przewodnika. Jest to wynikiem indywidualizacji potrzeb i motywów, a także sposobów zwiedzania przez turystów grupowych i indywidualnych. W przypadku doboru informacji należy podkreślić niemal jednorodność respondentów, gdyż w 29 arkuszach wskazano, że jest on wystarczający.

Następne dwa pytania dotyczyły oceny lokalizacji i zakresu informacyjnego infokiosków wzdłuż miejskich tras turystycznych. Ich lokalizacja została oceniona pozytywnie (29 na 30 odpowiedzi), co wskazuje na logicznie zorganizowany i odpowiedni dla turystów sposób ich rozlokowania. Rozkład odpowiedzi dotyczących najbardziej przydatnych informacji w infokioskach przedstawia wykres 3.

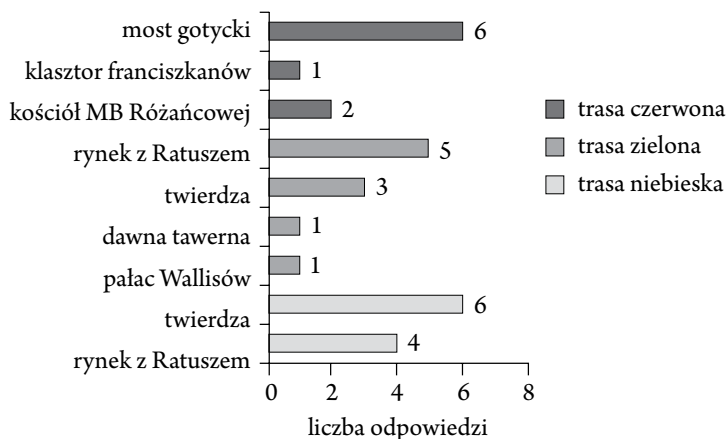
Jak wynika z odpowiedzi, turyści mogą traktować infokioski jako źródło informacji o mieście, wyręczając z niektórych obowiązków punkt informacji turystycznej. Najczęściej jednak wskazywano informacje o atrakcjach turystycznych

Wykres 3. Najbardziej przydatne turystom informacje dostępne w infokioskach miejskich tras turystycznych „CityWalk” w Kłodzku



Źródło: opracowanie własne.

Wykres 4. Zestawienie najciekawszych zdaniem respondentów obiektów na poszczególnych trasach „CityWalk” w Kłodzku



Źródło: opracowanie własne.

miasta, dzięki którym można było uzupełnić i rozszerzyć wysłuchane nagrania w Audioguide Systemie. Ponadto dla kilku respondentów ważne były informacje praktyczne, obejmujące adresy miejsc noclegowych i obiektów gastronomicznych, co również ułatwia planowanie pobytu w Kłodzku. Pozostałe osoby za ważne uznały informacje o imprezach oraz różnorodność informacji.

Inną istotną kwestią zawartą w arkuszu ewaluacyjnym, w kontekście atrakcyjności turystycznej, było wskazanie przez respondentów najciekawszego obiektu, jaki znalazł się na trasie. Rozkład odpowiedzi prezentuje wykres 4.

Do najciekawszych obiektów na poszczególnych trasach należą:

- most gotycki na trasie czerwonej,
- Twierdza Kłodzka i rynek z Ratuszem na trasie zielonej i niebieskiej.

Z opisów krajoznawczych w przewodnikach można wnioskować, że obiekty te należą do najważniejszych zabytków miasta.

Ostatnie pytanie związane było z chęcią powrotu do Kłodzka. W tym przypadku odpowiedzi były jednomyślne, gdyż wszyscy zadeklarowali chęć ponownego przyjazdu do miasta po przejściu przynajmniej jednej trasy „CityWalk”. Dzięki projektowi Kłodzko odniosło więc sukces, zyskując zadowolonych i lojalnych turystów, którzy z pewnością podzielą się z innymi swoimi pozytywnymi wrażeniami, a w przyszłości do niego powrócą.

5. Podsumowanie

Interesujące wyniki związane z dotychczas nierealizowaną ewaluacją miejskich tras turystycznych „CityWalk” oraz różnorodność odpowiedzi uzasadniają wykonanie takich badań. Podsumowując badania, mające charakter badań pilotażowych, należy stwierdzić, że warto podjąć próbę ich kontynuacji na większej liczbie turystów oraz w pozostałych miastach partnerskich projektu. Syntetyzując uzyskane wyniki, można wysnuć kilka wniosków:

1. Miejskie trasy turystyczne „CityWalk” w Kłodzku mają prawidłowy przebieg, oznaczenie i dobór atrakcji turystycznych w postaci różnorodnych obiektów zabytkowych. Wyniki te potwierdzają prawidłowe założenia koncepcyjne planowania tras na obszarze miasta, choć ich mankamentem jest brak nadrzędnej idei, co prowadzi do powtarzania się ich zakresu tematycznego. Jednocześnie każda trasa ma charakter multitematyczny, umożliwiając poznanie większości zabytków.

2. Materiały informacyjne powstałe w ramach projektu zostały dobrze i bardzo dobrze ocenione, nie tylko w aspekcie kompozycyjnym, ale także treści, która jest wystarczająca dla turystów. Są one również dobrym materiałem promocyjnym, umożliwiającym wyróżnienie produktu turystycznego skupiającego sześć miast pogranicza polsko-czeskiego spośród innych ofert turystycznych, a wykorzystane w ramach projektu nowe technologie ułatwiają zwiedzanie i dokładne poznanie poszczególnych atrakcji. Do największych zalet darmowego AudioGuide Systemu, z którego każdy może skorzystać, należy możliwość wielokrotnego powtórzenia informacji, łatwość obsługi, przystępność sprzętu i jego

Załącznik 1. Formularz ewaluacyjny miejskich tras turystycznych „CityWalk” w Kłodzku

Którą trasę „CityWalk” przebyłeś/-łaś podczas zwiedzania Kłodzka?

Jak oceniasz przebieg trasy „CityWalk” w obrębie miasta? (5 – najlepiej; 1 – najgorzej)

1 2 3 4 5

Czy należy zmodyfikować niektóre jej fragmenty?

Jak oceniasz dobór atrakcji na przebytej trasie „CityWalk”?

Dobry Zły Nie mam zdania

Jeśli zły, to jakich elementów jest zbyt dużo, a czego brakuje?

Czy przebyta trasa „CityWalk” ma jedną nadrzędną ideę, dzięki której można nadać jej odrębną nazwę? Jaką?

Jak oceniasz oznakowanie trasy „CityWalk”? Czy jest ono widoczne i przydatne podczas zwiedzania?

Dobrze Źle Nie mam zdania

Jak oceniasz materiały promocyjne „CityWalk” otrzymane podczas zwiedzania? (5 – najlepiej; 1 – najgorzej)

1 2 3 4 5

Czy liczba i różnorodność informacji w materiałach „CityWalk” jest wystarczająca dla turysty?

Tak Nie

Jeśli nie, to czego brakuje?

Co jest największym atutem AudioGuide Systemu?

Czy informacje zawarte w AudioGuide Systemie były wystarczające, by poznać atrakcje na trasie?

Tak Nie

Jeśli nie, to jakich informacji brakuje?

Jak oceniasz lokalizację infokiosków w obrębie trasy zwiedzania w Kłodzku?

Dobrze Źle

Które informacje infokiosków są najbardziej przydatne dla turystów zwiedzających miasto?

Który z obiektów na trasie był najciekawszy?

Czy przejście trasy turystycznej zachęciło Cię do powrotu do Kłodzka?

niezawodność. Atutami infokiosków są zaś ich lokalizacja wzdłuż tras oraz informacje o atrakcjach turystycznych, a także bazy noclegowej i gastronomicznej. W ramach tras turystycznych prawidłowo zostały wyeksponowane najważniejsze obiekty zabytkowe Kłodzka, które były najczęściej wskazywane jako najciekawsze atrakcje.

3. Miejskie trasy turystyczne „CityWalk” w Kłodzku dobrze rozwijają się jako produkt turystyczny o charakterze szlaku, a dzięki współpracy z innymi partnerami stanowią wyróżniającą się ofertę turystyczną pośród innych miast pogranicza polsko-czeskiego.

Wnioski te w bardzo pozytywnym świetle ukazują z powodzeniem realizowany projekt, opierający się na dobrej współpracy między polskimi i czeskimi miastami. Istnieje także możliwość przystosowania tras dla osób niepełnosprawnych – nie tylko niewidomych, ale także niesłyszących oraz z ograniczeniami ruchowymi. Ponadto wszystkie cztery trasy mogą stanowić inspirację do stworzenia komercyjnej oferty zwiedzania z fabułą, która może spotkać się z dużym zainteresowaniem różnych grup turystów.

W ramach dalszych prac należy rozszerzyć badania zarówno pod względem jakościowym, jak i ilościowym. Ważne jest uwzględnienie większej liczby analiz potencjału określonych form turystyki, grup zainteresowań oraz możliwości interpretacji dziedzictwa. Ponadto badaniami powinno zostać objętych znacznie więcej respondentów, aby móc zweryfikować wyżej sformułowane wnioski. Podobne badania powinny też zostać przeprowadzone u pozostałych parterów projektu, by móc porównać funkcjonowanie oraz wady i zalety miejskich tras turystycznych „CityWalk”.

Literatura

- Brygier W., Dudziak T. (2010), *Ziemia Kłodzka. Przewodnik*, Pruszków: Oficyna Wydawnicza „Rewasz”.
- Buczowska K. (2008), *Turystyka kulturowa. Przewodnik metodyczny*, Poznań: Wyd. AWF w Poznaniu.
- Czerwiński J. (2009), *Dolny Śląsk. Przewodnik*, Wrocław: Wyd. Kartograficzne EKO-GRAF.
- Czerwiński J. (2011), *Podstawy turystyki*, Poznań: Wyd. WSB w Poznaniu.
- Faracik, R., Kurek W., Mika M., Pitrus E., Ptaszycka-Jackowska D. (2011), Rodzaje i formy turystyki, w: *Turystyka*, red. W. Kurek, Warszawa: Wyd. Naukowe PWN.
- Gawęł Ł. (2011), *Szlaki dziedzictwa kulturowego, Teoria i praktyka zarządzania*, Kraków: Wyd. Uniwersytetu Jagiellońskiego.
- Historia Kłodzka: www.hrabstwo.pl/index.php?p=kat&k=2 [18.04.2013].
- Kaczmarek J., Stasiak A., Włodarczyk B. (2010), *Produkt turystyczny*, Warszawa: Wyd. Naukowe PWN.

- Miejskie trasy turystyczne „CityWalk” Kłodzko, www.klodzko.pl/klodzko/klodzko_15/index.php?option=com_content&view=article&id=84:miejskie-trasy-turystyczne&catid=60:powt&Itemid=110 [18.04.2013].
- Miejskie trasy turystyczne „CityWalk”, www.citywalk.info/index.php?option=com_content&task=view&id=74&Itemid=38 [18.04.2013].
- Miejskie trasy turystyczne zintegrowanym produktem turystycznym miast czesko-polskiego pogranicza*, www.umwd.dolnyslask.pl/fileadmin/user_upload/EWT/Czechy/DOKUMENTY/DOKUMENTY_PROGRAMOWE/karta_2_2_4.pdf [17.09.2013].
- Przewodnik Miejskie trasy turystyczne Citywalk* (2012), Jelenia Góra: Wydawnictwo Turystyczne PLAN.
- Rohrscheidt A.M. von (2008), *Turystyka kulturowa: fenomen – potencjał – perspektywy*, Gniezno: Wyd. Gnieźnieńskiej Wyższej Szkoły Humanistycznej Millenium w Gnieźnie.
- Rohrscheidt A.M. von (2009), Nowoczesne trasy miejskie jako forma prezentacji historii i kultury oraz oferta turystyczna, w: *Kultura i turystyka. Wspólnie zyskać*, red. A. Stasiak, Łódź: Wyd. Wyższej Szkoły Turystyki i Hotelarstwa w Łodzi.
- Stasiak A. (2006), Produkt turystyczny – szlak, *Turystyka i Hotelarstwo*, nr 10: 9-40.

Urban “CityWalk” tourist trails in Kłodzko – an evaluation of a tourist product

Abstract. Kłodzko is a city with over 1000 year of history. During these ten centuries, the city developed under different governments. The numerous relics of architecture define the climate of the city - former inhabitants’ historical property, as well as, cultural heritage. Thanks to a large potential for tourist, 4 urban tourist routes called “CityWalk” have been created, which are a part of an international project including 6 cities in the Polish-Czech borderland. The aim of this paper is to present a tourist product – the urban “CityWalk” tourist routes – and evaluate its management. The participants of this study are students of Tourism and Recreation Studies at the Wielkopolska University of Tourism and Management in Poznań, during their outdoor experience in 2013.

Keywords: cultural tourism, urban tourist routes, tourist product, evaluation, Kłodzko

MATEUSZ ROGOWSKI*, STANISŁAW BRONOWICKI**,
MARTA MACHNICKA***

Atrakcyjność turystyczna geostanowisk Geoparku Karkonosze

Streszczenie. Karkonosze jako najpopularniejsze pasmo Sudetów to miejsce przyjazdu dużej liczby turystów o najróżniejszych motywach. Jednym z nich jest chęć poznania i podziwiania przyrody nieożywionej oraz pozostałości dawnej działalności górniczej, zwanych geostanowiskami. Zostały one zinwentaryzowane i zwaloryzowane przez P. Migonia i A. Sobczyka w celu wykonania mapy geologicznej obszaru, służąc głównie celom naukowym. Odpowiadając na potrzeby związane z rozwojem geoturystyki, podjęto próbę stworzenia metody oceny atrakcyjności turystycznej geostanowisk w obrębie Geoparku Karkonosze, podkreślając ich przewagę nad pozostałymi wartościami tego obszaru. W ocenie zastosowano kryteria wykorzystane w metodach P. Dmytrowskiego i A. Kicińskiej, P. Migonia i A. Sobczyka oraz M. Rogowskiego i J. Biłous, przy uwzględnieniu istotnych czynników społeczno-ekonomicznych, kulturowych i organizacyjno-technicznych. Analizą i oceną objęto 52 geostanowiska, które zostały podzielone na cztery grupy: bardzo atrakcyjne, atrakcyjne, przeciętnie atrakcyjne i mało atrakcyjne. Dodatkowo przeprowadzono klasyfikację typologiczną geostanowisk. Wyniki opracowania będą mogły służyć lepszemu planowaniu geoturystyki oraz zagospodarowaniu geostanowisk dla potrzeb turystyki.

Słowa kluczowe: geoturystyka, geostanowiska, atrakcyjność turystyczna, Karkonoski Park Narodowy, Karkonosze

* Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu, Katedra Turystyki i Rekreacji, e-mail: mateusz.rogowski@amu.edu.pl, tel. 502 081 654.

** Wyższa Szkoła Bankowa w Poznaniu, Katedra Dydaktyki Turystyki i Rekreacji, e-mail: stanislaw.bronowicki@op.pl, tel. 728 368 005.

*** studentka studiów magisterskich na kierunku turystyka i rekreacja w Wyższej Szkole Bankowej w Poznaniu, e-mail: machnicka.marta@gmail.com.

1. Wstęp

Karkonosze od wieków znane były z pozyskiwania surowców mineralnych. Ich bogactwo przyciągało tu ludzi z innych regionów już w okresie średniowiecza. Rozwój górnictwa, hutnictwa, pasterstwa i ziołolecznictwa wraz z działalnością uzdrowiskową pośrednio przyczyniły się do pojawienia się turystyki. Dzięki walorom tego obszaru, takim jak piękno krajobrazów oraz możliwości uprawiania różnych form aktywności, miała ona szanse na prężny rozwój.

W Karkonoszach istnieje wiele cennych minerałów oraz interesujących form rzeźby terenu kształtowanych przez różne procesy. W literaturze przedmiotu zostały one nazwane geostanowiskami i są przedmiotem zainteresowania geoturystyki, której popularność z roku na rok wzrasta. Czy jednak geoturystyka ma szansę stać się produktem atrakcyjnym? Jeśli tak, to w jakim stopniu i co może wpłynąć na jej atrakcyjność? Które z obiektów są najbardziej atrakcyjne, a które nie wzbudzą zainteresowania ani odczuć estetycznych? Odpowiedzi na te pytania mogą przyczynić się do lepszego poznania zagadnień geoturystycznych Karkonoszy.

Rozwój zrównoważonych form turystyki może pozytywnie wpłynąć na przyrodniczo cenne obszary poprzez „minimalizowanie ingerencji w środowisko przyrodnicze, zapewnienie odpowiedniego kontaktu z przyrodą i społecznością lokalną, a także przeciwstawienie się turystyce masowej i komercjalizacji” (Weaver 2001: 73-83), co jest widoczne w Karkonoszach. Geoturystyka poprzez swój zrównoważony i edukacyjny charakter może uświadomić turystom wyjątkowość tych gór. Potrzebne są jednak działania, które skłonią ich do bardziej świadomego sposobu zwiedzania. W związku z tym celem artykułu uczyniono ocenę atrakcyjności turystycznej 52 geostanowisk położonych na terenie Geoparku Karkonosze, z podziałem na cztery klasy atrakcyjności.

2. Geoturystyka jako forma turystyki zrównoważonej

Geoturystyka (ang. *geotourism*) została zdefiniowana po raz pierwszy w 1995 r. przez Thomasa A. Hose'a jako „forma turystyki, polegająca na dostarczeniu turystom informacji i zapewnieniu takich udogodnień, aby podczas zwiedzania atrakcyjnych miejsc, oprócz doznań estetycznych, mogli przyswoić wiedzę potrzebną do zrozumienia geologii i geomorfologii odwiedzanego miejsca” (Osadczyk, Osadczyk 2008: 131-142). Przedrostek „geo” „odnosi się do geologii, geomorfologii i naturalnych cech krajobrazu, w tym do form rzeźby terenu, skamieniało-

ści, skał i minerałów, z naciskiem na wyjaśnienie i zrozumienie procesów, które kształtowały i kształtują te elementy środowiska” (Migoń 2012: 13). Wszystkie te elementy wiążą się istotnie z georóżnorodnością obejmującą według Murraya Graya „naturalne zróżnicowanie cech budowy geologicznej (skał, minerałów, skamieniałości), rzeźby terenu (form i procesów) i pokrywy glebowej. Obejmuje ona relacje między tymi cechami, ich właściwości, systemowe związki i wpływ na inne elementy środowiska przyrodniczego i kulturowego” (za: Migoń 2012: 16).

Geoturystyka stanowi formę turystyki przyrodniczej i poznawczej (Mika 2007: 200) o zrównoważonym charakterze poprzez dążenie do ochrony przyrody nieożywionej (Kowalczyk, Kulczyk, Duda-Gromada 2010: 96), którą zainteresowano się stosunkowo niedawno. Działania podjęte przez Międzynarodową Unię Nauk Geologicznych (IUGS) były związane z ustanowieniem sieci geostanowisk oraz możliwości tworzenia na ich podstawie geoparków (Aleksandrowicz 2006: 36). Geostanowiska (ang. *geosite*) to „miejsca, w których wymienione formy i procesy można podziwiać i uzyskać o nich wiedzę” (Migoń 2012: 13). Geoparki zaś to obszary chronione, o dokładnie wyznaczonych granicach, zawierające obiekty unikatowe, piękne i reprezentatywne dla danego regionu i jego historii geologicznej, a których utworzenie podkreśla jego rangę i sprzyja tworzeniu nowych miejsc pracy, ale także może być bodźcem dla regionalnego zrównoważonego rozwoju gospodarczego” (Miotk-Szpiganowicz, Graniczny, Piątkowska, Relisko-Rybak 2010). Nazwa „geopark” nie jest zastrzeżona i pojawia się różnych kontekstach, mogąc istnieć „jako kategoria prawnej ochrony terenów o szczególnym znaczeniu dla zachowania dziedzictwa Ziemi lub [być] nominalnym wyróżnieniem, niemającym umocowania prawnego. Na tej zasadzie działają geoparki krajowe w Polsce” (Migoń 2012: 107). Na świecie istnieje sieć geoparków (Global Geopark Network – GGN), której częścią jest Europejska Sieć Geoparków (European Geopark Network – EGN) obejmująca geoparki europejskie i wykonująca zadania sieci światowej na terenie Europy (Zouros 2008).

3. Założenia oceny atrakcyjności turystycznej geostanowisk

Problematyka atrakcyjności turystycznej często pojawia się w literaturze przedmiotu. Wielu autorów, zajmując się tym zagadnieniem, podaje własne sposoby oceny. W przypadku opracowań turystyczno-krajobrazowych metody te najczęściej uwzględniają trzy składowe: rangę walorów turystycznych, stopień dostępności komunikacyjnej oraz zdolność usługową urzędzeń turystycznych. Stanowią one łącznie warunki rozwoju ruchu turystycznego na danym terenie (Lijewski, Mikułowski, Wyrzykowski 2002: 16).

W przypadku poszczególnych form turystyki analizowana jest przydatność terenu uwzględniająca wiele szczegółowych elementów. Ocena przydatności terenu dla geoturystyki musi być „wieloaspektowa, a wartość naukowa obiektów ilustrujących dziedzictwa Ziemi nie może być jedynym kryterium przesądającym o wyborze miejsc do udostępnienia.

W ogólnym ujęciu w takich ocenach brane są pod uwagę następujące elementy:

- wartość naukowa, czyli zapis wydarzeń z dziejów Ziemi i jego ranga, analizowana w różnych skalach przestrzennych (lokalna, regionalna, globalna),
- wartość edukacyjna, określająca przydatność danego obiektu do wyjaśnienia zjawisk i procesów zachodzących w świecie przyrody nieożywionej,
- wartość dodatkowa, a więc obecność innych cech wyróżniających dany obiekt na tle otoczenia, w tym związanych z materialnym dziedzictwem kulturowym, wydarzeniami historycznymi, osobliwościami flory i fauny, bądź ogólna wizualna atrakcyjność miejsca;
- dostępność, w tym istniejąca bądź możliwa do stworzenia infrastruktura,
- stan obiektu i zagrożenia, zarówno dla niego samego, jak i dla odwiedzających, co w skrajnych przypadkach może zadecydować o wyłączeniu z ruchu turystycznego obiektu o wybitnych cechach naukowych i edukacyjnych” (Migoń 2012: 123).

W celu oceny atrakcyjności geoturystycznej geostanowisk i geoparków przygotowywane są różne opracowania, których zestawienie przedstawia Emmanuel Reynard (2009: 63-72). Większość z nich uwzględnia głównie specjalistyczną waloryzację geologiczno-geomorfologiczną, w drugorzędny sposób traktując pozostałe składowe. Analizując te opracowania, Andrzej Kowalczyk podkreśla, „że są one dość jednostronne [...] i nie mają odzwierciedlenia w praktyce. Jest to na ogół związane z nieuwzględnieniem [...] czynników społeczno-ekonomicznych, kulturowych i organizacyjno-technicznych” (Kowalczyk, Kulczyk, Duda-Gromada 2010: 101). Może to być spowodowane wąską specjalizacją autorów opracowań, uwzględniających poszczególne elementy wiedzy specjalistycznej, lecz pomijających elementy ważne dla turystów (np. dostępność czy przystosowanie). Z tego względu warto stworzyć osobną metodykę związaną z oceną atrakcyjności geoturystycznej, obejmującą składowe odnoszące się do walorów turystycznych, dostępności komunikacyjnej i zagospodarowania turystycznego.

Spośród licznych opracowań waloryzujących geostanowiska warto przytoczyć kilka, które poprzez uwzględnienie szerokiej gamy elementów składowych, a także prostotę i czytelność wyników mogą stanowić wzór dla niniejszego opracowania. E. Reynard z zespołem zaproponował ocenę na podstawie bonitacji wartości naukowej, na którą składają się: stan zachowania, reprezentatywność, wyjątkowość i znaczenie dla poznania dziejów Ziemi, oraz wartości dodatkowej (Reynard, Fontana, Kozlik, Scapozza 2007: 148-158).

Z polskich opracowań warto przywołać waloryzację obiektów w rejonie Krzemionek Podgórskich na terenie Krakowa przy uwzględnieniu pięciu wartości i dwudziestu kryteriów bonitowanych w skali od 1 do 3. Walory geoturystyczne oceniano na podstawie wartości merytorycznej, lokalizacyjnej, kulturowej, zakresu informacji i ich dostępności oraz zagospodarowania geoturystycznego. Wartość merytoryczna obejmowała podstawowe zagadnienia, takie jak zakres tematyczny, stan, wielkość czy walory estetyczne. Wartość lokalizacyjna uwzględniała położenie obiektu względem szlaków turystycznych, komunikacyjnych i ośrodków turystycznych oraz trudności w zwiedzaniu. Wartość kulturowa analizowała związek obiektu z dziedzictwem kulturowym regionu i gospodarczym wykorzystaniem. Zakres informacji i ich dostępność związane były z ich obecnością w literaturze popularnonaukowej i specjalistycznej oraz w Internecie, natomiast zagospodarowanie geoturystyczne uwzględniało kwestie zarządzania obiektem i jego zagospodarowania (Dmytrowski, Kicińska 2011: 11-20).

W przypadku obszaru Sudetów warto podać waloryzację geostanowisk Wałbrzyskiego Obszaru Geoturystycznego, która uwzględniała bonitację w skali od 1 do 3 jedynie czterech specjalistycznych kryteriów, jakimi były: dostępność terenowa, stopień zachowania, wartość naukowa i edukacyjna. Opracowanie to ma charakter naukowy – geologiczno-geomorfologiczny (Ihnatowicz, Koźma, Wajsprych 2011).

Karkonoskie geostanowiska zostały już poddane podobnej waloryzacji, która miała charakter naukowy, gdyż posłużyła do stworzenia mapy geologicznej obszaru. Kryteriami oceny były: wartość naukowa, edukacyjna, stopień zachowania oraz dostępność (Knapik i in. 2014). Opracowanie to pomimo swojej ogromnej wartości pomija jednak kulturowy charakter stanowiska, jego walory estetyczne i istniejący stan zagospodarowania turystycznego. A odnosząc się do wyżej przytoczonego pojęcia geoturystyki, ocena powinna uwzględniać te składowe, które miały znaczenie dla historii regionu. Inne opracowanie objęło niektóre geostanowiska będące punktami widokowymi, w którym oceniano walory widokowe i zagospodarowanie (Rogowski, Biłous 2013).

Na podstawie powyższych metod ustalono, że geostanowiska ocenione zostaną metodą bonitacji punktowej. Mając na uwadze wymienione składowe atrakcyjności turystycznej, kryteria wykorzystane do geoturystycznej oceny geostanowisk odniesiono do walorów turystycznych, dostępności komunikacyjnej i zagospodarowania turystycznego, co pokazuje tabela 1.

Walory turystyczne obejmują cztery oceniane elementy, jakimi są: walory estetyczne, poznawcze i kulturowe oraz stan obiektu. W przypadku walorów estetycznych analizowana jest kompozycja krajobrazowa otoczenia danego geostanowiska, przy uwzględnieniu jego roli w charakterze dominanty, oraz stopień jego zarośnięcia i zaśmiecenia. To w wielu przypadkach postępujący proces zarastania obniża rangę poznawczą obiektu, czyniąc go coraz mniej widocznym. Warto-

Tabela 1. Kryteria geoturystycznej waloryzacji geostanowisk geoparku Karkonosze

Kryteria		Cechy	Waga punktowa
Walory turystyczne	walory estetyczne	– obiekt doskonale widoczny, stanowiący wyraźną dominantę w otaczającym krajobrazie, zwykle niezarośnięty	3
		– obiekt częściowo widoczny, wyróżniający się na tle otaczającego krajobrazu, częściowo zarośnięty	2
		– obiekt niewyróżniający się w krajobrazie, zarośnięty, bywa zaśmiecony	1
	walory poznawcze	– obiekt unikatowy w skali regionu, reprezentujący co najmniej trzy zagadnienia	3
		– obiekt unikatowy w skali lokalnej, reprezentujący co najwyżej dwa zagadnienia	2
		– obiekt o niskim stopniu unikatowości, reprezentujący wyłącznie jedno zagadnienie	1
	wartość kulturowa	– obiekt przedstawia wartości historyczne istotnie związane z regionem i działalnością człowieka	3
		– obiekt częściowo związany z historią regionu lub działalnością człowieka	2
		– brak związku z historią	1
	stan obiektu	– obiekt dobrze zachowany, bez widocznych oznak degradacji oraz z dobrze widocznymi szczegółami jego budowy	3
– obiekt z nieznacznymi bądź częściowo naruszoną strukturą		2	
– obiekt zniszczony lub silnie zmieniony przez człowieka dający nieczytelny obraz stanowiska		1	
Dostępność komunikacyjna	dostępność obiektu	– obiekt zlokalizowany bezpośrednio przy szlaku turystycznym, drodze lub ścieżce; w przypadku trasy geoturystycznej dodatkowy punkt	3
		– obiekt zlokalizowany poza szlakiem turystycznym, ale dobrze z niego widoczny	2
		– obiekt niedostępny turystycznie i niewidoczny ze szlaku	1
	stopień trudności w zwiedzaniu	– niski, dotarcie do obiektu oraz jego zwiedzanie jest łatwe, nie wymaga specjalistycznego sprzętu ani przygotowania, możliwość zwiedzania przez osoby z ograniczeniem ruchowym/mniej sprawnych ruchowo	3
		– średni, możliwe występowanie utrudnień w zwiedzaniu, strome podejścia lub zły stan podczas niekorzystnych warunków pogodowych	2
	– wysoki, dotarcie do obiektu może sprawiać trudność, wymagany jest sprzęt specjalistyczny, niedostępność podczas złych warunków pogodowych	1	

cd. tabeli 1

Kryteria		Cechy	Waga punktowa
Zagospodarowanie turystyczne	tablice geoturystyczne/informacyjne przy obiekcie	– umieszczone tablice informacyjne z geoturystycznym opisem obiektu	3
		– istnieją tablice ogólnie opisujące obiekt	2
		– brak tablic informacyjnych	1
	zagospodarowanie towarzyszące	– w pobliżu obiektu znajduje się schronisko lub zagospodarowane miejsce odpoczynku (ławka, stół, luneta obserwacyjna)	3
		– istnieje częściowe zagospodarowanie towarzyszące	2
		– brak zagospodarowania towarzyszącego	1
ograniczenia w zwiedzaniu	– wejście nie wymaga opłaty	3	
	– wejście wymaga opłaty	2	
	– brak możliwości zwiedzania	1	

Źródło: opracowanie własne.

ści poznawcze wiążą się zarówno z unikatowością zagadnień reprezentowanych przez dany obiekt, jak i z możliwością zaprezentowania zróżnicowanej tematycznej wiedzy. Kryterium to łączy wartość naukową i edukacyjną ocenianą w *Inwentaryzacji* (Knapik i in. 2010), która dla potrzeb niniejszego opracowania może być traktowana łącznie. Wartość kulturowa obiektu określa jego wkład w historię regionu oraz działalność lokalnej społeczności, przy uwzględnieniu istotnej w rozwoju działalności ludzkiej roli analizowanego obszaru, w szczególności turystyki. Stan obiektu określa stopień jego zachowania, umożliwiając interpretację zjawisk przedstawianych na danym stanowisku.

W przypadku dostępności komunikacyjnej oceniane są dwa elementy: dostępność obiektu i stopień trudności w zwiedzaniu. Pierwsze kryterium uwzględnia lokalizację obiektu w stosunku do szlaków turystycznych, w tym do ścieżek geoturystycznych¹ i proponowanych tras geoturystycznych przedstawionych w *Atlasie Georóżnorodność* (2011) (co uwzględniono przez dodatkowy punkt). Drugie kryterium uwzględnia stopień trudności w zwiedzaniu obiektu oraz konieczność użycia specjalistycznego sprzętu.

W ocenie zagospodarowania turystycznego uwzględniane są: istnienie tablic edukacyjnych i elementów zagospodarowania oraz ograniczenia w zwiedzaniu. Pierwsze kryterium obejmuje obecność i charakter informacji widniejącej na tablicy edukacyjnej przy geostanowisku, a drugie odnosi się do takich elementów zagospodarowania, jak: ławki, stoły, punkty informacyjne, gastronomiczne czy schronisko. Ostatnie kryterium wiąże się z ograniczeniami związanymi z koniecznością uiszczenia opłaty za zwiedzanie obiektu.

¹ www.kpnmab.pl/pl/sciezki-dydaktyczne,117 [15.12.2013].

4. Geopark Karkonosze

Zlokalizowane w południowo-zachodniej Polsce Karkonosze wznoszą się do 1602 m n.p.m. w kulminacji Śnieżki, stanowiąc najwyższe pasmo górskie Sudeków, a tym samym Śląska i Czech. Georóżnorodność tego obszaru, duża atrakcyjność turystyczna oraz szeroka promocja geoturystyki i edukacji z zakresu przyrody nieożywionej były bodźcem do nadania w 2010 r. Certyfikatu Geoparku Krajowego obszarowi obejmującemu Karkonoski Park Narodowy i jego otulinę (Knapik, Migoń, Szuszkiewicz, Aleksandrowski 2011). Obszar ten posiada „niezwykle ciekawą historię geologiczną i unikatową rzeźbę terenu, spełniając merytoryczne warunki otrzymania statusu geoparku krajowego. Do najistotniejszych walorów przyrody nieożywionej tego obszaru należą: różnorodność skał i ich wzajemnych zależności, wyjątkowe różnicowanie genetyczne i wiekowe form rzeźby, w pełni reprezentatywne dla gór średnich, a także długa i bogata historia wykorzystania zasobów Ziemi przez ludzi. Współwystępują one z cennymi elementami świata żywego, niejednokrotnie bezpośrednio je warunkując” (Knapik, Migoń 2010).

Powstanie geoparku był poprzedzone projektem realizowanym w latach 2008-2009 pt. „Inwentaryzacja i waloryzacja geostanowisk Karkonoskiego Parku Narodowego i jego otuliny oraz wykonanie mapy geologicznej tego obszaru”. Potencjalne geostanowiska wytypowano na bazie studiów literaturowych i badań terenowych. „Szczegółowa inwentaryzacja każdego geostanowiska obejmowała:

- wykonanie opisu geologicznego, geomorfologicznego i mineralogicznego,
- ocenę stanu,
- wskazanie optymalnego sposobu zagospodarowania,
- wstępną waloryzację wykonaną przez autora danego opisu,
- dokumentację fotograficzną” (Knapik, Migoń 2010).

Jedną z faz projektu była waloryzacja zinwentaryzowanych geostanowisk, której kryteria przedstawiono powyżej. W wyniku tego opracowania uzyskano listę geostanowisk ocenianych według naukowego podejścia geologiczno-geomorfologicznego. Uzupełnieniem może stać się niniejsza praca, w której podjęto próbę oceny ich atrakcyjności turystycznej.

5. Atrakcyjność turystyczna geostanowisk Geoparku Karkonosze

Geostanowiska, jako obiekty zainteresowania geoturystów, zostały wyznaczone na terenie Geoparku Karkonosze obejmującego obszar Karkonoskiego Parku

Narodowego wraz z jego otuliną. Są to obiekty i miejsca różnego rodzaju – od ciekawych dominujących nad otoczeniem wierzchołków, formacji skalnych i pojedynczych skał, przez wodospady i kotły polodowcowe, po pozostałości dawnej działalności górniczej, w których do dziś można znaleźć mnóstwo minerałów. Geostanowiska niekiedy zlokalizowane są przy szlakach turystycznych lub w większej odległości od nich, charakteryzują się na ogół brakiem lub niewielkimi trudnościami w zwiedzaniu, co dotyczy osób starszych lub mających problemy z poruszaniem się. Zwiedzanie niektórych z nich wymaga uiszczenia opłaty. Biorąc pod uwagę wyżej opisane czynniki, możliwe jest wyróżnienie takiego geostanowiska, które spełni najwięcej oczekiwań i okaże się najbardziej atrakcyjnym obiektem geoturystycznym w danym rejonie.

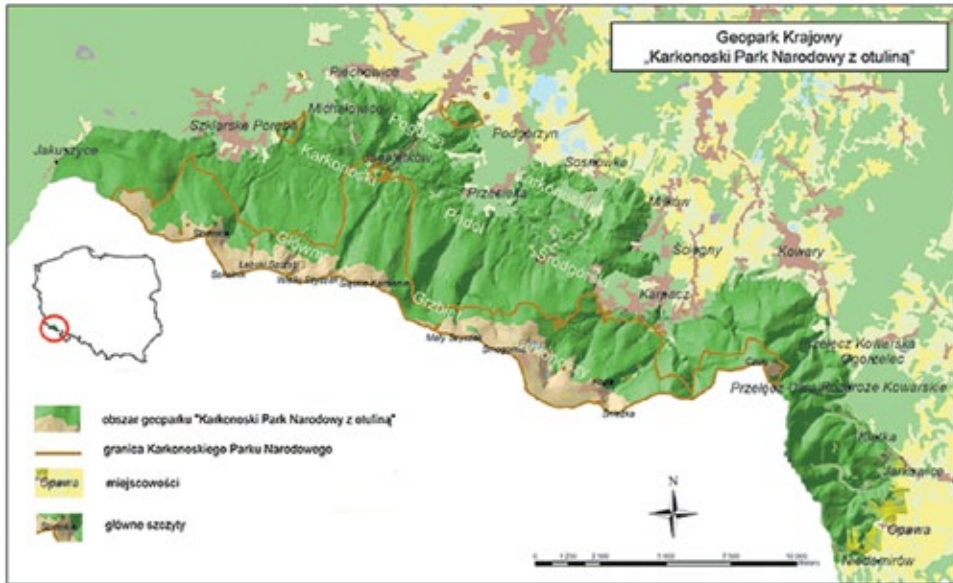
Ocenie poddano 52 geostanowiska opisane *Atlasie Georóżnorodność oraz geoturystyczne atrakcje Karkonoskiego Parku Narodowego i otuliny*, z tą różnicą, że geostanowisko Szrenica, Trzy Świnki i Twarożnik podzielono na dwa odrębne.

Pośród geostanowisk Karkonoszy jest 14 formacji skalnych, zlokalizowanych zarówno na głównym grzbiecie, jak i jego stokach. Stanowią one kontrastowe formy terenu o dużej atrakcyjności krajobrazowej, z których w większości rozpościera się piękny widok, i są zlokalizowane w okolicach szlaków turystycznych lub innych ścieżek. Obiekty te reprezentują zagadnienia związane ze sposobem ich wykształcenia, mineraologią i historią regionu.

Następnych 12 geostanowisk to szczyty i grzbiety górskie oraz zrównanie wierzchowinowe zlokalizowane w obrębie grzbietu głównego i Przedgórze Karkonoskiego. Ich głównym atutem jest atrakcyjność krajobrazowa oraz możliwość obserwacji widoków. 5 obiektów jest także urozmaiconych wieńczącą wierzchołek skałą, 2 mają charakter grzbietu bez wyraźnie wyróżniającej się kulminacji (Kowarski Grzbiet, Czarny Grzbiet), zaś Równia pod Śnieżką jest zrównaniem wierzchowinowym. Obiekty te reprezentują zagadnienia związane z ich wykształceniem, mineraologią i historią regionu. Miejsca te, będąc atrakcjami turystycznymi, w większości są udostępnione poprzez sieć szlaków turystycznych.

Kolejnych 11 geostanowisk ma pochodzenie antropogeniczne i jest związanych z dawną działalnością górniczą. Kamieniołomy, sztolnie, wyrobiska oraz wapiennik są zachowane w różnym stanie, niektóre utrzymane i opatrzone tablicą informacyjną, a pozostałe zapomniane i zarastające, tracąc swoją czytelność w krajobrazie oraz walory kulturowe. Część z nich zlokalizowana jest w sąsiedztwie szlaków turystycznych i innych ścieżek. Reprezentują one zagadnienia związane z historią regionu i pozyskiwaniem surowców mineralnych oraz ze sposobem wykształcenia poszczególnych skał i mineraologią.

7 geostanowisk to kotły polodowcowe i nisza źródłiskowa, będące kontrastowymi formami rzeźby w obrębie stoków głównego grzbietu. Reprezentują zagadnienia zlodowacenia Karkonoszy, stanowią cenne edukacyjnie i krajobrazowo obiekty. 4 kolejne to doliny reprezentujące zagadnienia hydrologiczne, bo-



Mapa 1. Lokalizacja i rodzaje geostanowisk w Geoparku Karkonosze

Źródło: www.pgi.gov.pl/pl/geoturystyka-606/geoparki/4141-geopark-krajowy-karkonoski-park-narodowy-z-otulina.html [15.12.2013].

taniczne i związane z historią regionu. Pozostałe 4 geostanowiska to udostępnione turystycznie wodospady oraz niedostępne turystycznie torfowisko.

Geostanowiska Geoparku Karkonosze mają zróżnicowaną atrakcyjność turystyczną. Zakres punktów przyznanych waloryzowanym obiektom wynosi od 13 do 27 (tab. 2). Na tej podstawie wydzielono cztery przedziały atrakcyjności geostanowisk: bardzo atrakcyjne (24-27 pkt), atrakcyjne (19-23 pkt), przeciętnie atrakcyjne (14-18 pkt) i mało atrakcyjne (poniżej 13 pkt).

W grupie najatrakcyjniejszych geostanowisk Geoparku Karkonosze znalazło się 17 obiektów, wśród których jest 6 form grzbietowych (szczyty, grzbiety i zrównanie wierzchowinowe), 3 kotły polodowcowe i jedna nisza źródłiskowa, 3 formacje skalne oraz 2 wodospady i 2 doliny. Obiekty te mają duże wartości estetyczne, poznawcze i kulturowe, zlokalizowane są przy ścieżkach lub na proponowanych trasach geoturystycznych oraz są dobrze zagospodarowane. W *Inwentaryzacji* wszystkie geostanowiska zostały ocenione najwyżej, będąc jednocześnie najbardziej przydatne dla geoedukacji poprzez reprezentowanie największej liczby zagadnień (Knapik i in. 2010).

Maksymalną liczbę punktów (27) uzyskały: najwyższy szczyt Karkonoszy – Śnieżka, Chojnik jako najpopularniejszy wierzchołek Przedgórze Karkonoskiego z ruinami zamku i licznymi formacjami skalnymi (objęty enklawą parku naro-

Tabela 2. Ocena atrakcyjności turystycznej geostanowisk Geoparku Karkonosze

Geostanowiska	Kryteria oceny									Ocena
	walory turystyczne				dostępność komunik.		zagospodarowanie turystyczne			
	walory estetyczne	walory poznawcze	wartość kulturowa	stan obiektu	dostępność obiektu	stopień trudności w zwiedzaniu	tablice geoturystyczne przy obiekcie	zagospodarowanie towarzyszące	ograniczenia w zwiedzaniu	
Wodospad i Wąwóz Kamieńczyka	3	3	3	3	4	3	3	3	2	27
Chojnik	3	3	3	3	4	3	3	3	2	27
Kocioł Małego Stawu	3	3	3	3	4	3	3	3	2	27
Śnieżka	3	3	3	3	4	3	3	3	2	27
Wodospad Szklarki	3	2	3	3	4	3	3	3	2	26
Cicha Dolina	2	3	3	3	4	3	3	2	3	26
Równia pod Śnieżką	3	2	3	3	4	3	3	3	2	26
Biały Jar	3	3	3	3	4	3	3	2	2	26
Sowia Dolina	3	3	3	3	4	3	3	1	3	26
Kocioł Łomniczki	3	3	3	3	4	3	3	2	2	26
Mały Śnieżny Kocioł	3	3	3	3	4	3	3	1	2	25
Słonecznik	3	2	3	3	4	3	3	2	2	25
Czarny Grzbiet	3	2	3	3	4	3	3	2	2	25
Pielgrzymy	3	3	2	3	4	3	3	2	2	25
Skalny Stół	3	3	2	3	4	3	3	2	2	25
Szrenica	3	1	3	2	4	3	3	3	2	24
Krucze Skały w Karpaczu	3	3	3	3	4	3	1	1	3	24
Trzy Świnki i Twarożnik	3	2	1	3	4	3	3	2	2	23
Wielki Śnieżny Kocioł	3	3	3	3	2	3	3	1	2	23
Sztolnie w dolinie Jedlicy	2	2	3	3	3	3	3	2	2	23
Kamieniołom granitu w Michałowicach	2	3	3	3	4	2	1	1	3	22
Wodospad Podgórnaj	3	3	2	3	3	2	1	2	3	22
Wapienniki w Lasockim Grzbiecie	2	1	3	3	3	3	3	1	3	22
Budniki	2	3	3	2	4	2	1	1	3	21
Kowarski Grzbiet	3	3	2	3	3	3	1	1	2	21
Kocioł Wielkiego Stawu	3	2	3	3	2	1	3	2	1	20
Ptasie Gniazda i Babiniec	3	3	1	3	2	3	1	1	3	20
Kopalnia „Skalna Brama”	3	3	2	2	3	2	1	1	3	20

cd. tabeli 2

Geostanowiska	Kryteria oceny									Ocena
	walory turystyczne				dostępność komunik.		zagospodarowanie turystyczne			
	walory estetyczne	walory poznawcze	wartość kulturowa	stan obiektu	dostępność obiektu	stopień trudności w zwiedzaniu	tablice geoturystyczne przy obiekcie	zagospodarowanie towarzyszące	ograniczenia w zwiedzaniu	
Czarny Kocioł Jagniątkowski	3	2	1	3	3	2	3	1	2	20
Śląskie i Czeskie Kamienie	3	1	1	2	3	3	3	2	2	20
Bażynowe Skały	2	3	2	3	2	2	1	2	3	20
Złote Jamy	2	2	3	2	3	3	1	1	2	19
Sztolnia przy Gonciarskiej Łące	2	1	3	2	4	2	1	1	3	19
Drewniak	1	2	2	2	4	3	1	1	3	19
Grabowiec	3	2	1	2	3	3	1	1	3	19
Zlepieńce w dolinie Srebrnika	2	2	1	3	3	3	1	1	3	19
Dolina Kamiennej w Jakuszycach	2	2	2	3	2	2	1	1	3	18
Płoszczań	2	3	1	3	2	2	1	1	3	18
Ostrosz	1	2	2	2	3	3	1	1	3	18
Góry Rudzianki	1	3	3	2	2	2	1	1	3	18
Dolina Zachełmca	2	2	1	2	3	3	1	1	3	18
Szwedzkie Skały, Słup i Zamczysko	3	1	2	3	2	2	1	1	3	18
Zwietrzeliiny granitowe w Krzaczyne	2	3	1	3	2	2	1	1	3	18
Białe Skały	3	1	1	3	3	2	1	1	3	18
Wielki Szyszak	3	2	3	3	1	2	1	1	1	17
Kotliska	1	2	2	2	2	2	1	2	3	17
Szachownica	2	2	1	2	3	2	1	1	3	17
Łabski Szczyt	3	2	2	2	2	2	1	1	1	16
Przesiecka Góra	2	2	1	2	2	2	1	1	3	16
Rozpadlisko	2	2	1	2	2	2	1	1	3	16
Wolowa Góra	2	2	1	3	1	2	1	1	3	16
Torfowisko „Bagnisko”	2	1	2	2	2	1	1	1	1	13

Źródło: opracowanie własne.

dowego), największy w Karkonoszach kocioł polodowcowy Małego Stawu oraz Wodospad Kamieńczyka będący najwyższym w Sudetach.

O punkt mniej uzyskały drugi najpopularniejszy Wodospad Szklarki, objęty enklawą parku narodowego, reprezentujący zagadnienia morfologiczne i mineralogiczne, wybitnie kontrastowe – kocioł polodowcowy Łomniczki i nisza źródłiskowa Białego Jaru, a także Równia pod Śnieżką jako reliktowy obszar zrównania wierzchowinowego, pokryty cennym torfowiskiem wysokim. Ostatnim stanowiskiem jest najmniej popularna Cicha Dolina, związana z najstarszymi tradycjami szklarskimi na Śląsku.

25 punktów uzyskał Mały Śnieżny Kocioł ukazujący prócz dziedzictwa polodowcowego niebywałą osobliwość, jaką jest wulkaniczna żyła (bazaltowa) widoczna w jego ścianie. Taką samą liczbę punktów przyznano dwóm najpopularniejszym i najwyższym w Karkonoszach formacjom skalnym, jakimi są Słonecznik i Pielgrzymy, oraz cennym naukowo i poznawczo fragmentom głównego grzbietu, czyli Czarnemu Grzbietowi i Skalnemu Stołowi. Są one nie tylko doskonałymi punktami widokowymi, ale też reprezentują wiele istotnych zagadnień geoturystycznych.

24 punkty przyznano najpopularniejszemu w okolicy Szklarskiej Poręby szczytowi Szrenicy z licznymi formacjami skalnymi oraz Kruczym Skalom w Karpaczu należącym do najwyższych formacji skalnych w Karkonoszach, reprezentującym geologiczne i historyczne zagadnienia związane z pozyskiwaniem minerałów dla przemysłu ceramicznego.

Do drugiej grupy geostanowisk zaliczono 19 obiektów, wśród których 7 jest pochodzenia antropogenicznego i wiąże się z pozyskiwaniem surowców mineralnych. Pozostałe 5 to formacje skalne będące mniej wybitnymi, z których 2 zlokalizowane są na głównym grzbiecie Karkonoszy. Ponadto zaliczono tu 3 szczyty i mniej popularne kotły polodowcowe oraz wodospad. Wszystkie obiekty cechują się wartościami estetycznymi, poznawczymi i kulturowymi (w przypadku obiektów antropogenicznych). 16 obiektów dostępnych jest poprzez sieć szlaków turystycznych, w tym 4 zlokalizowane są na trasach geoturystycznych, 2 dostępne są innymi ścieżkami, a Wielki Śnieżny Kocioł i kocioł Wielkiego Stawu są niedostępne dla turystów. 7 stanowisk zostało opatrzonych tablicą edukacyjną, zaś 13 żaden sposób nie zagospodarowano, co stanowi ich największy mankament.

Największą liczbę punktów (23) w tym przedziale otrzymały skały Trzy Świnki i Twarożnik, które z racji lokalizacji na grzbiecie głównym Karkonoszy w pobliżu szczytu Szrenicy są popularnym punktem widokowym. Tyle samo punktów przyznano geostanowisku Wielki Śnieżny Kocioł, będącemu przykładem klasycznie wykształconej formy rzeźby, zamkniętej od południa 180-metrowymi ścianami skalnymi. Najatrakcyjniejszym stanowiskiem antropogenicznym są sztolnie zlokalizowane w dolinie Jedlicy, udostępnione w postaci dwóch podziemnych tras turystycznych – Kowarskie Kopalnie i Sztolnia nr 9.

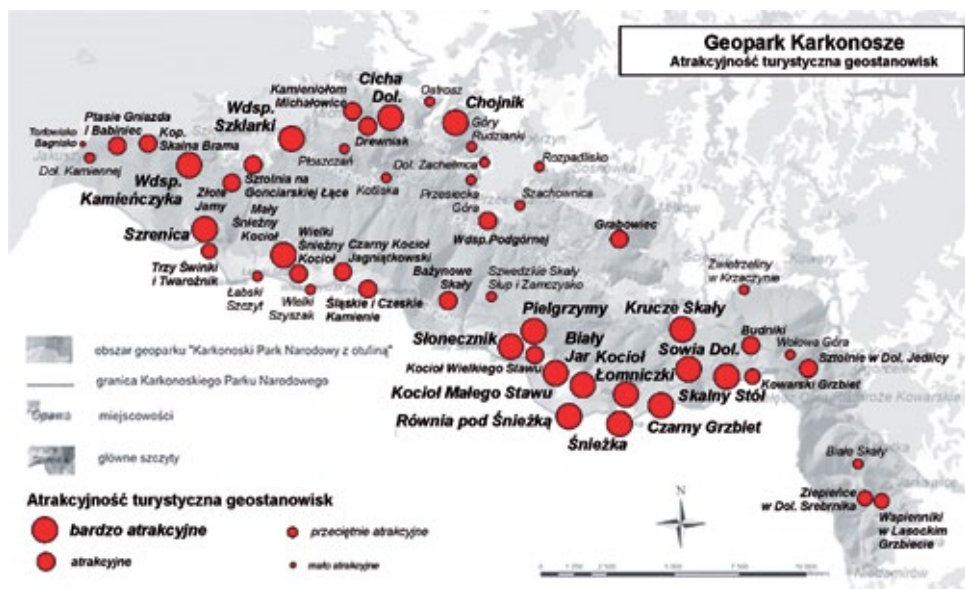
22 punkty uzyskał zarastający kamieniołom granitu w Michałowicach z coraz mniej atrakcyjnym widokiem, zachowane wapienniki w Lasockim Grzbiecie, w których niegdyś produkowano wapno palone, oraz najmniej znany i najmniej Wodospad Podgórną.

21 punktów uzyskała opuszczona stara osada górnicza Budniki, udostępniona poprzez ścieżkę edukacyjną, a także widokowy i szeroki Kowarski Grzbiet.

20 punktów przyznano uwiecznionym skałami wierzchołkom Śląskich i Czeskich Kamieni oraz położonym na ich północnym stoku Bażynowym Skałom, skałom Ptasie Gniazdo i Babinec oraz kotłom polodowcowym Wielkiego Stawu i Czarnego Kotła Jagniałkowskiego. Z obiektów antropogenicznych 20 punktów uzyskała kopalnia „Skalna Brama” nieopodal Szklarskiej Poręby.

19 punktów uzyskały dwa kolejne geostanowiska antropogeniczne, jakimi są sztolnie Złote Jamy związane z występowaniem ametystu oraz Na Gonciarskiej Łące, z której pozyskiwano skalenie. Ponadto są tu szczyty Drewniak o urozmaiconej rzeźbie i Grabowiec z formacjami skalnymi, a także inna formacja skalna – Zlepianiec w Dolinie Srebrnika.

Trzecią grupę, przeciętnie atrakcyjnych geostanowisk, tworzy 15 obiektów, obejmujących 7 mniej znanych i o niewielkich rozmiarach formacji skalnych, 4 zapomniane sztolnie i kamieniołomy, 2 szczyty i 2 doliny. Obiekty te są mało wyróżniającymi się w krajobrazie geostanowiskami, niekiedy ulegają zarastaniu,



Mapa 2. Atrakcyjność turystyczna geostanowisk Karkonoszy

Źródło: www.pgi.gov.pl/pl/geoturystyka-606/geoparki/4141-geopark-krajowy-karkonoski-park-narodowy-z-otulinaq.html [15.12.2013].

tracąc swoje walory estetyczne i poznawcze. Reprezentują na ogół co najwyżej dwa zagadnienia tematyczne, pospolite w analizowanym obszarze. W efekcie obiekty te są mało znane, nie pełniąc istotnej roli w historii regionu. Większość stanowisk leży poza znakowanymi szlakami, ale jest dostępna nieoznakowanymi ścieżkami, co stanowi o trudnościach w ich zwiedzaniu przy niekorzystnych warunkach pogodowych. Z tego względu również większość obiektów jest nieprzystosowana i niezagospodarowana dla potrzeb turystyki. Dwa stanowiska są niedostępne dla turystów. Do grupy tej należą dwa popularne szczyty: Wielki Szyszak i Łabski Szczyt w rejonie grzbietu głównego. Tak niska ocena może być spowodowana brakiem dostępności i zagospodarowania turystycznego. Ponadto w grupie tej znalazły się szczyty Wołowej Góry i Przesieckiej Góry, formacje skalne na szczycie Płuszcz, Szwedzkie Skały i skały Słup, Zamczysko, Białe Skały, Kotliska, Szachownica i Rozpadlisko, zwietrzliny granitowe w Krzaczyńcu, kamieniołom na grzbiecie Ostrosz, sztolnie w Górze Rudzianki oraz dolina Kamiennej w Jakuszcach i dolina Zachełmca.

Jedynym geostanowiskiem o małej atrakcyjności jest torfowisko „Bagnisko” reprezentujące jedno zagadnienie tematyczne, zlokalizowane w dalszej odległości od szlaków i całkowicie niezagospodarowane.

6. Podsumowanie

Na podstawie zaprezentowanej waloryzacji można wysnuć następujące wnioski, istotne z punktu widzenia planowania geoturystyki:

1. Spośród analizowanych 52 geostanowisk najatrakcyjniejsze są kontrastowe elementy rzeźby terenu zlokalizowane w obrębie głównego grzbietu Karkonoszy, będące szczytami i formacjami skalnymi reprezentującymi wiele zagadnień tematycznych. Do grupy tej należy również zaliczyć kotły polodowcowe, wodospad oraz zagospodarowane obiekty dawnej działalności górniczej w tym obszarze, które stanowią ważny element historii i gospodarczego rozwoju regionu.

Subregion o największym nagromadzeniu najatrakcyjniejszych geostanowisk to wschodnia część Karkonoszy w rejonie Karpacza i Kowar, która na odcinku głównego grzbietu rozciąga się od Przełęczy Karkonoskiej na zachodzie po Przełęcz Okraj na wschodzie. W obszarze tym zlokalizowano 11 z 17 geostanowisk o najwyższej atrakcyjności turystycznej, a także 5 stanowisk atrakcyjnych. Są to szczyty, grzbiety górskie, formacje skalne, kotły polodowcowe, dolina, zrównanie grzbietowe oraz udostępnione do zwiedzania sztolnie. Obszar ten jest również doskonale zagospodarowany, umożliwiając różne warianty planowania wycieczek, również o charakterze geoturystycznym, ze względu na istniejące tu trasy geoturystyczne.

Cenne geostanowiska występują w dwóch innych subregionach. Pierwszym z nich są Karkonosze zachodnie w rejonie Szklarskiej Poręby, obejmujące główny grzbiet na odcinku od Szrenicy po Śląskie i Czeskie Kamienie. Tu zlokalizowane są 4 bardzo atrakcyjne i 8 atrakcyjnych geostanowisk, do których można zaliczyć szczyty, formacje skalne, kotły polodowcowe, wodospady oraz obiekty dawnej działalności górniczej. Obszar ten jest również dobrze zagospodarowany, a składają się nań ścieżki i trasy geoturystyczne. Drugim subregionem jest fragment zachodniego Pogórza Karkonoskiego między Michałowicami, Piechowicami, Sobieszowem, Podgórzynem i Jagniątkowem. W tym obszarze istnieją 2 bardzo atrakcyjne geostanowiska: Cicha Dolina i Chojnik, 2 atrakcyjne i 6 przeciętnie atrakcyjnych. Z uwagi na dobre zagospodarowanie okolic najatrakcyjniejszych geostanowisk perspektywy rozwoju geoturystyki są duże. Natomiast ze względu na stosunkowo łatwą dostępność i położenie w strefie przedgórskiej obszar ten ma predyspozycje do rozwoju turystyki dla osób starszych oraz z ograniczeniami ruchowymi.

Do stanowisk o najmniejszym potencjale turystycznym można zaliczyć niektóre szczyty, formacje skalne i obiekty działalności górniczej zlokalizowane na terenie Pogórza Karkonoszy, ze względu na reprezentowanie niewielkiej liczby zagadnień oraz postępujący proces zarastania. Zlokalizowane są one przeważnie w środkowej części obszaru w rejonie Karkonoskiego Padołu Śródgórskiego.

Z porównania wyników waloryzacji geostanowisk niniejszego opracowania i cytowanej *Inwentaryzacji*, z wykorzystaniem wskaźnika korelacji Pearsona, wynika, że korelacja pomiędzy ocenami jest umiarkowana (0,54) i niniejsze opracowanie może być pewnym uzupełnieniem *Inwentaryzacji*.

Opracowanie to może mieć także znaczenie w zrównoważonym planowaniu dalszego rozwoju geoturystyki na obszarze całych Karkonoszy, z uwzględnieniem geostanowisk położonych po stronie czeskiej. Dzięki takiemu ujęciu możliwy jest dalszy rozwój oferty geoturystycznej regionu, prowadzący do rozwoju markowego produktu turystycznego obszaru transgranicznego.

Literatura

- Aleksandrowicz Z. (2006), Geoparki – nowe wyzwanie dla ochrony dziedzictwa geologicznego, *Przegląd Geologiczny*, t. 54, nr 1: 36-41.
- Atlas Georóżnorodność i geoturystyczne atrakcje Karkonoskiego Parku Narodowego i otuliny* (2011), Jelenia Góra: Karkonoski Park Narodowy.
- Dmytrowski P., Kicińska A. (2011), Waloryzacja geoturystyczna obiektów przyrody nieożywionej i jej znaczenie w perspektywie rozwoju geoparków, *Problemy Ekologii Krajobrazu*, t. XXIX: 11-20.

- Ihnatowicz A., Koźma J., Wajsprych B. (2011), Wałbrzyski Obszar Geoturystyczny – inwentaryzacja geotopów dla potrzeb promocji geoturystyki, *Przegląd Geologiczny*, t. 59, nr 11: 722-731.
- Knapik R., Jala Z., Sobczyk A., Migoń P., Aleksandrowski P., Szuszkiewicz A., Krąpiec M., Madej S., Krakowski K. (2010), *Inwentaryzacja i waloryzacja geostanowisk Karkonoskiego Parku Narodowego i jego otuliny oraz wykonanie mapy geologicznej tego obszaru*, www.mos.gov.pl/g2/big/2010_09/e38c6e5ddc05a09a1105cc45ab1ea85d.pdf [15.12.2013].
- Knapik R., Migoń P. (2010), Karkonoski Park Narodowy z otuliną jako geopark krajowy, *Przegląd Geologiczny*, t. 58, nr 11: 311-360.
- Knapik K., Migoń P., Szuszkiewicz A., Aleksandrowski P. (2011), Geopark Karkonosze – geopark i geoturystyka, *Przegląd Geologiczny*, t. 59, nr 4: 1065-1108.
- Kowalczyk A., Kulczyk S., Duda-Gromada K. (2010), Przyrodnicze aspekty turystyki zrównoważonej, w: *Turystyka zrównoważona*, red. A. Kowalczyk, Warszawa: Wyd. Naukowe PWN.
- Lijewski T., Mikułowski B., Wyrzykowski J. (2002), *Geografia turystyki Polski*, Warszawa: PWE.
- Mapa geostanowiska Karkonoszy, www.pgi.gov.pl/pl/geoturystyka-606/geoparki/4141-geopark-krajowy-karkonoski-park-narodowy-z-otulinaq.html [15.12.2013].
- Migoń P. (2012), *Geoturystyka*, Warszawa: Wyd. Naukowe PWN.
- Migoń P., Sobczyk A. (2010), Opracowanie metodyki waloryzacji i waloryzacja geostanowisk Karkonoskiego Parku Narodowego i jego otuliny, w: *Inwentaryzacja i waloryzacja geostanowisk Karkonoskiego Parku Narodowego i jego otuliny oraz wykonanie mapy geologicznej tego obszaru*, www.mos.gov.pl/g2/big/2010_09/e38c6e5ddc05a09a1105cc45ab1ea85d.pdf [15.12.2013].
- Mika M. (2007), Charakterystyka wybranych form turystyki, w: *Turystyka*, red. W. Kurek, Warszawa: Wyd. Naukowe PWN.
- Miotk-Szpiganowicz G., Graniczny M., Piątkowska A., Relisko-Rybak A. (2010), *Geoturystyka. Pobrzeże Bałtyku atrakcyjne nie tylko latem*, www.pgi.gov.pl/attachments/article/2812/geoturystyka_b.pdf [15.12.2013].
- Osadczyk A., Osadczyk K. (2008), Szanse i perspektywy rozwoju geoturystyki jako nowej formy postrzegania obiektów przyrody nieożywionej i poznawania zjawisk naturalnych, w: *Problemy turystyki i rekreacji*, red. M. Dutkowski, t. I, Szczecin: Wyd. Uniwersytetu Szczecińskiego.
- Reynard E. (2009), The assessment of geomorphosites, w: *Geomorphosites*, red. E. Reynard, P. Coratza, G. Regiolini-Bissig, München: Verlag Dr. Friedrich Pfeik.
- Reynard E., Fontana G., Kozlik L., Scapozza C. (2007), A method for assessing „scientific” and „additional values” of geomorphosites, *Geographia Helvetica*, t. 62, nr 3: 148-158.
- Rogowski M., Biłous J. (2013), Ocena walorów widokowych i zagospodarowania punktów widokowych grzbietu Karkonoszy, *Zeszyty Naukowe Wyższej Szkoły Handlu i Usług w Poznaniu*, nr 26: 185-198.
- Ścieżki dydaktyczne, www.kpnmab.pl/pl/sciezki-dydaktyczne,117 [15.12.2013].

- Weaver D.B. (2001), Ecotourism in the context of other tourism types, w: *The encyclopedia of ecotourism*, red. D.B. Weaver, Oxon – New York: CABI Publishing.
www.pgi.gov.pl/pl/geoturystyka-606/geoparki/4141-geopark-krajowy-karkonoski-park-narodowy-z-otulinq.html [15.12.2013].
- Zouros N.C. (2008), European Geopark Network: transnational collaboration on Earth heritage protection, geotourism and local development, *Geoturystyka*, nr 12: 3-22.

Tourist attractiveness of geosites in the Karkonosze Geopark

Abstract. The Karkonosze Mountains (Giant Mts.) are a famous tourist region in the Sudety Mountains. One reason for this popularity is the geovalues connected with geotourism – which is a new form of tourism. The aim of this study is to assess the tourist attractiveness of 52 geosites in the Karkonosze Geopark. The assessment was done by using criteria of four other methods. The geosites of the Karkonosze Mountains are divided into four groups: most attractive, attractive, averagely attractive and not very attractive. Through this grouping a typology classification of the geosites was created. The results should lead to better management of geotourism in the Karkonosze Mountains.

Keywords: geotourism, geosites, tourist attractiveness, Karkonosze National Park, Karkonosze

OLGA SMOLEŃSKA*, ALEKSANDRA MACHNIK**

Współczesne uwarunkowania funkcjonowania turystyki wiejskiej – rozwój gospodarstw agroturystycznych w kierunku specjalizacji w rekreacji i ekologizacji oferty

Streszczenie. Artykuł ma charakter teoretyczny i dotyczy wybranych innowacji w działalności agroturystycznej i w turystyce wiejskiej. Podjęto w nim próbę uporządkowania zagadnień definicyjnych oraz zaproponowano rozwiązania z zakresu dbałości o środowisko naturalne i lokalną przyrodę oraz o zdrowie i kondycję gości. W dobie nagromadzenia ofert agroturystycznych warto zadbać o specjalizację – stąd propozycja „zekologizowania” oferty i nastawienia gospodarstwa na rekreację. Zwrócono także uwagę na możliwości zastosowania nowoczesnych metod zarządzania obiektem przy zachowaniu tradycyjnego charakteru usług. Wprowadzenie sugerowanych rozwiązań do oferty może pozytywnie wpłynąć na budowanie wizerunku gospodarstwa oraz wzrost jego konkurencyjności na rynku.

Słowa kluczowe: agroturystyka, turystyka wiejska, oferta rekreacyjna, ochrona środowiska, edukacja ekologiczna, ekoturystyka, zarządzanie wiedzą, zdrowie

1. Wstęp

Podróżując po Polsce, można natrafić na wiele obiektów turystycznych reklamujących się jako „gospodarstwa agroturystyczne”, jednak niewiele z nich funkcjonuje zgodnie z definicją agroturystyki. Zdecydowana większość agrogości wybiera taką formę wypoczynku ze względu na ciszę, spokój, piękno krajobrazu czy powrót do korzeni, nie zdając sobie nawet sprawy z rozróżnień teoretyków. Osoby te wciąż poszukują jednak czegoś nowego i sama tradycyjna, sielankowa

* Akademia Wychowania Fizycznego w Poznaniu, Wydział Turystyki i Rekreacji, Katedra Geologii Turystyki i Rekreacji, e-mail: olgasmolenska@gazeta.pl, tel. 535 520 880.

** Akademia Wychowania Fizycznego w Poznaniu, Wydział Turystyki i Rekreacji, Katedra Geologii Turystyki i Rekreacji, e-mail: alex-m@wp.pl, tel. 61 835 53 35.

wieś może wkrótce przestać być dla nich magnesem, co dotyczy zwłaszcza osób w średnim wieku. Warto być może zastanowić się, jak wykorzystać możliwości środowiska wiejskiego i wiedzę mieszkańców terenów wiejskich w zaspokajaniu potrzeb rekreacyjnych mieszkańców miast. Jak wykreować inną, atrakcyjną ofertę, jak wyróżnić się w tłumie i zdobyć klienta? Z dużym prawdopodobieństwem można przyjąć, że działalność agroturystyczna rozwinie się właśnie w kierunku innowacyjności oferty, a na rynku pozostaną obiekty nastawione na profesjonalną obsługę klienta. Nie powinno to jednak oznaczać umasowienia i uproszczenia tej formy, wręcz przeciwnie – większą indywidualizację i lepsze dopasowanie do potrzeb. Do tej kategorii będzie można zaliczyć zarówno agroturystykę *sensu stricto* (z gospodarstwem rolnym w centrum zainteresowania), jak i turystykę wiejską bardziej nakierowaną na zdrowy styl życia i kondycję lub np. zielone SPA. Z wielu prowadzonych badań, zarówno przez autorki, jak i innych badaczy (Woś, Graczykowska, Kosińska 2012: 698), wynika, że turyści udający się na wypoczynek do gospodarstw agroturystycznych pragną nie tylko podziwiać lokalne krajobrazy i przyglądać się wiejskiemu życiu, ale także aktywnie spędzać czas.

Dbając o klienta i rozwijanie oferty, nie można zapominać o dbałości o środowisko naturalne w bliższym i dalszym otoczeniu gospodarstwa. Ta przestrzeń turystyczna wydaje się być predestynowana do kształtowania świadomości ekologicznej turystów i zaszczepiania w nich odpowiedzialności zarówno za lokalną tradycję i kulturę, jak i dziedzictwo naturalne. Profesjonalny obiekt turystyki wiejskiej powinien więc być prowadzony w sposób ekologiczny, podobnie jak gospodarstwo rolne, a w kuchni powinny przeważać tradycyjne receptury.

W artykule podjęto próbę zarysowania głównych kierunków rozwoju krajowej turystyki wiejskiej w kontekście ekologii i rekreacji, jako tych dziedzin, które w dzisiejszym, zurbanizowanym i zmechanizowanym, świecie wydają się dotyczyć głównie potrzeb fizjologicznych i zdrowotnych człowieka. Przedstawiono także kilka propozycji z zakresu ekologizacji działalności agroturystycznej, zastosowania zarządzania wiedzą w obiekcie traktowanym jak, często rodzinna, firma i wprowadzenia do oferty elementów rekreacyjnych, a także zwrócono uwagę na konieczność wdrożenia działań zarządczych i programowych, a przede wszystkim wypracowania wspólnych pomysłów i pól współpracy w wielu aspektach organizacyjnych rozwoju tej dziedziny turystyki na poziomie krajowym i regionalnym.

2. Podstawy teoretyczne – agroturystyka a turystyka wiejska

Agroturystyka w wielu krajach Europy Zachodniej rozwijała się w sposób endogeniczny, w Polsce natomiast – mimo wieloletniej tradycji wyjazdów na wieś

i tzw. wczasów pod gruszą – w sposób egzogeniczny, gdyż instytucjonalnie została zainicjowana przez przemiany ustrojowe w kraju, a inspirowano się modelami zachodnimi (Wojciechowska 2012). W latach 80. XX w. w krajach tych stosowano różne nazwy: *agritourism*, *rural tourism*, *farm tourism*, w zależności od systemu rolnego, charakteru wsi, tradycji i sposobu organizowania turystyki (Jansen-Verbeke 1990). W Polsce również panuje chaos pojęciowy w tej dziedzinie, zwłaszcza wśród turystów i gospodarzy. Można jednak przyjąć, że agroturystyka musi odbywać się w czynnym gospodarstwie rolnym, a dochody z tej działalności są uzupełniające, a nie podstawowe w budżecie gospodarzy. Dlatego też turystyka wiejska pojmowana jest jako wszystkie formy turystyki, które są silnie związane z życiem wsi i odbywają się w wiejskiej przestrzeni rekreacyjnej, ale działania prowadzone są na małą skalę i opierają się na lokalnych zasobach przyrodniczych, kulturowych i społecznych. Nie jest jednak niezbędne, by organizatorem wycieczki był rolnik lub stały mieszkaniec wsi. Zapewniając uczestnikom ciszę, spokój, czynny odpoczynek w naturalnym środowisku oraz bliski kontakt z miejscową ludnością, proponuje się im różne rodzaje aktywności związane z przyrodą, wędrownkami, turystyką zdrowotną, krajoznawczą, kulturową i etniczną, bezpośrednio wykorzystując zasoby wsi (Drzewiecki 1995). W dalszej części artykułu będzie stosowane pojęcie „gospodarstwo agroturystyczne” *sensu largo*, bez podziału na obiekty agroturystyczne i te zaliczane tylko do turystyki wiejskiej.

3. Zarys typologii gospodarstw agroturystycznych

Jan Zawadka (2010) proponuje podział gospodarstw agroturystycznych na cztery grupy: tradycyjne, o przewadze funkcji turystycznej, z zanikiem działalności rolniczej i turystyczne.

Do pierwszej grupy autor zalicza – na podstawie badań przeprowadzonych na Lubelszczyźnie – takie, które nadal utrzymują się głównie z działalności rolnej. Do drugiej – takie, które prowadzą co prawda gospodarstwo rolne, ale ich głównym źródłem dochodów jest turystyka. Trzecia grupa to gospodarstwa, które odeszły od działalności rolnej i obecnie utrzymują się tylko z turystycznej. Czwarta grupa to obiekty, w których nigdy wcześniej nie prowadzono działalności rolnej równoległe z turystyczną. Wydaje się, że zaproponowany podział z powodzeniem można zastosować do innych regionów Polski. Potwierdza on ponadto, że wiele gospodarstw określających i promujących się jako „agroturystyczne” w rzeczywistości jest jedynie gospodarstwami turystycznymi na wsi, zatem należy do obiektów turystyki wiejskiej. Ułatwia to jednak wprowadzenie do swojej oferty punktów dotyczących rekreacji, a zwłaszcza działania zgodne z zasadami zrównoważonego rozwoju, w zakresie troski o środowisko naturalne.

Mikołaj Jalinik (2007) w swojej typologii jeszcze bardziej szczegółowo omawia różne rodzaje gospodarstw ze względu na ich specyfikę i podejście do klienta, zwracając uwagę na związek jakości usług, poziomu cen, a także atrakcyjności turystycznej i jakości środowiska przyrodniczego z popytem na usługi turystyczne. Wyróżnia on siedem typów, w tym cztery ogólne i trzy specjalistyczne. Do typów ogólnych zalicza:

- typ U – uniwersalny, tj. dostosowany do potrzeb wielu turystów. W gospodarstwie musi być prowadzona hodowla zwierzęca lub produkcja rolna, a oferta nie może przekraczać 5 pokoiów dla maksymalnie 10 osób lub domku (mieszkania); zaplecze rekreacyjne jest standardowe;

- typ D – dla rodzin z małymi dziećmi, jako że jest to najliczniejsza grupa agrogości. Przygotowując taką ofertę, należy zadbać o atrakcyjny plac zabaw, zabezpieczenie pomieszczenia do zabaw na wypadek złej pogody oraz organizację imprez dla całej rodziny (turnieje, rajdy itp.) i obecność zwierząt, które stanowią dodatkową atrakcję dla małych turystów;

- typ N – oferta dla osób niepełnosprawnych, zwłaszcza ruchowo, gdzie ważne jest niwelowanie barier architektonicznych;

- typ S – oferta dla seniorów – klientów wymagających, ale na ogół wiernych. Oczekują oni głównie ciszy, spokoju, a jednocześnie bogatego programu, doceniają też walory kuchni tradycyjnej, dostosowanej do ich potrzeb.

W gospodarstwach profilowanych Jalinik z kolei wyróżnia:

- typ I sr – z rozbudowaną infrastrukturą rekreacyjno-sportową;

- typ II sb – o dobrych warunkach socjalno-bytowych, upodabniających obiekt do pensjonatu czy hoteliku (a tym samym do obiektu z zakresu turystyki wiejskiej); ważna jest także szczególnie atrakcyjna lokalizacja;

- typ III sp – gospodarstwa specjalistyczne, zapewniające możliwość udziału w warsztatach rękodzieła, jazdy konnej, apiterapii, nauce zielarstwa itp.

Drugi zaprezentowany podział zwraca uwagę na obecność i znaczenie oferty rekreacyjnej w ofercie agroturystycznej w prawie każdym wyszczególnionym rodzaju obiektów. Nieco inną typologię gospodarstw agroturystycznych, opartą na wynikach badań własnych przeprowadzonych w województwie wielkopolskim, przedstawia również Olga Smoleńska (2014).

4. Oferta gospodarstw a innowacyjność

Przygotowanie atrakcyjnej oferty agroturystycznej to proces trudny, złożony i niejednokrotnie obwarowany przepisami prawnymi oraz wymagający profesjonalnego i przeważnie indywidualnego i kreatywnego podejścia. Budzi to wątpliwości, czy przeciętny właściciel gospodarstwa, wykształcony zwykle w kierunku

ku rolniczym lub technicznym, posiada tego typu umiejętności. Na problemy z innowacyjnością w małych gospodarstwach (zwanymi przedsiębiorstwami) wskazują m.in. Berit Brandth, Marit S. Haugen i Britt Kramvik (2010), ukazując problem z perspektywy norweskiej. Zwracają one również uwagę na to, że innowacja jest nie tylko zmianą, ale i potrzebą utrzymania gospodarstwa jako obiektu działającego na małą skalę i bazującego na lokalnych zasobach. Z perspektywy polskiej zagadnienie innowacji w ofercie agroturystycznej analizowali m.in. Daniel Puciato i Barbara Woś (2011) oraz Arkadiusz Niedziółka (2008), który skupia się na ofercie rekreacyjnej jako innowacji w gospodarstwie agroturystycznym.

Dużą wagę przywiązuje się do obecności samych zasobów: walorów krajoznawczych, infrastruktury i wyposażenia czy wsparcia marketingowo-institutionalnego, stanowiących główne determinanty kształtowania takiej oferty. Niemniej kapitał ludzki, wiedza, kwalifikacje i kreatywny potencjał kadr organizujących i obsługujących taką ofertę mają niebagatelne, o ile nie zasadnicze znaczenie. Innowacyjność w ramach opartej na tradycji i ludowych zwyczajach agroturystyki i turystyki wiejskiej może z pozoru wydawać się sprzecznością. Podobnie jak wprowadzanie nowoczesnych metod zarządzania w familijny agrobiznes, bazujący na przyjacielskich relacjach i domowej atmosferze. Jednakże nawet w najlepiej funkcjonującym gospodarstwie warto wykorzystać elementy stosowane w większych firmach.

Współczesna agroturystyka powinna wpisywać się w model gospodarki opartej na wiedzy (Dorocki, Szymańska, Zdon-Korzeniowska 2013; Perechuda, Hołodnik 2012). Agrogospodarze muszą przede wszystkim znać lokalne atrakcje, zwyczaje i tradycje oraz umieć je wykorzystać przy tworzeniu oferty. Niezwykle pomocne dla rolników byłoby umiejętne zarządzanie wiedzą o lokalnej przyrodzie i kulturze na szczeblu gminy (Machnik 2013). Właściwa realizacja strategii rozwoju turystyki w gminie może przyczynić się do zwiększenia napływu turystów korzystających z usług różnego rodzaju obiektów noclegowych (Niedziółka 2010). Również dostęp do szkoleń z zakresu marketingu, języków obcych, technik interpersonalnych czy usług hotelarskich i żywieniowych powinien być bardziej powszechny. Wszystkie te działania umożliwiłyby bardziej profesjonalne świadczenie agrouslug, a tym samym wzrost satysfakcji turystów i dochodów gospodarzy.

Również wielokrotnie w literaturze, zarówno polskiej, jak i zagranicznej, podejmowano temat specjalizacji oferty gospodarstw agroturystycznych jako warunku *sine qua non* przetrwania na rynku usług agroturystycznych (Smoleńska 2008; Zawadka 2010; Jalinik 2007). Specjalizacja może podążać w wielu kierunkach, np. ekologii czy rekreacyjności.

5. Ekologizacja w agroturystyce

W stosunku do zabiegów powodowanych dbałością o stan środowiska naturalnego odpowiedniejszym słowem byłaby sozologizacja i dbałość o sozologię, gdyż sozologia jest nauką o ochronie środowiska. Wydaje się jednak, że ze względu na to, iż termin ten do nauki wprowadził w latach 60. XX w. polski naukowiec Walerj Goetel, nie jest ono tak popularne jak terminy wykorzystujące przedrostek „eko”. W kontekście turystyki wiejskiej ekologizacja może być pojmowana i realizowana na różnych poziomach, m.in. jako:

- wdrażanie nowoczesnych technologii w domu (np. gospodarstwo Green Farm, Małe Leżno k. Brzozia, kujawsko-pomorskie, www.zielona-farma.com.pl),
- gospodarowanie w sposób ekologiczny (np. gospodarstwo ekologiczne Henryk Klugowski, Chełmoniec k. Kowalewa Pomorskiego, kujawsko-pomorskie),
- prowadzenie gospodarstwa rolnego ekologicznie (np. gospodarstwo Eko Bajka, Bukówka k. Lubawki, dolnośląskie, www.ekobajka.pl),
- wprowadzanie ofert przyrodniczych (np. gospodarstwo Na Karczaku, Nowa Wieś k. Trzciannego, podlaskie, www.karczak.pl),
- baza noclegowo-żywnieniowa w czasie imprez o charakterze ekoturystycznym (np. gospodarstwo Agatka, Krzepielów k. Sławy, lubuskie).

W pierwszym przypadku można zastanowić się, czy nowoczesne technologie znajdują zastosowanie w tak tradycyjnym produkcie turystycznym, jak oferta agroturystyczna. Budynki są bowiem dawno zbudowane, a rodzin traktujących nową działalność jako sposób na dodatkowy dochód nie stać na nowoczesne technologie. Jednak mówiąc o profesjonalnej działalności agroturystycznej, warto zwracać uwagę na rozwiązania, które można wprowadzić, nie tracąc nic z charakteru obiektu, a jednocześnie zaoszczędzić.

Należy jednak przestrzegać ekologicznego sposobu gospodarowania w obrębie gospodarstwa domowego agrogospodarzy i wymagać takiego zachowania od turystów (np. segregacja śmieci, oszczędzanie wody i energii, choćby przez gąszenie zbędnego oświetlenia i zakręcanie kranu). Gospodarstwo agroturystyczne może bowiem stanowić dobre miejsce do kształtowania świadomości ekologicznej turystów. Osoby przebywające na wakacjach chętniej poddają się nowym wzorcom i łatwiej przyswajają sobie ekologiczny sposób życia.

Inaczej ma się kwestia prowadzenia gospodarki rolnej w sposób ekologiczny. Nie w każdym obiekcie agroturystycznym prowadzone jest bowiem czynne gospodarstwo rolne. Poza tym nie są to metody tanie ani łatwe. Z reguły rolnicy albo decydują się na ekologiczne rolnictwo, albo na agroturystykę. W 2007 r. było 3,5 tys. gospodarstw łączących obie działalności i zajmowały one łącznie ok.

82 tys. ha (Symonides 2007). Są one na ogół zrzeszone w ECEAT Polska, czyli Europejskim Centrum Rolnictwa Ekologicznego i Turystyki w Polsce założonym w 1993 r. Produkowana w takich gospodarstwach żywność często podlega atestacji, a następnie otrzymuje certyfikat. Z zagadnieniem tym wiąże się jeszcze jedna nieprawidłowość w nazewnictwie – ponieważ gospodarstwa takie ze względu na łączenie obu form działalności nazywa się ekoturystycznymi, turystykę do takich obiektów zaczęto mylić z ekoturystyką. Dominika Zaręba (2008) proponuje nazywać je raczej ekoagroturystycznymi, a formę turystyki do ekologicznych gospodarstw rolnych – ekoagroturystyką.

Nic nie stoi na przeszkodzie, by łączyć zarówno ekoturystykę, jak i turystykę przyrodniczą z agroturystyką i turystyką wiejską. Bogate przyrodniczo otoczenie gospodarstwa (łąki, lasy) sprzyja wycieczkom oraz poznawaniu roślin i zwierząt. Oprócz edukacji ekologicznej agrogosposodarze mogą także zaproponować gościom edukację przyrodniczą – zapoznać z pospolitymi gatunkami ziół i ich zastosowaniem, z nazwami przelatujących ptaków czy innych zwierząt. Znaczne możliwości stwarzają także usytuowane w pobliżu obszary chronione, przy czym należy pamiętać o priorytecie ochrony przyrody nad potrzebą zaspokajania potrzeb edukacyjnych i ciekawości świata u turystów. Dla początkującego ekoturysty będzie to dobre miejsce do poznania nie tylko przyrody, ale też swoich potrzeb w zakresie turystyki zaangażowanej (Machnik 2010). Natomiast dla ekoturysty wyrafinowanego, poszukującego autentyczności i kontaktu z lokalną społecznością, jej kulturą i obyczajami najlepszym miejscem zakwaterowania wydaje się być właśnie gospodarstwo agroturystyczne, oferujące mu nawet możliwość wzięcia udziału w pracach rolnych czy w warsztatach rękodzieła. Będzie on również mógł skosztować specjałów lokalnej kuchni.

Warto wspomnieć, że oprócz certyfikatu nadawanego przez ECEAT od niedawna istnieje również Polski Certyfikat Ekoturystyczny, opracowany lokalnie przez Społeczny Instytut Ekologiczny (SIE) w ramach programu „Wzorcowa sieć ekoturystyczna Między Bugiem a Narwią”¹, finansowanego ze środków europejskich.

6. Oferta rekreacyjna

Drugim kierunkiem rozwoju gospodarstw agroturystycznych jest podnoszenie jakości bazy noclegowej i rozwój oferty rekreacyjnej kwater. Szczególnie ważne są możliwości wypełniania czasu wolnego gości w zakresie aktywnego wypoczynku i ruchu. Na potrzebę specjalizacji gospodarstw agroturystycznych w kierunku usług rekreacyjnych zwracano uwagę już wielokrotnie (Niedziółka 2008;

¹ www.sie.org.pl/polski-certyfikat-ekoturystyczny [18.04.2104].

Smoleńska 2008). Większość autorów przyporządkowuje te aktywności do form świadczonych:

- w obrębie gospodarstwa,
- w otoczeniu gospodarstwa,
- na terenie miejscowości/gminy.

Konieczność dostosowania oferty do różnych typów turystów wymaga jej profesjonalnego przygotowania. Właściwie sama turystyka wiejska, a w jej ramach agroturystyka, wiąże się z pewną specyfiką klienta. Jest to propozycja dla klientów o określonych oczekiwaniach:

- unikających zatłoczonych miejsc,
- przywiązujących wagę do ciszy i spokoju,
- wrażliwych na piękno przyrody i krajobrazu,
- uciekających od anonimowości miast,
- lubiących osobiste kontakty z gospodarzami i mieszkańcami,
- ceniących zdrowie i aktywność fizyczną w czasie wolnym (Mikołajewicz, Srebro 2006).

Klasyfikacja oferty związana jest również z segmentami rynku, do których ma trafić (tab. 1).

Tabela 1. Segmenty turystów przebywających na wypoczynku na wsi

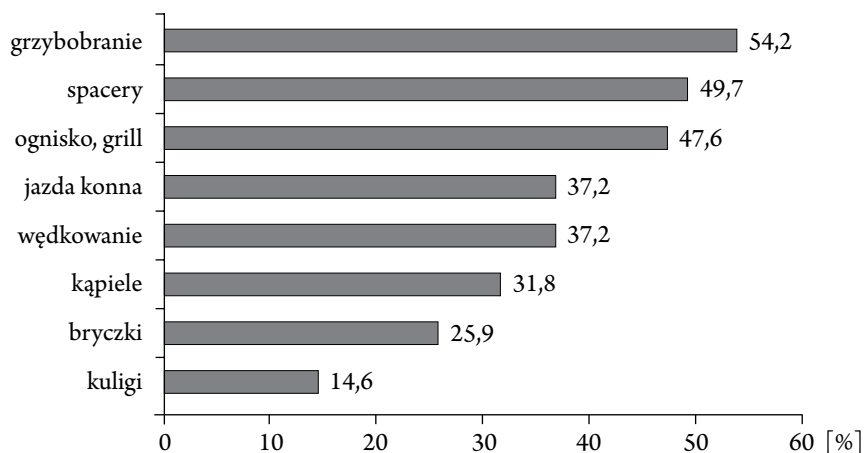
Turystyka indywidualna	Turystyka grupowa
<ul style="list-style-type: none"> – niezależna młodzież i studenci (15-25 lat) – młodszy dorośli niezależni, bez rodziny (25-45 lat) – rodziny z dziećmi w wieku 6-15 lat – dorośli do 60 lat – ludzie starsi (60-75 lat) 	<ul style="list-style-type: none"> – grupy edukacyjne, głównie dzieci i młodzież – grupy hobbystyczne i o specjalnych zainteresowaniach – organizacje młodzieżowe (ZHP, PTSM, PTTK) – związki sportowe

Źródło: Kaganek 2003.

Można więc uściślić, że „rekreacyjność” oferty gospodarstw agroturystycznych, rozumiana jako rozwijanie i specjalizowanie jej w konkretnych typach aktywności ruchowych i rekreacyjnych, dostosowanych do potrzeb i możliwości klientów, może rozwijać się w gospodarstwie w następujących kierunkach:

- wprowadzanie do ofert specjalnych aktywności rekreacyjnych (np. gospodarstwo Ośrodek Sportu i Rekreacji Konnej, Bronków k. Bobrowic, lubuskie),
- rozwijanie bazy sportowo-rekreacyjnej (np. gospodarstwo W sercu lasu, Lubień k. Miedzichowa, wielkopolskie),
- dostosowywanie gospodarstw zarówno do potrzeb ruchowych, jak i zdrowotnych gości (np. niepełnosprawnych; gospodarstwo Pod Gruszą, Gruszów, małopolskie),

Wykres 1. Najpopularniejsze formy w ofercie rekreacyjnej gospodarstw agroturystycznych



Źródło: opracowanie własne na podstawie: Kacprzak 2010.

- animacja czasu wolnego dostosowana do różnych segmentów klientów (np. gospodarstwo Ściernisko, Żukowo k. Rytle, pomorskie, www.sciernisko.pl),
- terapie ruchowe i naturalne (np. gospodarstwo Dworek Janowicki, Kaźmierzewo k. Lubania, kujawsko-pomorskie, www.osrodekterapiinaturalnej.pl),
- promocja ruchu i zdrowia (np. gospodarstwo Gzinianka, Gzin k. Dąbrowy Chełmińskiej, kujawsko-pomorskie).

Na podstawie badań województwa wielkopolskiego i aglomeracji poznańskiej (Kacprzak 2010) można stwierdzić, że wszystkie gospodarstwa agroturystyczne dysponują różnorodną ofertą rekreacyjną, która jest systematycznie wzbogacana. Nie jest to jednak oferta wyspecjalizowana, a większość gospodarstw świadczy usługi powszechnie popularne i dostępne (wykres 1).

7. Podsumowanie

Warto zwrócić uwagę, że turystyka wiejska i agroturystyka w Polsce rozwija się bardzo dynamicznie, ale zdecydowanie zbyt chaotycznie, czerpiąc wzorce z różnych krajów europejskich oraz bazując na pomysłowości poszczególnych organizatorów. Jest to z jednej strony korzystne ze względu na kreatywność – zdarza się, że powstają oryginalne agrogospodarstwa i ciekawe miejsca wypoczynku. Z drugiej strony jest to działalność postrzegana przez wielu jako dobry sposób na ra-

towanie budżetu, zarówno domowego, jak i gminy. Stwarza to realne ryzyko niepowodzenia finansowego gospodarza. Przy nieumiejętnej promocji gminy oraz złym zarządzaniu wiedzą i zasobami turystycznymi może nawet prowadzić do wzrostu zagrożenia dla środowiska naturalnego i dziedzictwa kulturowego. Konieczne jest więc wypracowanie modeli ukierunkowujących turystykę wiejską.

Kolejny problem, bardziej teoretyczny, dotyczy wyodrębnienia agroturystyki z turystyki wiejskiej. Z wielu badań i obserwacji wynika, że różnice te są w praktyce nieczytelne, a zarówno dla organizatorów, jak i uczestników drugorzędne. Dla gospodarzy ważne jest, aby działalność przynosiła zysk i rozwijała się, dla turystów – aby na wakacjach aktywnie i ciekawie spędzać czas. Skłania to do kładzenia większego nacisku na innowacyjność, specjalizację i fachową obsługę klienta niż na rozważania definicyjne. Specjalizacja może polegać na nastawieniu na konkretną grupę – rodziny z małymi dziećmi, osoby starsze, niepełnosprawni lub na przygotowaniu indywidualnej oferty, np. rekreacyjnej. Warto zwracać uwagę na ekologizację gospodarstwa, gdyż dla wielu osób, zwłaszcza turystów zagranicznych, ważna jest ochrona środowiska i przyrody. Ponadto nie wystarczy stawiać na indywidualność i improwizować – należy również wdrażać sprawdzone w innych dziedzinach hotelarstwa standardy obsługi klienta.

Literatura

- Brandth B., Haugen M. S., Kramvik B. (2010), The Future can only be Imagined. Innovations in Farm-Tourism from a Phenomenological Perspective, *The Open Social Science Journal*, nr 3: 51-59.
- Dorocki S., Szymańska A. I., Zdon-Korzeniowska M. (2013), Przedsiębiorstwa agroturystyczne w gospodarce opartej na wiedzy, *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego*, nr 24.
- Drzewiecki M. (1995), *Agroturystyka*, Bydgoszcz: Świadectwo.
- Jalinik M. (2007), Typologia gospodarstw agroturystycznych, *Roczniki Naukowe SERiA*, t. IX, nr 2: 109-116.
- Jansen-Verbeke M. (1990), Znaczenie turystyki na terenach wiejskich w Europie, *Problemy Turystyki*, nr 1-2.
- Kacprzak E. (2010), *Stan i perspektywy rozwoju agroturystyki w województwie wielkopolskim*, Poznań: Instytut Geografii Społeczno-Ekonomicznej i Gospodarki Przestrzennej UAM, www.ksow.pl.
- Kaganek K. (2003), Turystyka kwalifikowana, w: *Turystyka rekreacyjna oraz turystyka specjalistyczna*, red. T. Burzyński, M. Łabaj, Warszawa: Eurecna i inni.
- Machnik A. (2010), Wybrane modele ekoturystyki na obszarach przyrodniczo cennych w Polsce, *Geoturystyka*, nr 3-4 (22-23): 19-26.
- Machnik A. (2013), Zarządzanie wiedzą i edukacja dla potrzeb turystyki przyrodniczej i ekoturystyki, *Współczesne Zarządzanie. Kwartalnik Środowisk Naukowych i Liderów Biznesu*, nr 1: 148-158.

- Mikołajewicz A., Srebro B. (2006), Przygotowanie specjalistyczne oferty dla grup turystów uczestniczących w turystyce wiejskiej, w: *Materiały szkoleniowe z zakresu turystyki wiejskiej*, www.sot.org.pl/web_documents/publikacja_15.pdf [1.12.2013].
- Niedziółka A. (2008), Innowacyjne usługi rekreacyjne jako determinanta rozwoju agroturystyki w województwie małopolskim, *Prace Naukowe Szkoły Głównej Gospodarstwa Wiejskiego, Wydział Nauk Ekonomicznych, Katedra Polityki Agrarnej i Marketingu*, nr 45(2): 231-241.
- Niedziółka A. (2010), Strategia rozwoju turystyki na obszarach wiejskich na przykładzie województwa małopolskiego, *Folia Pomeranae Universitatis Technologiae Stetinensis. Oeconomica*, t. 282, nr 60: 127-136.
- Perechuda K., Hołodnik D. (2012), Nowoczesny model gospodarstwa agroturystycznego oparty na wiedzy, w: *Zarządzanie wiedzą w turystyce a efektywność gospodarki turystycznej*, red. M. Morawski, Wrocław: AWF we Wrocławiu.
- Puciato D., Woś B. (2011), Innowacje jako forma wzbogacenia oferty wybranych gospodarstw agroturystycznych w Górach Świętokrzyskich, *Folia Pomeranae Universitatis Technologiae Stetinensis. Oeconomica*, t. 288, nr 64: 113-124.
- Smoleńska O. (2008), Specjalizacja gospodarstw agroturystycznych jako determinanta rozwoju terenów wiejskich – założenia problemowe, *Folia Universitatis Agriculturae Stetinensis. Oeconomica*, nr 53: 187-194.
- Smoleńska O. (2014), *Uwarunkowania rozwoju oferty gospodarstw agroturystycznych Wielkopolski w aspekcie rekreacji ruchowej* [niepubl. rozprawa doktorska], Poznań: AWF w Poznaniu.
- Symonides E. (2007), *Ochrona przyrody*, Warszawa: Wyd. Uniwersytetu Warszawskiego.
- Wojciechowska J. (2010), Agroturystyka – signum polskiej turystyki, *Oeconomia*, t. 9, nr 4: 597-606.
- Woś B., Graczykowska B., Kosińska L. (2012), Analiza popytu na usługi agroturystyczne, *Ekonomiczne Problemy Usług. Zeszyt Naukowy Uniwersytetu Szczecińskiego*, t. 698, nr 83: 291-307.
- www.sie.org.pl/polski-certyfikat-ekoturystyczny [1.12.2013].
- Zaręba D. (2008), *Ekoturystyka*, Warszawa: Wyd. Naukowe PWN.
- Zawadka J. (2010), Ewolucja działalności agroturystycznej w Polsce i typologia wiejskich gospodarstw turystycznych, *Oeconomia*, t. 9, nr 4: 627-638.

Contemporary conditions and determinants of rural tourism and the function of agritourism – agrifarm development specializing in ecology and recreation

Abstract. Nowadays, there are many agrifarms and rural tourism objects in Poland. According to some definitions, not all of them could be labeled as strictly agritourist, but that is not so important for tourist. They are not only looking for the peace and fresh air of a rural place, but moreso for some physical activity, attractions, and some knowledge about the region. Due to rising ecological awareness, visitors also pay attention to some modern solutions in construction,

housekeeping and agrifarming. Furthermore, it is very important to implement some client satisfaction measuring methods, used in the hospitality industry. Relying only on one's own invention and quality of the natural and cultural environment seems to not be sufficient in contemporary agritourism and rural tourism. The aim of this paper is to visit some theoretical problems and indicate directions for agritourism development, especially in ecological and recreational areas. The authors want to draw attention to both problems, as they are very important but often forgotten.

Keywords: agritourism, rural tourism, recreational offer, environment protection, ecological education, ecotourism, knowledge management, health

JAROSŁAW STYPEREK*

Postrzeganie parków narodowych w kategoriach systemu rekreacyjnego, produktu turystycznego i zagospodarowania turystycznego przez organy zarządzające parkami

Streszczenie. Artykuł zawiera wyniki badań ankietowych przeprowadzonych w parkach narodowych w Polsce. Badania skierowano do organów zarządzających parkami narodowymi (dyrekcje parków narodowych oraz struktury organizacyjne zajmujące się turystycznym udostępnianiem parku). Tematyka poruszona w ankiecie dotyczyła postrzegania parków narodowych w trzech kategoriach: systemu rekreacyjnego, produktu turystycznego i zagospodarowania turystycznego. Uzyskane dane pozwoliły na szczegółową analizę podejścia badanych podmiotów do wspomnianych kategorii oraz dały podstawę do sformułowania wniosków dotyczących zagadnień turystycznego i rekreacyjnego użytkowania parków narodowych w Polsce.

Słowa kluczowe: park narodowy, system rekreacyjny, produkt turystyczny, zagospodarowanie turystyczne

1. Wstęp

Rozwój oraz uwarunkowania aktywności turystycznej i rekreacyjnej na terenach parków narodowych zależą od wielu czynników wewnętrznych i zewnętrznych. Wśród czynników wewnętrznych dużą rolę odgrywają organy zarządzające parkami narodowymi oraz akty prawne określające wieloaspektowe funkcjonowanie obszarów chronionych w Polsce. Według koncepcji Terytorialnych Systemów Rekreacyjnych (TSR) Andrzeja Samuela Kostrowickiego (1975) oraz prac innych badaczy (Sołowiej 1992; Miedzińska 2006; Styperek 2002) zajmujących się teorią TSR jednym z ważnych czynników decydujących o funkcjonowaniu TSR są orga-

* Wyższa Szkoła Bankowa w Poznaniu, Wydział Finansów i Bankowości, Zakład Dydaktyczny Turystyki i Rekreacji, e-mail: jstyperek@wp.pl, tel. 502 495 992.

nizacyjno-prawne warunki rekreacji, do których zalicza się organy zarządzające. W przypadku parków narodowych są to dyrekcje parków narodowych oraz struktury organizacyjne zajmujące się turystycznym udostępnianiem parku. Zasadniczym celem badań było więc uzyskanie informacji, w jakim stopniu zarządzający parkami narodowymi w Polsce różnią się w postrzeganiu parków jako systemów rekreacyjnych i produktów turystycznych, oraz zweryfikowanie powszechnego przekonania, że szlaki turystyczne są najważniejszym elementem zagospodarowania turystycznego parków narodowych. W związku z tym przeprowadzono badania ankietowe we wszystkich parkach narodowych w Polsce, dotyczące postrzegania ich w trzech kategoriach: systemu rekreacyjnego, produktu turystycznego i zagospodarowania turystycznego. Kwestionariusz ankiety obejmował 16 pytań, podzielonych na kilka zagadnień: aktualny stan szlaków turystycznych na terenach parków, prowadzone modyfikacje w sieci szlaków turystycznych oraz zróżnicowanie opinii w kwestii postrzegania parków narodowych jako systemów rekreacyjnych i produktów turystycznych. Uwzględnienie trzech różnych kategorii pozwala na kompleksowe podejście do funkcjonowania terytorium parków narodowych w aspekcie ich turystycznego i rekreacyjnego użytkowania.

2. Postrzeganie parków narodowych w kategorii systemu rekreacyjnego

Analiza wyników badań wskazuje, że opinie dotyczące postrzegania parków narodowych w kategoriach systemu rekreacyjnego są niejednoznaczne. Organy zarządzające jedenastoma parkami wyrażają opinię, że parki narodowe można traktować jako systemy rekreacyjne, pozostałe są zdania przeciwnego. W badaniach zwrócono też uwagę na argumenty dotyczące traktowania parku jako systemu rekreacyjnego. Do czynników przemawiających za postrzeganiem parków jako systemu rekreacyjnego zaliczono ich udostępnianie turystyczne. Park może być traktowany jako system rekreacyjny w ramach tej funkcji jedynie w przypadku określonych form rekreacji. Udostępnianie turystyczne parku wynika z ustawy z dnia 16 kwietnia 2004 r. o ochronie przyrody (Dz.U. nr 92, poz. 880) oraz regulaminu parku. Ustawa jednak nie określa precyzyjnie charakteru ruchu turystycznego. W rozdziale 2, art. 12 tej ustawy wymieniono jedynie cele udostępniania parku: „Obszar parku narodowego udostępniany jest w celach naukowych, edukacyjnych, kulturowych, turystycznych, rekreacyjnych i sportowych w sposób, który nie wpłynie negatywnie na przyrodę w parku narodowym”. Systemowe rozwiązania dotyczące turystycznego udostępniania parków narodowych powinny być przedmiotem planów ochrony parków narodowych. Na zagadnienie kształtowania funkcji turystycznej w planach ochrony parków narodowych zwrócił uwagę

Tadeusz Chmielewski (2002), dokonując oceny operatów funkcji turystycznej i dydaktycznej na przykładzie Kampinoskiego i Poleskiego Parku Narodowego.

Do czynników decydujących o postrzeganiu parków narodowych jako systemu rekreacyjnego można również zaliczyć możliwość realizacji celów poznawczych i wypoczynkowych w parku. Ponadto park narodowy jest obszarem, gdzie można zregenerować siły psychiczne i fizyczne. Ważną jego cechą jest też jego atrakcyjność i zagospodarowanie turystyczne. Tylko w jednym przypadku (Park Narodowy Ujście Warty) odniesiono się do teorii TSR Kostrowickiego, zwracając uwagę na dominującą rolę podsystemu zarządzającego.

Natomiast argumentem przeciw postrzeganiu parków narodowych jako systemu rekreacyjnego jest ich nadrzędna funkcja, czyli ochrona przyrody. W większości udzielonych odpowiedzi powoływano się na ustawę o ochronie przyrody. Zwrócono również uwagę, że rekreacja na obszarach chronionych wywołuje konflikty i stwarza zagrożenie dla ekosystemów parków. W niektórych przypadkach (np. Karkonoski Park Narodowy) uznano, że pojęcie rekreacji odnoszące się do wypoczynku na terenach górskich parków jest niewłaściwe, a pobyt w parku należy określać mianem „aktywnego wypoczynku”. Z badań wynika też, że terminy „system rekreacyjny” i „rekreacja” często są utożsamiane z turystyką masową.

We wspomnianej ustawie nie zdefiniowano pojęcia „turystyka masowa” ani nie określono parametrów dotyczących wielkości ruchu turystycznego oraz metod ich ustalania dla obszarów parków narodowych. Ustawodawcy zwrócili jedynie uwagę na konieczność określenia w planie ochrony przyrody wybranych miejsc w parku, dla których należy ustalić maksymalną liczbę osób mogących w nich przebywać, ale nie określili sposobów ustalania maksymalnej chłonności turystycznej parków narodowych ani maksymalnych norm dotyczących penetracji linearnej na szlakach turystycznych. Problematykę wielkości ruchu turystycznego powinny uwzględniać wspomniane operaty kształtowania funkcji turystycznej. Do takich rozwiązań, stosowanych np. w Kampinoskim Parku Narodowym, można zaliczyć organizowanie stref buforowo-recepcyjnych i systemowe rozmieszczenie „śluz wejściowych” (miejsc sprzedawania i kontrolowania kart wstępu do parku), gdzie można limitować liczbę odwiedzających (Chmielewski 2002). Niestety żaden z badanych organów zarządzających parkami nie uwzględnił operatów kształtowania funkcji turystycznej jako argumentu w ocenie parków w kategoriach systemu rekreacyjnego. Innym powodem wykluczającym traktowanie parków narodowych jako systemów rekreacyjnych jest brak urządzeń umożliwiających uprawianie rekreacji (wyjątek stanowią szlaki turystyczne i ścieżki edukacyjne).

Analiza niejednoznacznych opinii dotyczących postrzegania parków narodowych jako systemu rekreacyjnego pozwala wnioskować, że organy zarządzające parkami różnią się w interpretacji praw i zasad dotyczących udostępniania turystycznego parków narodowych, co oznacza, że prawa te określone są mało precyzyjnie.

3. Postrzeganie parków narodowych w kategorii produktu turystycznego

Niejednoznaczne opinie uzyskano również w przypadku traktowania parku narodowego w kategoriach produktu turystycznego. Podstawowym argumentem przemawiającym za postrzeganiem parków narodowych jako produktu turystycznego jest przybywanie turystów na obszary parków. Mają one bowiem niezwykle walory przyrodnicze, dobrze rozwiniętą infrastrukturę turystyczną oraz ofertę turystyczną. Odniesiono się również do definicji produktu turystycznego, podkreślając, iż w jego skład wchodzi elementy parku, do których zalicza się dobra materialne, np. walory przyrodnicze, elementy zagospodarowania turystycznego, wydawnictwa i różnego rodzaju usługi, m.in. przewodnictwo i działalność edukacyjno-przyrodniczą. W parkach narodowych oferowane są również idee, takie jak ochrona przyrody. Jako ważny czynnik ujęcia parków narodowych w kategoriach produktu turystycznego wskazuje się także ofertę turystyczną parków promowanych jako produkt turystyczny w wydawnictwach i na targach turystycznych. W tym sensie parki można traktować jako produkt regionalny. Parki narodowe można postrzegać jako produkty turystyczne również ze względu na dobra materialne i usługi, które wyróżniają się lokalizacją w przestrzeni – park posiada bogatą infrastrukturę, jaką nie dysponują tereny sąsiadujące z nim.

W grupie czynników wykluczających postrzeganie parków narodowych jako produktu turystycznego dominująca (podobnie jak w przypadku ujmowania parku narodowego jako systemu rekreacyjnego) jest funkcja ochrony przyrody wynikająca z ustawy o ochronie przyrody. Zwrócono też uwagę na fakt, że parki narodowe nie są powołane do rozwijania turystyki i generowania zysków. W przypadku trzech parków: Gorczańskiego, Magurskiego i Narwiańskiego przedstawiono argumenty przemawiające zarówno za traktowaniem parków jako produktu turystycznego, jak i opinie przeciwnie. Wskazano przy tym, że parki narodowe mogą być produktem turystycznym tylko w przypadku turystyki zrównoważonej, a nie masowej.

4. Postrzeganie parków narodowych w kategorii zagospodarowania turystycznego

W badaniach ankietowych poruszono również kwestię zagospodarowania turystycznego. Badania te dotyczyły oceny aktualnego stanu szlaków turystycznych, modyfikacji szlaków turystycznych oraz postrzegania szlaków turystycznych

jako najważniejszego elementu zagospodarowania turystycznego parków narodowych. W większości parków stwierdzono, że istniejąca sieć szlaków turystycznych jest wystarczająca i nie należy jej rozbudowywać. Tylko w dwóch parkach: Kampinoskim i Narwiańskim aktualny stan szlaków turystycznych oceniono jako niewystarczający. W obu przypadkach uznano, że sieć szlaków turystycznych należy rozwijać zgodnie z zapotrzebowaniem (np. wzrost zainteresowania turystyką konną w Kampinoskim Parku Narodowym). W ośmiu parkach w ostatnich latach nie modyfikowano sieci szlaków turystycznych. W pozostałych parkach modyfikacji poddano głównie szlaki piesze, a w kilku przypadkach – szlaki rowerowe i konne. Główną formą modyfikacji była zmiana przebiegów szlaków ze względu na ochronę przyrody w strefach narażonych na degradację środowiska geograficznego (ochrona siedlisk ptaków, erozja wydm). Do innych powodów modyfikacji szlaków można zaliczyć bezpieczeństwo użytkowników oraz uciążliwy dla mieszkańców przebieg szlaków przy posesjach. Specyficzne zmiany dotyczą też parków przygranicznych, np. Gór Stołowych, gdzie zmodyfikowano szlaki przygraniczne ze względu na wejście Polski do strefy Schengen.

Większość organów zarządzających parkami narodowymi uznała, że szlaki turystyczne należy traktować jako najważniejszy element zagospodarowania turystycznego parków narodowych. Wynika to przede wszystkim z faktu, że szlaki turystyczne są najważniejszymi, a często jedynymi ciągami umożliwiającymi penetrację terytoriów parków. Kolejnym czynnikiem jest ukierunkowanie ruchu turystycznego przez sieć szlaków turystycznych. Odpowiedni układ i zagospodarowanie szlaków eliminuje niepożądaną penetrację oraz umożliwia realizację celów edukacyjnych. Prawidłowy układ szlaków w przestrzeni parku wpływa też na ograniczenie negatywnego oddziaływania ruchu turystycznego na środowisko parku. Jako istotny czynnik wskazano udostępnianie najciekawszych miejsc w parku dzięki odpowiednio przygotowanym szlakom. Zaznaczono też, że szlaki turystyczne uzupełniają pozostałe elementy zagospodarowania turystycznego, takie jak muzea czy ośrodki edukacyjne. W przypadku kilku parków uznano, że szlaki turystyczne nie są najważniejszym elementem zagospodarowania. Według organów zarządzających parkami: Ojcowskim, Roztoczańskim i Ujścia Warty najważniejszymi elementami zagospodarowania turystycznego parków są obiekty edukacyjno-turystyczne.

5. Podsumowanie

Podsumowując badania przeprowadzone wśród organów zarządzających parkami narodowymi, dotyczące ujmowania parków w kategoriach systemu rekreacyjnego, produktu turystycznego i zagospodarowania turystycznego, można wysnuć następujące wnioski:

- postrzeganie parków narodowych jako systemu rekreacyjnego przez organy zarządzające parkami narodowymi jest niejednoznaczne,
 - pojęcie „system rekreacyjny” kojarzone jest z turystyką masową,
 - analiza wyników badań wskazuje na brak precyzyjnych wytycznych w ustawie o ochronie przyrody co do turystycznego udostępniania parków narodowych,
 - zauważa się znikomy wpływ operatów kształtowania funkcji turystycznej na postrzeganie parków narodowych zarówno w kategorii systemu rekreacyjnego, jak i produktu turystycznego,
 - park narodowy można traktować jako produkt turystyczny w ramach turystyki zrównoważonej,
 - istniejąca sieć szlaków turystycznych na obszarach parków narodowych jest wystarczająca,
 - szlaki turystyczne są najważniejszym elementem zagospodarowania turystycznego parków narodowych.
- Wnioski te wskazują kierunki dalszych badań, które powinny dotyczyć:
- określenia elementów składowych i powiązań TSR parków narodowych w ujęciu modelowym,
 - rozwinięcia zagadnienia turystycznego udostępniania parków narodowych, np. poprzez konstruowanie i realizowanie operatów kształtowania funkcji turystycznej,
 - wydzielenia elementów (dóbr i usług) parków narodowych w ramach produktu turystycznego i produktu ekoturystycznego.

Literatura

- Chmielewski J.T. (2002), Kształtowanie funkcji turystycznej w planach ochrony wybranych parków narodowych, w: *Użytkowanie turystyczne parków narodowych*, red. J. Partyka, Ojców: Ojcowski Park Narodowy.
- Kostrowicki A.S. (1975), Podejście systemowe w badaniach nad rekreacją, *Przegląd Geograficzny*, t. 44, nr 2: 263-278.
- Miedzińska I. (2006), Identyfikacja stref aktywności turystycznej na przykładzie Pojezierza Lubuskiego, w: *Turystyka w badaniach naukowych. Prace przyrodnicze i humanistyczne*, red. J. Krupa, J. Biliński, Rzeszów: Wyd. Wyższej Szkoły Informatyki i Zarządzania.
- Sołowiej D. (1992), *Weryfikacja ocen integralnych atrakcyjności środowiska przyrodniczego człowieka w wybranych systemach rekreacyjnych*, Poznań: Wyd. Naukowe UAM.
- Styperek J. (2002), *Linearne systemy penetracji rekreacyjnej*, Poznań: Bogucki Wyd. Naukowe.
- Ustawa z dnia 16 kwietnia 2004 r. o ochronie przyrody, Dz.U. nr 92, poz. 880.

The perception of national parks as a recreation system, as a tourism product, and tourist facility development in the opinion of park managing authorities

Abstract. The paper contains the findings of a survey conducted in national parks in Poland. The research was addressed to the managing authorities of national parks (board of directors and organizational structures providing access for tourism). The survey deals with the perception of national parks in terms of three categories: recreation system, tourism product and tourist facility development. The findings enabled a detailed analysis of respondents' attitude to the above mentioned categories and they were grounds for drawing conclusions concerning tourist and recreational use of national parks in Poland.

Keywords: national park, recreation system, tourism product, tourist facility development

Recenzenci „Studia Periegetica” nr 9-10, 2013

Reviewers of “Studia Periegetica” issues 9-10, 2013

prof. dr hab. Ryszard Asienkiewicz

prof. dr hab. Sławomir Drozdowski

dr Alicja Kaiser

dr Wojciech Kisiała

dr hab. Józef Komorowski

dr Agnieszka Mrozińska

dr Marek Sokołowski

dr hab. Andrzej Wieczorek

- *Uniwersytet Zielonogórski*
- *Akademia Wychowania Fizycznego im. E. Piaseckiego w Poznaniu*
- *Wyższa Szkoła Bankowa w Poznaniu*
- *Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu*
- *Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu*
- *Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu*
- *Akademia Wychowania Fizycznego im. E. Piaseckiego w Poznaniu*
- *Akademia Wychowania Fizycznego im. E. Piaseckiego w Poznaniu*

