Prace Komisji Geografii Przemysłu
Polskiego Towarzystwa Geograficznego
kwartalnik naukowy

Studies of the Industrial Geography Commission
of the Polish Geographical Society
a scientific quarterly

WYBRANE PROBLEMY ROZWOJU USŁUG TRANSPORTOWYCH I TURYSTYCZNYCH

pod redakcją
Zbigniewa Zioło i Tomasza Rachwała

SELECTED ISSUES IN THE DEVELOPMENT OF TRANSPORT AND TOURISM INDUSTRY

edited by
Zbigniew Zioło and Tomasz Rachwał

DOI 10.24917/20801653.321

32(1) • 2018

Polskie Towarzystwo Geograficzne – Komisja Geografii Przemysłu
Polish Geographical Society – Industrial Geography Commission

Uniwersytet Pedagogiczny im. Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie
– Instytut Geografii, Zakład Przedsiębiorczości i Gospodarki Przestrzennej
Pedagogical University of Cracow
– Institute of Geography, Department of Entrepreneurship and Spatial Management

**PRACE KOMISJI GEOGRAFII PRZEMYSŁU
POLSKIEGO TOWARZYSTWA GEOGRAFICZNEGO**

**STUDIES OF THE INDUSTRIAL GEOGRAPHY COMMISSION
OF THE POLISH GEOGRAPHICAL SOCIETY**

***32*(1)**

Redaktor naczelny / Editor-in-chief: Zbigniew Zioło

Zastępca redaktora naczelnego – redaktor prowadzący / Associate – managing editor: Tomasz Rachwał

Rada Redakcyjna / Editorial Board
Paweł Czapliński, Wiesława Gierańczyk, Anatol Jakobson, Wioletta Kilar, Ana María Liberali, Tadeusz Marszał, Tomasz Rachwał (wiceprzewodniczący/vice-chair), Eugeniusz Rydz, Tadeusz Stryjakiewicz, Anatoly V. Stepanov, Yolanda Carbajal Suárez , Natalia M. Syssoeva, Zdeněk Szczyrba, Anna Tobolska, Krzysztof Wiedermann, Nuri Yavan, Zbigniew Zioło (przewodniczący/chair)

Recenzenci współpracujący od 2015 r. / List of reviewers from 2015
Zoltán Bartha, Bernard Bińczycki, Krzysztof Borodako, Paweł Czapliński, Anna Czaplińska-Kibycz, Joanna Dominiak, Hanna Godlewska-Majkowska, Bronisław Górz, Andrea Gubik, Mihailo Hamkalo, Bartosz Jenner, Jerzy Kitowski, Arkadiusz Kołoś, Tomasz Komornicki, Joanna Kudełko, Marek Maciejewski, Zbigniew Makieła, René Matlovič, Małgorzata Mędrala, Beata Namyślak, Pavel Ptáček, Eugeniusz Rydz, Marcin Salamaga, Maciej Smętkowski, Jacek Strojny, Zdeněk Szczyrba, Vladimir Szekely, Zygmunt Szymla, Przemysław Śleszyński, Katarzyna Świerczewska-Pietras, Maria Tkocz, Radosław Uliszak, Maria Urbaniec, Krzysztof Wach, Robert Włodarczyk, Bernadetta Zawilińska, Agnieszka Żur

Deklaracja wersji pierwotnej / Definition of primary version
Wersja drukowana jest wersją pierwotną publikacji / The primary version of the journal is the printed version.

Strona internetowa czasopisma z informacjami dla autorów i dostępem do pełnych tekstów archiwalnych artykułów w wersji elektronicznej / Journal website with information for authors and access to the full-text electronic versions of archive papers: www.prace-kgp.up.krakow.pl, ISSN (ON-LINE): 2449-903X

Kontakt z redakcją / Journal contact
Sekretarz redakcji (Secretary):
Wioletta Kilar
Zakład Przedsiębiorczości i Gospodarki Przestrzennej, Instytut Geografii
Uniwersytet Pedagogiczny w Krakowie, ul. Podchorążych 2, 30-084 Kraków, p. 437
tel. (+48) 12 662 62 55, faks (+48) 12 662 62 43, e-mail: pracekgp@up.krakow.pl

ISSN 2080-1653
© Copyright by Wydawnictwo Naukowe UP, Kraków 2018

Wydawca/Publisher
Uniwersytet Pedagogiczny im. Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie,
– Instytut Geografii, Zakład Przedsiębiorczości i Gospodarki Przestrzennej
Pedagogical University of Cracow
– Institute of Geography, Department of Entrepreneurship and Spatial Management
Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Pedagogicznego w Krakowie
e-mail: wydawnictwo@up.krakow.pl; http://www.wydawnictwoup.pl

Współwydawca/Co-publisher
Polskie Towarzystwo Geograficzne – Komisja Geografii Przemysłu
Polish Geographical Society – Industrial Geography Commission

Druk/Printed by Zespół Poligraficzny WN UP

Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego
Studies of the Industrial Geography Commission of the Polish Geographical Society
32(1) • 2018
ISSN 2080-1653

Wprowadzenie

W procesie rozwoju społeczno-gospodarczego i kulturowego następuje przebudowa bazy ekonomicznej kraju oraz układów regionalnych i lokalnych. W fazie industrialnej przemysł traktowano jako podstawowy czynnik rozwoju gospodarczego, natomiast w fazie postindustrialnej tę funkcję przejmują sektory usługowe. Do tej problematyki nawiązują treści prezentowanych prac poświęconych wybranym zagadnieniom usług transportowych i turystycznych. Sektory te w odmiennym stopniu wpływają na kształtowanie gospodarki. Rozwój transportu umożliwia integrację przestrzenną działalności gospodarczej w drodze sieciowych powiązań przestrzenno-produkcyjnych, dając możliwość przemieszczania gotowych produktów, surowców, materiałów, energii między miejscami ich występowania a obszarami rynkowymi, zaś rozwój związanej z nim infrastruktury jest także ważnym czynnikiem lokalizacji działalności gospodarczej oraz wzrostu dostępności układów przestrzennych. Natomiast rozwój usług turystycznych powiązany jest głównie z zasobami finansowymi ludności, ich upodobaniami oraz chęcią spędzania wolnego czasu poza miejscem stałego zamieszkania. Podkreślają to prace poszczególnych autorów prezentujące własne wyniki badań, które są na różnym etapie realizacji.

W artykule wprowadzającym W. Sadkowski, na podstawie literatury przedmiotu, dokonuje przeglądu wybranych zagadnień dotyczących funkcji usług oraz ich klasyfikacji. Przedstawiono podstawowe definicje przedsiębiorstwa usługowego, problematykę jego zarządzania oraz reguły działalności usługowej. Zwrócono uwagę na funkcje sektora usługowego oraz na wpływ jakości świadczonych usług na wyniki finansowe podmiotów gospodarczych.

Problematykę pierwszej grupy prac otwiera artykuł T. Bocheńskiego poświęcony możliwości wykorzystania transportu kolejowego i intermodalnego w rozwoju gospodarczym. Zwrócono w nim uwagę na rozmieszczenie krajowych stref przemysłowych w stosunku do lokalizacji terminali intermodalnych (kontenerowych) oraz wskazano na możliwości większego wykorzystania transportu kolejowego i intermodalnego w ich rozwoju. Wskazano bariery rozwoju transportu oraz ich wpływ na zwiększenie kosztów zewnętrznych transportu i jego negatywny wpływ na środowisko.

Kontynuacją tej problematyki jest praca K. Świerczewskiej-Pietras. Na tle możliwości rozwoju transportu śródlądowego w Polsce i Europie omówiono plan rewitalizacji drogi wodnej E40 i budowę nowego kanału żeglugowego Wisła–Brześć. Podkreślono wagę realizacji założonego programu, który umożliwi połączenia żeglugowe między Morzem Bałtyckim a Morzem Czarnym. Nadmieniono, że reaktywowany szlak wodny, w porównaniu z innymi środkami transportu, wpłynie na obniżenie kosztów transportu oraz na znaczne obniżenie degradacji środowiska przyrodniczego.

Druga grupa prac podejmuje problematykę działalności turystycznej. A. Rządzik i M. Żemła, prezentując działalność hotelarską, podkreślają, że szczególnie ważną rolę

odgrywa w niej marketing. Jego głównym celem jest wskazanie określonych zalet oraz wykreowanie atrakcyjnej marki danego obiektu. Na tym tle podjęto próbę oceny rozpoznawalności marek hoteli niezrzeszonych w strukturach organizacyjnych. Wyniki badań wskazały na stosunkowo niski poziom wiedzy respondentów o markach tej grupy hoteli.

Problematykę tę podjęły także M. Żmuda-Pałka, M. Siwek i A. Kolasińska. Autorki przyjęły wstępne założenie, że światowy trend dążenia do poprawy jakości życia będzie wpływał na potrzebę propagowania jego zdrowego trybu oraz na zmiany w dotychczasowych nawykach podróżniczych. W tym celu dokonano analizy usług spa i wellness w wybranych krakowskich hotelach. Podkreślono, że w wyniku nasilenia odpowiednich działań marketingowych systematycznie wzrasta zainteresowanie urlopami połączonymi z zabiegami odnowy biologicznej, a zwłaszcza dążenie do poprawy urody.

J.A. Wendt i T. Wiskulski przedstawili rozwijającą się turystykę morską. Podkreślono, że obecnie jest ona najszybciej rozwijającym się segmentem turystyki i przynosi znaczne dochody budżetowe miastom i portom. Wskazują na to wyniki badań dotyczące zmian nasilenia ruchu statków wycieczkowych i liczby turystów przypływających do Gdyni latach 1997–2016. Zwrócono uwagę na spadek liczby wizyt statków wycieczkowych, przy mało zmieniającej się liczbie turystów, co związane jest z wizytami coraz większych jednostek. Wskazano na brak znaczących inwestycji w infrastrukturę portową dla potrzeb turystyki morskiej, co w znacznym stopniu stanowi barierę dla jej rozwoju.

M. Szajt podjął próbę określenia, w jakim stopniu nasilenie usług turystycznych oraz popytu wewnętrznego i zewnętrznego wpływa na rozwój struktur regionalnych. W wyniku badań stwierdzono, że wpływ ten w układach regionalnych jest zróżnicowany i przejawia się zarówno we wzroście ruchu turystycznego, jak i w jego spadku. Podkreślono znaczne różnice w sezonowości pomiędzy turystami rezydentami a nierezydentami oraz zróżnicowaną częstotliwość odwiedzin w poszczególnych regionach. Stwierdzono, że turyści z zagranicy najbardziej zainteresowani są odwiedzinami dużych miast, co częściowo wynika także z przedłużenia w nich sezonu turystycznego.

B. Wójtowicz przyjmuje, że działalność turystyczna jest traktowana jako ważny czynnik wzrostu gospodarczego, zwłaszcza układów lokalnych, ale jej nadmiar może prowadzić do niekorzystnych skutków. Uzasadnia to wynikami badań w Jordanii, co ilustruje zwiększaniem niekorzystnego wpływu międzynarodowego ruchu turystycznego na pogarszający się stan zabytków architektury nabetejskiej i społeczność lokalną Petry, zwłaszcza negatywnym oddziaływaniem na plemiona beduińskie.

K. Ziółkowska-Weiss analizuje powiązania nasilenia migracji z aktywnością turystyczną. Wskazano, że wpływ czynników politycznych i prawnych Stanów Zjednoczonych odgrywa znaczącą rolę w ograniczaniu rozmiarów migracji ludności, zwłaszcza z krajów pozbawionych możliwości bezwizowych przyjazdów, w tym Polaków. Na tym tle przedstawiono ruch turystyczny chicagowskiej Polonii, na bazie wyników badań przeprowadzonych przy pomocy metody sondażu diagnostycznego na populacji 1014 osób.

Zdajemy sobie sprawę, że prezentowana problematyka badawcza wymaga w wielu wypadkach dalszych pogłębionych badań, do których zachęcamy zarówno autorów, jak i naszych czytelników, a nowe osiągnięcia zaprezentujemy w kolejnych tomach czasopisma.

Zbigniew Zioło, Tomasz Rachwał

Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego
Studies of the Industrial Geography Commission of the Polish Geographical Society
32(1) • 2018
ISSN 2080-1653

Introduction

In the process of socio-economic and cultural development, the economic base and regional and local systems of the country undergo reconstruction. In the industrial phase, industry itself was treated as the primary factor of economic growth, while in the post-industrial phase this function is overtaken by services sectors. Content presented in the present volume devoted to selected issues of transport and tourist services all relates to the above-mentioned topic. These sectors influence the formation and evolution of economy to a varying degree. Development of transport allows for spatial integration of economic activity by binding spatial-production networks enabling the movement of finished products, raw materials, materials, and energy between the place they are found in and market areas. The development of infrastructure associated with them is also an important factor in the location of economic activity and an increase in the availability of spatial systems. Development of tourist services on the other hand is connected mainly with financial resources of people, their preferences and desire to spend their spare time outside of their place of permanent residence. This is emphasised by various authors presenting results of different stages of their own research.

In an introductory article, basing on literature available, W. Sadkowski reviews selected issues concerning the features of services and their classification. He presents basic definitions of service enterprises, its management and rules of service activities. Additionally, he also points to the functions of services sector and the influence of quality of services provided on the financial results of business entities.

T. Bocheński's article on the possible use of rail and intermodal transport in economic development opens the first set of topics. The author brings attention to the location of national industrial zones in relation to the location of intermodal terminals (containers) and suggests opportunities for increasing the use of rail and intermodal transport in their development. Transport development barriers were identified, along with their impact on the increase of external costs of transport and its negative influence on the environment.

The article by K. Świerczewska-Pietras continues deliberations on this topic. Revitalisation plan for the E40 waterway and construction of a new Wisła–Brześć channel was discussed against the possibilities of developing inland waterway transport in Poland and Europe. The importance of the implementation of the programme was emphasized, as it will enable the shipping connection between the Baltic Sea and the Black Sea. The author also notes that the reactivated waterway, compared to other modes of transport, will reduce transport costs and significantly reduce degradation of the environment.

The second set of articles studies the topic of tourism activities. A. Rządzik and M. Żemła, presenting hotel industry activities, stress the vital role of marketing. Its main purpose is to indicate the specific advantages and to create an attractive brand for

a given complex. Against this background, an attempt was made at assessing recognition of independent hotels. Research results indicate a relatively low level of knowledge of respondents in terms of this group of hotels.

The issue was also studied by M. Żmuda-Pałka, M. Siwek and A. Kolasińska. The authors have adopted an initial assumption that the global trend towards improving the quality of life will influence the need to promote a healthy lifestyle and other changes in current travel habits. For this purpose, an analysis of Spa & Wellness services in selected Krakow hotels was made. It was emphasised that as a result of increasing certain marketing activities, the interest in vacations combined with wellness treatments raises. This is particularly true of beauty treatments.

J.A. Wendt and T. Wiskulski discussed developing maritime tourism. They point out that currently it is the fastest growing branch of tourism that brings significant budget revenue for cities and ports. This is indicated by studies on the changes in cruise ships volume and the number of tourists coming to Gdynia in the period 1997–2016. The authors drew attention to the fact that the number of cruise ships declined while the number of tourists did not fluctuate much. This is connected with the presence of bigger and bigger vessels. The lack of substantial investment in port infrastructure for tourism purposes, which is a significant barrier in its development, was also indicated in the paper.

M. Szajt ventured to determine to what extent does the volume of tourist services and internal and external demand influence the development of regional structures. As a result of the study, it was found that said influence in regional systems is varied and is manifested through both an increase and decline in tourism. The paper highlights significant differences in seasonality between tourists-residents and non-residents, as well as varied frequency of visits in different regions. It was found that tourists from abroad are mostly interested in visiting large cities which is partly the result of their extended tourist season.

B. Wójtowicz adopts that tourism activity is treated as an important factor of economic growth, especially in terms of local systems, but its excess can bring about negative effects. She justifies this by presenting the results of studies in Jordan which illustrate the increase in negative impact of international tourism on the deteriorating condition of architectural monuments of the Nabatean and local community of Petra, in particular the Bedouin tribes.

K. Ziółkowska-Weiss examines links between the increase in migration and tourist activity. She indicates that the influence of political and legal factors of the United States plays a significant role in limiting the size of migration, especially from countries with a visa requirement, including Poland. Against this background she presents tourist movement of Chicago Polonia, based on the results of a study carried out as a diagnostic survey on a sample of 1014 people.

We realise that the issues presented in many cases require further in-depth study to which we encourage both the authors and our readers. New findings and results will be presented in subsequent volumes of the journal.

Zbigniew Zioło, Tomasz Rachwał

Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego
Studies of the Industrial Geography Commission of the Polish Geographical Society

32(1) • 2018

ISSN 2080-1653
DOI 10.24917/20801653.321.1

Wojciech Sadkowski
Uniwersytet Jagielloński, Kraków, Polska
Jagiellonian University, Cracow, Poland

Przegląd wybranej problematyki działalności usługowej

Service Industries: an Overview of Selected Issues

Streszczenie: Głównym celem artykułu jest przedstawienie najważniejszych funkcji usług oraz istoty działalności usługowej. Cel prowadzonych rozważań to również identyfikacja obszarów problemowych w zarządzaniu organizacjami usługowymi. W pierwszej części autor prezentuje definicje usługi oraz przedsiębiorstwa usługowego. W drugiej – przedstawia zestawienie najważniejszych cech usług odróżniających je od innych działalności. W trzeciej i czwartej części autor koncentruje się na funkcjach sektora usługowego oraz problemach w zarządzaniu przedsiębiorstwem usługowym. Obiektem badań jest usługa i związana z nią działalność usługowa, która odgrywa coraz istotniejszą rolę w polskiej gospodarce. W pracy przeprowadzono analizę piśmiennictwa naukowego z zakresu zarządzania jakością, ekonomiki usług, marketingu oraz zastosowano metody indukcji i dedukcji. Wg danych Ministerstwa Gospodarki z 2015 roku co drugi pracujący Polak znajduje zatrudnienie w usługach. W gospodarkach wysoko rozwiniętych aż 80% dochodu narodowego jest wytwarzane przez przedsiębiorstwa usługowe. Natomiast wkład sektora usługowego w tworzenie PKB Polski wzrósł z poziomu ok. 50% w latach dziewięćdziesiątych XX wieku do ok. 65% obecnie. Jakość realizowanych usług ma istotny wpływ na wyniki finansowe podmiotów tego sektora. Sukces na bardzo konkurencyjnym rynku usług może zapewnić tylko świadczenie usług najwyższej jakości.

Abstract: The main purpose of the article is to present the most important functions of services and the essence of service activity. Considerations lead to the identification of problematic areas in management of service organizations. In the first part, the author presents the definitions of services and service enterprise. The second item contains a summary of the most important features of services that distinguish them from other activities. In the third and fourth part, the author focuses on the functions of services sector, components of a service enterprise and problems in managing them. The research object is the service itself and associated service activity that plays an increasingly important role in Polish economy. The article contains an analysis of literature in the field of quality management, service economics, marketing and the methods of induction and deduction. According to the data of the Ministry of Economy from 2015, every second working Pole finds employment in services. In highly-developed economies, as much as 80% of the national income is generated by service companies. On the other hand, the contribution of the service sector to the creation of Polish GDP increased from around 50% in the 1990s to around 65% today. The quality of services provided has a significant impact on the financial results of entities in this sector. Success in a very competitive services market can be ensure only by the provision of top quality services.

Słowa kluczowe: cechy usług; funkcje usług; przedsiębiorstwo usługowe; usługa
Keywords: service; service enterprise; service features; service functions

Otrzymano: 13 grudnia 2017
Received: 13 December 2017
Zaakceptowano: 9 lutego 2018
Accepted: 9 February 2018

Sugerowana cytacja / Suggested citation:
Sadkowski, W. (2018). Przegląd wybranej problematyki działalności usługowej. *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego 32*(1), 7–19. https://doi.org/10.24917/20801653.321.1

WSTĘP

Wysoko rozwinięte gospodarki są oparte na sektorze usługowym, który tworzy 80% ich dochodów narodowych. Natomiast wkład usług w tworzenie PKB Polski wzrósł z ok. 50% w 1990 roku i kształtuje się obecnie na poziomie ok. 65%. Zatrudnienie w usługach znajduje już co drugi pracujący (*Polska 2015*, 2015). Wysoka konkurencyjność sektora usług jest fundamentem gospodarek opartych na wiedzy, w których szczególną uwagę zwraca się na odpowiednią jakość świadczonych usług oraz produktów (Sadkowski, 2017).

Celem artykułu jest przedstawienie najważniejszych funkcji usług oraz istoty działalności przedsiębiorstw usługowych. Autor zwraca szczególną uwagę na jakość usług, która dla konsumenta jest niezmiernie ważnym elementem, wpływającym na jego satysfakcję.

W pierwszym podrozdziale zebrane zostały najważniejsze współczesne definicje usługi oraz przedsiębiorstwa usługowego. Kolejna część artykułu zawiera zestawienie najważniejszych cech różnicujących usługi od innych działalności. Następnie autor prezentuje funkcje sektora usługowego oraz podejmuje rozważania związane z problemami w zarządzaniu przedsiębiorstwami usługowymi.

DEFINIOWANIE USŁUGI

Usługa wg definicji „to każda czynność zawierająca w sobie element niematerialności, która polega na oddziaływaniu na klienta lub przedmioty bądź nieruchomości znajdujące się w jego posiadaniu, a która nie powoduje przeniesienia praw własności. Przeniesienie praw własności może jednak nastąpić, a świadczenie usługi może być lub też nie być ściśle związane z dobrem materialnym" (Bareja, Giedroyć, 2007: 36).

W ekonomii termin usługa jest definiowany jako „wszelkie czynności pożyteczne, związane z pracą nieprodukcyjną, w odróżnieniu od czynności prowadzących do produkcji dóbr materialnych" (Chrząścik, 2009: 174).

Współczesna literatura przedmiotu dostarcza bardzo różne definicje usług, które dzieli na negatywne, enumeratywne, konstruktywne i kompilacyjne (Panasiuk, 2005). Definicje negatywne zakładają, że działalnością usługową jest to, co nie jest wytwarzaniem dóbr materialnych (np. usługa fryzjerska, usługa telekomunikacyjna). Natomiast definicje enumeratywne wyliczają rodzaje działalności gospodarczej wchodzące w skład usług (np. Bank BGŻ BNP Paribas S.A., TLK MED Sp. z o.o.). W definicjach konstruktywnych określa się działalność usługową jako zdolność ludzi lub maszyn do wprowadzania zmian stanów u ludzi lub w obiektach (np. usługa masażu leczniczego, usługa dentystyczna). Definicje kompilacyjne odnoszą się zaś do usługi jako odrębnej działalności, która nie dostarcza materialnego charakteru i zapewnia nabywcy korzyści niezwiązane ze sprzedażą produktów (np. usługa kurierska, usługa hotelarska).

W polskim ustawodawstwie usługa definiowana jest jako odpłatne świadczenie, wykonywane przez usługodawcę na własny rachunek (ustawa o świadczeniu usług). Prawo wspólnotowe Unii Europejskiej określa usługę jako świadczenie realizowane za wynagrodzenie i nie związane z przepływem towarów, kapitału i osób (traktat o funkcjonowaniu Unii Europejskiej).

Natomiast w definicji O. Langego usługi to czynności związane z zaspokojeniem potrzeb ludzkich, które nie służą bezpośrednio do produkcji dóbr materialnych (Lange, 1967).

R. Kolman charakteryzuje usługę jako użyteczne działanie człowieka, pracę lub proces, które zaspokaja określoną potrzebę (Kolman, 2013). Natomiast w ujęciu E. Michalskiego jest to produkt zawierający nieuchwytne komponenty, wymagający wysiłku ludzkiego i pracy sprzętu oraz urządzeń w celu jej wyświadczenia (Michalski, 2012). Autor definiuje usługę jako działanie niebędące produkcją i sprzedażą towarów, które zostało podjęte i jest realizowane przez usługodawcę na rzecz usługobiorcy (Sadkowski, 2017). Przegląd określeń tego pojęcia zawiera tab. 1.

Tab. 1. Przegląd definicji pojęcia usługi

Autor	Treść definicji
Ustawa z dnia 4 marca 2010 roku o świadczeniu usług na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej	Świadczenie wykonywane przez usługodawcę na własny rachunek, zwykle za wynagrodzenie, w szczególności usługi budowlane, handlowe oraz usługi świadczone w ramach wykonywanego zawodu
Traktat o funkcjonowaniu Unii Europejskiej (art. 57)	Jest to świadczenie, które nie jest sprzedażą towarów i wykonywane jest zwykle za wynagrodzenie, w zakresie, jakim nie jest objęte postanowieniami o swobodnym przepływie towarów, kapitału i osób, w szczególności to działalność przemysłowa, handlowa, rzemieślnicza oraz wykonywanie wolnych zawodów
R. Kolman	Użyteczne działanie człowieka, praca lub proces, który nie daje nowego materialnego przedmiotu, ale zaspokaja określoną potrzebę. Może ona uzdatniać lub usprawniać przedmiot działania, bądź umożliwiać zmianę warunków postępowania osoby
E. Michalski	Produkt z dominującymi, nieuchwytnymi komponentami, które wymagają wysiłku ludzkiego oraz często pracy sprzętu i urządzeń w celu jej świadczenia
O. Lange	Czynność związana z zaspokojeniem potrzeb ludzkich, które nie służą bezpośredniej produkcji dóbr materialnych
W. Sadkowski	Każde działanie, niebędące produkcją i sprzedażą towarów, podjęte i zrealizowane przez usługodawcę na rzecz usługobiorcy

Źródło: opracowanie własne

Różnorodność definicji usług wynika z dużego zróżnicowania samych usług. Wspólnym elementem jest uwypuklenie przez autorów niematerialnego charakteru usługi oraz wskazanie, że działalność usługowa nie dotyczy produkcji. Każda z definicji porządkuje w sposób zrozumiały to określenie i pozwala na spojrzenie na usługę z różnych perspektyw.

Ponadto usługi są bardzo rozległym i zróżnicowanym sektorem gospodarki, który obejmuje działalność agend rządowych (policji, wojska, wymiaru sprawiedliwości), instytucji non profit oraz wszystkich prywatnych przedsiębiorstw, których głównym celem jest osiąganie zysku, takich jak banki, hotele, przedsiębiorstwa transportowe, instytucje finansowe itp. (Panasiuk, Tokarz, 2008).

Sektor usług w rozumieniu S. Illerisa ma znaczący wpływ na rozwój społeczno-gospodarczy kraju i regionów – kreuje nowe miejsca pracy, przyczynia się do wzrostu dochodu i pozwala zaspokajać potrzeby mieszkańców (Illeris, 1996).

W świetle przedstawionych definicji pojęcia usługi przedsiębiorstwo usługowe określa się jako organizację, która swoje produkty dostarcza bezpośrednio do klienta, np. szpitale – usługi zdrowotne, szkoły – usługi edukacyjne, restauracje – usługi gastronomiczne, banki – usługi finansowe. Podmioty świadczące usługi od podmiotów produkcyjnych wyróżnia bezpośredni kontakt klienta i usługodawcy (Drummond, 1998).

W definicji A. Gilmore'a przedsiębiorstwo usługowe to jednostka prowadząca działalność w sektorze usług (np. restauracja) i niezorientowana na przynoszenie zysków (np. instytucja charytatywna) (Gilmore, 2006). Określenie to jest bardzo kontrowersyjne, ponieważ celem większości podmiotów usługowych jest generowanie zysków. Tylko organizacje typu non profit mają odmienne cele i skupiają się na wspieraniu prywatnego lub publicznego dobra.

CECHY USŁUG

Przedsiębiorstwa usługowe są specyficznymi podmiotami gospodarczymi. Wyróżniają się niematerialnością, równoczesnością procesów produkcji, dystrybucji i konsumpcji, heterogenicznością, niemożnością przechowania dla celów przyszłej konsumpcji oraz brakiem możliwości nabycia praw własności (Gustafsson, Johnson, 2003).

Wszystkie wymienione powyżej atrybuty są niezmiernie ważne w procesie zrozumienia istoty działalności usługowej. Niematerialność oznacza, że niemożliwa jest ocena danej usługi przez nabywcę przed jej zakupem, a za urealnienie tej usługi odpowiada świadczący podmiot. Jednoczesność świadczenia przez usługodawcę i konsumowania przez klienta wpływa na bezpośredni kontakt pomiędzy tymi dwoma zainteresowanymi stronami. Usługi nie są jednolite, standardowe, ich urozmaicenie zależy od wykonawcy, czasu i miejsca. Magazynowanie ich oraz dopuszczenie do wtórnego obrotu również nie jest możliwe.

Rozszerzoną charakterystykę usług prezentuje J.M. Rathmell. Wskazuje on 13 elementów, które determinują ich unikalność. Zalicza do nich:

- monetarną wartość usług wyrażaną w opłatach, prowizjach, potrąceniach, procentach, udziałach, dotacjach, która jest odmienna od wartości produktu przedstawianej w kategoriach *stricte* pieniężnych,
- nabywcę usługi, który w wielu przypadkach jest raczej konsumentem niż klientem, ponadto istnieje bardziej osobista relacja między sprzedawcą a nabywającym usługę,
- charakter usług decydujący o ich różnorodności, w przypadku towarów jest to stopień,
- niemagazynowalność,
- ekonomiczny charakter usług, będący kwestią dyskusyjną, gdyż występują podmioty nastawione na zysk oraz organizacje typu non profit,
- marketing stosowany w usługach, który jest narzędziem specjalistycznym,
- nieprecyzyjne standardy usług,
- pojawiające się różnice w kształtowaniu cen w tych samych kategoriach usług,
- trudności w stosowaniu zasad ekonomii w odniesieniu do usług, ponieważ mają one niematerialny charakter,

- występowanie dużej ilości różnych, połączonych ze sobą korzyści,
- ograniczoną koncentrację w usługach,
- działalność marketingową wpływającą na wyróżnianie się na rynku usług,
- podejście do usługi raczej jako do czynności niż do stanu posiadania (Rathmell, 1966).

Duża liczba cech opisujących usługę pokazuje, że świadczenie usługi jest procesem zdecydowanie odmiennym od produkcji czy sprzedaży towarów.

W opinii autora każda z wymienionych cech wyróżniających usługi jest skorelowana z procesem świadczenia usługi. Różnorodność świadczonych usług w zglobalizowanej gospodarce światowej warunkuje powstawanie nowych elementów je wyróżniających. Jest to właściwy punkt wyjścia do prowadzenia badań identyfikujących nowe cechy charakterystyczne dla usług w XXI wieku.

O tym, jak wykonana usługa będzie postrzegana przez klienta, decydują atrybuty jakości usług. Należą do nich: wymiar materialny, niezawodność usługi, reakcja na oczekiwania klienta, kompetencja, empatia, bezpieczeństwo, wiarygodność, terminowość i osiągalność (Bareja, Giedroyć, 2007).

Na wymiar materialny składają się: wyposażenie niezbędne do wyświadczenia danej usługi i wygląd pomieszczeń, a także zachowanie, nastawienie oraz prezencja personelu. Każda usługa powinna zostać wykonana przez usługodawcę solidnie i niezawodnie. Bardzo istotna jest właściwa reakcja na oczekiwania klienta – w razie pojawiających się problemów niezbędna jest natychmiastowa pomoc dla usługobiorcy.

Fachowość i wiedza personelu w danym zakresie oraz umiejętność pozyskiwania przez niego klientów będzie świadczyła o jego odpowiednich kompetencjach. Podczas świadczenia usług niezbędne jest zrozumienie oczekiwań klienta i traktowanie jego potrzeb w sposób zindywidualizowany (empatia). Brak tej cechy nie wpłynie dobrze na pozytywny odbiór usługodawcy przez usługobiorcę.

Niezapewnienie klientowi bezpieczeństwa i niepotrzebne narażanie go na ryzyko również będzie skutkowało negatywnym odbiorem. Konsument ceni też dobry i bezproblemowy kontakt z dostawcą usługi oraz łatwość jej pozyskania.

Wiarygodność usługodawcy będzie zależała od jego szczerości, a także od tego czy potrafi on terminowo realizować zlecone usługi. W takich warunkach buduje się dobra relacja między klientem a usługodawcą, która może wpłynąć na zawiązanie długotrwałych więzi. Zadowolony konsument na pewno skorzysta ponownie z usług tego przedsiębiorstwa i poleci je w swoich kręgach jako godne zaufania i sprawdzone.

Na jakość usługi ma wpływ wiele detali. Zaniedbanie któregoś z nich może przyczynić się do negatywnej oceny przez klienta wyświadczonej usługi, dlatego tak ważna jest dbałość o każdy z nich.

W badaniu jakości usług wykorzystywany jest model, który pozwala zidentyfikować i zrozumieć niezadowolenie klientów z powodu nieodpowiedniej jakości świadczonych usług oraz skutecznie mu przeciwdziałać. Wskazuje on miejsca, w których jakość oferowanej usługi może odbiegać od jakości, której oczekuje klient. Wyodrębnia się pięć luk jakości usług: pomiędzy oczekiwaniami klienta a percepcją usługodawcy, pomiędzy oceną kadry zarządzającej a specyfikacją jakości usługi, pomiędzy specyfikacją jakości usługi a faktycznym poziomem jej wykonania, pomiędzy jakością świadczonej usługi a reklamą i innymi formami komunikacji z klientem oraz pomiędzy usługą otrzymaną a oczekiwaną (Kachniewska, 2002).

Badacze sektora usługowego są zgodni, iż wysoka jakość usług wpływa na pozytywne wyróżnienie się na tle konkurencji oraz pozwala osiągnąć przewagę konkurencyjną i podwyższyć wydajność. Dodatkowymi korzyściami wysokiej jakości usług są też m.in. wyższy stopień satysfakcji klientów oraz ich lojalność wbec organizacji, pozytywna opinia o organizacji obecnych i potencjalnych klientów, niski stopień rotacji pracowników, niskie koszty operacyjne i wyższa zyskowność oraz większy udział w rynku (Kostera, Śliwa, 2012).

Autorzy specjalizujący się w zarządzaniu jakością mówią jednym głosem o występowaniu silnej dodatniej korelacji pomiędzy jakością danej usługi postrzeganej przez klientów a ich satysfakcją (Bei, Chiao, 2006).

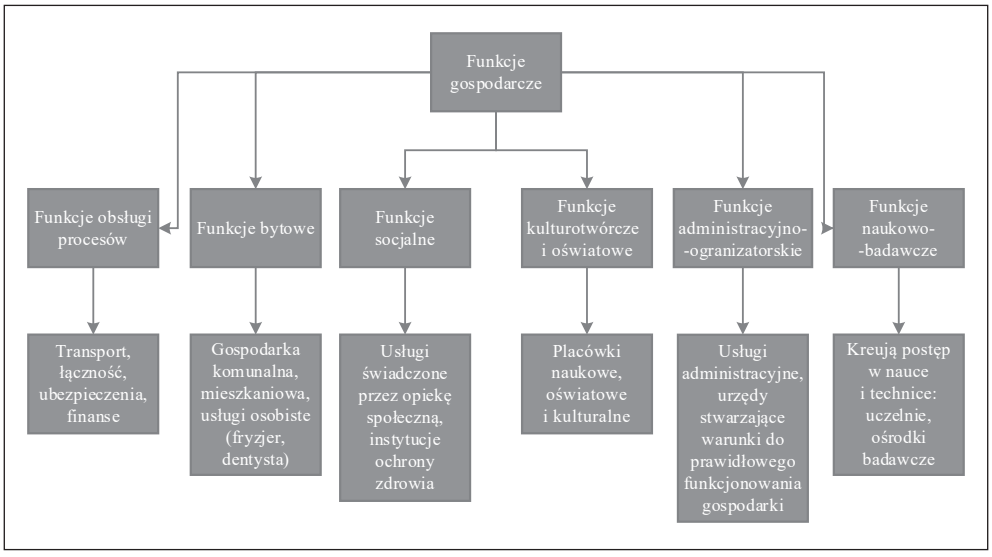
FUNKCJE SEKTORA USŁUGOWEGO

W literaturze przedmiotu powszechnie stosowane jest pojęcie „sfera usług", które odnosi się do makroekonomicznego punktu widzenia i odpowiada definicji trzeciego sektora, który grupuje wszystkie działy gospodarki z wyłączeniem rolnictwa, leśnictwa, przemysłu i budownictwa (Niewadzi, 1975).

Podział gospodarki na trzy sektory – pierwszy (rolnictwo, leśnictwo, rybołówstwo), drugi (przemysł i budownictwo) i trzeci (sfera usług) – wykorzystywany jest szeroko do badań naukowych struktury gospodarczej w ujęciu makroekonomicznym. Sfera usług nie rozgranicza jednoznacznie jednostek świadczących usługi od jednostek wytwórczych (Niewadzi, 1975).

Poziom rozwoju sektora usługowego wpływa na rozwój gospodarki narodowej i życia społeczeństw. Przedsiębiorstwa świadczące usługi oddziałują na produkcję, wymianę, konsumpcję, a także na życie ludzi. Funkcje pełnione przez sektor usługowy można podzielić na dwie grupy: gospodarcze oraz pozagospodarcze.

Ryc. 1. Funkcje gospodarcze sektora usługowego



Źródło: opracowanie własne na podstawie: Rogoziński (2000)

Do najważniejszych funkcji gospodarczych (ryc. 1) zalicza się te związane z obsługą procesów wytwórczych, bytowe, socjalne, kulturotwórcze i oświatowe, administracyjno-organizatorskie i naukowo-badawcze (Rogoziński, 2000).

Funkcje obsługi procesów polegają na wytwarzaniu dóbr materialnych i realizowane są przez takie sektory, jak: handel, transport, finanse, ubezpieczenia, łączność. Działania, które mają na celu zaspokojenie potrzeb bytowych ludności poprzez takie dziedziny działalności usługowej, jak: gospodarka komunalna, gospodarka mieszkaniowa, łączność, usługi osobiste (fryzjer, kosmetyczka), handel, transport – to funkcje bytowe. Natomiast funkcje socjalne świadczone są przez opiekę społeczną, instytucje kultury fizycznej oraz ochrony zdrowia.

Funkcje kulturotwórcze i oświatowe dotyczą rozwoju placówek naukowych, oświatowych i kulturalnych, a ich realizacja następuje poprzez upowszechnianie i podnoszenie poziomu nauki i kultury w społeczeństwie. Do funkcji administracyjno-organizatorskich należą czynności, które stwarzają warunki do prawidłowego funkcjonowania gospodarki narodowej opartej na jednostkach administracji gospodarczej. Działania związane z kreowaniem postępu w nauce, technice i organizacji oraz mające odzwierciedlenie w rozwoju badań naukowych i ich zastosowaniu w praktyce – to funkcje naukowo-badawcze (Rogoziński, 2000).

Najistotniejszymi funkcjami pozagospodarczymi są funkcje obronne, administracyjne, porządku publicznego, inne funkcje aparatu władzy oraz pozostałe funkcje związane ze sferą pozagospodarczą organizacji.

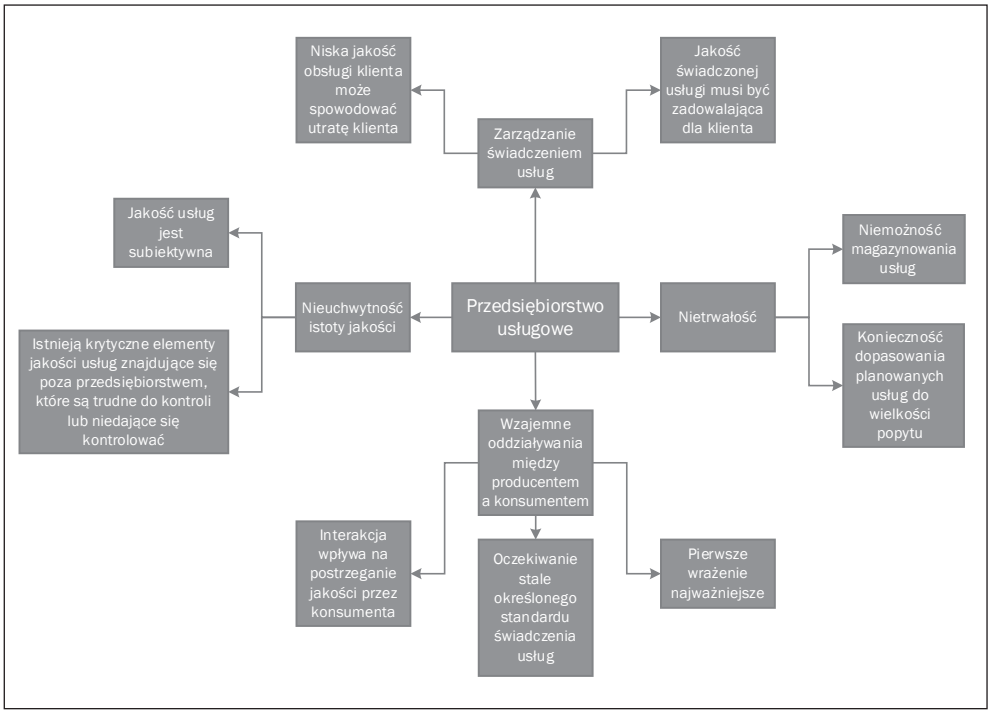
W opinii C. Niewadziego linia podziału funkcji usług na gospodarcze, społeczno-gospodarcze i pozagospodarcze biegnie w wielu przypadkach nie pomiędzy działami gospodarki narodowej, ale wewnątrz nich, jak też w obrębie poszczególnych gałęzi gospodarki (Niewadzi, 1975).

Grupy funkcji gospodarczych i pozagospodarczych pokazują, że usługi są obecne we wszystkich sektorach gospodarki i ciężko sobie wyobrazić funkcjonowanie państw, społeczeństw, miast bez ich udziału. Autor wyróżnia dodatkową grupę funkcji finansowych, związanych ze wszystkimi świadczonymi usługami w zakresie finansów na rzecz klientów indywidualnych i biznesowych. Dzisiejsze gospodarki osadzone są w realiach zglobalizowanego świata, w którym najważniejszy jest szybki przepływ wiedzy, kapitału, technologii i idei. Swobodny transfer środków finansowych to konieczność XXI wieku, za którą odpowiadają instytucje finansowe. Realizacja zaprezentowanych funkcji wiąże się z licznymi problemami, których doświadczają przedsiębiorstwa usługowe.

Problemy zarządzania w przedsiębiorstwach usługowych

Obszary problemowe występujące w podmiotach świadczących usługi wynikają z ich charakterystycznych cech. Szczególnie istotną kwestią jest wzajemna interakcja zachodząca między usługobiorcą a usługodawcą, która wpływa na subiektywną ocenę wyświadczonej usługi przez konsumenta. Na właściwe zarządzanie przedsiębiorstwem usługowym oddziałuje również nietrwałość, która determinuje opracowanie odpowiedniego planu świadczenia usług uwzględniającego aktualny popyt i podaż. Niska jakość świadczonej usługi może spowodować odpływ klientów, natomiast wysoka będzie odpowiednią reklamą dla potencjalnych nowych usługobiorców. Wszystkie pojawiające się problemy w organizacjach usługowych (ryc. 2) wpływają na to, jak postrzegane są te podmioty przez obecnych i potencjalnych klientów oraz konkurencję rynkową.

Ryc. 2. Problemy zarządzania przedsiębiorstwem usługowym



Źródło: opracowanie własne na podstawie Drummond (1998)

Problemy zarządzania wynikające z zarządzania świadczeniem usług wiążą się nie tylko z niedopasowania jakości usług, ale także ze sposobu ich świadczenia. Niezadowalająca jakość obsługi może np. spowodować opuszczenie restauracji przez klientów, nawet pomimo serwowania bardzo dobrych dań.

Kolejną kwestię stanowi nietrwałość usług, które w przeciwieństwie do dóbr materialnych nie mogą być magazynowane. Konieczne staje się ich dopasowanie do wielkości popytu, co przysparza zarządzającym dużo trudności. Dentysta nie może zmagazynować swej usługi i świadczyć jej równocześnie wielu klientom w czasie największego ruchu. Istotne jest więc zapewnienie odpowiedniej dostępności usług w okresach jej świadczenia (Gilmore, 2006).

W przedsiębiorstwach usługowych występuje silna interakcja między producentem a konsumentem, która ma wpływ na percepcję jakości. Postrzeganie jakości w podmiotach usługowych uzależnione jest od tzw. chwili wiarygodności, która następuje w czasie kontaktu producenta z konsumentem. Zaprezentowana wiarygodność usługodawcy jest istotna, ponieważ umiejętnie przedstawiona może spowodować satysfakcję lub – w wypadku nieodpowiedniej obsługi – efekt przeciwny. Przykładem jest menu w restauracji przygotowane w ten sposób, aby pobudzało dyskusję między klientem a kelnerem dla wywołania dobrego wrażenia. Zbytni pośpiech kelnera w rozmowie lub brak odpowiedzi na postawione przez konsumenta pytania spowoduje jego rozczarowanie (Drummond, 1998).

Wobec firm usługowych oczekuje się świadczenia usług w stale określonym standardzie. Liczne usługi muszą być wykonywane „na żądanie", nawet gdy warunki do ich

realizacji są bardzo dalekie od doskonałości. W takiej sytuacji świadczenie usługi jest stosunkowo pracochłonne i wystawione na konflikty pomiędzy stronami ją realizującymi. Przedsiębiorstwa usługowe muszą zwracać szczególną uwagę na nastroje klientów i ich zachowania oraz relacje między nimi. Zachowania jednych klientów mogą spowodować negatywne reakcje u drugich, co doskonale obrazuje przykład widzów w kinie, których może zirytować fakt, że inni widzowie prowadzą rozmowy w czasie seansu filmowego (Stoma, 2012).

Zakres przyczyn mogących wywołać złe odczucia u konsumentów jest duży, jednak niepowodzenie może być obrócone w sukces. Postępowanie zgodnie z niezadowoleniem klienta może przyczynić się do zmienienia go w entuzjastę. Występujące uchybienia należy wyrównać z naddatkiem, wtedy reakcja powinna być adekwatna do reklamacji.

Stały klient jest gotów do wybaczenia jednego, dwóch złych doświadczeń, niestety nowy, potencjalny klient nie wybacza żadnych uchybień. Utrata wiarygodności przez konsumenta niezwiązanego wcześniej z danym podmiotem usługowym może być utratą tego usługobiorcy na zawsze.

Jakość jest zawsze kwestią bardzo subiektywną. Jedna osoba może ocenić daną usługę jako zrealizowaną doskonale, natomiast drugi klient będzie uważał, że jest to usługa o niskiej jakości.

Oczekiwania usługobiorców są zindywidualizowane, ale dotyczą głównie technicznych i funkcjonalnych warunków usług. Techniczne ujęcie dotyczy sfery materialnej, wymiar funkcjonalny wiąże się ze świadczeniem usług, czyli sferą niematerialną (Camarero, 2007).

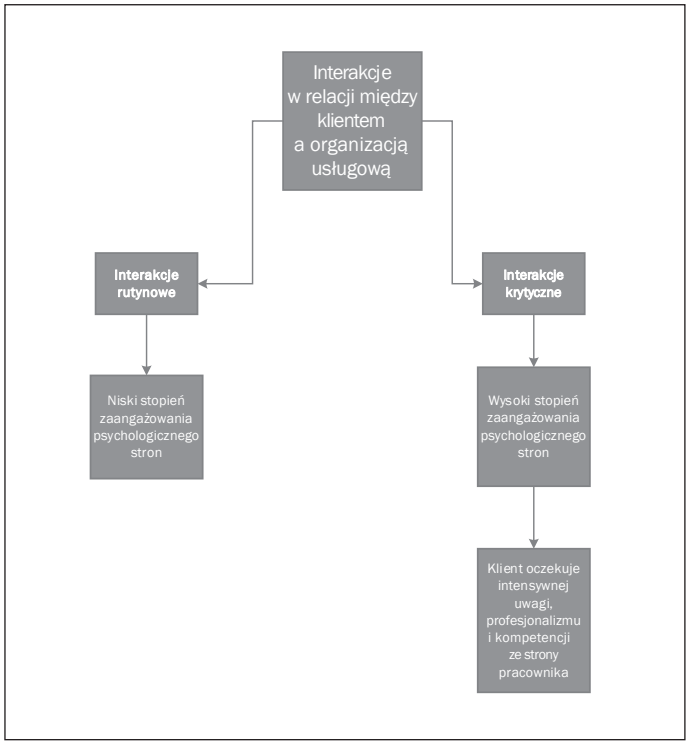
W literaturze pojawiły się różne koncepcje dotyczące zapewnienia wysokiej jakości usług przez pracowników. Do najważniejszych należą: łańcuch zysku usług, badania środowiska, pejzaże usług oraz badania klimatu w usługach.

Łańcuch zysku usług (*service profit chain*) opracowany został przez J.L. Hesketta i współautorów, którzy rozpatrywali organizację usługową jako jednostkę złożoną z ludzi i procesów wewnątrz organizacji. To ludzie i procesy wpływają na klientów oraz na przyszłe przychody i zyski w firmie. Podstawą tej koncepcji jest pojęcie „wewnętrznej jakości", służącej do wykonywania pracy, którą personel otrzymuje od przedsiębiorstwa. Wysoka jakość wewnętrzna daje pracownikom dobre warunki do wykonywania ich zadań, przez co świadczą oni klientom usługi wysokiej jakości. Niska jakość wewnętrzna, czyli np. praca personelu w warunkach stresowych i jego przekonanie o tym, że pracodawca nie pozwala na wykonywanie zadań na najwyższym poziomie, wpłynie na jakość usług oferowanych klientom (Davis, 2006).

Środowisko fizyczne w organizacji wpływa nie tylko na odczucia i doświadczenia klientów, ale również na pracowników – ich satysfakcję, produktywność i motywację. J. Bitner, która jest autorką koncepcji pejzaży usług, sugeruje, że projektowanie i kierowanie środowiskami w organizacjach usługowych powinno być konsultowane zarówno z klientami, jak i pracownikami w celu uniknięcia sytuacji przeszkadzania sobie wzajemnie w działaniu.

Ponadto motywacja i morale pracowników oddziałują na produktywność i jakość usług w przedsiębiorstwie usługowym. Efektywny system świadczenia usług jest oparty na współdziałaniu ludzi z dostępnym wyposażeniem, tworzeniu kreatywnych rozwiązań i skupieniu się na wykorzystaniu ludzkiego potencjału i energii (Normann, 2002).

Ryc. 3. Perspektywa relacyjna w jakości świadczenia usług



Źródło: opracowanie własne na podstawie Kostera, Śliwa (2012)

Zupełnie inne podejście do udziału pracowników w realizacji celów jakościowych usług prezentuje perspektywa relacyjna. Świadczenie usługi jest jednym z wielu elementów w całej sekwencji zdarzeń między klientem a organizacją. Pojawiają się dwa rodzaje interakcji: rutynowe i krytyczne (ryc. 3).

W podejściu relacyjnym klienci, oceniając jakość, kierują się nie tylko interakcją z podmiotem, ale biorą także pod uwagę szereg innych epizodów, z których złożona jest relacja (czasami długotrwała) między klientem a usługodawcą. Udział pracowników w budowaniu relacji między usługobiorcą a organizacją jest niezwykle istotny, ponieważ od tych stosunków zależy, jak klienci będą postrzegać i oceniać jakość usług w interakcjach krytycznych oraz jak wpłynie to na ocenę całej jakości, której dostarcza im dana organizacja w usługach (Bock, Garretson Folse, Black, 2016).

Mimo iż dominujące w procesie wytwarzania usług jest zadowolenie i satysfakcja użytkownika, to wiele koncepcji przemawia za poświęceniem większej uwagi pracownikowi, jego doświadczeniu i zaangażowaniu w świadczenie usług.

Pożądane są nowe koncepcje zarządzania, które sprostałyby współczesnym warunkom, co jest szczególnie uzasadnione w przypadku przedsiębiorstw usługowych, które są zdecydowanie bardziej czułe niż podmioty produkcyjne na zjawiska zachodzące we współczesnej gospodarce. Przykładem jest globalizacja, która ma silny wpływ na funkcjonowanie organizacji świadczących usługi, np. transportowe, bankowe czy turystyczne. Podmioty te muszą stawić czoło nie tylko globalnej konkurencji, ale również

umiejętnie korzystać z globalnych zasobów. Bez sprawnego wykorzystania technologii informatycznej oraz bez integracji systemu z działalnością firmy będzie to niemożliwe.

Konieczne jest zatem spojrzenie na sektor usług z kilku perspektyw (Panasiuk, Tokarz, 2008). Pierwsza zakłada istnienie globalnego klienta, którego zachowanie i sposób myślenia wykracza poza obszar lokalny czy regionalny, np. popyt na usługi turystyczne, finansowe, medyczne. W drugiej konieczne jest dążenie do wykorzystania efektu skali w celu optymalizacji kosztów usług. Kolejne spojrzenie dotyczy rozwoju technologii informatycznych, będących katalizatorem sposobu świadczenia usług w XXI wieku. Natomiast ostatnia perspektywa zakłada powstawanie tendencji do liberalizacji rynków i tworzenia ram prawnych, pozwalających na wejście na rynek i konkurowanie wszystkim przedsiębiorstwom (Downar, 2008).

Zjawiska te poszerzają przestrzeń świadczenia usług i są wyzwaniem zarówno dla tworzących strategie i politykę gospodarczą w sektorze usług, jak i dla kierujących przedsiębiorstwami usługowymi. Wspólnym mianownikiem nowych koncepcji (zarządzanie przez jakość, zarządzanie marketingowe) i metod zarządzania (metody planowania produkcji) jest klient i jego potrzeby. Praktycznym środkiem do zaspokojenia potrzeb konsumenta jest wykorzystanie w podmiotach usługowych procesu i zarządzania procesowego.

Zakończenie

W literaturze przedmiotu, a także w prawie krajowym i prawie Unii Europejskiej występują liczne definicje pojęcia usługi, rozumianej przez większość autorów jako odpłatne świadczenie, które nie jest sprzedażą towarów, ale dotyczy zaspokojenia potrzeb usługobiorcy.

Przedsiębiorstwa usługowe są specyficznymi podmiotami, które od jednostek produkcyjnych różnią się takimi cechami, jak m.in.: niematerialność, heterogeniczność oraz niemożność przechowania dla celów przyszłej konsumpcji.

Funkcje pełnione przez sektor usługowy dzielą się na gospodarcze i pozagospodarcze. Potwierdzają one obecność usług we wszystkich sektorach gospodarki i ciężko sobie wyobrazić funkcjonowanie społeczeństw, miast i państw bez ich udziału.

Podczas realizacji swoich funkcji przedsiębiorstwa usługowe muszą borykać się z licznymi problemami, które mają swoje źródło w nietrwałości usług, niskiej jakości obsługi klienta, subiektywizmie jakości usługi oraz wzajemnej interakcji pomiędzy usługodawcą a usługobiorcą i jej specyfice.

Mimo iż dominujące w procesie wytwarzania usług jest zadowolenie i satysfakcja użytkownika, to wiele koncepcji przemawia za poświęceniem większej uwagi pracownikowi, jego doświadczeniu i zaangażowaniu w świadczenie usług.

Konieczne są nowe koncepcje i metody zarządzania, które odpowiadałyby współczesnym warunkom świadczenia usług. Ich częścią wspólną jest klient i jego potrzeby. Zaspokojenie potrzeb konsumenta będzie możliwe w przedsiębiorstwach usługowych, które są zorientowane na zarządzanie procesowe i prowadzą rachunek kosztów jakości.

Zebrana i przedstawiona w artykule wiedza teoretyczna na temat usług i działalności usługowej może być dobrą bazą do dalszych badań nad wpływem jakości usług na rachunek kosztów jakości wykorzystywany przez przedsiębiorstwa usługowe do optymalizacji kosztów.

Literatura
References

Bareja, K., Giedroyć, M. (2007). Rachunek kosztów jakości. W: A. Karmańska (red.). *Zarządzanie kosztami jakości, logistyki, innowacji, ochrony środowiska a rachunkowość finansowa.* Warszawa: Difin, 31–69.

Bei, L.T., Chiao, Y.C., (2006). The determinants of customer loyalty: An analysis of intangible factors in three service industries. *International Journal of Commerce and Management*, *16*(3–4), 162–177.

Bock, D.E., Garretson Folse, J.A., Black, W.C. (2016). Gratitude in service encounters: implications for building loyalty. *Journal of Services Marketing*, *30*(3), 341–358.

Camarero, C. (2007). Relationship orientation or service quality? *International Journal of Bank Marketing*, *25*(6), 406–426.

Chrząścik, M. (2009). Zarządzanie jakością usług publicznych. W: J. Toruński (red.). *Zarządzanie jakością w przedsiębiorstwie. Wybrane problemy*. Siedlce: Wydawnictwo Akademii Podlaskiej, 172–205.

Davis, P.J. (2006). In search of the common wealth: a service-profit chain for the public sector. *International Journal of Productivity and Performance Management*, *55*(2), 163–172.

Downar, W. (2008). Zarządzanie procesowe w przedsiębiorstwie usługowym. W: B. Filipiak, A. Panasiuk (red.). *Przedsiębiorstwo usługowe. Zarządzanie.* Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN, 36–57.

Drummond, H. (1998). *W pogoni za jakością. Total Quality Management*. Warszawa: Dom Wydawniczy ABC.

Gilmore, A. (2006). *Usługi. Marketing i zarządzanie*. Warszawa: Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne.

Gustafsson, A., Johnson, M.D. (2003). *Competing in a Service Economy, How to Create a Competitive Advantage Through Service Development and Innovation.* San Francisco: John Wiley & Sons, Inc.

Illeris, S. (1996). *The Service Economy: A Geographical Approach*. Chichester: Wiley.

Kachniewska, M. (2002). *Zarządzanie jakością usług turystycznych*. Warszawa: Difin.

Kolman, R. (2013). *Różne odmiany jakości i ich praktyczne wykorzystanie*. Warszawa: Wydawnictwo Placet.

Kostera, M., Śliwa, M. (2012). *Zarządzanie w XXI wieku. Jakość, twórczość, kultura.* Warszawa: Wolters Kluwer.

Lange, O. (1967). *Ekonomia polityczna.* Tom 1: *Zagadnienia ogólne.* Warszawa: Państwowe Wydawnictwo Naukowe.

Michalski, E. (2012). *Marketing. Podręcznik akademicki.* Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.

Niewadzi, C. (1975). *Usługi w gospodarce narodowej.* Warszawa: Państwowe Wydawnictwo Ekonomiczne.

Normann, R. (2002). *Service Management. Strategy and leadership in service business*. John Wiley & Sons.

Panasiuk, A. (2005). Koncepcja marketingu usług. W: A. Panasiuk (red.). *Marketing usług turystycznych*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN, 13–23.

Panasiuk, A., Tokarz, A. (2008). Wstęp do ekonomiki przedsiębiorstwa usługowego. W: B. Filipiak, A. Panasiuk (red.). *Przedsiębiorstwo usługowe. Ekonomika*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN, 29–46.

Polska 2015. Raport o stanie gospodarki (2015). Warszawa: Ministerstwo Gospodarki.

Rathmell, J.M. (1966). What Is Meant by Services? *Journal of Marketing*, *30*, 32–36.

Rogoziński, K. (2000). *Usługi rynkowe*. Poznań: Akademia Ekonomiczna w Poznaniu.

Sadkowski, W. (2017). Identyfikacja skali wdrażania certyfikowanych systemów zarządzania jakością w przedsiębiorstwach usługowych. *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego*, *31*(1), 97–107.

Stoma, M. (2012). *Modele i metody pomiaru jakości usług.* Lublin: Q&R Polska Sp. z o.o.

Traktat o funkcjonowaniu Unii Europejskiej (2012, 26 października). Pozyskano z http://eur-lex.europa.eu/legal-content/PL/TXT/PDF/?uri=CELEX:12012E/TXT&from=PL

Ustawa z dnia 4 marca 2010 r. o świadczeniu usług na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej (Dz.U. nr 47, poz. 278, art. 2).

Wojciech Sadkowski, mgr, Uniwersytet Jagielloński, Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej, Instytut Ekonomii, Finansów i Zarządzania, Katedra Rachunkowości Międzynarodowej. Zainteresowania badawcze: rachunek kosztów jakości, rachunkowość zarządcza, bankowość korporacyjna, sektor małych i średnich przedsiębiorstw, upadłość przedsiębiorstw.

Wojciech Sadkowski, M.Sc., Jagiellonian University, Faculty of Management and Social Communication, Institute of Economics, Finance and Management, Department of International Accounting. Research interests: quality costs calculation, managerial accounting, corporate banking, small and medium enterprises, company bankruptcy.

Adres/address:

Uniwersytet Jagielloński
Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej
Instytut Ekonomii, Finansów i Zarządzania
Katedra Rachunkowości Międzynarodowej
ul. prof. S. Łojasiewicza 4, 30-348 Kraków, Polska

e-mail: wojciech.sadkowski@uj.edu.pl

Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego
Studies of the Industrial Geography Commission of the Polish Geographical Society

32(1) • 2018

ISSN 2080-1653
DOI 10.24917/20801653.321.2

Tadeusz Bocheński
Uniwersytet Szczeciński, Polska
University of Szczecin, Poland

Możliwości wykorzystania transportu kolejowego i intermodalnego w obsłudze stref przemysłowych w Polsce

Possibilities for Using Intermodal Transport in Servicing Industrial Zones in Poland

Streszczenie: Celem pracy było zbadanie rozmieszczenia współczesnych stref przemysłowych w stosunku do lokalizacji terminali intermodalnych (kontenerowych) oraz wskazanie rekomendacji w zakresie zwiększenia wykorzystania transportu kolejowego i intermodalnego. Do analizowanych stref przemysłowych autor zaliczył specjalne strefy ekonomiczne oraz parki przemysłowe i technologiczne. Przedstawiono także różnice pomiędzy deklarowaną a rzeczywistą polityką transportową i przemysłową państwa. Artykuł stanowi diagnozę uwarunkowań wykorzystania kolei i transportu intermodalnego przez przedsiębiorstwa działające w strefach przemysłowych. Uwzględniono procesy zachodzące od początku transformacji ustrojowej w zakresie rozwoju stref przemysłowych i transportu intermodalnego w Polsce. Jak wynika z przeprowadzonych badań, dostęp stref przemysłowych do terminali intermodalnych był ograniczony. Przy lokalizacji stref przemysłowych w małym stopniu brano pod uwagę możliwość doprowadzenia bocznicy kolejowej czy też odległość od terminali kontenerowych. Stanowiło to barierę w rozwoju transportu intermodalnego w Polsce oraz wpływało na zwiększenie kosztów zewnętrznych transportu i jego negatywnego wpływu na środowisko.

Abstract: The aim of the study was to investigate the location of modern industrial zones in relation to the location of intermodal terminals (containers) and to make recommendations in terms of increasing the use of rail and intermodal transport. As analysed industrial areas, the author has included special economic zones and industrial and technological parks. The differences between the declared and actual transport and industrial policies of the state are also presented. The present article is a diagnosis of the conditions for the use of railways and intermodal transport by companies operating in industrial zones. The processes that have taken place since the beginning of the systemic transformation in the development of industrial zones and intermodal transport in Poland have been taken into account. According to the research, access to intermodal terminals was limited. For the location of industrial zones, the possibility of connecting a railway siding or the distance from container terminals was considered to a small extent. This constituted a barrier to the development of intermodal transport in Poland, increased the cost of external transport and its negative impact on the environment.

Słowa kluczowe: parki technologiczne; specjalne strefy ekonomiczne; strefy przemysłowe; transport intermodalny
Keywords: industrial zones; intermodal transport; special economic zones; technology parks

Otrzymano: 11 grudnia 2015
Received: 11 December 2015
Zaakceptowano: 9 lutego 2018
Accepted: 9 February 2018

Sugerowana cytacja / Suggested citation:
Bocheński, T. (2018). Możliwości wykorzystania transportu kolejowego i intermodalnego w obsłudze stref przemysłowych w Polsce. *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego*, *32*(1), 20–37. https://doi.org/10.24917/20801653.321.2

Wstęp

Ważnym zagadnieniem w funkcjonowaniu każdego zakładu produkcyjnego jest jego obsługa transportowa. Ze względów ekologicznych, a także ekonomicznych – jeśli uwzględnimy koszty zewnętrzne – powinno się dążyć do wykorzystania w jak największym stopniu mniej uciążliwych środków transportu, tj. kolei i żeglugi. Komisja Europejska w białej księdze transportu założyła zwiększenie roli kolei w transporcie towarów. Jeden z celów zawartych w tym dokumencie zakłada przeniesienie znacznej części drogowego transportu towarów na odległość większą niż 300 km na inne środki transportu, np. kolej lub transport wodny – 30% do 2030 roku i ponad 50% do 2050 roku (Biała księga, 2011). Plany te wynikały z potrzeby ograniczenia zanieczyszczenia środowiska. Udział transportu drogowego w emisji gazów cieplarnianych sięgał 20–30%, zaś kolej w UE odpowiedzialna była za emisję na poziomie 1–3% (Badya, 2010).

W przypadku zakładów nieposiadających bezpośredniego dostępu do kolei (własna bocznica) oraz generujących zbyt małą masę ładunkową, by zapełnić jednorazowo skład całopociągowy, optymalnym rozwiązaniem jest wykorzystanie transportu intermodalnego, łączącego kilka środków transportu. Rozwój transportu intermodalnego – z koleją jako ważnym jego ogniwem – wpisuje się w politykę transportową i klimatyczną Unii Europejskiej.

Celem pracy było zbadanie rozmieszczenia współczesnych stref przemysłowych w stosunku do lokalizacji terminali kontenerowych oraz wskazanie rekomendacji w zakresie zwiększenia wykorzystania transportu kolejowego i intermodalnego. Do analizowanych stref przemysłowych autor zaliczył specjalne strefy ekonomiczne (SSE) oraz parki przemysłowe i technologiczne. Poza tymi dwoma typami funkcjonowały jeszcze np. strefy aktywności gospodarczej (SAG), jednak były one silnie zróżnicowanie i poza województwem małopolskim nie miały jasno określonych kryteriów tworzenia ani systemu wsparcia.

Korzystanie z transportu kolejowego i intermodalnego uwarunkowane było rodzajem wykorzystywanych surowców lub półproduktów oraz wytwarzanych produktów przez poszczególne zakłady. Dlatego przeanalizowano strukturę branżową SSE, a szczególnie podstref położonych w sąsiedztwie istniejących terminali. Przedstawiono także różnice pomiędzy deklarowaną a rzeczywistą polityką transportową i przemysłową państwa. Zwrócono uwagę na relację między przemysłem a transportem oraz zaproponowano działania na rzecz rozwoju transportu intermodalnego. W analizie uwzględniono procesy zachodzące od początku transformacji ustrojowej w zakresie rozwoju stref przemysłowych i transportu intermodalnego. Przytoczono także jako wzór przykład utworzonej w 2016 roku strefy przemysłowej w gminie Chorzele.

W pracy oprócz literatury naukowej wykorzystano raport Ministerstwa Rozwoju o specjalnych strefach ekonomicznych (*Informacja...*, 2016), a także informacje publikowane przez Polską Agencję Inwestycji i Handlu (PAIH, 2017) oraz zarządców poszczególnych SSE i parków przemysłowych i technologicznych (Bydgoski Park Przemysłowo-Technologiczny, 2017; „Dolina Lotnicza", 2017; Dozamel, 2017; Euro-Park Mielec, 2017; Euro-Park Wisłosan, 2017; Katowicka SSE, 2017; Kostrzyńsko-Słubicka SSE, 2017; Legnicka SSE, 2017; Łódzka SSE, 2017; Pomorska SSE, 2017; Słupska SSE, 2017; Szczeciński Park Przemysłowy, 2017; Tarnowski Klaster Przemysłowy, 2017; Wałbrzyska SSE, 2017).

TRANSPORT INTERMODALNY I JEGO ROZWÓJ W POLSCE

Transport intermodalny to przemieszczanie towarów z wykorzystaniem dwóch lub więcej środków transportu, w tej samej jednostce ładunkowej, bez przeładunku samego towaru przy zmianie rodzaju transportu. Zamiennie używany jest termin transportu kombinowanego – jest to transport intermodalny europejski, w którym większa część podróży odbywa się koleją lub na wodach śródlądowych i morskich, a jedynie początkowy i/lub końcowy i możliwie jak najkrótszy etap przewozu pokonywany jest transportem drogowym (*Terminology on combined transport*, 2001). W dokumentach Komisji Europejskiej (np. w białej i zielonej księdze) pojęć „transport intermodalny" i „transport kombinowany" używa się zamiennie. Natomiast w aktach prawnych UE (dyrektywy, rozporządzenia, decyzje) oraz programach pomocowych stosowane jest pojęcie „transportu kombinowanego" (Czermański, 2011). W ustawie o transporcie drogowym jest mowa wyłącznie o transporcie kombinowanym, gdzie przewóz drogowy odbywa się jedynie w początkowym lub końcowym odcinku z lub do najbliższej stacji przeładunkowej lub portu albo w promieniu do 150 km w linii prostej od portu morskiego lub rzecznego. Natomiast pozostała część trasy przewozu pokonywana jest z wykorzystaniem kolei lub transportu wodnego (ustawa z dnia 6 września 2001 roku). Z ustawy o transporcie kolejowym wynika pośrednio jedynie, że transport intermodalny dotyczy przewozu rzeczy na podstawie jednej umowy o przewóz przy użyciu co najmniej dwóch różnych gałęzi transportu. Natomiast nie zawiera ona definicji tego rodzaju transportu (ustawa z dnia 28 marca 2003 roku). Istnieje kilka podsystemów transportu intermodalnego, które zostały szczegółowo opisane w literaturze (np. Poliński, 2015). W Polsce wykorzystywany jest niemal wyłącznie podsystem kontenerowy.

Rozwój transportu intermodalnego, którego ważnym elementem są przewozy kolejowe, ma kluczowe znaczenie w realizacji założeń europejskiej polityki transportowej. Transport taki zakłada wykorzystanie w większym stopniu bardziej przyjaznych środowisku środków transportu – zgodnie z ideą zrównoważonego rozwoju. Transport intermodalny dobrze wpisuje się w koncepcję współmodalności (komodalności), która zakłada efektywne wykorzystanie poszczególnych gałęzi transportu (por.: *Logistyka transportu*…, 2006; Biała księga…, 2011). Do atutów transportu intermodalnego, oprócz połączenia najlepszych cech poszczególnych środków transportu, można zaliczyć także bezpieczeństwo towarów, gdyż przeładunek dotyczy całych jednostek ładunkowych (brak manipulacji przy ładunku). Ponadto jednostki intermodalne, a szczególnie kontenery, mogą stanowić podręczny magazyn, co ma istotne znaczenie zwłaszcza w kontekście rezygnacji zakładów przemysłowych z własnych magazynów oraz wprowadzania systemów dostaw bieżących na czas (*just in time*).

Niezbędnym elementem infrastruktury, umożliwiającym przeładunki w transporcie intermodalnym, są specjalistyczne terminale przeładunkowe. Terminale takie mają dostęp do co najmniej dwóch środków transportu – najczęściej kolei i drogi. Wyróżnić można dwa podstawowe rodzaje terminali intermodalnych ze względu na sposób przeładunku: lo-lo (pionowy) i ro-ro (poziomy). Najbardziej rozpowszechnione są terminale kontenerowe (typu lo-lo). Oprócz kontenerów mogą one obsługiwać przeładunki nadwozi wymiennych i naczep o specjalnej konstrukcji.

Poza portami morskimi w Polsce działały wyłącznie terminale kontenerowe. W 2017 roku funkcjonowało w Polsce 38 terminali kontenerowych w 27 miejscowościach, w tym sześć w portach morskich i osiem na styku normalnego i szerokiego toru (1435/1520 mm). Koncentrowały się one przede wszystkim wokół największych aglomeracji (Warszawy, Poznania, Łodzi) oraz w konurbacji górnośląskiej. Województwa warmińsko-mazurskie, podlaskie, świętokrzyskie i opolskie były pozbawione tego typu infrastruktury. Terminale należały do różnych właścicieli i były zróżnicowane pod względem zdolności przeładunkowych. Największymi operatorami terminali były Grupa PKP Cargo i PCC Intermodal (Bocheński, 2017). Pociągi kontenerowe były obsługiwane także poza terminalami na bocznicach niektórych zakładów przemysłowych. Załadunek lub wyładunek kontenerów odbywał się w takich przypadkach bez ich zdejmowania z wagonów. Wymagało to jednak specjalnego ułożenia kontenerów na wagonach (Bocheński, 2016).

Od czasu transformacji ustrojowej w Polsce rozbudowywana była infrastruktura terminalowa. W ostatnich latach zaobserwowano także proces zamykania terminali o złych parametrach i bez perspektyw na modernizację (np. Sosnowiec, Kobylnica), a jednocześnie budowy lub rozbudowy obiektów o bardziej korzystnej lokalizacji (np. Poznań Franowo, Kutno).

Kolejowe przewozy intermodalne w Polsce charakteryzowały się tendencją wzrostową (z wyjątkiem spadku w 2009 roku) i w 2012 roku przekroczyły 1 mln TEU. Był to najbardziej dynamicznie rozwijający się segment przewozów kolejowych (*Transport. Wyniki działalności*, 1995–2015).

W najbliższym czasie powinny nastąpić istotne zmiany na rynku transportu intermodalnego w Polsce, przede wszystkim w zakresie funkcjonowania infrastruktury terminalowej. W 2016 roku wprowadzono bowiem zmiany w ustawie o transporcie kolejowym, dotyczące m.in. kolejowej infrastruktury usługowej, do której zaliczają się terminale (ustawa z dnia 28 marca 2003 roku). Nowe regulacje prawne stanowią implementację zapisów dyrektywy UE w sprawie utworzenia jednolitego obszaru kolejowego (dyrektywa 2012/34/UE) i miały wejść w życie w grudniu 2017 roku. Zmiany te mają zapewnić szerszy dostęp do terminali – ich operatorzy będą zobligowani do udostępniania infrastruktury wszystkim przewoźnikom na tych samych zasadach.

Lokalizacja i funkcjonowanie specjalnych stref ekonomicznych w Polsce

Specjalne strefy ekonomiczne (SSE) stanowią obszary uprzywilejowane gospodarczo, powoływane w celu przyciągnięcia inwestorów lub ich zatrzymania. Służą zatem jako narzędzie polityki regionalnej i związane są z funkcjonowaniem systemu lokalnych zachęt podatkowych. Formalnie w Polsce SSE tworzone są na poziomie rządowym, ale istotną rolę w ich powstaniu odgrywają władze gminne (Wiedermann, 2016).

Szczegółowe zasady funkcjonowania SSE zostały określone w ustawie (ustawa z dnia 20 października 1994 roku). Zgodnie z definicją przyjętą w polskim ustawodawstwie SSE to „wyodrębniona administracyjnie część terytorium Polski, gdzie przedsiębiorcy realizujący nowe inwestycje mogą korzystać z pomocy regionalnej w formie zwolnienia dochodu uzyskanego z działalności określonej w zezwoleniu od podatku dochodowego" (*Informacja o realizacji*..., 2016: 4). Koncepcja stref ekonomicznych pojawiła się w Polsce w 1993 roku, a dwa lata później utworzona została pierwsza taka strefa w Mielcu (Trojak, Wiedermann, 2009). Najwięcej stref powstało w 1997 roku. Każda z SSE miała swoje podstrefy w różnych lokalizacjach (tab. 1). Do 2000 roku utworzono 17 stref, jednak w 2001 roku ich liczbę ograniczono do 14 – strefy Mazowiecka i Częstochowska zostały zlikwidowane, natomiast SSE „Żarnowiec" i SSE „Tczew" zostały połączone i włączone do nowo utworzonej Pomorskiej SSE (Jankowiak, 2016). W negocjacjach z UE ustalono, że liczba stref nie będzie już zwiększana. Maksymalny obszar objęty SSE był ograniczony i według stanu na 30 grudnia 2000 roku wynosił 6325 ha, zaś na 31 grudnia 2005 roku – 7558 ha. Okres funkcjonowania SSE oraz ich maksymalny obszar były kilkakrotnie przedłużane i zwiększane (Brezdeń, Spallek, 2008). W latach 2000–2015 łączna powierzchnia SSE zwiększyła się o 13 511,9 ha. Zgodnie z najnowszymi przepisami strefy te mają funkcjonować w Polsce do końca 2026 roku (*Informacja o realizacji*..., 2016). Na terenie stref działały zarówno firmy rozpoczynające działalność w danym miejscu, jak i wcześniej istniejące, których teren został objęty strefą.

Tab. 1. Podstawowe dane o specjalnych strefach ekonomicznych w Polsce – stan na 31 grudnia 2015 roku

Nazwa strefy	Rok założenia	Liczba gmin objętych podstrefami SSE*		Powierzchnia obszarów objętych SSE [ha]	Stopień zagospodarowania gruntów [%]
		ogółem	miasta		
Ogółem		431	181	19 836,86	59,47
Kamiennogórska	1997	17	7	373,83	59,86
Katowicka	1996	42	24	2 347,34	64,89
Kostrzyńsko-Słubicka	1997	45	11	1 868,05	55,04
Krakowska[a]	1997	26	9	707,78	76,67
Legnicka	1997	19	7	1 763,77	18,24
Łódzka	1997	47	24	1 339,17	75,37
Mielecka	1995	30	19	1 495,65	69,49
Pomorska[b]	2001	32	18	2 039,99	66,97
Słupska[c]	1997	15	7	899,37	32,65
Starachowicka	1997	16	5	644,46	67,83
Suwalska	1996	19	10	635,07	52,35
Tarnobrzeska	1997	38	11	1 743,30	72,80
Wałbrzyska	1997	53	16	2 921,70	56,17
Warmińsko-Mazurska	1997	32	13	1 057,38	72,67

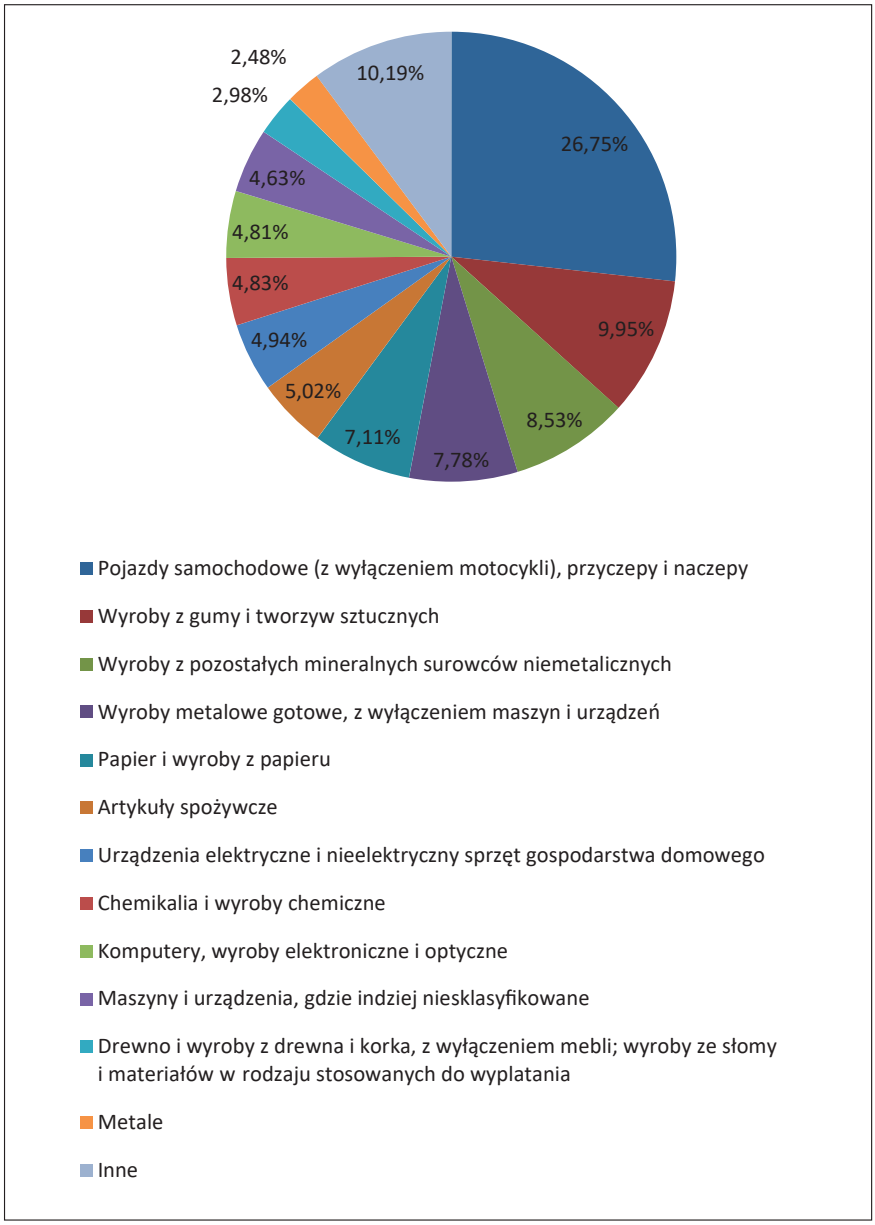
* Niektóre gminy posiadały podstrefy dwóch SSE.

[a] Zarządzana przez Krakowski Park Technologiczny, [b] z siedzibą w Sopocie, [c] zarządzana przez Pomorską Agencję Rozwoju Regionalnego S.A. w Słupsku.

Źródło: opracowanie własne na podstawie: *Informacja o realizacji*... (2016), PAIH (2017), informacji publikowanych przez poszczególne SSE

Na koniec 2015 roku w Polsce działało 14 SSE z podstrefami w 419 gminach, w tym w 174 miastach. Na terenie 12 gmin, w tym siedmiu miejskich, zlokalizowane były po dwie podstrefy należące do różnych SSE: miasta Jawor, Zgorzelec, Częstochowa, Szczecin, Krosno, Kalisz, Kraśnik, gminy Olecko, Ujazd, Karlino, Połaniec i Kobierzyce. Najwięcej SSE znajdowało się w południowo-zachodniej Polsce (ryc. 1). Łączna powierzchnia terenów objętych SSE według stanu z 31 grudnia 2015 roku wynosiła

Ryc. 1. Struktura branżowa SSE w Polsce według skumulowanej wartości inwestycji (w %)



Źródło: opracowanie własne na podstawie: *Informacja o realizacji...* (2016)

19 836,9 ha, z czego 59,5% stanowiły grunty zagospodarowane, a pozostałą część tereny pod inwestycje (*Informacja o realizacji…*, 2016). Część podstref SSE była pusta, tzn. nie działał na ich terenie żaden zakład. Dotyczyło to m.in. 71 podstref SSE w gminach miejskich i miejsko-wiejskich (Dej, 2016).

Zarządcy poszczególnych stref wspierali tworzenie klastrów przemysłowych zrzeszających przedsiębiorców z danej branży. Katowicka SSE zarządzała klastrem Silesia Automotive & Advanced Manufacturing, zrzeszającym ponad 200 firm (Katowicka SSE, 2017), zaś Legnicka i Wałbrzyska SSE współtworzyły Dolnośląski Klaster Motoryzacyjny zrzeszający 34 podmioty (Legnicka SSE, 2017). Na Podkarpaciu działało Stowarzyszenie Grupy Przedsiębiorców Przemysłu Lotniczego „Dolina Lotnicza" posiadające status krajowego klastra kluczowego. Skupiało ono ok. 130 podmiotów, które w dużej części działały na terenach mieleckiej SSE. Był to najstarszy i jeden z najlepiej rozwiniętych klastrów przemysłowych w Polsce („Dolina Lotnicza", 2017).

Na terenie SSE przeważały przedsiębiorstwa z branży motoryzacyjnej (dział 29 wg Polskiej Klasyfikacji Wyrobów i Usług) – stanowiące ponad 26% wg skumulowanej wartości inwestycji (ryc. 1). Branża ta pod względem wartości inwestycji należała do wiodących w czterech strefach: Legnickiej (61%), Katowickiej (52,5%), Wałbrzyskiej (42%) i Kostrzyńsko-Słubickiej (19%). Dużym udziałem inwestycji z branży motoryzacyjnej charakteryzowały się również strefy: Krakowska (21%), Kamiennogórska (19%) i Starachowicka (12%) (*Informacja o realizacji…*, 2016). W strefach tych zlokalizowane były zakłady takich koncernów, jak: Volkswagen (Polkowice, Poznań, Białężyce w gminie Września), General Motors (Gliwice), Fiat (Bielsko-Biała), Toyota (Wałbrzych, Jelcz-Laskowice).

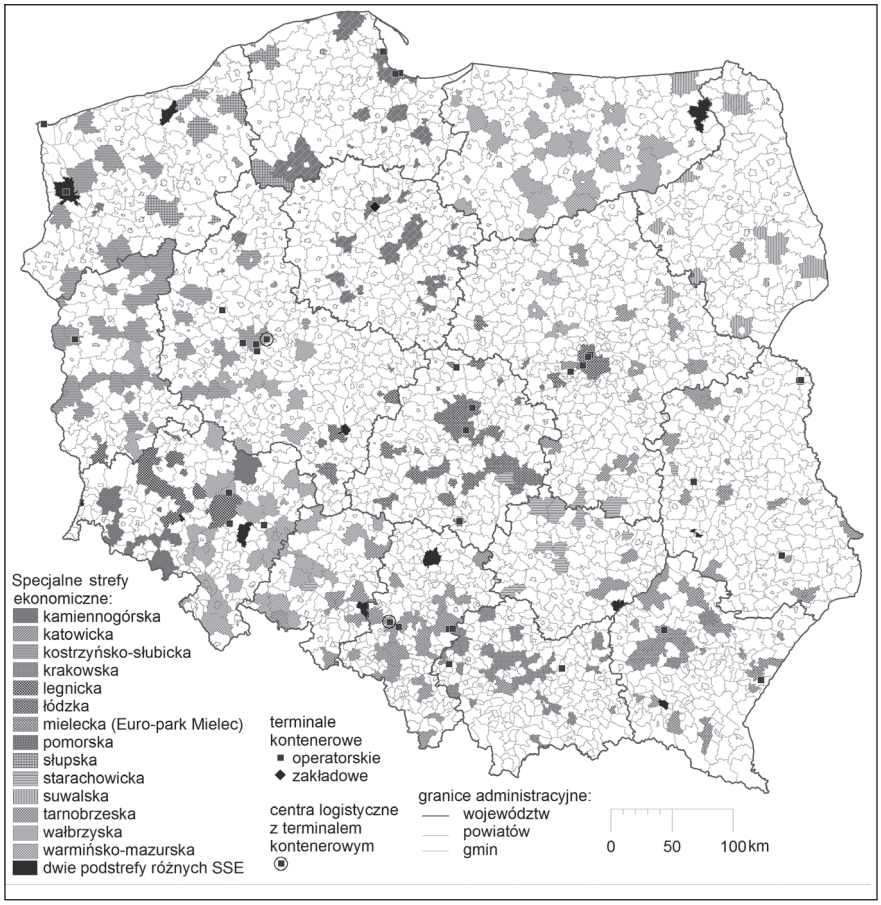
Inwestycje związane z magazynowaniem i usługami wspomagającymi transport (dział 52 według Polskiej Klasyfikacji Wyrobów i Usług) odnotowano jedynie w Słupskiej SSE – były to przedsiębiorstwa obsługujące przemysł rybny oraz spedytor transportu drogowego (Słupska SSE, 2017), czyli niezwiązane z transportem intermodalnym lub kolejowym. Pomimo że kilka terminali kontenerowych powstało na terenach objętych SSE lub w ich bezpośrednim sąsiedztwie (np. w: Sławkowie, Gliwicach i Kutnie), to ich właściciele nie posiadali zezwoleń umożliwiających korzystanie z ulg w ramach SSE.

Dostęp specjalnych stref ekonomicznych w Polsce do kolei i terminali intermodalnych

W badaniach SSE autor skoncentrował się na dostępie poszczególnych podstref do terminali. Odrębną kwestią jest bezpośredni dostęp do kolei w postaci własnej bocznicy. Posiadały je przede wszystkim duże zakłady, m.in. z branży chemicznej i celulozowo-papierniczej, funkcjonujące przed objęciem ich strefą, np. w Pomorskiej SSE bocznice miały zakłady celulozowe w Świeciu i Kwidzynie, drzewne w Czarnej Wodzie i Czarnkowie oraz chemiczne we Włocławku, Inowrocławiu, Toruniu i farmaceutyczne w Starogardzie Gdańskim, a także cementownia w Barcinie (Pomorska SSE, 2017; Google Maps, 2018). Ogółem na 32 podstrefy pomorskiej SSE zakłady z czynnymi bocznicami działały w 12. Z silnie reprezentowanej w polskich SSE branży motoryzacyjnej jedynie zakład Volkswagena w Polkowicach na terenie podstrefy Legnickiej SSE miał czynną bocznicę.

Na terenie 16 gmin (Brzeg Dolny, Gdańsk, Gdynia, Gliwice, Kolbuszowa, Kutno, Łódź, Poznań, Pruszków, Radomsko, Rzepin, Sławków, Stryków, Swarzędz, Szczecin,

Ryc. 2. Gminy w Polsce, na terenie których znajdowały się specjalne strefy ekonomiczne oraz lokalizacja terminali kontenerowych w 2016 roku

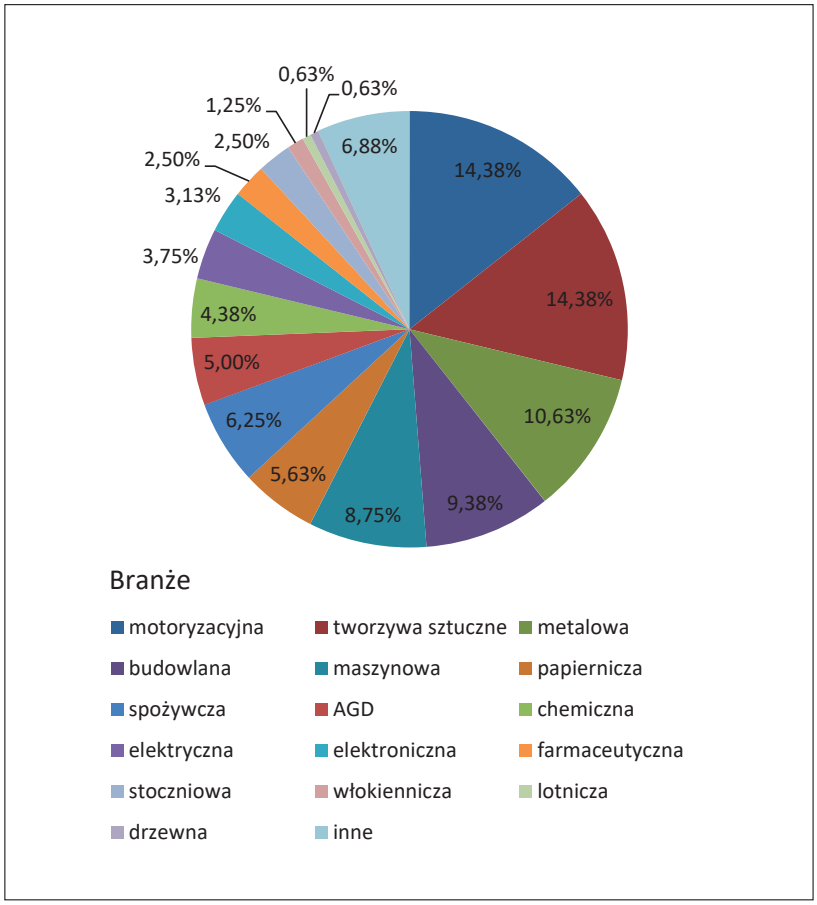


Źródło: opracowanie własne na podstawie: *Informacja o realizacji…* (2016), PAIH (2017)

Warszawa), w których funkcjonowały SSE, zlokalizowane były terminale kontenerowe, zaś w promieniu do 50 km od terminali znajdowało się łącznie 179 gmin z podstrefami SSE, w tym 11 wokół głównych ośrodków portowych. Obszary pięciu stref (słupskiej, suwalskiej, warmińsko-mazurskiej, starachowickiej) położone były w znacznym oddaleniu od jakichkolwiek terminali intermodalnych i centrów logistycznych (ryc. 2). W Świeciu na terenie zakładów celulozowych funkcjonował wewnętrzny (tzn. wyłącznie na potrzeby zlokalizowanych tam zakładów) terminal kontenerowy. W minionych latach terminale funkcjonowały na terenie jeszcze sześciu innych gmin, gdzie znajdowały się SSE: Sosnowiec (lata osiemdziesiąte XX wieku do 2016 roku), Tychy (2010–2014), Wrocław (1997–2015), Piotrków Trybunalski (2010–2014), Mława (2006–2012) (Bocheński, 2017). Terminal w Mławie powstał głównie na potrzeby zakładu LG Electronics Mława Sp. z o.o. działającego na terenie Warmińsko-Mazurskiej SSE (Biuro Nieruchomości PKP, 2017).

Przeanalizowano strukturę branżową zakładów zlokalizowanych w podstrefach SSE w najbliższym sąsiedztwie terminali kontenerowych. Pod uwagę wzięto łącznie

Ryc. 3. Struktura branżowa zakładów produkcyjnych na terenach SSE w 20 badanych gminach w Polsce



Źródło: opracowanie własne na podstawie informacji publikowanych przez SSE

20 gmin, oprócz wymienionych wyżej 16 uwzględniono dodatkowo Sosnowiec i Dąbrowę Górniczą, na pograniczu których zlokalizowany był Euroterminal Sławków, Oświęcim (terminal znajduje się we Włosienicy w gminie wiejskiej Oświęcim), Świecie, gdzie funkcjonował terminal zakładowy, oraz Zabrze, gdzie zlokalizowana była część gliwickiej podstrefy SSE, a w sąsiedniej gminie Gliwice funkcjonowały dwa terminale. Na badanym obszarze działało łącznie 195 zakładów, w tym 160 produkcyjnych (82,1%).

Spośród badanych gmin najwięcej zakładów, w tym produkcyjnych, zlokalizowanych było w Gliwicach – podstrefa Katowickiej SSE. W odległości kilku kilometrów od tej podstrefy funkcjonowało Śląskie Centrum Logistyczne z terminalem PCC Intermodal, a firmy z Katowickiej SSE stanowiły jego głównych klientów (Goc, 2017). Dodatkowo w Gliwicach działał drugi terminal należący do PKP Cargo. Ponadto gliwicka podstrefa Katowickiej SSE obejmowała także tereny w sąsiednim Zabrzu.

W strukturze branżowej zakładów produkcyjnych objętych SSE w badanych gminach największy udział miały branże motoryzacyjna, tworzyw sztucznych i metalowa (ryc. 3).

Na podstawie analizy informacji publikowanych przez zarządców poszczególnych SSE i zlokalizowanych na ich terenie przedsiębiorstw można przyjąć, że znaczna część produkcji była eksportowana. Sprzyja to wykorzystaniu transportu intermodalnego, ze względu na większą odległość przewozu.

Około 20% stanowiły zakłady świadczące różnego rodzaju usługi. Obejmowały one m.in. branżę IT, usługi dla przemysłu oraz logistykę. Działalność logistyczną świadczyły m.in. przedsiębiorstwa ulokowane na terenie SSE w: Gliwicach (5), Sławkowie, Łodzi i Kutnie.

Uwarunkowania funkcjonowania parków przemysłowych i technologicznych w Polsce

Park przemysłowy to zespół wyodrębnionych nieruchomości wraz z infrastrukturą techniczną pozostałą po restrukturyzowanym lub likwidowanym przedsiębiorcy, utworzony przez jednostkę samorządu terytorialnego (ustawa z dnia 20 marca 2002 roku).

Park technologiczny to zespół wyodrębnionych nieruchomości wraz z infrastrukturą techniczną, utworzony w celu zapewnienia warunków umożliwiających ścisłą współpracę pomiędzy ośrodkami naukowymi i przedsiębiorstwami wykorzystującymi nowe technologie – tzw. innowacyjnymi (ustawa z dnia 20 marca 2002 roku).

W 2017 roku funkcjonowało 80 parków przemysłowych, technologicznych i naukowo-technologicznych na terenie 69 gmin (ryc. 4), w których działało ponad 2,2 tys. przedsiębiorstw. Po trzy parki znajdowały się w Poznaniu i Krakowie, a po dwa we Wrocławiu, Szczecinie, Katowicach, Gliwicach, Rudzie Śląskiej, Opolu, Stargardzie, Puławach (przemysłowy i naukowo-technologiczny) i Żorach. Wśród nich 23 były częściowo objęte obszarem SSE. W 40 parkach prowadzona była działalność produkcyjna, natomiast w pozostałych jedynie usługowa. Parki naukowo-technologiczne wspierały działania badawczo-rozwojowe i często znajdowały się na ich terenie specjalistyczne laboratoria dostosowane do potrzeb lokalnych przedsiębiorstw. Park w gminie Płużnica koło Grudziądza oraz część parku w Kędzierzynie-Koźlu, obejmująca tereny dawnego portu rzecznego, były niezagospodarowane i dopiero czekały na inwestorów (PAIH, 2017; informacje zarządców poszczególnych parków).

Powstawanie parków przemysłowych było związane z restrukturyzacją przemysłu i przekształceniem terenów po zlikwidowanych zakładach przemysłowych. Udostępniano w ten sposób istniejącą infrastrukturę przemysłową: Park Przemysłowy Boruta Zgierz na terenie po zakładach chemicznych Boruta, Park Przemysłowy Zastal Zielona Góra na terenie dawnych Zakładów Przemysłu Metalowego (Zastal S.A., 2017), Wrocławski Park Przemysłowy na terenie dawnych zakładów: Archimedes, Dolmel i Pafawag (Dozamel Sp. z o.o., 2017), Żorski Park Przemysłowy na terenie po upadłym Przedsiębiorstwie PEBEROW (Górnośląska Agencja…, 2017), Park Przemysłowy Cross Point Winterbourne Żory na terenie byłych zakładów chemicznych Krywałd-Erg (Śleziona, 2010), Szczeciński Park Przemysłowy na terenie po upadłej Stoczni Szczecińskiej (Szczeciński Park Przemysłowy, 2017), Zielony Park Przemysłowy w Tarnowie – częściowo na terenie po byłych Zakładach PONAR (Tarnowski Klaster Przemysłowy, 2017), Mielecki Park Przemysłowy – częściowo na terenach po zrestrukturyzowanym przedsiębiorstwie WSK-PZL Mielec (Euro-Park Mielec, 2017), Kędzierzyńsko-Kozielski Park Przemysłowy – obejmujący dwa kompleksy: na terenie dawnych zakładów

chemicznych Blachownia oraz na terenie nieczynnego portu rzecznego (Blachownia Holding S.A., 2017).

Część parków przemysłowych i technologicznych utworzono w sąsiedztwie prężnie działających dużych zakładów przemysłowych, które często je współtworzyły. Były to m.in. zakłady branży chemicznej: Płocki Park Przemysłowo-Technologiczny (PKN ORLEN – Rafineria Płock), Park Przemysłowy Luvena Sp. z o.o. w Luboniu (Zakłady Chemiczne Luvena), Puławski Park Przemysłowy (Zakłady Azotowe Puławy), Włocławska Strefa Rozwoju Gospodarczego – Park Przemysłowo-Technologiczny (Zakłady Azotowe Anwil), Bukowice koło Brzegu Dolnego (Grupa PCC) oraz metalurgicznej – Legnicki Park Technologiczny Letia S.A. (KGHM – huta miedzi Legnica) i celulozowo-papierniczej – Vistula Park (Mondi Świecie). W przypadku parków technologicznych i naukowo-technologicznych starano się pozyskać przede wszystkim inwestorów związanych z przemysłem zaawansowanych technologii.

Lokalizacja parków w sąsiedztwie dużych zakładów przemysłowych zwiększała potencjalne potoki ładunków przeznaczone do przewozów intermodalnych.

Dostęp parków przemysłowych i technologicznych do kolei i terminali intermodalnych

Dostęp do kolei miało 16 parków przemysłowych i technologicznych, w tym wymienione wyżej parki powstałe na terenie zlikwidowanych przedsiębiorstw (z wyjątkiem parków w Żorach, gdzie bocznica została zlikwidowana) lub działających w sąsiedztwie dużych zakładów przemysłowych (za pośrednictwem bocznic należących do tychże zakładów) oraz Kutnowski Park Agro-Przemysłowy (tab. 2).

Terminale kontenerowe działały na terenie ośmiu gmin, w których znajdowały się parki, w tym w pięciu parkach, gdzie prowadzona była działalność produkcyjna (ryc. 4). Kolejne 47 parków, w tym 29 z zakładami produkcyjnymi, zlokalizowanych było w promieniu do 50 km od najbliższego terminala.

Tab. 2. Parki przemysłowe i technologiczne posiadające najlepszy dostęp do infrastruktury kolejowej i intermodalnej w Polsce w 2017 roku

Nazwa strefy przemysłowej	Liczba zakładów	SSE	Bocznica kolejowa	Terminal kontenerowy*	Główne branże
Vistula Park Świecie	17	–	+	Świecie	IP, KS
Włocławska Strefa Rozwoju Gospodarczego	2	p	+	-	TS
Wrocławski Park Przemysłowy	260	–	+	Siechnice	E, K, KS, M, MN
Kutnowski Park Agro-Przemysłowy	60	ł	+	Kutno	F, MN, O, S, TS
Park Przemysłowy Boruta Zgierz	150	–	+	Stryków	B, Ch, UO
Park Przemysłowy Zastal Zielona Góra	b.d.	–	+	-	KS, SG
Zielony Park Przemysłowy w Tarnowie	40	–	+	Brzesko	B, E, MN, S, Sz
Puławski Park Przemysłowy	b.d.	s	+	Nałęczów	Ch
Kędzierzyńsko-Kozielski Park Przemysłowy	b.d.	–	+	Gliwice	Ch
Park Przemysłowy Luvena w Luboniu	b.d.	–	+	Poznań	b.d.
Euro-Park Mielec	b.d.	m	+	Kolbuszowa	L, M

Płocki Park Przemysłowo-Technologiczny	10	–	+	-	Ch
Stargardzki Park Przemysłowy	125	–	+	Szczecin	K, KS, M
Szczeciński Park Przemysłowy	65	–	+	Szczecin	KS, SO
Legnicki Park Technologiczny Letia	b.d.	–	+	-	IP, MN
Bydgoski Park Przemysłowo-Technologiczny	64	p	+	-	B, Ch, E, F, IP, K, KS, MN, O, Od, S, SG, Sz, TS, UO,
Auro Business Park Gliwice	b.d.	k	–	Gliwice	b.d.
Park Przemysłowy Bukowice	1	–	–	Brzeg Dolny	Ch

Uwaga: uwzględniono parki, na terenie których prowadzono działalność produkcyjną.

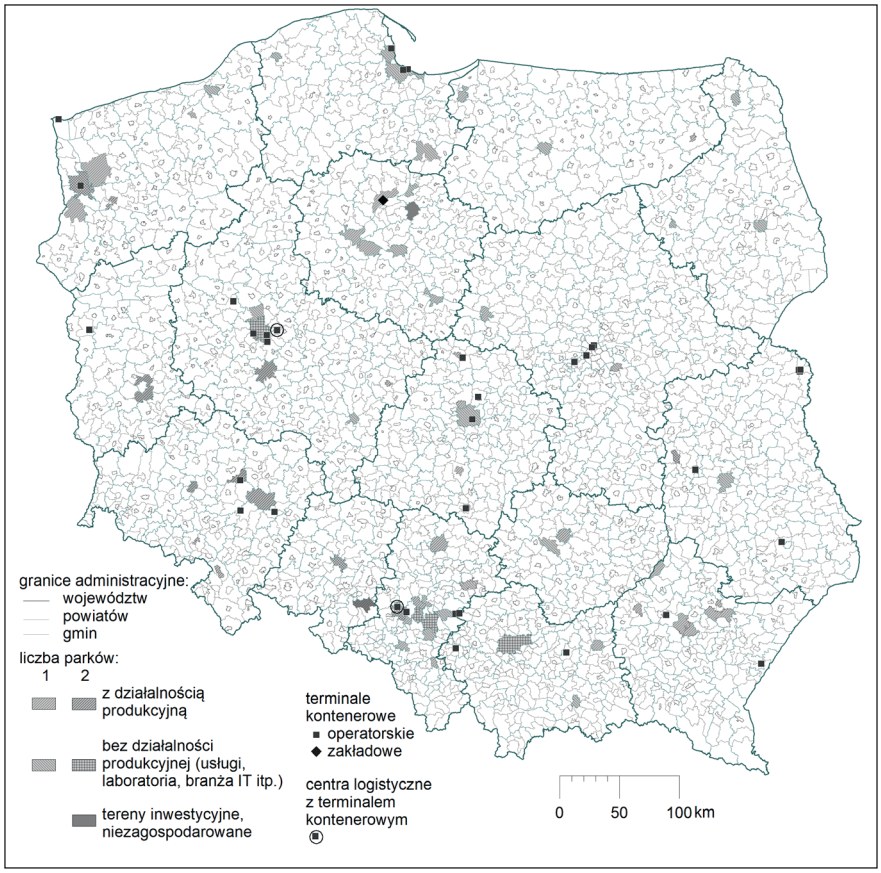
* Zlokalizowany na terenie tej samej gminy lub w odległości drogowej do 50 km.

SSE: p – Pomorska, ł – Łódzka, s – Starachowicka, m – Mielecka, k – Katowicka.

Branże: B – budownictwo, Ch – chemiczna, E – elektrotechnika, F – farmaceutyczna, IP – instalacje przemysłowe, K – tabor kolejowy, KS – konstrukcje stalowe, L – lotnicza, M – motoryzacja, MN – metalowa i narzędziowa, O – opakowaniowa, Od – odzieżowa, SO – stoczniowa i offshore, S – spożywcza, SG – systemy grzewcze, Sz – szklana, TS – tworzywa sztuczne, UO – utylizacja odpadów.

Źródło: opracowanie własne na podstawie PAIH (2017) i informacji zarządców poszczególnych parków.

Ryc. 4. Gminy w Polsce, na terenie których znajdowały się parki przemysłowe i technologiczne w 2017 roku



Źródło: opracowanie własne na podstawie PAIH (2017)

W obrębie Kutnowskiego Parku Agro-Przemysłowego, objętego częściowo podstrefą Łódzkiej SSE, funkcjonował terminal kontenerowy PCC Intermodal oraz centrum dystrybucyjne Nijhof-Wassink. Dodatkowo park w Mielcu miał bezpośredni dostęp do lotniska, park w Szczecinie do portu morskiego (nabrzeże stoczni), zaś część parku w Kędzierzynie-Koźlu obejmowała teren portu rzecznego.

Wiele firm działających na terenie parków przemysłowych i technologicznych łączyło działalność produkcyjną i usługową. Wśród zakładów działających na terenie parków najwięcej reprezentowało branże: metalową, produkcji konstrukcji stalowych i instalacji przemysłowych, a także przetwórstwa tworzyw sztucznych. Działalność części zakładów zaliczana była do kilku branż.

Polityka transportowa i przemysłowa państwa

Polityka transportowa państwa była formułowana w dokumentach przyjmowanych przez Radę Ministrów. Od transformacji ustrojowej powstały trzy takie dokumenty: w 1995 roku (*Polityka transportowa – program działania w kierunku przekształcenia transportu w system dostosowany do wymogów gospodarki rynkowej i nowych warunków współpracy gospodarczej w Europie*), w 2001 roku (*Polityka transportowa państwa na lata 2001–2015 dla zrównoważonego rozwoju kraju*) i w 2005 roku (*Polityka transportowa państwa na lata 2006–2025*). Wszystkie one obejmowały perspektywę średniookresową. W wymienionych wyżej dokumentach rządowych eksponowane było dążenie do zrównoważonego rozwoju transportu. Brakowało jednak konsekwencji w jego realizacji i w rzeczywistości główny nacisk kładziony był na infrastrukturę drogową, co powodowało zwiększenie dysproporcji pomiędzy stanem dróg i kolei, zaś żegluga śródlądowa została całkowicie zapomniana. W efekcie system transportowy w kraju był coraz mniej zrównoważony. Odzwierciedlała to wysokość nakładów ponoszonych na inwestycje infrastrukturalne, które w przypadku dróg krajowych rosły w latach 2001–2011 z 3,7 do 26,2 mld zł rocznie, a w przypadku kolei z 0,4 do 3,8 mld zł rocznie. W 2011 roku, kiedy nastąpił szczyt inwestycji drogowych związany z przygotowaniami do mistrzostw w piłce nożnej Euro 2012, nakłady na same tylko drogi krajowe były prawie siedmiokrotnie większe niż na linie kolejowe. Po 2011 roku odnotowano zmniejszenie nakładów na drogi i dalszy wzrost nakładów na kolej – w 2013 roku różnica była dwuipółkrotna na korzyść dróg. Spółka PKP PLK jako narodowy zarządca infrastruktury kolejowej miała trudności w prowadzeniu inwestycji współfinansowanych ze środków Unii Europejskiej, co doprowadziło do utraty części środków przeznaczonych na kolej. Ponadto spółka ta nie dysponowała wystarczającymi środkami na utrzymanie posiadanej infrastruktury (Bocheński, 2016). Dodatkowo w perspektywie finansowej UE na lata 2007–2013 wynegocjowano zmianę podziału środków na drogi i kolej. Pula środków na kolej została zmniejszona z 40 do 20% (Nowosielski, 2006).

Władze państwowe nie prowadziły realnych działań na rzecz rozwoju transportu intermodalnego. Nie powstała sieć centrów logistycznych ani ogólnodostępnych terminali kontenerowych. Inwestycje w tym zakresie były realizowane według aktualnych potrzeb przez operatorów intermodalnych, którzy wykorzystywali posiadane terminale niemal wyłącznie na swoje potrzeby. Jedynym elementem wspierającym kolejowe przewozy intermodalne była wprowadzona przez PKP PLK w porozumieniu z Ministerstwem Infrastruktury ulga w opłacie podstawowej za korzystanie z torów od pociągów intermodalnych.

Pierwszy rządowy dokument dotyczący polityki przemysłowej po transformacji ustrojowej przyjęto w 1994 roku – *Program polityki przemysłowej na lata 1995–1997. Międzynarodowa konkurencyjność polskiego przemysłu*. Na przełomie XX i XXI wieku dominowała polityka o charakterze horyzontalnym, nakierowana na inwestycje, wzrost konkurencji, prywatyzację i wspieranie samorządności gospodarczej (Radło, Spałek, 2017, za: Gorynia, 1996). Koncepcja horyzontalnej polityki przemysłowej w Polsce z 2007 roku zakładała m.in. podejmowanie działań zgodnie z ideą zrównoważonego rozwoju, w tym: „zastosowanie rozwiązań technologicznych energo-, materiało- i wodooszczędnych w procesie produkcji prowadzących do zmniejszenia szkodliwego oddziaływania na środowisko" (*Koncepcja horyzontalnej*..., 2007). Można do tego zaliczyć także wykorzystanie transportu kolejowego jako mniej energochłonnego.

Pomimo przygotowywanych dokumentów i zakładanych celów, rzeczywista polityka przemysłowa była prowadzona wybiórczo, chaotycznie i często w sprzeczności z założeniami innych polityk (Ślusarczyk, 2016). Wspierano branże i przedsiębiorstwa, w których istniały silne związki zawodowe, np. górnictwo węgla.

Po kryzysie gospodarczym w 2009 roku nastąpiła zmiana wcześniejszego podejścia do selektywnej polityki przemysłowej. Zakładano wsparcie przemysłu wysokiej i średnio wysokiej techniki w celu podniesienia poziomu technologicznego polskiej gospodarki i podniesienia jej konkurencyjności. Głównym elementem realizacji polityki przemysłowej były różnego rodzaju instrumenty udzielania pomocy publicznej dla przedsiębiorstw. Wyróżnić można tutaj pomoc branżową oraz horyzontalną i regionalną. Ta pierwsza kierowana była przede wszystkim do górnictwa węgla oraz branż: energetycznej, gazu ziemnego, budownictwa okrętowego, telekomunikacyjnej i kinematografii. Po wzroście wydatków na pomoc branżową do 2011 roku nastąpiło ich systematyczne zmniejszanie. Zgodnie z założeniami wartość pomocy horyzontalnej oraz regionalnej w latach 2011–2014 była zdecydowanie wyższa niż wartość pomocy branżowej. Istotnym instrumentem wsparcia był program pomocy dla przedsiębiorców, w tym zwolnienia z podatku dochodowego od osób prawnych prowadzących działalność w specjalnych strefach ekonomicznych.

Korzystali z niego m.in. producenci: wyrobów z gumy i tworzyw sztucznych, wyrobów z mineralnych surowców niemetalicznych i producenci samochodów. Pomimo deklaracji podnoszenia poziomu technologicznego, w latach 2011–2014 najwięcej środków trafiło do przedsiębiorstw przemysłowych z branż średnio niskiej techniki oraz podmiotów świadczących usługi rynkowe (Radło, Spałek, 2017).

Rzeczywiście realizowana w Polsce polityka transportowa, jak i przemysłowa, były rozbieżne z deklaracjami zawartymi w oficjalnych dokumentach rządowych. Obie polityki nie były ze sobą powiązane, wbrew oczywistym zależnościom pomiędzy tymi gałęziami gospodarki. W polityce transportowej przyjętej w 2005 roku w aspekcie przestrzennym założono „koordynację zagospodarowania przestrzennego i systemu transportowego w celu ograniczenia tempa wzrostu generowanego ruchu i pracy przewozowej" (*Polityka transportowa*..., 2005). Postulat ten nie został jednak wdrożony. Nie wykorzystano okazji, aby np. uzależnić wysokość ulg w SSE od wykorzystania w procesach logistycznych transportu kolejowego. Obszary inwestycyjne były często lokowane z dala od linii kolejowych. Dodatkowo skomplikowane przepisy i znaczne koszty użytkowania zniechęcały przedsiębiorców do posiadania własnej bocznicy kolejowej. Działania organów państwowych były zatem rozbieżne z deklarowanymi założeniami zrównoważonego rozwoju oraz polityką transportową Unii Europejskiej.

STUDIUM PRZYPADKU – STREFA PRZEMYSŁOWA W CHORZELACH

Powiat przasnyski w województwie mazowieckim utworzył Przasnyską Strefę Gospodarczą, która została objęta częściowo tarnobrzeską SSE na terenie gminy Przasnysz. W 2016 roku do strefy przyłączono tereny w gminie Chorzele. Podstrefa w gminie Chorzele została wyposażona m.in. w bocznicę kolejową i mają tam powstać zakłady produkcyjne z branży budowlanej, drzewnej i motoryzacyjnej oraz centrum transportowo-logistyczne. Zakłada się utworzenie klastra przemysłowo-transportowego pod przewodnictwem spółki SO SPV 114 Sp. z o.o. (Strefa gospodarcza w Chorzelach…, 2017). W najbliższych latach prowadząca przez tę gminę linia kolejowa Ostrołęka–Wielbark zostanie zmodernizowana (*Kolej na trasie*…, 2017). Linia ta od 2001 roku była zamknięta dla ruchu (Stankiewicz, Stiasny, 2014) i dopiero utworzenie strefy spowodowało przywrócenie jej przejezdności z Wielbarka do Chorzeli i stało się przesłanką do jej reaktywacji na całej trasie.

Strefa w Chorzelach stanowi dobry przykład odpowiedniej lokalizacji i zapewnienia multimodalnej infrastruktury transportowej dla działalności przemysłowej.

WNIOSKI

Wiele lokalnych samorządów zabiegało o utworzenie na swoim terenie specjalnej strefy ekonomicznej oraz tworzyło parki przemysłowe lub technologiczne w celu przyciągnięcia inwestorów. Obszar SSE i zakres czasowy obowiązywania ulg podatkowych na ich terenie był kilkakrotnie zwiększany i wydłużany. Przy lokalizacji nowych stref i parków technologicznych obecność infrastruktury kolejowej nie była dostatecznie ważnym kryterium, toteż były one – oraz zlokalizowane na ich terenie zakłady – w znacznej części pozbawione dostępu do infrastruktury kolejowej.

Ze względu na rolę transportu w gospodarce oraz jego silne negatywne oddziaływanie na środowisko Unia Europejska promuje koncepcję współmodalności i rozwój transportu intermodanego. Koncentracja wielu firm na danym obszarze stwarza możliwości do kumulowania generowanych przez nie ładunków i ich łączenia w celu zapewnienia odpowiedniej masy dla przewozów całopociągowych. Służą temu terminale towarowe i centra logistyczne. Poszczególne zakłady nie potrzebują wówczas dostępu do kolei w postaci własnej bocznicy, a towary dowożone są do terminali transportem drogowym, najczęściej zapewnianym przez operatora intermodalnego.

Terminale kontenerowe zlokalizowane były na terenie 17 gmin, w których funkcjonowały SSE lub parki przemysłowe i technologiczne, w tym w dziewięciu gminach funkcjonowały zarówno parki, jak i SSE (Brzeg Dolny, Gdańsk, Gdynia, Gliwice, Kutno, Łódź, Poznań, Szczecin, Świecie). Łącznie działało w tych gminach 26 terminali, w tym jeden zakładowy. Około 40% gmin, na terenie których funkcjonowały SSE, znajdowało się w promieniu 50 km, zaś 7% gmin w odległości ponad 150 km od najbliższego terminala kontenerowego.

Większość terenów SSE i parków przemysłowych nie posiadała dostępu do kolei, a spora część z nich położona była dodatkowo w znacznym oddaleniu od terminali kontenerowych. Wśród parków przemysłowych i naukowo-technologicznych 16 posiadało własne bocznice kolejowe, a bezpośrednio na terenie jednego z nich zlokalizowano terminal kontenerowy.

Duży udział wśród zakładów działających na terenach SSE miała branża motoryzacyjna, która często w łańcuchach dostaw wykorzystywała transport intermodalny – CLIP w Swarzędzu oraz Śląskie Centrum Logistyczne z terminalem PCC w Gliwicach, które w znacznym stopniu obsługiwały właśnie zakłady tej branży w zakresie transportu intermodalnego. Kolejne branże pod względem liczby zakładów i zainwestowanego kapitału to przetwórstwo tworzyw sztucznych i przemysł metalowy. Natomiast w parkach przemysłowych najliczniej reprezentowana była branża metalowa i produkcji konstrukcji stalowych.

Przy lokalizacji SSE w małym stopniu brano pod uwagę możliwość doprowadzenia bocznicy kolejowej czy też odległość od terminali kontenerowych. Stanowiło to barierę w rozwoju transportu intermodalnego w Polsce oraz wpływało na zwiększenie kosztów zewnętrznych transportu i jego negatywnego wpływu na środowisko. Jednym z nielicznych przykładów wyposażenia w infrastrukturę kolejową strefy przemysłowej powstałej na terenie dotychczas niezagospodarowanym była utworzona w 2016 roku strefa Chorzele. Zakłady na terenie tej strefy były jednak dopiero w fazie budowy. Parki przemysłowe były często lokowane na terenach restrukturyzowanych kombinatów przemysłowych, dzięki czemu miały lepszy dostęp do kolei.

Polityka państwa w zakresie rozwoju transportu i przemysłu była niespójna, a prowadzone działania w znacznym stopniu sprzeczne z założeniami. Dominacja transportu drogowego i brak zachęt ze strony państwa do korzystania z kolei, w tym w ramach przewozów intermodalnych, powodowały, że zainteresowanie przedsiębiorców transportem kolejowym i intermodalnym było stosunkowo niewielkie. Należy zatem dokonać rewizji dotychczasowego sposobu prowadzenia polityki przemysłowej i transportowej oraz ich instrumentów. Oto rekomendowane działania mające na celu wzrost wykorzystania kolei i transportu intermodalnego:

- uzależnianie wysokości ulg udzielanych przedsiębiorcom prowadzącym działalność na terenie SSE od wykorzystania w procesach logistycznych kolei, w tym jako elementu przewozów intermodalnych,
- wyposażenie parków przemysłowych i technologicznych przeznaczonych dla zakładów produkcyjnych w ogólnodostępną bocznicę kolejową, której utrzymanie byłoby w gestii podmiotu zarządzającego danym parkiem,
- ograniczenie możliwości lokalizacji stref przemysłowych do miejsc pozwalających na doprowadzenie bocznicy kolejowej,
- wsparcie budowy nowych terminali kontenerowych, szczególnie na obszarach położonych w znacznej odległości od istniejących obiektów tego typu.

Literatura
References

Badya, A. (2010). Zagrożenia środowiskowe ze strony transportu. *Nauka, 4*, 115–125.

Biała księga. Plan utworzenia jednolitego europejskiego obszaru transportu – dążenie do osiągnięcia konkurencyjnego i zasobooszczędnego systemu transportu (2011, 28 marca). Komisja Europejska, KOM(2011) 144 wersja ostateczna.

Blachownia Holding S.A. (2017, październik). Pozyskano z: http://www.jpmholding.pl/historia

Bocheński, T. (2016). *Przemiany towarowego transportu kolejowego w Polsce na przełomie XX i XXI wieku*. Rozprawy i Studia, *938*. Szczecin: Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego.

Bocheński, T. (2017). *Rozwój transportu intermodalnego z wykorzystaniem kolei w Polsce.* Praca końcowa na studiach podyplomowych logistyka i spedycja w transporcie kolejowym, Katedra Transportu Szynowego w Wyższej Szkole Biznesu w Dąbrowie Górniczej.

Brezdeń, P., Spallek, W. (2008). Specjalne strefy ekonomiczne w przestrzeni gospodarczej w województwie dolnośląskim. *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego, 10*, 217–229.

Bydgoski Park Przemysłowo-Technologiczny (2018, luty). Pozyskano z: http://www.bppt.pl/

Czermański, E. (2011). Zagadnienia terminologiczne transportu wielogałęziowego. *Współczesna Gospodarka, 2*(2), 47–53.

Dej M. (red.) (2016). *Raport o stanie polskich miast 2016. Rozwój gospodarczy*. Kraków: Instytut Rozwoju Miast.

„Dolina Lotnicza" (2017, październik). Stowarzyszenie Grupy Przedsiębiorców Przemysłu Lotniczego „Dolina Lotnicza". Pozyskano z: http://www.dolinalotnicza.pl/

Dozamel Sp. z o.o. – Wrocławski Park Przemysłowy (2017, październik). Pozyskano z: http://dozamel.pl

Dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady 2012/34/UE z dnia 21 listopada 2012 r. w sprawie utworzenia jednolitego europejskiego obszaru kolejowego (Dz.U. UE L 343/32).

Euro-Park Mielec Specjalna Strefa Ekonomiczna Agencja Rozwoju Przemysłu S.A. (2017, październik). Pozyskano z: https://europark.arp.pl

Euro-Park Wisłosan. Tarnobrzeska Specjalna Strefa Ekonomiczna Agencja Rozwoju Przemysłu S.A. (2017, październik). Pozyskano z: https://tsse.arp.pl/

Google Maps (2018, styczeń). Pozyskano z: https://www.google.pl

Gorynia, M. (1996). Koncepcja liberalno-instytucjonalnej polityki przemysłowej. *Gospodarka Narodowa, 1–2*.

Górnośląska Agencja Przedsiębiorczości i Rozwoju sp. z o.o. – GAPR (2017, 30 października). Pozyskano z: http://www.gapr.pl/

Informacja o realizacji ustawy o specjalnych strefach ekonomicznych. Stan na 31 grudnia 2015 r. (2016). Warszawa: Ministerstwo Rozwoju.

Jankowiak, A.H. (2016). Branżowe specjalizacje specjalnych stref ekonomicznych w kontekście tworzenia klastrów i inicjatyw klastrowych. *Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu*, *448*, 131–142.

Katowicka Specjalna Strefa Ekonomiczna (2017, październik). Pozyskano z: http://ksse.com.pl/

Kolej na trasie Ostrołęka–Chorzele będzie uruchomiona (2017, 18 stycznia). Powiat Przasnyski. Pozyskano z: http://www.powiat-przasnysz.pl

Koncepcja horyzontalnej polityki przemysłowej w Polsce (2007, 19 lutego). Warszawa: Ministerstwo Gospodarki.

Kostrzyńsko-Słubicka Specjalna Strefa Ekonomiczna (2017, październik). Pozyskano z: http://kssse.pl/

Legnicka Specjalna Strefa Ekonomiczna S.A. (2017, październik). Pozyskano z: http://lsse.eu/

Logistyka transportu towarowego w Europie – klucz do zrównoważonej mobilności (2006, 28 czerwca). Dodatek do załącznika do komunikatu Komisji do Rady, Parlamentu Europejskiego, Europejskiego Komitetu Ekonomiczno-Społecznego i Komitetu Regionów. Bruksela, SEC(2006)820.

Łódzka Specjalna Strefa Ekonomiczna (2017, październik). Pozyskano z: http://sse.lodz.pl/

Nowosielski, L. (2006). Transport kolejowy w polityce transportowej Polski. *Problemy Kolejnictwa, 142*, 5–16.

Poliński, J. (2015). *Rola kolei w transporcie intermodalnym.* Warszawa: Instytut Kolejnictwa.

Polityka transportowa państwa na lata 2006–2025 (2005, 27 czerwca). Warszawa: Ministerstwo Infrastruktury.

Polska Agencja Inwestycji i Handlu S.A. – PAIH (2017, luty). Pozyskano z: http://www.paiz.gov.pl

Pomorska Specjalna Strefa Ekonomiczna (2017, październik). Pozyskano z: http://www.strefa.gda.pl/

Radło, M.J., Spałek, P. (2017). Deklarowana i rzeczywista polityka przemysłowa Polski w świetle danych o pomocy publicznej w latach 2007–2014. *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego, 31*(1), 7–23.

Słupska Specjalna Strefa Ekonomiczna (2017, październik). Pozyskano z: https://www.sse.slupsk.pl
Stankiewicz, R., Stiasny, M. (2014). *Atlas linii kolejowych Polski 2014*. Rybnik: Wydawnictwo Eurosprinter.
Strefa gospodarcza w Chorzelach praktycznie sprzedana. Strefa w Przasnyszu ponownie zablokowana (2017, 21 marca). *Gazeta w Przasnyszu*, 3.
Szczeciński Park Przemysłowy Sp. z o.o. (2017, 25 października). Pozyskano z: http://szczecinpark.pl
Śleziona, K. (2010, 1 grudnia). Dzisiaj biznes kręci się wokół miasta Żory*. Nasze Miasto Żory*. Pozyskano z: http://zory.naszemiasto.pl/
Ślusarczyk, B. (2016). Wspieranie konkurencyjności polskiego przemysłu w świetle założeń nowej polityki przemysłowej. *Zeszyty Naukowe Politechniki Częstochowskiej. Zarządzanie, 22*, 7–22.
Tarnowski Klaster Przemysłowy (2017, październik). Pozyskano z: http://www.tkp.com.pl/
Terminology on combined transport (2001). Nowy Jork–Genewa: Economic Commission for Europe, United Nations.
Transport. Wyniki działalności (1995–2015). Warszawa: GUS.
Trojak, A., Wiederman, K. (2009). Specjalne strefy ekonomiczne i strefy przemysłowe w kształtowaniu rozwoju gospodarczego regionów na przykładzie Polski i Czech. *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego, 12*, 133–143.
Ustawa z dnia 20 października 1994 r. o specjalnych strefach ekonomicznych (Dz.U. z 2017 r., poz. 1010).
Ustawa z dnia 6 września 2001 r. o transporcie drogowym (Dz.U. z 2017 r. poz. 2200, z późn. zm).
Ustawa z dnia 20 marca 2002 r. o finansowym wspieraniu inwestycji (Dz.U. z 2006 r. nr 66, poz. 472).
Ustawa z dnia 28 marca 2003 r. o transporcie kolejowym (Dz.U. z 2017 r. poz. 2361, z późn. zm).
Wałbrzyska Specjalna Strefa Ekonomiczna Inwest Park (2017, październik). Pozyskano z: https://invest-park.com.pl/
Wiedermann, K. (2016). *Współczesne modele uprzemysłowienia a kształtowanie się struktur społecznych i gospodarczych*. Prace Monograficzne, 775. Kraków: Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Pedagogicznego w Krakowie.
Zastal S.A. (2017, październik). Pozyskano z: http://www.zastal.pl/

Materiały niepublikowane
Biuro Nieruchomości PKP CARGO S.A. w Katowicach (2017, 30 maja).
Goc, R. – dyrektor Śląskiego Centrum Logistycznego (2017, 28 maja). *Rola centrów logistycznych w łańcuchu dostaw na przykładzie Śląskiego Centrum Logistyki S.A. w Gliwicach*.

Tadeusz Bocheński, dr, adiunkt, Uniwersytet Szczeciński, Wydział Nauk o Ziemi, Katedra Badań Miast i Regionów. Specjalizuje się w geografii transportu. Prowadzi badania m.in. z zakresu funkcjonowania kolei i transportu intermodalnego oraz ich powiązań z przemysłem. W polu jego zainteresowań znajduje się również delimitacja regionów funkcjonalnych.

Tadeusz Bocheński, Ph.D., assistant professor in the Urban and Regional Study Unit, Faculty of Geosciences, University of Szczecin. He specializes in transport geography. He conducts research on the functioning of railways and intermodal transport and their connections with industry. His academic interests also include the delimitation of functional regions.

Adres/address:

Uniwersytet Szczeciński
Wydział Nauk o Ziemi
Katedra Badań Miast i Regionów
ul. Mickiewicza 18, 70-383 Szczecin, Polska
e-mail: tadeusz.bochenski@usz.edu.pl

Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego
Studies of the Industrial Geography Commission of the Polish Geographical Society

32(1) • 2018

ISSN 2080-1653
DOI 10.24917/20801653.321.3

Katarzyna Świerczewska-Pietras
Państwowa Szkoła Wyższa im. Papieża Jana Pawła II w Białej Podlaskiej, Polska
Pope John Paul II State School of Higher Education, Biała Podlaska, Poland

Stan i ekonomiczne perspektywy rozwoju transportu śródlądowego w układach przestrzennych ze szczególnym uwzględnieniem rewitalizacji drogi wodnej E40

Current Condition and Economic Perspectives for Development of Inland Water Transport in Spatial Systems, with Particular Emphasis on the Regeneration of the E40 waterway

Streszczenie: System transportowy jest podstawowym składnikiem infrastruktury gospodarczej każdego kraju. Do głównych podsystemów transportowych możemy zaliczyć: lotniczy, drogowy, kolejowy, morski, rurociągowy, oraz wodny śródlądowy. Harmonijne współdziałanie tych systemów oparte na zasadach współczesnej logistyki zapewnia właściwy rozwój gospodarczy danego państwa, pozwalając na swobodny przepływ towarów i usług. Celem artykułu jest charakterystyka stanu i ekonomicznych perspektyw rozwoju transportu śródlądowego w Polsce ze szczególnym uwzględnieniem analizy planów rewitalizacji drogi wodnej E40. Opracowanie bazuje na analizie literatury przedmiotu, badaniach własnych, wywiadach bezpośrednich, raportach przygotowanych przez Unię Europejską oraz polski rząd dotyczących planów rozwoju wodnej polityki śródlądowej. Metody i techniki badawcze wykorzystane w artykule to analiza danych statystycznych oraz badania terenowe z zastosowaniem pomiarów batymetrycznych za pomocą technologii GPS. W ramach prac terenowych przeprowadzono badania morfologii dna koryta rzeki Bug na odcinku od przeprawy promowej Niemirów–Gnojno (województwo podlaskie) do punktu rzecznego na wysokości miejscowości Borsuki (województwo mazowieckie).

Abstract: Transport system is an essential component in each country's economic infrastructure. It comprises several major subsystems including: air, road, rail, maritime and pipeline networks, as well as inland waterways. The harmonious interaction of these systems, based on the principles of modern logistics, ensures proper economic development of a given country by allowing free movement of goods and services. The aim of the article is to characterise the condition and economic prospects of the development of inland waterway transport in Poland, with a particular emphasis on analysing the E40 waterway revitalization plans. The study is based on the subject literature, own research, interviews, reports prepared by the European Union and the Polish government concerning the plans for development of inland water policy. The methods and techniques used in the article include: statistical analysis and field studies using bathymetric measurements with GPS technology. To investigate the morphology of the bed of the river Bug, the field work was carried out on the river section from the ferry crossing in Niemirów–Gnojno (Podlaskie Voivodeship) to the nearby village of Borsuki (Masovian Voivodeship).

Słowa kluczowe: droga wodna E40; rewitalizacja; transport międzynarodowy; transport śródlądowy
Keywords: E40 waterway; inland transport; international transport; revitalization

Otrzymano: 14 września 2017
Received: 14 September 2017
Zaakceptowano: 26 października 2017
Accepted: 26 October 2017

Sugerowana cytacja / Suggested citation:
Świerczewska-Pietras, K. (2018). Stan i ekonomiczne perspektywy rozwoju transportu śródlądowego w układach przestrzennych ze szczególnym uwzględnieniem rewitalizacji drogi wodnej E40. *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego, 32*(1), 38–53. https://doi.org/10.24917/20801653.321.3

Wstęp

W literaturze ekonomicznej można znaleźć wiele definicji transportu. W najszerszym znaczeniu transport definiuje I. Tarski (1973: 11), dla którego „transport oznacza proces technologiczny wszelkiego przenoszenia na odległość, czyli przemieszczania osób, przedmiotów lub energii". J. Hołowiński (1961) uważa, że „transport to w ogólności świadome przemieszczanie materii i energii. Przemieszczać to powodować, by przedmiot lub osoba jako cząstki materii lub też by cząstki energii znalazły się na innym miejscu niż były uprzednio". Według M. Madeyskiego (2007: 11) „(...) transport jest to technicznie, organizacyjnie i ekonomicznie wydzielone z innych czynności, celowe przemieszczanie wszelkich ładunków i osób". Według J.J. Coyle'a (Coyle, Bardi, Langley, 2007: 404) transport jako „logistyczny łańcuch dostaw firmy jest sekwencją ustalonych miejsc, do których docierają transportowane towary. Transport umożliwia zatem przepływ towarów między tymi miejscami i wypełnia w ten sposób lukę, czyli tworzy pomost pomiędzy nabywcą a sprzedawcą".

Punktem wyjścia do wszelkich rozważań nad transportem w ujęciu ekonomicznym jest teza, iż transportowanie jest zjawiskiem nieodłącznie związanym z życiem człowieka, powtarzającym się w czasie i przestrzeni. Transport jako proces podlega takim samym ograniczeniom jak każdy inny proces gospodarczy. Podlega on prawom ekonomi. Z jednej strony, przemieszczanie odbywa się w warunkach ograniczoności zasobów, z drugiej zaś, zapotrzebowanie na usługi transportowe może być nieograniczone. W ujęciu ekonomicznym transport to proces, poprzez który ludzie, w warunkach ograniczonych zasobów, dokonują przemieszczania osób, rzeczy i energii w przestrzeni, zaspokajając swoje różnorodne potrzeby i pragnienia (Babis, 2008). System transportowy jest podstawowym składnikiem infrastruktury gospodarczej każdego kraju i przyczynia się do jej sprawnego i efektywnego działania. Rozwój transportu zbliża do siebie rynki, umożliwia zwiększenie produkcyjności, aktywizuje obszary wokół jego infrastruktury (Tarski, 1973: 11). Niewłaściwe działanie transportu wpływa w sposób negatywny na rozwój społeczno-gospodarczy. Dlatego ważne jest, aby utrzymać spójność między działalnością transportową a pozostałymi działami gospodarki narodowej.

Jednym z podsystemów transportowych, który wymaga obecnie największego zaangażowania prac w celu zachowania sprawnego funkcjonowania w rozwoju gospodarczym Polski, jest transport śródlądowy. Według Z. Zioły (2013: 17) „w zarysowującej się nowej sytuacji ekonomicznej, ekologicznej i społecznej ważnym czynnikiem integracji przestrzeni europejskiej winna być rozwijana żegluga śródlądowa integrująca obszary wschodniej i zachodniej oraz północnej i południowej Europy,

a także układy wewnątrzregionalne". Dlatego tak ważne jest, aby zostały uruchomione w Polsce korytarze dróg wodnych łączące systemy transportowe krajów europejskich. Harmonijne funkcjonowanie żeglugi śródlądowej oparte na zasadach współczesnej logistyki zapewni wówczas właściwy rozwój państw oparty na zrównoważonym rozwoju transportu, pozwalając na swobodny przepływ towarów i usług przy zaspokojeniu potrzeb środowiskowych.

Należy zaznaczyć, iż nowoczesny statek rzeczny jest ekologicznie najmniej szkodliwy ze wszystkich środków transportu towarów i żaden inny pojazd o tej samej mocy przewozowej oraz mocy zainwestowanej nie jest w stanie mu dorównać. Statek żeglugi śródlądowej charakteryzuje się również najniższym zużyciem energii (pięciokrotnie niższe niż w transporcie samochodowym i półtora razy mniejsze niż w transporcie kolejowym). Transport 1 t ładunku śródlądową drogą wodną można przewieźć na odległość 370 km (pociągiem 300 km, TIR-em 100 km). Przy przewozie 100 t na odległość 1 km transportem wodnym zanieczyszczenie powietrza jest niemal pięciokrotnie niższe niż transportem drogowym i półtora razy mniejsze niż w transporcie kolejowym. Transport wodny śródlądowy przyczynia się także do niewielkiego zanieczyszczenia wód. Koszty zewnętrzne degradacyjnego wpływu transportu na środowisko (hałasu, wypadków, zanieczyszczenia, zmian klimatycznych) są znaczne, niemniej według badań unijnych przeprowadzonych przez European Environment Agency kształtują się na 1000 tonokilometrów w transporcie śródlądowym na poziomie nieprzekraczającym 5 euro (w transporcie drogowym 24,12 euro, w transporcie kolejowym 12,35 euro) (Wojewódzka-Król, Rolbiecki, 2014; Wojewódzka-Król, Rolbiecki, Gus-Puszczewicz, 2017).

Celem pracy jest analiza obecnego stanu śródlądowego transportu wodnego w Polsce, ze szczególnym uwzględnieniem rewitalizacji drogi wodnej E40. W pracy przedstawiono perspektywy rozwoju tej formy transportu w kraju w oparciu o dokumenty strategiczne oraz badania własne.

W artykule wykorzystano wyniki badań uzyskane w ramach grantu przyznanego Państwowej Szkole Wyższej im. Papieża Jana Pawła II w Białej Podlaskiej finansowanego ze środków Unii Europejskiej PL-BY-UA 2007-2013 pt. „Stworzenie transgranicznej platformy Biznestrans promującej i wspierającej współpracę między biznesem a instytucjami naukowymi w kierunku ich lepszych powiązań". Wykorzystano także wsparcie finansowe w ramach grantu wewnętrznego PSW im. Papieża Jana Pawła II w Białej Podlaskiej przyznane na badania własne pt. „Rewitalizacja szlaku wodnego E-40 na odcinku Terespol/Brześć–Wisła, wykorzystujące sprzęt Centrum Badań Eko-Agro-Tech tej uczelni.

Polska żegluga śródlądowa

Żegluga śródlądowa jest najstarszą gałęzią transportu, umożliwiającą przewóz znacznej ilości towarów i osób na duże odległości, przy stosunkowo niewielkim nakładzie sił i środków (Piasecki, Połom, Skowron, 2017). Rzeki zawsze były stymulatorem rozwoju kulturowego i ekonomicznego oraz stanowiły o rozwoju osadnictwa. Na transport wodny śródlądowy składa się żegluga śródlądowa (rzeczna) oraz porty rzeczne i morsko-rzeczne. Produkcja usług transportowych wymaga zaangażowania rzeczowych czynników wytwórczych w postaci: śródlądowych dróg wodnych i obiektów hydrotechnicznych zapewniających ich żeglowność (śluzy, podnośnie, kanały żeglugowe), infrastruktury i suprastruktury portów rzecznych (morsko-rzecznych), środków

transportu w formie zróżnicowanych co do rodzaju i wielkości statków rzecznych (barek) (Bernacki, 2017: 7).

W krajach Unii Europejskiej (UE) transport śródlądowy traktowany jest jako równorzędny podsystem w stosunku do innych rodzajów transportu ze względu na małe zanieczyszczenie środowiska, małą emisję hałasów, małą energochłonność, jak również dużą oszczędność w zajmowaniu dodatkowej powierzchni terenu. Transport śródlądowy charakteryzuje także duża trwałość środków transportu i infrastruktury, duża przestrzeń ładunkowa środków transportu oraz mała liczba kolizji i związanych z tym kosztów usuwania ich następstw (Kulczyk, Winter, 2003; Kulczyk, Skupień, 2017).

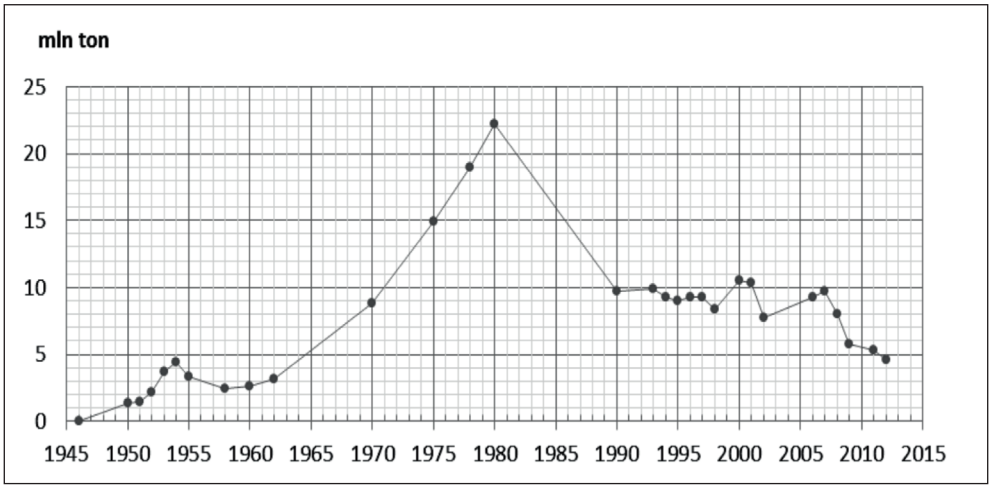
Polska żegluga śródlądowa na tle rozwiniętych krajów UE nie ma większego znaczenia w przewozach towarów. W przewozach osób ogranicza się natomiast do turystyki, zaś lokalnie do uzupełnienia infrastruktury transportu samochodowego w postaci promów rzecznych. Od 1980 roku obserwuje się w Polsce zmniejszenie zarówno przewozów towarowych żeglugą śródlądową, jak i ich udziału w przewozach wszystkimi rodzajami transportu (w roku 1980 przewożono transportem śródlądowym 22,2 mln t ładunku, co stanowiło 0,80% ogółu ładunków przewiezionych wszystkimi rodzajami transportu, natomiast w 2012 roku było to już tylko 4,6 mln t (0,25%) (*Funkcjonowanie żeglugi śródlądowej*, 2017).

Polskie drogi śródlądowe

W Polsce żegluga śródlądowa odgrywa marginalną rolę w systemie transportowym. Według Głównego Urzędu Statystycznego (GUS, 2017: 3) przyczynia się do tego niedostateczne zagospodarowanie dróg żeglownych w naszym kraju, zarówno pod względem charakteru (rzeki skanalizowane, swobodnie płynące, kanały), jak i parametrów żeglugowych (wymiary śluz, głębokość i szerokość szlaku, wysokość mostów). Na obecny stan dróg wodnych w Polsce mają wpływ nie tylko czynniki naturalne, ale również historyczne. Największe rzeki, Wisła i Odra, ze względu na swój południkowy przebieg przez stulecia nie tworzyły powiązanych ze sobą dróg wodnych. W drugiej połowie XVIII wieku, kiedy to w Europie podejmowano inwestycje w zakresie budowy kanałów żeglugowych łączących wododziały, w Polsce transport wodny śródlądowy i jego infrastruktura zostały podporządkowane interesom zaborców. Po odzyskaniu niepodległości zmiany w zakresie uporządkowania rzek i kanałów widoczne były tylko na terenach byłego zaboru pruskiego. Natomiast na obszarze zaboru rosyjskiego (oprócz Kanału Augustowskiego) i austriackiego nie poprawiono stanu dróg wodnych. Ten podział jest widoczny do dnia dzisiejszego. W okresie międzywojennym dokonano regulacji środkowej i dolnej Wisły, modernizacji Kanału Augustowskiego oraz rozpoczęto budowę kanałów Żerań–Zegrze i Warta–Gopło (Woś, 2017). Po II wojnie światowej dbano o transport śródlądowy i inwestowano w niego. Inwestycje były wtedy większe niż wszystkie inwestycje, które poczyniono przez następnych 60 lat. Przewozy towarów żeglugą śródlądową rosły i w szczytowym czasie osiągnęły 20 mln t na rok. Kolejno z uwagi na zaniedbania dotyczące utrzymania infrastruktury oraz warunki nawigacyjne od lat osiemdziesiątych XX wieku obserwuje się spadek przewozów transportem śródlądowym (ryc. 1).

Długość użytkowanej sieci dróg wodnych w UE wynosi 41 tys. km. Połowa z nich jest w stanie przyjąć statki śródlądowe o nośności powyżej 1000 t. Najdłuższą siecią dróg wodnych dysponują Niemcy (7,6 tys. km), Holandia (6,1 tys. km) i Francja (5,2 tys. km).

Ryc. 1. Analiza przewozów transportem śródlądowym w Polsce w latach 1945–2015



Źródło: Skupień, Kociuba, Gąsior (2017)

Udział żeglugi śródlądowej w obsłudze potrzeb transportowych w poszczególnych krajach europejskich jest zróżnicowany i waha się od 0,1% w Polsce, Czechach i Wielkiej Brytanii, do 44,2% w Holandii, 28,3% w Rumunii, 26,1% w Bułgarii, 15,6% w Belgii i 9,6% w Niemczech (Skupień, Kociuba, Gąsior, 2017).

Sieć rzeczna w Polsce jest jedną z lepiej rozwiniętych w Europie, jednakże rzeki żeglugowe w znacznie odbiegają od standardów zachodnioeuropejskich. Według danych GUS (2017) w 2015 roku długość sieci śródlądowych dróg wodnych w Polsce wyniosła 3655 km (nie zmieniła się w stosunku do roku 2014), z czego 2417 km stanowiły uregulowane rzeki żeglowne, 644 km – skanalizowane odcinki rzek, 336 km – kanały, 259 km – jeziora żeglowne. Przez żeglugę eksploatowanych było 3384 km (92,6%) dróg żeglownych. Wymagania, stawiane drogom o znaczeniu międzynarodowym według klasyfikacji zatwierdzonej w 1992 roku przez Europejską Komisję Gospodarczą Organizacji Narodów Zjednoczonych (EKG ONZ) i European Conference of European Ministers of Transport (ECMT) (klasy IV i V), w 2015 roku spełniało w Polsce tylko 5,9% dróg wodnych, czyli 214 km. Należy zaznaczyć, że udział dróg tej klasy, zapewniających parametry niezbędne do nowoczesnej żeglugi, w ogólnej długości dróg wodnych w Polsce nie zmienił się od 2007 roku. Pozostałą sieć dróg wodnych tworzą drogi o znaczeniu regionalnym klasy I, II i III, których łączna długość w 2015 roku wyniosła 3441 km (94,1% ogólnej długości dróg wodnych).

Eksploatacja śródlądowych dróg wodnych przebiega na niewielkich odcinkach polskich rzek (tab. 1), mimo że przez nasz kraj przebiegają trzy śródlądowe szlaki wodne (ryc. 2): E-30 – łączący Morze Bałtyckie z Dunajem w Bratysławie, obejmując po stronie Polskiej rzekę Odrę, od Świnoujścia do granicy z Czechami; E-40 – łączący Morze Bałtyckie w Gdańsku z Dnieprem w rejonie Czarnobyla, kolejno idąc przez Kijów, Nową Kachowkę i Cherstoń z Morzem Czarnym, obejmując na terenie Polski rzekę Wisłę od Gdańska do Warszawy, rzekę Narew oraz rzekę Bug do Brześcia; E-70 – łączący Holandię z Rosją i Litwą, obejmujący na terenie Polski Odrę od ujścia kanału Odra–Hawela do ujścia Warty w Kostrzynie, drogę wodną Wisła–Odra oraz od Bydgoszczy dolną Wisłę i Szkarpawę lub Wisłę Gdańską.

Tab. 1. Eksploatowane śródlądowe drogi wodne w 2015 roku

Wyszczególnienie	Rzeki żeglowne uregulowane	Skanalizowane odcinki rzek	Kanały	Jeziora żeglowne
	w kilometrach			
Ogółem	2152	620	334	259
Drogi o znaczeniu regionalnym				
la	641	101	168	54
Ib	608	137	–	–
II	691	106	106	168
III	115	207	47	28
Drogi o znaczeniu międzynarodowym				
IV	–	14	–	–
Va	–	55	–	–
Vb	97	–	14	10

Źródło: GUS (2017)

Ryc. 2. Przebieg śródlądowych dróg wodnych w Polsce

Źródło: Polska 3.0 (2017)

Według Zioły (2013, s. 21) aktywizacja dróg wodnych wymaga znacznych nakładów inwestycyjnych oraz wypracowania racjonalnej koncepcji dróg wodnych, integrującej wschodnie i zachodnie regiony europejskie, które obok sieci dróg kołowych i kolejowych nasilą procesy integracji europejskiej przestrzeni gospodarczej oraz przyczynią się do rozwoju rynku pracy.

Ekonomiczne perspektywy rozwoju transportu śródlądowego

W czerwcu 2016 roku Rada Ministrów przyjęła w formie uchwały dokument w postaci *Założeń do planów rozwoju śródlądowych dróg wodnych w Polsce na lata 2016–2020 z perspektywą do roku 2030* (Ministerstwo Gospodarki Wodnej i Żeglugi Śródlądowej, 2016). Przyjęcie dokumentu oznacza, że do 2030 roku Odra (na całej długości) i Wisła (od Warszawy do Gdańska) mają osiągnąć status tras międzynarodowych. Środki, jakie mają zostać przeznaczone na ten cel w latach 2017–2020, oszacowano na ok. 1,6 mld zł. Realizacja założeń została podzielona na cztery priorytety:

- Priorytet I – osiągnięcie międzynarodowej klasy żeglowności i włączenie w europejską sieć dróg wodnych Odrzańskiej Drogi Wodnej (ODW).
- Priorytet II – poprawa warunków nawigacyjnych Wisły.
- Priorytet III – rozbudowa połączenia Odra–Wisła–Zalew Wiślany i Warszawa Brześć.
- Priorytet IV – rozwój partnerstwa i współpracy na rzecz śródlądowych dróg wodnych.

W perspektywie wieloetapowego wdrażania założeń realizacja inwestycji, dotyczących rewitalizacji ODW (2,9 mld zł do 2020 roku, w latach 2021–2030 – 27,8 mld zł), przywrócenia żeglowności Wisły od Warszawy do Gdańska (3,5 mld do 2020 roku oraz 28 mld zł w latach 2021–2030) oraz połączenia Odry, Noteci, Wisły i Bugu (8,1 mld zł w latach 2021–2030), jak również budowy Kanału Śląskiego łączącego Wisłę i Odrę (2,5 mld zł do 2020 roku oraz 4 mld zł w latach 2021–2030), ma kosztować w sumie ok. 70 mld zł. Przeprowadzone analizy na potrzeby wdrażania założeń wskazują, że dzięki poprawie parametrów eksploatacyjnych na Odrze do 2020 roku będzie można przewozić do 20 mln t ładunków rocznie. Natomiast po pierwszym etapie modernizacji dolnego odcinka Wisły – 7,8 mln t ładunków rocznie.

Jednym z najważniejszych priorytetów stawianych przez polski rząd jest również realizacja „Europejskiego porozumienia w sprawie głównych śródlądowych dróg wodnych o znaczeniu międzynarodowym" (konwencja AGN), sporządzonego w Genewie 19 stycznia 1996 roku pod auspicjami EKG ONZ, które 15 grudnia 2016 roku zostało jednogłośnie ratyfikowane przez Sejm Rzeczypospolitej Polskiej. Jak podkreślił wiceminister gospodarki morskiej i żeglugi śródlądowej, Jerzy Materna, przystąpienie do konwencji AGN wpisuje się w realizację strategii związanej z rozwojem całego sektora żeglugi śródlądowej, a w szczególności w zakresie rozwoju śródlądowych dróg wodnych. Intencją porozumienia jest rozwijanie międzynarodowego transportu na śródlądowych drogach wodnych w Europie, który charakteryzuje się niskimi kosztami i ma szereg zalet prośrodowiskowych w porównaniu z innymi środkami transportu lądowego. W szczególności celem konwencji jest ustanowienie ram prawnych koniecznych do ustalenia skoordynowanego planu rozwoju i budowy sieci śródlądowych dróg wodnych o znaczeniu międzynarodowym na podstawie uzgodnionych parametrów dotyczących infrastruktury.

Ujęta w konwencji AGN sieć podzielona jest na dziewięć głównych wodnych ciągów transportowych o długości ok. 27 tys. km, które łączą porty ponad 37 krajów europejskich (Europejskie porozumienie..., 2017). Przystąpienie Polski do konwencji AGN jest też krokiem w kierunku realizacji postanowień białej księgi – *Planu utworzenia jednolitego europejskiego obszaru transportu – dążenie do osiągnięcia konkurencyjnego i zasobooszczędnego systemu transportu*, zgodnie z którą (Biała księga, 2011): do 2030 roku 30% drogowego transportu towarów na odległościach większych niż 300 km należy przenieść na inne środki transportu, np. transport wodny lub kolej, zaś do 2050 roku powinno to być ponad 50% tego typu transportu; do 2030 roku stworzona będzie w pełni funkcjonalna, ogólnounijna multimodalna sieć bazowa TEN-T (transeuropejskiej sieci transportowej), zaś do 2050 roku nastąpi osiągnięcie wysokiej jakości i przepustowości tej sieci, jak też stworzenie odpowiednich usług informacyjnych.

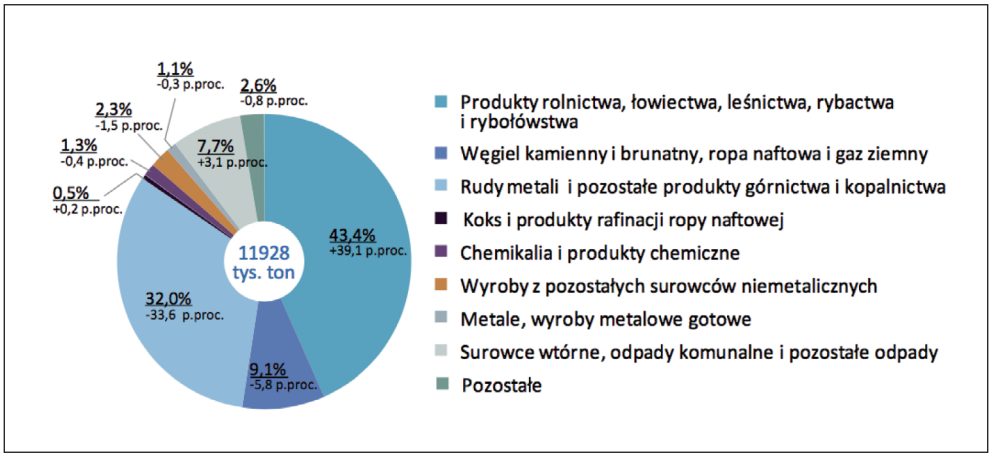
Należy podkreślić, że Polska na mocy konwencji AGN zobowiązała się do dostosowania międzynarodowych dróg wodnych do co najmniej czwartej klasy żeglowności. Termin realizacji tego zobowiązania nie został określony. Podpisanie konwencji wiąże się również z przeznaczeniem środków na realizację europejskiej sieci transportowej, które Polska będzie mogła wykorzystać na przystosowanie dróg wodnych o międzynarodowym znaczeniu do standardów europejskich. Warunkiem pozyskania środków z unijnych funduszy TEN-T jest utrzymanie głębokości tranzytowej na szlaku, wynoszącej minimum 2,5 m, co odpowiada właśnie IV klasie żeglowności. Środki będzie można przeznaczyć na inwestycje dotyczące m.in. (Inventory of Most Important…, 2017): brakującego połączenia: Dunaj–Odra–Łaba (E-30); wąskich gardeł: Odra (E 30) od Widuchowej do Koźla – niezbędne podwyższenie z klasy II i III do Va; Kanał Gliwicki (E 30-01) – konieczne podwyższenie z klasy III do Va; Wisła (E 40) od Białej Góry do Włocławka i od Płocka do Warszawy – niezbędne podwyższenie klasy z I i II do Va; Kanał Żerański (E 40) od Żerania do Jeziora Zegrzyńskiego – koniecznie podwyższenie z klasy III do Va; Bug (E 40) od Jeziora Zegrzyńskiego do Brześcia – koniecznie podwyższenie klasy do Va; droga Warta–Noteć–Kanał Bydgoski (E 70) od Kostrzyna do Bydgoszczy – niezbędne podwyższenie z klasy II do Va; Wisła (E 70) od Bydgoszczy do Białej Góry – niezbędna modernizacja z klasy II do Va; Szkarpawa (E 70) od Gdańskiej Głowy do Elbląga – niezbędne podwyższenie z klasy III do Va; strategicznych wąskich gardeł: Odra (E 30) od Szczecina do Widuchowej – niezbędne podwyższenie z klasy IV do Vb.

Według raportu Najwyższej Izby Kontroli (*Funkcjonowanie żeglugi śródlądowej*..., 2017) degradacja śródlądowych dróg wodnych wynika z niewielkiego zainteresowania ze strony administracji publicznej i wykorzystywania środków na jej sprawne funkcjonowanie. Jak wynika z raportu, w latach 2004–2006, kiedy to Polska mogła starać się o pierwsze unijne fundusze jako pełnoprawny członek UE, nie pozyskiwano żadnych środków na rozwój infrastruktury śródlądowego transportu wodnego w ramach programów pomocowych, a w perspektywie finansowej 2007–2013 stanowiły one zaledwie 0,44% ich całkowitej alokacji tych środków na projekty transportowe.

Przewozy w żegludze śródlądowej

Uaktywnienie polskich rzek ma przyczynić się w perspektywie długoterminowej do zwiększenia udziału przewozu towarów, który obecnie w Polsce wynosi 0,4% (w 1980 roku wynosił 1,2%), podczas gdy wskaźnik ten dla krajów UE wynosi 7%. Według R. Rolbieckiego (2014) do głównych przyczyn tego zjawiska można zaliczyć zbyt niskie

Ryc. 3. Struktura przewozu ładunków żeglugą śródlądową według głównych grup towarowych w 2015 roku i jej zmiany w stosunku do roku poprzedniego



Źródło: GUS (2017)

i zmienne parametry techniczne śródlądowych dróg wodnych oraz przepisy prawne, które uniemożliwiają armatorom realizowanie opłacalnych przewozów. Należy przy tym pamiętać, iż śródlądowe drogi wodne nie gwarantują odpowiedniej ochrony przeciwpowodziowej oraz odpowiedniego zabezpieczenia potrzeb wodnych gospodarki. Polska pod względem zasobów wodnych należy do najbardziej suchych krajów w Europie. Roczne opady atmosferyczne kształtują się w Polsce na poziomie 620 mm. W procesie parowania większość wraca do atmosfery i tylko część z nich zasila wody powierzchniowe i podziemne. Średni odpływ wód powierzchniowych w latach 1950–2003 wynosił w Polsce 62,2 mld m^3 wody, co daje trzykrotnie mniejszy zasób na jednego mieszkańca aniżeli średnia wartość europejska (Woś, 2017).

Według danych GUS (2017) w 2015 roku drogami wodnymi transportowano zaledwie 11 928 tys. t ładunków oraz wykonano 2186,8 mln t pracy przewozowej. Należy podkreślić, iż w latach 2000–2013 udział transportu śródlądowego w przewozach ładunków ogółem zmniejszył się z 0,8% do 0,3%. W strukturze przewożonych ładunków (ryc. 3) dominowały przewozy z grupy produktów rolnictwa, łowiectwa, leśnictwa, rybactwa i rybołówstwa (43,4%), rud metali i pozostałych produktów górnictwa i kopalnictwa (32%) oraz z grupy węgiel brunatny i kamienny, ropa naftowa i gaz ziemny (9,1%).

W ruchu turystycznym w 2015 roku przewieziono łącznie 1097 tys. pasażerów, co daje wskaźnik o 5,7% większy niż w 2014 roku.

Potęgą w transporcie rzecznym jest niewątpliwie Holandia, której udział w wykorzystaniu transportu towarów kanałami i rzekami wynosi aż 44%. W Belgii wskaźnik ten wynosi 14%, a w Niemczech – 12%. Dla porównania – w Polsce jest to tylko 1%. Wyprzedzają nas również inne kraje europejskie, tj. Francja, a nawet Słowacja, kraj, który nie ma dostępu do morza. Niewykorzystanie dróg wodnych wynika głównie z faktu ich niedostosowania. Zły stan techniczny dróg wodnych sprawia, że polska żegluga śródlądowa traci na znaczeniu. Systematycznie starzeje się flota armatorów. Obecnie, aby przywrócić drogom wodnym ich właściwe parametry, potrzeba ok. 14 mld zł, tymczasem w 2012 roku wydatki na ten cel wyniosły zaledwie 160 mln zł.

Analiza możliwości transportu w zasięgu oddziaływania międzynarodowej drogi MDW E40

Powstały pod koniec XVIII wieku szlak wodny Dniepr–Wisła, w skład którego wchodzi odcinek Terespol/Brześć–Wisła, łączący Morze Czarne i Bałtyckie, istniał do końca II wojny światowej. W części polskiej droga wodna E40 rozpoczyna się w Gdańsku i dalej biegnie wzdłuż rzeki Bug aż do Terespola (ryc. 4). Po stronie białoruskiej prowadzi przez rzekę Muchawiec, kanał Dniepr–Bug, rzeki Pinę i Prypeć do granicy białorusko-ukraińskiej. Projekt MDW E40 bezpośrednio oddziałuje na następujące województwa po stronie polskiej: pomorskie, mazowieckie, kujawsko-pomorskie, podlaskie i lubelskie. Po stronie białoruskiej na: obwody brzeski i mohylewski, zaś na Ukrainie obwody: chersoński, czerkaski, czernihowski, dniepropietrowski, kijowski, kirowohradzki, połtawski, rówieński, wołyński, zaporoski, żytomierski i miasto Kijów. Obwody na Białorusi i Ukrainie odpowiadają administracyjnie polskim województwom. MDW E40 przebiega przez 392 949,08 km^2 powierzchni regionów, które zamieszkuje 28 690 834 mieszkańców.

MDW E40 to międzynarodowa droga wodna, której rozwój wspierany jest zarówno przez UE, jak i ONZ. Możliwość wznowienia żeglugi na całej długości E40 niejednokrotnie była podejmowana na poziomie Komitetu Transportu Śródlądowego Europejskiej Komisji Gospodarczej ONZ, ministerstw transportu i infrastruktury, regionów

Ryc. 4. Przebieg MDW E40 uwzględniający badany obszar Terespol/Brześć–Wisła

Źródło: *Odbudowa drogi wodnej E40 na odcinku Dniepr–Wisła: od strategii do planów* (2015)

przygranicznych, instytucji naukowych Polski, Białorusi, Ukrainy i Niemiec. Wspólne dyskusje państw i organów administracji rządowej pozwoliły na podjęcie prac nad możliwościami jej rewitalizacji, czyli skoordynowanego procesu prowadzonego wspólnie przez władzę samorządową, społeczność lokalną i innych uczestników, będącego elementem polityki rozwoju i mającego na celu przeciwdziałanie degradacji przestrzeni i zjawiskom kryzysowym, pobudzanie rozwoju i zmian jakościowych poprzez wzrost aktywności społecznej i gospodarczej, poprawę środowiska zamieszkania oraz ochronę dziedzictwa narodowego, przy zachowaniu zasad zrównoważonego rozwoju (Świerczewska-Pietras, 2011: 71).

Obecnie szlak wodny MDW E40 wykorzystywany jest jedynie na odcinku od Brześcia do Chersonia. Na potrzeby odbudowy szlaku wodnego MDW E40 stworzono projekt *Restoration of the E40 Waterway on the Dnieper – Vistula Section: From Strategy to Planning,* współfinansowany przez UE w ramach programu współpracy transgranicznej Polska–Białoruś–Ukraina (PL-BY-UA) na lata 2007–2013 (EU Cross-border Cooperation Programme Poland–Belarus–Ukraine 2007–2013), w ramach którego zobowiązano się do opracowania koncepcji optymalnego wariantu odtworzenia szlaku E40 oraz: przygotowania studium wykonalności, powołania międzynarodowej komisji ds. odtworzenia i działalności szlaku E40, a także promowania tego projektu na szczeblu krajowym i międzynarodowym.

Projekt przebudowy E40 jest oddolną inicjatywą trzech regionów nadgranicznych, zainteresowanych rewitalizacją międzynarodowej drogi wodnej E40: obwodu brzeskiego na Białorusi, województwa lubelskiego w Polsce i obwodu wołyńskiego na Ukrainie. Jak wynika z danych projektu, użeglownienie połączenia od Bałtyku po Morze Czarne mogłoby stać się impulsem rozwoju społeczno-gospodarczego słabiej rozwiniętych terenów, a dla centrów przemysłowych zlokalizowanych w obszarze oddziaływania szlaku byłoby korzystnym ekonomicznie rozwiązaniem transportowym w logistycznym łańcuchu dostaw.

W ramach prac projektowych stworzono trzy warianty przebiegu E40, które zostały wykonane przez międzynarodowe konsorcjum instytucji z Polski, Białorusi i Ukrainy pod kierunkiem Instytutu Morskiego w Gdańsku. Warianty te zostały zatwierdzone przez komisję i opisane w dokumencie *Odbudowa drogi wodnej E40 na odcinku Dniepr–Wisła: od strategii do planowania. Drugi raport okresowy. Problemy techniczne i nawigacyjne drogi wodnej E40* (2015: 5):

I. Trasa północna: Zbiornik Dębe (Jezioro Zegrzyńskie) – Dolina Dolnego Bugu – Równina Wołomińska – Wysoczyzna Siedlecka – Równina Łukowska – Zaklęsłość Łomaska – Równina Kodeńska – Polesie Brzeskie – Bug w okolicach Terespola – ujście rzeki Muchawiec (207,8 km).
II. Trasa środkowa: ujście Wilgi do Wisły – Dolina Środkowej Wisły – Równina Garwolińska – Wysoczyzna Żelechowska – Równina Łukowska – Pradolina Wieprza – Bystrzyca – Równina Parczewska – kanał Wieprz–Krzna – Zaklęsłość Łomaska – Równina Kodeńska – Polesie Brzeskie – Bug w okolicach Terespola – ujście rzeki Muchawiec (195,9 km).
III. Trasa południowa: ujście Wieprza do Wisły – Dolina Środkowej Wisły – Pradolina Wieprza – Równina Parczewska – Zaklęsłość Łomaska – Równina Kodeńska – Bug w okolicach Terespola – ujście rzeki Muchawiec (159,6 km).

Przeprowadzone w 2014 roku badania batymetryczne odcinka Bugu od przeprawy promowej Niemirów–Gnojno (województwo podlaskie) do punktu rzecznego

Ryc. 5. Przebieg trasy projektowej na rzece Bug

Źródło: opracowanie własne

na wysokości miejscowości Borsuki (województwo mazowieckie) (ryc. 5) dowodzą braku możliwości transportu śródlądowego na tym odcinku. Do pozyskania informacji o ukształtowaniu dna koryta rzeki Bug zastosowano system pomiarowy, złożony z echosondy połączonej z odbiornikiem GPS, umieszczonym na jednostce pływającej. Niewielkie zanurzenie jednostki (ok. 30 cm) pozwoliło na pomiar na bardzo płytkich obszarach. Pomiar wykonywany był przy niskich stanach wody. Głębokość Bugu na badanym odcinku wyniosła w przeważającej części od 0,5 m do 1,5 m. Tylko w dwóch punktach pomiar wskazał 4 m głębokości – przy skarpie na wysokości miejscowości Borsuki oraz przy zakolu na wysokości miejscowości Gnojno (ryc. 5).

Należy przy tym zaznaczyć, że rzeka Bug to jedyna obecnie w Europie dzika rzeka, nieuregulowana, mająca zmienne koryto (mielizny) i silnie meandrująca. Ponadto na nieżeglownym odcinku Bugu między Warszawą a Brześciem znajdują się cenne krajobrazowo obszary chronione, które należą do sieci „Natura 2000". Dlatego w dokumencie *Restoration of the E40 Waterway on the Dnieper – Vistula Section: From Strategy to Planning* stwierdzono również, że modyfikacja i przystosowanie Bugu do pełnienia drogi wodnej nie mogą być brane pod uwagę. Zaznaczono, że należy wyznaczyć inną trasę, co wiąże się z budową kanału łączącego koryta Wisły i Bugu, który może być poprowadzony przez obszar nizin środkowopolskich (Nizina Środkowomazowiecka i Nizina Południowopodlaska) oraz Polesia. Po stronie polskiej wskazano także na bariery i brakujące połączenia E40, do których zaliczono (*Odbudowa drogi wodnej E40... Drugi raport okresowy*..., 2015: 138): Wisłę na odcinku od Białej Góry do Włocławka oraz od Płocka do Warszawy – wymagana jest modernizacja drogi wodnej z klasy I i II do

klasy Va; Kanał Żerański na odcinku od Żerania do Zalewu Zegrzyńskiego – wymagana jest modernizacja drogi wodnej z klasy III do klasy Va; Bug na odcinku od Jeziora Zegrzyńskiego do Brześcia – wymagana jest modernizacja do klasy Va. Obecnie głębokość rzeki przez 210 dni w roku jest ograniczona do 0,8 m (biorąc pod uwagę obecny przebieg trasy międzynarodowej drogi wodnej E40 na odcinku Wisła–Brześć).

Według autorów drugiego raportu okresowego (*Odbudowa drogi wodnej E40*..., 2015) MDW E40 postrzegana jest, zarówno przez ekspertów, jak i władze trzech państw, jako szansa na odciążenie dróg kołowych, zmniejszenie emisji dwutlenku węgla do atmosfery, poprawę obsługi transportowej zaplecza portów morskich, poprawę gospodarki wodnej, w tym retencji, oraz rozwój turystyki opartej na wykorzystaniu potencjału szlaków wodnych.

DROGA WODNA E40 A ROZWÓJ PRZEDSIĘBIORCZOŚCI TRANSGRANICZNEJ

Z przeprowadzonych w 2015 roku badań na grupie 200 przedsiębiorców w obszarze transgranicznym Polski Wschodniej, obejmującym powiaty bialski, hajnowski, siemiatycki, włodawski po stronie polskiej oraz rejon brzeski, kamieniecki, małorycki, prożański po stronie białoruskiej, realizowanych ramach projektu pt. *Stworzenie transgranicznej platformy Biznestrans promującej i wspierającej współpracę między biznesem a instytucjami naukowymi w kierunku ich lepszych powiązań finansowanego ze środków UE PL-BY-UA 2007*–2013, wynika, iż możliwością transportu towarów drogą wodną E40 po stronie polskiej byłoby zainteresowanych tylko 65% przedsiębiorców z powiatu siemiatyckiego. Przedsiębiorcy z powiatu hajnowskiego (72%), włodawskiego (70%) i bialskiego (62%) nie byli zainteresowani taką formą transportu. Po stronie białoruskiej 62% przedstawicieli MŚP zgodziło się, że stworzenie możliwości transportu ładunków drogą wodną E40 na rzece Bug barkami towarowymi o wysokiej nośności byłoby dobrym rozwiązaniem. Jednakże co trzeci respondent (31%) był przeciwny tej propozycji.

Przedsiębiorcy po stronie polskiej do korzyści związanych z wprowadzeniem transportu drogą wodną E-40 zaliczyli niskie koszty transportu towarów przy przewozach, zwłaszcza na długich trasach (średnio 47%) oraz zdolności do masowych przewozów ładunków o niskiej wartości (średnio 43%). Przedsiębiorcy po stronie białoruskiej do tych korzyści zaliczyli możliwość masowego przewożenia ładunków niskim kosztem (36%), 24% wskazało na niski koszt transportu towarów, szczególnie na dłuższych trasach, 17% wymieniło możliwość masowego przewożenia ładunków. Do zagrożeń dla rozwoju przedsiębiorczości na obszarach transgranicznych, związanych z wprowadzeniem transportu drogą wodną E40 przez Bug, przedsiębiorcy zaliczyli długi czas transportu towarów (średnio 56%) oraz ryzyko katastrof ekologicznych (średnio 51%). Respondenci po stronie białoruskiej również widzą niebezpieczeństwa po wprowadzeniu transportu drogą E40, do których zaliczają długi czas przewozu ładunków (27%), możliwość przewozu tylko określonych towarów (25%), ryzyko katastrofy ekologicznej (24%). Niewielkie zagrożenie wg badanych stanowi możliwość masowego przewozu ładunków w szerokim zakresie (7%) (Świerczewska-Pietras, Siluk, Pyra, 2015). Powyższe odpowiedzi respondentów mogą wskazywać na niewiedzę dotyczącą aspektów środowiskowych i ekonomicznych związanych z przewozem towarów drogą śródlądową.

Wnioski

Transport wodny śródlądowy wymaga wieloletnich nakładów finansowych. Należy zapewnić źródła finansowania wybranych projektów inwestycji infrastrukturalnych żeglugi śródlądowej zarówno ze środków krajowych, jak i zewnętrznych, w tym m.in. z UE.

Planowane inwestycje w zakresie rozwoju i rozbudowy transportu śródlądowego mogą stać się impulsem wzrostu konkurencyjności portów rzecznych i portów morskich ujścia Odry i Wisły, jak również aktywizacji regionów nadrzecznych.

Uchwalone w Polsce dokumenty dotyczące planów rozwoju śródlądowych dróg wodnych tworzą możliwość rozwoju żeglugi śródlądowej zgodnej z europejskimi tendencjami w zakresie zrównoważonego rozwoju transportu, stanowiąc jednocześnie szansę na wzrost efektywności społeczno-ekonomicznej polskiego systemu transportu.

W skali krajowej i międzynarodowej rewitalizacja drogi wodnej E-40 umożliwiłaby odciążenie systemu dróg i zwiększenie przepływu towarów oraz wykorzystanie potencjału turystyki wodnej.

Odbudowa MDW E40 może stanowić ważny impuls do przyspieszenia procesów integracji i kształtowania nowoczesnej i efektywnej przestrzeni europejskiej, obniżenia kosztów transportu i ograniczania zanieczyszczenia środowiska.

Na potrzeby odbudowy drogi wodnej E40 konieczne jest przeprowadzenie rzeczowych konsultacji uwzględniających udział lokalnych środowisk społecznych i gospodarczych.

Literatura
References

Babis, H., (2008). W: *Transport*. W. Rydzkowski, K. Wojewódzka-Król (red.). Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.

Bernacki, D. (2017, 1 sierpnia). *Ekonomiczne i organizacyjne aspekty transportu wodnego śródlądowego*. Pozyskano z http://wsb.edu.pl/container/Biblioteka%20WSb/książki%20elektroniczne/ekonomiczne-i-organizacyjne-aspekty-transportu.pdf

Biała księga. Plan utworzenia jednolitego europejskiego obszaru transportu – dążenie do osiągnięcia konkurencyjnego i zasobooszczędnego systemu transportu (2011, 29 marca). TRANS 102. Bruksela: Rada UE.

Coyle, J.J., Bardi, E.J., Langley, J.R.C. (2007). *Zarządzanie logistyczne*. Warszawa: PWE.

Europejskie porozumienie w sprawie głównych śródlądowych dróg wodnych o znaczeniu międzynarodowym (Konwencja AGN) (2017, 6 czerwca). Pozyskano z https://www.google.pl/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=0ahUKEwjikvKUxOPVAhWsJZoKHd3PApAQFggnMAA&url=http%3A%2F%2Fgospodarkamorska.bip.gov.pl%2Ffobjects%2Fdownload%2F169266%2Fkonwencja-agn-wersja-polska-tekstu-zalacznik-do-porozumienia-pdf.html&usg=AFQjCNGgMaLVKwiGZjuZUzKmJlFMiV0goA

Funkcjonowanie żeglugi śródlądowej (2017, 18 lipca). Informacja o wynikach kontroli. Najwyższa Izba Kontroli. Pozyskano z https://www.nik.gov.pl/plik/id,6232,vp,7990.pdf

Główny Urząd Statystyczny (2017, 3 lipca). *Transport wodny śródlądowy w Polsce w 2015 r*. Pozyskano z http://stat.gov.pl/files/gfx/portalinformacyjny/pl/defaultaktualnosci/5511/4/6/1/transport_wodny_srodladowy_w_polsce_w_2015.pdf

Hołowiński, J. (1961). *Ekonomika transportu morskiego w zarysie*. Gdynia: Wydawnictwo morskie.

Inventory of Most Important Bottlenecks and Missing Links in the E Waterway Network. (2017, 4 lipca). Pozyskano z https://www.unece.org/fileadmin/DAM/trans/doc/2013/sc3wp3/ECE-TRANS-SC3-159-Rev1e.pdf

Koźlak, A. (2007). *Ekonomika transportu. Teoria i praktyka gospodarcza*, Gdańsk: Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego.

Kulczyk, J., Skupień, E. (2017, 18 lipca). *Analiza możliwości wykorzystania dla potrzeb transportu planowanego Kanału Śląskiego łączącego drogę wodną Górnej Wisły z przewidywanym połączeniem Odra–Dunaj–Łaba*. Pozyskano z http://www.zegluga.wroclaw.pl/doc/kanal_slaski_analiza.pdf

Kulczyk, J., Winter, J. (2003). *Śródlądowy transport wodny*. Wrocław: Oficyna Wydawnicza Politechniki Wrocławskiej.

Ministerstwo Gospodarki Wodnej i Żeglugi Śródlądowej (2016, 14 czerwca). Założenia do planów rozwoju śródlądowych dróg wodnych w Polsce na lata 2016–2020 z perspektywą do roku 2030.

Odbudowa drogi wodnej E40 na odcinku Dniepr–Wisła: od strategii do planowania. Drugi raport okresowy. Problemy techniczne i nawigacyjne drogi wodnej E40 (2015). Gdańsk: Instytut Morski w Gdańsku.

Odbudowa drogi wodnej E40 na odcinku Dniepr-Wisła: od strategii do planów. Final Feasibility Study Report (2015). Gdańsk: Instytut Morski w Gdańsku.

Piasecki, A., Połom, M., Skowron, R. (2017, 19 sierpnia). *Charakterystyka stanu i perspektywy rozwoju śródlądowego transportu wodnego w Polsce*. Pozyskano z https://www.researchgate.net/publication291522526_Charakterystyka_stanu_i_perspektywy_rozwoju_srodladowego_transportu_wodnego_w_Polsce

Polska 3.0 (2017, 30 czerwca). Pozyskano z http://klasterip.pl/polska-3-0/

Rolbiecki, R. (2017, 30 czerwca). *Czy w Polsce jest potrzebny transport wodny śródlądowy?* Pozyskano z http://cejsh.icm.edu.pl/cejsh/element/bwmeta1.element.desklight-94c7b-854-7143-4ff3-985b-3769da5cec6a/c/6_R_Rolbiecki_WG_2_2014_GM.pdf

Skupień, E., Kociuba, E., Gąsior, A. (2017, 2 lipca). *Perspektywy rozwoju żeglugi śródlądowej w Polsce w latach 2016–2030*. Pozyskano z https://www.google.pl/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=3&ved=0ahUKEwi6mcz0uuPVAhVoAZoKHWThC9kQFggzMAI&url=http%3A%2F%2Fzeszyty.am.gdynia.pl%2Fartykul%2FPerspektywy%2520rozwoju%2520zeglugi%2520srodladowej%2520w%2520Polsce%2520w%2520latach%25202016%25E2%2580%25932030_480.pdf&usg=AFQjCNEnh3_0DNY2NnH6Rq7byFu4md0iYw

Świerczewska-Pietras, K. (2011). Zmiany struktury przestrzennej obszaru Zabłocia w Krakowie objętego lokalnym programem rewitalizacji. *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego*, *18*, 71–82.

Świerczewska-Pietras, K., Siluk, T., Pyra, M. (2015). *Cross-border cooperation and development of entrepreneurship in selected polish-belarusian border areas*. Biała Podlaska: Pope John Paul II State School of Higher Education in Biała Podlaska.

Uchwała nr 79 Rady Ministrów z dnia 14 czerwca 2016 r. w sprawie przyjęcia „Założeń do planów rozwoju śródlądowych dróg wodnych w Polsce na lata 2016–2020 z perspektywą do roku 2030 (M.P. z 2016 r., poz. 711).

Wojewódzka-Król, K., Rolbiecki, R. (2014). *Transport wodny śródlądowy. Funkcjonowanie i rozwój.* Gdańsk: Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego.

Wojewódzka-Król, K., Rolbiecki, R., Gus-Puszczewicz, A. (2017, 19 sierpnia). *Analiza popytu na przewozy ładunków i pasażerów drogą wodną E-70 (dla przedsięwzięcia: Rewitalizacja śródlądowej drogi wodnej relacji wschód–zachód obejmującej drogi wodne: Odra, Warta, Noteć, Kanał Bydgoski, Wisła, Nogat, Szkarpawa oraz Zalew Wiślany (planowana droga wodna E-70 na terenie Polski).* Sopot. Pozyskano z http://obserwuj.lubuskie.pl/uploads/documentsearch/id44/1.4.%20MDW%20E70%20-%20Analiza%20popytu%20na%20przewozy_76678.pdf

Woś, K. (2017, 2 lipca). *Żegluga śródlądowa – szanse rozwoju*. Pozyskano z http://www.am.szczecin.pl/userfiles/File/aktualnosci/news_2010_03_02/KW-zegluga_srodladowa-szanse_rozwoju.pdf

Zioło. Z. (2013). Przesłanki budowy dróg wodnych w Europie Środkowej. Drogi wodne Europy środkowo-wschodniej. *Studia Regionalne i Lokalne Polski Południowo-Wschodniej*, *17(*21). Dzierdziówka–Kraków.

Katarzyna Świerczewska-Pietras, dr nauk o Ziemi w dyscyplinie geografia, starszy wykładowca w Zakładzie Gospodarki Przestrzennej Państwowej Szkoły Wyższej im. Papieża Jana Pawła II w Białej Podlaskiej. Zainteresowania badawcze skupia wokół problematyki rewitalizacji oraz rozwoju obszarów przygranicznych Polski Wschodniej ze szczególnym uwzględnieniem rozwoju przedsiębiorczości. Współautorka m.in. monografii poświęconych współpracy transgranicznej i rozwoju przedsiębiorczości w wybranych jednostkach przestrzennych pogranicza polsko-białoruskiego, realizowanych ze środków Unii Europejskiej Polska–Białoruś–Ukraina 2007–2013 w ramach projektu „Stworzenie transgranicznej platformy Biznestrans promującej i wspierającej współpracę między biznesem a instytucjami naukowymi w kierunku ich lepszych powiązań". Autorka licznych artykułów poświęconych rewitalizacji miast ze szczególnym uwzględnieniem Krakowa. Kierownik Referatu Rewitalizacji w Urzędzie Miasta Krakowa do 2009 roku.

Katarzyna Świerczewska-Pietras, Ph.D. in Geography, senior lecturer in the Department of Spatial Management at Pope John Paul II State School of Higher Education in Biała Podlaska. Her research interests focus on the issues of revitalization and development of the border areas of Eastern Poland, with particular emphasis on the development of entrepreneurship. Co-author of monographs devoted to cross-border cooperation and entrepreneurship development in selected spatial units of the Polish–Belarusian border area, implemented due to the resources of the European Union Poland–Belarus–Ukraine 2007–2013 within the project "Creating a cross-border platform – Biznestrans – promoting and supporting cooperation between business and scientific institutions towards their better connections". Author of numerous articles devoted to the revitalization of cities with special focus on the city of Krakow. Until 2009, she was the Head of the Revitalization Department at the Municipal Office of Krakow.

Adres/address:

Państwowa Szkoła Wyższa im. Papieża Jana Pawła II w Białej Podlaskiej
Wydział Nauk Ekonomicznych i Technicznych
Katedra Ekonomii i Zarządzania
Zakład Gospodarki Przestrzennej
ul. Sidorska 95–97, 21-500 Biała Podlaska, Polska

e-mail: k.swierczewska.pietras@gmail.com

Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego
Studies of the Industrial Geography Commission of the Polish Geographical Society

32(1) • 2018

ISSN 2080-1653
DOI 10.24917/20801653.321.4

Aneta Rządzik
Uniwersytet Pedagogiczny w Krakowie, Polska
Pedagogical University of Cracow, Poland
Michał Żemła
Uniwersytet Pedagogiczny w Krakowie, Polska
Pedagogical University of Cracow, Poland

Rozpoznawalność marek hoteli niezrzeszonych

Recognition of Independent Hotel Brands

Streszczenie: Hotele, podobnie jak inne przedsiębiorstwa, prowadzą działalność marketingową, której podstawowym celem jest wykreowanie atrakcyjnej marki, kojarzonej przez potencjalnych nabywców z określonymi korzyściami. Jednak specyfika hoteli, a zwłaszcza tych niezrzeszonych, sprawa, że wykreowanie marki jest w tym przypadku szczególnie trudne. Celem prezentowanego artykułu jest próba oceny rozpoznawalności marek hoteli niezrzeszonych. Badania przeprowadzono za pomocą metody badania rozpoznawalności spontanicznej. Ich wyniki sugerują bardzo niski poziom wiedzy respondentów o markach hoteli niezrzeszonych, jednak charakter tych badań, a zwłaszcza próby badawczej, wymusza przeprowadzenie kolejnych przed sformułowaniem daleko idących wniosków.

Abstract: Hotels, similarly to other companies, undertake marketing actions aimed at establishing an attractive brand which would be associated by potential customers with particular benefits. However, the features of hotels, especially independent hotels, makes establishing a strong brand especially difficult. The aim of the paper is to evaluate brand recognition in the case of independent hotels. The research was conducted with the use of spontaneous recognition method. The results suggest that the level of recognition is dramatically low, still the nature of the research, and especially of the research sample, makes future more extended research necessary before presenting clear-cut conclusions.

Słowa kluczowe: hotelarstwo; hotele niezrzeszone; rozpoznawalność marki; rozpoznawalność spontaniczna
Keywords: brand awareness; hotel industry; non-chain hotels; spontaneous awareness

Otrzymano: 10 grudnia 2017
Received: 10 December 2017
Zaakceptowano: 10 lutego 2018
Accepted: 10 February 2018

Sugerowana cytacja / Suggested citation:
Rządzik, A., Żemła, M. (2018). Rozpoznawalność marek hoteli niezrzeszonych. *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego*, *32*(1), 54–62. https://doi.org/10.24917/20801653.321.4

Wstęp

Hotelarstwo należy do szybko rozwijających się dziedzin polskiej gospodarki drugiej dekady XXI wieku. Ten szybki rozwój prowadzi do zwiększenia liczby hoteli w naszym kraju, a także do zaostrzenia się konkurencji między nimi. W Polsce, głównie w największych miastach, działa też większość najważniejszych globalnych sieci hotelowych, obok których rozwija się segment hoteli niezrzeszonych, obejmujący obiekty o bardzo zróżnicowanym standardzie, lokalizacji i wielkości. Coraz większa konkurencyjność rynku i zwiększające się oczekiwania nabywców prowadzą poszczególne hotele do stosowania wielu różnych narzędzi marketingowych, m.in. powszechnie wykorzystywane są tablice reklamowe hoteli przy głównych drogach. Skuteczność takich działań uzależniona jest od możliwości zbudowania przez reklamowany obiekt rozpoznawalnej i dobrze kojarzonej marki. W tym zakresie oczywistą przewagę zyskują hotele sieciowe, używające wspólnej marki. Niemniej podobne działania, zmierzające do wykreowania pozytywnego wizerunku marki, podejmowane są także przez hotele niezrzeszone[1]. Są to najczęściej tablice informacyjne i billboardy przy głównych trasach komunikacyjnych, ale także reklama medialna (głównie prasa fachowa, radio i internet) oraz działania public relations (np. współpraca hotelu Las w Piechowicach z Programem III Polskiego Radia czy organizacja „Lata z gwiazdami" przez hotel Amber Baltic w Międzyzdrojach). Celem prezentowanego artykułu jest próba oceny skuteczności takich działań.

Pojęcie marki w hotelarstwie

Z punktu widzenia marketingowego za markę (*brand*) uznać można rozpoznawalny zbiór walorów funkcjonalnych, materialnych i niematerialnych oraz psychologicznych, pozwalających na zaspokojenie oczekiwań funkcjonalnych i psychologicznych konsumentów (Kruczek, Walas, 2010). Marka jest pojęciem znanym i stosowanym od stuleci, jednak to na drugą połowę ubiegłego wieku przypada zdecydowany rozkwit jej znaczenia. W trakcie tej długiej ewolucji znaczenia marki wyróżnia się cztery etapy jej kształtowania się. Na początku rozwoju marka była jedynie identyfikatorem. Następnie stała się oprócz tego elementem odróżniającym jeden produkt od drugiego. W kolejnym etapie koncentrowano się na wartościach dodanych, jakich dostarcza marka, głównie na tym, o ile więcej mogą zarobić przedsiębiorstwa dzięki wykreowaniu i posiadaniu marki. Natomiast w ostatnim etapie ewolucji pojęcia marki skupiono się na jej znaczeniu w procesie budowania związków z klientami. Do XIX wieku marka była poświadczeniem, że dany produkt należy do konkretnej osoby czy firmy. Dowodzi tego początek markowania produktów w Europie, kiedy to ok. 1723 roku Królewska Manufaktura Porcelany w Miśni przyjęła monogram K.P.M., przyjąwszy za znak swoich wyrobów dwa skrzyżowane miecze (Kall, 2001). Natomiast już na przełomie XIX i XX wieku marka pozwalała na odróżnienie produktu jednego przedsiębiorcy od drugiego.

Dopiero pod koniec XX wieku nastąpił wzrost konkurencyjności pomiędzy markami, ponieważ dzięki wykorzystywanej do ich promocji reklamy wymagania konsumentów zaczęły rosnąć. Konsumenci dzięki reklamie byli lepiej poinformowani o różnego rodzaju produktach posiadających markę, a także o ich wartości. Produkty te różniły

[1] W niniejszym artykule jako hotele niezrzeszone traktowane są wszystkie hotele działające poza sieciami i systemami hotelowymi, a więc takie, które posługują się w promocji marką specyficzną, właściwą jedynie dla jednego obiektu.

się od innych, gdyż miały specyficzne zalety. Na skutek upowszechniania się marek pojawiły się problemy z zarządzaniem nimi. Wprowadzono wtedy do organizacji przedsiębiorstw system zarządzania marką, w którym to menedżer decydował o tym, jak zdobyć dla marki swojej firmy odpowiednią pozycję na rynku, aby była rozpoznawalna i przynosiła dochody, był też za to odpowiedzialny (Kotler, 1994). W ten sposób menedżerowie koncentrowali się tylko na tym, by ich marka była pozycjonowana wyżej niż konkurencja. Z tego też okresu pochodzi definicja sformułowana przez American Marketing Association w 1960 roku, która opisuje markę jako „nazwę, symbol, wzór lub ich kombinację, stworzoną celem identyfikacji dóbr oraz usług sprzedawcy lub ich grupy i wyróżnienia się ich spośród konkurencji" (Kotler, 1994). Definicja ta określa tylko i wyłącznie znaczenie logo i innych wizualnych elementów marki jako podstawy prowadzącej do odróżnienia produktów. Natomiast definicja sformułowana przez G. Urbanka głosi, że marka to: „suma niematerialnych atrybutów produktu, takich jak: nazwa, opakowanie, cena, historia, reputacja i sposób jej reklamowania, lecz markę można też zdefiniować jako sumę wrażeń, jakie odnoszą konsumenci w wyniku jej używania" (Urbanek, 2002). Urbanek zwraca więc już uwagę na element emocjonalny znaczenia marki.

W kolejnych latach zauważono, że marka to nie tylko element odróżniający dany produkt od konkurencji, lecz także jedno z głównych źródeł przynoszących dochód przedsiębiorstwom. W tym duchu powstała koncepcja wartości marki, która uwypuklała jej finansowe znaczenie. Tutaj marka ma własną wartość finansową, która bardzo często przekracza wartość samej firmy. Takie podejście do marki spowodowało, że kluczowe stały się relacje pomiędzy nakładami na produkt a efektami podażowymi. Zauważono, że rdzeń produktu, opakowania, cechy produktu, np. wygląd, szata graficzna, „stanowią poważny udział (ok. 80%) w budżecie marketingowym przeznaczonym na produkt, a przynoszą jedynie 20% efektu sondażowego" (McDonald, 1989). Inaczej jest zaś z nakładami na produkt i jego markę, ponieważ ok. 20% budżetu daje o 80% większą sprzedaż na rynku. W kolejnych latach sprzedawcy koncentrowali się głównie na budowie jak najsilniejszej relacji z klientami poprzez zaspokajanie ich potrzeb.

Współcześnie marka rozumiana jest jako kreowanie trwałych relacji z klientem, które uwidaczniają się we wzroście i utrzymaniu poziomu sprzedaży markowego produktu. Dlatego też czasami zauważa się, że ,,właściwie rozumiany branding jest w rzeczywistości synonimem marketingu" (Altkorn, 2001). Klient, kupując produkt czy usługę, zapamięta je nie tylko poprzez szatę graficzną, ale także poprzez pozytywne skojarzenia i wartości, za które będzie w stanie więcej zapłacić.

Według L. de Chernatony'ego „istotą współcześnie rozumianej marki jest zdolność do kreowania pozytywnych relacji z klientami, które będą przekładały się na utrzymanie lub wzrost sprzedaży produktu markowego" (Chernatony, 2003). Marka pozwala wyjaśnić klientowi, jaki jest sens i istota oferty oraz dlaczego został stworzony taki, a nie inny produkt, o określonych korzyściach, które zapewniają satysfakcję i budują lojalność nabywcy.

Wizerunek marki to „mentalne odzwierciedlenie marki lub ogół związanych z nią skojarzeń, które pozwalają na odróżnienie marki od konkurencji. Związane z marką skojarzenia dotyczą zarówno jej cech materialnych, jak i emocjonalnych" (Altkorn, 2001). Skojarzenia dotyczące cech materialnych to tzw. skojarzenia twarde, np. cena, cechy marki, obsługa, natomiast skojarzenia miękkie to skojarzenia emocjonalne. Od pewnego czasu to właśnie skojarzenia miękkie odgrywają znaczącą rolę, ponieważ są

to emocje i odczucia związane z konsumpcją i użytkowaniem marki. Dlatego też tożsamość marki jest kreowana przez jej posiadacza, ponieważ to wizja oczekiwanego odbioru marki, jej wartości, reputacji i kultury firmy. Z kolei wizerunek marki jest subiektywnym odczuciem jej konsumentów – opiera się m.in. na ich osobistych doświadczeniach z marką, na relacjach innych użytkowników, komunikatach, postrzeganiu i przekonaniach, normach społecznych itp. Konsumenci, którzy w swojej świadomości postrzegają markę, tworzą w swoim umyśle kompozycję skojarzeń, jakie ona wywołuje. Wizerunek marki jest „uzależniony od indywidualnych skłonności i predyspozycji do subiektywnego i selektywnego przyjmowania i dekodowania informacji" (Szulce, Janiszewska, 2006). Wynika z tego, że wizerunek marki jest uproszczeniem jej postrzegania, ponieważ zostaje zredukowany do elementów, które są atrakcyjne dla danej grupy docelowej.

O trudnościach w budowie silnej marki na rynku hotelarskim przesądza szereg cech rynku turystycznego i samego hotelarstwa. Pierwszą jest niewątpliwie rozproszenie podaży. Niezależnie od sieci hotelowych, w każdym kraju, także w Polsce, funkcjonuje ogromna liczba hoteli niezrzeszonych, z których każdy ma własną nazwę odgrywającą rolę jego marki. Żaden konsument nie jest w stanie przyswoić sobie wiedzy o takiej liczbie marek. Drugą cechą tego rynku jest zdeterminowanie przestrzenne obiektów hotelarskich – zajmują one określoną lokalizację i pozostają całkowicie nieznane dla osób, które nigdy nie odwiedziły tego miejsca ani nie interesowały się jego odwiedzeniem.

Duże znaczenie ma także proces wyboru produktu turystycznego przez konsumenta, w którym – w zdecydowanej większości przypadków – decyzja o wyborze miejsca wyjazdu poprzedza decyzję o wyborze usługodawców (Żabińska, 1994; Dziedzic, 1998; Żemła, 2004). Dlatego to nie hotel, jego oferta czy marka jest z reguły magnesem dla klienta i kształtuje jego wybory, a marka i wizerunek miejsca docelowego, które chce odwiedzić turysta. W związku z tym w niektórych opracowaniach (np. Żemła, 2010) wskazuje się, że najważniejszą marką, którą powinien posługiwać się hotel, jest nie jego nazwa, ale marka miejsca docelowego. Stwierdzenie to dotyczy przede wszystkim hoteli niezrzeszonych, mniejszych i zlokalizowanych w obszarach peryferyjnych. Sieci hotelowe mają nieporównywalnie większe możliwości kształtowania marki kojarzonej przez turystów. Większe szanse na zaistnienie w świadomości odbiorców mają też z reguły duże hotele, a więc najczęściej posiadające spore środki na kreowanie marki i łatwiej dostrzegalne w lokalnym krajobrazie, a także hotele wielkomiejskie, jako że w dużych miastach często branża hotelarska ma charakter mniej rozproszony – funkcjonuje mniej, ale zdecydowanie większych obiektów, często zresztą zrzeszonych w sieciach.

Gdy weźmiemy pod uwagę powyższe stwierdzenia, pojawia się wątpliwość, czy działania podejmowane przez hotele niezrzeszone, w tym mniejsze i zlokalizowane w obszarach peryferyjnych, mogą przynieść oczekiwane efekty w postaci zbudowania rozpoznawalnej i pozytywnie kojarzonej marki. Zważywszy na skalę tego zjawiska, a zatem również na środki przeznaczane przez niektóre hotele na działania kreujące ich własną markę, należy założyć, że starania te przynoszą tym hotelom oczekiwane efekty finansowe i pozafinansowe, skoro decydują się one na ich kontynuację. Z drugiej strony, obiekty mniejsze, niezrzeszone, często nie mają odpowiednich środków do prowadzenia badań, które pozwoliłyby określić znaczenie ich marki w przyciąganiu klientów.

Wielu autorów (Żyminkowski, 2003; Pike, Ryan, 2004; Lin, Morais, Kerstetter, Hou, 2007; Żemła, 2010) podkreśla istnienie trzech podstawowych wymiarów wizerunku

marki. Koncepcja ta wskazuje na potrzebę uwzględnienia czynników poznawczych (ang. *cognitive image*), emocjonalnych (ang. *affective image*) i behawioralnych (ang. *conative image*). Wizerunek poznawczy jest sumą tego, co turysta wie o danym produkcie, niezależnie od źródeł tej wiedzy. Element emocjonalny opisuje stosunek, emocje, jakie konsument żywi względem produktu, natomiast komponent behawioralny opisuje już konkretne zachowania, jakie ten produkt i jego marka prowokuje. Inna, podobna koncepcja wskazuje, że wizerunek marki obejmuje wiedzę o istnieniu danego produktu (firmy czy miejsca), wyobrażenia o nim oraz nastawienie do niego. Koncepcja ta pokazuje, że punktem wyjścia do kreowania pozytywnego wizerunku marki jest jej rozpoznawalność, podkreśla też fakt, że w naszej świadomości nie nosimy żadnego wizerunku produktu, którego nie znamy. Wydaje się być ona szczególnie trafna w odniesieniu do marketingu hoteli niezrzeszonych. Jest to spowodowane wskazanymi wcześniej trudnościami związanymi z budową świadomości istnienia marki, z jakimi mierzą się te obiekty. Dlatego w niniejszym artykule pomięto elementy kognitywne, afektywne i behawioralne marki hoteli niezrzeszonych, będące następstwem wiedzy o ich istnieniu, a skupiono się jedynie na analizie rozpoznawalności marek tych hoteli.

Badanie rozpoznawalności marek hoteli niezrzeszonych

Rozpoznawalność marki, inaczej świadomość marki, to jej znajomość weryfikowana w badaniach marketingowych. Świadomość marki to najniższy stopień rozpoznawalności produktu lub usługi danej marki. Proces ten rozpoczyna się od zwykłej rozpoznawalności, a kończy na posiadaniu złożonych struktur poznawczych, opierających się na szczegółowych informacjach o danej marce (INB Marketing, 2017).

Rozpoznawalność marki można badać za pomocą trzech wskaźników: jako asystowaną, spontaniczną i *top of mind* (TOMA). Rozpoznawalność asystowana to odsetek osób wyróżniający nazwę spośród wielu zaproponowanych, np. „Czy znasz biuro podróży Itaka?". Rozpoznawalność spontaniczna polega na spontanicznych odpowiedziach ankietowanego, np. „Jakich znasz touroperatorów?". Natomiast rozpoznawalność *top of mind* opiera się na odsetku sytuujących określoną markę na pierwszym miejscu (Kruczek, Walas, 2004).

Znaczenie i zastosowanie każdej z miar jest odmienne. Rozpoznawalność asystowana pozwala przede wszystkim na weryfikację negatywną. Marka, która w takich badania uzyska niski wskaźnik, z pewnością ma słabą rozpoznawalność, natomiast wysoki wskaźnik nie jest dowodem istnienia znacznej świadomości marki. Odwrotnie, wysoki wskaźnik rozpoznawalności spontanicznej może być traktowany jako dowód rzeczywistej wysokiej świadomości marki, podczas gdy niski jeszcze o braku takiej świadomości nie przesądza. Natomiast wskaźnik rozpoznawalności TOMA daje podstawy do oceny przyszłych zachowań konsumentów, a liczne badania potwierdzają, że wskazania respondentów w tym badaniu są zbieżne z ich przyszłymi wyborami.

W badaniach rozpoznawalności marek hoteli niezrzeszonych w Polsce zdecydowano się na wykorzystanie metody rozpoznawalności spontanicznej. Wynika to z dużej liczby marek funkcjonujących na rynku, co powodowałoby ogromne rozmiary kwestionariusza do badania rozpoznawalności asystowanej. Ponadto, ze względu na przytoczone powyżej argumenty, zakładano, ze generalnie poziom rozpoznawalności marek hoteli niezrzeszonych jest niski i dlatego wysoki wynik któregoś z obiektów mógłby przekonać o sukcesie jego działań marketingowych w zakresie budowy marki.

Również ze względu na oczekiwany niski wynik wskaźnika rozpoznawalności w badaniach zdecydowano się na skierowanie ankiety do specyficznej grupy docelowej, a nie do całego społeczeństwa. Tę grupę stanowią studenci turystyki i rekreacji. Założono bowiem, że osoby studiujące na tym kierunku, ze względu na wiedzę uzyskaną podczas studiów i osobiste zainteresowania, które skutkowały wyborem studiów, powinny charakteryzować się zdecydowanie większą znajomością rynku hotelarskiego, niż wynosi średnia dla całego społeczeństwa. Badania przeprowadzono w kwietniu 2017 roku. Otrzymano 80 prawidłowo wypełnionych kwestionariuszy.

W kwestionariuszu, oprócz pytań z metryczki, dotyczących roku studiów, miejsca zamieszkania i aktywności turystycznej, zadano cztery pytania dotyczące rozpoznawalności hoteli niezrzeszonych. Ze względu na wskazane powyżej szczególne trudności w budowie własnej marki przez hotele mniejsze i o niższym standardzie zdecydowano się na oddzielne pytanie o marki hoteli jedno-, dwu- i trzygwiazdkowych, a osobno zapytano o luksusowe hotele cztero- i pięciogwiazdkowe. Założono także, że miejsce przebywania, a także zamieszkania części respondentów, czyli Kraków, powinno być oceniane oddzielnie ze względu na możliwość zauważenia hotelu przez badanych nie dzięki zaplanowanych działaniom marketingowym, a ze względu na przebywanie w jego okolicy.

W pierwszym pytaniu ankietowani mieli wymienić pięć znanych im marek hoteli niezrzeszonych w Polsce (poza Krakowem), mających od jednej do trzech gwiazdek (tab. 1). Aż 36 osób (45%) nie potrafiło wymienić żadnego z hoteli, 12 (15%) wymieniło dwa znane im takie hotele, 11 osób (14%) wymieniło trzy znane im hotele, następnie dziewięć osób (11%) wymieniło jeden hotel, siedem osób (9%) – po cztery hotele, a pięć osób (6%) wymieniła hotele, ale były one hotelami zrzeszonymi. Wśród odpowiedzi najczęściej powtórzyły ię marki hoteli Górski Raj w Koninkach oraz Black & White w Myślenicach (po cztery razy), a także Dworek Skawiński i Hotel Warmia (po trzy razy), a po dwa razy zostały wymienione hotele: Gal, Kameleon, Tarnovia. Reszta nazw hoteli pojawiła się jeden raz, były to m.in.: Eliot, Ameliówka, Krak, Korona, Zatoka. Twardowski, Pawłowski. W odpowiedziach na to pytanie większość studentów mieszkających poza Krakowem potrafiła wymienić jakikolwiek hotel o takich cechach, natomiast ankietowani mieszkający w Krakowie mieli z odpowiedzią większe problemy.

Tab. 1. Liczba respondentów (%) wskazujących marki hoteli niezrzeszonych

	Brak odpowiedzi	Jedna odpowiedź	Dwie odpowiedzi	Trzy odpowiedzi	Cztery odpowiedzi	Pięć odpowiedzi	Wskazania marek hoteli sieciowych
Kraków 1–3 gwiazdki	45	11	15	14	9	0	6
Poza Krakowem 1–3 gwiazdki	61	11	0	9	0	0	19
Kraków 4–5 gwiazdek	66	4	0	0	0	0	30
Poza Krakowem 4–5 gwiazdek	51	15	0	20	0	0	14

Źródło: badania własne

Następnie ankietowani zostali proszeni o wymienienie pięciu znanych im hoteli niezrzeszonych w Krakowie, które posiadają od jednej do trzech gwiazdek. 49 studentów (61%) nie potrafiło wymienić żadnego, 15 (19%) wymieniło hotele zrzeszone, dziewięć osób (11%) wymieniło jeden taki hotel w Krakowie, a siedem osób (9%) wymieniło trzy hotele. Pięciokrotnie został wspomniany hotel Kazimierz, czterokrotnie studenci wpisali do ankiety hotele Matejko i Wawel, a trzy kolejne hotele zostały wpisane po trzy razy. Były to hotele Regent, Alexander, Pod Białym Orłem. Pozostałe marki nie powtórzyły się. Co bardzo charakterystyczne, najwięcej właściwych odpowiedzi udzieliły osoby, które wskazały Kraków jako miejsce swojego zamieszkania, a studenci mieszkający poza Krakowem udzielali najczęściej błędnych odpowiedzi lub nie potrafili wskazać żadnego hotelu.

W pytaniu o podanie przykładów hoteli niezrzeszonych, które mają od czterech do pięciu gwiazdek znajdujących się na terenie Polski, 41 studentów (51%) nie potrafiło podać żadnego hotelu niezrzeszonego o tym standardzie, 16 (20%) podało po trzy prawidłowe hotele, 12 (15%) wymieniło po jednym hotelu spełniającym warunki, a 11 ankietowanych (14%) podało błędne odpowiedzi, w których mylili hotele zrzeszone z niezrzeszonymi. Najwięcej, bo aż osiem razy, został wymieniony hotel Gołębiewski, potem hotel Arłamów, hotele Piramida i Krasicki wskazane zostały po sześć razy, a Pałac Odrowążów pięć razy. Wspomniany najczęściej Gołębiewski ma kilka hoteli, m.in. w Karpaczu, Mikołajkach, Białymstoku, przez co uznawany jest częściej za małą sieć, a nie za markę niezrzeszoną. Odpowiedzi wymienione w tym pytaniu wskazują, że marki tych hoteli są rozpoznawalne dla studentów. Tym razem miejsce zamieszkania nie miało wpływu na udzielanie odpowiedzi, ponieważ zarówno studenci z Krakowa, jak i ci mieszkający poza tym miastem, potrafili wymienić hotele o tej kategorii w Polsce.

Kolejne pytanie polegało na wymienieniu pięciu hoteli niezrzeszonych o standardzie od czterech do pięciu gwiazdek, ale znajdujących się w Krakowie. Aż 53 ankietowanych (66%) nie umiało podać żadnego poprawnego przykładu hotelu niezrzeszonego o takim standardzie, a 24 (30%) odpowiedziało, że nie zna żadnego hotelu o tych cechach. Natomiast trzy osoby (4%) wymieniły hotel Sympozjum, który znajduje się w Krakowie i jest hotelem niezrzeszonym. Studenci wymieniali tu błędnie głównie hotele należące do sieci Accor Hotels i Hilton. W tym pytaniu zarówno studenci z Krakowa, jak i mieszkający poza nim mieli duży problem ze wskazaniem luksusowych hoteli niezrzeszonych w tym mieście.

Wnioski

Powyższe wyniki pokazują wyraźnie, że rozpoznawalność marek hoteli niezrzeszonych w badanej grupie jest bardzo niska. Studenci mieszkający w Krakowie potrafią wskazać więcej hoteli niezrzeszonych znajdujących się w obrębie tego miasta. Natomiast mają oni problem ze wskazaniem hoteli znajdujących się poza miejscem swojego zamieszkania oraz z hotelami niezrzeszonymi, których kategorie to cztery lub pięć gwiazdek. Studenci mieszkający poza Krakowem wymieniali najczęściej hotele znajdujące się bliżej miejsca swojego zamieszkania lub hotele niezrzeszone w regionach Polski, które często odwiedzali. Na znajomość hoteli niezrzeszonych wśród ankietowanych miało więc znaczny wpływ ich miejsce zamieszkania. Powoduje to, że jest to jeden z głównych czynników wpływających na znajomość marek hoteli, co nie jest dobrą wiadomością dla hotelarzy, których segment docelowy to przede wszystkim przyjezdni.

Pomimo że do badań przystąpili studenci turystyki z różnych roczników, nie wpłynęło to na znajomość marek hoteli niezrzeszonych. Przykłady takich hoteli wymieniało wielu studentów pierwszego roku studiów licencjackich, podczas gdy studenci z wyższych roczników, którzy z racji zdobytej wiedzy powinni bardziej orientować się w tematyce hotelarstwa, mieli problemy z podaniem tych przykładów.

Powyższe uwagi stawiają pod znakiem zapytania celowość jakichkolwiek działań (i wydatków) zmierzających do kreowania własnych marek przez hotele niezrzeszone, niezależnie od ich lokalizacji i standardu. Jednak sformułowanie tak daleko idących wniosków wymaga dalszych, poszerzonych badań, gdyż prezentowane wyniki obciążone są istotnymi ograniczeniami związanymi ze sposobem prowadzenia badań.

Przystępując do badań, założono, że grupę studentów turystyki można traktować jako grupę ekspercką, to znaczy można zakładać, że ich znajomość hoteli w Polsce będzie większa, niż ma to miejsce wśród ogółu społeczeństwa. Założenie to nie znalazło jednak pełnego odzwierciedlenia w wynikach. Nie jest intencją autorów artykułu wskazywanie na niski poziom wiedzy ankietowanych studentów, klucz do zrozumienia problemu tkwi raczej w odpowiedziach na pytania z metryczki.

Otóż respondenci deklarują umiarkowaną aktywność turystyczną, której towarzyszy zupełny brak zainteresowania ofertą hoteli. 55 osób (69%) zadeklarowało, że bardzo rzadko korzysta z usług hotelarskich, następnych 20 osób (25%) korzysta z nich czasami, jedynie trzech ankietowanych (4%) przyznało, że często, a dwie (2%) – że bardzo często. Zatem studenci turystyki i rekreacji nie znają nazw hoteli, bo się tego nie uczą na zajęciach (i bardzo słusznie). Nie znają ich też, bo nie wiąże się to najczęściej z ich prywatnymi zainteresowaniami turystycznymi. Z reguły studenci poszukują tańszej bazy noclegowej, ponadto wielu młodym osobom pojęcie hotelu może kojarzyć się ze zbyt sztywną atmosferą. Można więc przypuszczać, że nie stanowią oni pożądanych adresatów działań marketingowych poszczególnych hoteli. Dodatkowym argumentem za takim sposobem rozumowania jest fakt, że wbrew wcześniejszym oczekiwaniom poziom rozpoznawalności hoteli tańszych był większy niż hoteli luksusowych. W takim razie, mimo że prawdopodobnie rzeczywiście rozpoznawalność spontaniczna marek hoteli niezrzeszonych w Polsce jest wśród ogółu społeczeństwa jeszcze niższa niż w przypadku badanej grupy, kluczowe znaczenie dla oceny celowości działań marketingowych hoteli miałaby ocena tej rozpoznawalności wśród relatywnie wąskiej grupy osób korzystających często z usług hotelowych w kraju, co należy wskazać jako najważniejszy kierunek przyszłych badań w tej tematyce.

Literatura
References

Altkorn, J. (2001). *Strategia marki*. Warszawa: Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne.

Chernatony, L., de (2003). *Marka. Wizja i tworzenie marki.* Gdańsk: Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne.

Dziedzic, E. (1998). *Obszar recepcji turystycznej jako przedmiot zarządzania strategicznego*. Monografie i opracowania, 442. Warszawa: Szkoła Główna Handlowa.

INB Marketing (2017, 10 grudnia). Pozyskano z www.inbmarketing.pl

Kall, J. (2001). *Silna marka. Istota i kreowanie*. Warszawa: Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne.

Kotler, P. (1994). *Marketing*. Warszawa: Gebethner & Ska.

Kruczek, Z., Walas, B. (2004). *Promocja i informacja turystyczna*. Kraków: Wydawnictwo Proksenia.

Lin, C.H., Morais, D.B., Kerstetter, D.L., Hou, J.S. (2007). Examining the role of cognitive and affective image in predicting choice across natural, developed, and theme-park destinations. *Journal of Travel Research*, *46*(2), 183–194.
McDonald, M. (1989). *Marketing plan.* Oxford: Butterworth–Heinemann.
Pike, S., Ryan, C. (2004). Destination positioning analysis through a comparison of cognitive, affective and conative perceptions. *Journal of Travel Research*, *42*(4), 333–342.
Szulce, H., Janiszewska, K. (2006). *Zarządzanie marką*. Poznań: Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Poznaniu.
Urbanek, G. (2002). *Zarządzanie marką*. Warszawa: PWE.
Żabińska, T. (1994). *Zachowania turystyczne gospodarstw domowych. Uwarunkowania. Prawidłowości. Przyszłość*. Katowice: Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Katowicach.
Żemła, M. (2004). Rola miejsca docelowego w procesie wyboru oferty turystycznej. *Gospodarka Regionalna i Turystyczna*, *1*, 28–26.
Żemła, M. (2010). *Wartość dla klienta w procesie kształtowania konkurencyjności obszaru recepcji turystycznej*. Katowice: Wydawnictwo GWSH Katowice.
Żyminkowski, T. (2003). *Kształtowanie wizerunku banku*. Poznań: Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Poznaniu.

Michał Żemła, dr hab., prof. nadzwyczajny w Zakładzie Turystyki i Badań Regionalnych Instytutu Geografii Uniwersytetu Pedagogicznego w Krakowie. Autor licznych publikacji związanych z marketingiem i konkurencyjnością produktu obszaru turystycznego. Przedmiotem jego szczególnego zainteresowania jest rozwój turystyki na obszarach górskich, a zwłaszcza ośrodków narciarskich i turystyki pieszej.

Michał Żemła, Ph.D., associate professor in the Department of Tourism and Regional Studies, Institute of Geography, Pedagogical University of Cracow. The author of numerous publications on destination's product marketing and competitiveness. His main interest is development of tourism in mountain areas with special regard to winter sports and hiking tourism.

Adres/address:

Uniwersytet Pedagogiczny w Krakowie
Wydział Geograficzno-Biologiczny
Instytut Geografii
ul. Podchorążych 2, 30-084 Kraków, Polska
e-mail: michal.zemla@up.krakow.pl

Aneta Rządzik, studentka I roku studiów magisterskich na kierunku turystyka i rekreacja, na Uniwersytecie Pedagogicznym w Krakowie. Absolwentka studiów licencjackich na kierunku turystyka i rekreacja na Uniwersytecie Pedagogicznym w Krakowie. Interesuje się marketingiem przedsiębiorstw turystycznych w Polsce i na świecie oraz funkcjonowaniem małych i średnich firm w branży turystycznej. Z tą tematyką związana była także jej praca licencjacka.

Aneta Rządzik, first-year student of MA studies of Tourism and Recreation at the Pedagogical University of Cracow. Tourism and Recreation graduate from the Pedagogical University of Cracow. Her interest is connected with tourism companies' marketing in Poland and globally, as well as small and medium companies' operations in tourism industry. This topic was also mirrored in her BA paper.

Adres/address:

Uniwersytet Pedagogiczny w Krakowie
Wydział Geograficzno-Biologiczny
Instytut Geografii
ul. Podchorążych 2, 30-084 Kraków, Polska
e-mail: aneta.rzadzik.13@onet.pl

Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego
Studies of the Industrial Geography Commission of the Polish Geographical Society

32(1) • 2018

ISSN 2080-1653
DOI 10.24917/20801653.321.5

Magdalena Żmuda-Pałka
Akademia Wychowania Fizycznego, Kraków, Polska
The University of Physical Education, Krakow, Poland

Matylda Siwek
Uniwersytet Pedagogiczny w Krakowie, Polska
Pedagogical University of Cracow, Poland

Anna Kolasińska
Uniwersytet Pedagogiczny w Krakowie, Polska
Pedagogical University of Cracow, Poland

Usługi spa i wellness w wybranych krakowskich hotelach

Spa & Wellness Services in Selected Hotels in Krakow

Streszczenie: Kreowanie zdrowego stylu życia, zwiększająca się świadomość prozdrowotna oraz starzejące się społeczeństwo spowodowały zmiany na rynku usług turystycznych. Z każdym rokiem przybywa nowych hoteli oferujących usługi upiększające i poprawiające samopoczucie. W Krakowie, jednym z najlepiej turystycznie rozwijających się miast europejskich, gdzie występuje nasilona konkurencja, hotele nie poprzestają na ofercie podstawowej, ale poszukują możliwości wyróżnienia się poprzez dodatkową usługę turystyczną, stwarzając nowe propozycje spędzania wolnego czasu. Jedną z nich, zgodną z ogólnoświatowym trendem dążenia do poprawy zdrowia, oferowaną przez krakowskie obiekty noclegowe, jest umożliwienie korzystania z zabiegów spa i wellness. Hotele oferujące tego typu usługi zwiększają obłożenie i szansę wyróżnienia się z bogatej infrastruktury turystycznej Krakowa. Celem opracowania jest diagnoza liczby krakowskich hoteli oferujących usługi spa i wellness na terenie miasta Krakowa w wybranych hotelach. Opracowanie ukazuje kształtowanie się „przemysłu zdrowotnego", a także dalsze możliwości rozwoju rynku krakowskiego hotelarstwa związanego z tymi usługami.

Abstract: Promoting a healthy lifestyle, increasing health awareness and an aging society caused changes in the tourism services market. Each year new hotels appear offering beauty treatments and services improving well-being. In Krakow, one of the best developing European cities in terms of tourism, where there is intense competition, hotels do not stop at the basic offers, but look for opportunities to stand out through additional tourist services, creating new proposals for spending free time. One of them, consistent with the global trend of improving health, offered by Krakow hotels, is to provide Spa & Wellness treatments. Hotels offering this type of services increase their occupancy rate and the chance to stand out among the rich tourist infrastructure of Krakow. The aim of the study is to diagnose the number of hotels offering Spa & Wellness amenities in selected hotels in Krakow. The study shows the shaping of the "health industry", as well as further opportunities for the Krakow hospitality market associated with these services to develop.

Słowa kluczowe: hotel; Kraków; „przemysł zdrowotny"; spa i wellness; usługa turystyczna
Keywords: health industry; hotel; Krakow; Spa & Wellness; tourist service

Otrzymano: 8 grudnia 2017
Received: 8 December 2017
Zaakceptowano: 11 lutego 2018
Accepted: 11 February 2018

Sugerowana cytacja / Suggested citation:
Żmuda-Pałka, M., Siwek, M., Kolasińska, A. (2018). Usługi spa i wellness w wybranych krakowskich hotelach. *Prace Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego*, *32*(1), 63–75. https://doi.org/10.24917/20801653.321.5

WSTĘP

Propagowanie zdrowego trybu życia oraz ogólnoświatowy trend poprawy jakości życia coraz częściej wpływają na zmiany w zwyczajach podróżniczych. Turystyka spa i wellness, nazywana także „przemysłem zdrowotnym", zaczęła rozwijać się na świecie w latach dziewięćdziesiątych XX wieku (Kaleta, 2012). Od tego momentu systematycznie wzrasta zainteresowanie urlopami połączonymi z zabiegami odnowy biologicznej czy poprawiającymi urodę. Wynika to z wielu procesów, jakie dokonały się w społeczeństwie, nie tylko w tym lokalnym – polskim, ale także w globalnym. Istotnym czynnikiem wpływającym na rozwój tej branży turystycznej, oprócz zwiększonej prozdrowotnej świadomości ogółu, jest starzenie się społeczeństw, szczególnie Unii Europejskiej. Wzrosła wiedza medyczna na skutek medykalizacji życia społecznego, podniósł się także ogólny poziom wykształcenia (Ostrowska, 1981). Ponadto duży wpływ na postawy i zachowania społeczeństwa ma rozpowszechnianie się informacji płynących ze środków masowego przekazu, w których dominują programy przesycone tematyką zdrowotną, nawołujące do aktywnego spędzania wolnego czasu czy też poprawiania urody (Pilch, Żmuda-Pałka, Pałka, 2009). Dbałość o zdrowie zaczęto traktować jako nowy styl życia (Tyka, Żmuda, Pałka, Cisoń, 2008). Innym, jakże doniosłym czynnikiem jest to, że współczesny człowiek żyjący w dynamicznie rozwijającym się świecie jest stale przemęczony, sfrustrowany, poddawany ciągłej rywalizacji, obawiający się o utrzymanie pracy, a tym samym narażony na choroby cywilizacyjne. Współczesny człowiek „nie może" być chory i być klientem szpitala (Pilzer, 2007). Społeczeństwo „nie ma czasu chorować"!

Negatywny wpływ środowiska z jednej strony, a z drugiej zwiększenie świadomości prozdrowotnej powoduje, że widoczny jest dynamiczny rozwój branży spa i wellness. Ludzie chętnie korzystają z jej usług, by wzmocnić organizm, zredukować procesy starzenia się i zminimalizować ryzyko zachorowania wykluczające z życia społecznego. Korzystanie z różnego rodzaju zabiegów spa jest istotne dla hotelarstwa, ponieważ to właśnie w trakcie wyjazdu wypoczynkowego goście przeznaczają więcej czasu na zabiegi typu wellness czy spa. Z tych usług korzystają także turyści biznesowi, którzy poza godzinami pracy, w godzinach popołudniowych czy wieczornych, mogą skorzystać z zabiegów spa.

Jednym z największych, dynamicznie rozwijających się ośrodków turystycznych w Polsce stał się Kraków, który należy również do głównych destynacji kraju. Uważany jest także za jedno z najpiękniejszych europejskich miast (*Europe travel tips*..., 2017). W plebiscycie użytkowników portalu internetowego Zoover „The Best European City Trip" Kraków, po raz czwarty z rzędu, został uznany za najlepszą europejską destynację miejską, pokonując tym samym: Sewillę, Barcelonę czy Wiedeń (*Kraków wyróżniony*..., 2017). Miasto Kraków ma największą liczbę hoteli w Polsce, która nieustanie rośnie (*Polska Market Insight. Raport roczny 2016*, 2017). Wraz z rozwojem branży hotelarskiej wzrasta także zainteresowanie otwieraniem przyhotelowych stref spa i wellness.

Celem artykułu jest diagnoza dotycząca liczby krakowskich hoteli oferujących usługi spa i wellness na terenie miasta Krakowa. W części pierwszej przedstawiono

istotę „przemysłu zdrowotnego" oraz usługi hotelowych spa i wellness jako ogólnoświatowego trendu XXI wieku. W drugiej części zaprezentowano zarys ruchu turystycznego miasta Krakowa, a w kolejnej scharakteryzowano usługi spa i wellness w krakowskich hotelach. W pracy postawiono następujące pytania badawcze: W których kategoriach obiektów turystycznych znajduje się najwięcej stref spa i Wellness? Czy branża hotelowa spa i wellness nadal dynamicznie się rozwija? Czy oferta turystyczna spa i wellness jest zbliżona we wszystkich obiektach? Czy rynek hotelarski wraz z usługami spa i wellness jest biznesem przyszłości? Jakie są prognozy związane z prowadzeniem hotelowych spa w Krakowie?

Spa i wellness jako ogólnoświatowy trend XXI wieku

Zdrowie, zgodnie z definicją Światowej Organizacji Zdrowia (World Health Organisation, WHO) z 1984 roku, to „poddająca się zmianom zdolność człowieka do osiągania pełni własnych fizycznych, psychicznych i społecznych możliwości, sprzyjających twórczemu reagowaniu na wyzwania środowiska" (Kaiser, 2009). Staje się ono warunkiem i środkiem codziennego życia, stanowi element swoistego systemu aksjologicznego. Z perspektywy socjologicznej T. Parsons określił zdrowie jako stan, w którym jednostka może w sposób optymalny pełnić przypisane jej funkcje społeczne. Prozdrowotny styl życia to świadome działanie zmierzające do zwiększenia potencjału własnego zdrowia fizycznego, czyli: dbałość o ciało i otoczenie (aktywność fizyczna, racjonalne odżywianie się, dbanie o jakość snu oraz hartowanie się), potęgowanie zdrowia psychicznego (unikanie stresu i radzenie sobie z nim) oraz postępowanie profilaktyczne. Prozdrowotny styl życia to również unikanie zachowań zagrażających zdrowiu, czyli ograniczenie spożycia alkoholu, nienadużywanie leków, niepalenie tytoniu czy niezażywanie narkotyków (Woynarowska, 2007).

W zdrowy styl życia wpisuje się pojęcie „wellness", oznaczające dobrostan, optymalne zdrowie, odczuwanie dobrego stanu fizycznego, psychicznego i społecznego. Wellness to zintegrowana metoda funkcjonowania w harmonii ze środowiskiem, w jakim dana jednostka istnieje, po to by zmaksymalizować jej potencjał (Abram, Kosińska, 2016). Jest to świadomy, wielowymiarowy wybór prowadzący do udanego życia, składa się z fizycznego, duchowego, intelektualnego, emocjonalnego, społecznego i zawodowego aspektu (Smith, Puczko, 2009). Z jednej strony zawiera w sobie wielowymiarową koncepcję dbania o zdrowie, z drugiej jest ciągle wzrastającym rynkiem konsumenckim. „Przemysł zdrowotny" oferuje produkty ludziom zdrowym, w przeciwieństwie do „przemysłu chorobowego", którego klientem jest się z konieczności, a nie z wyboru. Głównym zadaniem rynku wellness jest podniesienie jakości życia i zapobieganie chorobom (Pilzer, 2007; Global Spa Summit, 2017). Według uznanego pioniera tego rynku Z. Pilzera – wellness to dobrowolne korzystanie ze świadczonych produktów i usług, takich jak: witaminy, suplementy diety, produkty dietetyczne, zdrowa żywność, produkty i usługi pielęgnujące skórę, kluby fitness, dermatologia kosmetyczna, medycyna prewencyjna, chirurgia plastyczna czy nawet inżynieria genetyczna (Pilzer, 2007). Wellness to ogromna branża przemysłowa, rozwijająca się w odpowiedzi na zapotrzebowanie rynku. Jest uzupełniającą formą medycyny konwencjonalnej (Pilch, Żmuda-Pałka, Pałka, 2009).

Pojęciem węższym, często mylonym z wellness, jest „spa", czyli *sanus per aquam*, w tłumaczeniu dosłownym z łaciny oznaczające „zdrowie przez wodę", jakkolwiek

w ostatnich latach określenie to nabrało innego znaczenia. Współcześnie termin „spa" bywa używany jako synonim uzdrowiska, sanatorium, kurortu, gabinetu odnowy biologicznej, zabiegów hydroterapeutycznych, strefy basenowej (Abram, Kosińska, 2016). Filozofię spa charakteryzuje dbanie o ciało poprzez relaks. Do spa należą zabiegi z zakresu odnowy biologicznej, zabiegi relaksacyjne, pielęgnacyjne, ale także wyszczuplające czy też zabiegi specjalne dla danej płci. Spa wykonuje się poza domem, w celu odpoczynku i relaksacji. Filozofia spa mówi o harmonii pomiędzy duchem a ciałem, czego efektem jest piękno i zdrowie (Pilch, Żmuda-Pałka, Pałka, 2009).

W Europie korzystanie ze spa zapoczątkowała tradycja przebywania w znanych uzdrowiskach czy kurortach i poddawania się tam kąpielom leczniczym. Sanatoria oferujące usługi obywatelom państw bloku wschodniego były subsydiowane przez państwo, nastawione na leczenie. Uzdrowiska te funkcjonują nadal, w bardzo zbliżonej formie do tych z okresu socjalizmu, natomiast ze względów marketingowych podnoszą swoje standardy, wprowadzają dodatkowe usługi kosmetyczne i pielęgnacyjne w oparciu o filozofię wellness (Tabbachi, 2009). Natomiast w Stanach Zjednoczonych nazwa spa pojawiła się w latach trzydziestych ubiegłego stulecia i charakteryzowała miejsce oferujące zabiegi wodne oraz relaks (Ellis, 2009). Z czasem termin ten zaczął oznaczać rozmaite drogi kierujące do osiągnięcia relaksu, odnowy czy odmłodzenia, w tym także aktywność fizyczną i odżywianie (Abram, Kosińska, 2016).

Rozróżniamy kilka rodzajów spa. Wszystkie, za wyjątkiem day spa, które najczęściej zlokalizowane jest przy gabinetach kosmetycznych czy obiektach sportowych, są związane z branżą hotelową. Ze względu na funkcje, jakie pełnią, można je podzielić w następujący sposób:

- Wellness spa to obiekt hotelowy, który zapewnia zajęcia z zakresu odnowy biologicznej (masaże, zabiegi upiększające, relaksacyjne, fitness, jogę, jacuzzi, sauny). Dodatkowo w restauracji hotelowej menu dostosowane jest do wymogów zdrowego żywienia.
- Resort spa oferuje swym klientom wszelkie zabiegi spa, basen, ale także dodatkowe atrakcje, jak możliwość grania w tenisa, golfa czy jazdę konną. W hotelu jest też specjalna oferta dla dzieci.
- Destination spa przeznaczone jest dla klientów chcących zrzucić wagę, oczyścić organizm, rzucić palenie. Restauracja hotelowa zapewnia zdrowe posiłki. W hotelu, oprócz zabiegów na ciało, organizuje się zajęcia sportowe, a niekiedy edukacyjne.
- W medical spa przede wszystkim wykonuje się zabiegi medyczne, pod nadzorem lekarza, mogą to być zabiegi medycyny estetycznej czy chirurgii plastycznej. W ofercie nie brakuje także zabiegów pielęgnacyjnych czy relaksacyjnych. W tego typu hotelu mogą być prowadzone zajęcia rehabilitacyjne.
- Mineral spa oferuje swym gościom zabiegi spa oraz korzystanie z wód zdrojowych.
- Business spa oferuje swym klientom głównie organizowanie konferencji, szkoleń, sympozjów oraz dodatkowo możliwość skorzystania z zabiegów spa (Koreńczuk, 2010).
- Femi spa swe usługi kieruje głównie do kobiet, w różnych okresach ich życia. Daje możliwość opieki nad dzieckiem, prowadzi animacje dla dzieci.
- Ślubne spa to obiekt zapewniający komfort parom, w większości pokoi łóżka są podwójne. Oferuje zabiegi, które wykonuje się wspólnie dla dwóch osób.
- Holistyczne spa to ośrodek promujący zasady wellness, zapewniający szeroką gamę zabiegów, głównie wykonywanych manualnie, strefa konferencyjna jest

widocznie oddzielona. Obiekt umożliwia również wybór diety, położony jest z daleka od innych zabudowań.
- Baby spa to hotel przyjazny dla rodzin z dziećmi, zapewniający plac i pokój zabaw, opiekę nad dzieckiem, wyposażenie i animacje dostosowane do najmłodszych.
- SPA dla mężczyzn to obiekt oferujący szeroką gamę zabiegów wyłącznie dla mężczyzn, posiada siłownię i zaplecze rekreacyjne, korty tenisowe, boisko, basen (Abram, Kosińska, 2016).

Szybki rozwój obiektów spa wynika z ogólnoświatowego trendu dbałości o zdrowie, która nie wymaga żadnego wysiłku, a przyjemność, jaką daje korzystanie z zabiegów spa, powoduje, że chętnych na te usługi nie brakuje. Łatwiej skorzystać z tego typu oferty, niż regularnie ćwiczyć.

Początkowo usługi spa i wellness należały do hoteli luksusowych, cztero- i pięciogwiazdkowych (Koreńczuk, 2010). Były uosobieniem luksusu, prestiżu. Moda na zdrowy tryb życia spowodowała, że ten typ usług stał się niemalże powszechny, a centra spa odnajdziemy również w obiektach noclegowych niższych kategorii. Popularność terminów spa i wellness przyczyniła się do zmian nazw wielu zwykłych gabinetów kosmetycznych w „Day Spa", zestawy kosmetyków do domowej pielęgnacji w „Home Spa", a uzdrowisko w „Medical Spa" lub „Mineral Spa". Dla wielu obiektów hotelowych inwestycja w usługi typu spa i wellness to jedna z form podniesienia prestiżu obiektu. Jest to również szansa na zwiększenie dochodowości, zarówno części hotelowej, jak i restauracyjnej. Obiekty, które oferują swym klientom centrum fitness, basen czy kilka pomieszczeń do zabiegów, sprzedają się lepiej pod szyldem spa. Jak podają inwestorzy, samo wprowadzenie usług spa pokrywa zaledwie 30% inwestycji, jednakże usługi te zwiększają obłożenie hotelowe o 3–4% oraz zyskuje się wyższą cenę za pokój o ok. 5%. Dodatkowo wartość nieruchomości także wzrasta (Chajęcka, 2005).

Zdaniem M. Kachniewskiej oferta hoteli spa powoduje, że frekwencja kształtuje się na poziomie 45–67%, bez uwzględnienia ośrodków konferencyjno-kongresowych, w których średnioroczne obłożenie wynosi 85%, ani ofert sanatoryjnych regulowanych formalno-prawnymi umowami z Narodowym Funduszem Zdrowia (Kachniewska, 2014). Wartość światowego przemysłu spa i wellness w 2017 roku została oszacowana na 3,7 bln dol., co stanowi ponad 5% globalnego PKB. Wartość turystyki wellness w 2015 roku była wyceniana przez Global Wellness Institute na 563 mld dol., co odpowiadało 691 mln podróży rocznie (Dawidowski, 2017). Przewiduje się, że do 2020 roku branża wellness osiągnie wartość 808 mld dol., dając blisko 1 mld podróży, przy wzroście 7,5% w skali roku (Dawidowski, 2017).

Z badań SRI International wynika, że Polska zajmuje 19 miejsce na świecie pod względem rynku spa, z przychodem 0,72 mld dol. (Ministerstwo Sportu i Turystyki, 2017b). Jest to wzrost z 23 miejsca od 2007 roku (Dawidowski, 2014). A w latach 2013–2015 o 11,7% wzrosła liczba przyjazdów prozdrowotnych do naszego kraju (Dawidowski, 2017). Osoby przyjeżdżające do Polski w celach zdrowotnych wydają najwięcej, bo ok. 926 dol. na osobę (Ministerstwo Sportu i Turystyki, 2017a). Obecnie działa u nas ponad 2,5 tys. obiektów spa i wellness, rocznie przybywa ich ok. 5–10% (*Butikowe SPA…*, 2017). Polska znajduje się na trzecim miejscu wśród destynacji w sektorze turystyki zdrowotnej i uzdrowiskowej dla turystów zagranicznych (Ministerstwo Sportu i Turystyki, 2017b). Branża rynku hotelowych spa, inaczej zwana „przemysłem wellness", w Polsce stale się rozwija. Dominują generalnie niewielkie obiekty poniżej 200 m^2, większość hoteli (56%) posiada od pięciu do 10 gabinetów zabiegowych, a co

piąte hotelowe spa ma powyżej 10 gabinetów. Po 2010 roku wielu właścicieli obiektów hotelowych rozważało poszerzenie infrastruktury w najbliższych latach o zaplecze spa. A większość nowych inwestycji hotelowych, zwłaszcza poza centrami miast, budowana jest wraz z tym zapleczem (Dawidowski, 2012).

Z danych statystycznych wynika, że dwie trzecie gości hoteli z usługami spa to kobiety. Najwięcej klientów stanowią osoby w wieku 51–60 lat. Goście w wieku 41–50 lat stanowią 23%, a 18% to klienci w wieku 31–40 lat, zaś najmniej – zaledwie 10%, jest osób w wieku 21–30 lat (Boruszczak, 2011). Zdaniem M. Prochowicz i A. Sammel grupą docelową hoteli spa są osoby charakteryzujące się podobnym sposobem myślenia, stylem życia, a także stosunkiem do pracy, rodziny, pieniędzy. Klienci hotelowych spa to przede wszystkim osoby uprawiające zawodowo lub amatorsko dyscypliny sportowe; zdrowe, świadomie dbające o kondycję fizyczną i zdrowie; pracujące na stanowiskach menedżerskich, właściciele firm, osoby dobrze sytuowane; po przebytych chorobach i rehabilitacji, decydujące się na odnowę psychosomatyczną; osoby, które w wolnym czasie relaksują się; przebywające w delegacji, które w domu nie mają czasu na relaks i regularne ćwiczenia fizyczne oraz uczestniczące w programach i pakietach pobytowych uwzględniających określoną terapię, relaks bądź integrację (Prochowicz, Sammel, 2013). Turyści korzystający z usług wellness to goście kategorii premium, wymagający dodatkowej usługi, ale wydający średnio o 164 % więcej niż zwykły gość (Dawidowski, 2017). Wiadomo też, że aż 62% podróżnych, rezerwując nocleg, sprawdza, czy dany obiekt hotelowy ma strefę fitness lub wellness (Dunn, 2015).

W 2016 roku priorytetowo traktowano rozwój turystyki zdrowotnej opracowany przez Polską Organizację Turystyczną w programie „Strategia marketingowa Polski na lata 2012–2020" (Ministerstwo Sportu i Turystyki, 2017b). Przy Polskiej Organizacji Turystycznej od czterech lat działa Konsorcjum Zdrowie i Uroda, które skupia 39 podmiotów, a jego celem jest wypracowanie i wdrożenie strategii działań zwiększającej zainteresowanie produktami polskiej turystyki uzdrowiskowej, medycznej oraz spa i wellness wśród turystów krajowych i zagranicznych (Ministerstwo Sportu i Turystyki, 2017b).

Zarys ruchu turystycznego w Krakowie

Kraków jest jednym z najlepiej turystycznie rozwijających się miast Europy. Odwiedzający miasto turyści to osoby chcące poznać historię miasta, zobaczyć perełki architektoniczne. To także pielgrzymi, traktujący Kraków jako miejsce kultu związane z Janem Pawłem II. To również tzw. weekendowi imprezowicze, nastawieni na rozrywkę, zwłaszcza nocne zwiedzanie pubów, barów, klubów, dla których ważniejsza niż historia i kultura miasta jest dobra infrastruktura tych obiektów. W związku z dużym skupiskiem uniwersytetów, akademii czy szkół wyższych Kraków jest również atrakcyjny jako miejsce do studiowania i podnoszenia kwalifikacji. Przyjeżdżają tu także turyści biznesowi, których liczba wzrasta wraz z rozwojem miasta i usług dla biznesu. Kraków, na drugim miejscu po Warszawie, stał się głównym miejscem spotkań biznesowych (Celuch, 2016). W mieście mają swoje siedziby korporacje, zarówno polskie, jak i zagraniczne. Od kilku wzrasta w Krakowie liczba centrów BPO (*Buisness Process Outsourcing*) oraz SSC (*Shared Services Center*) (*Polska Market Insight. Raport roczny 2016*, 2017). Centra te najczęściej tworzone są przez międzynarodowe korporacje, zmniejszając tym

samym powielanie czynności pracowników rozproszonych w wielu lokalizacjach, w takich dziedzinach, jak księgowość czy kadry i płace.

Kraków jest także centrum konferencyjnym. Aż 68% spotkań, jakie odbyły się w tym mieście w 2015 roku, miało charakter kongresu lub konferencji, a 26% stanowiły wydarzenia motywacyjne (Celuch, 2016). W mieście organizuje się także wielkie imprezy kulturalne i masowe. W 2016 roku odbyły się m.in.: 13. Festiwal Misteria Paschalia, 9. Festiwal Muzyki Filmowej w Krakowie, 56. Krakowski Festiwal Filmowy, Wianki – Święto Muzyki, 26. Festiwal Kultury Żydowskiej, Etno Kraków Rozstaje 2016, 14. Festiwal Sacrum Profanum, 8. Festiwal Conrada, Krakowskie Noce (Noc Muzeów, Noc Teatrów, Noc Jazzu, Noc Cracovia Sacra, Noc Poezji), Unsound Festival. Wzięło w nich udział blisko 340 tys. uczestników (Celuch, 2016). Kraków przyciąga także kibiców i uczestników wielkich sportowych wydarzeń. W 2016 roku odbyły się tutaj Mistrzostwa Europy w Piłce Ręcznej Mężczyzn, Final Six Ligi Światowej w siatkówce męskiej, mecz piłkarskiej reprezentacji Polski z reprezentacją Litwy, Tour de Pologne, 15. PZU Cracovia Maraton. Skupiły one uwagę 300 tys. widzów (Celuch, 2016).

Kraków szczyci się rosnącą liczbą odwiedzających. Jest jedną z destynacji, obok Warszawy, Oświęcimia i Wieliczki, która generuje największy ruch turystyczny w Polsce (Kamińska, 2017). I tak w 2014 roku odwiedziło miasto 9 mln 900 tys. osób, a dwa lata później 12 mln 150 tys. podróżnych. Liczba turystów zagranicznych wzrosła w ciągu dwóch lat – od 2014 do 2016 roku – o 250 tys. (z 2 mln 650 tys. do 2 mln 900 tys.). Znacznie też zwiększyła się liczba rodaków odwiedzających Kraków – w latach 2014– 2016 aż o 2 mln (z 7 mln 250 tys. w 2014 roku do 9 mln 250 tys. w 2016 roku) (GUS, 2017).

W Krakowie co roku powstają nowe hotele, posiadające średnio po 300–600 pokoi. Są to hotele sieciowe o charakterze globalnym i krajowym oraz także te działające niezależnie. Warto podkreślić, że większość hoteli należy do firm obecnych już na krakowskim rynku (Szubstarski, 2017a). Ze względu na infrastrukturę w centrum Krakowa trudniej niż w innych miastach jest wybudować hotel wysokiej klasy (Szubstarski, 2017a). Najczęściej tworząc nowy obiekt noclegowy, adaptuje się kamienice czy budynki już istniejące. Jak wynika z raportu Colliers International, w Krakowie jest najwięcej hoteli spośród wszystkich miast Polski (*Polska Market Insight. Raport roczny 2017*, 2017).

Usługi spa i wellness w wybranych krakowskich hotelach

W badaniach do niniejszej pracy, aby przedstawić stan faktyczny wybranych krakowskich hoteli oferujących usługi spa, posłużono się metodą analizy, w oparciu o kwerendę internetową, wyszukiwarkę Google, w szczególności o portale internetowe: booking.com, hrs.com, trivago.pl. Analizowano ofertę hoteli pod kątem dostępności usług spa w internecie, brano pod uwagę zabiegi na twarz, ciało, masaże, możliwość korzystania z sauny czy łaźni. W badaniach kwalifikowano jako obiekty spa tylko te podmioty, które posiadały rozbudowaną ofertę zabiegów. Obiektu nie zaliczano jako spa, jeśli miał ubogą propozycję zabiegów, jak np. masaż i basen.

Z zebranego materiału wynika, że Kraków może pochwalić się 11 hotelami pięciogwiazdkowymi, 45 obiektami zakwalifikowanymi jako czterogwiazdkowe, 87 podmiotami trzygwiazdkowymi, dziewięcioma dwugwiazdkowymi i zaledwie czterema obiektami z jedną gwiazdką oraz 1971 innymi, nieskategoryzowanymi podmiotami. Sytuacja

na rynku podaży hoteli jest ciągle zmienna. I tak w 2016 roku hoteli pięciogwiazdkowych było 10, czterogwiazdkowych – 38, trzygwiazdkowych – 79, dwugwiazdkowych – 16, jednogwiazdkowych – sześć oraz 488 obiektów nieskategoryzowanych (GUS, 2017). Dane poszerzono o raport przygotowany dla Biuletynu Informacji Publicznej przez Główny Urząd Statystyczny, w którym przedstawiono liczbę osób korzystających ze zbiorowego zakwaterowania w ciągu ostatnich lat. Wyraźnie w nim widać, że liczba ta wzrosła z blisko 2 mln w 2014 roku do 2 mln 230 tys. w 2016 roku. Zwiększyła się także liczba turystów zagranicznych – z 1 mln 20 tys. do blisko 1 mln 200 tys. w latach 2014–2016 (GUS, 2017).

W 2016 roku w Krakowie powstały cztery nowe hotele czterogwiazdkowe (*Polska Market Insight. Raport roczny 2016*, 2017), a w 2017 roku rynek hotelarstwa w Krakowie zwiększył się o trzy nowe wysokiej klasy hotele; jeden czterogwiazdkowy i dwa pięciogwiazdkowe (Szubstarski, 2017b).

Rozwijająca się branża turystyczna w Krakowie zaowocowała zwiększeniem liczby wykorzystania pokoi w porównaniu z latami poprzednimi. W 2016 roku krakowskie hotele o najwyższym pięciogwiazdkowym standardzie odnotowały prawie 84% obłożenia – o 60 zł więcej za dobę niż rok wcześniej, a hotele w segmencie średnim i ekonomicznym – o 20 zł. Obłożenie podczas Światowych Dni Młodzieży wynosiło ponad 90%, a średnie ceny wzrosły o blisko 35 zł (Stawiński, 2017). Z dostępnych danych statystycznych wynika także, że hotele utrzymują stały wysoki procent wykorzystania miejsc noclegowych, obiekty o niższym standardzie pod tym względem wypadają słabiej (Urząd Statystyczny w Krakowie, 2017a; 2017b; 2017c).

Zgodnie z rozporządzeniem Ministra Gospodarki i Pracy z dnia 19 sierpnia 2004 roku w sprawie obiektów hotelarskich i innych obiektów, w których są świadczone usługi hotelarskie, wszystkie hotele pięcio- i czterogwiazdkowe muszą posiadać zespół odnowy biologicznej, oferujący możliwość korzystania z pływalni, sauny, siłowni, solarium, masaży i innych usług rekreacyjnych itp. – co najmniej z dwóch rodzajów usług.

Analiza statystyczna wybranych hoteli w Krakowie wykazała, że wszystkie hotele pięciogwiazdkowe posiadają centrum spa, a spośród hoteli czterogwiazdkowych – 27. Rozbieżność pomiędzy własnymi wynikami badań a rozporządzeniem wynika z zawężenia szeroko rozumianej oferty odnowy biologicznej do zabiegów na ciało i twarz, w tym masażu oraz sauny. Spośród trzygwiazdkowych hoteli 19 oferuje zabiegi spa. Ten rodzaj usług dostępny jest również w hotelach pierwszej i drugiej kategorii (cztery obiekty), a także aparthotelach, apartamentach, pokojach gościnnych oraz różnego rodzaju bazach noclegowych o niskim standardzie (110 obiektów).

Spośród wybranych obiektów dostępnych w Krakowie (2127 – z 10 października 2017 roku) 176 posiada centrum spa, w 174 można skorzystać z masażu, w 97 obiektach znajduje się sauna, a w 18 można skorzystać z hydromasażu. Jeśli chodzi o rekreację, to warto zaznaczyć, że aż w 237 obiektach można wypożyczyć rower, w 68 znajduje się sala do ćwiczeń, zwana centrum fitness, a aż w 41 można skorzystać z basenu. Na uwagę zasługuje fakt, że również obiekty noclegowe niższych kategorii zapewniają usługi spa na niższym bądź wyższym poziomie. Możliwość skorzystania z masażu jest dostępna także dla gości aparthoteli, apartamentów, pokoi gościnnych oraz różnego rodzaju baz noclegowych o niskim standardzie.

Hotele prześcigają się w swoich ofertach. Wśród wszystkich usług najwięcej jest możliwości skorzystania z masażu. Nawet jeśli hotel nie posiada zaplecza do odnowy biologicznej czy specjalnego gabinetu, można skorzystać z masażu, który najczęściej

wykonywany jest w pokoju gościa. Ze względu na łatwość adaptacyjną pomieszczeń sauny stanowią dodatkową atrakcję obiektu noclegowego. Centra spa i wellness są prowadzone według własnego pomysłu hotelu. Najczęściej bazują na produktach niewielkiej liczby marek i pracują zgodnie z wytycznymi tych firm. Wiele hoteli stara się wyróżnić i wprowadza cały wachlarz usług, od zabiegów ekspresowych, poprzez masaże tradycyjne, zabiegi wykorzystujące naturę, po egzotyczne i niekonwencjonalne.

Krakowskie hotele z zapleczem spa oferują szeroką gamę zabiegów ukierunkowanych na konkretnego klienta. Pojawiają się oferty dla par, nowożeńców, kobiet w ciąży, młodych mam, organizowane są wieczorki panieńskie. W propozycjach odnajdziemy także specjalne pakiety z okazji Dnia Kobiet czy Dnia Matki. Hotele spa wychodzą naprzeciw oczekiwaniom gości uczestniczących w konferencjach i oferują zabiegi ekspresowe, wykonywane podczas przerw w spotkaniach. Coraz większa liczba hoteli kieruje swe usługi do mężczyzn. Oferowane są pakiety weekendowe, dwu–trzydniowe, kilkudniowe (przy okazji długich weekendów), które zapewniają nocleg, wyżywienie oraz zabiegi spa po okazyjnej cenie, zachęcając do skorzystania z ofert obiektu.

Krakowskie hotele starają się podążać za modą płynącą z kurortów zachodniej Europy czy dalekiej Azji. Dostępnych jest wiele zabiegów zarówno na twarz, jak i na ciało. Spośród ciekawszych oferowanych propozycji wymienić można zabieg o nazwie „rytuał wygładzająco-ujędrniający ze śluzem ślimaka" czy „luksusową kurację anti-aging złoto i kolagen", a z zabiegów na ciało brzmiące egzotycznie „rytualny masaż ciała przy dźwiękach tybetańskich mis i dzwonków shanti", „masaż Lolmi, Lomi, Nui", „masaż balijski", „masaż galangan na cztery ręce", „lawajski Lulur królewski rytuał miłości" oraz „rytuał Mahgreb Hammam". Wszystkie hotele o najwyższym standardzie mają bogate zaplecze centrum spa i wellness, posiadają basen, można skorzystać także z sauny czy łaźni. Hotele oferują najczęściej kompleksowe wellness, wraz ze specjalnie przyrządzanymi posiłkami oraz dostępnymi formami rekreacyjnymi.

Hotele o niższym standardzie nie zawsze mają rozbudowaną ofertę wellness. Spośród wszystkich obiektów w Krakowie jeden wyróżnił się bogatą ofertą rekreacyjną dla klientów. W obiekcie tym, a należy podkreślić, że jest to hotel trzygwiazdkowy, można spędzić czas, korzystając z centrum spa i wellness, w którym oferowana jest cała gama zabiegów. Do dyspozycji gości jest kryty basen wraz z zapleczem dla dzieci (brodzik, zjeżdżalnia). Turyści mogą skorzystać także z dostępnej łaźni i sauny. Ofertę wzbogacono również o salę fitness, kort tenisowy, tenis stołowy i rzutki.

Tab. 1. Oferta usług spa a kategoria wybranych krakowskich hoteli

Kategoria hotelu	Ogółem	Oferujący usługi spa	Liczba w %	Oferujący masaż	Mający saunę	Mający basen
5*	11	11	100	11	9	4
4*	45	27	60	27	27	9
3* Pozostałe obiekty	87 1971	29 109	33 5	26 109	16 45	5 23

Źródło: opracowanie własne

Z analizy badań wynika, że nie ma jednego standardowego określenia, czym jest hotelowe centrum spa i wellness. Często jest ono przypisywane obiektom o niskim standardzie, świadczącym tego typu usługi. Sam masaż czy masaż gorącymi kamieniami

i niewielkie jacuzzi nie powinny być kategoryzowane czy reklamowane jako usługi spa. Z drugiej strony zauważyliśmy, że niektóre hotele oferujące usługi spa i wellness nie przedstawiają w pełni swej oferty na własnej stronie internetowej oraz w portalach rezerwacyjnych, przez co stają się mniej konkurencyjne od podobnego obiektu, który reklamuje w sposób należyty swe dodatkowe usługi.

Na korzyść inwestowania w strefę spa przemawiają badania zrealizowane przez Małopolską Organizację Turystyczną w 2015 roku, wg których spośród produktów turystycznych goście odwiedzający Kraków chcieliby podczas kolejnej wizyty „zwiedzać", „uprawiać aktywność fizyczną", „robić zakupy", a tuż po nich, na wysokim czwartym miejscu znalazł się „relaks i odpoczynek" (Borkowski, 2015).

Podsumowanie

Wellness staje się ekonomią przyszłości wielu branż. Wynika to z mnogości czynników społecznych. Rosnąca klasa średnia, pokolenie milenialsów, stawiające na jakość swojego życia, coraz bardziej będzie zwracać uwagę na podtrzymywanie zdrowia i częściej – zgodnie z globalną tendencją – realizować pasję bycia wellness. Wydłużająca się przeciętna długość życia również spowoduje wzrastające zainteresowanie tego typu turystyką. Ponadto branża ta przestanie być kojarzona wyłącznie z luksusem, jak było to na początku XX wieku, a współczesne usługi wellness będą coraz dostępniejsze dla wszystkich. Wydaje się, że to, co kiedyś było tylko dla wybranych, w najbliższym czasie stanie się czymś powszednim i powszechnym. Czas wolny gości hotelowych będzie wyznacznikiem rozwoju hotelarstwa XXI wieku w większych miastach.

W Krakowie usługi wellness stale się rozwijają, gdyż jak to wynika z badań, im wyższa kategoria hotelu, tym częściej klienci mogą skorzystać z zabiegów spa. A duża podaż hoteli cztero- i pięciogwiazdkowych w Krakowie niemalże gwarantuje możliwość skorzystania z usług spa i wellness. Im więcej hoteli i większa konkurencja, tym więcej różnorodnych ofert usług dodatkowych oraz tym więcej obiektów wyróżniających się na tle innych podmiotów oferujących produkty flagowe. Istotne jest także zauważalne wprowadzanie usług spa i Wellness przez obiekty o niższym standardzie.

Uważa się, że inwestowanie w usługi hotelowe spa i wellness ma wpływ na pozycję konkurencyjną danego obiektu, co więcej, usługi te stają się nierozerwalną częścią oferty współczesnych hoteli i prawdopodobnie pozostaną nią nadal, nawet w dłuższej perspektywie czasu. Wydaje się zatem, że przy nowej inwestycji brak centrum spa i wellness jest błędem, przekładającym się później na słabsze obłożenie obiektu.

Literatura
References

Abram, M., Kosińska, A. (2016). *Ośrodki spa i wellness. Organizacja i funkcjonowanie*. Kraków: Akademia Wychowania Fizycznego.

Borkowski, K. (red.) (2015). *Ruch turystyczny w Krakowie w 2015 roku. Monografia*. Kraków: Małopolska Organizacja Turystyczna.

Boruszczak, M. (2011). *Turystyka zdrowotna i uzdrowiskowa*. Gdańsk: Wyższa Szkoła Turystyki i Hotelarstwa.

Butikowe SPA, czyli doznania szyte na miarę 2015 (2017, 20 października). Horecanet. Pozyskano z http://www.horecanet.pl/Butikowe-SPA,-czyli-doznania-szyte-na miare, wiadomosc,3,-grudzien,2015.aspx

Celuch, K. (2016). *Raport. Przemysł spotkań i wydarzeń w Polsce 2016.* Warszawa: Poland Convention Bureau, Polska Organizacja Turystyczna.
Chajęcka, M. (2005).Wspaniałe i dochodowe spa. *Hotelarz*, *12*, 28–30.
Dawidowski, A. (2012). Jaki jest polski rynek SPA? *Hotelarz*, *12*, 58–60.
Dawidowski, A. (2014). Polskie hotele SPA czekają zmiany. *Hotelarz*, *12*, 68–69.
Dawidowski, A. (2017). Wellness 2.0, czyli dlaczego hotele muszą się przygotować na rewolucję kulturową. *Hotelarz*, *3*, 64–62.
Dunn, A. (2015). Fitness Generacji Y. *Hotelarz*, *9*, 80–83.
Ellis, S. (2009). Trends in the global spa industry. W: M. Cohen, G. Bodeker (red.). *Understanding the global spa industry.* Oxford: Elsevier, 66–84.
Europe travel tips – The 10 best cities in Europe on a budget in 2016 (2017, 10 października). Pozyskano z http://www.worldofwanderlust.com/the-10-best-cities-in-europe-on-a--budget-2016
Global Spa Summit. *Spas and Global Wellness Market: Synergies and Opportunities 2010*. (2017, 20 października). Pozyskano z https://www.sri.com/sites/default/files/publications/ gss_sri_ spasandwellnessreport_rev_82010.pdf
GUS (2017, 20 października). *Biuletyn Informacji Publicznej. Dane GUS 2016. Kraków w liczbach 2016.* Pozyskano z https://www.bip.krakow.pl/zalaczniki /dokumenty/n/186447/karta
Kachniewska, M. (2014) (2017, 20 października). *Innowacyjne modele biznesu jako strategia przetrwania niezależnych obiektów hotelowych w warunkach polaryzacji rynku turystycznego*. Pozyskano z http://www.academia.edu/7945977/ Innowacyjne_ modele_ biznesu_ jako_strategia_przetrwania_niezale%C5%BCnych_obiekt%C3%B3w_hotelowych_w_warunkach_polaryzacji_rynku_turystycznego
Kaiser, A. (2009). Zdrowie i choroba w aspekcie podejmowania (lub nie) aktywności fizycznej. W: T. Sahaj (red.). *Pogranicza współczesnego sportu. Ujęcie społeczne.* Poznań: Akademia Wychowania Fizycznego, 95–112.
Kaleta, A. (2012). Hotelarstwo Spa i Wellness jako rozwojowy produkt przemysłu czasu wolnego – wybrane aspekty. *Zarządzanie i finanse*, *2*, 361–371.
Kamińska, N. (2017). Badania potwierdzają dodatnią dynamikę przyjazdówki. *Wiadomości Turystyczne*, *16*, 6.
Koreńczuk, A. (2010). Turystyka Spa i Wellness. W: M. Boruszczak (red.). *Turystyka zdrowotna.* Gdańsk: Wyższa Szkoła Turystyki i Hotelarstwa, 111–152.
Kraków wyróżniony przez turystyczny Zoover (2017, 10 października). Pozyskano z http://convention.krakow.pl/wiecej_aktualnosci_/207034,1403,komunikat,krakow_wyrozniony_ przez_portal_turystyczny_zoover__.html
Ministerstwo Sportu i Turystyki. *Spotkanie z przedstawicielami Konsorcjum „Zdrowie i Uroda" 2015* (2017a, 10 października). Pozyskano z https://www.msit.gov.pl/pl/ turystyka/ aktualnosci/2565,Spotkanie-zprzedstawicielami-Konsorcjum-Zdrowie-iUroda.html? search=1820056
Ministerstwo Sportu i Turystyki. *Uroczyste otwarcie XX Kongresu ESPA 2015* (2017b, 10 października). Pozyskano z https://www.msit.gov.pl/pl/turystyka/aktualnosci/2626, Uroczyste -otwarcie-XX-Kongresu-ESPA.html?search=1820056
Ostrowska, A. (1981). Rola pacjenta i lekarza. Zmiany w scenariuszu. *Studia Socjologiczne, 1*, 86.
Pilch, W., Żmuda-Pałka, M., Pałka, T. (2009). Modern image of the biological regeneration. W: K. Turowski (red.). *Impact of lifestyle on wellness and prosperity*. Lublin: Wydawnictwo NeuroCentrum, 321–326.
Pilzer, P.Z. (2007). *The New Wellness Revolution*. Nowy Jork: John Wiley&Sons Inc.
Polska Market Insight. Raport roczny 2016. Colliers International (2017, 5 października). Pozyskano z http://www.colliers.com/-/media/files?emea/poland/reports/2017/colliers_raport _roczny_2017_v3.pdf?la=pl-pl
Polska Market Insight. Raport roczny 2017. Colliers International, (2017, 5 października). Pozyskano z http://www.colliers.com/-/media/files/emea/poland/reports/2017/colliers_raport_roczny_ 2017_v3.pdf?la=pl-pl
Prochowicz, M., Sammel, A. (2013). Spa i wellness jako dodatkowy produkt bazy turystycznej. *Ekonomiczne Problemy Turystyki*, *3*(23), 67–68.

Rozporządzenie Ministra Gospodarki i Pracy z dnia 19 sierpnia 2004 r. w sprawie obiektów hotelarskich i innych obiektów, w których są świadczone usługi hotelarskie (Dz.U. z 2004 r. nr 188, poz. 1945).
Smith, M., Puczko, L. (2009). *Health and Wellness Tourism*. Butterworth–Heinemann: Elsevier.
Stawiński, P. (2017, 10 października). Świetny rok 2016. *E-hotelarz*, *1*. Pozyskano z http://www.e-hotelarz.pl/mht/?p=41650
Szubstarski, R. (2017a). Aktualności. *Hotelarz, 4*, 30–32.
Szubstarski, R. (2017b). W Krakowie otwierają się nowe hotele i aparthotele. *Hotelarz*, *6*, 10.
Tabbachi, M. (2009). American and European spa. W: M. Cohen, G. Bodeker (red.). *Understanding the global spa industry*. Oxford: Elsevier, 26–40.
Tyka, A., Żmuda, M., Pałka, T., Cisoń, T. (2008). Wellness as lifestyles and health promotion in society. W: H. Karakuła (red.). *Societal Enviromental Health and Wellness Risks.* Lublin: Wydawnictwo NeuroCentrum, 369–374.
Urząd Statystyczny w Krakowie (2017a). *Biuletyn Statystyczny. Informacje i opracowania statystyczne I kwartał 2017.*
Urząd Statystyczny w Krakowie (2017b). *Biuletyn Statystyczny. Informacje i opracowania statystyczne II kwartał 2017.*
Urząd Statystyczny w Krakowie (2017c). *Biuletyn Statystyczny. Informacje i opracowania statystyczne III kwartał 2016.*
Woynarowska, B. (2007). *Edukacja zdrowotna. Podręcznik akademicki*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.

Magdalena Żmuda-Pałka, dr nauk o kulturze fizycznej, adiunkt, Akademia Wychowania Fizycznego w Krakowie, Wydział Wychowania Fizycznego i Sportu, Instytut Nauk Społecznych, Zakład Pedagogiki. Ukończyła studia magisterskie z socjologii na Uniwersytecie Jagiellońskim oraz studia magisterskie z fizjoterapii na krakowskiej Akademii Wychowania Fizycznego. Jej zainteresowania badawcze dotyczą socjologii kultury fizycznej, w tym socjologii sportu, turystyki i rekreacji ruchowej. Jej drugim nurtem badawczym jest historia kultury fizycznej. Jest autorką książki *Kultura fizyczna w działalności Feliksa Fidzińskiego (1890–1967)*, Nowy Sącz 2013.

Magdalena Żmuda-Pałka, Ph.D. in Physical Culture, associate professor, the University of Physical Education in Krakow, Faculty of Physical Education and Sport, Institute of Humanities, Department of Pedagogy. She has graduated from the Jagiellonian University with an MA in Sociology and MSc in Physiotherapy. Her research area includes sociology of physical culture, sport, touristic and recreation. Additionally her research area includes history of sport. She is the author of *Physical culture in Feliks Fidzinski's activity (1890–1967*), Nowy Sącz 2013.

Adres/address:

Akademia Wychowania Fizycznego w Krakowie
Wydział Wychowania Fizycznego i Sportu
Instytut Nauk Społecznych
Zakład Pedagogiki
al. Jana Pawła 78, 31-571 Kraków, Polska

e-mail: magdalena.zmuda@awf.krakow.pl

Matylda Siwek, dr nauk o kulturze fizycznej, asystent, Uniwersytet Pedagogiczny, Wydział Geograficzno-Biologiczny, Instytut Geografii, Zakład Turystyki i Badań Regionalnych. Ukończyła studia magisterskie w Akademii Wychowania Fizycznego w Krakowie na kierunku turystyka i rekreacja. W 2013 roku, na tejże uczelni, ukończyła studia doktoranckie i obroniła pracę doktorską dotyczącą turystyki przyjazdowej do Krakowa przed I wojną światową. Jej zainteresowania badawcze koncentrują się wokół zagadnień związanych z ruchem turystycznym, rekreacją, animacją w turystyce, zarówno z historycznej, jak i z współczesnej perspektywy.

Matylda Siwek, Ph.D. in Physical Culture, assistant professor, the Pedagogical University of Cracow, Faculty of Geography and Biology, Institute of Geography, Department of Tourism and Regional Studies. She has graduated from the University of Physical Education in Krakow with an MSc in Tourism and Leisure. In 2013 she completed doctoral studies and received a Doctorate Degree in Sciences in the field of Physical Culture.

Her PhD thesis referred to tourism in Krakow before the First World War. Her research area includes physical culture, tourism, recreation, animation in tourism from both historical and contemporary perspective.

Adres/address:

Uniwersytet Pedagogiczny,
Wydział Biologiczno-Geograficzny
Instytut Geografii
Zakład Turystyki i Badań Regionalnych
ul. Podchorążych 2, 30-084 Kraków, Polska

e-mail: matylda.siwek@up.krakow.pl

Anna Kolasińska, adiunkt, dr, Uniwersytet Pedagogiczny, Wydział Geograficzno-Biologiczny, Instytut Geografii, Zakład Turystyki i Badań Regionalnych. Jej zainteresowania badawcze koncentrują się wokół problematyki turystycznego użytkowania obszarów cennych przyrodniczo, a także zagadnień związanych z wykorzystaniem czasu wolnego dla celów turystycznych i rekreacyjnych.

Anna Kolasińska, Ph.D. in Physical Culture, associate professor, the Pedagogical University of Cracow, Faculty of Geography and Biology, Institute of Geography, Department of Tourism and Regional Studies. Her research area includes the issues of tourist use of valuable natural areas, as well as issues related to using free time for tourism and recreational purposes.

Adres/address:

Uniwersytet Pedagogiczny
Wydział Biologiczno-Geograficzny
Instytut Geografii
Zakład Turystyki i Badań Regionalnych
ul. Podchorążych 2, 30-084 Kraków, Polska

e-mail: anna.kolasinska@up.krakow.pl

Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego
Studies of the Industrial Geography Commission of the Polish Geographical Society

32(1) • 2018

ISSN 2080-1653
DOI 10.24917/20801653.321.6

Jan A. Wendt
Uniwersytet Gdański, Polska
Gdansk University, Poland

Tomasz Wiskulski
Akademia Wychowania Fizycznego i Sportu, Gdańsk, Polska
Gdansk University of Physical Education and Sport, Poland

Zmiany w morskiej turystyce wycieczkowej w Gdyni

Changes in Sea Cruise Tourism in Gdynia

Streszczenie: Turystyka morska należy do najszybciej rozwijającego się rodzaju turystyki i przynosi znaczne dochody miastom i portom, które ją rozwijają. Rejsy wycieczkowe po Bałtyku stanowią ok. 20% całego morskiego wycieczkowego ruchu turystycznego. Jednak porty polskie, jak pokazuje przykład Gdyni, mają w tym niewielki udział. W artykule przedstawiono wyniki analizy zmian w wielkości ruchu statków wycieczkowych i liczby turystów przybywających na nich do Gdyni. Podjęte badania mają na celu ocenę i wskazanie kierunku zmian w morskim ruchu turystycznym w Gdyni w latach 1997–2016. Przedmiotem badań są zmiany liczby wizyt statków wycieczkowych i turystów w porcie gdyńskim. Dane do analizy wielkości ruchu wycieczkowców pochodzą z raportów i informacji z Zarządu Portu Gdynia S.A. w Gdyni oraz z cytowanej w pracy literatury. W pracy wykorzystano proste, klasyczne metody statystyczne, w tym analizę zmian wielkości ruchu turystycznego w poszczególnych latach. Przeprowadzona analiza pozwala wskazać na zdecydowany spadek liczby wizyt wycieczkowców w Gdyni w badanym okresie przy stabilizacji liczby turystów na poziomie 80–90 tys. w ostatnich czterech latach. Jednak ta liczba wynika z faktu wizyt większych cruiserów w ostatnich latach, niż miało to miejsce wcześniej. Peryferyjne w stosunku do głównych bałtyckich tras turystyki morskiej położenie portu w Gdyni i brak znaczących inwestycji w infrastrukturę portową na potrzeby turystyki morskiej prowadzi do stabilizacji wielkości ruchu turystycznego na obecnym poziomie.

Abstract: Maritime tourism is one of the fastest growing tourist branches, bringing significant revenue to the cities and ports that develop it. Baltic cruises generates about 20% of all maritime tourist traffic. However, Polish ports, as shown through the example of Gdynia, have a small marketshare. The article presents results of the analysis of changes in the volume of traffic of cruise ships and the number of tourists arriving in Gdynia. The undertaken research is aimed at assessing and indicating the direction of changes in maritime tourist traffic in Gdynia in the years 1997–2016. The subject of the study are changes in the number of visits of cruise ships and tourists in the port of Gdynia. The data for the analysis of the traffic volume of the cruise traffic come from the reports and information from the Port of Gdynia Authority S.A. in Gdynia and cited in the literature. The work used basic statistical methods, including the analysis of changes in the volume of tourist traffic in particular years. It has made it possible to indicate a decisive decrease in the number of visits made by cruisers in Gdynia in the analyzed period, with the number of tourists stabilizing at 80–90 thousand per year in the last four years. However, this number results from the fact that Gdynia had visits of larger cruisers in last years than it was in the previous period. The location of the port in Gdynia and the lack of significant investments in port infrastructure for maritime tourism lead to the stabilization of tourist traffic at the present level.

Słowa kluczowe: Gdynia; ruch turystyczny; statki wycieczkowe; turystyka morska
Keywords: cruise ships; Gdynia; maritime tourism; tourist traffic

Otrzymano: 28 sierpnia 2017
Received: 28 August 2017
Zaakceptowano: 20 lutego 2018
Accepted: 20 February 2018

Sugerowana cytacja / Suggested citation:
Wendt, J.A., Wiskulski, T. (2018). Zmiany w morskiej turystyce wycieczkowej w Gdyni. *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego*, *32*(2), 76–84. https://doi.org/10.24917/20801653.321.6

Wstęp

Turystyka to przede wszystkim jeden z najbardziej dochodowych sektorów gospodarki. Ze względu na poprawność definicji trudno go nazwać przemysłem turystycznym, jednak zdecydowanie można mówić o stale rozwijającym się biznesie turystycznym (Wendt, 2016). Tylko w latach 2008–2016 nastąpił wzrost liczby turystów o 300 mln. W 2016 roku w wysoko rozwiniętych krajach wzrost wyniósł 5% w porównaniu do 2015 roku, a w pozostałych państwach 2% (UNWTO, 2017). Celem niniejszej pracy jest ocena i wskazanie kierunku zmian w morskim ruchu turystycznym w Gdyni w latach 1997–2016. Morskim ruchu turystycznym rozumianym jako zwiększenie liczby turystów odwiedzających miasto. Do turystyki morskiej, za licznymi autorami (Zaleski, 1980; Miotke-Dzięgiel, 2002; Gaworecki, 2007; Ilieş, Wendt, 2015; Tarkowski, Palmowski, Kopeć, Wendt, 2016), należy zaliczyć ogół aktywności turystycznej, w której wykorzystywane są morskie jednostki pływające, takie jak statki wycieczkowe, promy, jachty, statki liniowe proponujące podróże turystyczne oraz statki żeglugi przybrzeżnej. Jednak do realizacji postawionego celu właściwe wydaje się zawężenie badań do statków wycieczkowych. Wprawdzie znaczna liczba pasażerów żeglugi promowej sugeruje włączenie tej formy turystyki morskiej do analizy, jednak wśród pasażerów korzystających z żeglugi promowej w Gdyni jedynie ok. 40% stanowią turyści (Ostrowski, 2016), a wśród pozostałych bez przeprowadzenia dodatkowych badań trudno wskazać grupę, dla której Gdynia stanowi końcową destynację turystyczną, a nie jedynie koniec jednego z etapów podróży.

W przeprowadzonej analizie zmian w turystyce morskiej zrezygnowano także z ujęcia jachtingu, a dokładniej – z oceny zmian liczby turystów przybywających do Gdyni na jachtach. Rozwijający się dynamicznie z roku na rok jachting w Zatoce Gdańskiej, pomimo pewnych barier (Wendt, Wiskulski, 2017), przy liczbie wejść i wyjść z gdyńskiej mariny na poziomie 10,5 tys. w 2015 roku daje ok. 5 tys. jachtów z kilkuosobową załogą. Dodatkowo wśród tych jednostek jachty zagraniczne stanowiły jedynie 8,3% (Tarkowski, Palmowski, Kopeć, Wendt, 2016), tak więc jachting, pomimo jego niewątpliwego wizualnego uroku, nie ma istotnego wpływu na zmiany liczby turystów w Gdyni, oczywiście poza takimi kilkudniowymi eventami, jak np. coroczne targi „Wiatr i woda". Zatem przedmiotem badań stanowiącym podstawę analizy tego ruchu są zmiany liczby wizyt statków wycieczkowych w porcie gdyńskim. Dane do analizy wielkości ruchu wycieczkowców pochodzą z raportów i informacji Zarządu Morskiego Portu Gdynia S.A. (2017), Urzędu Miasta Gdyni (2017) oraz cytowanej w pracy literatury.

W pracy wykorzystano proste, klasyczne metody statystyczne, w tym analizę zmian wielkości ruchu turystycznego w poszczególnych latach. Zgodnie z klasyczną

definicją turystyki, turystą nazywamy osobę, która opuszcza stałe miejsce pobytu na dłużej niż jedną dobę (Ilieș, Wendt, 2015), jednak ze względu na dostępność informacji statystycznych, w niniejszej pracy zarówno turyści, jak i odwiedzający, którzy nie spędzili nocy w Gdyni, np. wpłynęli do portu z rana, zwiedzili miasto i wieczorem je opuścili, zostali ujęci razem, w jednej grupie określonej jako turyści.

Wycieczkowce na Bałtyku i w polskich portach

Osobną kategorią w turystyce Gdyni, zasługującą na szerszą prezentację, jest turystyka morska. Wśród wielu form aktywności turystycznej turystyka morska należy do najszybciej rozwijających się segmentów biznesu turystycznego, a turystyka morska na Bałtyku cieszy się coraz większym zainteresowaniem armatorów. W 2016 roku z ponad 22 mln pasażerów statków wycieczkowych prawie jedna piąta wybrała rejsy na wodach Bałtyku. W latach 2000–2015 liczba wizyt w portach bałtyckich wzrosła z 1400 do 2100, czyli o 50% (*Port Gdańsk…*, 2016). Poza portami w Gdańsku i Gdyni podczas kilkudniowych rejsów statki odwiedzają najczęściej Kopenhagę, Sztokholm, Helsinki, St. Petersburg, Tallinn, Rygę i Kłajpedę. W latach 2000–2015 liczba pasażerów na bałtyckich wycieczkowcach wzrosła z 1,1 mln do 4,4 mln. Do najbardziej popularnych portów na Bałtyku, z liczbą wejść wycieczkowców powyżej 200 w sezonie, należały w 2015 roku kolejno: St. Petersburg, Kopenhaga, Tallinn, Helsinki i Sztokholm.

W tym biznesie także polskie porty morskie mają swój, niestety niewielki, udział. Rokrocznie do polskich portów zawija kilkadziesiąt wycieczkowców, na pokładzie których przybywa ponad 100 tys. turystów (Ostrowski, 2016). Z danych podanych przez GUS (2017) wynika, że turyści, którzy przypłynęli drogą morską, wydali w Polsce (w okresie lipiec–wrzesień 2015 roku) ok. 362 mln zł, co daje średnio 967 zł na osobę (Z wycieczkowca…, 2016). Zgodnie z klasyczną już definicją turystyki morskiej J. Zaleskiego określamy nią „wszelkie przejawy ruchliwości turystycznej znajdującej swój wyraz w wycieczkach morskich na statkach wycieczkowych, specjalnie do tego celu przeznaczonych, lub na statkach liniowych, oferujących wycieczki w sezonach martwych, w uprawianiu turystycznego żeglarstwa morskiego, traktowanego nie jako wyczyn sportowy, lecz forma spędzania czasu, oraz w korzystaniu z wycieczek statkami żeglugi przybrzeżnej" (Zaleski, 1980: 32). Z tej obszernej definicji turystyki morskiej w prezentowanej pracy analizie została poddana turystyka na statkach wycieczkowych. Morska turystyka wycieczkowa, nazywana cruisingiem, wykorzystując statek jako bazę noclegową i żywieniową, oferuje możliwość zwiedzenia odwiedzanych podczas rejsu miast oraz atrakcje związane z samą morską podróżą. W tej formie turystyki Gdynia zajmuje pierwsze miejsce w kraju. W 2016 roku Gdynia gościła 50 wycieczkowców, które przywiozły ponad 80 tys. zwiedzających. W tym samym czasie w Gdańsku awizowano wizyty 29 statków przy szacowanej liczbie turystów ok. 13 tys. Szczecin odwiedziły jedynie dwa wycieczkowce, z pokładu których na ląd zeszło ok. 1 tys. turystów (Z wycieczkowca…, 2016).

Jednak perspektywy rozwoju turystyki wycieczkowej w Gdyni nie napawają optymizmem. Do głównych przyczyn malejącej od 2009 roku liczby wizyt statków wycieczkowych w Gdyni należy peryferyjne położenie portu w stosunku do szlaków turystycznych na Bałtyku. Większość rejsów wycieczkowych rozpoczyna się w Kopenhadze lub w Sztokholmie, kierując się najczęściej do portów Zatoki Fińskiej, St. Petersburga i Helsinek. Zawinięcie do portów Zatoki Gdańskiej wymaga dodatkowego czasu i pociąga za sobą dodatkowe koszty, które podnoszą cenę oferty turystycznej. Pomimo bardzo

dobrych warunków hydrograficznych gdyńskiego portu, który może przyjmować nawet największe cruisery, brak jest widocznego zainteresowania, przekładającego się na inwestycje, zarówno władz miasta, jak i portu, rozbudową infrastruktury portowej na potrzeby tych statków. Fakt, iż turyści z wycieczkowców najczęściej prosto ze statku udają się autokarem na wycieczkę, w Gdyni przebywają bardzo krótko, nie przynosząc miastu wymiernych finansowych korzyści, nie skłania władz miasta ani portu do inwestycji w nabrzeża czy inne formy infrastruktury miejskiej przeznaczonej dla turystów z wycieczkowców.

Wycieczkowce i turyści w Gdyni

W 1922 roku Sejm Rzeczpospolitej przyjął ustawę, w której upoważnił rząd do budowy portu morskiego w Gdyni. Wokół portu rozwinęło się ponadstutysięczne miasto, które stało głównym portem morskim Polski i szybko rozwijającym się ośrodkiem turystycznym. Jedną z pierwszych firm turystycznych, jeśli nie pierwszą, było przedsiębiorstwo braci Wilke. Firma odniosła sukces – w sezonach letnich drugiej połowy lat trzydziestych liczba turystów na przejażdżkach po porcie i rejsach na trasach łączących Gdynię z Orłowem, Helem i Jastarnią oraz z Sopotem i Gdańskiem osiągnęła poziom 200 tys. pasażerów (Atasoy, Saparov, Ilieş, Wendt, 2017).

Rozwój Gdyni i turystyki w Gdyni przerwał wybuch II wojny światowej. Jednak do odzyskanego w marcu 1945 roku miasta szybko powróciło życie, a Gdynia, pomimo sąsiedztwa polskiego już Gdańska, stała się największą bazą remontową polskiej floty. Razem z gospodarką morską rozwijała się turystyka. Szybko zwiększał się ruch turystyczny, Gdynia nieustająco fascynowała modernistyczną architekturą budynków z okresu międzywojennego, portem handlowym, wizytami statków wycieczkowych, muzeami, licznymi festiwalami, a przede wszystkim wspaniałym klifem w Orłowie oraz plażami sięgającymi centrum miasta. Słynne były gdyńskie zloty żaglowców. Gdyńska „Operacja Żagiel" z 1974 roku przeszła do historii jako największy zlot żaglowców w powojennej Polsce. W czterdziestolecie tego wydarzenia w Gdyni zorganizowano kolejny zlot największych żaglowców świata, w którym wzięło udział kilka jednostek obecnych także w 1974 roku.

Odzyskanie pełnej suwerenności po 1989 roku, stopniowe ograniczanie funkcji militarnej, przemiany społeczne i gospodarcze w kraju wzmocniły funkcję turystyczną Gdyni, która stała się jednym z najbardziej atrakcyjnych morskich miast w kraju. Jednak statki zawijające do Gdyni pozostają tu najczęściej jeden dzień, najczęściej przypływają rano, pomiędzy godziną 7.00 a 9.00, większość z nich odpływa pomiędzy godziną 17.00 a 19.00, tak więc średni czas pobytu wynosi jedynie dziewięć godzin (por. tab. 1). W Gdyni pasażerowie wycieczkowców zwykle przesiadają się do autokarów wycieczkowych. Na samym nabrzeżu przebywają jedynie 5–10 minut (Ostrowski, 2016). Jeszcze na statku pasażerowie wybierają jedną z kilku zaplanowanych wycieczek. W ofercie dla turystów najczęściej proponowany jest Gdańsk z jego zabytkami i muzeami, Europejskie Centrum Solidarności, zwiedzanie całego Trójmiasta i zamek w Malborku (Wendt, 2014). Dużym zainteresowaniem cieszą się pracownie bursztynu, w których można poza zapoznaniem się z procesem obróbki bursztynu dokonać zakupów. Podobnym zainteresowaniem cieszą się lokalna kuchnia i regionalne wyroby z Kaszub.

Typowy wycieczkowiec odwiedzający Gdynię, jeżeli można standaryzować wycieczkowce, mierzy powyżej 200 m długości, a największe z nich sięgają prawie 300 m, cruiser Mein Schiff 6, który odwiedził Gdynię w 2017 roku czterokrotnie, ma 295,3 m

długości oraz 35,8 m szerokości, zanurzenie od 5 m do niespełna 9 m (Mein Schiff 6 ma zanurzenie 7,95 m). Mniejsze jednostki zabierają na pokład do 1 tys. pasażerów przy kilkusetosobowej załodze, a największe od 2 do 3,5 tys., przy załodze liczącej ok. 1 tys. osób (por. tab. 1). Przeważająca liczba kabin pasażerskich ma balkony (na Mein Schiff 6 jest 1267 kabin, z których 82% posiada balkon), na pokładach są spa i wellness, baseny, bary i restauracje.

Tab. 1. Liczba turystów i czas pobytu zapowiedzianych wycieczkowców w Gdyni w 2017 roku*

Nazwa jednostki	Bandera	Maksymalna liczba		Godzina		Pobyt (godz.)
		turystów	załogi	wejścia	wyjścia	
Aidacara	Włochy	1186	360	08.00	19.30	11,5
Aidadiva	Włochy	2050	646	08.00	17.00	9
Aurora	Włochy	1878	936	09.00	19.00	10
Costa Pacifica	Włochy	3780	1100	07.00	20.00	13
Crown Princess	Bermudy	3080	1200	07.00	16.00	9
Crystal Symphony	Bahama	922	545	09.00	18.00	9
Marina	Wyspy Marshala	1252	780	08.00	16.00	8
Mein Schiff 3	Malta	2506	1000	07.00	18.00	11
Mein Schiff 6	Malta	2790	1030	08.00	18.00	10
MSC Magnifica	Panama	3605	1027	13.00	19.00	6
Nautica	Wyspy Marshala	824	386	07.00	13.00	6
Norwegian Getaway	Bahama	4028	1640	12.00	21.00	9
Saga Sapphire	Malta	748	415	08.00	18.00	10
Serenade of the Seas	Bahama	2490	891	07.00	18.00	11
Viking Sea	Malta	930	550	13.00	24.00	11
Vision of Seas	Bahama	2435	765	08.00	17.00	9

* Liczba zapowiedzianych wizyt jest większa od liczby statków w tabeli, większość jednostek odwiedza Gdynię kilkakrotnie w sezonie.

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych poszczególnych armatorów oraz Portu Gdynia (2017)

Do wyjątków należą w Gdyni wizyty takich olbrzymów, jak Norwegian Gateway, o długości 324 m, szerokości 39 m, z 14 pokładami pasażerskimi, mogących przewieźć 4028 pasażerów, którzy mogą korzystać z 21 barów i restauracji, a obsługą statku i pasażerów zajmuje się 1640 osób załogi. Większość wycieczkowców, poza włoskimi, pływa pod tanią banderą (por. tab. 1).

Turystyka morska w Gdyni ma oczywiście charakter sezonowy, trwa pięć miesięcy, od maja do września (por. tab. 2), chociaż zgodnie z informacjami o zapowiedzianych wizytach ostatni cruiser w 2016 roku przybył do Gdyni w październiku. Również w październiku 2015 roku Gdynię odwiedziły dwa statki, a w 2013 roku jeden. W analizowanym okresie 10 lat tylko raz – w 2010 roku – wycieczkowiec przybił do nabrzeża gdyńskiego w kwietniu. W 2017 roku w Gdyni powinno gościć siedem jednostek (16%), w czerwcu i w lipcu ma być 11 cruiserów (23%), w sierpniu 14 (33%) a we wrześniu do portu gdyńskiego mają zawitać dwa wycieczkowce (5%).

Tab. 2. Miesięczny rozkład (maj–wrzesień) wizyt zapowiedzianych w Gdyni wycieczkowców w latach 2008–2017 (w %)

Rok	Liczba statków	Maj	Czerwiec	Lipiec	Sierpień	Wrzesień
2017	43	16	23	23	33	5
2016	54	17	20	30	22	11
2015	43	21	21	26	23	9
2014	50	20	30	18	26	6
2013	56	12	20	29	25	14
2012	72	11	20	29	29	11
2011	55	9	33	26	33	9
2010	85	21	24	26	21	8
2009	97	19	22	23	24	12
2008	87	17	21	29	19	14
Średnia na miesiąc		16,3	23,4	25,9	25,5	9,9

Źródło: opracowanie własne na podstawie informacji Zarządu Morskiego Portu Gdynia (2017) za odpowiednie lata

Jak pokazuje tab. 2, pomimo zdarzających się nawet powyżej 10% miesięcznych różnic w udziale procentowym wejść wycieczkowców do gdyńskiego portu (np. czerwiec–lipiec 2014 roku, czerwiec–lipiec 2016 roku czy lipiec–sierpień 2008 roku), średni miesięczny udział wizyt cruiserów w porcie gdyńskim w czerwcu, lipcu i sierpniu kształtował się w latach 2008–2017 na podobnym poziomie, bez wyraźnej dominacji. Początek sezonu, w maju, cechuje mniejszy udział wizyt, wynoszący w badanym okresie 16%, a najmniej odwiedzin statków wycieczkowych przypada na ostatni miesiąc sezonu. We wrześniu Gdynię odwiedza ok. 10% statków.

W porównaniu do miesięcznego rozkładu wizyt wycieczkowców w Gdyni udział wizyt w poszczególnych dniach tygodnia cechuje większe zróżnicowanie. W 2016 roku w rozkładzie wizyt według dni tygodnia najwięcej wycieczkowców, bo aż 14, przybiło do nabrzeża gdyńskiego w niedzielę (25%), w piątki dziewięć (16%), we wtorki i w czwartki po osiem (15%), w środy i poniedziałki po sześć (11%) i w soboty tylko cztery (7%). W 2016 roku pierwszy z zapowiedzianych wycieczkowców zawitał do portu 8 maja, a ostatni odpłynął z Gdyni 10 października.

Analizując zmiany liczby turystów na statkach wycieczkowych, można zdecydowanie wskazać na dwie prawidłowości. Przy generalnym wzroście liczby turystów w badanym okresie występują duże roczne różnice w ich liczbie (por. tab. 3).

Tab. 3. Pasażerowie cruiserów w porcie gdyńskim w latach 1996–2016

Rok	Liczba zawinięć cruiserów	Liczba pasażerów	Zmiana liczby (rok do roku, w %)		Średnia liczba pasażerów na jeden statek
			cruiserów	pasażerów	
1996	35	13 717	X	X	392
1997	50	27 151	142,9	197,9	543
1998	63	42 342	126,0	156,0	672
1999	62	46 941	98,4	110,9	757
2000	68	55 355	109,7	117,9	814
2001	73	56 422	107,4	101,9	773

2002	53	26 664	72,6	47,3	503
2003	95	58 411	179,2	219,1	615
2004	82	72 977	86,3	124,9	890
2005	94	88 723	114,6	121,6	944
2006	89	94 135	94,7	106,1	1 058
2007	87	89 088	97,8	94,6	1 024
2008	89	123 521	102,3	138,7	1 388
2009	96	134 884	107,9	109,2	1 405
2010	85	125 938	88,5	93,4	1 482
2011	56	82 277	65,9	65,3	1 469
2012	69	111 960	123,2	136,1	1 623
2013	57	82 105	82,6	73,3	1 440
2014	52	93 748	91,2	114,2	1 803
2015	45	74 674	86,5	79,7	1 659
2016	50	92 367	111,1	123,7	1 847

Źródło: opracowanie własne na podstawie materiałów Zarządu Morskiego Portu Gdynia (2018)

Do czynników mających wpływ na ruch turystyczny należy stan gospodarki, jednak jak pokazują poniższe dane, w okresie kryzysu gospodarczego w Europie w latach 2008–2011 Gdynię odwiedziła największa liczba pasażerów. Paradoksalnie można to tłumaczyć niższą ceną rejsów na Bałtyku w porównaniu do cen rejsów na Morzu Śródziemnym (ceny katalogowe w 2016 roku), co mogło wpływać na częstszy wybór bałtyckich rejsów.

Liczba turystów w badanym okresie sięga od 26 tys. (2002 rok) do 135 tys. (2009 rok). Po początkowym okresie stabilnego wzrostu w latach 1997–2001 w 2002 roku kryzys ekonomiczny spowodował spadek liczby turystów przy stosunkowo wysokiej liczbie wycieczkowców. Porównanie średniej liczby pasażerów na jednostkę prowadzi do wniosku, że w latach 1997 i 2002 Gdynię odwiedzały w większości mniejsze jednostki, z pół tysiącem pasażerów każda. Możliwe jest także niższe, ze względu na kryzys gospodarczy, wykorzystanie statków, z pokładu których Gdynię zwiedzało mniej gości. W kolejnych latach w okresie 2003–2010 miał miejsce stały wzrost liczby turystów, za wyjątkiem 2007 roku, w którym zanotowano niewielki spadek ich liczby, od 58 tys. (2003 rok) do prawie 135 tys. (2009 rok). Następnie, po dwóch latach spadku (lata 2010–2011), od 2012 roku następuje okres na przemian wzrostu i spadku liczby turystów na wycieczkowcach odwiedzających Gdynię. Warta podkreślenia jest tendencja do wzrostu liczby turystów na statkach. I tak o ile w latach 1997–2003 na jeden statek przypadało od 500 do 800 turystów, o tyle już w latach 2004–2007 ich liczba wzrosła o 900–100 osób na statek. Tendencja wzrostu średniej liczby turystów na jednym statku ma stały charakter, do Gdyni zawijają coraz większe jednostki, w latach 2008–2016 średnia liczba turystów na każdej z nich wzrosła z 1388 osób (2008 rok) do 1847 osób (2016 rok). Wielkość jednostek ma istotne znaczenie dla liczby turystów, wystarczy porównać dane za 1997 i 2016 rok, w których Gdynię odwiedziło po 50 wycieczkowców. W 2016 roku ta sama liczba cruiserów przywiozła do Gdyni prawie 3,5 razy większą liczbę turystów niż w 1997 roku.

Podsumowanie

Turystyka morska w Gdyni, pomimo walorów samego miasta czy jego sąsiedztwa (Gdańsk, Sopot, Malbork), nie wykorzystuje w pełni swojego potencjału. Na spadek liczby odwiedzających gdyński port wycieczkowców od 2009 roku składa się kilka czynników. Do niezależnych od miasta i portu należy peryferyjne i niekorzystne z punktu widzenia kosztów podróży, oddalone od głównych tras wycieczkowców, biegnących przez środkowy Bałtyk, położenie portu na południowym wybrzeżu akwenu. Krótki, trwający pięć miesięcy w roku sezon bałtyckiej turystyki morskiej, przy kilkugodzinnym pobycie turystów, którzy już na pokładzie rezerwują wycieczki poza Gdynię, nie skłania ani władz miasta, ani portu do inwestowania w infrastrukturę na potrzeby morskiej turystyki wycieczkowej. Wprawdzie statystyczny turysta schodzący ze statku wydaje podczas kilku godzin prawie 1 tys. zł, jednak głównie poza miastem i portem. Przy znacznym spadku liczby przypływających do Gdyni wycieczkowców na stosunkowo wysokim poziomie utrzymuje się liczba turystów, co wynika przede wszystkim z budowy i oddawania do eksploatacji coraz większych cruiserów, na których mogą podróżować nawet 4 tys. osób. Istnieje uzasadniona obawa, że bez znaczących inwestycji miasta i portu liczba turystów korzystających z morskich wycieczkowców w Gdyni ustabilizuje się na obecnym poziomie ok. 90–100 tys. osób rocznie.

Możliwe, że tę prognozę mogłaby zmienić, przyczyniając się do zwiększenia liczby wizyt statków i pozostających w Gdyni turystów, aktywna kampania marketingowa, podkreślająca walory turystyczne Gdyni, do których bez wątpienia należą architektura modernistyczna, „Akwarium Gdyńskie" oraz liczne eventy artystyczne i kulturowe realizowane w sezonie letnim. Wzrost liczby przybijających do nabrzeży portowych w Gdyni statków pasażerskich może przynieść także realizacja inwestycji infrastrukturalnych na potrzeby turystyki wycieczkowej w porcie i jego sąsiedztwie, a wśród nich na pierwsze miejsce wysuwa się rozbudowa i modernizacja terminalu pasażerskiego lub planowana na 2018 rok budowa nowego terminalu.

Literatura
References

Atasoy, E., Saparov, K.T., Ilieș, A., Wendt, J.A. (2017). Problems of tourism development in Gdynia. *Journal of Kesit Academy*, *3*(7), 1–14.

Gaworecki, W. (2007). *Turystyka*. Warszawa: Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne.

GUS (2017, 28 sierpnia). Główny Urząd Statystyczny. Pozyskano z http://stat.gov.pl/

Ilieș, A., Wendt, J.A. (2015). *Geografia turystyczna. Podstawy teorii i zagadnienia aplikacyjne*. Gdańsk: Wydawnictwo Akademii Wychowania Fizycznego i Sportu.

Miotke-Dzięgiel, J. (2002). *Turystyka morska*. Gdańsk: Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego.

Ostrowski, M. (2016, 7 czerwca) (2017, 28 sierpnia). Turystyka morska – Ciemne chmury nad sezonową branżą. *Morza i oceany*. Pozyskano z http://morzaioceany.pl/inne/archiwum/3230-turystyka-morska-–-ciemne-chmury-nad-sezonową-branżą.html

Port Gdańsk rozpoczął sezon wycieczkowców (2016, 19 maja) (2017, 28 sierpnia). Gospodarka morska.pl. Pozyskano z http://www.gospodarkamorska.pl/Stocznie,Offshore/port-gdansk-rozpoczal-sezon-wycieczkowcow.html

Port Gdynia (2017, 28 sierpnia). Pozyskano z http://www.port.gdynia.pl/pl/wydarzenia/wycieczkowce/746-wycieczkowce-2017

Tarkowski, M., Palmowski, T., Kopeć, K., Wendt, J.A. (2016). *Gdynia w Unii Europejskiej. Konkurencyjność gospodarki*. Gdańsk–Pelplin: Wydawnictwo Bernardinum.

UNWTO (2017, 28 sierpnia). *Annual Report 2016*. World Tourism Organization. Madrid. Pozyskano z http://media.unwto.org/publication/unwto-annual-report-2016
Urząd Miasta Gdyni (2017, 28 sierpnia). Pozyskano z http://gdynia.pl/bip
Wendt, J.A. (2014). Zamki krzyżackie czynnikiem rozwoju nowych form turystyki. W: J. Hochleitner (red.). *Bursztyn i żuławskie konteksty kulturowe*. Malbork: Wydawnictwo Zamkowe w Malborku, 129–136.
Wendt, J.A. (2016). Zmiany w turystycznym transporcie lotniczym Egiptu w latach 2005–2014. *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego, 4*(30), 92–101.
Wendt, J.A., Wiskulski, T. (2017). Problems of Development of Tourism and Yachting on the Coast of Gdansk Pomerania (Poland). *Études caribéennes*, *36*, 1–10.
Z wycieczkowca w miasto (2016). *Gazeta Wyborcza*, 24 września. Pozyskano z https://www.pressreader.com/poland/gazeta-wyborcza/20160924/281526520534694
Zaleski, J. (1980). Problemy rozwoju turystyki morskiej i nadmorskiej w świetle współczesnych tendencji badawczych. W: *Turystyka i rekreacja nadmorska – problemy teorii praktyki*. Gdańsk: Wyższa Szkoła Wychowania Fizycznego im Jędrzeja Śniadeckiego, 29–41.
Zarząd Morskiego Portu Gdynia S.A. (2017, 28 sierpnia). Pozyskano z https://www.port.gdynia.pl/pl/zarzad-portu/zarzad

Jan A. Wendt, prof. Uniwersytetu Gdańskiego, Wydziału Oceanografii i Geografii, Katedry Geografii Rozwoju Regionalnego. Ponadto jest profesorem i wykładowcą na Wydziale Turystyki i Rekreacji Akademii Wychowania Fizycznego i Sportu w Gdańsku. W swoich badaniach zajmuje się geograficznymi uwarunkowaniami i zagrożeniami rozwoju turystyki, teorią i metodami badań oraz planowaniem turystycznym. Prowadził badania w zakresie turystyki transgranicznej, polskiego ruchu turystycznego, turystyki kulturowej i historycznej, dark tourism i turystyki morskiej.

Jan A. Wendt, professor at the University of Gdansk, Faculty of Oceanography and Geography, Department of Regional Development Geography. He is also a professor at the Gdansk University of Physical Education and Sport, Faculty of Tourism and Recreation. His research deals with the geographical conditions and threats of tourism development, theory and research methods, and tourism planning. His research work included cross-border tourism, Polish tourism movement, culture and historical tourism, dark tourism, and maritime tourism.

Adres/address:

Uniwersytet Gdański
Wydział Oceanografii i Geografii
Instytut Geografii
Katedra Geografii Rozwoju Regionalnego
ul. Bażyńskiego 4, 80-309 Gdańsk, Polska

e-mail: jan.wendt@ug.edu.pl

Tomasz Wiskulski, dr, adiunkt Akademii Wychowania Fizycznego i Sportu w Gdańsku, Wydziału Turystyki i Rekreacji, Katedry Zarządzania Turystyką i Rekreacją. Absolwent studiów na Wydziale Oceanografii i Geografii na kierunku geografia oraz na Wydziale Ekonomicznym na kierunku ekonomia Uniwersytetu Gdańskiego. Jego zainteresowania badawcze koncentrują się wokół rozwoju regionalnego, turystyki oraz transportu drogowego.

Tomasz Wiskulski, Ph.D., Gdansk University of Physical Education and Sport, Faculty of Tourism and Recreation, the Unit of the Basics of Recreation and Leisure Management. He has graduated from Geography at the Faculty of Oceanography and Geography and from Economy at the Faculty of Economics at Gdansk University. His research focuses on regional development, tourism, and road transport.

Adres/address:

Akademia Wychowania Fizycznego i Sportu w Gdańsku
Wydział Turystyki i Rekreacji
Katedra Zarządzania Turystyką i Rekreacją
ul. K. Górskiego 1, 80-336 Gdańsk, Polska

e-mail: tomasz.wiskulski@awf.gda.pl

Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego
Studies of the Industrial Geography Commission of the Polish Geographical Society

32(1) • 2018

ISSN 2080-1653
DOI 10.24917/20801653.321.7

Marek Szajt
Politechnika Częstochowska, Polska
Czestochowa University of Technology, Poland

Zmiany na rynku usług turystycznych w Polsce w ujęciu regionalnym

Changes in the Tourist Services Market in Poland in Regional Perspective

Streszczenie: Rynek usług turystycznych w Polsce, podobnie jak w innych państwach, stale się rozwija. Zmiany w jego układzie przestrzennym warunkowane są z jednej strony popytem wewnętrznym i zewnętrznym, z drugiej zaś możliwościami rozwoju poszczególnych regionów. Celem pracy była analiza zmian w ruchu turystycznym w układzie przestrzennym i czasowym w odniesieniu do regionów Polski klasy NUTS2. Analizy wykonano z wykorzystaniem danych pochodzących z banku danych regionalnych i lokalnych GUS (2017). W analizach zastosowano narzędzia z zakresu analizy statystycznej. Wyniki wskazują, że pomimo pozornego stabilnego i zrównoważonego rozwoju w niektórych województwach proces ten jest szybszy, a w niektórych – jak lubuskie – obserwujemy wręcz spadek liczby turystów na przestrzeni ostatnich lat. Widzimy także wyraźne różnice w sezonowości pomiędzy turystami rezydentami i nierezydentami oraz częstotliwości odwiedzin poszczególnych regionów przez te grupy. Polskie regiony nadmorskie okazują się być dużo bardziej atrakcyjne dla rodzimych turystów, podobnie jak tereny narciarskie w zimie. Turyści z zagranicy odwiedzają częściej duże miasta, takie jak Warszawa, Kraków czy Wrocław, i ich okolice, z czego wynika przedłużenie sezonu wysokiego nawet do października.

Abstract: The tourist services market in Poland, as in other countries, is constantly developing. Changes in its spatial arrangement are conditioned on the one hand by internal and external demand, and on the other by the development possibilities of individual regions. The aim of the study was to analyze changes in tourist traffic in a spatial and temporal layout with respect to Polish NUTS2 regions. The analyses were performed using data from the regional and local CSO data bank. In the research, tools in the field of statistical analysis were used. The results indicate that despite the apparent stable and sustainable development, in some voivodeships this process is faster and in some of them – Lubuskie – we can observe a drop in the number of tourists over the last years. There are also significant differences in seasonality between residents and non-residents and the frequency of visits in different regions. Polish coastal regions appear to be much more attractive to native tourists, as are ski areas in winter. Tourists from abroad visit large cities such as Warsaw, Krakow, Wroclaw and the surrounding area, which is the extension of the high season even until October.

Słowa kluczowe: analiza regionalna; sezonowość w turystyce; turystyka
Keywords: tourism; regional analysis; seasonality in tourism

Otrzymano: 18 grudnia 2017
Received: 18 December 2017
Zaakceptowano: 15 lutego 2018
Accepted: 15 February 2018

Sugerowana cytacja / Suggested citation:
Szajt, M. (2018). Zmiany na rynku usług turystycznych w Polsce w ujęciu regionalnym. *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego*, *32*(1), 85–95. https://doi.org/10.24917/20801653.321.7

WSTĘP

Jednym z obszarów gospodarki, którego rozwój dostrzegalny jest coraz wyraźniej w ostatnich latach, jest turystyka. Jako część sektora usług silniej rozwija się w większości gospodarek bardziej rozwiniętych, co wiąże się z wyższymi dochodami i większymi zasobami czasu wolnego do dyspozycji. Rozwój turystyki w Polsce w ostatnich latach – podobnie jak w innych krajach – jest coraz bardziej dostrzegalny (Cole, 2007). Obok procesów identyfikowanych również w innych państwach, ma to także związek z włączeniem się Polski w struktury Unii Europejskiej i strefy Schengen. Poziom rozwoju turystyki w danym kraju jest w praktyce wypadkową jego rozwoju w poszczególnych regionach, z których jedne są bardziej atrakcyjne turystycznie (lub lepiej zagospodarowane), inne mniej. Poza specyfiką przestrzenną, niebagatelne znaczenie ma również w tym przypadku czynnik czasowy, a w szczególności występująca na tym rynku sezonowość.

W tym aspekcie w niniejszym artykule podjęto próbę analizy różnic pomiędzy poziomami rozwoju turystyki w regionach polskich. W tym celu wykorzystano dane pochodzące z banku danych lokalnych i regionalnych Głównego Urzędu Statystycznego (GUS, 2017) dotyczące przyjazdów i noclegów turystów (Crouch, 1994), rezydentów i nierezydentów w latach 2004–2016. Jako cel przyjęto analizę zmian w ruchu turystycznym w układzie przestrzennym i czasowym w odniesieniu do regionów Polski klasy NUTS2.

SEZONOWOŚĆ W TURYSTYCE – ZARYS PROBLEMU

Turystyka jest jednym z bardziej jaskrawych przykładów sektora gospodarki uzależnionego od czynników sezonowych (Lundtorp, 2001). Pomijając jej niewrażliwe (mniej wrażliwe) na oddziaływanie czynników pogodowych formy, znacząca część usług turystycznych świadczona jest w konkretnych okresach. W Polsce szczyt sezonu turystycznego dotyczy okresu letniego (Szajt, 2007: 113), z czym powiązano cały system urlopowy i systemy świadczeń socjalnych funkcjonujące w niektórych szkołach oraz organizację edukacji. Możliwości rozwoju turystyki są jednak uzależnione nie tylko od warunków pogodowych czy klimatycznych, które na obszarze Polski również nie są jednolite, ale także od innych czynników. Jako najbardziej atrakcyjne regiony wyróżnia się zwykle te, które mają wśród swoich walorów dostęp do morza, jezior, gór oraz walory antropogeniczne. Nie bez znaczenia jest również poziom rozwoju infrastruktury hotelarskiej czy dostępność w sensie organizacji transportu (Butowski, 2010).

Jednym z podstawowych problemów, z którymi borykają się uczestnicy rynku usług turystycznych, jest jego sezonowość (Borzyszkowski, 2014: 167). Wynika ona z szeregu czynników, takich jak:

1. kształtowanie się popytu w związku z:
   – częstotliwością brania urlopów przez konsumentów wynikającą z chęci wypoczynku z dziećmi, unormowań wynikających z prawa pracy i zwyczajów panujących w danym kraju,

- systemem szkolnym obowiązującym w danym państwie – organizacją roku szkolnego i akademickiego (Baum, Hagen, 1999),
- częstotliwością występowania świąt i tzw. długich weekendów,
- zamożnością społeczeństwa i jego skłonnością do konsumpcji pozyskanych środków na rynku usług turystycznych,

2. kształtowanie się podaży w związku z:

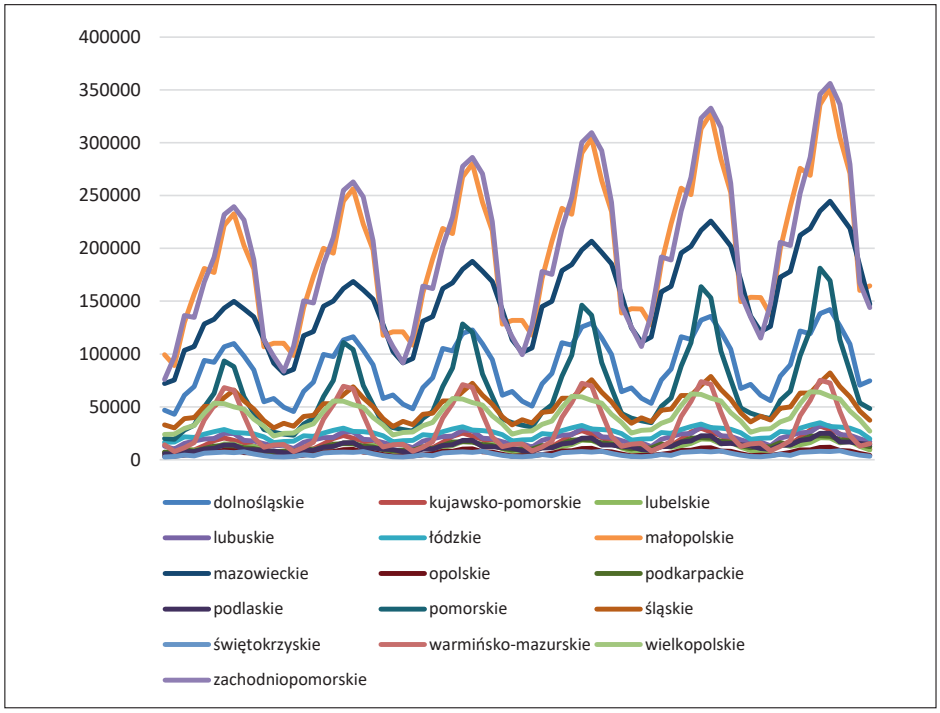
- kosztami pracy i wynikającymi z tego cenami usług na rynku wewnętrznym,
- poziomem rozwoju infrastruktury turystycznej i transportowej (Piechnik, 2012),
- poziomem otwartości rynku dla dostawców usług z zagranicy,
- położeniem geograficznym w zakresie dostępności dla transportu osobowego i dostępnością innych rynków,
- atrakcyjnością dla potencjalnych turystów,
- ułatwieniami lub utrudnieniami natury prawnej, administracyjnej i politycznej,
- sytuacją na rynku globalnym,
- zjawiskami przyrodniczymi, takimi jak pory roku, i warunkami naturalnymi, takimi jak ukształtowanie terenu, położenie geograficzne, pogoda itd. (Cannas, 2012),
- sytuacją polityczną (stabilizacją wewnętrzną, bezpieczeństwem, poziomem zagrożenia terroryzmem).

Trudno wskazać inną dziedzinę gospodarki, która w podobny sposób jest wrażliwa na oddziaływanie sezonowości (De Cantis, Ferrante, Vaccina, 2011). Z punktu widzenia zarządzania na rynku usług turystycznych sytuacja ta jest co najmniej mało korzystna. Przedsiębiorstwa działające na tym rynku muszą wziąć pod uwagę fakt organizacji większości sprzedawanych usług w ograniczonym czasowo okresie (Szajt, 2013: 178), przy bardzo dużym nasileniu popytu i – co za tym idzie – zwiększeniu trudności właściwej organizacji z punktu widzenia sprzedaży, obsługi, logistyki itd. Najważniejsza w związku z tym staje się właściwa organizacja pracy, a tu – kluczowe rozłożenie ciężaru i tempa pracy zgodnie z jej obciążeniem. Jest to niełatwe nie tylko ze względu na czas pracy, ale także, a może przede wszystkim, ze względu na możliwości w zakresie zarządzania personelem (Ashworth, Thomas, 1999). W tej sytuacji kluczowe dla graczy rynkowych staje się właściwe rozpoznanie rynku konsumentów, w czym pomocne stają się wszelkiego rodzaju analizy popytu w podziale na odpowiednie jednostki czasu i klasyfikację geograficzną. Jako takie należy uznać prezentowane dalej analizy na poziomie województw.

Zmiany na rynku usług turystycznych w Polsce w latach 1995–2015

Ruch turystyczny mieszkańców Polski (rezydentów) jest zdeterminowany w okresach największego natężenia organizacją roku szkolnego i czasem urlopowym. W zakresie organizacji roku szkolnego od 2003 roku stosuje się podział okresu ferii zimowych na tury dla poszczególnych grup województw, co ma na celu lepszą organizację wypoczynku dzieci, zwłaszcza w regionach w tym okresie uznawanych za najbardziej atrakcyjne – obszary górskie – i co za tym idzie najbardziej obleganych. Z punktu widzenia minimalizacji oddziaływania czynników sezonowych (w tym wypadku natury administracyjnej) należy uznać to za bardzo trafne posunięcie. Szczytem natężenia ruchu turystycznego są jednak, zarówno w odniesieniu do rezydentów, jak i nierezydentów, miesiące letnie.

Ryc. 1. Rozkład sezonowości zrealizowanych noclegów (turystów nierezydentów) według województw na podstawie trendu w latach 2009–2014

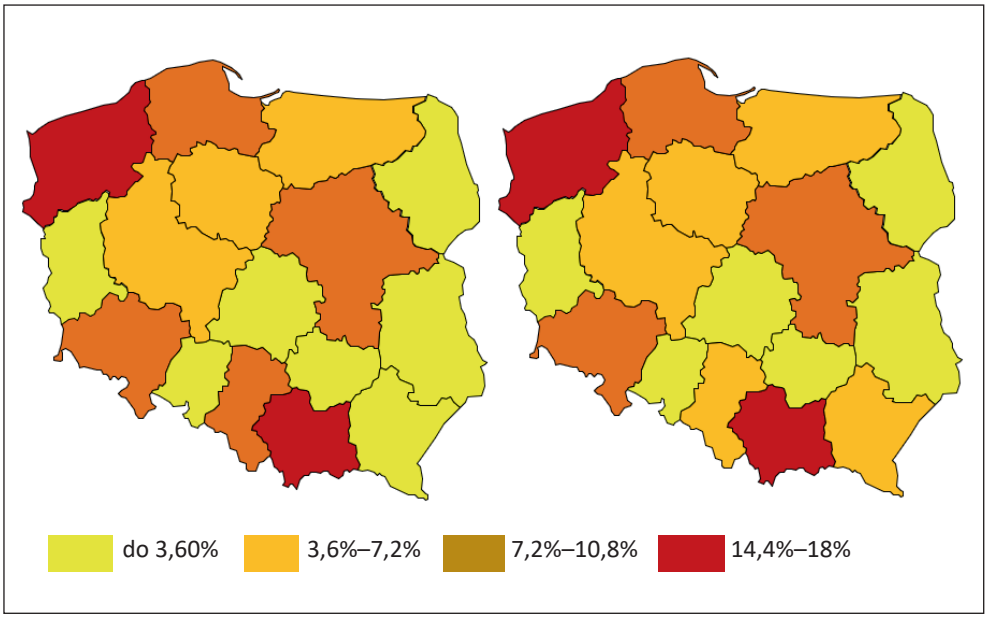


Źródło: opracowanie własne na podstawie banku danych lokalnych i regionalnych GUS (2017)

Zaprezentowany na ryc. 1 rozkład sezonowości w ostatnich latach wskazuje wyraźnie na różnice pomiędzy poszczególnymi regionami. Jedną z zauważalnych zmian jest dużo silniejsza sezonowość w regionach o wyższym udziale w obsłudze ruchu turystycznego. Co więcej, w regionach tych z jednej strony obserwujemy bardziej dynamiczny przyrost liczby turystów, z drugiej strony stale zwiększa się również dystans pomiędzy poszczególnymi miesiącami. Porównywane trendy dla sezonu wysokiego i niskiego dla takich województw, jak małopolskie czy zachodniopomorskie, wskazują na półtora raza szybsze tempo wzrostu dla sezonu wysokiego. Rozpatrywanie natężenia ruchu turystycznego z wykorzystaniem danych miesięcznych wydaje się zatem być jak najbardziej uzasadnione (Song, Witt, Jensen, 2006).

Województwo o największym udziale w obsłudze ruchu turystycznego w Polsce – zachodniopomorskie – obsługuje od 11% (styczeń) do 23% (lipiec) turystów. Generalnie jednak jego udział w obsłudze w skali roku spadł w latach 1995–2015 o 11,5% z 19,0% do 16,9%. Zdecydowanie gorzej wypada dla przykładu województwo lubuskie, którego udział w obsłudze ruchu turystycznego nie przekracza w żadnym z miesięcy 2,3%, a w skali roku spadł w latach 2004–2016 aż o 31%. Najbardziej dynamiczny wzrost liczby turystów notujemy dla województwa świętokrzyskiego – o 62,5%, przy czym jest to województwo o jednym z najniższych udziałów w obsłudze ruchu turystycznego w Polsce. Jest jednak przy okazji przykładem wysokiego zaangażowania w rozwój tejże turystyki, z bardzo widocznym wzrostem niemal w każdym z miesięcy i co ciekawe z wyraźnie rosnącym udziałem w obsłudze turystów, zwłaszcza w marcu.

Ryc. 2. Udział poszczególnych województw w obsłudze turystów w Polsce w latach 1995 i 2015



Źródło: opracowanie własne na podstawie banku danych lokalnych i regionalnych GUS (2017)

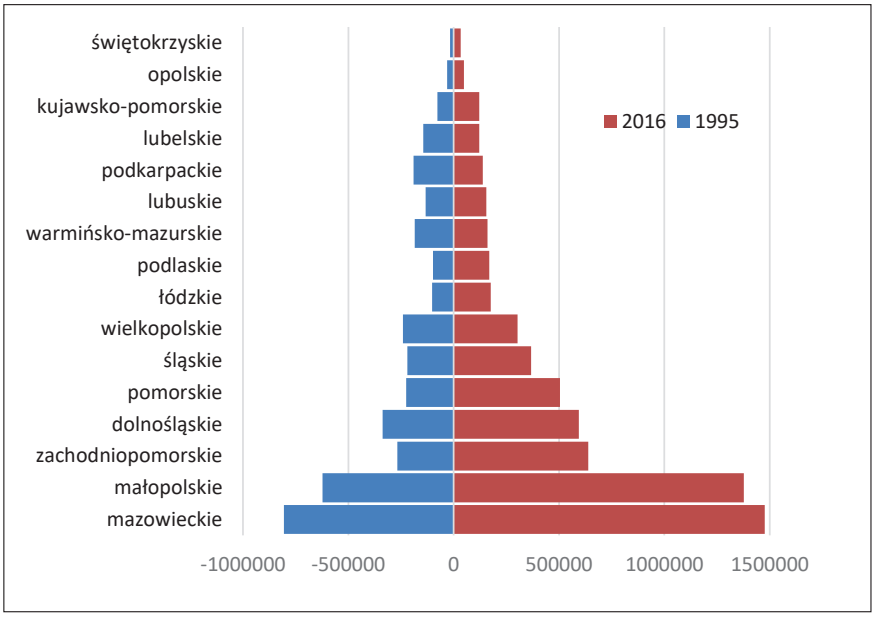
Jest to związane prawdopodobnie z nastawieniem nie tyle na turystykę letnią, co na inne formy turystyki. Wraz za tym rzecz jasna muszą iść inwestycje w infrastrukturę, które docelowo mogą zdecydować o wzroście konkurencyjności danego regionu (Panasiuk, 2007).

Jedyną zmianą dostrzegalną w ujęciu partycypacji w liczbie obsługiwanych turystów w Polsce jest spadek znaczenia województwa śląskiego i wzrost znaczenia województwa podkarpackiego. W pierwszym silnie zdegradowane środowisko oraz problemy demograficzne zdecydowanie nie pomagają. W drugim znaczenia nabierać może coraz lepsza komunikacja – uruchomienie całej autostrady A4 i lotniska w Rzeszowie. Niedostrzegane na mapach zmiany są jednak dużo głębsze, a dotyczą województw pozostających nadal w tych samych grupach udziałowych. Najgorsza sytuacja występuje w województwie lubuskim, gdzie poziom partycypacji spadł o 24%. We wspomnianym wcześniej śląskim – o 8%, duże spadki dotyczyły również wielkopolskiego – o 9% i lubelskiego – o 8%. Największy wzrost zaobserwowano w świętokrzyskim – o 19%, podkarpackim – o 14% i mazowieckim – o 10%. Pamiętać należy jednocześnie, że większy napływ turystów to większy napływ pozostawianych przez nich środków, których wielkość stale wzrasta i dotyczy to wszystkich grup konsumenckich (Kurek, Wacławik, 2013).

Jeżeli zmianom przyjrzymy się jeszcze szerzej i sięgniemy do okresu przed przystąpieniem do Unii Europejskiej – do roku 1995 – otrzymamy jeszcze istotniejsze informacje o zmianach. W tym przypadku analiza dotyczy nierezydentów.

Teoretycznie obserwujemy wzrost liczby turystów (nierezydentów) w ujęciu ogólnym w badanych latach. Najwyższy dotyczy województwa zachodniopomorskiego (+138%), pomorskiego (+124%) i małopolskiego (+121%). Spadek liczby turystów odnotowano w tym ujęciu dla podkarpackiego (–28%), lubelskiego (–16%) i warmińsko-mazurskiego (–14%). Jak łatwo zauważyć, spadki występują w województwach

Ryc. 3. Przyjazdy turystów (nierezydentów) do turystycznych obiektów noclegowych w latach 1995 i 2016



Źródło: opracowanie własne na podstawie banku danych lokalnych i regionalnych GUS (2017)

wschodnich. Rejestrowana turystyka nierezydentów w roku 1995 dotyczyła w dużej mierze turystów z państw byłego Związku Radzieckiego. Przyjazdy te miały w wielu przypadkach charakter czysto biznesowy – handlowy. Unormowania w zakresie ruchu granicznego, które pojawiły się w kolejnych latach, doprowadziły do znacznego ograniczenia tego ruchu, zwłaszcza dla drobnych „przedsiębiorców" operujących w szarej strefie. Generalnie liczba turystów nierezydentów w badanych latach wzrosła o 72%.

SEZONOWOŚĆ RUCHU TURYSTYCZNEGO W POLSCE

Sezonowość w województwach polskich (uwzględniając przyjazdy nierezydentów) dotyczy wszystkich, jednak w różnym nasileniu. Dla wszystkich regionów wyznaczono wskaźniki sezonowości absolutnej dla danych miesięcznych przy trendach liniowych.

Okazuje się, że w przypadku województw mazowieckiego, łódzkiego, podkarpackiego, wielkopolskiego, dolnośląskiego i lubuskiego oddziaływanie czynników sezonowych wpływa na ruch turystyczny jednie na poziomie 0,57–1,43. W pozostałych sięga nawet 0,26 w najgorszym miesiącu i 2,27 w najlepszym. Zarządzanie rynkiem usług turystycznych (i przedsiębiorstwami w tym sektorze) w pierwszej grupie województw jest w porównaniu z drugą wręcz komfortowe. Pozornie wydawałoby się, że obsługa ruchu turystycznego nierezydentów jest trudniejsza niż rezydentów. Dane statystyczne nie napawają jednak optymizmem.

Okazuje się, że w grupie o niskiej sezonowości sytuacja jest zbliżona i wskaźniki sezonowości wynoszą od 0,68 do 1,56. W grupie o silniejszej sezonowości jest jednak dużo gorzej. O ile dolna granica przesunęła się na poziom 0,35, o tyle górna osiągnęła poziom 3,09. Co więcej, o ile w przypadku nierezydentów wskaźnik na poziomie dwa przekroczony był jedynie dla jednego województwa (warmińsko-mazurskiego), o tyle

Tab. 1. Sezonowość zrealizowanych noclegów w województwach (nierezydenci)

Województwo	Miesiąc											
	I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII	IX	X	XI	XII
Dolnośląskie	0,6	0,6	0,8	0,9	1,2	1,2	1,4	1,4	1,3	1,1	0,7	0,7
Kujawsko-pomorskie	0,6	0,5	0,8	0,8	1,1	1,5	1,7	1,5	1,3	1,0	0,8	0,5
Lubelskie	0,6	0,6	1,1	0,9	1,0	1,1	1,5	1,4	1,1	1,2	0,9	0,6
Lubuskie	0,8	0,6	0,9	1,0	1,1	1,1	1,4	1,4	1,0	1,0	0,9	0,7
Łódzkie	0,8	0,8	1,0	1,0	1,1	1,2	1,3	1,1	1,1	1,1	1,0	0,7
Małopolskie	0,7	0,6	0,9	1,0	1,2	1,1	1,4	1,5	1,3	1,1	0,7	0,7
Mazowieckie	0,7	0,7	0,9	0,9	1,1	1,2	1,2	1,3	1,2	1,1	0,9	0,7
Opolskie	0,6	0,6	0,7	0,9	1,2	1,3	1,5	1,6	1,2	1,1	0,8	0,5
Podkarpackie	0,8	0,7	1,0	0,8	1,1	1,3	1,3	1,3	1,1	1,0	0,8	0,7
Podlaskie	0,7	0,6	0,8	0,9	1,1	1,2	1,5	1,5	1,0	1,0	0,9	0,8
Pomorskie	0,5	0,5	0,6	0,7	1,1	1,4	2,0	1,9	1,2	0,9	0,6	0,5
Śląskie	0,8	0,7	0,9	0,9	1,1	1,1	1,3	1,5	1,2	1,1	0,8	0,7
Świętokrzyskie	0,5	0,6	0,9	0,7	1,2	1,3	1,4	1,3	1,5	1,1	0,8	0,6
Warmińsko-mazurskie	0,5	0,3	0,4	0,5	1,3	1,7	2,3	2,2	1,4	0,7	0,4	0,5
Wielkopolskie	0,6	0,7	0,8	0,9	1,2	1,4	1,4	1,3	1,3	1,0	0,8	0,6
Zachodniopomorskie	0,5	0,6	0,9	0,9	1,1	1,2	1,5	1,5	1,4	1,2	0,7	0,6

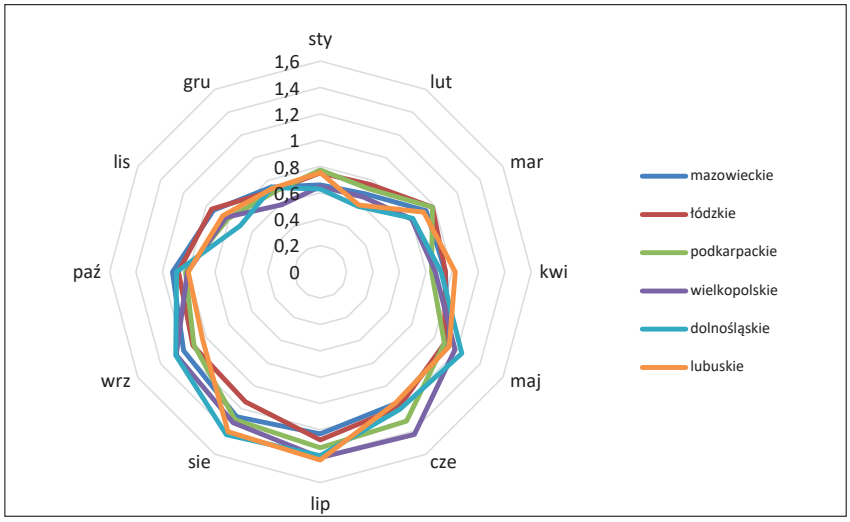
Źródło: opracowanie własne na podstawie banku danych lokalnych i regionalnych GUS (2017)

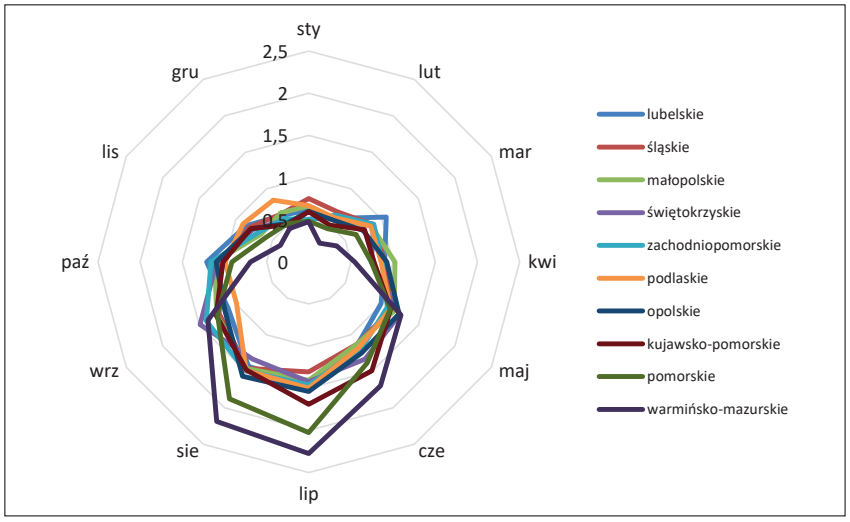
Tab. 2. Sezonowość zrealizowanych noclegów w województwach (rezydenci)

Województwo	Miesiąc											
	I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII	IX	X	XI	XII
Dolnośląskie	1,0	1,1	0,7	0,8	1,1	1,1	1,4	1,5	1,0	0,9	0,7	0,8
Kujawsko-pomorskie	0,7	0,8	0,9	0,9	1,1	1,1	1,5	1,4	1,0	1,0	0,9	0,7
Lubelskie	0,6	0,7	0,7	0,8	1,0	1,1	1,9	1,8	1,0	0,9	0,8	0,6
Lubuskie	0,5	0,5	0,6	0,7	1,0	1,2	2,4	2,2	1,1	0,8	0,6	0,5
Łódzkie	0,8	0,8	0,9	0,9	1,1	1,1	1,3	1,2	1,2	1,1	1,0	0,8
Małopolskie	1,0	1,1	0,8	0,7	1,0	1,1	1,5	1,6	1,1	0,9	0,7	0,8
Mazowieckie	0,8	0,8	1,0	1,0	1,1	1,1	1,0	1,0	1,1	1,1	1,0	0,8
Opolskie	0,7	0,8	0,7	0,8	1,0	1,2	1,8	1,7	1,0	0,9	0,8	0,7
Podkarpackie	0,7	0,8	0,7	0,7	1,0	1,1	1,7	1,7	1,2	0,9	0,8	0,7
Podlaskie	0,6	0,6	0,6	0,7	1,1	1,3	2,0	1,9	1,1	0,8	0,7	0,6
Pomorskie	0,3	0,4	0,4	0,5	0,9	1,4	3,1	2,8	1,0	0,5	0,4	0,4
Śląskie	0,9	1,0	0,8	0,8	1,0	1,0	1,3	1,4	1,1	1,0	0,8	0,8
Świętokrzyskie	0,7	0,8	0,9	0,9	1,2	1,2	1,3	1,3	1,1	1,0	0,8	0,7
Warmińsko-mazurskie	0,5	0,6	0,5	0,6	0,9	1,2	2,7	2,5	1,0	0,6	0,5	0,5
Wielkopolskie	0,6	0,7	0,8	0,8	1,0	1,2	1,8	1,6	1,1	0,9	0,8	0,6
Zachodniopomorskie	0,4	0,5	0,5	0,6	0,9	1,4	2,7	2,5	1,0	0,6	0,5	0,4

Źródło: opracowanie własne na podstawie banku danych lokalnych i regionalnych GUS (2017)

Ryc. 4. Sezonowość zrealizowanych noclegów w województwach (nierezydenci)



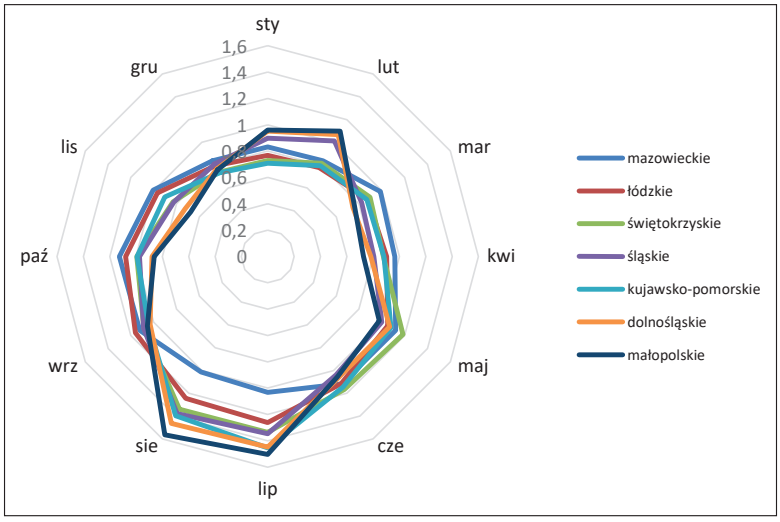


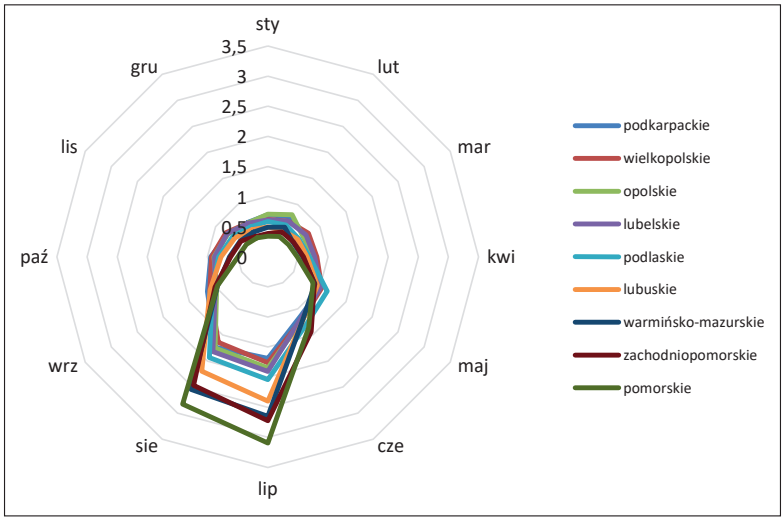
Źródło: opracowanie własne na podstawie banku danych lokalnych i regionalnych GUS (2017)

teraz dotyczy pięciu. W województwach tych posezonowy spadek liczby turystów sięga nawet 65%. Sytuacja ta odbija się niekorzystnie na wszystkich aspektach funkcjonowania sektora usług turystycznych. Należy jednak podkreślić poprawę w tym zakresie i inne działania mające na celu niwelowanie oddziaływania sezonowości. Trudno jednoznacznie stwierdzić, czy są one wynikiem poprawy oferty pozasezonowej, czy zwiększenia zainteresowania lub zasobności czasu wolnego konsumentów.

Działania w zakresie rozszerzenia popytu na niższe sezony dotyczą zarówno wybranych rodzajów turystyki (Kosmaczewska, 2010: 155), jak i wydłużenia sezonów. Zróżnicowanie w zakresie sezonowości w badanym okresie wzrosło – i to zaledwie o 1 p.p. – jedynie w województwach mazowieckim i śląskim. W pozostałych zaobserwowano spadek zróżnicowania, w kujawsko-pomorskim i wielkopolskim aż

Ryc. 5. Sezonowość zrealizowanych noclegów w województwach (rezydenci)





Źródło: opracowanie własne na podstawie banku danych lokalnych i regionalnych GUS (2017)

o 7 p.p., a w zachodniopomorskim o 8–7 p.p. Jedynie w województwie śląskim w lipcu i w trzech innych województwach w sierpniu zaobserwowano wzrost oddziaływania czynnika sezonowego. W pozostałych oddziaływanie to w szczycie wakacyjnym uległo osłabieniu, a pierwszych czterech miesiącach roku wzmocnieniu (z wyjątkiem mazowieckiego – I, II, małopolskiego – III, śląskiego I, II, III).

Jeżeli przeanalizujemy udział poszczególnych województw w obsłudze turystów nierezydentów, to obserwuje się postępującą koncentrację z poziomu mierzonego wskaźnikiem Herfindahla-Hirschmana – z 1052 w 1995 roku do 1419 w 2015 roku. Mimo że nadal poziom ten traktowany jest jako umiarkowanie wysoki, to wzrost jest wyraźny. W roku 1995 siedem najbardziej zaangażowanych województw obsługiwało 74,7% nierezydentów, w 2015 roku 84,2%. W tym miejscu warto nadmienić, że każdy

turysta zagraniczny bez noclegu (*de facto* odwiedzający) to przychód dzienny na poziomie 362 zł, przy noclegu kwota ta wzrasta do 916 zł. Nietrudno więc zauważyć, że korzyści płynące z większego zaangażowania w obsługę ruchu turystycznego pozwalają generować dość duże przychody, z których część może być reinwestowana dla zwiększenia konkurencyjności zarówno w ujęciu międzynarodowym, jak i wewnętrznym. Efekt tego jest wyraźny.

PODSUMOWANIE

Liczba turystów w Polsce stale rośnie i dotyczy to zarówno rezydentów, jak i turystów z zagranicy. Ruch turystyczny ma jednak wyraźnie sezonowy charakter. Wpływ czynników sezonowych na napływ turystów w Polsce zmniejsza się zarówno na skutek działań przedsiębiorców, jak i aparatu państwa. Mimo obserwowanych zmian stale obserwuje się wysokie natężenie ruchu turystycznego w miesiącach wakacyjnych (dotyczące zwłaszcza rezydentów). Może to być – obok organizacji roku szkolnego i warunków pogodowych – wynikiem poziomu zamożności społeczeństwa. Duża część turystów rodzimych, ze względu na ograniczenia natury finansowej, podejmuje decyzje o korzystaniu z usług turystycznych w kraju. W tym zakresie – również na bazie zdobywanych doświadczeń – obserwujemy pewne zmiany na poziomie województw. Wyraźny staje się podział na województwa silnie zaangażowane w turystykę – o wzrastającym znaczeniu tego sektora w gospodarce – i pozostałe. Partycypacja w zyskach z rynku turystycznego jest warunkowana działaniami na poziomie regionalnym. W tym zakresie województwa: zachodniopomorskie, małopolskie i pomorskie zdecydowanie poprawiły swoje zaangażowanie w rozwój turystyki, w przeciwieństwie do województw: lubelskiego i podkarpackiego. Trudno wskazywać tu na potrzebę jednakowego rozwoju, jednak zasadne byłoby dążenie do niemalejącej liczby turystów we wszystkich województwach, przy wzrastającej ich liczbie w miesiącach najbardziej dla nich atrakcyjnych. Motorem do tego typu zmian mogłyby być inwestycje w infrastrukturę, zarówno transportową, jak i czysto turystyczną, dla których bardzo pomocne byłoby wsparcie państwa – ze względu chociażby na negatywny wpływ na ten przemysł opisanej w artykule sezonowości.

Literatura
References

Ashworth, J., Thomas, B. (1999). Patterns of seasonality in employment in tourism in the UK. *Applied Economics Letters*, *6*(11), 735–739.

Baum, T., Hagen, L. (1999). Responses to Seasonality: the Experiences of Peripheral Destinations. *International Journal of Tourism Research*, *1*, 299–312.

Borzyszkowski, J. (2014). Zjawisko sezonowości w turystyce – istota problemu i działań krajowych podmiotów polityki turystycznej na rzecz jego ograniczania. *Rozprawy Naukowe Akademii Wychowania Fizycznego we Wrocławiu*, *45*, 167–176.

Butowski, L. (2010). Tourism as a development factor in the light of regional development theories. *Tourism*, *20*(1), 5–10.

Cannas, R. (2012). An Overview of Tourism Seasonality: Key Concepts and Policies. *Alma Tourism*, *5*, 40–58.

Cole, S. (2007). The Regional Science of Tourism: An Overview. Journal *of Regional Analysis & Policy*, *37*(3), 183–192.

Crouch, G. (1994). The Study of International Tourism Demand: A Review of Findings. *Journal of Travel Research*, *33*(1), 12–23.

De Cantis, S., Ferrante, M., Vaccina, F. (2011). Seasonal Pattern and Amplitude – a Logical Framework to Analyse Seasonality in Tourism. *An Application to Bed Occupancy in Sicilian Hotels*, *17*(3), 655–675.

GUS (2017, 15 listopada). Główny Urząd Statystyczny. Pozyskano z https://bdl.stat.gov.pl/BDL/start

Kosmaczewska, J. (2010), Turystyka socjalna jako narzędzie minimalizowania negatywnych skutków sezonowości w regionach turystycznych. *Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego*, *591*, 149–158.

Kurek, S., Wacławik, P. (2013). Zróżnicowanie zagranicznej turystyki przyjazdowej w Unii Europejskiej w czasach kryzysu gospodarczego. *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego*, *24*, 9–24.

Lundtorp, S. (2001). Measuring Tourism Seasonality. In: *Seasonality in Tourism*. T. Baum, S. Lundtorp (red.). Pergamon: Oxford, 23–50.

Panasiuk, A. (2007). Tourism infrastructure as a determinant of regional development. *Ekonomika ir Vadyba: Aktualijos ir Perspektyvos*, *1*(8), 212–215.

Piechnik, M. (2012). Aspekty infrastruktury regionalnej i jej wpływ na rozwój turystyki w makroregionie Polski Wschodniej w latach 2000–2010. *Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu*, *246*, 333–344.

Song, H., Witt, S.F., Jensen, T.C. (2006). Tourism forecasting: accuracy of alternative econometric models. *Tourism Management*, *27*, 214–224.

Szajt, M. (2007). Sezonowość rejonów turystycznych na przykładzie Tatrzańskiego Parku Narodowego. *Biuletyn Wyższej Szkoły Hotelarstwa i Turystyki w Częstochowie*, *13–14*, 111–116.

Szajt, M. (2013). Sezonowość w turystyce a ryzyko niedopasowania prognoz gospodarczych. W: A. Strzelecka. (red.). *Zarządzanie organizacją w warunkach niepewności – teoria i praktyka*. Częstochowa: Sekcja Wydawnictw Wydziału Zarządzania Politechniki Częstochowskiej, 176–184.

Marek Szajt, dr hab., prof. Politechniki Częstochowskiej i kierownik Katedry Ekonometrii i Statystyki na Wydziale Zarządzania. Jego zainteresowania naukowo-badawcze dotyczą w szczególności: badania innowacyjności na poziomie mikro, mezo i makro, badań przestrzennych, analiz symulacyjnych, modelowania ekonometrycznego z wykorzystaniem prób przestrzenno-czasowych. Autor i współautor ponad 100 publikacji naukowych oraz raportów wykonywanych na zlecenie instytucji samorządowych i przedsiębiorstw.

Marek Szajt, Ph.D., an associate professor at the Czestochowa University of Technology and the Head of Department of Econometrics and Statistics of Faculty of Management. His research interests relate, in particular, to the study of innovation in the micro-, meso- and macro scale, spatial research, simulation analysis, econometric modelling using spatio-temporal sample. Author and co-author of over 100 publications and reports carried out on behalf of local government institutions and enterprises.

Adres/address:

Politechnika Częstochowska
Wydział Zarządzania
Katedra Ekonometrii i Statystyki
ul. Dąbrowskiego 69, 42-201 Częstochowa, Polska

e-mail: marszajt@zim.pcz.pl

Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego
Studies of the Industrial Geography Commission of the Polish Geographical Society

32(1) • 2018

ISSN 2080-1653
DOI 10.24917/20801653.321.8

Bożena Wójtowicz
Uniwersytet Pedagogiczny w Krakowie, Polska
Pedagogical University of Cracow, Poland

Międzynarodowy ruch turystyczny zagrożeniem dla zabytków architektury nabatejskiej i społeczności lokalnej na terenie Petry

International Tourist Traffic as a Threat to Architectural Monuments of the Nabatean and Local Communities in the Petra Area

Streszczenie: Jednym z najlepiej zagospodarowanych i najczęściej odwiedzanych przez turystów krajów Bliskiego Wschodu jest Jordania. Jordania posiada wiele atrakcji turystycznych. Do najbardziej znanych i najczęściej odwiedzanych przez turystów należy skalne miasto Petra, była stolica arabskiego królestwa, miasto Nabatejczyków w południowo-zachodniej Jordanii, w którym znajduje się wiele cennych zabytków. Uprawianie turystyki zwykle ma wydźwięk pozytywny i rzadko kojarzy się z negatywnymi konsekwencjami. Podjęcie tej problematyki było związane ze wzrostem natężenia międzynarodowego ruchu turystycznego i jego niekorzystnym wpływem na zabytki i społeczność lokalną. Celem badawczym była analiza ruchu turystycznego Petry na tle wybranych atrakcji turystycznych Jordanii oraz wpływu zagrożenia, jakie niesie rozwój usług turystycznych oferowanych w tym regionie, na zabytki architektury i zamieszkujące Petrę plemiona beduińskie.

Abstract: With its numerous tourist attractions Jordan is one of the most developed and the most frequently visited country in the Middle East. The rock city of Petra, which was the capital of "the Arabian Kingdom", also known as the city of Nabataeans, located in the south-western part of Jordan with many valuable sights and monuments, appears to be the best-known and most frequently visited city by tourists. Tourism, in general, is usually associated with positive and rarely with negative consequences. Therefore, the discussed issues were related to the increasing intensity of international tourist flows and their negative impact on the sights and monuments, as well as on the local community. The research objective was to analyse the tourist flows in Petra considering selected tourist attractions of Jordan. Its aim was also to investigate the negative impact of the development of tourist services offered in this region on the architectural monuments and the Bedouin tribes living in Petra.

Słowa kluczowe: atrakcje turystyczne; Beduini; negatywne skutki ruchu turystycznego; Petra; ruch turystyczny
Keywords: negative impact of tourist flows; Petra; the Bedouin; tourist attractions; tourist flows (tourist attendance)

Otrzymano: 21 stycznia 2017
Received: 21 January 2017
Zaakceptowano: 20 sierpnia 2017
Accepted: 20 August 2017

Sugerowana cytacja/Suggested citacion:
Wójtowicz, B. (2017). Międzynarodowy ruch turystyczny zagrożeniem dla zabytków architektury nabatejskiej i społeczności lokalnej na terenie Petry. *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego*, *32*(1), 96–107. https://doi.org/10.24917/20801653.321.8

Wstęp

Ośrodki i obiekty kulturowe wpisane na listę światowego dziedzictwa UNESCO od zawsze stanowiły cel podróży turystycznych. Popularność odwiedzania obiektów kulturowych w ramach turystyki wzrosła znacząco na początku XX wieku, kiedy to turystyka przybrała rozmiary zjawiska masowego. Wśród różnorodnych uwarunkowań rozwoju współczesnej turystyki istotną rolę odgrywają walory turystyczne, które są jednym z ważniejszych elementów składowych systemu turystyki. Rola walorów turystycznych i ich wpływ na rozwój ruchu turystycznego jest niepodważalna (Gunn, 1972; Kowalczyk, 2002; Kurek, 2007; Ferreira, Rial, Varela, 2009). Z jednej strony stanowią one jeden z głównych elementów systemu turystyki, z drugiej strony o wyborze kierunku wyjazdu turystycznego decyduje w znacznym stopniu atrakcyjność turystyczna obszaru.

Jednym z najbardziej atrakcyjnych obiektów, uważanym za jeden z siedmiu cudów świata, jest Petra, starożytne miasto wykute w skale, najcenniejszy skarb kultury narodowej Jordanii. Obecność w tym miejscu dużego ruchu turystycznego – tłumów pieszych maszerujących codziennie przez wąwóz Siq i centrum Petry, wspinających się do „klasztoru" (Deir) położonego ponad doliną – wpływa niekorzystnie na stan zabytków. Dodatkowo ruch turystyczny generuje wielki rozwój usług oferowanych w tym rejonie przez miejscowych sprzedawców, przewoźników i przewodników. Ogromny wpływ na stan zabytkowych obiektów nabatejskich mają również warunki naturalne.

Jordania posiada różnorodne walory turystyczne, związane z historią (ruiny zamku krzyżowców w Kerak, ruiny zamku w Shawbak, Góra Nebo), kulturą (starożytne miasto Dżarasz, cytadela Madaba i stare miasto w Ammanie), środowiskiem przyrodniczym (rezerwaty przyrody Wadi Mujib i Dana, Morze Martwe, pustynia Wadi Rum). Z uwagi na rosnącą rolę Jordanii w światowej turystyce w artykule zostały przedstawione atrakcje turystyczne Petry, wielkość ruchu turystycznego, rozwój usług turystycznych oraz wpływ ruchu turystycznego na zabytki architektury i lokalną społeczność.

Walory i atrakcje turystyczne Petry

Petra położona jest na skrzyżowaniu starożytnych szlaków handlowych, prowadzi do niej szlak królewski, można tam również dojechać autostradą biegnącą z południa na północ od Akaby do Ammanu. Znajduje się 260 km od stolicy dzisiejszej Jordanii – Ammanu, oraz 133 km od Akaby, ukryta w górskich dolinach Pustyni Południowej na wysokości od 900 do 1500 m n.p.m. To starożytne miasto wykute w skale jest najbardziej znanym zabytkiem Bliskiego Wschodu, znajdującym się na liście światowego dziedzictwa kulturowego UNESCO. Położone jest w wąskiej skalnej dolinie, do której prowadzi jedyna droga – wąwóz As-Sik.

Petra została wykuta przez Nabatejczyków w III–II wieku p.n.e. To właśnie piaskowcowe i wapienne skały dały nazwę stolicy Nabatejczyków (w języku greckim πέτρα – petra – oznacza skałę, choć niektórzy sądzą, że nazwa ta pochodzi z języka arabskiego – Machowski, 2007: 45). Sami Nabatejczycy nazywali Petrę Rqm (Rakmu), co oznacza „wielobarwna". Petra to nie tylko gigantyczne stanowisko archeologiczne zajmujące

ok. 15 km^2, na którym znajduje się kilkaset bezcennych zabytków. W ostatnich latach na jej terenie prowadzone są liczne badania naukowe, które są też miejscem pracy ekip badawczych i konserwatorskich z wielu krajów (Kołodziejczyk, 2013: 61). Petra to także obszar chętnie odwiedzany przez turystów, zwłaszcza zagranicznych, którzy w dużym stopniu generują rozwój turystyki kraju, choćby infrastruktury. Turystyka Jordanii odgrywa istotną rolę w tworzeniu dochodu narodowego, w rozwoju ekonomicznym i społecznym.

Okres kilkusetletniej działalności na Bliskim Wschodzie semickiego ludu zwanego Nabatejczykami stanowi jeden z najciekawszych tematów badawczych współczesnej archeologii. Nabatejscy władcy kontrolowali szlaki handlowe na tym obszarze, czerpiąc ogromne korzyści z wymiany handlowej (zwłaszcza z handlu przyprawami oraz innymi towarami egzotycznymi) i zapewniania bezpieczeństwa karawanom (Kołodziejczyk, 2013: 61).

Największe dzieła nabatejskiego budownictwa powstały w okresie od I wieku p.n.e. do I wieku n.e. i wykształcił się wówczas niepowtarzalny styl architektoniczny. Inspiracją i źródłem wielu elementów nabatejskich budowli były kontakty z sąsiednimi państwami diadochów (Ptolemeuszy i Seleucydów), Partów, Rzymian, Izraelitów, a także kultura koczowniczych plemion arabskich, blisko z Nabatejczykami spokrewnionych (Hammond, 1973; Paradise, 1999; Augé, Dentzer, 2000; Gibson, 2002). Ponowne odkrycie Petry i historii ludu Nabatejczyków nastąpiło w 1812 roku. Zrobił to szwajcarski badacz Johann Burckhardt, który przekonał miejscowego przewodnika, żeby ten pokazał mu grobowiec, w pobliżu którego, jak głosiła legenda, leży zapomniane miasto. Beduini poprowadzili go przez skalny korytarz (Siq), którym obecnie zwiedzający wędrują do Petry (Machowski, 2007: 45–46). Na jego końcu znajduje się najsłynniejszy zabytek skalnego miasta – budynek z fasadą szeroką na 27 m i wysoką na 40 m, czyli El-Khazneh, skarbiec faraona (fot. 1).

Fot. 1. Skarbiec – najsłynniejszy zabytek Petry wykuty przez Nabatejczyków

Źródło: Paweł Wójtowicz

Badania naukowe rozpoczęto w Petrze dopiero w pierwszej połowie XX wieku i od tego czasu liczba informacji na temat nabatejskiej technologii budowlanej systematycznie wzrasta. Dolinę Petry przecina koryto rzeki okresowej – Wadi Musa, której dopływy otaczają płaskowyże, na których rozrosło się antyczne miasto Nabatejczyków.

Struktury architektoniczne pozostawione przez Nabatejczyków można podzielić na trzy zasadnicze grupy:

- pierwszą stanowią grobowce fasadowe i tzw. tryklinia, wykuwane w skałach, zlokalizowane w dwóch rejonach – na obszarze Petry i jej najbliższych okolic (Kołodziejczyk, 2013: 64),
- drugą, mniej znaną, tworzą liczne relikty wolno stojących świątyń i budowli kultowych Petry (Tholbecq, 2007: 104),
- trzecią tworzą różnego typu budowle i urządzenia o charakterze hydrotechnicznym – pozostałości tam, kanałów i zbiorników, z których słynęli Nabatejczycy (Lindner, 2005: 33; Oleson, 2007: 217); dnem wąwozu biegną pozostałości dawnej sieci kanalizacyjnej (przyrost mieszkańców w czasie największego rozkwitu Petry spowodował, że Nabatejczycy musieli rozbudować system wodociągów i cystern skalnych, by magazynować wodę dla wciąż rosnącej populacji).

Rozwój turystyki i jej wpływ na społeczność lokalną

Odkrycie Petry i udostępnienie jej turystom miało również negatywne skutki dla samych jej mieszkańców – Beduinów, którzy zamieszkiwali liczne jaskinie na terenie skalnego miasta. Poza licznymi grobowcami fasadowymi, kamiennymi świątyniami i kultowymi budowlami w Petrze znajdują się bowiem liczne jaskinie, które wykuto w różowym piaskowcu ok. 100 roku p.n.e. Były one niegdyś zamieszkiwane przez strażników Petry, jednak rząd jordański przeniósł ich w 1985 roku do wioski Bdoul Iskan, znanej także jako Umm Sayhoun (UNESCO, 1992). Zaoferowano im mieszkania, opiekę zdrowotną i edukację w zamian za opuszczenie jaskiń. Nastąpił wówczas, na przestrzeni ostatnich kilkudziesięciu lat, szybki wzrost liczby ludności – z 200 osób do 3 tys. w Umm Sayhoun.

Problemem jednak dla samych Beduinów stało się to, że nie przybywało tam nowych budynków. Wiele rodzin żyło stłoczonych w niewielkich domach, a na 2–3-pokojowe mieszkanie przypadało po kilkanaście osób. W 2000 roku miał miejsce konflikt pomiędzy lokalną władzą a mieszkańcami o własność gruntów, ponieważ Beduini, zgodnie z prawem, nie mogli budować w wiosce nowych domów. Dlatego po ponad 30 latach ok. 20–25 rodzin postanowiło powrócić do jaskiń, argumentując swój powrót potrzebą większej przestrzeni do życia. Lokalna władza rozważyła wówczas budowę nowej wsi, Umm Harifehok, położonej w pobliżu Petry. Padła też propozycja przekształcenia Umm Sayhoun w turystyczną wioskę, w której powstałyby hotele, sklepy i nowe mieszkania (Gojke, 2016).

Obecnie miejscowość położona w dolinie Wadi Musa jest jedną z największych miejscowości w okolicy i liczy ok. 5 tys. osób, głównie Beduinów z plemienia Layathnah. Wybudowano tu 50 hoteli i kilkanaście restauracji. Jest to osada najbliższa centrum Petry – stąd zaczyna się pieszy szlak turystyczny z głównym wejściem przez wąwóz Siq. Znajduje się tu przeszło 300 zabudowań, które otoczone są kamiennym murem. Władze Jordanii w 2011 roku opracowały plan rozwoju Petry na najbliższe 20 lat, w którym Petra uważana jest za najbardziej atrakcyjny region turystyczny, którego rozwój

powinien być zgodny z zasadami zrównoważonego rozwoju, ze szczególnym uwzględnieniem miejscowej ludności. W ramach tego planu strategicznego została opracowana koncepcja rozwoju turystyki dla Umm Sayhoun i okolic, szczególnie w aspekcie zachowania specjalistycznej wiedzy dotyczącej flory i fauny tego obszaru, tradycyjnej medycyny, hodowli wielbłądów i rozwoju rzemiosła (*Strategic plan for Umm Sayhhoun and surrounding areas*, 2011).

Ruch turystyczny w Petrze

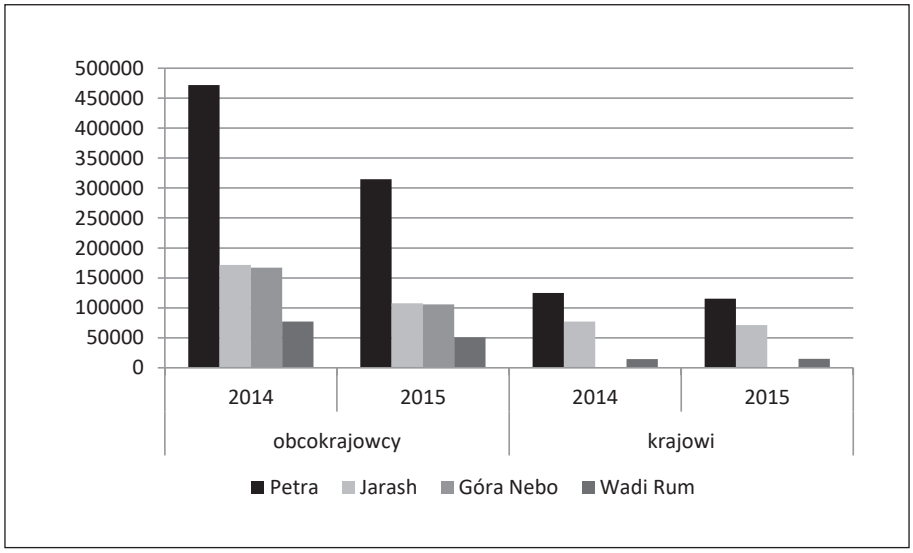
Jednym z najważniejszych źródeł dochodów Jordanii jest turystyka. Liczba turystów odwiedzających rocznie Petrę wzrosła z ok. 1 tys. w latach sześćdziesiątych XX wieku (Heinrichs, 2008) do 400 tys. (średnia z lat 1995–2000). W 1991 roku Petrę odwiedziło 40 tys. osób, a sześć lat później przybyło do skalnego miasta ok. 400 tys. turystów. Ponad 1 tys. turystów odwiedzało ją dziennie (fot. 2).

W 2007 roku skalne miasto w Jordanii, znane z filmu z Indianą Jonesem, trafiło na listę siedmiu nowych cudów świata. Przybyło mu wtedy zarówno odwiedzających, jak

Fot. 2. Ruch turystyczny na tle monumentalnych rzeźb w wąwozie As-Sik

Źródło: Paweł Wójtowicz

Ryc. 1. Ruch turystyczny w Petrze na tle wybranych obiektów turystycznych Jordanii



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych Ministerstwa Turystyki Jordanii (Department of Statistics, 2015; 2016)

i zagrożeń związanych z masową turystyką. Od tego czasu liczba turystów stale rosła i obecnie wynosi ok. 2,5 tys. osób dziennie. W 2010 roku Petrę odwiedziło ponad 975 tys. osób i był to rekordowy rok w turystyce (Petra National Trust, 2011). Z kolei w 2015 roku odwiedziło Petrę przeszło 430 tys. turystów, w tym blisko 316 tys. turystów zagranicznych (ryc. 1). W porównaniu z takimi atrakcjami turystycznymi, jak Jarasz, Wadi Rum czy Góra Nebo, ruch turystyczny w Petrze był trzykrotnie większy wśród turystów zagranicznych i blisko dwukrotnie większy wśród turystów krajowych.

Liczba turystów zagranicznych spadła w stosunku do 2014 roku o 33,2%, co zapewne było spowodowane toczącą się wojną w Syrii i zagrożeniem terrorystycznym. Spadły również dochody w całym sektorze usług turystycznych. Dla przykładu dochody ze sprzedaży biletów spadły o 36% i wyniosły ok. 404 tys. dinarów jordańskich (ponad 2,2 mln zł). Ze względu na wysokie ceny biletów i ich stały wzrost (w 2010 roku – 50 dinarów, kolejny wzrost do 75 dinarów, co w przeliczeniu wynosi ok. 90 euro) zabytki wykute w piaskowcu stały się jedną z najdroższych atrakcji turystycznych świata (*Petra – mniej turystów w styczniu*, 2015).

Wzrost dochodów z turystyki ma ogromne znaczenie dla społeczności lokalnej, gdyż pozwala m.in. zapewnić podstawowe wykształcenie najuboższym miejscowym dzieciom, które obecnie pracują na straganach na utrzymanie rodziny. Można zauważyć, że na wielkość ruch turystycznego w Petrze miała i ma wpływ niestabilna sytuacja w regionie Bliskiego Wschodu, a dochody z turystyki w ostatnich latach stale maleją. Dochodzi do tego sezonowość ruchu turystycznego, która uzależniona jest od warunków klimatycznych. Klimat Petry odgrywa główną rolę w procesie destrukcji zabytków architektury nabatejskiej i w sezonowości ruchu turystycznego. Lata są tutaj gorące i suche, zaś okres zimowy jest chłodny i wilgotny (*Jordan Meteorological Department Annual Report*, 2003). Najwięcej turystów przyjeżdża w kwietniu (w 2014 roku przybyło ok. 101 039 turystów, z czego 77,13% stanowili turyści zagraniczni) i w maju

(w 2014 roku przybyło 65 975 turystów, z czego 82,56% stanowili turyści zagraniczni) oraz w październiku i listopadzie, a najmniej w lipcu i sierpniu ze względu na wysokie temperatury powietrza (tylko 59,62% w 2014 roku) (tab. 1). Dla porównania w roku 2015 nastąpił spadek ruchu turystycznego. W kwietniu 2015 roku Petrę odwiedziło 63 432 turystów, z czego 62,77% stanowili turyści zagraniczni, a w maju przybyło 47 342 odwiedzających, z czego 73,52% stanowili turyści zagraniczni.

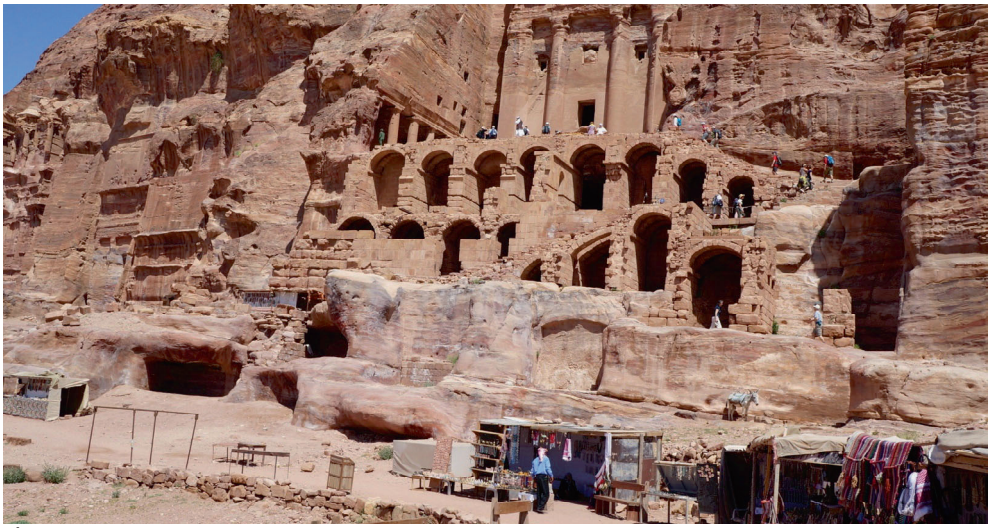
W sezonie turystycznym, trwającym od marca do maja i od września do listopada, jednego dnia potrafiło wejść na teren kompleksu nawet ponad 5 tys. osób.

Tab. 1. Sezonowość ruchu turystycznego w Petrze

Miesiąc	2015			2015		
	Turyści krajowi	Turyści zagraniczni	Razem	Turyści krajowi	Turyści zagraniczni	Razem
Styczeń	6 935	32 124	39 059	5 946	19 927	25 873
Luty	6 991	33 911	40 902	4 842	19 469	24 311
Marzec	12 009	52 055	64 064	10 580	31 344	41 924
Kwiecień	23 105	77 934	101 039	23 614	39 814	63 428
Maj	11 506	54 469	65 975	12 535	34 807	47 342
Czerwiec	9 381	33 305	42 686	5 594	18 689	24 283
Lipiec	6 256	21 654	27 910	10 668	15 266	25 934
Sierpień	14 809	21 861	36 670	11 411	15 708	27 119
Wrzesień	7 699	28 380	36 079	6 331	22 726	29 057
Październik	14 314	46 681	60 995	11 297	41 341	52 638
Listopad	6 801	42 384	49 185	6 161	31 312	37 473
Grudzień	5 314	26 724	32 038	6 325	24 399	30 724
Turyści ogółem	125 120	471 482	596 602	115 304	314 802	430 106

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych Ministerstwa Turystyki Jordanii (Department of Statistics, 2015; 2016)

Fot. 3. Dolne partie fasady Deir (klasztor) zniszczone przez procesy erozyjne – działanie wiatru oraz wdrapujących się na zabytkowe budowle turystów



Źródło: Paweł Wójtowicz

Wielu turystów nie zna przepisów, jakie obowiązują na terenie Petry, co objawia się ich negatywnym zachowaniem. Spośród zagrożeń ze strony człowieka najpoważniejszym problemem jest brak kontroli nad turystami. Można zauważyć, jak niektórzy z turystów zbaczają ze szlaku i wdrapują się na zabytkowe konstrukcje (fot. 3). Nie odstrasza ich nawet widok strażnika.

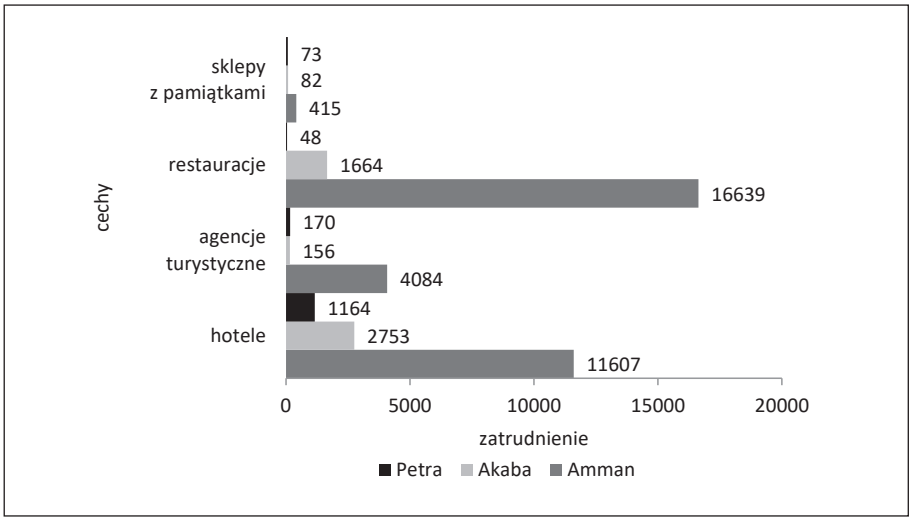
Rozwój infrastruktury w Petrze

Gwałtowny rozwój turystyki wygenerował jednocześnie szybki rozwój infrastruktury turystycznej w tym regionie. Dzisiejsza Wadi Musa (Dolina Mojżesza) to miejscowość powstała wokół Petry. Dawniej była znana jako Elji, ale obecnie przyjęła nazwę pobliskiej doliny. Po podpisaniu porozumienia pokojowego z Izraelem i terytoriami palestyńskimi w 1994 roku miasteczko Wadi Musa rozkwitło jako miejsce turystyczne. Bardzo szybko przemieniło się z małego miasta z nielicznymi mieszkańcami i tradycyjnym społeczeństwem Beduinów w miejsce, do którego przybywają turyści z całego świata, pozostawiając dużą ilość gotówki. Powstał tu niejednolity zespół hoteli, restauracji i sklepów, które rozciągają się na przestrzeni ok. 5 km w dół od Ain Mousa (Źródła Mojżesza), głównego wjazdu do Petry.

Większość hoteli ma co najmniej cztery lub trzy gwiazdki, a za dobę trzeba zapłacić minimum 20 euro. Dobrze prosperują restauracje, kawiarnie oraz sklepiki z pamiątkami, w których zatrudnienie znajduje również miejscowa ludność – Beduini (ryc. 3). Obserwuje się również wzrost zatrudnienia w usługach hotelarskich, widoczny szczególnie w ostatnich latach.

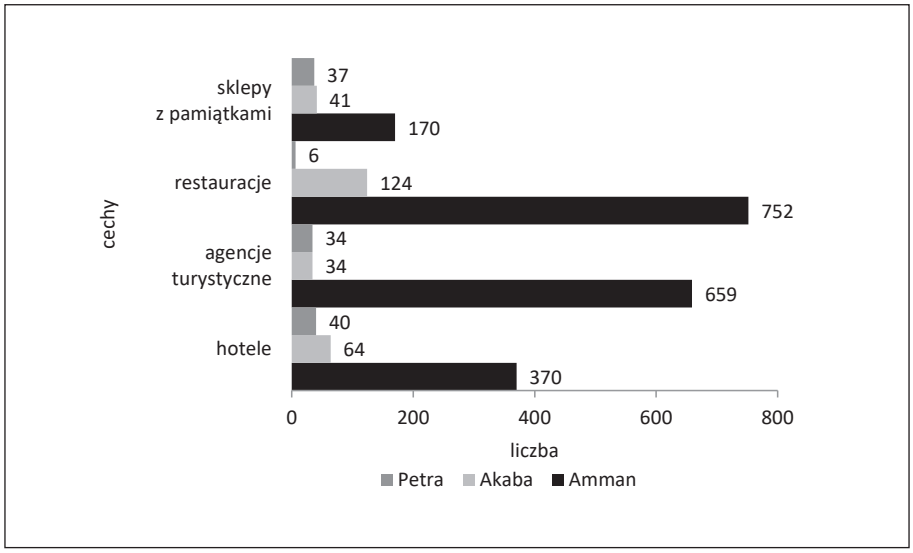
Najwięcej osób z lokalnej społeczności zatrudnionych jest w Petrze w hotelarstwie – 1164 osoby, oraz w agencjach turystycznych – 170 osób (głównie przewoźnicy, przewodnicy, miejscowi handlarze – fot. 4). W sześciu restauracjach znajdujących się na terenie Petry zatrudnienie znalazło 170 osób, a w sklepach z pamiątkami pracuje 73 mieszkańców.

Ryc. 2. Liczba hoteli, restauracji, sklepów i agencji turystycznych w Petrze na tle największych miast Jordanii



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych Ministerstwa Turystyki Jordanii (Department of Statistics, 2015; 2016)

Ryc. 3. Zatrudnienie w usługach hotelarskich w Petrze na tle miast turystycznych Jordanii



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych Ministerstwa Turystyki Jordanii (Department of Statistics, 2015; 2016)

Fot. 4. Turyści i Beduini na terenie Petry

Źródło: Paweł Wójtowicz

Negatywne zachowania turystów i lokalnej społeczności

Czynnikiem wpływającym na pogarszający się stan zabytków Petry jest obecność i działalność w tym miejscu człowieka (Paradise, 1999: 355). Wiele osób dawniej zwiedzających Petrę, wierząc w rozpowiadane legendy, strzelało na oślep np. do urny znajdującej się nad środkową częścią frontonu w nadziei na zdobycie znajdujących się w niej rzekomo bogactw. Gigantyczny ruch turystyczny – tłumy pieszych maszerujących codziennie przez As-Sik i centrum Petry, wspinających się do „klasztoru" (Deir) położonego ponad doliną, zasiadających w rozrastających się tutaj kawiarniach i pozostawiających śmieci – wpływa niekorzystnie na stan zabytków. Dodatkowo ruch turystyczny generuje wielki rozwój usług oferowanych w tym rejonie przez miejscowych sprzedawców, przewoźników i przewodników. Setki turystów są codziennie wożone niewielkimi bryczkami lub na osiołkach po zachowanych fragmentach oryginalnego bruku As-Sik czy wykutych w miękkiej skale stopniach prowadzących do „klasztoru" (Deir), co powoduje powolne zanikanie zabytkowych dróg (fot. 5), pomimo zabiegów konserwatorskich wdrażanych przez jordańskie służby opiekujące się zabytkami.

Miejscowa ludność również przyczynia się do niszczenia skarbów kultury. Dzieci odłamują fragmenty kolorowych skał, by sprzedawać je turystom, wspinają się na delikatne konstrukcje i wchodzą do zabytkowych nisz. Zwierzęta juczne Beduinów uszkadzają kamienne ścieżki i stopnie, zjadają rośliny rosnące na terenie parku oraz zostawiają odchody, które niszczą piaskowiec, z którego zbudowane jest starożytne miasto (UNESCO, 1992). Uczeni badają również, czy wibracje powodowane przez zaprzęgi konne, przejeżdżające z wielkim hałasem przez wąwóz, czy warkot generatorów stanowiących tu główne źródło zasilania, nie osłabiają skał.

Fot. 5. Fragment oryginalnej, kamiennej posadzki w drodze do wąwozu As-Sik w Petrze

Źródło: Paweł Wójtowicz

Podsumowanie

Turystyka jest bezpośrednim lub pośrednim źródłem dochodów niemal wszystkich mieszkańców powstałego przy wejściu do kompleksu archeologicznego kilkutysięcznego miasta Wadi Musa. Z drugiej strony turyści powodują znaczną degradację zabytków, które stanowią podstawę miejscowej gospodarki. Intensywny ruch turystyczny przyspiesza proces niszczenia piaskowców. Powstają wytarcia, nacięcia, wzrosło również zawilgocenie skał. W celu ochrony Petry władze Jordanii zdecydowały się ograniczyć ruch turystyczny poprzez drastyczną podwyżkę cen biletów (*Strategic plan for Umm Sayhoun and surrounding areas*, 2011). Wzrost dochodów z turystyki pozwoli m.in. zapewnić podstawowe wykształcenie najuboższym miejscowym dzieciom oraz wzrost społeczno-ekonomiczny plemion beduińskich.

Jak zachować równowagę między korzyściami dla mieszkańców i niezapomnianymi wrażeniami dla turystów a ochroną Petry? Władze Jordanii podejmują w celu ochrony miasta różnego rodzaju przedsięwzięcia. Przeznaczają 10% z każdego biletu wstępu na prace konserwatorskie. Żeby ograniczyć natężenie ruchu turystycznego w ciągu dnia, turystów ma wywozić z parku po zwiedzaniu Petry, inną drogą, autobus zasilany ekologicznym paliwem, dzięki czemu liczba osób jednocześnie przemierzających ten szlak znacząco spadnie. W planach jest także budowa w pobliżu Petry elektrowni słonecznej finansowanej przez firmę Mitsubishi. Wytwarzany przez nią prąd miałby zastąpić energię z licznych agregatów zasilanych olejem napędowym. Odremontowane centrum obsługi turystów zostanie wyposażone w czasowy system biletowy, który pozwoli na rozłożenie napływu turystów na cały dzień i uniknięcie nadmiernego zatłoczenia. Prowadzona jest również przez władze lokalne bardzo intensywna działalność mająca na celu zabezpieczenie oraz rekonstrukcję wielu obiektów Petry (*Petra*, 2011).

Literatura
References

Augé, Ch., Dentzer, J.M. (2000). *Petra.* London: The Rose-Red City.

Department of Statistics (2015) (2017, 8 grudnia). *Jordan Statistical Yearbook 2015*. Pozyskano z http://www.dos.gov.jo/dos_home_a/main/yearbook_2015.pdf

Department of Statistics (2016) (2017, 8 grudnia). *Jordan Statistical Yearbook 2016*. Pozyskano z http://www.dos.gov.jo/dos_home_a/main/yearbook_2016.pdf

Ferreira, S., Rial, A., Varela, J. (2009). Post Hoc Tourist Segmentation with Conjoint and Cluster Analysis. *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, *7*.

Gibson, D. (2002). *The Nabateans. Builders of Petra*. Amman.

Gojke, W. (2016) (2017, 21 stycznia). *Jordania – w jaskiniach w Petrze znów zaczęli mieszkać ludzie.* Pozyskano z http://turystyka.wp.pl/kat,1036543,title,Jordania-w-jaskiniach-w-Petrze-znow-zaczeli-mieszkac-ludzie,wid,18388305,wiadomosc.html?ticaid=1176f1

Guun, C.A. (1972). *Vacationscape: designing tourist regions*. Bureau of Business Research. Austin: University of Texas at Austin.

Hammond, P.C. (1973). The Nabateans – Their History. *Culture and Archaeology. Studies in Meditterannean Archaeology*, *37*.

Heinrichs, K. 2008). Diagnosis of weathering damage on rock-cut monuments in Petra, Jordan Environmental Geology. *International Journal of Geosciences*, *56*(3–4).

Jordan Meteorological Department Annual Report (JMD) (2003). Amman: Jordan Meteorological Department Press, 54.

Kołodziejczyk, P. (2013). Naturalne i antropogeniczne zagrożenia dla zabytków architektury nabatejskiej na terenie Petry i w południowej Jordanii. *Wiadomości Konserwatorskie*, *36*.

Kowlaczyk, A. (2002). *Geografia turyzmu*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
Kurek, W. (2007). Turystyka. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
Lindner, M. (2005). Water supply and water management at ancient Sabra (Jordan). *Palestine Exploration Quarterly*, *137*(1), 33–52.
Machowski, W. (2007). *Petra*. Wrocław–Warszawa–Kraków: Ossolineum.
Oleson, J.P. (2007). Nabataean Water Supply, Irrigation and Agriculture. W: K.D. Politis (red.). *The World of the Nabataeans.* Volume 2 of the International Conference The World of the Herods and the Nabataeans held at the British Museum. Stuttgart, 217–251.
Paradise, T. (1999). *Analysis of Sandstone Weathering of the Roman Theater in Petra*. Jordan, ADAJ 43, 353–368.
Petra (2011) (2017, 21 stycznia). Pozyskano z https://sacredsites.com/middle_east/jordan/petra_ruins.html
Petra – mniej turystów w styczniu (2015) (2017, 21 stycznia). Pozyskano z www.waszaturystyka.pl/swiat/item/1872-petra-–-mniej-turystów-styczniu.html
Petra National Trust (2011) (2017, 21 stycznia). Pozyskano z http://petranationaltrust.org/Default.aspx?aspxerrorpath=/UI/Default.aspx
Strategic plan for Umm Sayhoun and surrounding areas (2011). Development and Tourism Region Authority in Association with Design Workshop and JCP s.r.l.
Tholbecq, L. (2007). Nabataean Monumental architecture. W: D. Konstantinos Politis (red.). *The World of the Nabataeans – Volume 2 of the International Conference The World of the Herods and the Nabataeans held at the British Museum*, 17–19 April 2001, Stuttgart, 104.
UNESCO (1992). *Report: Petra National Park Management, Plan*, 1–176.

Bożena Elżbieta Wójtowicz, dr hab., prof. Uniwersytetu Pedagogicznego w Krakowie. Geograf, dydaktyk geografii, podróżnik, zwiedziła większość krajów europejskich oraz Kubę, Mauritius, Meksyk, Indie, Nepal, Egipt, Maroko, Jordanię, Dominikanę. Kierownik Zakładu Dydaktyki Geografii Instytutu Geografii Uniwersytetu Pedagogicznego w Krakowie. Opublikowała ponad 210 prac naukowych w kraju i za granicą. Autorka monografii naukowej *Geografia, rozwój zrównoważony, edukacja ekologiczna* oraz współautorka i redaktor prac o charakterze monograficznym, m.in. *Przyroda województwa świętokrzyskiego*, *Funkcje turystyki i krajoznawstwa w strategii rozwojów regionów w Polsce*, *Turystyka i ekologia – rozbudzanie potrzeb poznawczych i świadomości społeczeństwa*, *Kształcenie i dokształcanie nauczycieli geografii w Polsce i w krajach Unii Europejskiej, Edukacyjne zajęcia terenowe w Świętokrzyskim Parku Narodowym,* Współautorka podręczników szkolnych: *Geografia. Krajobrazy Polski* do klasy 4, *Geografia Ziemia – nasza planeta* do klasy 6, *Przyroda* do klasy 4 i 5. Specjalistka z zakresu geografii, dydaktyki geografii, ochrony środowiska oraz turystyki i rekreacji.

Bożena Elżbieta Wójtowicz, an assistant professor, geographer, geography teacher, traveller, who has visited most of the European countries, Cuba, Mauritius, Mexico, India, Nepal, Egypt, Morocco, Jordan, Dominican Republic. She is the Head of the Department of Didactics of Geography, Institute of Geography, the Pedagogical University of Cracow. She has published over 210 academic papers in the country and abroad. She is the author of the monograph *Geography Sustainable Development Environmental Education* and a co-author and editor of monographic works, such as *Nature of the Świętokrzyskie Voivodeship*; *Functions of tourism and sightseeing in the strategy of regional development in Poland*; *Tourism and ecology – fostering the cognitive needs and public awareness*; *Education and additional training of teachers of geography in Poland and in the European Union*; *Educational fieldwork in Świętokrzyski National Park*. She is also a co-author of textbooks: *Geography. Polish Landscapes* 4th grade; *Geography. Earth* – our planet 6th grade; *Natural Science* 4th and 5th grade. She is a specialist in the field of geography, teaching geography, the protection of environment, and tourism and recreation.

Adres/address:

Uniwersytet Pedagogiczny w Krakowie
Instytut Geografii
Zakład Dydaktyki Geografii
ul. Podchorążych 2, 30-840 Kraków, Polska
e-mail: boz.wojt@gmail.com

Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego
Studies of the Industrial Geography Commission of the Polish Geographical Society

32(1) • 2018

ISSN 2080-1653
DOI 10.24917/20801653.321.9

Kamila Ziółkowska-Weiss
Uniwersytet Pedagogiczny w Krakowie, Polska
Pedagogical University of Cracow, Poland

Wpływ czynników politycznych i prawnych w Stanach Zjednoczonych na procesy migracji i aktywność turystyczną amerykańskiej Polonii

Political and Legal Factors in the USA Conditioning Migration Processes and Tourist Activity of American Polonia

Streszczenie: Stany Zjednoczone mają długą historię związaną z imigracją, co odzwierciedla się w ustawodawstwie tego państwa. Prawo stanowi główny instrument polityki imigracyjnej. Polska jest jednym z czterech krajów UE, oprócz Bułgarii, Rumunii i Cypru, które nadal znajdują się poza Visa Waiver Program (VWP). Wejście do VWP daje prawo przyjazdu do USA bez wizy na okres do 90 dni. Zmiany, które nastąpiły w prawie imigracyjnym w ostatnich latach, mogą mieć znaczenie dla sytuacji pewnej liczby Polaków i osób polskiego pochodzenia w USA. Wejście w życie ustawy Immigration and Reform Act (tzw. Dream Act), czyli amnestii dla osób, które jako dzieci nielegalnie przybyły do Stanów Zjednoczonych pod opieką rodziców, jak również umorzenie postępowań deportacyjnych przeciw osobom, które nie są przestępcami i których sprawy nie zaliczają się do priorytetowych, dają szansę nielegalnym imigrantom na uregulowanie ich statusu. Głównym celem artykułu jest przedstawienie czynników politycznych i prawnych, które warunkują aktywność chicagowskiej Polonii i jej wybór destynacji turystycznej. Jednym z ważniejszych czynników, który przyczynia się do aktywności turystycznej amerykańskiej Polonii, jest uregulowana prawnie sytuacja pobytowa. W artykule zaprezentowana zostanie metoda sondażu diagnostycznego w postaci badań ankietowych wśród Polonii w liczbie 1014 w języku polskim i angielskim. Zostaną przedstawione wyniki mówiące o tym, że: status pobytowy respondentów w USA nie wpływa na częstotliwość wyjazdów w ciągu roku, osoby przebywające w USA legalnie poświęcają więcej czasu na wypoczynek w ciągu roku niż osoby przebywające w USA nielegalnie, osoby przebywające w USA legalnie wydają w ciągu roku większą sumę pieniędzy na podróże niż osoby przebywające w USA nielegalnie, uregulowany status pobytowy Polonii wpływa na wybór kierunku wyjazdu również wewnątrz kraju.

Abstract: The United States are characterised by a long history related to immigration, which is reflected in legislation. Law constitutes the main instrument of immigration policy. Poland is one of four EU countries, apart from Bulgaria, Romania and Cyprus, that are still outside the Visa Waiver Program (VWP). Entering the VWP gives the right to arrive in the United States without a visa for the period of up to 90 days. The influence of changes that have occurred in immigration law that has been adopted in the recent years may be relevant to the situation of a certain number of Poles and people of Polish origin in the United States. The entry into force of the Immigration and Reform Act (the so-called Dream Act), i.e. amnesty for people who – as children – arrived in the United States illegally under the care of their parents, as well as discontinuance of deportation proceedings against people who are not criminals and whose cases are not qualified as priority ones, give illegal immigrants a chance to regulate their status. The main objective of the article is to present political and le-

gal factors that determine the activity and choice of tourist destination among the Chicago Polonia. One of the most important factors that contribute to tourist activity among the American Polonia is the legally regulated residence situation. The method of a diagnostic survey in the form of surveys among the Polonia in the number of 1014 in the Polish and English language will be applied in the article. The results presented confirm that the residence status of the respondents in the United States does not affect the frequency of trips during the year; people residing in the United States legally spend more time on relaxation during the year than individuals staying in the United States illegally; people staying in the United States legally spend a larger sum of money on travelling during the year than people residing in the United States illegally; as well as that the regulated residence status of the Polonia influences the choice of the direction of travelling also within the country.

Słowa kluczowe: aktywność i destynacje turystyczne; Chicago; czynniki polityczne; Polonia; prawo; status emigracyjny; turystyka
Keywords: activity and tourist destination; Chicago; emigration status; law; Polish people; political factors; tourism

Otrzymano: 8 grudnia 2017
Received: 8 December 2017
Zaakceptowano: 18 lutego 2018
Accepted: 18 February 2018

Sugerowana cytacja / Suggested citation:
Ziółkowska-Weiss, K. (2018). Wpływ czynników politycznych i prawnych w Stanach Zjednoczonych na procesy migracji i aktywność turystyczną amerykańskiej Polonii. *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa* Geograficznego, *32*(1), 108–124. https://doi.org/10.24917/20801653.321.9

Wstęp

Literatura przedmiotu klasyfikuje najważniejsze czynniki będące stymulatorami turystyki, nazywając je megaczynnikami. Wśród nich można rozróżnić: czynniki ekonomiczne, czynniki społeczne, czynniki techniczne, czynniki ekologiczne oraz czynniki polityczne. Według A. Kaczmarskiej (2014) polityka rządu reguluje wszystkie sfery życia gospodarczego poprzez:

- politykę socjalną – prawodawstwo tworzone przez władze państwowe wspiera lub ogranicza działania turystyczne obywateli kraju i cudzoziemców, np. poprzez system ochrony zdrowia czy bezpieczeństwa publicznego, wpływając na stabilność kraju,
- politykę pieniężną i fiskalną – np. obciążenia podatkowe, cła, regulacje cenowe oraz stabilność danej waluty na rynkach światowych,
- politykę gospodarczą – wpływającą na tempo wzrostu gospodarczego, idący za tym wzrost realnych dochodów obywateli, ale także inwestycje wspierane przez skarb państwa dotyczące sektora turystycznego lub sektorów z nim powiązanych,
- politykę zagraniczną – w tym umowy międzynarodowe oraz przynależność do organizacji, które regulują, a w niektórych przypadkach ułatwiają ruch turystyczny,
- pozostałe działania władz państwa mające istotny wpływ na życie obywateli oraz postrzeganie danego kraju na arenie międzynarodowej pod względem atrakcyjności turystycznej i inwestycyjnej.

Rola rządu w turystyce oraz wpływu polityki państwa na rozwój turystyki jest od dawna przedmiotem analiz naukowych (Hall, Jenkins, 2004). Analizując literaturę obejmującą politykę turystyczną, zauważyć można zasadniczą zmianę oddziaływania rządu na turystykę, polegającą na przejściu od rządzenia do zarządzania (Beaumont, Dredge, 2010), co ma niezwykle istotne znaczenie dla zrównoważonego rozwoju przedsiębiorczości turystycznej (Hall, 2011).

Do najważniejszych instrumentów wykorzystywanych przez państwo w polityce turystycznej należą: ustawodawstwo turystyczne, tworzenie i egzekwowanie prawa turystycznego, narzędzia wynikające z ogólnej polityki państwa, czyli aktywizacja regionów mniej rozwiniętych gospodarczo, narzędzia ekonomiczno-finansowe, wszelkiego rodzaju finansowanie i dofinansowanie, jak subwencje, dotacje, kredyty, ulgi inwestycyjne, szerokie możliwości, jakie stwarza system podatkowy (zwolnienia, ulgi), narzędzia administracyjno-organizacyjne wynikające z działalności narodowych administracji turystycznych, edukacja turystyczna, informacja i promocja turystyczna (Kurleto, 2013).

Problematyka aktywności turystycznej zajmuje ważne miejsce wśród badań, których celem jest poznanie praw i mechanizmów rządzących rynkiem turystycznym, prowadzonych przez przedstawicieli różnych dyscyplin nauki. Dzieje się tak dlatego, że to właśnie turysta jest podstawowym podmiotem turystyki. Turystyka nie istnieje bez człowieka, bo to on świadomie sygnalizuje potrzeby związane z zagospodarowaniem czasu wolnego, których skutkiem jest podejmowanie w przestrzeni aktywności turystycznej. To dla niego powstał potężny przemysł turystyczny, który stara się zaspokajać jego potrzeby i oczekiwania. Zadaniem nauki jest natomiast wspieranie tej działalności przez badanie różnych aspektów funkcjonowania tego przemysłu. Wszystko to sprawia, że badania aktywności turystycznej i wzorów wypoczynku mieszkańców USA oraz Polonii tam mieszkającej mają ogromne znaczenie nie tylko dla teoretyków, ale także dla ludzi na co dzień zajmujących się organizacją turystyki.

Model uwarunkowań aktywności i destynacji turystycznej

Na potrzeby badań autorka niniejszego artykułu skonstruowała własny model uwarunkowań aktywności oraz destynacji turystycznej. Uwarunkowania te podzieliła na uwarunkowania zewnętrzne i wewnętrzne. Znając specyfikę Polonii mieszkającej w Wielkiej Metropolii Chicagowskiej, uwzględniła w modelu szereg czynników, które wzajemnie na siebie oddziaływają oraz wpływają na aktywność i destynację turystyczną chicagowskiej Polonii. W uwarunkowaniach wewnętrznych wyróżniła czynniki: demograficzne, społeczne, kulturowe oraz ekonomiczne. W uwarunkowaniach zewnętrznych wyodrębniła natomiast: czynniki prawne i polityczne, czynniki geograficzne oraz organizację turystyki.

Autorka, charakteryzując czynniki wewnętrzne i zewnętrzne, wzięła pod uwagę wiele wskaźników, które dokładnie zbadała i określiła, w jakim stopniu mają one wpływ na aktywność i destynację turystyczną chicagowskiej Polonii. Do czynników demograficznych zaliczyła: płeć, wiek oraz wielkość gospodarstwa domowego. Wśród czynników społecznych wyróżniła: sytuację rodzinną, wzorce rodzinne, przynależność do organizacji oraz indywidualną chęć wyjazdu (chęć poznawania nowych miejsc lub poszerzenia wiedzy o danym miejscu). W czynnikach kulturowych uwzględniła: poczucie tożsamości narodowej, uwarunkowania religijne oraz modę na dany kierunek turystyczny. W czynnikach ekonomicznych badane były natomiast: poziom dochodów, wydatki na podróże, ocena własnej sytuacji materialnej, ocena własnej sytuacji zawodowej oraz fakt, czy cena, koszt wyjazdu jest ważnym wskaźnikiem regulującym aktywność i destynację turystyczną (Ziółkowska-Weiss, 2017).

Wśród czynników politycznych i prawnych uwzględnione zostały następujące wskaźniki: status pobytowy, przywilej urlopowy, święta narodowe generujące dzień wolny od pracy oraz poczucie bezpieczeństwa w miejscu wypoczynku. W czynnikach

geograficznych wzięto pod uwagę: lokalizację miejsca wypoczynku (klimat, pogodę, egzotykę miejsca), dostępność komunikacyjną, czas dojazdu do miejsca wypoczynku, walory turystyczne (nieskażoną przyrodę, ciszę, spokój) oraz miejsce zamieszkania respondentów. Ostatnim z czynników w uwarunkowaniach zewnętrznych, które autorka wyróżniła, była organizacja turystyki. W ramach tego czynnika zbadała ofertę biur podróży działających w Wielkiej Metropolii Chicagowskiej, atrakcje turystyczne regionu percepcji, warunki do uprawiania tam różnych sportów oraz jego zagospodarowanie turystyczne.

Analizując czynniki wpływające na aktywność turystyczną oraz wybór destynacji turystycznej przez chicagowską Polonię, autorka zbadała również, czy istnieją jakieś inhibitory (bariery), które są czynnikiem hamującym proces tworzenia się i podejmowania aktywności turystycznej i w konsekwencji wpływają na wybór destynacji turystycznej. Autorka w czynnikach społecznych wyróżniła trzy inhibitory: brak wolnego czasu, brak tradycji rodzinnej oraz sytuację rodzinną. W czynnikach ekonomicznych główną barierą hamującą aktywność turystyczną oraz wybór destynacji jest bariera finansowa, o którą autorka zapytała respondentów. W czynnikach politycznych i prawnych barierą może być praca zawodowa (regulacje prawne pracy zawodowej), a w organizacji turystyki brak potrzebnego sprzętu lub niemożność dysponowania nim.

Przebieg badań oraz zakres czasowy i przestrzenny badań empirycznych

Badania były prowadzone na obszarze Wielkiej Metropolii Chicagowskiej, która została wybrana przez autorkę ze względu na najliczniej w USA zamieszkującą ją grupę Polonii. Obszarem badań empirycznych było sześć hrabstw wchodzących w skład Wielkiej Metropolii Chicagowskiej. Były to następujące hrabstwa: Cook, DuPage, Kane, Lake, McHenry, Will oraz samo miasto Chicago, które leży w hrabstwie Cook. Okres czasowy prowadzonych badań obejmował lata 2013–2014. Badania właściwe w USA prowadzone były w dwóch etapach. Etap pierwszy badań terenowych odbył się od 6 do 18 lutego 2014 roku, natomiast etap drugi od 16 do 29 października 2014 roku. Autorka zastosowała zarówno badania jakościowe, jak i ilościowe. Do badań ilościowych należy metoda sondażu diagnostycznego w postaci badań ankietowych. Podstawową bazę empiryczną stanowiły wyniki badań przeprowadzonych wśród Polonii mieszkającej w Wielkiej Metropolii Chicagowskiej. Część empiryczna badań miała formę sondażu diagnostycznego, przeprowadzonego metodą reprezentacyjną wśród populacji Polonii Wielkiej Metropolii Chicagowskiej. Badania właściwe objęły w sumie 1468 respondentów, z czego do analizy wykorzystano 1014 kwestionariuszy ankietowych, w tym 347 z ankiety internetowej online, tzw. CASI, w języku polskim i angielskim. Aby badana grupa była reprezentatywna, posłużono się danymi Census Bureau z 2013 roku (U.S. Census Bureau, 2016) oraz Yearbook of Immigration Statistic z 2013 roku (*2013 Yearbook*..., 2014), z których obliczono strukturę płci i wieku osób w poszczególnej grupie wiekowej w stosunku do całej populacji Polonii zamieszkałej w Wielkiej Metropolii Chicagowskiej. Badania ankietowe prowadzone były wśród respondentów w wieku od 15 do 60 lat i starszych. Grupa badawcza podzielona była na siedem podgrup, odpowiednio ze względu na wiek. Pierwszą grupę stanowiły osoby w wieku 15–19 lat, drugą w wieku 20–24, trzecią – 25–29, czwartą – 30–39, piątą – 40–49, szóstą – 50–60 oraz siódmą – 60 lat i więcej.

Tab. 1. Struktura wieku i płeć respondentów

Lp.	Grupa wiekowa	Kobiety		Mężczyźni		Razem	
		osób	%	osób	%	osób	%
1	0–4	45	3,46	47	3,62	92	7,08
2	5–9	47	3,62	51	3,92	98	7,54
3	10–14	47	3,62	49	3,77	96	7,38
4	15–19	45	3,46	48	3,69	93	7,15
5	20–24	43	3,31	45	3,46	88	6,77
6	25–29	46	3,54	47	3,62	93	7,15
7	30–39	100	7,69	101	7,77	201	15,46
8	40–49	98	7,54	95	7,31	193	14,85
9	50–60	72	5,54	68	5,23	140	10,77
10	powyżej 60	120	9,23	86	6,62	206	15,85
Razem		663	51,0	637	49,00	1300	100,00

Źródło: opracowanie własne autorki

Wśród czynników politycznych i prawnych warunkujących aktywność i wybór destynacji turystycznej chicagowskiej Polonii wyróżniono takie aspekty, jak:
- status pobytowy,
- przywilej urlopowy,
- święta narodowe generujące dzień wolny od pracy,
- poczucie bezpieczeństwa w danym miejscu,
- bariera, jaką jest praca zawodowa (regulacje prawne pracy zawodowej).

Sprawdzono, czy uregulowana prawnie sytuacja pobytowa jest ważnym wskaźnikiem dla chicagowskiej Polonii, który wpływa na jej aktywność turystyczną oraz wybór destynacji turystycznej. Tym samym postawione zostały hipotezy badawcze mówiące o tym, że uregulowana sytuacja pobytowa (status legalnego pobytu w USA) chicagowskiej Polonii wpływa na:
- częstotliwość jej wyjazdów turystycznych,
- długość ich trwania,
- wydatki ponoszone na podróże,
- wybór destynacji turystycznej.

W celu zidentyfikowania różnic i próby odpowiedzi na postawione hipotezy posłużono się testem niezależności chi-kwadrat (chi^2), który daje możliwość określenia istotności statystycznej dla związku pomiędzy dwiema zmiennymi mierzonymi na skali nominalnej (więc danych jakościowych). Test niezależności chi-kwadrat (x^2) opiera się na porównywaniu liczebności odpowiedzi uzyskanych w badaniach z liczebnościami, których można oczekiwać przy założeniu, że między analizowanymi zmiennymi nie ma żadnego związku. Podstawowymi wartościami obliczanymi w omawianym teście są: chi^2, stopień swobody (df) oraz poziom istotności statystycznej (alfa). Elementarne znaczenie dla wnioskowania ma wartość „alfa", która określa prawdopodobieństwo uzyskania danego efektu w próbie, gdyby tego efektu nie było w populacji (Blalock, 1987). Wskaźnik ten służy do oceny tego, czy uzyskany wynik jest statystycznie istotny. W prezentowanej pracy przyjęto – podobnie jak w większości opracowań z tego zakresu – założenie, że wynik istotny statystycznie to taki, dla którego wartość „alfa" jest mniejsza od 0,05. Aby zbadać siłę związku, wykorzystano również w badaniach statystycznych współczynnik V-Cramera.

Prawne regulacje pobytowe Polonii w USA

Opisując czynniki prawne amerykańskiej Polonii, nie można zapomnieć o wyjaśnieniu ważnego pojęcia, jakim jest sam termin „Polonia". Jest to określenie Polaków mieszkających poza historycznymi granicami Polski (*Rocznik Polonii*, 2006). Jak podaje Stowarzyszenie Wspólnota Polska (2014), za Polonię uznaje się tylko polskich migrantów, nie określając tym mianem osób i ich potomków mieszkających na terenach, które po 1795 roku, a z ostatniej zmiany granicy Polski po 1939 roku, przestały wchodzić w skład państwa polskiego. Argumentem za tym stanowiskiem jest stwierdzenie, że ludzie ci nie wyjechali z Polski, tylko zmieniły się granice państwa rządzonego przez Polaków. Oni sami uznają się za Polaków, a nie za Polonię.

Polaków, oraz ich potomków, można spotkać niemal w każdym zakątku kuli ziemskiej. Liczne zbiorowości Polonii istnieją w większości państw Europy, w Ameryce Północnej – głównie w USA i Kanadzie, w Ameryce Południowej – w Argentynie i Brazylii, w Afryce – w Republice Południowej Afryki, oraz w Australii (*Raport o sytuacji Polonii i Polaków za granicą 2012*, 2013). Według Ministerstwa Spraw Zagranicznych poza terytorium Polski mieszka do 21 mln Polaków oraz osób pochodzenia polskiego. Polonia tworzy skupiska w 43 krajach, w tym we wszystkich krajach Europy. Jak podaje W. Rybczyński, „Polska jest czwartym krajem za Chinami, Niemcami i Włochami w liczbie emigracji na świecie" (Rybczyński, 2006).

Stany Zjednoczone mają długą historię związaną z imigracją, co odzwierciedla się w ich ustawodawstwie. Prawo stanowi główny instrument polityki imigracyjnej. Restryktywność polityki imigracyjnej określała już pierwsza federalna ustawa z 1882 roku. W roku 1921 zastosowano tzw. udziałowe prawo imigracyjne (*quota system*), które określało procentowo udział różnych grup narodowych w ogólnej liczbie imigrantów, jacy w danym roku otrzymują prawo osiedlenia się w Stanach, czym zamknięto okres liberalnej polityki. Ustawy o imigracji w USA, które uchwalono w 1921, 1924 i 1929 roku, traktuje się jako pierwsze (czyli National Origins Act). Ustawa z 1929 roku uważana jest za tę, która ostatecznie zamknęła liberalizm imigracyjny Stanów Zjednoczonych. Ustawa z 1965 roku wprowadziła zmiany polegające na zaprzestaniu opierania się na danych ze spisu ludności z 1890 roku w ustalaniu limitów rocznych w grupach imigracyjnych (Balicki, Frątczak, Nam, 2003). Imigranci są to osoby, które otrzymały wizę pozwalającą uzyskać możliwość pobytu stałego. Te wizy są wydawane zgodnie z ustawodawstwem imigracyjnym, które kwalifikuje ludzi mogących ubiegać się o pobyt stały oraz rozwiązuje wiele kwestii, gdy zostaje przekroczony ustalony limit imigrantów planowany w danym roku.

Imigranci z Polski, którzy pragną wjechać do Stanów Zjednoczonych, są kwalifikowani do wjazdu w jednej z czterech kategorii:

3. pokrewieństwo bezpośrednie z dorosłymi obywatelami USA (mąż lub żona, dzieci, rodzice),
4. inne pokrewieństwo z obywatelami USA, niezamężnymi dziećmi posiadającymi pobyt stały, mężem czy żoną,
5. posiadanie zawodu czy kwalifikacji poszukiwanych w USA,
6. bycie azylantem uchodźcą (Bean, Vernez, Keeley, 1989).

Biorąc pod uwagę liczne ograniczenia, duża liczba osób ubiegających się o wizę imigracyjną czeka w wieloletniej kolejce, zanim ją otrzyma. Zaostrzono przepisy wizowe po ataku terrorystycznym na World Trade Center w Nowym Jorku z 11 września

2001 roku. Osoby przybywające z Polski mogą starać się o obywatelstwo amerykańskie zwyczajowo po pięciu latach mieszkania na terytorium USA, w procesie zwanym naturalizacją (*naturalization process*). Dzieci, które mają przynajmniej jednego rodzica z obywatelstwem amerykańskim, a urodziły się poza krajem, są traktowane jako znaturalizowani obywatele (Levine, Hill, Warren, 1985). Wiele osób przekraczających granice Stanów Zjednoczonych ma wizę na pobyt tymczasowy; są to studenci, którzy przyjechali na studia czy pracownicy tymczasowi zatrudnieni przez międzynarodowe korporacje. Ubiegającym się o wjazd do Stanów Zjednoczonych przyznawane są trzy typy wizy: imigracyjne dla uchodźców oraz azylantów politycznych, imigracyjne na pobyt stały i nieimigracyjne na pobyt czasowy. Osoby sponsorowane przez rodzinę lub pracodawcę, legitymujących się obywatelstwem amerykańskim, mogą się ubiegać o wizy imigracyjne. Ci, którzy się o nie ubiegają, dzieleni są na dwie ogólne kategorie: do pierwszej, która nie jest ograniczona żadnym limitem, należą najbliżsi krewni obywateli Stanów Zjednoczonych oraz mieszkańcy powracający do kraju, druga grupa, z ograniczonym rocznym limitem, jest klasyfikowana według kategorii preferencyjnych imigracji rodzinnej, jak również imigracji pracowniczej. By zwiększyć etniczną różnorodność, w 1991 roku wprowadzono loterię wizową (Legawiec, 2000), w której biorą udział również Polacy. Jednak – jak zapowiedział obecny prezent USA Donald Trump – w 2017 roku wiele osób, m.in. Polacy, taką możliwość mają po raz ostatni. Wizy nieimigracyjne na pobyt czasowy obejmują kategorie osób pragnących przyjechać czasowo w celach turystycznych, by prowadzić interesy, na występy artystyczne, w celach dyplomatycznych, pracowniczych, trenowania, studiowania, a także do najbliższych członków rodzin (wizy od A-1 do R-2). Wiza turystyczna B-2 najczęściej jest przyznawana z prawem wielokrotnego przekraczania granicy. Okres ważności wizy typu B-2 (dwa lub 10 lat) określa czas, w którym można przekroczyć granicę. Czas pobytu w USA określają służby graniczne w momencie wjazdu (Legawiec, 2000).

Obecnie status Polonii w USA odpowiada sytuacji ogólnoamerykańskiej; tworzą ją w znaczącej większości obywatele amerykańscy korzystający z praw oraz przywilejów gwarantowanych przez prawodawstwo USA lub też obywatele, którzy mają możliwość stałego pobytu w USA. Ogólnokrajowy spis ludności CENSUS 2012 nie zawierał pytania o pochodzenie narodowościowe mieszkańców w USA, z wyłączeniem grup hiszpańskojęzycznych i Azjatów. Jak czytamy w raporcie Ministerstwa Spraw Zagranicznych, coraz trudniej jest określić rzeczywistą liczbę osób pochodzenia polskiego w USA, brakuje narzędzi, dzięki którym liczbę tę można by było precyzyjnie oszacować. Posługując się danymi z sondażu American Community Survey z 2012 roku, w którym badani mogli zadeklarować swoje polskie pochodzenie, w Stanach Zjednoczonych obecnie mieszka 9 659 207 osób polskiego pochodzenia.

Jednym z pytań w kwestionariuszu ankietowym, który wykorzystała autorka podczas badań terenowych, było pytanie dotyczące statusu pobytowego. Ankietowani mieli do wyboru cztery odpowiedzi: 1) jestem posiadaczem amerykańskiego obywatelstwa, 2) jestem posiadaczem zielonej karty, 3) jestem posiadaczem wizy: turystycznej (która z reguły przyznawana jest na lotnisku na okres nie dłuższy niż sześć miesięcy), wizy studenckiej, wizy pracowniczej, 4) nie posiadam żadnego z wyżej wymienionych dokumentów (czyli osoby przebywające na terenie USA nielegalnie).

Jednym z pytań badawczych było pytanie dotyczące uregulowanego statusu pobytowego i sprawdzenie, czy wpływa on na aktywność i destynację Polonii mieszkającej w Wielkiej Metropolii Chicagowskiej. W związku z tym autorka przyjęła, że w artykule

termin „Polonia" będzie odnosił się zarówno do osób, które mają uregulowaną sytuację prawną (czyli posiadają amerykańskie obywatelstwo bądź są posiadaczami zielonej karty), posiadają wizę, która upoważnia ich do legalnego, tymczasowego, określonego w wizie czasu pobytu w USA, jak i tych, które przebywają na terenie USA nielegalnie i nie posiadają żadnego uregulowanego prawnie dokumentu pobytowego. Konsulat Generalny RP w Chicago podaje, że termin „Polonia" odnosi się do Polaków po ich trzymiesięcznym pobycie w USA. Oznacza to, że osoba, która posiada wizę turystyczną ważną przez pół roku i przebywa na terytorium USA przez ten okres, dopiero po upływie trzech miesięcy zaliczana jest do Polonii. Autorka przyjęła takie założenie, zaznaczając na początku badania w kwestionariuszu ankietowym, że przeznaczony jest on dla osób, które przebywają na terytorium Wielkiej Metropolii Chicagowskiej powyżej trzech miesięcy.

Czynniki polityczne i prawne warunkujące aktywność i destynacje turystyczne chicagowskiej Polonii

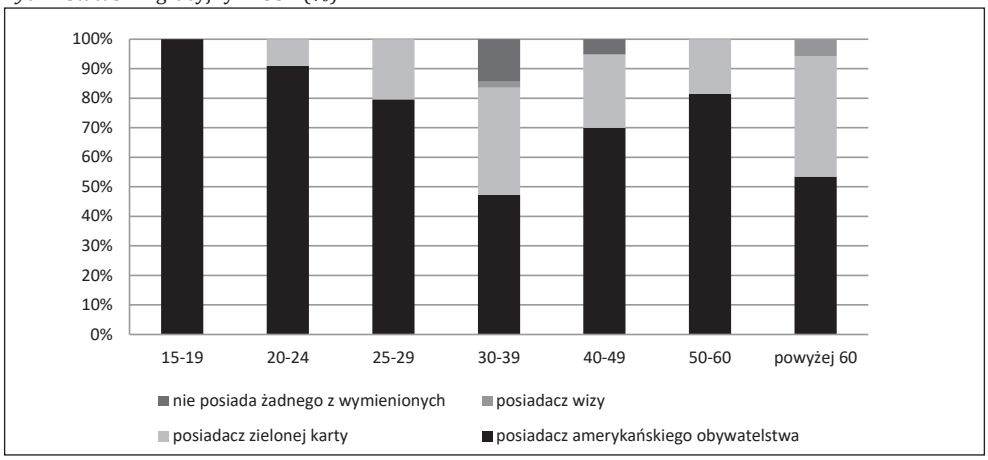
Polska jest jednym z czterech krajów UE, oprócz Bułgarii, Rumunii i Cypru, które nadal znajdują się poza Visa Waiver Program (VWP). Wejście do VWP daje prawo przyjazdu do USA bez wizy na okres do 90 dni.

Szansa na zniesienie obowiązku wizowego dla Polaków pojawiła się w czerwcu ubiegłego roku, gdy Senat USA przyjął ustawę o reformie prawa imigracyjnego, w której znalazł się zapis o podniesieniu limitu – z obecnych 3% do 10% – odmów przyznania wizy, którego nie może przekraczać kraj ubiegający się o włączenie do VWP. Ustawy tej wciąż jednak nie zaaprobowała Izba Reprezentantów, a nawet jeśli zostałaby ona przyjęta, najnowsze dane o liczbie odmów wiz dla Polaków (10,8% w 2013 roku) wykluczałyby nas z ruchu bezwizowego.

Stany Zjednoczone posiadają długą historię związaną z imigracją, co ma swe odbicie w ustawodawstwie. Prawo jest ważnym instrumentem polityki imigracyjnej. Wielkim problemem, z jakim mają do czynienia polscy obywatele, stały się wzmożone akcje przeciwko nielegalnym imigrantom oraz znaczny wzrost aresztowań. Dziś sytuacja jest trochę stabilniejsza, choć liczba aresztowanych nadal pozostaje wysoka. Zmiany w prawie imigracyjnym, jakie przyjęto w ostatnich latach, mogą mieć znaczenie dla sytuacji pewnej liczby Polaków i osób polskiego pochodzenia w USA. Wejście w życie ustawy Immigration and Reform Act (tzw. Dream Act), czyli amnestii dla osób, które jako dzieci nielegalnie przybyły do Stanów Zjednoczonych pod opieką rodziców, jak również umorzenie postępowań deportacyjnych przeciwko osobom, które nie są przestępcami i których sprawy nie zaliczają się jako priorytetowe, dają szansę nielegalnym imigrantom na uregulowanie ich statusu. Niestety nie ma konkretnych danych mówiących o tym, których polskich imigrantów obejmą te zmiany. Wystąpienie Baracka Obamy z 26 listopada 2014 roku w Copernicus Center w Chicago dawało duże nadzieje Polonii przebywającej nielegalnie w USA na uregulowanie ich statusy pobytowego. Do tego jednak nie doszło, a obecny prezent USA Donald Trump stosuje bardzo restrykcyjną politykę emigracyjną. Autorka w ramach swoich badań sprawdziła, jaki wpływ na aktywność turystyczną ma uregulowana prawnie sytuacja pobytowa respondentów.

Jedna z hipotez badawczych mówi o tym, że uregulowana sytuacja prawna i legalne przebywanie na terenie USA znacznie wpływają na aktywność i częstotliwość wyjazdów turystycznych chicagowskiej Polonii. Aby zweryfikować tę hipotezę, konieczne było zapytanie respondentów o ich status imigracyjny. Respondenci mieli do wyboru

Ryc. 1. Status imigracyjny w USA (%)



Źródło: opracowanie własne autorki na podstawie badań własnych

cztery odpowiedzi: jestem posiadaczem amerykańskiego obywatelstwa, posiadam zieloną kartę, posiadam wizę oraz nie posiadam żadnego z wyżej wymienionych dokumentów, co w rozumieniu autorki jest równoznaczne z przebywaniem na terenie USA nielegalnie. W grupie wiekowej 15–19 lat wszystkie badane osoby posiadają obywatelstwo amerykańskie. W każdej grupie wiekowej ponad połowa ankietowanych jest obywatelem USA. Jedynie w grupie wiekowej 30–39 lat oraz 40–49 lat są osoby, które przebywają na terenie USA nielegalnie. W grupie 30–39 lat takich osób jest 29, co stanowi 2,9%, a w grypie wiekowej 40–49 lat – 10 osób. O tak dużym uregulowanym statusie pobytowym świadczy fakt, że polska emigracja w Stanach Zjednoczonych jest silną grupą społeczną, dla której ważny jest status pobytowy, dzięki któremu m.in. może podróżować do innych krajów oraz odwiedzać swój kraj pochodzenia.

W ramach czynników politycznych i prawnych autorka postawiła cztery hipotezy badawcze, które dotyczą uregulowanego statusu pobytowego w USA respondentów. Pierwsza z hipotez zakłada, że status pobytowy respondentów w USA wpływa na częstotliwość ich wyjazdów w ciągu roku. Tab. 2 przedstawia statystyczne obliczenia dla tej hipotezy badawczej.

Tab. 2. Status pobytowy a częstotliwość wyjazdów

Status pobytowy	Częstotliwość wyjazdów				Ogółem
	raz w roku	2–4	5–8	powyżej 8	
Posiadacz amerykańskiego obywatelstwa	244	370	53	35	702
Posiadacz zielonej karty	101	129	14	13	257
Posiadacz wizy turystycznej	4	11	1	0	16
Nie posiada żadnego z wyżej wymienionych	16	19	2	2	39
Ogółem	365	529	70	50	1014
Stopnie swobody	Df = 116				
λ2	5,26				
λ2alfa	16,92				

Źródło: obliczenia własne autorki

Wartość statystyki wynosi λ2 = 5,26.

Wartość krytyczna chi-kwadrat wynosi: λ2alfa = 16,92.

Na poziomie istotności alfa = 0,05 λ2 alfa > λ2, czyli brak podstaw do odrzucenia hipotezy zerowej, zatem możemy powiedzieć, że między statusem pobytowym a częstotliwością wyjazdów nie istnieje zależność korelacyjna, czyli postawiona hipoteza jest nieprawdziwa, co oznacza, że status pobytowy respondentów w USA nie wpływa na częstotliwość wyjazdów w ciągu roku.

Kolejna hipoteza zakłada, że osoby przebywające w USA legalnie poświęcają więcej czasu na wypoczynek w ciągu roku niż osoby przebywające w USA nielegalnie. Tab. 3 przedstawia obliczenia statystyczne do postawionej hipotezy badawczej.

Tab. 3. Status pobytowy a długość trwania wypoczynku

Status pobytowy	Długość trwania wypoczynku					Ogółem
	tydzień	2 tygodnie	3 tygodnie	miesiąc	więcej	
Posiadacz amerykańskiego obywatelstwa	184	223	170	102	23	702
Posiadacz zielonej karty	56	82	67	46	6	257
Posiadacz wizy turystycznej	3	5	2	3	3	16
Nie posiada żadnego z wyżej wymienionych	14	7	10	7	1	39
Ogółem	257	317	249	158	33	1014
Stopnie swobody	Df = 12					
λ2	21,18					
λ2alfa	21,03					

Źródło: obliczenia własne autorki

Wartość statystyki wynosi λ2 = 21,18.

Wartość krytyczna chi-kwadrat wynosi: λ2alfa = 21,03.

Na poziomie istotności alfa = 0,05 λ2 alfa < λ2, czyli odrzucamy hipotezę zerową, zatem możemy powiedzieć, że między statusem pobytowym a długością trwania wypoczynku istnieje zależność korelacyjna, czyli postawiona hipoteza badawcza, która mówi, że osoby przebywające w USA legalnie poświęcają więcej czasu na wypoczynek w ciągu roku niż osoby przebywające w USA nielegalnie, jest prawdziwa.

W związku z tym zbadano siłę zależności współczynnikiem V-Cramera i otrzymano V = 0,07. Świadczy to o bardzo niskiej zależności między badanymi cechami.

Kolejna postawiona hipoteza badawcza mówi, że osoby przebywające w USA legalnie wydają większą sumę pieniędzy na wypoczynek w ciągu roku niż osoby, które przebywają w USA nielegalnie. Tab. 4 przedstawia obliczenia statystyczne do postawionej hipotezy badawczej.

Tab. 4. Status pobytowy a suma pieniędzy wydawana na wypoczynek

Status pobytowy	Suma pieniędzy wydawana na wypoczynek				Ogółem
	300–500 dol.	600–1000 dol.	1000–2000 dol.	2000–3000 dol.	
Posiadacz amerykańskiego obywatelstwa	45	173	263	221	702
Posiadacz zielonej karty	15	54	147	41	257

Posiadacz wizy turystycznej	0	0	0	16	16
Nie posiada żadnego z wyżej wymienionych	10	9	20	0	39
Ogółem	70	236	430	278	1014
Stopnie swobody	Df = 9				
λ2	109,27				
λ2alfa	16,92				

Źródło: obliczenia własne autorki

Wartość statystyki wynosi λ2 = 109,27.

Wartość krytyczna chi-kwadrat wynosi: λ2alfa = 16,92.

Na poziomie istotności alfa = 0,05 λ2 alfa < λ2, czyli odrzucamy hipotezę zerową, zatem możemy powiedzieć, że między statusem pobytowym a sumą pieniędzy przeznaczaną na wypoczynek w ciągu roku istnieje zależność korelacyjna, czyli zakładana hipoteza, która mówi, że osoby przebywające w USA legalnie wydają w ciągu roku większą sumę pieniędzy na podróże niż osoby przebywające w USA nielegalnie, jest prawdziwa.

W związku z tym zbadano siłę zależności współczynnikiem V-Cramera i otrzymano V = 0,16. Świadczy to o niskiej zależności między badanymi cechami.

Ostatnia postawiona hipoteza w czynnikach politycznych i prawnych wskazuje, że status pobytowy nie wpływa na wybór kierunku wyjazdu (wyjazdy krajowe). Tab. 5 przedstawia obliczenia statystyczne do tej hipotezy badawczej.

Tab. 5. Status pobytowy a kierunek wyjazdów

Status pobytowy	Kierunek wyjazdów				Ogółem
	wyjazdy krajowe	wyjazdy zagraniczne	wyjazdy zagraniczne – tylko do Polski	wyjazdy krótkoterminowe / weekendowe	
Posiadacz amerykańskiego obywatelstwa	258	201	84	159	702
Posiadacz zielonej karty	99	68	32	58	257
Posiadacz wizy turystycznej	8	6	1	1	16
Nie posiada żadnego z wyżej wymienionych	19	4	6	10	39
Ogółem	384	279	123	228	1014
Stopnie swobody	Df = 9				
λ2	10,21				
λ2alfa	16,92				

Źródło: obliczenia własne autorki

Wartość statystyki wynosi λ2 = 10,21.

Wartość krytyczna chi-kwadrat wynosi λ2alfa = 16,92.

Na poziomie istotności alfa = 0,05 λ2 alfa > λ2, czyli brak podstaw do odrzucenia hipotezy zerowej, zatem możemy powiedzieć, że między statusem pobytowym a kierunkiem wyjazdów nie istnieje zależność korelacyjna, czyli postawiona hipoteza jest

niesłuszna, a zatem status pobytowy respondentów wpływa na wybór kierunku wyjazdu (wyjazdy krajowe).

Ważnym czynnikiem, który wpływa na aktywność turystyczną, jest niewątpliwie czas wolny. Aktywność turystyczna ma miejsce zawsze w czasie wolnym (wyjątek stanowi turystyka biznesowa). Z tego powodu w wielu analizach uwarunkowań aktywności turystycznej czas wolny uznawany jest za czynnik nadrzędny, ważniejszy nawet od czynnika dochodowego (Wodejko, 1998).

Czas wolny rozumiany jest jako czas „pozostający do dyspozycji jednostki czy grupy społecznej po wypełnieniu przez nią swoich obowiązków zawodowych (czas pracy) i szeroko pojętych obowiązków życiowych (czas obowiązków)" (Jung, 1987: 7). Istotną kwestią jest budżet czasu wolnego. Można często spotkać się ze stwierdzeniami, że im większą ilością czasu wolnego człowiek dysponuje, tym większa może być jego aktywność turystyczna (Fritz, Brandon, Xander, 1984).

W Stanach Zjednoczonych letni urlop dla dzieci i młodzieży trwa dwa lub trzy miesiące. Terminy – są dwa – różnią się w zależności od lokalizacji okręgu szkolnego. Jeden z nich trwa od początku czerwca do początku września (w większości stanów północnych), drugi od końca maja do końca sierpnia (w większości stanów południowych). Studenci otrzymują również kilka dni wolnego w listopadzie, z okazji amerykańskiego Święta Dziękczynienia, dwa tygodnie na Boże Narodzenie i Nowy Rok i jeden lub dwa tygodnie w marcu lub kwietniu na Spring Break. W niektórych szkołach studenci mają też tydzień wolnego w lutym na Dzień Prezydenta i tydzień wolnego w październiku (zazwyczaj tydzień z Columbus Day).

Zgodnie z prawem w USA pracodawca nie jest zobowiązany do zapewnienia płatnych urlopów bądź świąt swoim podwładnym. Dlatego wielu Amerykanów, Polaków, mimo że marzą o podróżowaniu na Hawaje, zwiedzeniu Europy lub luksusowym rejsie po Karaibach, decyduje się jedynie na kilkudniowe wyjazdy w długie weekendy lub niedługi urlop spędzany w pobliżu domu, zamiast wyjazdu na długie wakacje. Pracownicy amerykańskich firm odczuwają strach przed utratą pracy, ponadto odczuwają skutki lat recesji, ponieważ miała ona wpływ na stan zatrudnienia, przez co mają dziś o wiele więcej pracy. Mogą także w ogóle nie mieć płatnych wakacji. Według badań Center for Economic and Policy Research 23% wszystkich obywateli Stanów Zjednoczonych nie posiada żadnego dnia płatnego urlopu. Otrzymanie płatnego urlopu zależy od ich zarobków – im są one wyższe, wzrastają ich szanse na to, że pracodawca zapłaci za ich urlop. Ponad 51% Amerykanów zarabiających najmniej nie marzy nawet o wakacjach, natomiast wśród pracowników o najwyższych zarobkach na płatny urlop może pojechać aż 90%.

Z analizy przeprowadzonej przez Center for Economic and Policy Research wynika, iż w sektorze prywatnym normą jest 10 dni płatnego urlopu oraz sześć płatnych dni świątecznych w ciągu roku. To stawia Stany Zjednoczone na ostatnim miejscu pośród 21 rozwiniętych krajów. Kanada i Japonia mają podobne wskaźniki, przy czym tam dziesięciodniowe urlopy gwarantuje ustawa państwowa.

Ponad 25% Amerykanów pracujących w małych firmach nie ma prawa do urlopu – tak wynika z raportu Center for Economic and Policy Research. Trochę lepiej wygląda sytuacja w wielkich korporacjach, których pracownicy mają dwa tygodnie wakacji. Jednorazowo biorą najczęściej tylko tydzień. Nie chcą opuszczać na dłużej miejsca pracy, bo szefowie patrzą niechętnie na lubiących odpoczywać.

Poniżej (tab. 6) zestawiono święta narodowe, państwowe w USA, które generują dzień wolny od pracy i zajęć w szkole. W okresie tych świąt wzrasta aktywność turystyczna i Polonia mieszkająca w Wielkiej Metropolii Chicagowskiej często podróżuje i spędza aktywnie swój czas. Warto zauważyć, że święta te przypadają zazwyczaj w poniedziałek, co wydłuża Amerykanom weekend, podczas którego korzystają z wyjazdów krótkoterminowych (weekendowych).

Tab. 6. Święta państwowe w USA, które generują dzień wolny od pracy i nauki szkolnej

Data	Polska nazwa	Oryginalna nazwa
1 stycznia	Nowy Rok	New Year's Day
trzeci poniedziałek stycznia	Dzień Marcina Lutra	Martin Luther King, Jr. Day
20 stycznia (co 4 lata, w latach po latach wyborczych)	Dzień Inauguracji	Inauguration Day
trzeci poniedziałek lutego	Dzień Prezydenta	Washington's Birthday
ostatni poniedziałek maja	Dzień Pamięci	Memorial Day
4 lipca	Dzień Niepodległości	Independence Day
pierwszy poniedziałek września	Święto Pracy	Labor Day
drugi poniedziałek października	Święto Kolumba	Columbus Day
11 listopada	Dzień Weteranów	Veterans Day
czwarty czwartek listopada	Dzień Dziękczynienia	Thanksgiving Day
25 grudnia	Boże Narodzenie	Christmas Day

Źródło: opracowanie własne autorki

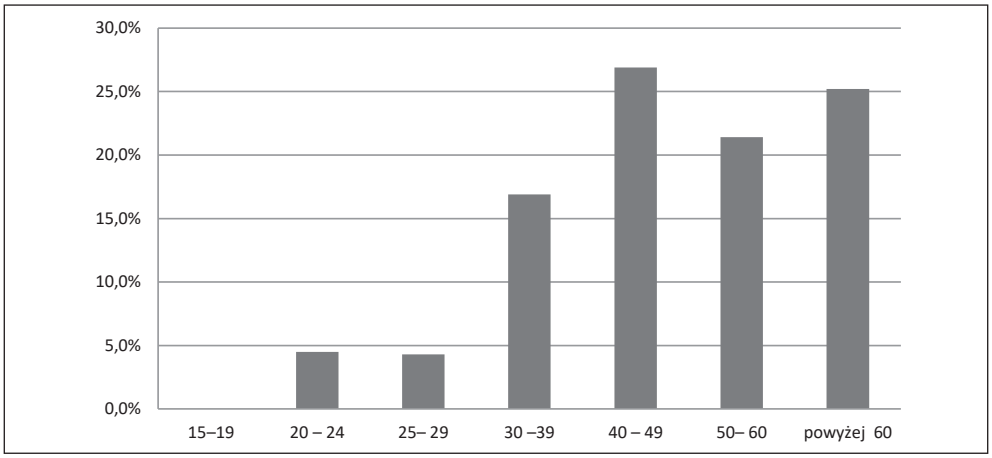
Jan Gołba z Chicago, z którym autorka artykułu przeprowadziła wywiad o wyjazdach i urlopie, mówił tak: „Ja pracuję w średniej wielkości firmie i po 10 latach pracy przysługują mi cztery tygodnie płatnego urlopu, a do tego 10 dni w roku płatnych *personal days*, które mogę wykorzystać na krótką chorobę (bez zwolnienia lekarskiego), załatwianie jakichś spraw, wypoczynek etc. Jeśli nie wykorzystam urlopu albo dodatkowych dni, dostaję za to dodatkowe pieniądze. Mój wybór. W tym roku byłem z rodziną tydzień w Meksyku, a zimą wybieramy się do Tahoe w Nevadzie". Więc jak widać są i firmy, i miejsca pracy, które sprzyjają podróżowaniu i udzielają długich, płatnych urlopów.

Mimo że Amerykanie marzą o wycieczkach np. do Europy, to nie wyobrażają sobie wyjazdu na zbyt długo i pozostania bez kontaktu z firmą, dla której pracują. Jak podaje serwis CNN – tylko 57% mieszkańców USA wykorzystało w ubiegłym roku urlop, który prawnie im się należał. W przeciwieństwie do Francji, w której odsetek ten wynosi 89%.

Amerykańscy pracodawcy nie przepadają za pracownikami, którzy wykorzystują całkowicie należny im urlop. Nie lubią także, gdy pracownicy wyjeżdżają na dłużej niż tydzień. I nawet wtedy wymagają od nich bycia w ciągłym kontakcie, odbierania telefonów oraz e-maili. W odróżnieniu od Niemców, którzy również pracują ciężko, ale jak już odpoczywają, to na całego, Amerykanie nigdy nie są tak naprawdę na wakacjach.

Z tego też powodu jednym z inhibitorów hamujących aktywność turystyczną, który znalazł się w czynnikach politycznych i prawnych, jest praca zawodowa (regulacje prawne pracy zawodowej). Dla osób w wieku 40–49 lat jest to bariera, która została przez nie wymieniona na drugim miejscu (26,9%), tak samo jak u osób w wieku powyżej 60 lat (25,2%). Praca zawodowa nie stanowi istotnej bariery dla osób młodych

Ryc. 2. Wyniki odpowiedzi na pytanie, czy praca zawodowa (regulacje prawne pracy zawodowej) stanowi barierę wyjazdową



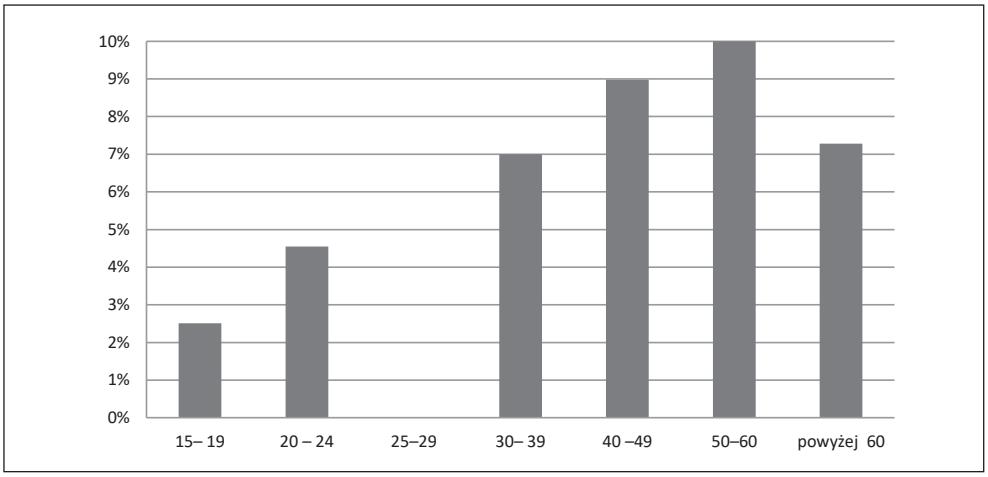
Źródło: opracowanie własne autorki na podstawie badań własnych

w wieku 15–19 lat (0 odpowiedzi), w wieku 20–24 lat (4,5%) oraz w wieku 25–29 lat (4,3%). Ryc. 2 przedstawia wyniki odpowiedzi, które pokazują, że praca zawodowa jest zdaniem ankietowanych ważnym inhibitorem.

Każde państwo prowadzi swoją politykę dotyczącą turystyki, a ponieważ turystyka jest dochodowa dla budżetu państwa, to zazwyczaj każde z państw stara się wprowadzać przepisy stymulujące jej rozwój. Takim przykładem może być uproszczenie odpraw celnych czy wprowadzenie ruchu bezwizowego. Stabilna polityka lokalna, międzynarodowa, społeczna, brak napięć społecznych, religijnych czy etnicznych sprzyja rozwojowi turystyki. Kraje, które posiadają stabilną władzę, podjęły walkę z terroryzmem i z innymi zagrożeniami, które posiadają służby ratownicze, zapewne będą liczniej odwiedzane przez turystów. Bezkonfliktowa i zrównoważona polityka państw sprawia, że takie kraje są chętniej odwiedzanie przez turystów niż państwa, w których dochodzi do jakiś konfliktów.

Konflikty zbrojne, ogromna skala przestępczości, słaba lub praktycznie nieistniejąca opieka medyczna – to trzy główne kryteria, którymi zdaniem Ministerstwa Spraw Zagranicznych kierują się osoby przy wyborze miejsca wypoczynku. Przed każdym wyjazdem warto upewnić się, jaka jest sytuacja w danym kraju i to zapewne robi również chicagowska Polonia. W czynnikach politycznych autorka umieściła też odpowiedź ankietowanych, która pokazuje, czy poczucie bezpieczeństwa w miejscu wypoczynku jest dla nich istotnym wskaźnikiem. Jak wynika z badań, poczucie bezpieczeństwa w miejscu recepcji turystycznej jest ważne dla 19,7% ankietowanych, którzy zaznaczyli to jako jeden z trzech czynników decydujących o ich aktywności turystycznej oraz o wyborze miejsca destynacji turystycznej. Odpowiedź ta znalazła się w połowie ważności, na ósmym miejscu na 16 możliwych odpowiedzi. Poczucie bezpieczeństwa istotne jest dla osób w wieku 50–60 lat (10%), 40–49 lat (9%) oraz dla osób powyżej 60 lat (7,3%) i w wieku 30–39 lat (7%). Dla osób młodszych poczucie bezpieczeństwa w miejscu wypoczynku nie odgrywa istotnej roli. W grupie wiekowej 25–29 lat nikt nie wskazał, że poczucie bezpieczeństwa wpływa na jego wybór kierunku wyjazdu. Mała liczba osób w przedziale wiekowym 15–19 lat (2,5%) oraz 20–24 lata (4,5%) udzieliła twierdzącej

Ryc. 3. Poczucie bezpieczeństwa w miejscu wypoczynku



Źródło: opracowanie własne autorki na podstawie badań własnych

odpowiedzi na czynnik polityczny, którym jest poczucie bezpieczeństwa w danym miejscu. Ryc. 3 przedstawia odpowiedzi mówiące o ważności poczucia bezpieczeństwa w miejscu wypoczynku dla respondentów.

PODSUMOWANIE

Rozwój branży turystycznej jest ściśle związany zarówno z rozwojem gospodarczym, jak i społecznym oraz politycznym. Należy sądzić, że turystyka rozwija się dobrze wtedy, kiedy postępuje integracja międzynarodowa i prowadzona jest odpowiednia polityka turystyczna. Analiza światowych danych pokazuje, że globalna turystyka jest odporna na lokalne wydarzenia o charakterze specjalnym. Pierwsze lata XXI wieku to czas m.in. zamachów terrorystycznych w USA (11 września 2001 roku), uderzenia fal tsunami na wybrzeżach Oceanu Indyjskiego, zamachów w madryckim metrze (2004) czy zamachów bombowych w centrum Londynu (2005). Nie wstrząsnęły one globalnym ruchem turystycznym, który wzrósł w tym okresie o ponad 100 mln podróżnych. Przełomowy stał się dopiero 2008 rok, w którym odnotowano spadek wpływów z ruchu turystycznego. Krajem, który szybko odbił się od dekoniunktury, są Stany Zjednoczone, mające najlepiej na świecie rozwinięte usługi turystyczne. Wiąże się to z wysokim rozwojem gospodarki, bogatą infrastrukturą turystyczną oraz sprawną organizacją obsługi turystów. W tym kraju funkcjonuje najwięcej na świecie biur turystycznych. Różnorodne walory turystyczne, liczne, godne uwagi obiekty, rozbudowana baza noclegowa, doskonałe drogi, dobra reklama sprzyjają rozwojowi turystyki zagranicznej Stanów Zjednoczonych, które są trzecim najczęściej odwiedzanym krajem świata (Belski, 2010).

Turystyka jako dział gospodarki stanowi przedmiot zainteresowania władz na różnych szczeblach zarządzania. Głównym zadaniem polityki turystycznej jest budowanie silnego sektora usług turystycznych, zorientowanego na dostosowanie się do ruchu turystycznego, kształtującego ramy i kierunek rozwoju turystyki. Ten dział polityki stawia sobie cele ekonomiczne, polityczne, kulturalne i społeczne związane z przyszłością gospodarki turystycznej oraz pozwala kształtować pozytywne efekty wynikające

z istnienia popytu i podaży na rynku turystycznym (Wodejko, 1998). Od tego, w jaki sposób polityka turystyczna jest realizowana oraz jak poszczególne instytucje wywiązują się z odgrywanych w tym procesie ról, zależy, czy gospodarka turystyczna ma podłoże do prawidłowego rozwoju. Kraje wysoko rozwinięte dążą do otwierania swoich granic, mając świadomość profitów z biznesu turystycznego. Dobrze prowadzona polityka turystyczna, przy postępującej integracji międzynarodowej, daje bazę dla rozwoju branży turystycznej i czerpania z niej większych dochodów.

Analizując czynniki polityczne i prawne, które wpływają na aktywność Polonii mieszkającej w Wielkiej Metropolii Chicagowskiej i jej wybór destynacji turystycznej, po przeanalizowaniu przedstawionych w artykule danych i postawionych hipotez badawczych, stwierdzić można, że:

- status pobytowy Polonii w USA nie wpływa na częstotliwość jej wyjazdów w ciągu roku,
- osoby przebywające w USA legalnie poświęcają więcej czasu na wypoczynek w ciągu roku niż osoby przebywające w USA nielegalnie,
- osoby przebywające w USA legalnie wydają więcej pieniędzy na podróże od osób przebywających w USA nielegalnie,
- status pobytowy respondentów wpływa na wybór kierunku wyjazdu.

Literatura
References

2013 Yearbook of Immigration Statistic (2014, sierpień) (2017, 8 grudnia). Pozyskano z https://www.dhs.gov/sites/default/files/publications/Yearbook_Immigration_Statistics_2013_0.pdf

Balicki, J., Frątczak, E., Nam, Ch.B. (2003). *Mechanizmy przemian ludnościowych – globalna polityka ludnościowa*. Warszawa: Uniwersytet Kardynała Stefana Wyszyńskiego.

Bean, F., Vernez, G., Keeley, C. (1989). *A nation by Design, Immigration policy, in the fashioning of America*. Boston: Firs Harvard University Press.

Beaumont, N., Dredge, D. (2010). Local tourism governance: A comprasion of three network approaches. *Journal of Sustainable Tourism*, *18*, 7–18.

Belski, A. (2010). *Stany Zjednoczone Ameryki*. W: Z. Kruczek (red.). *Kraje pozaeuropejskie. Zarys geografii turystycznej*. Kraków: Proksenia.

Blalock, H.M. (1987). *Statystyka dla socjologów.* Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.

Fritz, R.G., Brandon, C., Xander, J. (1984). Combining time tense and econometric forecast of tourism activity. Annals of Tourims Research, 11(2).

Hall, C.M., Jenkins, J.M. (2004). Tourism and public policy. W: A. Lew, C.M. Hall, A.M. Williams (red.). *Companion to Tourism*. Oksford: Blackwells.

Hall, C.M. (2011). A Typology of governance and its implements for tourism policy analysis. *Journal of Sustainable Tourism*, *4*.

Jung, B.H. (1987). *O czasie wolnym. Kultura i rekreacja w procesach rozwoju społeczno-ekonomicznego*. Warszawa: Szkoła Główna Planowania i Statystyki.

Kaczmarska, A. (2014). *Wybrane czynniki rozwoju turystyki*. Katowice: Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach.

Kurleto, M. (2013). Współczesne oddziaływanie polityki państwowej na rozwój przedsiębiorstw związanych z turystyką. *Zarządzanie i Finanse*, *1*(11), 411–427.

Legawiec, M. (2000). *Polskie imigrantki w Chicago (na przykładzie badań własnych)*. Niepublikowany maszynopis pracy magisterskiej. Kraków: Uniwersytet Jagielloński.

Levine, G., Hill, K., Warren, R. (1985). *Illegal Immigration in America*. *A Reference Handbook*. Westport: Greenwood Press.

Raport o sytuacji Polonii i Polaków za granicą 2012 (2013). Pozyskano z http://www.msz.gov.pl/resource/d44dcd91-ed03-4e64-a475-b56dbece5a46:JCR

Rocznik Polonii (2006).
Rybczyński, W. (2006). Przedmowa. W: M. Nadolski, W. Rybczyński (red.). *Polonia i Polacy w krajach Unii Europejskiej*. Pułtusk: Akademia Humanistyczna im. A. Gieysztora, 8.
U.S. Census Bureau (2017, 8 grudnia). Pozyskano z https://www.census.gov/
Wodejko, S. (1998). *Ekonomiczne zagadnienia turystyki*. Warszawa: Wyższa Szkoła Handlu i Prawa.
Ziółkowska-Weiss, K. (2017). Czynniki ekonomiczne warunkujące aktywność i destynacje turystyczne chicagowskiej Polonii. *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego*, *31*(3), 32–49.

Kamila Ziółkowska-Weiss, dr. Studiowała prawo oraz kulturoznawstwo z historią sztuki na Uniwersytecie Jagiellońskim. Jest również absolwentką geografii na Uniwersytecie Pedagogicznym w Krakowie. Ukończyła podyplomowe studia na Uniwersytecie Ekonomicznym w Krakowie na kierunku zarządzanie turystyką międzynarodową. W 2015 roku z wyróżnieniem obroniła pracę doktorską, tym samym uzyskując tytuł doktora nauk o Ziemi. Od 2012 roku pracuje w Zakładzie Turystyki i Badań Regionalnych Uniwersytetu Pedagogicznego w Krakowie, prowadząc m.in. zajęcia z turystyki w Stanach Zjednoczonych Ameryki Północnej. Czynny pilot wycieczek. Autorka kilkudziesięciu publikacji naukowych. Główne zainteresowania naukowe to Polonia w USA i Kanadzie, turystyka kulturowa oraz mniejszości narodowe w Polsce.

Kamila Ziółkowska-Weiss, Ph.D. Graduate of Culture studies at the Jagiellonian University and of Geography at the Pedagogical University of Cracow. She has graduated from +postgraduate studies in international tourism management at the Cracow University of Economics. Since 2012 she has been a research worker, acting as an assistant in the Department of Tourism and Regional Studies at the Pedagogical University of Cracow. An active tourist guide. The author of numerous academic publications. Her main academic interests are in cultural tourism, ethnic groups in Małopolska and Polish minority in the USA.

Adres/address:

Uniwersytet Pedagogiczny w Krakowie
Instytut Geografii
Zakład Turystyki i Badań Regionalnych
ul. Podchorążych 2, 30-084 Kraków, Polska

e-mail: kamilazw@up.krakow.pl

Spis treści

Wprowadzenie 3

Wojciech Sadkowski
Przegląd wybranej problematyki działalności usługowej 7

Tadeusz Bocheński
Możliwości wykorzystania transportu kolejowego i intermodalnego
w obsłudze stref przemysłowych w Polsce 20

Katarzyna Świerczewska-Pietras
Stan i ekonomiczne perspektywy rozwoju transportu śródlądowego w układach
przestrzennych ze szczególnym uwzględnieniem rewitalizacji drogi wodnej E40 38

Aneta Rządzik, Michał Żemła
Rozpoznawalność marek hoteli niezrzeszonych 54

Magdalena Żmuda-Pałka, Matylda Siwek, Anna Kolasińska
Usługi spa i wellness w wybranych krakowskich hotelach 63

Jan A. Wendt, Tomasz Wiskulski
Zmiany w morskiej turystyce wycieczkowej w Gdyni 76

Marek Szajt
Zmiany na rynku usług turystycznych w Polsce w ujęciu regionalnym 85

Bożena Wójtowicz
Międzynarodowy ruch turystyczny zagrożeniem dla zabytków architektury
nabatejskiej i społeczności lokalnej na terenie Petry 96

Kamila Ziółkowska-Weiss
Wpływ czynników politycznych i prawnych w Stanach Zjednoczonych na procesy
migracji i aktywność turystyczną amerykańskiej Polonii 108

Contents

Introduction 5

Wojciech Sadkowski
Service Industries: an Overview of Selected Issues 7

Tadeusz Bocheński
Possibilities for Using Intermodal Transport
in Servicing Industrial Zones in Poland 20

Katarzyna Świerczewska-Pietras
Current Condition and Economic Perspectives for Development of Inland Water Transport in Spatial Systems, with Particular Emphasis on the Regeneration of the E40 waterway 38

Aneta Rządzik, Michał Żemła
Recognition of Independent Hotel Brands 54

Magdalena Żmuda-Pałka, Matylda Siwek, Anna Kolasińska
Spa & Wellness Services in Selected Hotels in Krakow 63

Jan A. Wendt, Tomasz Wiskulski
Changes in Sea Cruise Tourism in Gdynia 76

Marek Szajt
Changes in the Tourist Services Market in Poland in Regional Perspective 85

Bożena Wójtowicz
International Tourist Traffic as a Threat to Architectural Monuments of the Nabatean and Local Communities in the Petra Area 96

Kamila Ziółkowska-Weiss
Political and Legal Factors in the USA Conditioning Migration Processes and Tourist Activity of American Polonia 108