

**Prace Komisji Geografii Przemysłu
Polskiego Towarzystwa Geograficznego**
kwartalnik naukowy

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

**PRZEMIANY SEKTORA USŁUG
TRANSPORTOWYCH I TURYSTYCZNYCH**

pod redakcją
Zbigniewa Ziolo i Wioletty Kilar

**TRANSFORMATIONS IN THE SECTOR
OF TRANSPORT AND TOURISM SERVICES**

edited by
Zbigniew Ziolo and Wioletta Kilar

DOI 10.24917/20801653.333

33(3) • 2019

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 Krakow
– 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**

33(3)

Redaktor naczelny / Editor-in-chief: Zbigniew Ziolo

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

Rada Redakcyjna / Editorial Board

Felix Arion, György Csomós, Paweł Czapliński, Ben Derudder, Wiesława Gierańczyk, Anatol Jakobson, Wioletta Kilar, Ana María Liberali, Tadeusz Marszał, Tomasz Rachwał (wiceprzewodniczący/vice-chair), Piotr Raźniak, Eugeniusz Rydz, Anatoly V. Stepanov, Tadeusz Strykiewicz, Yolanda Carbajal Suárez, Natalia M. Syssoeva, Zdeněk Ščyrba, Anna Tobolska, Géza Tóth, Krzysztof Wiedermann, Nuri Yavan, Zbigniew Ziolo (przewodniczący/chair)

Recenzenci współpracujący od 2017 r. / List of reviewers from 2017

Jadwiga Berbeka, Emilia Bogacka, Krzysztof Borodako, Alicja Brodzka, Marta Chmielewska, Anna Czaplińska, Paweł Czapliński, Jakub Czerniak, Nelly Daszkiewicz, Joanna Dominiak, Wojciech Dyba, Ludmiła Fakaeva, Łukasz Gawor, Agnieszka Głodowska, Hanna Godlewska-Majkowska, Bronisław Górzyński, Bogusława Gregorova, Mihailo Hamkalo, Jerzy Kitowski, Joanna Kizielewicz, Tomasz Komornicki, Arkadiusz Koloś, Janusz Paweł Kostecki, Karolina Kotulewicz-Wisińska, Joanna Kudełko, Barbara Lampić, Bogumiła Lisocka-Jaegermann, Zbigniew Makiela, Cezary Mądry, Grzegorz Micek, Mirosław Mika, Marek Młyńczak, Marta Najda-Janowska, Beata Namysłak, Jan Novotny, Marcin Piątkowski, Agnieszka Rothert, Eugeniusz Rydz, Krzysztof Stachowiak, Piotr Stanek, Marek Szajt, Piotr Szukalski, Przemysław Śleszyński, Maciej Tarkowski, Kadir Temurcin, Maria Tkocz, Anna Tobolska, Krzysztof Wach, Piotr Waląg, Damian Walczak, Magdalena Wdowicka, Marek Więckowski, Agnieszka Żur

Redaktor prowadzący z Wydawnictwa / Publishing House managing editor: Ewa Zamorska-Przytńska

Redaktor językowy / Language editor: Dorota Śrutowska

Korekta w języku angielskim / Proofreading of English texts: Agata Ziółkowska

Deklaracja wersji pierwotnej / Definition of primary version

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

Czasopismo jest indeksowane w bazach / Journal is abstracted and indexed in:

BazEkon, BazHum, CEJSH (The Central European Journal of Social Sciences and Humanities), ERIH PLUS (The European Reference Index for the Humanities and the Social Sciences), PBN – Polska Bibliografia Naukowa / Polish Scientific Bibliography, Pedagogiczna Biblioteka Cyfrowa / Pedagogical Digital Library, POL-index
Web of Science Core Collection - Emerging Sources Citation Index (ESCI)

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

Sekretarze Redakcji (Editorial Secretary):

Wioletta Kilar, Karolina Smętkiewicz

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 2019

Wydawca/Publisher

Uniwersytet Pedagogiczny im. Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie

– Instytut Geografii, Zakład Przedsiębiorczości i Gospodarki Przestrzennej

Pedagogical University of Krakow

– 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

WPROWADZENIE

Kształtowanie rozwoju społeczno-gospodarczego i kulturowego różnej skali układów przestrzennych należy do podstawowych zadań władz państwowych i samorządowych oraz społeczności lokalnej. W tym nurcie w niniejszym zeszycie „Prac Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego” znajdują się dwie grupy prac podejmujące różne zagadnienia uwarunkowań i możliwości działania na rzecz pobudzenia procesów wzrostu, które będą służyły podnoszeniu poziomu i jakości życia społeczeństwa.

Przedmiotem analizy pierwszej grupy prac są wybrane zagadnienia pozwalające na określanie stopnia zróżnicowania poziomu rozwoju społeczno-gospodarczego układów przestrzennych. Ważnymi czynnikami rozwoju ekonomicznego są wdrażane innowacje, wysokość dochodów finansowych oraz poziom wykształcenia społeczeństwa. Do problematyki tej nawiązuje artykuł, w którym w świetle wybranych wskaźników w przekroju województw przedstawiono poziom innowacyjności, wartość dochodów i poziom wykształcenia ludności oraz relacje statystyczne zachodzące między nimi. W odniesieniu do wartości przyjętych wskaźników określono w niej stopień zróżnicowania poszczególnych województw pod względem ich poziomu rozwoju (W. Maciejewski).

W procesie nasilania powiązań społeczno-gospodarczych, ważną funkcję spełnia infrastruktura transportowa. Na tym tle przedstawiono problematykę importu tabo-ru kolejowego w latach 1945–2017, przy czym szczególną uwagę zwrócono na import elektrycznych i spalinowych jednostek trakcyjnych oraz podzespołów i technologii produkcji. Zaprezentowano zmiany głównych obszarów importowych, które dokonały się w wyniku zmian systemu gospodarowania (T. Bocheński, S. Wojtkiewicz).

Działalność transportowa jest istotna w organizacji dużych miast. Szczególne znaczenie ma w nich potencjał i jakość transportu zbiorowego oraz zmieniająca się różnorodność transportu indywidualnego. Wykorzystanie różnych form transportu na terenie miasta związane jest z kosztami i czasem pokonywania odległości. Zagadnienia te zilustrowano badaniami przeprowadzonymi na próbie młodzieży w wieku 19–24 lata. Dla niej najważniejszą rolę odgrywa dostępność czasowa i przestrzenna, która wpływa na wybór środków transportu, a w mniejszym stopniu w tym zakresie decydują koszty (M. Płaziak, A.I. Szymańska).

W procesie rozwoju gospodarczego oraz podnoszenia poziomu i jakości życia ważną rolę odgrywa możliwość zasilania finansowego budżetów domowych. Możliwości w tym zakresie wynikają głównie z przyczyn ekonomicznych (np. ograniczania zatrudnienia z powodu kurczenia rynków pracy) i kulturowych. Nieracjonalne działania kredytowe prowadzą często do niekorzystnych zjawisk związanych z nadmiernym zadłużeniem gospodarstw domowych, które generuje trudności w zakresie realizacji zobowiązań spłacania kredytów. W świetle wstępnych wyników badań wskazano

na duże zróżnicowanie wartości zaległych zobowiązań kredytowych osób fizycznych w przestrzeni krajowej (P. Nowak).

Położenie Polski w przestrzeni europejskiej oraz zasoby wykształconych kadr pracowniczych sprawiają, że jest ona atrakcyjna dla lokalizacji międzynarodowych centrów usług. Na tym tle przeprowadzona została analiza interakcji zachodzących pomiędzy centrami usług o międzynarodowym zasięgu a mniejszymi podmiotami, funkcjonującymi w układach lokalnych. Szczególny nacisk położono na przepływ wiedzy ukrytej, wynikającej z transferu kapitału ludzkiego, pomiędzy centrami usług a przedsiębiorstwami zlokalizowanymi na terenie regionu zachodniopomorskiego (K. Łobacz, P. Niedzielski).

Druga część prac w tym numerze czasopisma dotyczy problematyki kształtowania turystyki, która obecnie staje się ważnym segmentem rozwoju gospodarki wielu krajów, regionów i układów lokalnych. Wskazują na to analizy dotyczące rozwoju usług turystycznych dużych ośrodków miejskich: Szczecina (B. Osóch, K. Tessar), Mauritiusa (B. Wójtowicz), Pueblos Mágicos (A. Winiarczyk-Raźniak, P. Raźniak), a także rozwoju gospodarczego i społecznego krajów słabiej rozwiniętych (M. Jasiński). Prace wskazują, że znaczący wpływ na rozwój działalności turystycznej wywierają także działania na rzecz podnoszenia i upowszechniania wiedzy dotyczące walorów wybranych obszarów, np. Doliny Chochołowskiej (A. Ciurej, A. Chrobak, A. Wolska, Sz. Kowalik) oraz obiektów turystycznych (M. Cembruch-Nowakowski). Współcześnie, wobec postępującego procesu starzenia demograficznego, ważnym segmentem rozwoju turystyki jest turystyka senioralna, która jednak wymaga zorganizowania w atrakcyjnych miejscach odpowiedniego zaplecza noclegowego i rekreacyjnego dla ludzi starszych (M. Żmuda-Pałka, M. Siwek). Duże znaczenie dla władz samorządowych układów lokalnych i gospodarstw domowych mogą mieć różne formy agroturystyki, co ilustrują zaproponowane modele (M. Bajgier-Kowalska, M. Tracz).

Przedstawione przykłady prac badawczych obrazują różne zagadnienia procesu przemian społeczno-gospodarczych w określonych skalach układów przestrzennych. Zachęcamy do kontynuowania i podejmowania dalszych prac w tym zakresie, które pozwolą na coraz precyzyjniejsze określanie uwarunkowań, zmieniających się czynników oraz działań decydentów na rzecz podnoszenia konkurencyjności układów przestrzennych, poprzez wykorzystywanie miejscowych zasobów i przyciąganie czynników z otoczenia, prowadzące do podnoszenia poziomu i jakości życia.

Zbigniew Ziolo, Wioletta Kilar

INTRODUCTION

Shaping the socio-economic and cultural development of spatial systems of different scale is a fundamental task of state and local government, as well as of the community. The present volume of the Studies of the Industrial Geography Commission of the Polish Geographical Society contains two groups of articles addressing different issues of conditions and opportunities of stimulating growth processes which will serve to increase the level and quality of life of the society.

The focus of the first group of papers is on selected issues that allow to determine the differentiation of the socio-economic development of spatial systems. Other important factors of economic development are innovation, revenues, and education level of the society. This topic is referred to in the article which, in the context of selected indicators in voivodeships cross-section, presents the level of innovation, income, and education of the population, as well as statistical relationships between them. Considering the values of the indicators adopted defined was the degree of diversification of particular voivodeships in terms of the level of their development (W. Maciejewski).

In the process of intensification of socio-economic ties, transport infrastructure plays an important role. This served as the background for the issue of imports of rolling stock in the years 1945–2017, with particular attention paid to imports of electric and diesel units and components and technologies for rolling stock production. Presented was a change in the main areas of import which resulted from the transformations of the management system (T. Bocheński, S. Wojtkiewicz).

Transport activity is crucial in the organisation of large cities. The potential and quality of mass transport, as well as the changing diversity of individual transport are of particular importance. The use of different modes of transport in the city is associated with costs and time of covering the distance. These issues were illustrated by studies conducted on a sample of adolescents aged 19–24. For them, the most important is the time and spatial availability which influences the choice of modes of transport, while costs are less important in this case (M. Płaziak, A.I. Szymańska).

The ability to contribute to the household budgets plays an important role in the processes of economic development and raising the level and quality of life. Possibilities for this are mainly due to economic (e.g. reducing employment as a result of shrinking labour markets) and cultural reasons. Unreasonable credit activities often lead to negative phenomena related to the over-indebted households which generates difficulties in the fulfilment of credit obligations. In light of preliminary results of the study, a significant diversity of values of outstanding credit liabilities of natural persons was indicated in national context (P. Nowak).

The location of Poland in the European space and the resources of educated employees make it attractive for locating international service centres. This served as the background for an analysis of the interactions between centres of international coverage and smaller entities that operate within local systems. Particular emphasis was

placed on the flow of hidden knowledge resulting from the transfer of human capital between service centres and enterprises located in the West-Pomeranian region (K. Łobacz, P. Niedzielski).

The second group of papers included in the present volume concerns the development of tourism which is now becoming an important element of the development of economy of many countries, regions and local systems. This is indicated by analyses concerning the development of tourist services of large urban centres: Szczecin (B. Osóch, K. Tessar), Mauritius (B. Wójtowicz), Pueblos Mágicos (A. Winiarczyk-Raźniak, P. Raźniak), as well as the economic and social development of the less-developed countries (M. Jasiński). The papers suggest that a significant impact on the development of tourism activities is also exerted by efforts to raise and spread knowledge on the qualities of selected areas, e.g. Chochółowska Valley (A. Ciurej, A. Chrobak, A. Wolska, S. Kowalik) and of tourist facilities (M. Cembruch-Nowakowski). Nowadays, in the face of a progressing ageing of the society, an important segment of tourism development is senior tourism which, however, requires the adequate and suitable accommodation and recreational facilities for the elderly to be located in attractive places (M. Żmuda-Pałka, M. Siwek). Various forms of agrotourism can be of major importance for local authorities and households, as illustrated by the models proposed (M. Bajgić-Kowalska, M. Tracz).

Presented research papers illustrate the different aspects of socio-economic transformations in spatial systems of certain scale. We encourage you to continue and further the research in this field which will allow for the more precise determination of the conditions, changing factors, and actions of the decision-makers undertaken to improve the competitiveness of spatial systems through the use of local resources and through attracting external factors, leading to raising the level and quality of life.

Zbigniew Zioto, Wioletta Kilar

WOJCIECH MACIEJEWSKI

Uniwersytet Pedagogiczny w Krakowie, Polska
Pedagogical University of Kracow, Poland

Innowacje, dochód, edukacja – analiza przestrzenna Polski

Innovation, Income, Education – Spatial Analysis of Poland

Streszczenie: Innowacje, dochody i poziom wykształcenia są kategoriami, których zależność na pozór wydaje się oczywista. Problem pojawia się w sytuacji, gdy zaczynamy analizować znaczenie wprowadzania innowacji w gospodarce dla przeciętnego obywatela, czy też jak wzrost wartości kapitału ludzkiego przekłada się na dochód przeciętnego obywatela. W artykule zaprezentowane zostaną wskaźniki określające poziom innowacyjności (W_i), dochodów (W_d) i poziomu wykształcenia (W_w), z podziałem na województwa. Następnie na podstawie wartości tych wskaźników zbadane zostaną wzajemne zależności między innowacjami, dochodami i poziomem wykształcenia. W celu obliczenia poszczególnych wskaźników posłużono się względnym współczynnikiem będącym miarą agregatową średnich arytmetycznych ze zmiennych diagnostycznych, które zostały poddane unitaryzacji. Zmienne diagnostyczne zostały wstępnie poddane eliminacji, przyjmując wartość współczynnika zmienności na poziomie $v < 0,1$, a następnie wyeliminowano zmienne objaśniające, które skorelowane były na poziomie $r > 0,8$. Z przeprowadzonych obliczeń wynika, że województwo mazowieckie uzyskało najwyższe wartości wskaźników w każdej kategorii. W przypadku innowacyjności najniższą wartość wskaźnika uzyskało województwo warmińsko-mazurskie, dla wskaźnika poziomu wykształcenia najniższą wartość uzyskało województwo lubuskie, a w przypadku wskaźnika dochodowego najniższą wartość przypadła województwu podkarpackiemu. Wskaźniki innowacyjności i poziomu wykształcenia dla poszczególnych województw są ze sobą mocno skorelowane, wartość korelacji liniowej Pearsona wyniosła $r(16) = 0,7$ przy poziomie istotności $p = 0,003$. Badania w tym zakresie mogą okazać się inspiracją do głębszego zbadania wpływu ww. wskaźników na inne zmienne ekonomiczne.

Abstract: Innovation, income and education are categories whose apparent dependence seems to be obvious. The problem arises when we attempt to analyse the importance of launching innovations in the economy for the average citizen, or how the increase in the value of human capital translates into the income of the average citizen. The article presents indicators, divided into Polish voivodeships (regions), defining the level of innovation (W_i), income (W_d), and level of education (W_w). Then, based on the value of these indicators, the interrelations between innovation, income and education level was examined. In order to calculate individual indices we used a relative coefficient of an aggregate measure of arithmetic means from diagnostic variables that were subjected to unitarisation. At the outset, diagnostic variables were eliminated, assuming the coefficient of variation at the level of $v < 0.1$, and then eliminated explanatory variables were correlated at the level of $r > 0.8$. The calculations show that in each category the Mazowieckie Voivodeship had the highest values, in the category of innovation the lowest value was obtained by the Warmińsko-Mazurskie Voivodeship, the Lubuskie Voivodeship received the lowest value for the indicator of educational level, and the lowest value of the income index was obtained by the Podkarpackie Voivodeship. Indices of innovation and level of education

for individual voivodeships are strongly correlated. The Pearson's linear correlation reaches the value of $r(16) = 0.7$ at the level of significance $p = 0.003$. Research in this area may be an inspiration for a deeper study of the impact of the above indicators on other economic variables.

Słowa kluczowe: dochód; edukacja wyższa; innowacje; poziom rozwoju; poziom wykształcenia; przychód na mieszkańca; rozwój gospodarczy

Key words: economic development; higher education; innovations; income; income per capita; level of development; level of education

Otrzymano: 27 grudnia 2018

Received: 27 December 2018

Zaakceptowano: 29 czerwca 2019

Accepted: 29 June 2019

Sugerowana cytacja / Suggested citation:

Maciejewski, W. (2019). Innowacje, dochód, edukacja – analiza przestrzenna Polski. *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego*, 33(3), 7–16. doi: 10.24917/20801653.333.1

WSTĘP

Innowacje przyspieszają przemiany w sferze społeczno-gospodarczej, przyczyniają się do rozwoju cywilizacyjnego i wzrostu produktywności (Solow, 1957; Schumpeter, 1960). Wspomniane przemiany oraz innowacyjność gospodarki są dziełem osób posiadających wiedzę, kompetencje i umiejętności, wynikające z ich doświadczenia, twórczości, postaw przedsiębiorczych oraz zdobytego wykształcenia (Jones, Romer, 2010; Galor 2011; Gennaioli, La Porta, Lopez-de-Silanes, Shleifer, 2013; Acemoglu, Gallego, Robinson, 2014). Ważnym elementem wprowadzania nowych rozwiązań są także zachęty ze strony rządów i organów władzy lokalnej, bez wsparcia których wdrażanie innowacji mogłoby okazać się utrudnione bądź nawet niemożliwe (Ashford, 2000; Bossink, 2002; Wach 2014; Patanakul, Pinto, 2014; Borowiec-Gabryś, Dorocki, Zdon-Korzeniowska, 2015; Wiktorska-Święcka, Kozak, 2015). Pojęcie innowacji zostało zdefiniowane w podręczniku metodologicznym badań nad innowacjami, za innowacje uznano: „Nowy lub poprawiony produkt lub usługę (lub kombinację obu) różniące się znacznie od poprzedniego produktu lub poprzedniej usługi oraz [który] został udostępniony użytkownikom lub wprowadzony do użytku (OECD, Eurostat, 2018: 20). W potocznym rozumieniu innowacje mają na celu wprowadzenie czegoś nowego, lepszego (Gajda, 2015). Zmiany te mogą obejmować produkty, usługi, metody organizacyjne, procesy wytwarzania czy narzędzia marketingowe. Innowacje są także obecne w sferze rozwoju społecznego. Powszechne stosowanie pojęcia innowacji społecznych odnosi się do idei nakierowanych na działania dla dobra publicznego (Kwaśnicki, 2015).

Innowacje są tematem wielu opracowań naukowych, raportów czy strategii tworzonych na potrzeby działań lokalnych i międzynarodowych, np. *Europa 2020*¹. Czynniki wpływające na zachęcanie do innowacyjnych rozwiązań jest bardzo wiele, jednak wprowadzanie identycznych rozwiązań nie zawsze skutkuje identycznymi zmianami. Zależą one od wielu uwarunkowań lokalnych, takich jak kultura, stopień absorpcji nowych rozwiązań, dochody i wiele innych.

¹ Unijny program przyjęty przez Komisję Europejską, mający na celu inteligentny, trwały i sprzyjający włączeniu społecznemu wzrost gospodarczy.

KORZYŚCI Z WPROWADZANIA INNOWACJI

Wprowadzanie innowacyjnych rozwiązań pozwala na efektywniejsze wykorzystanie zasobów przedsiębiorstwa, zwiększa jakość pracy, a na rynek dostarczane są lepszej jakości produkty. Potwierdza to raport KPMG *Działalność innowacyjna przedsiębiorstw w Polsce* (2018), według którego wdrożenie innowacji pozwoliło na poprawienie jakości produktów i usług, polepszenie postrzegania marki, zwiększenie efektywności operacyjnej, umocnienie pozycji konkurencyjnej, zwiększenie sprzedaży i zredukowanie kosztów operacyjnych. Inwestycje w innowacje przynoszą bezpośrednie korzyści przedsiębiorstwom, jakimi są oszczędności będące rezultatem efektywniejszego wykorzystania zasobów, jednak nie są to jedyne benefity wdrażania innowacyjnych rozwiązań. Korzyści osiąmane przez przedsiębiorstwa przenoszą się na inne obszary, takie jak środowisko, wzrost konkurencyjności gospodarki, lepsze zaspokojenie potrzeb społeczeństwa czy wzrost kapitału ludzkiego. Nie sposób wymienić wszystkich korzyści z wprowadzania innowacyjnych rozwiązań. Wynika to z jednej strony z trudności metodycznych samego badania, a z drugiej – z ciągłych zmian w tym obszarze. Trudno bowiem uznać, które z działań są jeszcze innowacyjne, a które to już rozwiązania ogólnie przyjęte i powszechne, które w danym sektorze nie są już uznawane za innowacje.

Wspomniany wzrost kapitału społecznego jest po części rezultatem wprowadzania innowacji, ponieważ determinuje do adaptowania przez społeczeństwo nowych rozwiązań i ciągłego zdobywania wiedzy czy odbywania szkoleń podnoszących kwalifikacje, bez których korzystanie z nowych rozwiązań byłoby niemożliwe (Baumol, 2005). Zwiększa się zatem wartość kapitału ludzkiego i jego produktywność. Wyższy poziom innowacji i wyższy poziom wykształcenia powinien także wpływać na wzrost dochodów, nie tylko osób bezpośrednio zaangażowanych we wdrażanie innowacji, ale też szeroko rozumianego społeczeństwa. Taką korzyścią może być chociażby zwiększenie siły nabywczej, poprzez dostarczanie na rynek lepszych i tańszych towarów lub usług.

METODOLOGIA BADAŃ

Głównym celem artykułu jest analiza porównawcza polskich województw według trzech kategorii: innowacyjności, dochodów², poziomu wykształcenia. Następnie zostaną porównane zależności między wskaźnikami dla poszczególnych województw i zweryfikowane zostanie, czy występują korelacje między innowacyjnością, osiąganymi dochodami i poziomem wykształcenia.

Na potrzeby przeprowadzenia badań sformułowano następujące pytania badawcze:

- Czy na poziomie województw występuje zależność między innowacyjnością a poziomem wykształcenia?
- Czy na poziomie województw występuje zależność między innowacyjnością a przychodami osiąganymi przez społeczeństwo?
- Czy na poziomie województw występuje zależność między poziomem wykształcenia a przychodami osiąganymi przez społeczeństwo?

² Pojęcie dochodu w niniejszym artykule należy rozumieć jako przychód netto na 1 mieszkańca.

Do obliczenia wskaźnika innowacyjności jako zmienne determinujące przyjęto:

- X_1 – nakłady na działalność badawczo-rozwojową jako udział procentowy w PKB województwa w 2016 roku,
 - X_2 – odsetek przedsiębiorstw przemysłowych ponoszących nakłady na działalność innowacyjną,
 - X_3 – przychody netto ze sprzedaży nowych lub ulepszonych produktów jako odsetek ze sprzedaży ogółem,
 - X_4 – nakłady na działalność innowacyjną w przemyśle jako udział procentowy w PKB województwa w 2016,
 - X_5 – liczba zgłoszony wzorów użytkowych w Urzędzie Patentowym na 1 mln mieszkańców w 2016 roku,
 - X_6 – liczba udzielonych patentów na 1 mln mieszkańców w 2016,
 - X_7 – liczba studentów jako odsetek mieszkańców województwa,
 - X_8 – podmioty badawczo-rozwojowe na 100 tys. mieszkańców w województwie w 2016 roku,
 - X_9 – przedsiębiorstwa przemysłowe, które współpracowały w zakresie działalności innowacyjnej, jako % wszystkich przedsiębiorstw przemysłowych.
- Dla wskaźnika dochodów ludności jako zmienną determinującą przyjęto:
- X_1 – przeciętne przychody netto na 1 osobę w gospodarstwach domowych w 2016 roku.

Do obliczenia wskaźnika poziomu wykształcenia ludności jako zmienne determinujące przyjęto:

- X_1 – absolwenci uczelni wyższych w województwie na 1 mln mieszkańców,
- X_2 – liczba uczelni wyższych i zamiejscowych jednostek organizacyjnych na 1 mln mieszkańców,
- X_3 – odsetek studentów otrzymujących stypendia dla najlepszych studentów w województwie,
- X_4 – odsetek osób z wyższym wykształceniem w województwie.

W pierwszej fazie doboru zmiennych determinujących do wskaźników wybrano więcej cech statystycznych. Wyeliminowane zostały zmienne, których współczynnik zmienności miał wartość $v < 0,1$, a w dalszej kolejności zrezygnowano ze zmiennych, których korelacje z innymi zmiennymi miały wartość $r > 0,8$. Ostatecznie we wskaźnikach innowacyjności, dochodów i poziomu wykształcenia nie uwzględniono następujących zmiennych:

- pracujący w działalności badawczo-rozwojowej i innowacyjnej jako odsetek wszystkich pracujących w województwie w 2016 roku (dla wskaźnika innowacji),
- średni dochód brutto na pracującego w województwie w 2016 roku (dla wskaźnika dochodów),
- liczba studentów w województwie na 1 mln mieszkańców (dla wskaźnika poziomu wykształcenia).

Do obliczenia ww. wskaźników wykorzystano względny współczynnik będący miarą agregatową średnich arytmetycznych ze zmiennych diagnostycznych poddanych unitaryzacji. Każdej zmiennej przypisano taką samą wagę. Współczynnik jest wyrażony wzorem (Kłóska, 2010):

$$Wx = \frac{100}{m} \sum_{j=1}^m a_j x_{ij},$$

gdzie:

W_x – względny współczynnik innowacyjności/dochodów/poziomu wykształcenia,

m – liczba cech statystycznych,

a_j – waga j -tej zmiennej,

X_{ij} – znormalizowana metoda unitaryzacji wartości cech statystycznych.

Normalizacja cech statystycznych została policzona następującym algorytmem (Kłóska, 2010):

dla stymulant	dla destymulant
$x'_{ij} = \frac{x_{ij} - \min\{x_{ij}\}}{\max\{x_{ij}\} - \min\{x_{ij}\}}$	$x'_{ij} = \frac{\max\{x_{ij}\} - x_{ij}}{\max\{x_{ij}\} - \min\{x_{ij}\}}$

Wartości współczynników zawierają się w przedziale od 0 do 100, przy czym wyższa wartość wskaźnika oznacza wyższe miejsce danego województwa w ogólnym rankingu. Do obliczenia zależności między wartościami wskaźników dla poszczególnych województw wykorzystano współczynniki korelacji Pearsona. Przyjęto poziom istotności dla $p < 0,05$.

Dane do obliczenia ww. wskaźników pozyskano z *Banku Danych Lokalnych Głównego Urzędu Statystycznego* (2019), *Rocznika statystycznego województw 2016* (2018), opracowania *Szkoły wyższe i ich finanse w 2016* (2018) oraz *Rocznika statystycznego przemysłu 2017* (2019). Wszystkie zebrane dane dotyczą roku 2016.

WSKAŹNIKI INNOWACYJNOŚCI, POZIOMU WYKSZTAŁCENIA I DOCHODÓW

Na podstawie obliczeń, zgodnie z ww. wzorami i przyjętymi zmiennymi, uzyskano wartości wskaźników innowacyjności, poziomu wykształcenia i dochodów dla poszczególnych województw. Zamieszczone w tabeli 1 dane pozwolą na stworzenie map we wcześniej wspomnianych kategoriach, przeanalizowanie danych i porównanie województw względem poszczególnych kategorii.

Tabela 1. Wartości wskaźników dla województw w 2016 roku

Województwo	Wskaźnik innowacyjności W_i	Wskaźnik poziomu wykształcenia W_w	Wskaźnik dochodów W_d
dolnośląskie	88,2	56,4	54,2
kujawsko-pomorskie	40,1	35,2	26,1
lubelskie	39,6	37,9	24,1
lubuskie	13,3	5,3	39,4
łódzkie	42,2	33,0	47,2
małopolskie	88,0	56,4	30,3
mazowieckie	90,8	69,2	100,0

opolskie	42,5	29,5	47,7
podkarpackie	69,8	48,5	0,0
podlaskie	49,9	54,4	38,3
pomorskie	56,9	54,7	54,4
śląskie	60,5	29,2	45,3
świętokrzyskie	26,8	45,4	23,8
warmińsko-mazurskie	8,7	22,7	31,6
wielkopolskie	38,3	39,3	30,1
zachodniopomorskie	23,8	54,8	29,1

Źródło: obliczenia własne

Wskaźnik dochodów W_d ma wartości 0 dla województwa podkarpackiego i 100 dla województwa mazowieckiego, ponieważ w przypadku dochodów przyjęto jedną zmienną objaśniającą. Arbitralnie uznano, że przychody netto na 1 osobę w gospodarstwach domowych wystarczająco definiują wszystkie przychody osiągane przez społeczeństwo. Dodatkowo zamiarem autora było przeanalizowanie dochodów, których źródłem jest nie tylko praca zarobkowa. Przyjęto założenie, że innowacje i wyższy poziom wykształcenia powinny przynosić korzyści całemu społeczeństwu.

Według przyjętych założeń najbardziej innowacyjnym województwem w Polsce jest województwo mazowieckie, dla którego wartość wskaźnika wynosi 90,8, natomiast najmniej innowacyjne okazało się województwo warmińsko-mazurskie z wartością wskaźnika na poziomie 8,7 (rycina 1).

Województwa dolnośląskie i małopolskie również uzyskały wysoki wskaźnik innowacyjności, odpowiednio 88,2 i 88,0 punktów. Różnica między najbardziej a najmniej innowacyjnym województwem wynosi 82,1 punktu.

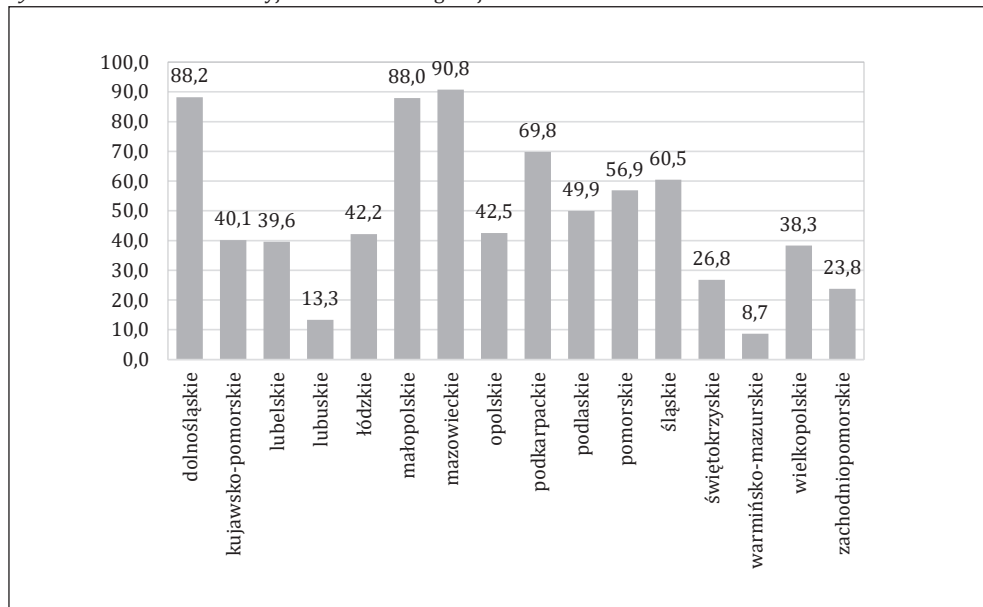
Dane zamieszczone na rycinie 2 przedstawiają wartości wskaźnika poziomu wykształcenia. Również w tym przypadku województwo mazowieckie ma najwyższą wartość na poziomie 69,2 punktu. Najmniejszą wartość wskaźnika uzyskało województwo lubuskie z wartością 5,3 punktu. Różnica między najwyższą a najniższą wartością wynosi 63,9 punktu.

Wartości wskaźnika poziomu wykształcenia nie okazały się tak zróżnicowane jak w przypadku poziomu innowacyjności. Zbliżone poziomy wskaźnika W_w $\pm$ 2 punkty uzyskało jednocześnie pięć województw: dolnośląskie, małopolskie, podlaskie, pomorskie i zachodniopomorskie.

Korzyści z wprowadzania innowacji są najszybciej odczuwane przez podmioty bezpośrednio zaangażowane w ten proces. Są one jednocześnie narażone na straty wynikające z wprowadzenia nieudanych rozwiązań o znamionach innowacyjności. Z czasem jednak korzyści powinny odczuwać również inne sektory gospodarki i całe społeczeństwo.

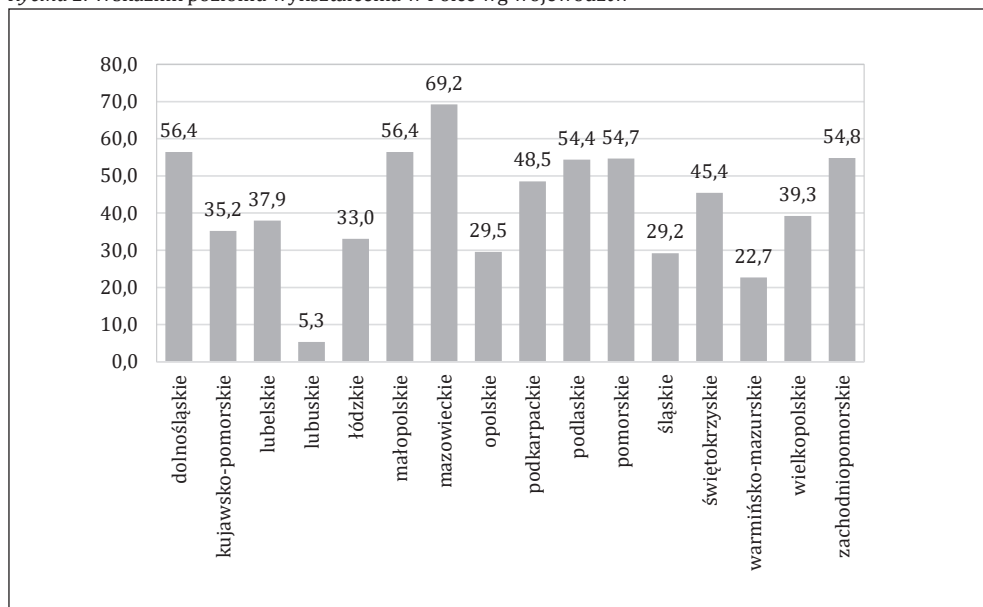
Jedną z korzyści wynikających z rozwoju gospodarczego, będącego po części wynikiem wprowadzania innowacji, jest wzrost dochodów. Najczęściej publikowanymi danymi w tej kategorii są średnie wynagrodzenia brutto, jednak ze względu na niespełnienie warunku współczynnika zmienności na poziomie $v < 0,1$ dane te nie zostały uwzględnione we wskaźniku dochodu. Uznano, że wartości przychodu netto na 1 mieszkańca są wystarczająco dokładną miarą dochodu. Najwyższą wartość wskaźnika

Rycina 1. Wskaźnik innowacyjności w Polsce wg województw



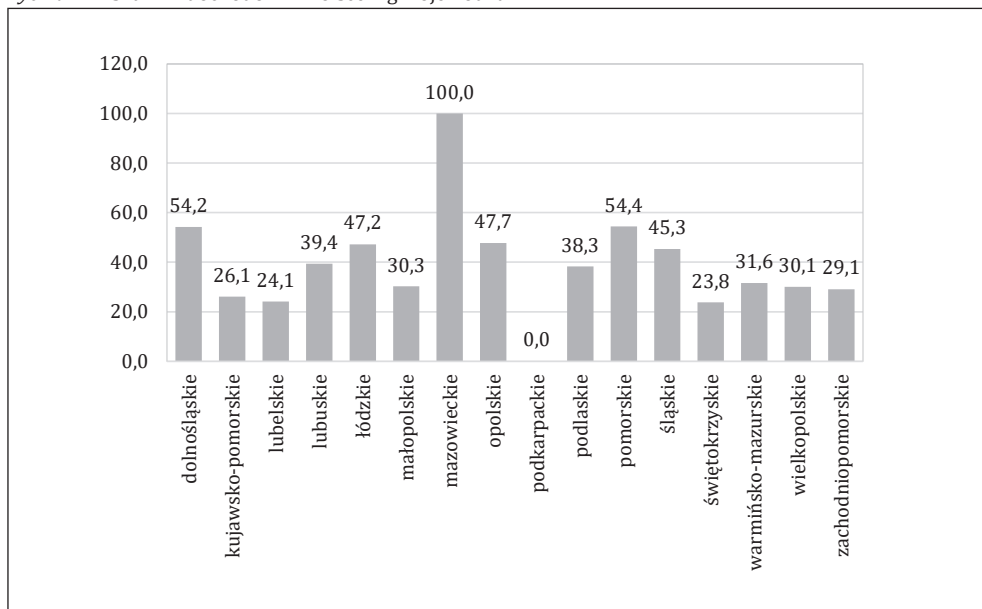
Źródło: obliczenia własne

Rycina 2. Wskaźnik poziomu wykształcenia w Polsce wg województw



Źródło: obliczenia własne

Rycina 3. Wskaźnik dochodów w Polsce wg województw



Źródło: obliczenia własne

uzyskało województwo mazowieckie z wartością 100 punktów, a najniższą województwo podkarpackie z wartością 0³. Przeciętne wartości wskaźnika uzyskały województwa: pomorskie $W_w = 54,4$, dolnośląskie $W_w = 54,2$, opolskie $W_w = 47,7$, łódzkie $W_w = 47,2$ oraz śląskie $W_w = 45,3$ (rycina 3).

W tabeli 2 zamieszczono korelacje między wskaźnikami W_i , W_w i W_d dla województw. Zależność między wskaźnikiem W_i i W_w wynosi $r(16) = 0,7$ przy poziomie istotności $p = 0,003$, zatem istnieje silna zależność innowacyjności i poziomu wykształcenia na poziomie województw.

W przypadku zależności między wskaźnikami W_i i W_d korelacja Pearsona wynosi $r(16) = 0,403$, przy poziomie istotności $p = 0,122$. Zależność między innowacyjnością a dochodami w przypadku danych wskaźników nie jest istotna statystycznie. Kolejna zależność między wskaźnikami W_w a W_d wynosi $r(16) = 0,301$, przy poziomie istotności $p = 0,258$; zależność ta również nie jest istotna statystycznie.

Autor jest świadomy ograniczeń, jakie mają przedstawione wyżej wyniki. Przede wszystkim analiza dotyczy konkretnego roku, brakuje przedstawienia dynamiki zmian poszczególnych wskaźników. Proces wprowadzania innowacji, kapitał społeczny czy dochody nie zawsze zmieniają się w tym samym tempie. Zwrot z inwestycji w innowacje czy kapitał społeczny może być rozłożony w trudnym do określenia przedziale czasowym.

³ Uzyskanie ekstremalnych wartości wskaźnika dochodowego (0, 1) wynika z uwzględnienia w nim tylko jednej zmiennej określającej, jednak w przypadku pozostałych wskaźników takie wartości również mogłyby zostać uzyskane, gdyby np. województwo mazowieckie uzyskało najwyższe wartości dla każdej ze zmiennej określającej.

Tabela 2. Zależności między wskaźnikami innowacyjności, poziomu wykształcenia, dochodów

		Wskaźnik innowacyjności W_i	Wskaźnik poziomu wykształcenia W_w	Wskaźnik dochodów W_d
Wskaźnik innowacyjności W_i	korelacja Pearsona	1	0,700	0,403
	poziom istotność		0,003	0,122
Wskaźnik poziomu wykształcenia W_w	korelacja Pearsona		1	0,301
	poziom istotności			0,258
Wskaźnik dochodów W_d	korelacja Pearsona			1
	poziom istotności			

Źródło: obliczenia własne N = 16

WNIOSKI I REKOMENDACJE

Pozytywny wpływ innowacji na gospodarkę można uznać za aksjomat. Dlatego też na poziomie lokalnym, krajowym i międzynarodowym wprowadzane są zachęty do inwestycji w nowe rozwiązania, których rezultatem będzie efektywniejsze wykorzystanie zasobów z uwzględnieniem potrzeb środowiska naturalnego i potrzeb społecznych. Wykazana silna zależność innowacyjności i poziomu wykształcenia potwierdza znaczenie kapitału ludzkiego dla rozwoju innowacyjności. Jest ona bowiem dziełem pracy i wysiłku intelektualnego. Pozostałe zależności ze względu na brak statystycznej istotności trudno poddać dokładnej ocenie. Trudno określić, jakie jest opóźnienie czasowe dla wyższych przychodów w wyniku uzyskania wyższego poziomu wykształcenia społeczeństwa. Wiele badań jednoznacznie wskazuje, że osoby z wyższym wykształceniem osiągają wyższe dochody (Sedlak & Sedlak, 2018). Badania wpływu innowacji, poziomu wykształcenia czy wysokości przychodów na inne kategorie ekonomiczne mogą się okazać przydatne nie tylko dla nauki, ale także dla biznesu i na użytek władz, zarówno na poziomie lokalnym, narodowym, jak i ponadnarodowym.

Literatura

References

- Acemoglu, D., Gallego, F.A., Robinson, J.A. (2014). Institutions, human capital and development. *Annual Review of Economics*, 6, 875–912.
- Ashford, N.A. (2002). Government and environmental innovation in Europe and North America. *The American Behavioral Scientist*, 45(9), 1417–1434.
- Bank Danych Lokalnych (2019, 10 grudnia). Główny Urząd Statystyczny. Pozyskano z <https://bdl.stat.gov.pl/BDL/start>
- Baumol, W.J. (2005). Education for Innovation: Entrepreneurial Breakthroughs versus Corporate Incremental Improvements. *Innovation Policy and the Economy*, 5, 33–56.
- Borowiec-Gabryś, M., Dorocki, S., Zdon-Korzeniowska, M. (2015). Aktywność samorządów terytorialnych w tworzeniu gospodarki opartej na wiedzy w województwie małopolskim. *Przedsiębiorczość – Edukacja*, 11, 140–151.
- Bossink, B.A.G. (2002). A Dutch public-private strategy for innovation in sustainable construction. *Construction Management and Economics*, 20, 633–642.
- Dojrzałość innowacyjna przedsiębiorstw w Polsce (2018, 10 grudnia). Raport KPMG. Infografika. Pozyskano z <https://assets.kpmg.com/content/dam/kpmg/pdf/2016/03/infografika-dojrzalosc-innowacyjna.pdf>

- Gajda, W. (2015). Innowacyjność polskiego przemysłu na tle przemysłu światowego. *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego*, 29(1), 42–55.
- Galor, O. (2011). *Unified Growth Theory*. New Jersey: Princeton University Press.
- Gennaioli, N., La Porta, R., Lopez-de-Silanes, F., Shleifer, A. (2013). Human capital and regional development. *Quarterly Journal of Economics*, 128, 105–164.
- Jones, C.I., Romer, P.M. (2010). The new kaldor facts: Ideas, institutions, population, and human capital. *American Economic Journal: Macroeconomics*, 2, 224–245.
- Kłóska, R. (2010). Innowacyjność województw w Polsce. W: L. Woszczek, T. Grabiński, A. Tabor (red.). *Rozwój ekonomiczno-społeczny mikro i makroregionów*. Część I. Chrzanów: Szkoła Przedsiębiorczości i Marketingu w Chrzanowie, 59–66.
- Kwaśnicki, W. (2015). Innowacje społeczne – nowy paradygmat czy kolejny etap w rozwoju kreatywności człowieka? W: W. Misztal, G. Chimiak, A. Kościński (red.). *Obywatelskość wobec kryzysu: uśpieni czy innowatorzy*. Warszawa: Instytut Filozofii i Socjologii Polskiej Akademii Nauk, 23–58.
- OECD, Eurostat (2018). *Oslo Manual 2018, Guidelines for Collecting, Reporting and Using Data on Innovation, 4th Edition, The Measurement of Scientific, Technological and Innovation Activities*. Paris: OECD Publishing. Luxembourg: Eurostat. Pozyskano z <https://doi.org/10.1787/9789264304604-en>
- Patanakul, P., Pinto, J.K. (2014). Examining the roles of government policy on innovation. *The Journal of High Technology Management Research*, 25(2), 97–107.
- Rocznik statystyczny przemysłu 2017* (2019, 10 grudnia). Pozyskano z https://stat.gov.pl/files/gfx/portalinformacyjny/pl/defaultaktualnosci/5515/5/11/1/rocznik_statystyczny_przemyslu_2017.pdf
- Rocznik statystyczny województw 2016* (2018, 10 grudnia). Pozyskano z <https://stat.gov.pl/obszary-tematyczne/roczniki-statystyczne/roczniki-statystyczne/rocznik-statystyczny-wojewodztw-2016,4,11.html>
- Schumpeter, J.A. (1960). *Teoria rozwoju gospodarczego*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Sedlak & Sedlak (2018, 10 grudnia). Ogólnopolskie badanie wynagrodzeń przeprowadzone w 2017 roku. Pozyskano z <http://wynagrodzenia.pl/t/ogolnopolskie-badanie-wynagrodzen-np>
- Solow, R.M. (1957). Technical Change and the Aggregate Production Function. *Review of Economics and Statistics*, 39, August, 312–320.
- Szkoły wyższe i ich finanse w 2016* (2018, 10 grudnia). Pozyskano z <https://stat.gov.pl/obszary-tematyczne/edukacja/szkoły-wyższe-i-ich-finance-w-2016-r,2,13.html>
- Wach, K. (2014). Paradygmat gospodarki przedsiębiorczej a polityka wspierania przedsiębiorczości (rozdział 1). W: K. Zieliński (red.). *Formy i przejawy współczesnej przedsiębiorczości w Polsce*. Warszawa: Difin, 13–30.
- Wiktorska-Święcka, A., Kozak, K. (2015). *Partycypacja publiczna w zarządzaniu rozwojem lokalnym*. Warszawa: Atut.

Wojciech Maciejewski, dr, adiunkt w Katedrze Ekonomii i Polityki Gospodarczej Uniwersytetu Pedagogicznego w Krakowie. Członek zarządu Stowarzyszenia Naooka. Zainteresowania badawcze dotyczą obszarów przedsiębiorczości, cech przedsiębiorczych, problematyki decyzji oraz czynników wpływających na powodzenia przedsięwzięć gospodarczych.

Wojciech Maciejewski, PhD, assistant professor in the Department of Economics and Economic Policy of the Pedagogical University of Krakow. Member of the board of the Naooka Association. Research interests concern the areas of entrepreneurship, entrepreneurial features, decision issues and factors affecting the success of business ventures.

ORCID: 0000-0002-5761-0489

Adres/address:

Uniwersytet Pedagogiczny
Wydział Politologii
Instytut Prawa, Administracji i Ekonomii
Katedra Ekonomii i Polityki Gospodarczej
ul. Podchorążych 2, 30-084 Kraków, Polska
e-mail: wmaciejewski@up.krakow.pl

TADEUSZ BOCHENSKI

Uniwersytet Szczeciński, Polska
University of Szczecin, Poland

SEBASTIAN WOJTKIEWICZ

Uniwersytet Szczeciński, Polska
University of Szczecin, Poland

Import taboru kolejowego do Polski

Import of Rolling Stock to Poland

Streszczenie: Autorzy postanowili zbadać, jaka była rola importu taboru kolejowego i jego elementów w zaspokojeniu potrzeb polskiego rynku kolejowego oraz skąd pochodził importowany tabor. Zakres czasowy badań objął lata 1945–2017, ale ze względu na różne uwarunkowania gospodarcze analizę przeprowadzono w trzech okresach: 1945–1989, 1990–2001 i 2002–2018. W badaniach pominięto tabor parowy oraz wagony, a skupiono się na elektrycznych i spalinowych jednostkach trakcyjnych. Uwzględniono także kwestie związane z importem technologii i podzespołów do produkcji tego rodzaju taboru na terenie Polski. Wskazano uwarunkowania sprowadzania taboru z zagranicy, miejsce produkcji importowanych pojazdów eksploatowanych w Polsce oraz kraje, w których były one użytkowane, jeśli sprowadzono je jako używane. W okresie PRL import taboru odbywał się głównie w ramach RWPG. Z importu pochodziła znaczna część taboru spalinowego, zaś tabor elektryczny produkowano głównie w kraju. Istotne znaczenie miał zakup licencji na produkcję podzespołów i lokomotyw elektrycznych w Europie Zachodniej. W latach dziewięćdziesiątych XX wieku znacząco spadło zapotrzebowanie na tabor, w tym także na jego import. Natomiast po otwarciu rynku kolejowego w 2002 roku zapotrzebowanie na tabor istotnie wzrosło, co przełożyło się także na zwiększony import – najpierw używanego, a potem nowego taboru. Współcześnie sprowadzano z zagranicy przede wszystkim lokomotywy oraz podzespoły do produkcji taboru w kraju – głównie z Niemiec.

Abstract: The authors examined the role of rolling stock import and its elements in meeting the needs of the Polish rail market and the sources of the imported rolling stock. The time range of the research covered the years 1945–2017, but due to different economic conditions, the analysis was carried out for three periods: 1945–1989, 1990–2001 and 2002–2018. In the research, the steam locomotives were omitted, and the analysis covered electric and diesel rolling stock. Issues related to the import of technologies and components for rolling stock production in the country were also taken into account. The conditions of importing the rolling stock from abroad, the place of production of imported vehicles operated in Poland and the countries in which they were used, if they were imported as used, were indicated. Import of rolling stock in the PPR took place mainly within the frame of CMEA. A significant part of the diesel rolling stock came from import, and the electric rolling stock was largely produced in the country. Important were the purchase of licenses for the production of electric locomotives and components for its production in Western Europe. In the 1990s, the demand for rolling stock decreased significantly and this also included import. However, after the opening of the railway market in 2002, the demand for rolling stock increased and so did the imports – first used vehicles and later new rolling stock. Currently, locomotives and components for rolling stock production in the country were imported from abroad.

Słowa kluczowe: import taboru kolejowego; import technologii do produkcji; produkcja taboru kolejowego; tabor kolejowy w Polsce

Keywords: production of rolling stock; rolling stock import; rolling stock in Poland; technology import for production

Otrzymano: 22 grudnia 2018

Received: 22 December 2018

Zaakceptowano: 23 maja 2019

Accepted: 23 May 2019

Sugerowana cytacja / Suggested citation:

Bocheński, T., Wojtkiewicz, S. (2019). Import taboru kolejowego do Polski. *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego*, 33(3), 17–35. doi: 10.24917/20801653.333.2

WSTĘP

Tabor kolejowy eksploatowany przez polskich przewoźników pochodził zarówno z produkcji krajowej, jak i z importu. O produkcji i modernizacji taboru kolejowego w Polsce po 1990 roku pisali na łamach niniejszego czasopisma S. Wojtkiewicz i T. Bocheński (2018).

Celem badań przedstawionych w artykule było określenie znaczenia importu taboru kolejowego dla zaspokojenia potrzeb polskiego rynku kolejowego oraz identyfikacja zakładów, z których pochodził tabor sprowadzony do Polski z zagranicy.

Zakres czasowy badań objął lata 1945–2017, ale ze względu na różne uwarunkowania gospodarcze analizę przeprowadzono w trzech okresach: Polska Ludowa 1945–1989 oraz Rzeczpospolita Polska w latach 1990–2001 i 2002–2018. W badaniach pominięto tabor parowy, a skupiono się na elektrycznych i spalinowych jednostkach trakcyjnych. Zwrócono także uwagę na import technologii i podzespołów do tego rodzaju taboru produkowanego na terenie Polski. Bardziej szczegółowo przeanalizowano okres po otwarciu rynku kolejowego w 2002 roku.

Zebrano i zaprezentowano dane o wielkości importu taboru kolejowego według jego rodzaju (lokomotywy, zespoły trakcyjne) oraz tego, czy były to pojazdy nowe, czy używane. Omówiono także uwarunkowania sprowadzania taboru z zagranicy. Wskazano miejsce produkcji importowanych pojazdów eksploatowanych w Polsce oraz kraje, w których były one użytkowane, jeśli sprowadzono je jako używane. Część współcześnie produkowanego taboru była wytwarzana przez duże koncerny mające zakłady w wielu miejscach na terenie różnych państw. Za tabor importowany uznano również taki, którego elementy powstawały w Polsce, ale finalny montaż odbywał się za granicą.

Ważnym źródłem informacji o taborze kolejowym eksploatowanym w Polsce były artykuły publikowane w czasopiśmie „Technika Transportu Szynowego”, m.in. autorstwa M. Graffa (2007, 2012a, 2012b, 2013, 2014a, 2014b, 2017). Zawierają one informacje o pojazdach trafiających do poszczególnych użytkowników w Polsce, w tym o liczbie sprowadzanych pojazdów oraz ich dane techniczne. Pewne informacje zawierają także artykuły w prasie branżowej, m.in. „Rynek Kolejowy” i „InfoRail”. W artykule pominięto import wagonów – głównie ze względu na brak źródeł dotyczących wagonów towarowych oraz trudności w znalezieniu wiarygodnych i pełnych danych o wagonach pasażerskich. Pewne trudności napotkano również przy poszukiwaniu wiarygodnych źródeł co do liczby lokomotyw sprowadzanych po 2002 roku przez przewoźników towarowych.

Część z nich była dzierżawiona, niekiedy na stosunkowo krótki okres, co dodatkowo utrudniało badania. Ponadto przewoźnicy Freightliner i CTL Logistic to międzynarodowe koncerny posiadające filie w wielu krajach i operujący w znacznej części Europy. Wiązało się to niekiedy z relokacją taboru pomiędzy filiami w poszczególnych krajach.

IMPORT TABORU KOLEJOWEGO I TECHNOLOGII DO JEGO PRODUKCJI W POLSCE LUDOWEJ

W pierwszych latach powojennych bardzo ważne znaczenie miała pomoc UNRRA (Organizacja Narodów Zjednoczonych do spraw Pomocy i Odbudowy), w ramach której dostarczono m.in. parowozy amerykańskie. Część taboru, w tym parowozy i wagony, pochodziła z demobilu armii amerykańskiej – zbędne pojazdy od 1948 roku przekazywane były zachodnim strefom okupacyjnym Niemiec, a następnie ich część trafiła do Europy Środkowo-Wschodniej (Skodlarski, 1987).

Tuż po zakończeniu wojny władze komunistyczne nawiązały kontakty handlowe z krajami skandynawskimi, a głównym partnerem handlowym stała się Szwecja (Skodlarski, 1987). W 1949 roku powstała Rada Wzajemnej Pomocy Gospodarczej (RWPG), zrzeszająca kraje tzw. demokracji ludowej, a głównymi partnerami handlowymi PRL stały się Związek Radziecki (25–40% wartości importu i eksportu) oraz Niemiecka Republika Demokratyczna (*Rocznik statystyczny handlu zagranicznego 2016*, 2016). Zakupy taboru za granicą odbywały się od tego czasu w przeważającej większości w krajach RWPG: Związku Radzieckim (ZSRR), Czechosłowackiej Republice Socjalistycznej (CSRS), Rumuńskiej Republice Ludowej (RRL), Niemieckiej Republice Demokratycznej (NRD), Węgierskiej Republice Ludowej (WRL) i Socjalistycznej Federacyjnej Republice Jugosławii (SFRJ). Tabor dla PKP pochodził także z krajów Europy Zachodniej: ze Szwecji, z Wielkiej Brytanii i z Włoch. Importowany do PRL tabor trakcyjny pochodził od 15 producentów z ośmiu państw. Poniżej wymieniono producentów, lata dostaw i odbiorców zagranicznego taboru (Zintel, 2003, 2005; Korcz, 2006; Terczyński, 2007, 2010; Rusak, 2008b; Goździewicz, 2017; *Lokomotywy spalinowe...*, 2018):

a) lokomotywy elektryczne

- Lokomotivbau Elektrotechnische Werke w Hennigsdorf, NRD – 4 sztuki E04 dla PKP (1954–1955) oraz 53 wąskotorowe na tor 900 mm EL3 (1955–1964) i 62 normalnotorowe EL2 (1958–1987) dla kopalni węgla brunatnego,
- NEWZ Nowoczerkask, ZSRR, 1978–1982 – 50 sztuk 112E (ET42) dla PKP,
- Skoda Pilzno, CSRS, 1961 i 1975–1978 – 90 sztuk dla PKP, w tym 30 sztuk 44E (EU05) zbudowanych pierwotnie na licencji szwajcarskiej firmy Sècheron oraz 60 sztuk 77E (ET40),
- Vulcan Foundry English Electric w Newton-le-Willows, Wielka Brytania, 1962–1964 – 20 sztuk AE IE (EU06) dla PKP;

b) lokomotywy spalinowe:

- Brianska Fabryka Lokomotyw, 1976–1988 – 86 sztuk TEM2 (SM42) dla PKP,
- ČKD Praha, CSRR, 1966–1990 – 309 sztuk kilku serii dla kolei przemysłowych, w tym 60 sztuk dla huty Katowice i ponad 100 dla kolei piaskowych w GOP,
- Electroputere Craiova, RRL, 1965–1978 – 422 sztuki 060DA na licencji szwajcarskiej (ST43) dla PKP,
- FAUR 23 August Werke Bucuresti, RRL – 150 sztuk LDE1300 (SP32) w latach 1985–1991 dla PKP oraz około 300 wąskotorowych na różne szerokości toru, w tym 214 sztuk L45H (Lxd2) i 80 sztuk L30H (Lyd2) dla PKP i kolei przemysłowych,

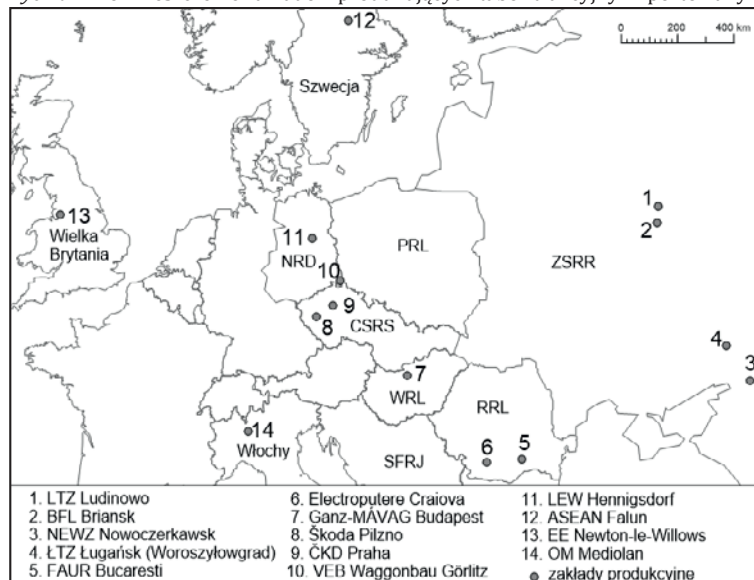
- Ganz-MÁVAG, WRL, 1958–1961 – 10 sztuk SM40 i 264 sztuk SM41 dla PKP,
- Ludinowski Tieplowozostroitielnij Zawod, ZSRR 1963 – 2 sztuki TGM3 (SM15) dla PKP wraz z licencją do ich produkcji w kraju,
- ŁTZ Woroszyłowgrad, ZSRR (obecnie: Ługańsk, Ukraina), 1966–1988 – 1184 sztuk M62 (ST44), w tym 68 szerokotorowych dla PKP LHS, 2 dla PMPPW, a pozostałe dla PKP;
- c) elektryczne zespoły trakcyjne (EZT):
 - Allmanna Svenska Elektriska Aktiebolaget, Szwecja, 1950–1956 – 44 sztuki EW54 dla PKP,
 - VEB Waggonbau Görlitz, NRD, 1955–1958 – 38 sztuk dla PKP, w tym 36 sztuk EN56 i 2 sztuki ED70,
- d) spalinowe zespoły trakcyjne i wagony motorowe (SZT):
 - Ganz-MÁVAG Budapest, WRL, 1954–1975 – 304 sztuki dla PKP, w tym 54 sztuki SN52 i SN60 oraz 250 sztuk SN61,
 - OM Mediolan, Włochy, 1951 – 3 sztuki SD80 dla PKP,
 - FAUR 23 August Werke Bucuresti, RRL, 1984–1988 – 32 sztuki wąskotorowych A20D-P (MBxd2) i 100 wagonów doczepnych A208P (Bxhpi) dla PKP.

Po II wojnie światowej potrzebny był nowy tabor elektryczny do obsługi kolei w aglomeracji warszawskiej, którego nie były w stanie dostarczyć powoli uruchamiane zakłady krajowe. Pierwsze zamówienie na EZT, a potem także elektrowozy, złożono w Szwecji w 1946 roku, a dostawy nastąpiły w latach 1950–1956 (Kroma, 1995; Terczyński, 2010). W 1948 roku zawarto umowę na dostawę silników i aparatury elektrycznej produkcji angielskiej. Elementy te wykorzystano do odbudowy pojazdów EW52 oraz budowy nowych zespołów trakcyjnych – EW53 i lokomotyw EP02 w kraju (*Trakcja elektryczna*, 2018). W latach 1962–1964 zakupiono w Wielkiej Brytanii elektrowozy AE IE – oznaczone przez PKP jako EU06 – oraz licencję do ich dalszej produkcji w kraju. Na ich podstawie powstała, produkowana już w całości w Polsce, seria pojazdów oznaczonych jako EU07 (*55 lat lokomotyw EU06*, 2017). W późniejszej krajowej produkcji taboru korzystano z podzespołów na licencjach zagranicznych, np. w spalinowozach SP45/SU45 produkowanych w latach 1970–1976 wykorzystano prądnice francuskiej firmy Alsthom i silniki włoskiego Fiata (Irteński, 2013).

Na przełomie lat pięćdziesiątych i sześćdziesiątych dostarczono do PRL kilkadziesiąt lokomotyw elektrycznych normalno- i wąskotorowych produkcji wschodnioniemieckiej, które trafiły głównie na koleje przemysłowe kopalni węgla brunatnego. Zelektryfikowaną kolej wąskotorową KWB Turów wykorzystywano do połowy lat osiemdziesiątych XX wieku, a KWB Konin do końca lat pięćdziesiątych XX wieku – tę drugą zastąpiono potem normalnotorową. Natomiast KWB Adamów od początku, czyli od 1959 roku, miała kolej normalnotorową (Ciechański, 2013). Lokomotywy te nadal są eksploatowane w Polsce – 27 w KWB Konin i 13 w KWB Adamów (Rudziński, 2009; Chiżyński, 2011). Do prowadzenia pociągów ekspresowych zakupiono lokomotywy czeskosłowackie EU05.

Inny wschodnioniemiecki zakład – VEB Waggonbau Görlitz wyprodukował dla PKP nowe EZT oraz zmodernizował 10 przedwojennych E91, które zostały oznaczone jako EW52. Wśród nowych EZT znalazły się 2 zespoły serii ED70, dostarczone w 1958 roku i służące do obsługi szybkich pociągów dalekobieżnych o wysokim standardzie (Terczyński, 2007, 2010). W ramach reparacji wojennych PKP otrzymały m.in. 189 wagonów berlińskiej kolei miejskiej S-Bahn. Po remoncie i przebudowie odbiorników prądu

Rycina 1. Rozmieszczenie zakładów produkujących tabor trakcyjny importowany do PRL



Źródło: opracowanie własne

Tabela 1. Import spalinowych i elektrycznych pojazdów trakcyjnych do PRL

Państwo	Razem	Lokomotywy						SZT		EZT
		Razem	elektryczne		spalinowe					
			n	w	n	s	w	n	w	n
Produkcja krajowa*	8330	6874	2548	–	4334			6	–	1450
Import ogółem	3613	3100	230	53	2398	72	347	319	32	162
Europa Zachodnia	75	28	28	–	–	–	–	3	–	44
Szwecja	52	8	8	–	–	–	–	–	–	44
Wielka Brytania	20	20	20	–	–	–	–	–	–	–
Włochy	3	0	–	–	–	–	–	3	–	–
Razem kraje RWPG	3538	3072	202	53	2398	72	347	316	32	118
ZSRR	1365	1365	50	–	1 245	70	–	–	–	–
RRL	898	866	–	–	572 ^a	–	294	–	32	–
CSRS	399	399	90	–	307	2	–	–	–	–
WRL	578	274	–	–	274	–	–	304	–	–
NRD	298	168	62	53	–	–	53	12	–	118 ^b

SZT – spalinowe zespoły trakcyjne i wagony motorowe, EZT – elektryczne zespoły trakcyjne, n – normalnotorowy (1435 mm), s – szerokotorowy (1520 mm), w – wąskotorowy (600, 750, 900, 1000 mm).

* Dane szacunkowe z uwzględnieniem taboru, którego produkcję zakończono w 1992 roku.

^a Zamówienie zakończono w 1991 roku, ^b w tym 80 używanych składów z berlińskiej S-Bahn.

Źródło: opracowanie własne na podstawie Terczyński (1999); Zintel (2003); Zintel (2005); Korcz (2006); Rusak (2008a, 2008b); Terczyński (2010); Szymajda (2015); Wróblewski (2018); Lokomotywy spalinowe... (2018)

uzyskano łącznie 80 składów oznaczonych na PKP jako serie: EW90, EW91 i EW92. Wszystkie trafiły do powstającej kolei miejskiej w Trójmieście (Wróblewski, 2018).

W drugiej połowie lat siedemdziesiątych XX wieku PKP zakupiło ciężkie dwuczłonowe elektrowozy towarowe wyprodukowane w CSRS oraz w ZSRR – łącznie do PKP trafiło ponad 100 takich lokomotyw (Rusak, 2008b; Goździewicz, 2017). Pomimo stworzenia udanej konstrukcji ciężkiego elektrowozu w zakładach w Poznaniu RWPG nakazała wstrzymanie produkcji, gdyż miała ona pozostać domeną Związku Radzieckiego (Goździewicz, 2017). Zakupy te wynikały więc nie z braku technologii, ale ze względów politycznych.

Z importu pochodziły niemal wszystkie eksploatowane w PRL-u wagony motorowe i SZT. Pierwsze z nich sprowadzono z Włoch, a następnie z WRL. Pomimo planów nie udało się uruchomić produkcji tego typu taboru w kraju. Wynikało to m.in. z wyznaczenia CSRS jako głównego dostawcy wagonów silnikowych w RWPG. Podobne problemy spowodowały ograniczenie krajowej produkcji ciężkich lokomotyw spalinowych. Planowano więc zakup wagonów silnikowych w CSRS, jednak do transakcji nie doszło. Dodatkowo w latach 1954–1957 zakupiono w NRD 12 wagonów silnikowych służących do rewizji elektrycznej sieci trakcyjnej. Jednak w tym przypadku późniejsze wagony inspekcyjne były już produkowane w kraju (Terczyński, 1999). Natomiast wagony motorowe na kolejach wąskotorowych pochodziły przede wszystkim z RRL. Węgierskie wagony motorowe ze względu na wyeksploatowanie na początku lat dziewięćdziesiątych XX wieku zostały całkowicie wycofane z ruchu (Zajfer, 2013).

Oprócz taboru trakcyjnego sprowadzano także wagony pasażerskie różnych typów, przede wszystkim z NRD produkowane w zakładach VEB Waggonbau w Görlitz i w Bautzen oraz w SFRJ – zakłady GOŠA Smederevska Palanka (*Baza wagonów kolejowych*, 2018).

Z krajów socjalistycznych sprowadzono łącznie ponad 3 tys. lokomotyw – 99% importu, w tym ponad 1,3 tys. – 44%, z ZSRR (tabela 1, rycina 1). Tabor ten dostarczano zarówno do PKP, jak i do zakładów przemysłowych. Współcześnie wciąż użytkowanych jest wiele lokomotyw czeskich i radzieckich. Natomiast z lokomotyw rumuńskich w eksploatacji pozostały jedynie wąskotorowe. Wśród EZT pochodzących z zagranicy ponad 70% pochodziło z NRD, a pozostałe ze Szwecji. Obecnie nie są już one eksploatowane.

Zdecydowana większość taboru elektrycznego – zarówno lokomotyw, jak i zespołów trakcyjnych – pochodziła z produkcji krajowej. Natomiast niewystarczająca była produkcja taboru spalinowego, której rozwój dodatkowo był hamowany ze strony RWPG (Graff, 2017). Z importu pochodziło ogółem ponad 35% lokomotyw spalinowych, w tym głównie spalinowozu do prowadzenia ciężkich pociągów towarowych, produkowane w ZSRR. Ponadto sprowadzono około 8% lokomotyw elektrycznych, około 10% EZT i 98% wagonów silnikowych. Wśród importowanych EZT około połowy stanowiły niemieckie pojazdy używane, otrzymane w ramach reparacji wojennych, natomiast pozostały tabor kupowany był jako nowy.

IMPORT TABORU KOLEJOWEGO DO POLSKI W LATACH 1990–2001

Po transformacji ustrojowej ograniczona została zarówno produkcja krajowa – przeznaczona głównie na rynek wewnętrzny, jak i import taboru. Było to spowodowane zapaścią kolei w Polsce – drastycznie zmniejszyły się przewozy, a co za tym idzie zapotrzebowanie na tabor, a PKP borykało się z licznymi problemami.

W 1990 roku zakończyła się dostawa zamówionych jeszcze w okresie PRL-u lokomotyw czechosłowackich, a w 1991 roku rumuńskich (Rusak, 2008b). Jednak z powodu wysokiej awaryjności rumuńskie lokomotywy SP32 w 2017 roku zostały wycofane z eksploatacji (*Za nieco ponad...*, 2017).

PKP koncentrowało się na pozyskaniu nowego taboru do obsługi pociągów ekspresowych, kursujących głównie w relacjach międzynarodowych. Planowano zakup wagonów pasażerskich umożliwiających jazdę z prędkością 160 km/godz., dwusystemowych elektrowozów, a także pociągów dużych prędkości. Ze względu na brak produkcji tego typu taboru, a także odpowiedniej technologii w kraju, planowano pozyskać go za granicą. Z planów tych zrealizowano jedynie zakup wagonów wyprodukowanych przez ABB Henschel AG Werk Siegen oraz VEB Waggonbau Görlitz.

W związku z zamiarem uruchomienia szybkich połączeń między wybranymi miastami zaistniała potrzeba zakupu nowych lokomotyw elektrycznych dostosowanych do jazdy z prędkością 160 km/godz. Wybrano 112E produkowane pierwotnie w zakładzie ABB Technomasio w Vado Ligure we Włoszech. Ich produkcję w 1997 roku rozpoczęto w zakładzie Adtranz-Pafawag we Wrocławiu – oba zakłady, w Polsce i we Włoszech, należą obecnie do koncernu Bombardier. Pierwsze trzy pojazdy wyprodukowano we Włoszech, a kolejnych pięć w zakładzie Pafawag w Polsce (Graff, 2012a).

PKP zamierzało także pozyskać EZT dużych prędkości. W 1994 roku na testy przyjechał do Polski prototyp pendolino – skład ETR460 produkcji Fiat Ferroviaria. W 1997 roku PKP ogłosiły przetarg na 16 składów z wychylnym pudłem tego typu, do transakcji jednak nie doszło. Najwyższa Izba Kontroli przeprowadziła kontrolę, w której wykazała rażące uchybienia w postępowaniu przetargowym oraz niegospodarność PKP. W Polsce nie było wówczas żadnego fragmentu linii kolejowej przystosowanej do jazdy z prędkością ponad 160 km/godz. W 1999 roku przetarg na wniosek NIK został unieważniony (*Informacja o wynikach kontroli...*, 2000).

Utworzona w 1993 roku spółka Lubuskie Koleje Regionalne zakupiła od kolei duńskich DSB 10 używanych zestawów pociągowych typu push-pull serii VT 11.5 oraz znaczną ilość części zamiennych. Każdy taki skład złożony był z lokomotywy spaliniowej, wagonu środkowego i wagonu z kabiną sterowniczą. Co do zasady składy te przypominały zatem SZT, ponieważ były dwukierunkowe. Pociągi te przeznaczone były do obsługi połączeń dalekobieżnych i były bardzo komfortowe jak na polskie warunki, m.in. posiadały klimatyzację. W Polsce kursowały jednak po lokalnych liniach kolejowych z niewielkimi potokami podróźnych. Po upadku LKR część składów została zezłomowana, a niektóre znalazły inne zastosowanie (Fularz, 2004; Bocheński, 2012).

Od 1990 roku głównym partnerem handlowym Polski stały się Niemcy – kumulując ponad 20% wartości naszego importu i eksportu (*Rocznik statystyczny handlu zagranicznego 2016*, 2016). Z tego też państwa pochodziła od tej pory większość importowanego taboru kolejowego, a także podzespołów do jego produkcji w kraju.

IMPORT TABORU KOLEJOWEGO DO POLSKI PO 2001 ROKU

Na początku XXI wieku sytuacja kolei w Polsce uległa diametralnej zmianie. W 2002 roku rynek kolejowy został otwarty i zaczęli pojawiać się na polskich torach nowi przewoźnicy, początkowo towarowi, a potem także pasażerscy. Kilka lat później samorządy województw przejęły od państwa organizację kolejowych przewozów regionalnych.

Sytuacja ta wpłynęła na zwiększenie zapotrzebowania na tabor kolejowy zarówno dla ruchu towarowego, jak i pasażerskiego.

Początkowo sprowadzano używane SZT z Europy Zachodniej. Tego typu pojazdów najbardziej brakowało, a krajowi producenci nie mieli jeszcze doświadczenia w ich produkcji.

Do Polski trafiło m.in. 37 pojazdów silnikowych i pięć wagonów doczepnych produkcji Düwag Waggonfabrik Uerdingen AG różnych serii (Rusak 2008a, 2008b; Graff, 2012b; Graff, 2013; Graff, 2014a, 2014b; Fiszer, 2017a; Szymajda, 2018), sprowadzonych przez:

- województwo zachodniopomorskie – 14 składów VT624 (SA110) i 5 wagonów doczepnych pochodzących z 1964–1968, dzierżawionych w latach 2006–2012 od DB Regio,
- Mazowiecką Spółkę Taborową – 11 składów serii VT627.0, VT627.1 i VT628 z lat 1974–1975 i 1981 roku pozyskanych z Niemiec od DB Regio,
- Sigma Tabor – 10 składów serii DH1 (SN82) i 2 sztuki DH2 (SN82) pochodzących z lat 1981–1983, zmodernizowanych w 1996 roku, zakupionych w 2009 roku w Holandii od Veolia,
- Górnośląskie Przedsiębiorstwo Wodociągowe – 2 składy serii VT614 (SN84) z 1973 roku pozyskane w 2011 roku z Niemiec od DB Regio dla Kolei Śląskich,
- Arriva PCC (obecnie Arriva RP) – pojedynczy skład serii Y kupiony w 2010 roku w Danii od DSB.

Ponadto Arriva sprowadziła siedem składów MR+MRD wyprodukowanych w latach 1978–1985 przez Scandia Randers w Danii i zmodernizowanych w latach 1995–1997 (Piech, 2008; Graff, 2013) oraz na przełomie lat 2013 i 2014 dzierżawiła dwa zespoły VT646 produkcji Stadler Rail od DB Regio Nord-Ost.

Pojazdy zakupione przez Sigma Tabor po remoncie i polonizacji w poznańskim ZNTK były dzierżawione: Przewozom Regionalnym Sp. z o.o. – zakład pomorski w latach 2010–2013, Kolejom Mazowieckim – jeden w latach 2010–2011 i Kolejom Śląskim w latach 2012–2014 (Graff, 2012b). SZT, które miały służyć Kolejom Śląskim, trafiły do Górnośląskiego Przedsiębiorstwa Wodociągów (GPW), należącego do samorządu województwa śląskiego – były to cztery pojazdy dostarczone za pośrednictwem Sigma Tabor oraz dwa składy sprowadzone z Niemiec, które jednak nie uzyskały dopuszczenia do eksploatacji na sieci kolejowej PKP (Madrjas, 2018a).

W międzyczasie polscy producenci PESA i NEWAG wyspecjalizowali się w produkcji SZT i po 2011 roku zasadniczo zaprzestano importu tego typu pojazdów. Regionalni przewoźnicy i PR eksploatowali stare składy spalinowe do momentu zakupu fabrycznie nowych produkcji krajowej. Jedynie prywatny przewoźnik SKPL w 2017 roku sprowadził z Czech używane wagony motorowe serii 810, tzw. motoraki, wyprodukowane przez Vagonka Studénka w latach 1976–1982 i eksploatowane przez ČD. Kursowały one m.in. na trasie Lipusz–Bytów oraz w Pleszewie (Fiszer, 2017a, 2017b). SKPL w 2018 roku odkupiło także pojazdy należące do GPW i wykorzystywało je do obsługi przewozów na Podkarpaciu (Madrjas, 2018b; Szymajda, 2018).

Ogółem w latach 2005–2011 sprowadzono do Polski z Europy Zachodniej łącznie 47 wagonów i zespołów spalinowych oraz pięć wagonów doczepnych. Wagony doczepne i 15 motorowych po okresie dzierżawy zostały zwrócone. Poza tym pojazd Y należący do Arriva stanowił rezerwę taborową, zaś jeden pojazd SA110 stał się pojazdem muzealnym. W 2017 roku trafiły do Polski cztery wagony motorowe z Czech.

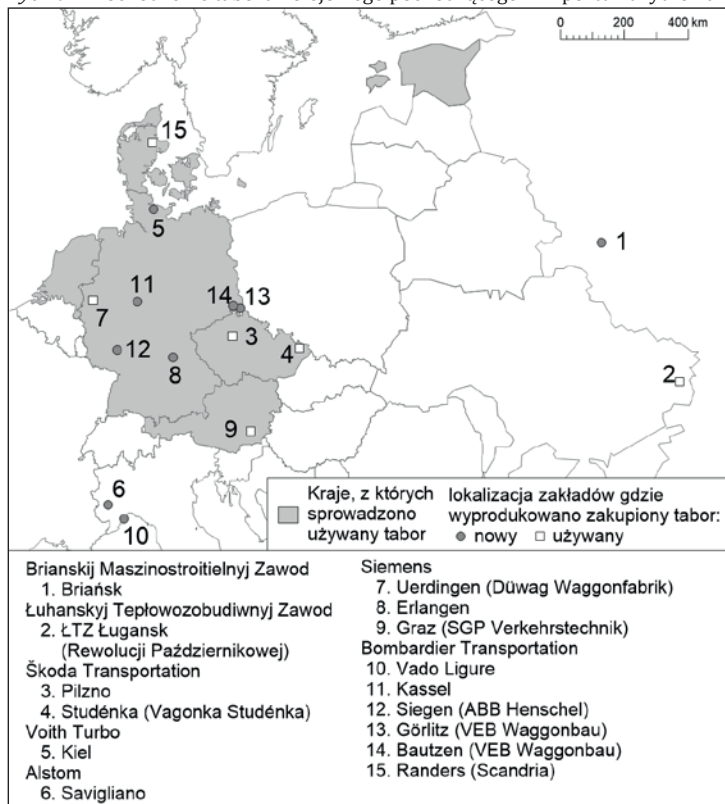
Inaczej kształtował się import taboru dla przewoźników towarowych. Po otwarciu rynku kolejowego w Polsce pojawiło się wielu nowych przewoźników. Wzrosło zatem zapotrzebowanie na tabor. Ze względu na problemy w pozyskaniu taboru w kraju prywatni przewoźnicy w znacznej części sprowadzali pojazdy z zagranicy. Dotyczyło to zwłaszcza używanych lokomotyw. Państwowy przewoźnik PKP Cargo celowo sprzedawała na złom wycofany, ale sprawny tabor, aby uniemożliwić jego wykorzystanie przez innych przewoźników, którzy byli zainteresowani jego zakupem. Często główne elementy, czyli rama i wózki, musiały być fizycznie skasowane pod nadzorem sprzedającego. W latach 2001–2008 PKP Cargo skasowały w ten sposób około 10% swoich lokomotyw. Podobnie zresztą postępowały Przewozy Regionalne Sp. z o.o., które w tym samym okresie skasowały około 33% swoich wagonów pasażerskich. Prywatni przewoźnicy musieli więc szukać taboru za granicą. Starali się oni pozyskać pojazdy tych samych typów, które były już w Polsce eksploatowane, aby uniknąć problemów z ich dopuszczeniem do ruchu po sieci PKP (Zajfert, 2013; Taylor, Ciechański, 2017). Popularne były zwłaszcza elektrowozy produkcji czeskiej Škoda, różnych serii, oraz radzieckie spalinowozy. W 2004 roku Rail Polska ściągnęła np. 36 lokomotyw M62 z Estonii (Rail Polska, 2017). Podobne lokomotywy produkcji radzieckiej sprowadzano także z Niemiec – były to wyprodukowane dla kolei wschodnioniemieckich i oznaczone przez Deutsche Reichsbahn jako serie V200 i V300 (Rusak, 2008b). Prywatni przewoźnicy sprowadzili do Polski kilkadziesiąt lokomotyw elektrycznych produkcji Škoda Pilzno, różnych serii pochodzących z lat sześćdziesiątych i siedemdziesiątych XX wieku (Rusak, 2008a). Najnowocześniejsze ze sprowadzonych do Polski używanych lokomotyw były dwusystemowe elektrowozy BR1822. Wyprodukowano je w latach 1992–1996 przez Simmering-Graz-Pauker dla austriackich kolei ÖBB. W 2005 roku dwa takie pojazdy zakupiła spółka PTKiGK Rybnik, przejęta potem przez DB Schenker Rail Polska. Lokomotywy te jeździły jednak wyłącznie po Polsce, przez co nie wykorzystywano ich dwusystemowości (Rusak, 2008a). Część przewoźników prywatnych wywodzących się z kombinatów przemysłowych posiadała lokomotywy spalinowe – głównie pojazdy produkcji ČKD Praha, które zostały zakupione jeszcze w PRL-u na potrzeby obsługi bocznic zakładów przemysłowych (Rusak, 2008a). Kilka sztuk używanych lokomotyw serii 201Eg (ET22) sprowadzono z Maroka. Były to jednak pojazdy polskiej produkcji wcześniej eksportowane do tego kraju.

Ogółem w latach 2004–2017 do Polski trafiło ponad 50 używanych spalinowych zespołów trakcyjnych i wagonów motorowych, wraz z kilkoma wagonami doczepnymi, oraz kilkadziesiąt używanych lokomotyw spalinowych i elektrycznych (rycina 2).

Importowany używany tabor wymagał polonizacji i uzyskania świadectwa dopuszczenia do ruchu na polskich torach od UTK. Polonizacja to dostosowanie do polskich wymogów bezpieczeństwa i sterowania ruchem kolejowym. Polegała ona m.in. na wyposażeniu pojazdu w: reflektory halogenowe, układ czuwaka aktywnego (CA), układ samoczynnego hamowania pociągu (SHP), układ łączności radiowej wraz z układem zdalnego zatrzymania „radiostop” – radiotelefon Pyrylandi. Niekiedy montowano także pantografy i prędkościomierz polskiej konstrukcji (Rusak, 2008a, 2008b). Sprowadzenie pojazdów serii, które już wcześniej uzyskały dopuszczenie do ruchu i poruszały się po polskich torach, było łatwiejsze. Dlatego m.in. tak popularny był import lokomotyw radzieckich i czeskich, które od lat były użytkowane także na polskich torach.

W 2006 roku rozpoczęto import nowego taboru. Województwo mazowieckie zakupiło 11 lokomotyw Traxx P160DC (EU47) – nazwanych „Hetmanami”, oraz

Rycina 2. Pochodzenie taboru kolejowego pochodzącego z importu i użytkowanego w Polsce



Źródło: opracowanie własne

37 wagonów piętrowych, w tym 11 sterowniczych, wyprodukowanych przez Bombardier Transportation w zakładzie w niemieckim Görlitz. Posłużyły one do zestawienia pociągów typu push-pull, czyli dwukierunkowych (Koleje Mazowieckie, 2017; *Push-pulle...*, 2017). W latach 2008–2009 PKP Intercity zakupiło 10 wielosystemowych lokomotyw elektrycznych EuroSprinter ES64U4 produkcji Siemens – nazwanych „Husarzami” (Warszawa: *Husarz...*, 2008). Służą one do obsługi pociągów międzynarodowych pomiędzy Polską a Niemcami – dzięki temu nie ma potrzeby zmiany lokomotyw na granicy ze względu na inne napięcie w sieci trakcyjnej w tych krajach. W 2011 roku przewoźnik ten podpisał umowę na zakup EZT dużej prędkości – 20 składów ETR610 „Pendolino” produkcji Alstom powstało w zakładzie we włoskim Savigliano (*Szybciej...*, 2011) (rycina 2). Od grudnia 2014 roku składy te kursują jako pociągi kategorii EIP w barwach PKP Intercity. Zakup ten budził w Polsce duże kontrowersje. Trzeba jednak pamiętać, że polscy producenci nie byli jeszcze w tamtym czasie zdolni do wyprodukowania taboru dużych prędkości, a taki był niezbędny, aby w pełni wykorzystać możliwości zmodernizowanej z unijnym dofinansowaniem linii E65 Gdańsk–Warszawa–Katowice. Warto także wspomnieć, że już w połowie lat dziewięćdziesiątych XX wieku PKP przymierzało się do zakupu pociągów typu pendolino.

Nowe lokomotywy za granicą kupowali, a częściej brali w dzierżawę lub leasing, najwięksi przewoźnicy towarowi. Były to (Rusak, 2008a, 2008b; Koclega, 2009; *Gravita*

10BB..., 2012; Graff, 2017; LOTOS Kolej rozpoczyna..., 2017; Komplet Vectronów..., 2017; Madrjas, 2018c):

- a) elektrykozy *Traxx* produkowane przez Bombardier Transportation w Kassel, Niemcy
 - F140MS (EU43) w leasingu od Railpool – 6 sztuk w 2008 roku dla PKP Cargo i 14 sztuk w 2010 roku dla Lotos,
 - F140MS (E186) – 16 sztuk w latach 2006–2011 dla różnych przewoźników towarowych,
 - F140DC (E485) – 2 sztuki w 2011 roku i 2 sztuki wydierżawione od Akiem w 2016 roku dla Pol-Miedź-Trans;
- b) elektrykozy *EuroSprinter* i *Vectron* produkowane przez Siemens Mobility w Erlangen, Niemcy
 - ES64U4 (EU44) – 5 sztuk dzierżawionych od Dispolok przez CTL Logistic od 2007 i 2008 roku,
 - ES64F4 (EU45) – po 9 sztuk dla PKP Cargo i ITL Polska w latach 2009–2011 i 2 sztuki dla LOTOS Kolej w 2010 roku,
 - MS – 23 sztuki dla DB Cargo w latach 2010–2015,
 - DC (EU46) – 15 sztuk dla PKP Cargo w latach 2015–2017;
- c) spalinowozy różnych producentów
 - Brianskij Maszynostroitielnyj Zawod, Briansk, Rosja – 7 sztuk szerokotorowej TEM18, w tym 1 dla CZH w Katowicach w 2006 roku i 6 dla PKP LHS w 2008 roku,
 - Electro-Motive Diesel, USA – 39 sztuk Class 66, w tym 24 dla Freightliner PL w latach 2006–2018 oraz 15 sztuk w 2011 roku dla DB Schenker Rail Polska,
 - Voith Turbo Kilonia, Niemcy – 3 sztuki Gravita 10BB w latach 2011–2012 i 2 sztuki Voith Maxima 40CC w 2009 roku dla Lotos Kolej,
 - Bombardier Transportation w Kassel, Niemcy – 10 sztuk F140DE (BR285) w 2011 roku dla Lotos Kolej.

Jedyną lokomotywą pochodzącą spoza Europy była amerykańska Class 66 przeznaczona do ciągnięcia ciężkich składów towarowych (Freightliner PL, 2018; Madrjas, 2018c). Część lokomotyw Class 66 należących do Freightliner było wcześniej użytkowanych przez brytyjskiego operatora tej międzynarodowej korporacji, ale wszystkie wyprodukowano po 2001 roku. Przewoźnik ten, jako jedyny w kraju, posiadał w całości nowy tabor trakcyjny produkcji zagranicznej (Zajfert, 2013).

Bardzo popularne w Europie, w tym wśród największych przewoźników w Polsce, stały się modułowe lokomotywy Bombardier Transportation serii Traxx. Poszczególne części tych lokomotyw były produkowane w kilku zakładach: pudła we Wrocławiu, wózki i część mechaniczna w Siegen, część elektryczna i system sterowania w Mannheim i Hennigsdorf, a montaż finalny wykonywany był w Kassel w Niemczech lub w Vado Ligure we Włoszech. Lokomotywy użytkowane w Polsce były serwisowane w zakładzie koncernu we Wrocławiu (Graff, 2007).

W związku z otwartym rynkiem kolejowym niektórzy polscy przewoźnicy posiadali licencje na przewozy w innych państwach UE, np. PKP Cargo w 2013 roku w sześciu państwach poza Polską (Bocheński, 2016). Spowodowało to pojawienie się zapotrzebowania na wielosystemowe elektrykozy, w których produkcji wyspecjalizowały się koncerny Bombardier i Siemens. Dopiero w 2013 roku wyprodukowano w Polsce pierwszą tego typu lokomotywę (*Pierwsza polska...*, 2013).

Ogółem w latach 2004–2017 do Polski trafiło około 185 nowych lokomotyw zagranicznej produkcji, w tym część była dzierżawiona lub leasingowana. Większość z nich użytkowali przewoźnicy towarowi. Ponadto za granicą zakupiono 20 EZT dużych prędkości (tabela 2).

Tabela. 2. Import taboru trakcyjnego na potrzeby przewoźników pasażerskich w Polsce w latach 2005–2017

Lata	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Używane SZT	11	14	–	7	10	1	2
Nowe EZT	–	–	–	–	–	–	–
Nowe lokomotywy	–	11	–	–	2	8	–
Lata	2012	2013	2014	2015	2016	2017	suma
Używane SZT	–	–	–	–	–	4	49
Nowe EZT	–	4	16	–	–	–	20
Nowe lokomotywy	–	–	–	–	–	–	21

Nie uwzględniono składów dzierżawionych na okres krótszy niż rok.

Źródło: opracowanie własne na podstawie informacji publikowanych przez PKP IC, Koleje Mazowieckie, Urząd Marszałkowski woj. zachodniopomorskiego, Graff (2014b)

Wyraźnie zmieniły się kierunki importu taboru w obecnej Polsce w porównaniu z PRL. Od początku XXI wieku większość importowanego taboru pochodziła z Niemiec – dotyczyło to zarówno nowych lokomotyw i wagonów, jak i sprowadzanych wcześniej spalinowych zespołów trakcyjnych. W Niemczech znajdowały się główne europejskie zakłady Bombardiera, zlokalizowane w takich ośrodkach jak: Siegen, Bautzen, Görlitz i Kassel. Kontynuowały one tradycje przemysłu kolejowego innych zakładów w tych miastach. Istotne znaczenie miały Czechy, skąd pochodziła znaczna liczba lokomotyw importowana jako nowe w okresie PRL i po 2002 roku jako pojazdy używane. Zakłady w dawnych krajach socjalistycznych przestały mieć znaczenie. Jedynie z Briańska w Rosji kupiono współcześnie do Polski kilka lokomotyw szerokotorowych. Z tej fabryki pochodziła również bardzo popularna wśród prywatnych kolejowych przewoźników towarowych na polskim rynku lokomotywa M62. Była ona jednak często poddawana już w polskich zakładach głębokiej modernizacji i z oryginału niewiele pozostawało. Istotnym dostawcą taboru stały się Włochy – znajdował się tam zakład ALSTOM, który wyprodukował pendolino dla PKP IC, oraz jeden z zakładów Bombardiera, gdzie dokonywano finalnego montażu lokomotyw TRAXX (rycina 2).

W latach 2002–2017 z produkcji krajowej, która trafiła do polskich przewoźników, pochodziło ponad 500 zespołów trakcyjnych i ponad 50 lokomotyw (Graff, 2017; Wojtkiewicz, Bocheński, 2018). Import z zagranicy w tym okresie stanowił 5,3% zakupionych EZT, 18,9% zakupionych SZT i wagonów motorowych. Wszystkie importowane SZT były pojazdami użytkowymi i większość z nich zastąpiono w późniejszym okresie nowymi pojazdami krajowej produkcji. W 2017 roku sprowadzono z zagranicy jeszcze kilka używanych wagonów motorowych, a jednocześnie produkowano SZT w kraju. W zakresie lokomotyw produkcja krajowa była niewielka i większość pojazdów pochodziła z importu – ponad 90% spalinowozów i ponad 70% elektrowozów. Część nowych lokomotyw przewoźnicy pozyskiwali w ramach dzierżawy lub leasingu. Importowany tabor sprowadzany był głównie z Niemiec (tabela 3).

Tabela 3. Pochodzenie spalinowych i elektrycznych pojazdów trakcyjnych, które trafiły do polskich przewoźników kolejowych w latach 2002–2017

Państwo	Używany			Nowy, w tym dzierżawa			
	lokomotywy		zespoły spalinowe	lokomotywy		zespoły trakcyjne	
	elektryczne	spalinowe		elektryczne	spalinowe	spalinowe	elektryczne
Ogółem	x	x	x	121	71	219	380
Polska*	x	x	x	45	10	219	360
Razem import	(>30)	(>50)	51	76	61	–	20
Austria	2	–	–	–	–	–	–
Estonia	–	36	–	–	–	–	–
Czechy	(30) ^a	b.d.	4	–	–	–	–
Niemcy	–	17	29 ^b	76 ^b	15	–	–
Dania	–	–	8	–	–	–	–
Holandia	–	–	10	–	–	–	–
Włochy	–	–	–	–	–	–	20
Rosja	–	–	–	–	7	–	–
USA	–	–	–	–	39 ^c	–	–

(...) dane szacunkowe, * w latach 2002–2016.

^a Potwierdzono sprowadzenie 16 pojazdów i kilkunastu innych.

^b W tym część pojazdów dzierżawiono.

^c W tym część używana wcześniej przez brytyjską część koncernu Freightliner.

Źródło: opracowanie własne

Oprócz całych pojazdów istotne znaczenie miał import podzespołów wykorzystywanych w produkcji krajowej. Ze względu na brak produkcji niektórych elementów, np. silników wysokoobrotowych, duża część podzespołów do produkowanych i modernizowanych w XXI wieku w Polsce pojazdów szynowych pochodziła z zagranicy, m.in. z Niemiec, Czech, Austrii i Francji. Od producentów niemieckich pochodziły m.in. silniki – produkcji MAN i MTU, układy hamulcowe – Knorr-Bremse, i przekładnie osiowe – Voith (specyfikacje techniczne pojazdów). Silniki spalinowe produkcji MTU były bardzo często stosowane w lokomotywach oraz SZT produkowanych przez polskich producentów. Z silników tej firmy korzystali m.in. dwaj najwięksi polscy producenci taboru kolejowego – PESA i NEWAG (Wach, 2014). MTU, będąca częścią Rolls-Royce Power Systems AG, jest jednym z wiodących na świecie producentów silników spalinowych do różnych pojazdów mechanicznych. Natomiast w większości SZT wyprodukowanych przez ZNTK Poznań użyto silników MAN (Graff, 2014b). W lokomotywach ST40 powstałych w zakładach PESA Bydgoszcz w ramach modernizacji radzieckich M62 zastosowano amerykańskie silniki General Electric (Irteński, 2013).

Za import technologii do produkcji taboru kolejowego można uznać lokalizację w Polsce zakładów należących do zagranicznych koncernów. W 1997 roku zakłady Pafawag we Wrocławiu zostały wykupione przez grupę Adtranz, która w 2001 roku została przejęta przez kanadyjski koncern Bombardier Transportation. Natomiast w 2007 roku zakład w Polsce otworzył szwajcarski koncern Stadler (Wojtkiewicz, Bocheński, 2018).

WPŁYW OTWARCIA RYNKU KOLEJOWEGO W EUROPIE NA PRODUKCJĘ I ZAPOTRZEBOWANIE NA TABOR

Jak wskazuje Y. Sato (2005), równolegle z restrukturyzacją i integracją kolei europejskich następowała restrukturyzacja sektora produkcji taboru kolejowego. Produkcja ta skupiła się w dużej mierze w trzech międzynarodowych koncernach: Alstom Transport, Siemens i Bombardier. Natomiast Y. Crozet (2017) zauważa, że po liberalizacji rynku kolejowego nowi przewoźnicy kolejowi są źródłem innowacji, m.in. w taborze kolejowym. W związku z otwartym rynkiem kolejowym w UE i umożliwieniem prowadzenia przewozów międzynarodowych na całej trasie przez jednego przewoźnika pojawiło się zapotrzebowanie na elektrowozy wielosystemowe, dostosowane do ruchu po liniach z różnym napięciem sieci trakcyjnej. Ich wykorzystanie pozwalało na prowadzenie pociągów międzynarodowych bez konieczności zmiany lokomotywy w przypadku zmiany zasilania. W Europie w poszczególnych krajach przyjęto bowiem różne systemy zasilania trakcji elektrycznej na kolei. Produkcja tego typu lokomotyw rozpoczęła się w 2004 roku, głównymi producentami stały się koncerny Bombardier i Siemens, a pojazdy te były dostępne także w leasingu (*Joint locomotive...*, 2013).

Posiadanie odpowiedniego taboru często stanowiło barierę wejścia na rynek nowych przewoźników, zwłaszcza prywatnych. W tej sytuacji zasiedziały, państwowe przedsiębiorstwa posiadały przewagę konkurencyjną, zwłaszcza że niekiedy zakup przez nie taboru był współfinansowany przez państwo lub dzięki państwowym gwarancjom mogły one uzyskać lepsze warunki kredytowe – wskazują na to m.in. badania (Beria, Quinet, de Rus, Schulz, 2010).

Na rynku kolejowym pojawiły się wyspecjalizowane przedsiębiorstwa zajmujące się dzierżawą lub leasingiem taboru kolejowego (Bruckmann, Bomhauer-Beins, Weidmann, 2015), np. Railpool, Akiem, Dispolok. Oferowały one lokomotywy wraz z serwisem, w tym wielosystemowe elektrowozy Bombardier TRAXX i Siemens Vectron. Powodowało to brak konieczności posiadania własnego taboru przez przewoźników. Z leasingu taboru korzystali głównie przewoźnicy towarowi.

Wszystkie powyższe aspekty widoczne były na polskim rynku kolejowym.

PODSUMOWANIE

Import taboru miał różne znaczenie w poszczególnych okresach, a także w odniesieniu do rodzaju importowanych pojazdów (tabela 4). Był ściśle związany z produkcją w kraju, dotyczył bowiem pojazdów, których krajowy przemysł w danym czasie nie mógł z różnych przyczyn dostarczyć.

Tabela 4. Szacunkowy udział importu w dostawach nowych kolejowych pojazdów trakcyjnych na polski rynek

Okres	Lokomotywy		Zespoły trakcyjne	
	elektryczne	spalinowe	spalinowe*	elektryczne
1945–1989**	8,3%	35,6%	98,2%	10,0%
1990–2001	–	–	58,8%	–
2002–2017	70,2%	91,0%	18,9%	5,3%

* W tym pociągi spalinowe typu push-pull.

** Uwzględniono lokomotywy, których dostawy zakończyły się w 1992 roku.

Źródło: opracowanie własne

Duże zapotrzebowanie na tabor w PRL-u wynikało m.in. ze znacznych wielkości przewozów pasażerskich i towarowych w tym okresie. Łącznie na polski rynek do 1992 roku, nie licząc parowozów, trafiło prawie 12 tys. pojazdów trakcyjnych (tabela 4). Czynnikiem determinującym kierunki i wielkość importu, a także rodzaj produkowanego taboru w kraju była współpraca w ramach RWPG. Dlatego najwięcej importowanych lokomotyw normalno- i szerokotorowych pochodziło z ZSRR, a w zakresie taboru wąskotorowego dominował tabor z RRL. Z importu pochodziły wszystkie wagony motorowe oraz znaczna część lokomotyw spalinowych. Niewielka część taboru elektrycznego pochodziła ze Szwecji i Wielkiej Brytanii. Zakup lokomotyw w Wielkiej Brytanii powiązany był z uzyskaniem licencji na ich produkcję, a nabyte pojazdy stanowiły punkt wyjścia do budowy własnych konstrukcji w kraju. W tym ostatnim przypadku należy dodać, że Wielka Brytania jako kraj kolebki kolei dostarczała tabor do wielu krajów na świecie i dopiero pod koniec XX wieku znaczenie tego kraju w eksporcie taboru spadło (Sato, 2005). Elektrowozy importowano z tego państwa już w okresie międzywojennym (Irteński, 2013).

W latach dziewięćdziesiątych XX wieku znacząco spadło zapotrzebowanie na tabor. Wynikało to ze zmniejszenia przewozów kolejowych, zarówno pasażerskich, jak i towarowych, oraz trudnej sytuacji finansowej PKP. Załamaniu uległa produkcja krajowa, a import taboru trakcyjnego został ograniczony do wcześniej zakontraktowanych pojazdów i całkowicie ustał w latach 1993–2003.

W latach dziewięćdziesiątych XX wieku z importu pochodziły nowe wagony dla pociągów ekspresowych PKP oraz używane pociągi spalinowe dla LKR. Po otwarciu rynku kolejowego w 2002 roku wzrosła liczba przewoźników i zapotrzebowanie na tabor, co przełożyło się także na zwiększony import. Rozpoczęto na większą skalę sprowadzanie używanego taboru z zagranicy oraz zakupy nowego.

W pierwszej dekadzie XXI wieku w Polsce rozpoczęło się stopniowe odejście od składów wagonowych w kierunku zespołów trakcyjnych, co wiązało się z wymianą taboru. Do obsługi pasażerskiego ruchu regionalnego sprowadzano SZT i wagony motorowe wycofane z kolei duńskich, holenderskich, niemieckich i czeskich. Tabor ten był w większości wykorzystywany do czasu rozwinięcia się produkcji tego typu pojazdów w Polsce. Z czasem tabor ten był wycofywany i zastępowany nowymi pojazdami. Aktualnie pojazdy tego typu produkcji zagranicznej użytkowane są jedynie przez dwóch prywatnych przewoźników: Arriva i SKPL. Restrukturyzacja rodzimych zakładów taboru i uruchomienie w Polsce zakładów Stadlera powoduje, że większość nowych SZT i EZT jest i zapewne nadal będzie produkowana w kraju. Ponadto ze względu na koszty znaczne ilości taboru, zarówno polskiej, jak i zagranicznej produkcji, poddawano modernizacji w krajowych zakładach, co zmniejszało popyt na nowe pojazdy (por. Wojtkiewicz, Bocheński, 2018).

Do obsługi pociągów ekspresowych PKP Intercity zakupiło pochodzące z importu nowe elektryczne lokomotywy wielosystemowe oraz EZT dużych prędkości typu pendolino. Były to pojazdy, których w momencie zapotrzebowania nie mogli dostarczyć krajowi producenci.

Przewoźnicy towarowi spoza grupy PKP sprowadzali używane lokomotywy, gdyż nie mogli ich pozyskać w kraju – wynikało to z polityki PKP Cargo, która wolała złomować swoje pojazdy niż sprzedawać je do dalszej eksploatacji. Popularne były zwłaszcza lokomotywy produkcji radzieckiej i czeskiej tych serii, które były już wcześniej w Polsce użytkowane. Ułatwiało to procedury związane z dopuszczeniem pojazdu do

eksploatacji na sieci PKP PLK. Po sprowadzeniu do Polski lokomotywy te często przechodziły naprawy główne lub modernizację. Do Polski trafiły również nowe lokomotywy amerykańskie.

Najwięksi przewoźnicy towarowi kupowali lub dzierżawili nowe lokomotywy, zwłaszcza wielosystemowe elektrowozy produkowane w Europie Zachodniej – głównie w Niemczech. Lokomotywy wielosystemowe do niedawna nie były w Polsce produkowane.

Po transformacji ustrojowej większość importowanego taboru, a także podzespołów do jego produkcji w kraju, pochodziła z Niemiec. W 2015 roku według danych GUS 25,7% wartości importu w zakresie taboru i infrastruktury transportu szynowego przypadało na Niemcy (*Rocznik statystyczny handlu zagranicznego 2016*, 2016).

Importowano nie tylko całe pojazdy, ale także podzespoły, wykorzystywane w krajowej produkcji. Było to spowodowane brakiem produkcji odpowiednich podzespołów w kraju, których pomimo prób rodzimy przemysł nie był w stanie dostarczyć.

W Polsce swoje zakłady posiadały także zagraniczne koncerny produkujące tabor kolejowy: kanadyjski Bombardier Transportation i szwajcarski Stadler.

W ostatnich latach znacząco rozwinął się przemysł taboru kolejowego w Polsce, produkowano coraz nowocześniejszy tabor przeznaczony nie tylko na rynek krajowy, ale i na eksport (Wojtkiewicz, Bocheński, 2018). Wpływa to na ograniczenie importu całych pojazdów. Ważnym czynnikiem jest także dostępność pojazdów, zwłaszcza lokomotyw w ramach leasingu.

Można wskazać trzy czynniki związane z liberalizacją kolei, które miały wpływ na zapotrzebowanie na tabor i jego import do Polski po 2002 roku:

- możliwość prowadzenia przewozów międzynarodowych przez jednego przewoźnika na terenie wielu państw europejskich – konieczność dysponowania taborom dopuszczonym do ruchu w tych krajach, a pojazdy polskiej produkcji tego warunku w większości jeszcze nie spełniały,
- przedsiębiorstwa zasiedziały, np. PKP Cargo, pomimo znacznej nadpodaży taboru nie były skłonne do jego sprzedaży konkurencyjnym przewoźnikom prywatnym,
- powstanie przedsiębiorstw zajmujących się dzierżawą/leasingiem taboru kolejowego, oferujących lokomotywy najczęściej produkcji światowych koncernów dopuszczonych do ruchu w wielu krajach.

Literatura

References

- 55 lat lokomotyw EU06 (2017, 9 lutego). *InfoRail*. Pozyskano z http://m.inforail.pl/55-lat-lokomotyw-eu06_more.91778.html
- Baza wagonów kolejowych (2018, 15 listopada). Pozyskano z <http://bazawagonow.pl/>
- Beria, P., Quinet, E., de Rus, G., Schulz, C. (2010). *A comparison of rail liberalisation levels across four European countries*. 12 WCTR, Lisbona.
- Bocheński, T. (2012). Koleje regionalne w Polsce. W: S. Sitek (red.). *Stare i nowe problemy badawcze w geografii społeczno-ekonomicznej*, Sosnowiec: Polskie Towarzystwo Geograficzne, Oddział Katowicki i Uniwersytet Śląski Wydział Nauk o Ziemi, 37–50.
- Bocheński, T. (2016). *Przemiany towarowego transportu kolejowego w Polsce na przełomie XX i XXI wieku*. Szczecin: Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego.
- Bruckmann, D., Bomhauer-Beins, A., Weidmann, U. (2015). A Qualitative Model to Evaluate the Financial Effects of Innovations in the Rail Sector. *Transportation Research Procedia*, 10, 564–573. doi: 10.1016/j.trpro.2015.09.010

- Chiżyński, J. (2011). *Atlas przewoźników kolejowych Polski*. Rybnik: Eurosprinter.
- Ciechański, A. (2013). Rozwój i regres sieci kolei przemysłowych w Polsce w latach 1881–2010. *Prace Geograficzne*, 243.
- Crozet, Y. (2017). Rail freight development in Europe: how to deal with a doubly-imperfect competition? *Transportation Research Procedia*, 25, 425–442. doi: 10.1016/j.trpro.2017.05.420
- Fiszer, K. (2017a, 26 stycznia). Czeskie 810 w SKPL. Do połączeń całorocznych. *Rynek Kolejowy*. Pozyskano z <https://www.rynek-kolejowy.pl/wiadomosci/czeskie-810-w-skpl-do-podlaczen-calorocznych-80018.html>
- Fiszer, K. (2017b, 10 kwietnia). SKPL: Dodatkowe kursy na Pleszewskiej KL. *Rynek Kolejowy*. Pozyskano z <https://www.rynek-kolejowy.pl/wiadomosci/skpl-dodatkowe-kursy-na-pleszewskiej-kl-81171.html>
- Freightliner PL (2018, 22 grudnia). Pozyskano z <https://pl.freightliner.eu/pl/o-nas/nasz-tabor/>
- Fularz, A. (2004). LKR – Krótka historia pierwszej kolei samorządowej. *Ekonomika Kolei*, 1, 6–10.
- Goździewicz, J. (2017, 23 grudnia). Kolej lat siedemdziesiątych w Polsce. Wspomnienia. *Rynek Kolejowy*. Pozyskano z <https://www.rynek-kolejowy.pl/wiadomosci/kolej-lat-siedemdziesiatych-w-polsce-wspomnienia-84978.html>
- Graff, M. (2007). Lokomotywy Bombardiera TRAXX F140 MS dla PKP Cargo. *Technika Transportu Szynowego*, 12, 18.
- Graff, M. (2012a). Lokomotywy elektryczne serii E405/E412 kolei włoskich. *Technika Transportu Szynowego*, 1–2, 45–48.
- Graff, M. (2012b). Spalinowe wagony silnikowe i zespoły trakcyjne serii DH1 i DH2. *Technika Transportu Szynowego*, 12, 43–46.
- Graff, M. (2013). Spalinowe zespoły trakcyjne serii MR+MRD i Y. *Technika Transportu Szynowego*, 5, 30–33.
- Graff, M. (2014a). Spalinowe zespoły trakcyjne GTW Stadlera na sieci PKP PLK. *Technika Transportu Szynowego*, 1–2, 45–47.
- Graff, M. (2014b). Pojazdy z napędem spalinowym dla ruchu regionalnego w Polsce. *Technika Transportu Szynowego*, 4, 25–34.
- Graff, M. (2017). Przemysł taboru szynowego w Polsce. *Technika Transportu Szynowego*, 9, 17–34.
- Gravita 10BB z certyfikatem UTK (2012, 31 maja). *Kurier Kolejowy*. Pozyskano z <https://kurierkolejowy.eu/aktualnosci/8248/gravita-10bb-z-certyfikatem-utk.html>
- Informacja o wynikach kontroli prawidłowości przeprowadzenia przez Przedsiębiorstwo Państwowe Polskie Koleje Państwowe przetargów na wybór dostawy składów szybkich pociągów z wychylnym nadwoziem (2000, 19 stycznia). Warszawa: Departament Transportu, Gospodarki Morskiej i Łączności NIK.
- Irteński, T. (2013). *Lokomotywy. Polskie konstrukcje*. Warszawa: Wydawnictwo SBM.
- Joint locomotive pool and maintenance strategy (2013, kwietnia). COSMOS, Good Practice, 10. Pozyskano z http://www.intermodal-cosmos.eu/content/e4/e251/e259/e268/COSMOS_WP1_Good-Practice-Manual_10_Joint-locomotive-pool_LM-HC_20130430_eng.pdf
- Koclega, G. (2009, 6 lipca). Lokomotywa Voith Maxima 40 CC w Lotos Kolej. *Rynek Kolejowy*. Pozyskano z: <https://www.rynek-kolejowy.pl/wiadomosci/lokomotywa-voith-maxima-40-cc-w-lotos-kolej-61088.html>
- Koleje Mazowieckie (2017, 15 grudnia). Pozyskano z <http://www.mazowieckie.com.pl/>
- Komplet Vectronów w PKP CARGO, pora na PKP Intercity? (2017, 5 maja). *InfoRail*. Pozyskano z http://inforail.pl/komplet-vectronow-w-pkp-cargo-pora-na-pkp-intercity-more_94131.html
- Korcz, P. (2006). *Atlas wąskotorówek*. Poznań: Poznański Klub Modelarzy Kolejowych.
- Kroma, R. (1995). Lokomotywa elektryczna EP03. *Świat Kolei*, 1, 31.
- Lokomotywy spalinowe serii SM40 i SM41 (2018, 15 grudnia). Skansen Taboru Kolejowego w Chabówce. Pozyskano z <https://www.parowozy.pl/ekspozycja/spalinowe/sm40-sm41/>
- LOTOS Kolej rozpoczyna eksploatację pierwszej lokomotywy TRAXX F140 DE (2011, 1 lipca). Pozyskano z http://www.lotos.pl/322/p,174,n,3406/grupa_kapitalowa/centrum_prasowe/aktualnosci/lotos_kolej_rozpoczyna_eksplatacje_pierwszej_lokomotywy_traxx_f140_de
- Madrijas, J. (2018a, 11 stycznia). SKPL przemaluje składy kupione z GPW. Ale jeszcze nie wiadomo, gdzie pojadą. *Rynek Kolejowy*. Pozyskano z <https://www.rynek-kolejowy.pl/wiadomosci/skpl-przemaluje-sklady-kupione-z-gpw-ale-jeszcze-nie-wiadomo-gdzie-pojadą-85225.html>

- Madrias, J. (2018b, 19 stycznia). Jakie (jeszcze) pociągi muszą sprzedać wodociągi? *Rynek Kolejowy*. Pozyskano z <https://www.rynek-kolejowy.pl/wiadomosci/jakie-jeszcze-pociagi-musza-sprzedac-wodociagi-85374.html>
- Madrias, J. (2018c, 9 kwietnia). FPL: Do Polski jadą kolejne lokomotywy Class 66. *Rynek Kolejowy*. Pozyskano z <https://www.rynek-kolejowy.pl/wiadomosci/fpl-do-polski-jada-kolejne-lokomotywy-class-66-86113.html>
- Piech, R. (2008, 18 lutego). Zespoły MR MRD Arriva PCC z dopuszczeniem do ruchu. *InfoRail*. Pozyskano z http://inforail.pl/zespoły-mr-mrd-arrivapcc-z-dopuszczeniem-do-ruchu_more_65950.html
- Pierwsza polska wielosystemowa lokomotywa zakończyła testy (2013, 14 sierpnia). *Nowy Przemysł*. Pozyskano z https://logistyka.wnp.pl/pierwsza-polska-wielosystemowa-lokomotywa-zakonczyła-testy,204433_1_0_0.html
- Push-pulle z Bombardiera dla Kolei Mazowieckich (2017, 15 grudnia). *Railway Busines Forum*. Pozyskano z <http://www.rbf.net.pl/wiecej,Push-pulle-z-Bombardiera-dla-Kolei-Mazowieckich>
- Rail Polska Sp. z o.o. (2017, 15 grudnia). Pozyskano z <http://www.railpolska.pl/ztk.html>
- Rocznik statystyczny handlu zagranicznego 2016* (2016). Warszawa: Główny Urząd Statystyczny.
- Rudziński, A. (2009). Koleje Górnicze KWB Konin. *Technika Transportu Szynowego*, 4–5, 78–83.
- Rusak, R. (2008a). Pojazdy trakcyjne przewoźników prywatnych – lokomotywy elektryczne. *Technika Transportu Szynowego*, 3, 13–21.
- Rusak, R. (2008b). Pojazdy trakcyjne przewoźników prywatnych – lokomotywy spalinowe. *Technika Transportu Szynowego*, 4, 31–45.
- Sato, Y. (2005). Global market of rolling stock manufacturing: present situation and future potential. *Japan Railway & Transport Review*, 41, 4–13.
- Skodlarski, J. (1987). Stosunki handlowe Polski z krajami kapitalistycznymi (1945–1949). *Kwartalnik Historyczny*, 94(3), 125–144.
- Szybciej, bezpieczniej i wygodniej – nowe pociągi z Programu Infrastruktura i Środowisko dla Intercity (2011, 23 sierpnia). Pozyskano z https://www.funduszeuropejskie.2007-2013.gov.pl/wiadomosci/strony/20110822_intercity_rozwoj_transportu_kolejowego_pois.aspx
- Szymajda, M. (2015, 24 grudnia). SD80. Czy dla unikalnego pojazdu jest jeszcze ratunek?, *Rynek Kolejowy*. Pozyskano z <https://www.rynek-kolejowy.pl/wiadomosci/sd80-czy-dla-unikalnego-pojazdu-jest-jeszcze-ratunek-73824.html>
- Szymajda, M. (2018, 15 czerwca). SN84 „Mucha” w barwach SKPL już w Bieszczadach. Wkrótce zabierze pasażerów. *Rynek Kolejowy*. Pozyskano z <https://www.rynek-kolejowy.pl/wiadomosci/sn84-mucha-w-barwach-skpl-juz-w-bieszczadach-wkrotce-zabierze-pasazerow-87460.html>
- Taylor, Z., Ciechański, A. (2017). Deregulacja i przekształcenia przedsiębiorstw transportu lądowego w Polsce na tle polityki spójności UE. *Prace Geograficzne*, 257.
- Terczyński, P. (1999). Spalinowe wagony silnikowe na Polskich Kolejach Państwowych. *Technika Transportu Szynowego*, 12, 19–29.
- Terczyński, P. (2007). *Atlas lokomotyw 2007*. Poznań: Poznański Klub Modelarzy.
- Terczyński, P. (2010). Elektryczne zespoły trakcyjne w Polsce – stan obecny i bliska perspektywa. *Technika Transportu Szynowego*, 5–6, 13–20.
- Trakcja elektryczna* (2018, 15 grudnia). Skansen Taboru Kolejowego w Chabówce. Pozyskano z <https://www.parowozy.pl/ekspozycja/elektryczne/>
- Wach, K. (2014, 22 kwietnia). GAMY dla PKP IC z silnikami MTU serii 4000. *InfoRail*. Pozyskano z http://m.inforail.pl/gamy-dla-pkp-ic-z-silnikami-mtu-serii-4000_more_40549.html
- Warszawa: Husarz PKP Intercity (2008, 11 grudnia). *InfoRail*. Pozyskano z http://www.inforail.pl/warszawa-husarz-pkp-intercity_more_63720.html
- Wojtkiewicz, S., Bocheński, T. (2018). Rozwój przemysłu taboru kolejowego w Polsce na przełomie XX i XXI wieku. *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego*, 32(3), 157–173. doi: 10.24917/20801653.323.10
- Wróblewski, P. (2018, 15 grudnia). *Historia i dzień dzisiejszy Szybkiej Kolei Miejskiej w Trójmieście*. Pobrano z <https://www.skm.pkp.pl/en/o-nas/nasza-historia/>

Za nieco ponad trzy tygodnie SP32 zakończy służbę (2017, 5 grudnia). *InfoRail*. Pozyskano z http://inforail.pl/za-nieco-ponad-trzy-tygodnie-sp32-zakoncza-sluzbe_more_100936.html

Zajfert, M. (2013). Dostęp do taboru kolejowego barierą rozwoju rynku przewozów pasażerskich w Polsce. *Internetowy Kwartalnik Antymonopolowy i Regulacyjny*, 4(2), 89–109.

Zintel, K. (2003). Wąskotorowe lokomotywy elektryczne na tor 900 mm w kopalniach węgla brunatnego. *Świat Kolei*, 6, 30–35.

Zintel, K. (2005). Lokomotywy elektryczne typu EL2. *Świat kolei*, 1, 14–21.

Tadeusz Bocheński, dr, adiunkt w Instytucie Geografii Społeczno-Ekonomicznej i Gospodarki Przestrzennej Uniwersytetu Szczecińskiego. Specjalizuje się w geografii transportu. Prowadzi badania z zakresu: funkcjonowania kolei i transportu intermodalnego, funkcjonowania portów morskich oraz powiązań między przemysłem a kolejami i portami morskimi. Obszar badań obejmuje przede wszystkim Polskę, Europę Środkowo-Wschodnią i Region Morza Bałtyckiego. W polu jego zainteresowań znajduje się również delimitacja regionów funkcjonalnych w Polsce.

Tadeusz Bocheński, PhD, assistant professor in the Institute of Socio-Economic Geography and Spatial Management of the University of Szczecin. He specialises in transport geography. He conducts research in the field of: railway operation and intermodal transport, operation of seaports and links between industry and railways and sea ports. The research area mainly covers Poland, Central and Eastern Europe and the Baltic Sea Region. His field of interest also includes the delimitation of functional regions in Poland.

ORCID: 0000-0001-6172-7914

Adres/address:

Uniwersytet Szczeciński
Instytut Geografii Społeczno-Ekonomicznej i Gospodarki Przestrzennej
ul. Mickiewicza 18, 70-383 Szczecin, Polska
e-mail: tadeusz.bochenski@usz.edu.pl

Sebastian Wojtkiewicz, mgr inż., doktorant w Instytucie Geografii Społeczno-Ekonomicznej i Gospodarki Przestrzennej Uniwersytetu Szczecińskiego. Specjalizuje się w geografii transportu. Prowadzi badania m.in. z zakresu funkcjonowania kolei oraz komunikacji miejskiej. W polu jego zainteresowań znajdują się również przemiany przestrzenne w miastach.

Sebastian Wojtkiewicz, MSc, PhD student in the Institute of Socio-Economic Geography and Spatial Management of the University of Szczecin. He specialises in transport geography. He conducts research on the functioning of railways and public transport. His academic interests also include spatial changes in cities.

ORCID: 0000-0002-3044-0547

Adres/address:

Uniwersytet Szczeciński
Instytut Geografii Społeczno-Ekonomicznej i Gospodarki Przestrzennej
ul. Mickiewicza 18, 70-383 Szczecin, Polska
e-mail: sebastianwojtkiewicz@gmail.com

MONIKA PŁAZIAK

Uniwersytet Pedagogiczny w Krakowie, Polska
Pedagogical University of Krakow, Poland

ANNA IRENA SZYMAŃSKA

Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie, Polska
Cracow University of Economics, Poland

Preferencje młodych użytkowników przestrzeni miejskiej Krakowa w zakresie wyboru alternatywnych form transportu

Alternative Forms of Transport Preferences Exhibited by Young Users of Krakow Urban Space

Streszczenie: W dużych miastach obserwujemy rozwój transportu alternatywnego, towarzyszącego indywidualnemu transportowi samochodowemu, motocyklowemu, motorowerowemu i rowerowemu oraz zbiorowej komunikacji miejskiej i tradycyjnym przedsiębiorstwom taksówkowym. Do alternatywnych form transportu zaliczamy następujące usługi transportowe: zbliżone do usług taksówkowych, jednakże tańsze i odmienne w porównaniu z tradycyjnymi formami w sposobie realizacji zamówienia, które odbywają się przez aplikację, wynajem samochodów (będących własnością danego przedsiębiorstwa lub prywatnych właścicieli) na minuty lub godziny, co określamy mianem *carsharingu*, oraz wypożyczanie rowerów w ramach publicznego systemu wynajmu. Ze względu na specyfikę realizacji zamówienia, do czego potrzebny jest dostęp do komputera lub mobilnego urządzenia oraz internetu lub specjalnej aplikacji, z oferty firm świadczących usługi w ramach transportu alternatywnego korzystają najczęściej ludzie młodzi. Popularności tego transportu wśród przedstawicieli tego pokolenia sprzyja również wiele cech charakteryzujących młode pokolenie cyfrowe (sieci, Y). Przykładowe z tych cech to: pragnienie wolności, personalizacja, uważna obserwacja, czułość na wiarygodność i otwartość (wrażliwość?), pragnienie rozrywki, wspólne działania i nawiązywanie kontaktów, potrzeba prędkości, innowacyjność. Przytoczone badania zostały przeprowadzone wśród przedstawicieli młodszego pokolenia Y, czyli osób w wieku 19–24 lata. Ankietowani bardzo chętnie korzystają z transportu alternatywnego, w przyszłości również planują z niego korzystać i będą do tego zachęcać innych. Najważniejszymi powodami, które nimi kierują przy wyborze tego rodzaju transportu, są: dowolność w czasowym i przestrzennym korzystaniu z transportu, czyli fakt, że można z pojazdu skorzystać właściwie o dowolnej porze i w dowolnym miejscu. Natomiast czynnik finansowy ma dla nich pewne znaczenie, jednakże nie jest on decydujący wobec innych korzyści. Także czynniki ekologizacji i współpracy kolaboratywnej w kontekście wyboru transportu alternatywnego, na podstawie wypowiedzi badanych osób, nie zostały potwierdzone.

Abstract: In large cities, we witness the development of alternative transport which accompanies the alternative car, motorcycle, scooter and bicycle transport and public transport, as well as traditional taxi transport. Such alternative forms of transport include the following transportation services: services similar to taxi services (however in lower price and offering alternative order placement methods when, i.e. ordering via a car rental application); rental of cars (owned by an enterprise or private owners) for minutes or hours,

known as car sharing; and bicycle rental offered in a public rental system. Because of the specificity of order realisation, which requires access to the computer or a mobile device and the Internet and/or special app, alternative transport services are typically used by young people. In addition, a number of features characteristic for the younger digital generation (network generation, Y generation) supports a growing popularity of the transportation among the generation. Some of the features include: desire of freedom, personalisation, close observation, sensitivity to credibility and openness, desire of entertainment, joint actions, networking, a need for speed, innovation. The above-mentioned research was conducted on a pool of younger Y generation representatives, aged 19–24. Respondents are very happy to use alternative transport, they also plan to use it in the future and encourage others to do so. The key reason for their choosing such a type of transport is the freedom of choice of time and place, i.e. a vehicle is available any time and any place. On the other hand, they place some importance on the financial factor, but it is not decisive when compared to other advantages. Similarly, environment-friendly and collaborative aspects in the context of alternative transport choices have not been confirmed by the respondents' opinion.

Słowa kluczowe: alternatywny transport miejski; *carsharing*; ekonomia współdzielenia; mobilna aplikacja; pokolenie cyfrowe; pokolenie sieci; pokolenie Y

Keywords: alternative urban transport; car sharing; digital generation; generation Y; mobile application; network generation; sharing economy

Otrzymano: 19 kwietnia 2019

Received: 19 April 2019

Zaakceptowano: 1 lipca 2019

Accepted: 1 July 2019

Sugerowana cytacja / Suggested citation:

Płaziak, M., Szymańska, A.I. (2019). Preferencje młodych użytkowników przestrzeni miejskiej Krakowa w zakresie wyboru alternatywnych form transportu. *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego*, 33(3), 36–57. doi: 10.24917/20801653.333.3

WSTĘP

Problem wzrostu liczby pojazdów na ulicach polskich miast ciągle narasta, zjawisko powoduje korki, a nawet kongestię, co prowadzi do utrudnień dla mieszkańców w dostaniu się do pracy, szkół i innych instytucji. Są to jedne z ważniejszych bezpośrednich przyczyn rozwoju alternatywnych form transportu miejskiego, który może ułatwić ominięcie korków albo też zagwarantować łatwiejszy dostęp do pojazdów czy też niższe koszty podróżowania. Jest to możliwe dzięki postępowi technologicznemu w postaci rozwoju internetu i aplikacji mobilnych obsługujących nowoczesne formy transportu. Wskazać można oczywiście również inne przyczyny korzystania z tego rodzaju transportu oraz jego rozwoju w mieście, chociażby takie jak: ekologizacja życia (zwracanie uwagi na bardziej świadome wykorzystanie zasobów miasta, w mniejszym stopniu szkodzące środowisku przyrodniczemu, m.in. przez ograniczenie zużycia energii i zmniejszanie zanieczyszczenia powietrza) czy zmiana stylu życia na bardziej świadomy i wygodny. Należy również pamiętać, że dokonywane wybory opierają się zawsze na aktualnych możliwościach, ograniczeniach i zwyczajach użytkowników (Lu, Pas, 1999; Sierpiński, 2012).

W większości dużych miast Polski, także i w Krakowie, oprócz samochodowego transportu indywidualnego, zbiorowej komunikacji miejskiej i tradycyjnych przedsiębiorstw taksówkowych, funkcjonują alternatywne formy transportu dostępne dla użytkowników przestrzeni. Alternatywne formy transportu miejskiego można pogrupować według następujących zasad funkcjonowania: pierwsza grupa to usługi transportowe zbliżone do usług taksówkowych, jednakże tańsze i odmienne w sposobie realizacji

zamówienia (przez aplikację) w porównaniu z tradycyjnymi formami; druga grupa to wynajem samochodów (będących własnością danego przedsiębiorstwa lub prywatnych właścicieli) na minuty lub godziny; trzecia grupa to wynajem rowerów w ramach publicznego systemu wynajmu (Plechawska-Wójcik, Miłosz, Michalczyk, 2014; Górską, Kisielewski, 2017).

W Krakowie zidentyfikowano następujące rodzaje działalności lub przedsiębiorstwa świadczące usługi transportowe: Uber, Taxify (następnie: Bolt), usługi w ramach *carsharingu* – np. Traficar, 4Mobility, Panek Car Sharing, usługi wynajmu rowerów – BikeU (Wavelo). W 2019 roku w największych miastach Polski, w tym również w Krakowie, pojawiły się systemy wypożyczania elektrycznych hulajnóg, zdobywające coraz większą popularność, np. serwis Hulaj (www.hulaj.eu), jednak z racji wcześniejszego opracowania materiału badawczego, nieuwzględnione w niniejszym opracowaniu. Do alternatywnych form nie zaliczono zatem systemu komunikacji miejskiej oraz tradycyjnych usług taksówkowych, jak również podróżowania z wykorzystaniem własnego środka lokomocji, np. samochodu, motocykla, skutera, roweru, hulajnogi itp., a także pokonywania odległości pieszo.

Wszystkie powyższe formy transportu alternatywnego w mieście łączy konieczność obsługi mobilnej aplikacji, a przynajmniej strony internetowej. Zatem oferta skierowana jest do osób korzystających z internetu i aplikacji. Najczęściej trafia zatem ona do ludzi młodych, którzy strony internetowe i aplikacje obsługują najbieglej i najczęściej mają do nich dostęp. Przedstawiciele tej grupy wiekowej zidentyfikowano jako młodsze pokolenie Y, czyli osoby urodzone w latach 1990–2000 (Tapscott, 2010). Stąd badania przeprowadzono wśród ludzi młodych – ze względu na dostępność byli to studenci jednej z krakowskich uczelni (Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie). Badania kwestionariuszowe przeprowadzono na przełomie 2018 i 2019 roku. Pytania badawcze, które szczegółowo przytoczono w dalszej części opracowania, dotyczyły rodzajów transportu alternatywnego, z jakiego młodzi ludzie korzystają, a także częstotliwości, powodów i wad korzystania z tych form transportu oraz czynników, jak na przykład płeć czy sytuacja finansowa, różnicujących preferencje w tym zakresie.

Transport alternatywny w mieście jako przedmiot badań stanowi zazwyczaj jeden z kilku elementów całego miejskiego systemu transportowego lub przykład zróżnicowanego wachlarza zachowań mobilnych mieszkańców. W pierwszym przypadku podkreślane jest zazwyczaj jego znaczenie w rozwiązywaniu problemów transportowych miasta, takich jak: brak pożądaných połączeń komunikacji zbiorowej, nadmierne zatłoczenie ulic, negatywne zjawiska środowiskowe; natomiast w drugim przypadku: zmiany w stylu życia mieszkańców, a więc konsumentów oferty transportowej miast, i wpływ tych zmian na zachowania konsumpcyjne – w ramach decyzji odnośnie do mobilności.

Opracowania z zakresu rozwiązywania problemów transportowych miast coraz częściej dotyczą koordynowania systemów przewozu osób i towarów opracowywanych w ramach logistyki miejskiej (Tundys, 2013; Dorda, 2015; Jaroszyński, Chład, 2015; Parzysek, 2016; Szołtysek, 2016; Kozłowska, Abramowicz, 2017; Gajewski, 2018; Korneć, 2018), będącej nierozzerwalną składową tzw. *smart cities* (Stangel, 2013; Brychcy, Przybyłowski, 2018; Kauf, 2018).

Prace dotyczące zachowań konsumentów – użytkowników oferty transportowej miast, ze szczególnym uwzględnieniem transportu alternatywnego (często rozumianego wężej jako transport współdzielony), najczęściej podejmowane są w kontekście

badania nad ekonomią współdzielenia (Radzimski, 2011; Słupińska, 2015; Banaszek, 2016; Kamińska, 2017).

Zwraca uwagę fakt, że badacze podejmujący się powyższej problematyki prezentują podejście optymistyczne. Twierdzą, że z negatywnymi zjawiskami funkcjonowania transportu miejskiego można skutecznie walczyć przez racjonalne porządkowanie i koordynowanie systemów transportowych miast oraz kształtowanie odpowiednich przesłanek korzystania z pojazdów w miastach, a co za tym idzie – podejmowania racjonalnych decyzji mobilnościowych przez mieszkańców – konsumentów. Takie podejście znajdziemy m.in. w opracowaniach J. Szołtyśka (2011) i J. Wesołowskiego (2008).

Zaprezentowane w niniejszym opracowaniu badania nie dotyczą związków transportu alternatywnego z funkcjonowaniem systemów transportowych w miastach, ale stanowią rekonesans odnośnie do postrzegania tego rodzaju transportu i preferencji w jego zakresie deklarowanych przez młodych konsumentów, użytkowników przestrzeni i transportu dużego miasta. Badania pozwalają wnioskować jedynie o uczestniczącej w ankietyzacji grupie młodych ludzi, ale jego wyniki mogą stanowić punkt wyjścia do dalszych analiz i wnioskowania o całej populacji młodych mieszkańców czy nawet o ogóle mieszkańców Krakowa (lub użytkowników przestrzeni miejskiej Krakowa), mogą również stanowić przydatne źródło informacji do rozwiązywania problemów decyzyjnych dotyczących wyboru środka transportu. Decyzje te wymagają poznania czynników ogólnie określanych jako zachowania komunikacyjne osób podróżujących (Szołtysek, 2011; Sierpiński, 2012).

ALTERNATYWNE FORMY TRANSPORTU W DUŻYM MIEŚCIE I JEGO UŻYTKOWNICY

Jedną z pierwszych form transportu alternatywnego w mieście wprowadziło przedsiębiorstwo Uber. Oferta Ubera jest aktualnie bardzo popularna na świecie, również w Polsce. Firma została utworzona w 2009 roku przez Gerrata Campa i Trávisa Kalanicka w Stanach Zjednoczonych. Na początku firma działała jedynie na terenie San Francisco, oferując samochody ekskluzywnych marek. Szybko jednak się rozrosła, dołączając do oferty bardziej popularne marki samochodów. Aktualnie Uber działa w ponad 600 miastach i 65 krajach, zrealizował już ponad 10 mld przejazdów (każdego dnia w ramach usług Ubera realizowanych jest 15 mln przejazdów), a 3 mln kierowców przewiozło 75 mln pasażerów (Uber, 2019). W Krakowie przedsiębiorstwo działa od kwietnia 2015 roku (inne miasta Polski objęte usługami firmy to: Aglomeracja Śląska, Łódź, Poznań, Trójmiasto, Warszawa, Wrocław). Działalność firmy bazuje na aplikacji służącej do kojarzenia kierowców z pasażerami. Oferuje pasażerom zamówienie taniego i bezpiecznego przejazdu od „drzwi do drzwi” za pomocą aplikacji, a kierowcom daje możliwość świadczenia usług jako kierowca, realizowaną według grafiku dostosowanego do ich potrzeb. Obecnie oferta Ubera to nie tylko przejazdy samochodem, ale także szereg innych usług, m.in. Uber Eats (dostawa jedzenia) i Uber dla Firm (organizacja przejazdów dla pracowników i klientów firm). Ponadto firma tworzy swojego rodzaju społeczność użytkowników i sympatyków oraz angażuje się w różnego typu akcje charytatywne. Działalność Ubera jest postrzegana przez tradycyjne formy taksówkarskie jako nieuczciwa konkurencja, co doprowadziło nawet do protestów taksówkarzy w niektórych miastach świata. Należy jednak podkreślić, że to właśnie Uber, z konsekwencją

pozytywnych i negatywnych następstw, stał się prekursorem nowoczesnych rozwiązań transportowych na życzenie (*ride on demand*) w oparciu o mobilną aplikację (*smart mobility*). Uber uważany jest za jeden z najdroższych start-upów na świecie – jego wartość rynkowa to 67,5 mld dolarów (Górska, Kisielewski, 2017).

Na podobnych warunkach jak Uber działa przedsiębiorstwo Bolt, przekształcone z Taxify – firmy założonej w 2013 roku w Tallinie przez 19-letniego ucznia Markusa Villiga. Pierwotnym celem firmy było stworzenie platformy wspólnych usług taksówkarskich dla Tallina i Rygi. Aktualnie Bolt działa w 30 krajach i 50 miastach w Europie, Afryce, Azji Zachodniej, Ameryce Północnej i Australii, i ma 25 mln klientów oraz ponad 500 tys. kierowców oferujących przejazdy. W Polsce Bolt istnieje w następujących miastach: Bydgoszcz, Katowice, Kraków, Lublin, Łódź, Poznań, Trójmiasto, Warszawa, Wrocław (Bolt, 2019).

Odmienne od powyższych rodzaj transportu alternatywnego oferują firmy działające w ramach usług *carsharing*. Jest to system wypożyczania samochodów osobowych na krócej niż jeden dzień, zatem na godziny lub nawet minuty. Samochody są udostępniane za opłatą użytkownikom przez operatorów floty pojazdów, którymi są różne spółki, agencje publiczne, spółdzielnie, stowarzyszenia, a nawet grupy osób fizycznych (*Słownik pojęć strategii rozwoju...*, 2019). Szacuje się, że taki system funkcjonuje już w ponad tysiącu miast na świecie (Plechawska-Wójcik, Miłosz, Michalczyk, 2014). Istnieją różne modele funkcjonowania *carsharingu*. Model używany przez tradycyjne wypożyczalnie samochodów zakłada, że posiadają one całą potrzebną infrastrukturę. Wszystkie samochody używane w systemie należą do jednej firmy, która ponosi koszty ich utrzymania. Model ten nie odbiega zbyt od tradycyjnego modelu wypożyczania samochodów, najważniejszą różnicą jest jednak krótszy czas wypożyczenia oraz dowolne miejsce odebrania i/lub zostawienia pojazdu. Inny model *carsharingu*, coraz bardziej popularny, to model *peer-to-peer*, który polega na wypożyczaniu samochodów przez osoby prywatne. Zazwyczaj serwis wspomagający tego typu usługę gromadzi „wirtualną flotę” pojazdów. Samochody są własnością prywatną, ale są dostępne na jednej platformie, co ułatwia ich wypożyczenie. Dzięki temu osoby prywatne mają możliwość zmniejszenia kosztów utrzymania samochodu, a nawet zarabiania na nim. Ze strony użytkowników usługi wygląda ona podobnie jak w innych modelach, z tą różnicą, że liczba dostępnych pojazdów i ceny wynajmu mają większy zakres. Popularnymi narzędziami do komunikacji pomiędzy właścicielem samochodu a wynajmującym są fora i strony internetowe. Taki model *carsharingu* świetnie wpisuje się w coraz bardziej popularne zjawisko ekonomii (gospodarki) współdzielenia (*sharing economy*), określane również mianem ekonomii współpracy (*collaborative economy*), którego istotą są systemy ułatwiające dzielenie się nie w pełni wykorzystanymi zasobami lub usługami – odpłatnie lub bezpłatnie – bezpośrednio między podmiotami indywidualnymi lub organizacjami. Często celem jest nie tyle budowanie wzajemnych relacji między konsumentami, co obniżenie kosztów korzystania z usługi (Jastrzębska, Legutko-Kobus, 2017; Szymańska, 2017). Kolejny model *carsharingu* to model producentów samochodów, który jest podobny do tradycyjnych wypożyczalni samochodów. Umożliwia producentom dotarcie do nowych klientów, którzy nie potrzebują na co dzień samochodu. Pozwala także na testowanie nowych technologii, trendów i obserwowanie zmieniających się potrzeb klientów, by lepiej dostosować swoje produkty do rynku. Ze względu na posiadane technologie, zaplecze techniczne i znajomość własnych systemów, producenci samochodów mogą

w łatwy sposób dostosować pojazdy do wypożyczeń bezobsługowych (Plechawska-Wójcik, Miłosz, Michalczyk, 2014).

Najstynniejsze na świecie firmy oferujące usługi *carsharingowe* to: Autolib, City Car Club, Greenwheels, Stadtmobil, Zipcar i CityBee. Tradycyjne wypożyczalnie samochodów wprowadziły własne usługi typu *carsharing*, m.in.: Hertz on Demand, Enterprise CarShare, Avis On Location, Uhal Car Share. Jak już zaznaczono powyżej, również producenci samochodów wprowadzili usługi tego rodzaju, na przykład: car2go Daimlera, DriveNow BMW i Quicar Volkswagena.

Pierwszą usługę *carsharingową* w Polsce zaproponowała w 2016 roku spółka Traficar. Rozpoczęła działalność w Krakowie (Górska, Kisiielewski, 2017), a aktualnie działa również w Bydgoszczy, Lublinie, Łodzi, Poznaniu, Trójmieście, Warszawie, Wrocławiu i na Śląsku (Traficar, 2019). Z usługi Taxify (podobnie jak z oferty Ubera czy Bolta) skorzystać można dzięki aplikacji mobilnej. Po pobraniu aplikacji należy wprowadzić do niej swoje dane (wraz z danymi karty płatniczej) i wyszukać pojazd. Auto otworzyć można dzięki aplikacji, używając kodu QR, który znajduje się na samochodzie. Następnie klient proszony jest o odpowiedź na pytanie o ocenę pojazdu i czy w samochodzie znajdują się gaśnica, trójkąt oraz dowód rejestracyjny i kluczyki. Pojazd można wynająć tylko w przypadku, kiedy znajdują się w nim wyżej wymienione elementy, w przeciwnym razie konieczny jest kontakt z Infolinią Techniczną Traficar – wówczas użytkownik nie zostanie obciążony opłatami za korzystanie z pojazdu. Jeżeli wszystko jest w porządku, można skorzystać z samochodu, wykorzystując znajdujące się w schowku kluczyki. Obszar, na którym można pozostawić samochód po skończonej jeździe, jest zaznaczony w aplikacji oraz na stronie internetowej firmy. Samochód musi zostać pozostawiony w obrębie bezpłatnej lub płatnej strefy miejskiego parkowania – poza strefą wydzieloną uchwałą władz miasta (np. dla pojazdów uprzywilejowanych) oraz w miejscach dozwolonych do parkowania tylko w określonych godzinach (Górska, Kisiielewski, 2017; Traficar, 2019).

Inne przedsiębiorstwa *carsharingowe* działające w Polsce, na podobnych zasadach jak Traficar, to: 4Mobility (Warszawa i Poznań) oraz Panek Car Sharing (Warszawa i Lublin). Klient korzystający z *carsharingu* w tych firmach płaci tylko za czas korzystania z auta i przejechany dystans, nie ponosi natomiast kosztów paliwa i parkowania w strefie płatnego parkowania w mieście (4mobility, 2019; Panekcs, 2019).

Kolejny rodzaj transportu alternatywnego to wypożyczenia miejskich rowerów, funkcjonujące w ramach publicznego systemu wypożyczania rowerów (*bicycle-sharing system, bike-sharing system*). System taki zwykle stosowany jest w dużych aglomeracjach miejskich do poruszania się na bliskie odległości. Promuje się go dla zmniejszenia zatorów w ulicznym ruchu samochodowym, ograniczania emisji spalin i poprawy zdrowia mieszkańców. Z pewnością korzystanie z wypożyczonego roweru eliminuje niektóre wady roweru prywatnego, np. narażenie na kradzież i wysokie koszty zakupu oraz użytkowania, pozwala ominąć korki, ale z drugiej strony – podróżowanie rowerem nie jest tak komfortowe jak samochodem, szczególnie w niesprzyjających warunkach pogodowych.

Wypożyczenia rowerów stały się najbardziej popularne w takich krajach europejskich, jak: Holandia, Belgia, kraje skandynawskie, Niemcy, Hiszpania i Włochy. Niemniej i w Polsce funkcjonuje kilkadziesiąt publicznych systemów wypożyczania rowerów. Jako pierwszy z tych systemów w Polsce powstał ten krakowski, aktualnie funkcjonujący pod nazwą Wavelo (wcześniej jako OneBike i KMK Bike). W ramach systemu dostępnych

jest 1,5 tys. rowerów i 150 stacji dokujących (stan na początek 2019 roku). System ma charakter całoroczny (bez przerwy zimowej), działa na zasadzie wykupu abonamentu (Wavelo, 2019). Operatorem systemu Wavelo jest BikeU, która działa w Polsce od 2014 roku jako spółka francuskiej Grupy Egis, obecnej w ponad 100 krajach na świecie m.in. w Hiszpanii, Włoszech, Rosji, Madagaskarze, Arabii Saudyjskiej, Chinach, Indonezji, Indiach i Brazylii. Firma BikeU oprócz krakowskiego systemu Wavelo obsługuje także systemy w innych miastach Polski: Szczecin – Bike_S, Bielsko-Biała – BBbike, Bydgoszcz – BRA oraz Jastrzębie-Zdrój – Polski Rower (Bikeu, 2019).

Oferta w ramach transportu alternatywnego w mieście skierowana jest potencjalnie do wszystkich dorosłych mieszkańców, jednakże w praktyce korzystają z niej ci, którzy mają dostęp do komputera lub urządzenia mobilnego i potrafią pobrać aplikację potrzebną do skorzystania z usługi. Jest to z pewnością poważna bariera dla części przedstawicieli średniego lub starszego pokolenia, które może dostępu do takiej aplikacji nie posiadać lub nie potrafić jej pobrać albo też dysponuje własnym samochodem i m.in. z tego powodu nie potrzebuje korzystać z wyżej opisanych usług lub jest mu wygodniej używać własnego środka transportu. Zatem najczęstszymi odbiorcami oferty przedsiębiorstw działających w ramach transportu alternatywnego będą ludzie młodzi, przyzwyczajeni na co dzień do korzystania z internetu i pobierania potrzebnych aplikacji. Biegłość w pobieraniu i obsłudze aplikacji przez młodych ludzi to jedna z przyczyn największej popularności tego rodzaju transportu w tej grupie odbiorców. Ludzie młodzi w wieku 18–39 lat, czyli urodzeni w między rokiem 1980 a 2000, to tak zwane pokolenie cyfrowe (Jabłońska, 2018). W krajach zachodnich uważa się za to pokolenie przedstawicieli urodzonych nawet wcześniej, bo od 1977 roku (Tapscott, 2010). Inne określenia tej generacji to: pokolenie sieci, pokolenie Millenium (milenialsów), pokolenie Y, generacja on-line (Jabłońska, 1918). W ramach tej grupy możemy wyróżnić starsze i młodsze pokolenie Y, czyli osoby urodzone odpowiednio w latach: 1980–1989 i 1990–2000. Pokolenie Y, zwłaszcza to młodsze, bez ograniczeń korzysta z komputerów, internetu, urządzeń mobilnych i aplikacji mobilnych. Radzi sobie w sieci doskonale i to zapewne w dużej części odróżnia je od wcześniejszego pokolenia X, które również korzysta z możliwości, jakie daje świat wirtualny, jednakże nie w tak intuicyjny sposób, jak czynią to generacje młodsze (w tym oczywiście kolejne pokolenie po pokoleniu Y, a wchodzące właśnie w dorosłość – pokolenie Z, czyli tzw. post-milenialsi).

Oprócz powszechnego i intuicyjnego korzystania z internetu i aplikacji, pokolenie Y charakteryzują jeszcze inne cechy, które dodatkowo mogą potencjalnie predestynować przedstawicieli tego pokolenia do korzystania z nowoczesnych usług, w tym transportowych. Można tutaj wyekstrahować osiem cech pokolenia sieciowego, szczegółowo opisanych przez D. Tapscotta (2010):

1. Pragnienie wolności – „We wszystkim, co robią, pragną przede wszystkim wolności, od wolności wyboru po swobodę wypowiedzi”.
2. Personalizacja – „Dorastali, mając możliwość wyboru mediów, które im odpowiadają, i sposobu ich odbierania oraz mogąc je zmieniać. (...) Potrzeba dopasowywania do własnych potrzeb sięga również poza cyfrowy świat i obejmuje w zasadzie wszystko, z czym mają do czynienia”.
3. Uważna obserwacja – „Dzisiaj przezroczystość, czyli dostęp interesariuszy do istotnych wiadomości na temat firmy, jest dla pokolenia sieci czymś naturalnym. (...) Firmy kierujące swoją ofertę do pokolenia sieci powinny spodziewać się z ich

strony szczegółowego przeanalizowania proponowanych produktów, podejmowanych działań promocyjnych i praktyk korporacyjnych”.

4. Czułość na wiarygodność i otwartość, zwłaszcza względem korporacji, której młodzi ludzie mają być klientami lub pracodawcami – „Internet i inne technologie komunikacyjne i informacyjne znoszą bariery pomiędzy firmami a bazą ich odbiorców – klientów, entuzjastów, akcjonariuszy. (...) pokolenie sieci chce mieć pewność, że wartości danej firmy zgadzają się z ich własnymi”.
5. Pragnienie rozrywki i zabawy w pracy, szkole i życiu towarzyskim – „Doświadczenie, które zdobyli, grając w gry komputerowe, podpowiada im, że do osiągnięcia celu prowadzi zawsze więcej niż jedna droga. (...) To pokolenie zostało wychowane na interaktywnych doświadczeniach. Trzeba im czegoś więcej niż samej rozpoznawalności marki, co zauważyły już największe firmy”.
6. Wspólne działania i nawiązywanie kontaktów, lecz głównie poprzez sieć – „Dzisiaj młodzi ludzie współpracują w serwisie Facebook, grają w gry komputerowe dla wielu graczy, nieustannie wysyłają wiadomości tekstowe, udostępniają pliki potrzebne do szkoły i w pracy lub dla zabawy. (...) Wywierają wpływ na siebie za pośrednictwem czegoś, co nazwalibyśmy sieciami opiniotwórczymi (N-Fluence networks, sieci N-fluencji) – grupującymi młodych ludzi, w których, między innymi, mogą rozmawiać o markach, firmach, produktach i usługach”.
7. Potrzeba prędkości – „W świecie, w którym przepływ informacji pomiędzy rozległymi sieciami użytkowników odbywa się z ogromną prędkością, komunikowanie się z przyjaciółmi, kolegami z pracy i zwierzchnikami zyskuje niespotykane wcześniej tempo. A specjaliści od marketingu i pracodawcy powinni zdawać sobie sprawę z tego, że pokolenie sieci spodziewa się takiego samego tempa komunikacji od innych – każda natychmiastowa wiadomość powinna spotkać się z natychmiastową odpowiedzią”.
8. Innowacyjność – „Dwudziestokilkulatek chce w pracy korzystać z nowego sprzętu – BlackBerry, Palma lub iPhone’a, nie dlatego, że stary już mu się znudził, ale dlatego, że nowy ma znacznie więcej możliwości”.

Alternatywne formy transportu stają się dla młodych ludzi coraz bardziej atrakcyjne ze względu na możliwość sterowania usługą za pomocą mobilnego urządzenia i aplikacji, ale także z tego względu, iż usługi te wychodzą naprzeciw powyższym cechom, a zarazem oczekiwaniom pokolenia Y – przede wszystkim dają wolność i wybór, ale jednocześnie poczucie kontroli i sprawczości. Zmienia się rola młodych konsumentów, którym nie wystarcza już reklama telewizyjna i prasowa, ani nawet internetowa (którą najczęściej po prostu wyłączają) – z konsumentów w tradycyjnym ujęciu zamieniają się w prosumentów, czyli wraz z producentami współtworzą innowacyjne produkty i usługi, co następuje przez aktywne uczestnictwo w społecznościach firm i użytkowników produktów, w wymianie opinii, testowaniu, a nawet projektowaniu i wdrażaniu produktów i usług na rynek (Toffler, 2006; Tapscott, 2010; Mitreğa, Witczak, 2012; Szul, 2013; Płaziak, Szymańska, 2015).

METODYKA BADAŃ

Badania kwestionariuszowe przeprowadzono na przełomie 2018 i 2019 roku, objęły one 300 młodych osób w wieku od 19 do 24 lat, studiujących na studiach stacjonarnych w Uniwersytecie Ekonomicznym w Krakowie. Dobór próby był wygodny (*convenience*

sampling). Struktura respondentów według płci kształtowała się następująco: kobiety – 58,7%, mężczyźni – 41,3%. W kwestionariuszu dominowały rozbudowane pytania zamknięte.

Przesłanką do przeprowadzenia badań z wykorzystaniem kwestionariusza ankiety stało się uzyskanie odpowiedzi na następujące pytania badawcze dotyczące ankietowanych osób:

1. Czy młodzi respondenci chętnie korzystają z alternatywnego transportu w mieście?
2. Czy osoby deklarujące korzystanie z transportu alternatywnego preferują ten rodzaj transportu, czy raczej pozostają wierne tradycyjnym formom?
3. Z jakich form transportu alternatywnego respondenci korzystają najchętniej?
4. Jak często respondenci korzystają z alternatywnych form transportu w mieście?
5. Czy korzystanie z alternatywnych środków transportu w Krakowie jest dla respondentów przyjemne i satysfakcjonujące ze względu na poziom oferowanych usług i możliwości, jakie te środki oferują?
6. Czy respondenci w przyszłości planują nadal korzystać z alternatywnego transportu i czy chętnie będą go polecać innym?
7. Jakimi przesłankami kierują się młodzi ludzie, dokonując wyboru środków transportu w mieście, ze szczególnym uwzględnieniem alternatywnych środków transportu?
8. Czy otwartość na korzystanie z alternatywnych form transportu w mieście jest zróżnicowana w zależności od struktury płci oraz sytuacji finansowej respondentów?
9. Jakie wady badana grupa młodych ludzi dostrzega w korzystaniu z alternatywnych form transportu?

W badaniach uwzględniono ludzi młodych, w wieku 19–24 lata, będących przedstawicielami młodszego pokolenia Y, czyli osoby już dorosłe, a jednocześnie najbardziej biegłe w obsłudze internetu, urządzeń mobilnych oraz aplikacji internetowych i mobilnych.

Na potrzeby badań za formy alternatywnego transportu miejskiego uznano następujące rodzaje działalności lub przedsiębiorstwa świadczące usługi transportowe: Uber, Taxify (aktualnie: Bolt), usługi w ramach *carsharingu* – np. Traficar, 4Mobility, Panek Car Sharing, usługi wynajmu rowerów – BikeU (Wavelo). Do alternatywnych form nie zaliczono zatem systemu komunikacji miejskiej oraz tradycyjnych usług taksówkowych, jak również podróżowania z wykorzystaniem własnego środka lokomocji, np. samochodu, motocykla, skutera, roweru, hulajnogi itp., a także pokonywania odległości pieszo.

Ze względu na to, że dobór próby badawczej był wygodny, nieuzasadnione jest wnioskowanie na całą populację mieszkańców Krakowa czy choćby wszystkich studentów Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie, będących w wieku od 19 do 24 lat, jednakże wnioski z badań wydają się wartościowe ze względu na zróżnicowaną grupę badawczą, jak i jej liczebność (300 osób). Można badania te traktować jako wyjściowe do przyszłych badań na grupie probabilistycznej reprezentatywnej.

WYNIKI BADAŃ

W badanej grupie 300 młodych osób w wieku 19–24 lata studiujących w Uniwersytecie Ekonomicznym w Krakowie stwierdzono znaczne zainteresowanie korzystaniem

z alternatywnych form transportu w mieście. Aż 78,5%, korzysta przynajmniej z jednego rodzaju transportu alternatywnego. W ramach ocen preferencji różnych rodzajów transportu zbadano oceny preferencji transportu alternatywnego: Uber, Bolt (dawniej: Taxify), usługi *carsharing* –Traficar, 4 Mobility, Panek Car Sharing, wynajem rowerów miejskich – BikeU (Wavelo); były one łącznie wysokie i stanowiły 24,0% ogółu wystawionych ocen. Wyżej oceniono jedynie preferencje korzystania z tramwaju (24,5%). Nieco słabiej natomiast oceniono preferencje korzystania z własnego samochodu (18,7%) i autobusu (18,6%), a najslabiej – z tradycyjnych usług taksy (7,2%) i własnego roweru (7,0%).

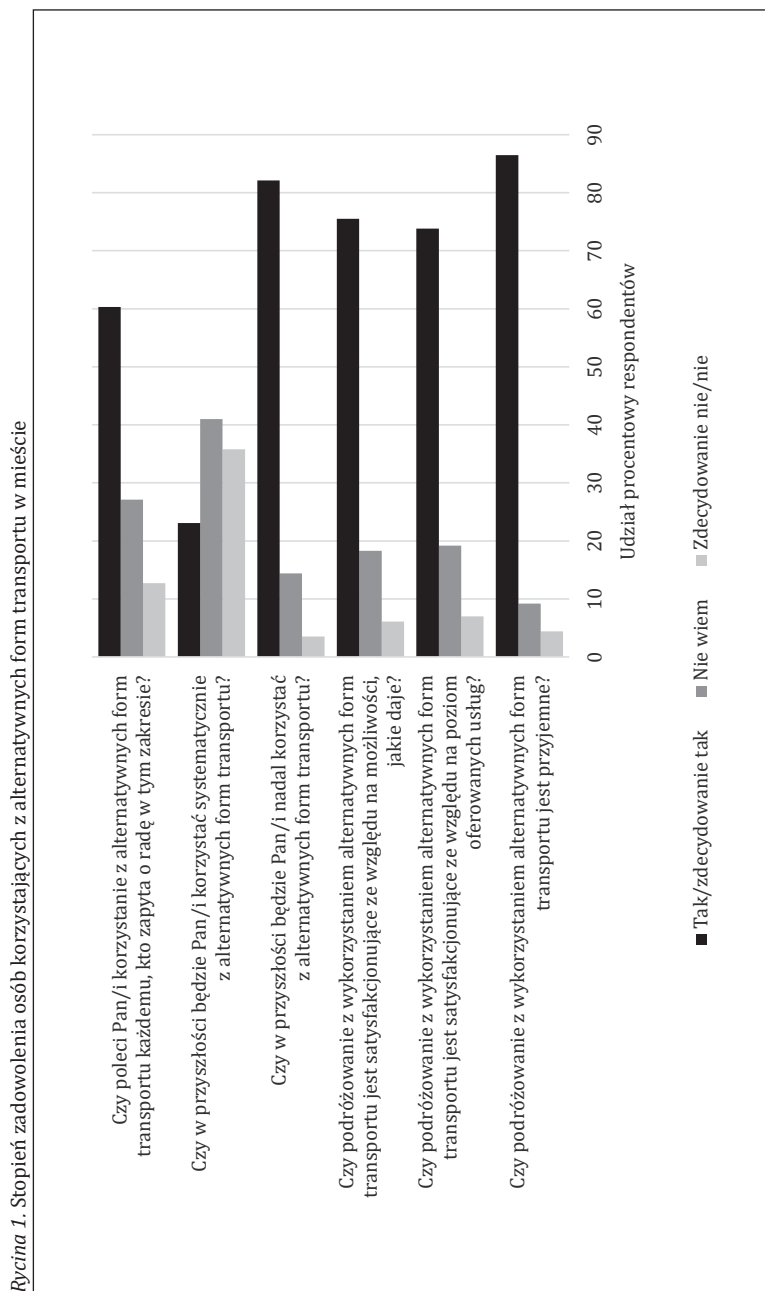
Młode osoby, które wzięły udział w badaniu i zadeklarowały korzystanie z transportu alternatywnego w Krakowie, najczęściej korzystają z następujących jego rodzajów lub konkretnych firm transportowych: Uber (52,0%), Bolt (27,3%), usługi *carsharing* – np. Traficar, 4Mobility, Panek Car Sharing (12,9%), wynajem rowerów miejskich – BikeU (Wavelo) (7,9%).

Wśród osób deklarujących korzystanie z przynajmniej jednej formy transportu alternatywnego w mieście ocena preferencji korzystania z tego rodzaju transportu była dość wysoka i wyniosła 28,4% ogólnych ocen. Ocenę pozostałych środków transportu w tej grupie respondentów kształtowały się następująco według malejących udziałów ocen: tramwaj (23,9%), własny samochód (18,2%), autobus (17,3%), tradycyjne usługi taksy (6,7%), własny rower (6,0%).

Korzystający z przynajmniej jednej formy transportu alternatywnego w mieście używają tego rodzaju transportu w większości raczej okazjonalnie (59,4% osób z tej grupy), jednocześnie spora część (25,8%) korzysta z takiego transportu regularnie, czyli przynajmniej raz w tygodniu, albo nawet kilka razy w tygodniu. Mniej regularnie, bo przynajmniej raz w miesiącu korzysta 13,1% osób z tej grupy, a tylko raz skorzystało jedynie 1,7%.

Respondenci korzystający z alternatywnych form transportu wskazali na relatywnie wysoki stopień zadowolenia z podróżowania nim (rycina 1). Aż 86,5% respondentów z tej grupy uważa, że jest to podróżowanie przyjemne lub zdecydowanie przyjemne. Jest to dla nich również podróżowanie satysfakcjonujące lub zdecydowanie satysfakcjonujące ze względu na poziom oferowanych usług, jak też ze względu na możliwości, jakie daje – odpowiednio 73% i 75,5%. Aż 82,1% osób z tej grupy deklaruje korzystanie lub zdecydowane korzystanie w przyszłości z tego rodzaju form transportu. Niekoniecznie jednak będzie to korzystanie regularne – jedynie 23,1% z tej grupy badanych zadeklarowało, że będzie (lub zdecydowanie będzie) systematycznie z tego transportu korzystać. Sporo osób natomiast było skłonnych do tego, aby w przyszłości polecić lub zdecydowanie polecić ten rodzaj transportu innym (60,3%).

Badania potwierdziły, jak ważną rolę odgrywa dla młodych ludzi szybki i łatwy dostęp do informacji (co równoznaczne jest dla nich z szybkim i łatwym dostępem internetowym, mobilnym), w tym przypadku – w zakresie wyboru środka transportu (rycina 2). Wśród ogółu badanych blisko połowa, bo 49,0% osób, stwierdziła, że często lub zawsze zwraca uwagę na ten aspekt przy dokonywaniu decyzji o wyborze środka transportu. W grupie respondentów deklarujących korzystanie z alternatywnych form transportu w mieście stwierdzono jeszcze większy udział osób, które często lub zawsze zwracają na ten aspekt uwagę (51,1%). Zaledwie 1,7% spośród badanych nie zwraca nigdy uwagi na szybki, łatwy dostęp w tym zakresie (być może przykładowo wychodzą z domu, nie upewniwszy się o rozkładzie jazdy środka transportu, z którego zamierzają



Źródło: opracowanie własne na podstawie badań kwestionariuszowych

skorzystać), a jednocześnie wśród osób używających alternatywnej komunikacji miejskiej żadna z nich nie stwierdziła, że nigdy na ten aspekt nie zwraca uwagi.

Wspomniany szybki i łatwy dostęp do informacji o dostępności środka transportu jest zdecydowanie ważniejszy dla respondentów niż samo konstruowanie strony internetowej, jej przyjazność. W tym zakresie już tylko 17,0% badanych stwierdziło, że zwraca na to uwagę często lub zawsze (wśród osób korzystających z alternatywnych form transportu był to nieco większy udział – 18,3%), przy czym aż 13% nigdy nie zwraca na to uwagi (w grupie korzystających z alternatywnych form transportu było to nieco mniej, bo 10,5%).

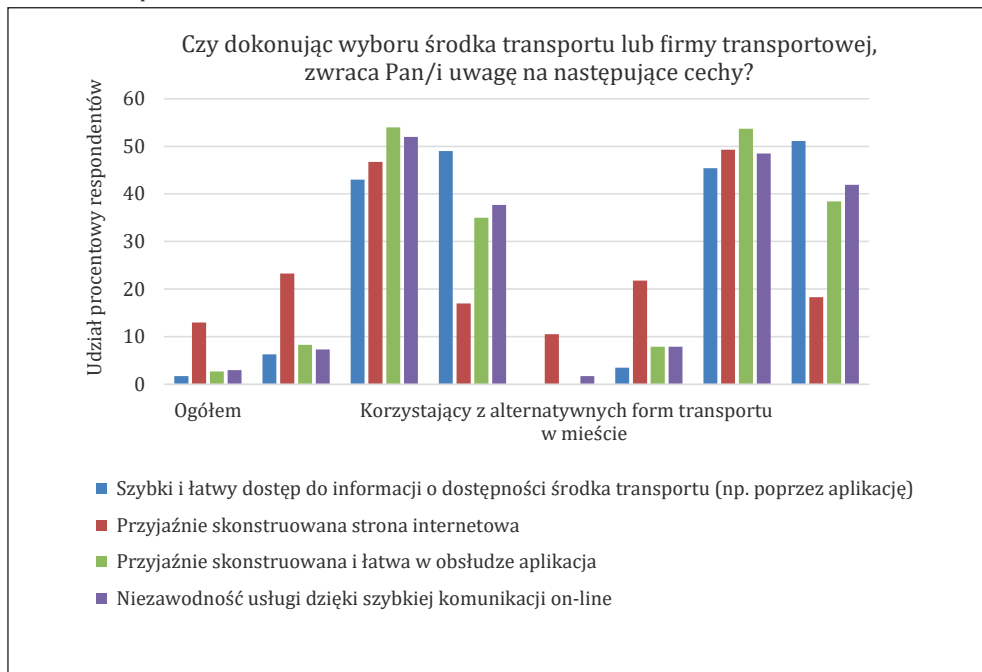
O ile konstrukcja i wygląd strony internetowej nie są tak ważne dla przedstawicieli młodszego pokolenia Y, o tyle zdecydowanie istotniejsza wydaje się dla nich funkcjonalność samej aplikacji, umożliwiającej korzystanie z usługi transportowej. Wśród badanych osób 35,0% stwierdziło, że często lub zawsze zwraca uwagę na przyjaźnie skonstruowaną i łatwą w obsłudze aplikację (w grupie korzystających z alternatywnych form transportu był to większy udział – 38,4%), przy czym uwagi na ten aspekt nigdy nie zwraca zaledwie 2,7% w ogólnej grupie respondentów, a w grupie korzystających z alternatywnych form transportu w ogóle nie było osób, które nie zwracałyby na to uwagi. Funkcjonowanie transportu alternatywnego nierozzerwalnie wiąże się z korzystaniem z aplikacji w urządzeniach mobilnych, takich jak smartfony czy tablety.

Niezależnie od tego, czy respondenci korzystają bezpośrednio ze strony internetowej w komputerze, czy z aplikacji w urządzeniu mobilnym, ważna jest dla nich niezawodność usługi, i to nie tylko przy zamawianiu środka transportu, ale też przy wykonywaniu prostej czynności, jaką będzie sprawdzenie rozkładu jazdy na stronie przewoźnika. W grupie ogółu badanych 37,7% stwierdziło, że często lub zawsze zwraca uwagę na niezawodność usługi dzięki szybkiej komunikacji on-line, a w grupie korzystających z alternatywnych form transportu było to więcej, bo 41,9% osób.

Dla respondentów w podjęciu decyzji o wykorzystaniu danego środka transportu po mieście niezwykle ważna wydaje się możliwość bezpośredniego dojazdu na miejsce. Ponad połowa ogółu ankietowanych, jak również ponad połowa korzystających z alternatywnych form transportu, wskazała, że jest to bardzo ważny motyw – odpowiednio: 51,0% i 51,1% osób uznało, że często lub zawsze zwraca na ten fakt uwagę (rycina 3). Ważna jest dla nich również nieograniczona czasowa dostępność środka transportu. Blisko połowa badanych osób – 46,7% (wśród korzystających ze środków alternatywnych – 47,6%) często lub zawsze bierze pod uwagę, czy zagwarantowana jest dostępność środka transportu o dowolnej porze, bez konieczności oczekiwania (np. na przystanku), dzięki czemu można zaoszczędzić swój czas. Jest to doskonałym potwierdzeniem, iż przedstawiciele młodszego pokolenia Y cenią sobie niezwykle mobilność polegającą na łatwym i szybkim dotarciu do obranego celu, nie tylko w przestrzeni wirtualnej, lecz również realnej.

Przy czym ważna, ale już nie tak bardzo jak dostępność środka transportu i celu podróży, jest dla nich wygoda podróżowania. Ponad połowa badanych zwraca na to uwagę jedynie czasami (55,7%), a wśród korzystających z form alternatywnych – 57,6%. Dla odpowiedzi często lub zawsze były to udziały „Czy dokonując wyboru środka transportu lub firmy transportowej, zwraca Pan/i uwagę na następujące cechy?” odpowiednio: 34,3% i 31,9%. Również fakt, czy jest to podróżowanie przyjemne, jest rozważany raczej czasami (57,3% i 56,8%) niż często czy zawsze (32,0% i 32,8%).

Rycina 2. Dostępność i jakość usług internetowych i mobilnych jako czynnik wyboru przez respondentów środków transportu w mieście



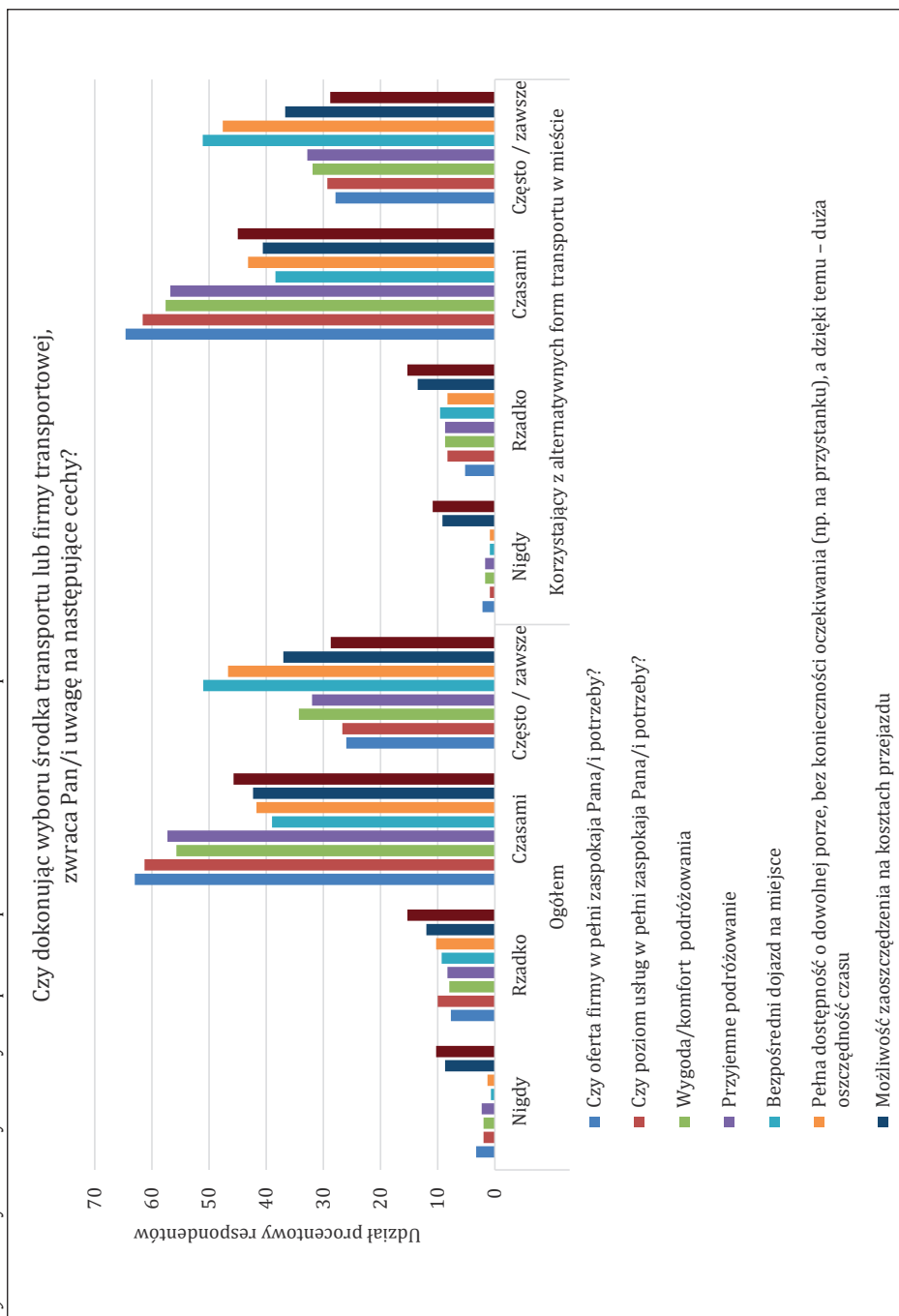
Źródło: opracowanie własne na podstawie badań kwestionariuszowych

Dość ważnym motywem wyboru środka transportu jest możliwość oszczędzenia na kosztach przejazdu. W ogólnej grupie respondentów 37,0% często lub zawsze bierze ten czynnik pod uwagę, a w grupie korzystających z alternatywnych form jest to udział podobny: 36,7%.

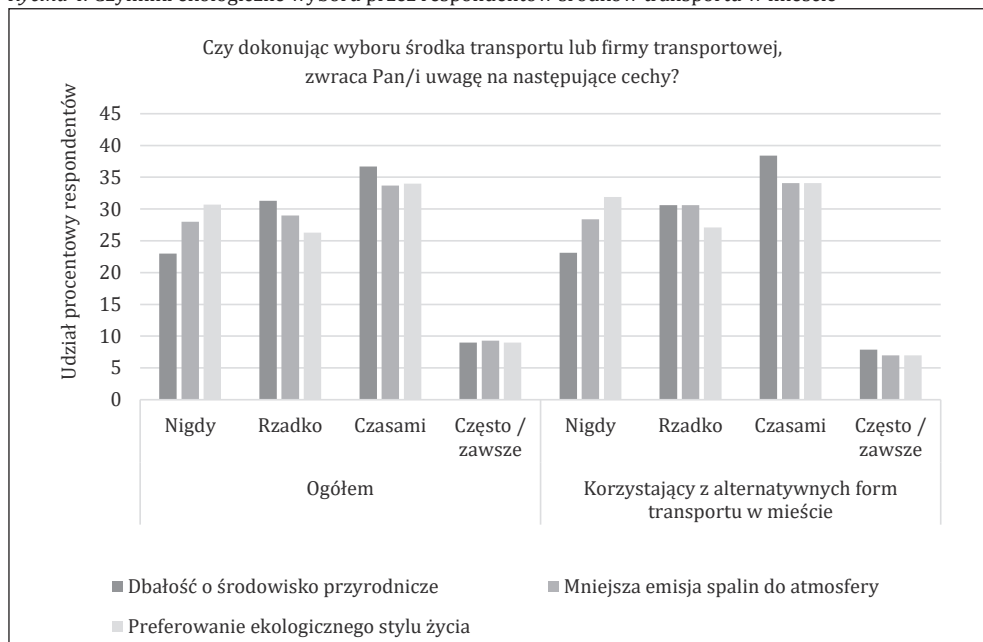
Niezwykle interesujący jest fakt, że w obu grupach relatywnie rzadko młodzi ludzie zastanawiają się nad bezpieczeństwem podróży. Być może wiąże się to z zaufaniem do miejskich przewoźników lub też z przekonaniem, że przemieszczanie po mieście jest dość wolne i dlatego bezpieczne. Przy wyborze środka transportu zaledwie 28,7% osób często lub zawsze rozważa bezpieczeństwo w trakcie podróży (w grupie korzystających z alternatywnych form było to 28,8% osób), a jednocześnie spory udział stanowią osoby, które nigdy tego aspektu nie analizują (odpowiednio: 10,3% i 10,9%) lub czynią to rzadko (15,3% i 15,3%). Wydawać by się mogło, że wśród osób korzystających z alternatywnych form transportu poczucie bezpieczeństwa podczas podróży będzie ważniejszym, niż deklarowany poziom, czynnikiem wyboru środka poruszania się po mieście.

Młodzież korzystająca z form alternatywnych transportu w mieście wydaje się nieco bardziej krytyczna w ocenie możliwości stopnia zaspokojenia ich potrzeb przez firmy/usługi transportowe. O ile na ten aspekt często lub zawsze zwraca uwagę 26,0% ogółu respondentów, to w tej grupie jest to już 27,9%, a jednocześnie w ogólnej grupie nigdy na ten fakt nie zwraca uwagi 3,3% osób, o tyle w tej grupie jest to 2,2%. Podobnie wygląda ocena respondentów odnośnie możliwego poziomu zaspokojenia potrzeb usługobiorcy. W grupie ogólnej często lub zawsze zwraca na to uwagę 26,7%,

Rycina 3. Wybrane czynniki wyboru przez respondentów środków transportu w mieście



Rycina 4. Czynniki ekologiczne wyboru przez respondentów środków transportu w mieście



Źródło: opracowanie własne na podstawie badań kwestionariuszowych

a w grupie korzystającej z alternatywnych form jest to znów większy udział, bo 29,3%. Jednocześnie w grupie ogólnej tego aspektu nie rozważa nigdy 2,0% osób, w grupie „alternatywnej” jest to ponownie mniejszy udział – 0,9%. Można zatem stwierdzić, że młode osoby korzystające z alternatywnych form transportu są bardziej świadome i krytyczne w odniesieniu do proponowanych usług.

Stwierdzono relatywnie niski stopień znaczenia tych czynników wyboru transportu w mieście, które związane są z dbałością ankietowanych o jakość środowiska przyrodniczego. Aż 23,0% respondentów z grupy ogólnej i 23,1% osób z grupy „alternatywnej”, dokonując wyboru środka transportu, nigdy nie zwraca uwagi na dbałość o środowisko przyrodnicze. Odpowiedzi często lub zawsze stanowiły odpowiednio: 9,0% i 7,9%. Podobnie rozkładały się udziały, jeśli chodzi o uwzględnienie mniejszej emisji spalin do atmosfery – nigdy: 28,0% i 28,4%; często lub zawsze: 9,0% i 7,0% (rycina 4).

Respondenci nie byli raczej skłonni przyznać się do preferowania ekologicznego stylu życia. Aż 30,7% ogółu badanych nigdy nie bierze ekologicznego aspektu jako czynnika wyboru środka transportu (w grupie „alternatywnej” był to jeszcze większy udział: 31,9%). Jedynie 9,0% ogółu badanych często lub zawsze kieruje się w analizowanym temacie czynnikiem ekologiczności, a w grupie korzystających z alternatywnych form transportu – jeszcze mniej, bo zaledwie 7,0%.

Na podstawie odpowiedzi respondentów można zauważyć, że osoby korzystające z alternatywnych form transportu w Krakowie są mniej skłonne do rozważania czynników ochrony środowiska przyrodniczego w wyborze środka transportu. Być może w tej grupie, bardziej niż w grupie wyjściowej, liczy się mobilność i wygoda, niż chęć ochrony środowiska naturalnego i ekologiczny styl życia.

Wśród młodych ludzi korzystających z alternatywnych form transportu dużą rolę odgrywa możliwość odebrania i zostawienia w dowolnym miejscu na terenie miasta (model *free-floating*). Zdecydowanie ponad połowa z tej grupy (62,4%) zwraca uwagę na tę możliwość czasami lub często albo zawsze (rycina 5).

Jeszcze większy udział stanowią osoby, dla których czasami lub też często albo zawsze alternatywna forma transportu pozwala na korzystanie z transportu zamiast posiadania własnego samochodu (79,0%). Jednym z powodów takiego stanu może być brak funduszy na zakup własnego samochodu, bo – jak wynika z deklaracji badanych osób – na kupno własnego samochodu z powodów finansowych nie może sobie pozwolić 23,3% ogółu badanych oraz 24,0% korzystających z alternatywnych form transportu. Z drugiej strony powodem wyboru transportu alternatywnego zamiast zakupu samochodu może być chęć uniknięcia uciążliwości finansowych i innych, związanych z eksploataowaniem własnego pojazdu i dbaniem o jego stan oraz ubezpieczeniem. Aż 66,9% z grupy „alternatywnej” czasami bądź często albo zawsze podaje właśnie ten powód korzystania z alternatywnych form transportu.

Niekoniecznie ważnym powodem wyboru alternatywnych form transportu w mieście jest niezadowolenie z jakości i funkcjonowania komunikacji miejskiej. Tylko 11,4% korzystających z alternatywnych form transportu wskazało ten czynnik jako często lub zawsze brany pod uwagę. Jednocześnie podobny udział wskazań, bo 11,8%, stanowiła odpowiedź, że nie jest to czynnik w ogóle brany pod uwagę. Zatem 76,9% z tej grupy rozważyła ten motyw rzadko lub czasami.

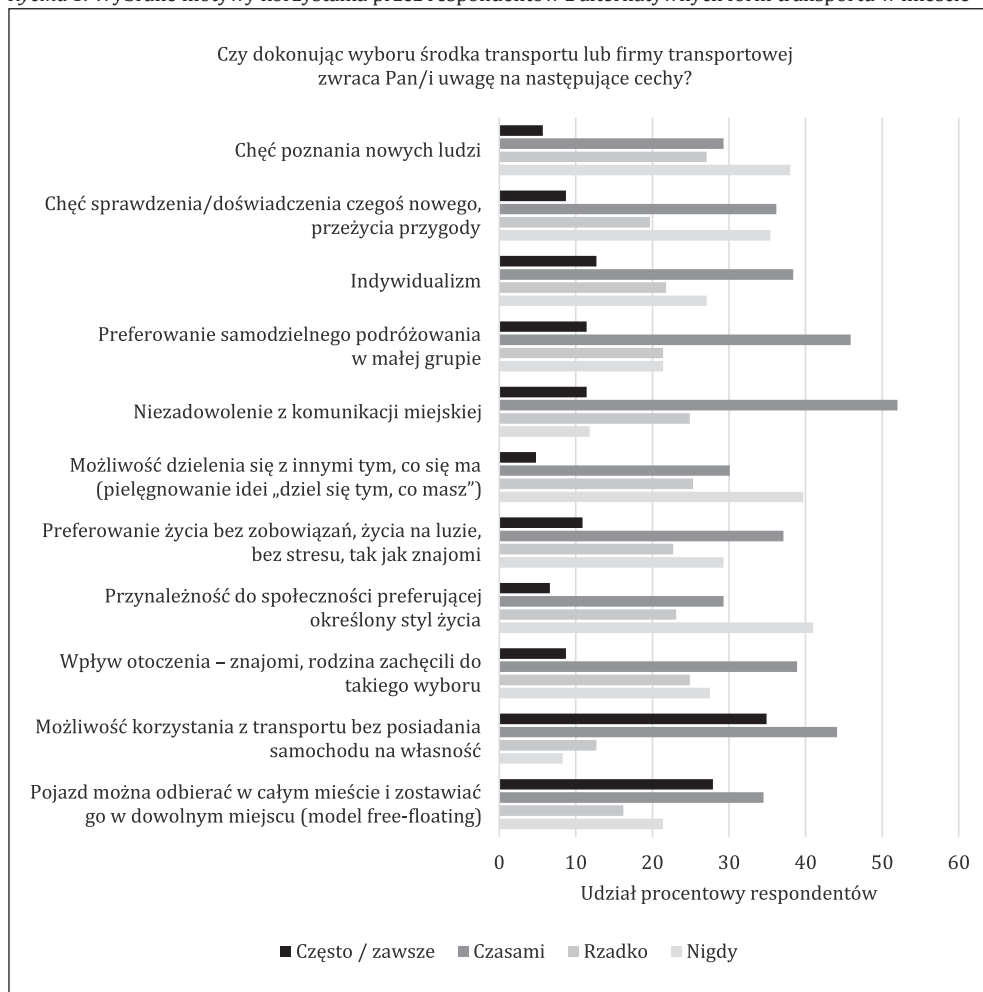
Za wyborem transportu alternatywnego przez badaną młodzież nie stoją raczej względy ideologiczne. Jak wykazano powyżej, nie kieruje się ona w tym względzie motywami ekologicznymi. Nie jest też skłonna do identyfikowania się z określoną społecznością, która m.in. korzystałaby z alternatywnych form transportu. Aż 41,0% osób z grupy „alternatywnej” nie podaje za powód korzystania z tego sposobu poruszania się po mieście przynależności do społeczności preferującej określony styl życia.

Wydaje się, że omawiana grupa młodych osób korzystających z alternatywnego transportu w mieście nie chce być postrzegana jako osoby konformistyczne. Młodzież nie jest raczej skłonna do przyznania się, że mogłaby często lub zawsze rozważać wybór alternatywnego transportu ze względu na wpływ otoczenia (tylko 8,7% odpowiedzi) czy też preferowanie życia bez zobowiązań, na luzie i bez stresu, tak jak znajomi (10,9%), jednak wskazania czasami stanowią spory udział – odpowiednio: 38,9% i 37,1%. Bardzo podobny udział odpowiedzi dotyczy czynnika indywidualizmu w wyborze środka transportu alternatywnego. Do jego uwzględniania często lub zawsze przyznaje się zaledwie 11,4% osób, ale do odpowiedzi czasami – już 38,4%.

Jak deklarują badani, dokonując wyboru alternatywnego środka transportu, aż w 39,7% nigdy nie rozważają możliwości dzielenia się z innymi tym, co się ma (pielęgowanie idei „dziel się tym, co masz”). Co za tym idzie, raczej niewielkim zainteresowaniem cieszy się wśród nich ten szczególny rodzaj transportu alternatywnego, w którym w zamian za korzystanie z czyjegoś pojazdu użyczamy, w innym terminie, naszego środka lokomocji. Zaledwie 4,8% taką możliwość bierze zawsze pod uwagę.

W grupie korzystających z alternatywnych form transportu spory udział stanowią osoby, które nigdy nie rozważają wyboru tego rodzaju transportu w kontekście możliwości podróżowania w konkretnym towarzystwie, które umiliłoby przejazd – aż 38% nie bierze nigdy pod uwagę chęci poznania nowych osób, a 21,0% nigdy nie rozważa możliwości preferowania samodzielnego podróżowania w małej grupie. Udział osób,

Rycina 5. Wybrane motywy korzystania przez respondentów z alternatywnych form transportu w mieście



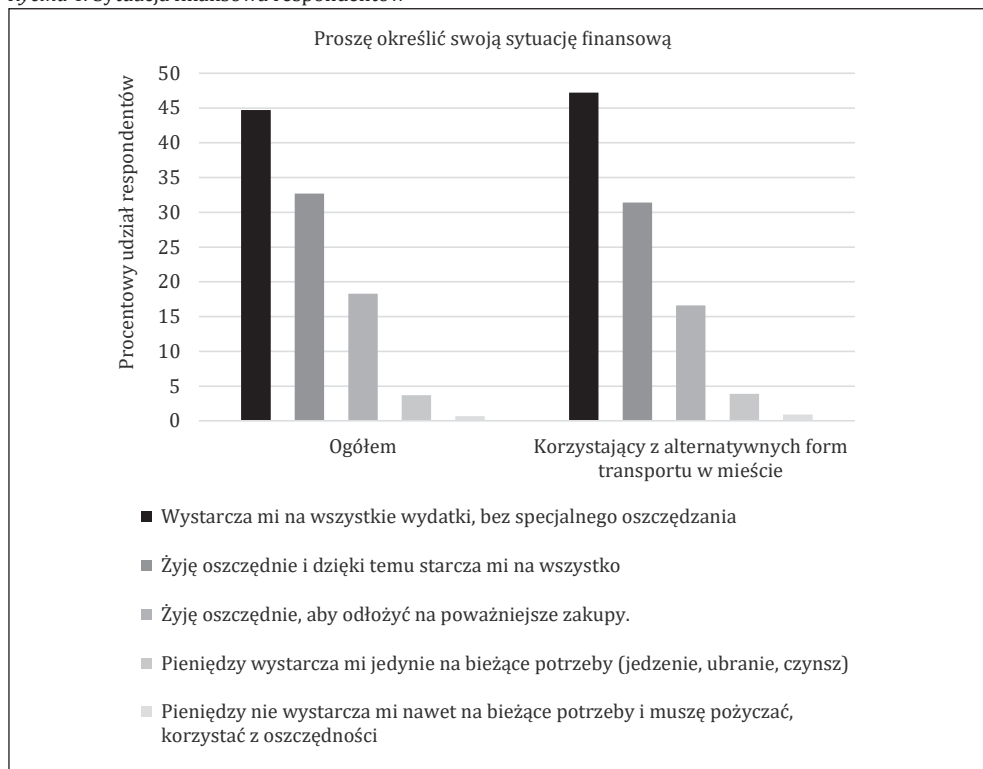
Źródło: opracowanie własne na podstawie badań kwestionariuszowych

które te kwestie często lub zawsze rozważają, jest znacznie mniejszy, odpowiednio: 5,7% i 11,4%.

W ramach badań nie stwierdzono wyraźnej zależności między korzystaniem z transportu alternatywnego a płcią. Struktura płci respondentów korzystających z alternatywnych form transportu (kobiety – 59,4%, mężczyźni – 40,6%) była bliska strukturze ogółu respondentów (kobiety – 58,7%, mężczyźni – 41,3%). Niemniej, biorąc pod uwagę ogół badanych kobiet i mężczyzn, należy zaznaczyć, że udział kobiet korzystających z alternatywnych form transportu wyniósł 77,3%, a mężczyzn nieco mniej, bo 75,0%. Jednakże dla próby 300 osób wartość wskaźnika Yule’a okazała się nieistotna (na poziomie $\alpha = 0,05$). Zatem trudno wnioskować o zależności preferencji wyboru transportu alternatywnego od płci.

Nie stwierdzono również zależności wyboru transportu alternatywnego od sytuacji finansowej respondentów. Co prawda młodzi ludzie zadeklarowali, że czynnik niższych

Rycina 6. Sytuacja finansowa respondentów

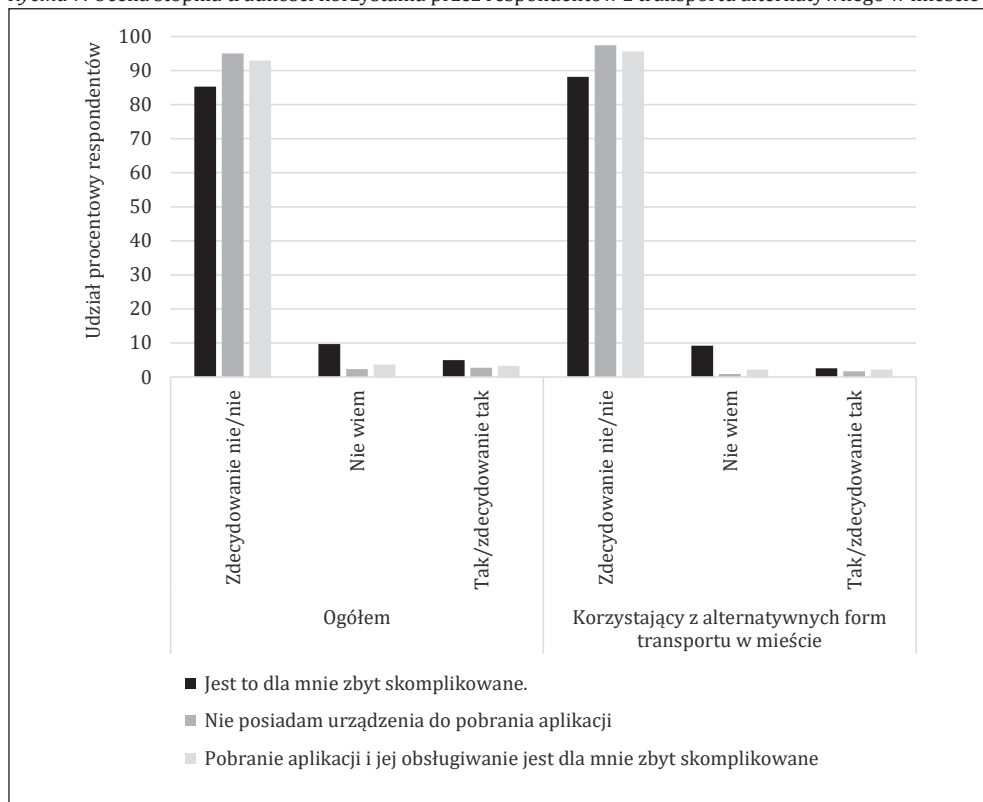


Źródło: opracowanie własne na podstawie badań kwestionariuszowych

kosztów korzystania z transportu jest relatywnie ważny, jednak nie można uznać go za decydujący. Generalnie badana młodzież dobrze ocenia swoją sytuację finansową, a co za tym idzie – możliwości realizacji codziennych potrzeb. Zarówno w ogólnej grupie badanych, jak i w grupie korzystających z alternatywnych form transportu najwięcej osób stwierdziło, że wystarczy im na wszystkie wydatki bez specjalnego oszczędzania, odpowiednio: 44,7% i 47,2%. Zatem nieco większy udział dotyczył osób korzystających z alternatywnych form transportu (rycina 6). Jednakże i w tym przypadku wartości wskaźnika Yule'a dla dychotomicznych zmiennych (tak/nie) w ramach poszczególnych kategorii odpowiedzi okazały się nieistotne (na poziomie $\alpha = 0,05$). Zatem trudno wnioskować o preferencjach korzystania z omawianych form transportu w zależności od sytuacji finansowej.

Badana młodzież w otwartym pytaniu dotyczącym obserwowanych wad korzystania z transportu alternatywnego w Krakowie nie była skłonna wskazać jakichkolwiek negatywnych aspektów. Natomiast na podstawie odpowiedzi na pytania zamknięte pewne różnice w korzystaniu z transportu alternatywnego względem transportu tradycyjnego nie stanowią dla respondentów żadnego problemu. Proces zamówienia/wynajęcia środka transportu przez stronę internetową lub aplikację to dla osób w wieku 19–24 lata niezwykle łatwe zadanie. Choć warto podkreślić, że wśród osób korzystających z tych form transportu powyższe kwestie okazują się jeszcze prostsze (rycina 7).

Rycina 7. Ocena stopnia trudności korzystania przez respondentów z transportu alternatywnego w mieście



Źródło: opracowanie własne na podstawie badań kwestionariuszowych

W opinii respondentów jedynie pewnym utrudnieniem z korzystania z omawianego transportu może być jego niedostosowanie do potrzeb wynikających z pokonywania większych odległości w przestrzeni nieobjętej funkcjonowaniem niektórych form tego transportu lub też pokonaniem trasy w inny sposób, na przykład pieszo, ze względu na duże korki w mieście. Powody takie wydają się sprzeczne z ideą transportu alternatywnego, jednakże w pewnych sytuacjach mogą mieć miejsce. Zatem spośród ogółu badanych 32,7% osób uważa, że korzystanie z transportu alternatywnego jest dla nich nieopłacalne ze względu na fakt pokonywania dużych odległości w ciągu dnia. Natomiast 44,3% ankietowanych stwierdziło, że w korzystaniu z tego transportu przeszkadzają codzienne korki w mieście.

WNIOSKI

Na podstawie przytoczonych wyników badań można stwierdzić, że młodzi ludzie w wieku 19–24 lata, studiujący w Uniwersytecie Ekonomicznym w Krakowie, chętnie korzystają z alternatywnych form transportu w mieście. Jako przedstawiciele pokolenia cyfrowego (sieciovego, Y) nie wykazują, w zdecydowanej większości, żadnych trudności w korzystaniu z tego rodzaju transportu, czyli nie mają problemów ani z samą ideą usług spersonalizowanych oferujących użytkownikowi pojazd w dowolnym momencie

i z dowolnego miejsca w mieście, ani z obsługą aplikacji czy strony internetowej towarzyszących tym usługom. Korzystanie z takiej oferty jest dla nich intuicyjne, przeciwnie wcześniej przez używanie od dzieciństwa internetu oraz aplikacji internetowych i mobilnych. Ponadto cechy, jakie przypisuje się młodszemu pokoleniu Y, predestynują je do korzystania z nowoczesnych usług, do jakich zalicza się transport alternatywny. Do tych cech wg D. Tapscotta (2010) zaliczyć należy: pragnienie wolności, personalizację, uważną obserwację, czułość na wiarygodność i otwartość, pragnienie rozrywki, wspólne działania i nawiązywanie kontaktów, potrzeba prędkości, innowacyjność.

Badani młodzi ludzie wysoko oceniają korzyści płynące z podróżowania alternatywnymi środkami transportu w mieście, jednakże nadal nieco bardziej cenią sobie korzystanie z tramwaju i autobusu. Korzystają z alternatywnego transportu raczej okazjonalnie, chociaż już ponad 1/4 z nich podróżuje w ten sposób regularnie, czyli przynajmniej raz w tygodniu. W większości uważają oni ten sposób podróżowania po mieście za przyjemny i satysfakcjonujący ze względu na poziom oferowanych usług oraz możliwości, jakie one dają, głównie ze względu na łatwy dostęp do pojazdów, możliwość komunikacji od drzwi do drzwi, co ułatwia podróż i ją przyspiesza oraz gwarantuje niezależność. Raczej chętnie będą z tego transportu nadal korzystać i polecać go innym. Badania pokazały, że młodzież raczej nie zastanawia się nad aspektem bezpieczeństwa tego rodzaju środków transportu, zapewne wychodząc z założenia, że są one sprawdzone przez innych. Co interesujące, pobudkami do wyboru transportu alternatywnego nie są raczej aspekty związane z ochroną środowiska przyrodniczego i nastawieniem na ekologiczny styl życia, nie jest nią również chęć współpracy z innymi polegająca na użyczaniu lub pożyczaniu własnego samochodu; przyczyna tutaj może być brak posiadania takiego pojazdu. Dla młodych ludzi w omawianej kwestii najważniejsze wydają się: poczucie niezależności i wolności oraz możliwość szybkiego i łatwego dotarcia na miejsce. Nie stwierdzono zależności preferencji wyboru alternatywnego transportu w mieście od płci czy sytuacji finansowej, przy czym zaznaczyć trzeba, że grupa badanych osób ogólnie swoją sytuację finansową określiła jako dobrą.

Z całą pewnością alternatywne formy transportu stanowią dla młodych ludzi ofertę atrakcyjną, i jednocześnie niezwykle oczywistą. To, co dla średniego czy starszego pokolenia stanowić może barierę trudną do pokonania, w postaci chociażby obsługi mobilnej aplikacji, złożenia zamówienia i realizacji procesu wynajęcia pojazdu, dla młodych ludzi jest czymś zupełnie naturalnym i bezproblemowym.

Badania w zakresie preferencji i zachowań komunikacyjnych użytkowników przestrzeni miejskiej, zarówno młodszych, jak i starszych, powinny być nadal prowadzone. Ich wyniki pozwolą bowiem na lepsze dostosowanie oferty, na wprowadzanie nowych rozwiązań technologicznych i systemowych oraz na skuteczne rozwiązywanie problemów z korkami i kongestią w mieście, brakiem miejsc parkingowych i zanieczyszczeniem powietrza.

Literatura References

- 4mobility (2019, 3 kwietnia). Pozyskano z <https://4mobility.pl/>
Banaszek, M. (2016). Ekonomia współdzielenia jako alternatywny kierunek rozwoju miast. *Ekonomia Społeczna*, 1, 51–59. doi: 10.15678/ES.2016.1.04
Bikeu (2019, 4 kwietnia). Pozyskano z <http://bikeu.pl/>
Bolt (2019, 3 kwietnia). Pozyskano z <https://bolt.eu/pl/business/>

- Brychcy, M., Przybyłowski, A. (2018). Funkcjonowanie i rola carsharingu w równoważeniu mobilności na przykładzie Trójmiasta. *Kolegium Zarządzania i Finansów. Zeszyt Naukowy*, 169, 43–56.
- Dorda, K. (2015). Sharing economy – wspólnotowa strategia rozwoju miast. *Magazyn Miasta*, 1(9).
- Gajewski, P. (2018). Transport towarów w mieście z wykorzystaniem założeń ekonomii współdzielenia. *Zeszyty Naukowe Politechniki Śląskiej. Organizacja i zarządzanie*, 117, 144–153.
- Górska, K., Kisielewski, P. (2017). Analiza porównawcza nowych systemów miejskiego transportu indywidualnego. *Autobusy*, 6, 1203–1207.
- Hulaj (2019, 24 września). Pozyskano z <https://hulaj.eu/>
- Jabłońska, M.R. (2018). *Człowiek w cyberprzestrzeni. Wprowadzenie do psychologii Internetu*. Łódź: Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego.
- Jaroszyński, J., Chład, M. (2015). Koncepcje logistyki miejskiej w aspekcie zrównoważonego rozwoju. *Studia Ekonomiczne. Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach*, 249, 164–171.
- Jastrzębska, E., Legutko-Kobus, P. (2017). Ekonomia współpracy – definicje, klasyfikacje i dobre praktyki. *Zarządzanie Publiczne*, 4(40), 443–461. doi: 10.4467/20843968ZP.17.034.8018
- Kamińska, M. (2017). Gospodarka współdzielenia w Polsce – rezygnacja z posiadania na rzecz konsumpcji opartej na dostępie. *Quarterly Journal*, 3(22), 165–177.
- Kauf, S. (2018). Ekonomia współdzielenia (sharing economy) jako narzędzie kreowania smart city. *Zeszyty Naukowe Politechniki Śląskiej. Organizacja i zarządzanie*, 120, 141–151.
- Korneć, R. (2018). System transportu miejskiego wobec zrównoważonego rozwoju. *Studia Miejskie*, 30, 71–84. doi: 10.25167/sm2018.030.05
- Kozłowska, M., Abramowicz, A. (2017). Transport pasażerski w Strategii na rzecz odpowiedzialnego rozwoju. *Autobusy – Technika, Eksploatacja, Systemy Transportowe*, 7–8, 22–30.
- Lu, X., Pas, E.I. (1999). Socio-demographics, activity participation and travel behavior, Transportation. *Transportation Research. Part A: Policy and Practice*, 33(1).
- Mitręga, M., Witczak, O. (2012). Prosumpcja jako przejaw przedsiębiorczości konsumenckiej. *Ekonomiczne Problemy Usług*, 97(724), 432–444.
- Panekcs (2019, 3 kwietnia). Pozyskano z <https://panekcs.pl/>
- Parysek, J. (2016). Dla kogo miasto? Dla ludzi czy dla samochodów. *Studia Miejskie*, 23, 9–27.
- Plechawska-Wójcik, M., Miłosz, M., Michalczyk, M. (2014). Opracowanie modeli biznesowych i budowa prototypu usługi CarSharingu. *Logistyka*, 3, 5156–5164.
- Płaziak, M., Szymańska, A.I. (2015). Postawy ludzi młodych wobec innowacji a prosumeryzm. Na przykładzie studentów uczelni krakowskich. *Logistyka*, 2, 1028–1038.
- Radzimiński, A. (2011). Transport zbiorowy oraz car sharing jako elementy systemu zrównoważonego transportu miejskiego w Kopenhadze. *Transport Miejski i Regionalny*, 12, 18–26.
- Sierpiński, G. (2012). Zachowania komunikacyjne osób podróżujących a wybór środka transportu w mieście. *Prace Naukowe Politechniki Warszawskiej. Transport*, 84, 93–106.
- Słownik pojęć strategii rozwoju transportu do 2020 roku (z perspektywą do 2030 roku) (2019, 3 kwietnia). Ministerstwo Transportu, Budownictwa i Gospodarki Morskiej. Pozyskano z https://www.gov.pl/documents/905843/1047987/Strategia_Rozwoju_Transportu_do_2020_roku.pdf/ead3114a-aac7-3cdd-c71d-7f88267ce596
- Słupińska M. (2015) (2019, 29 czerwca). Ekonomia dzielenia się? Między racjonalnym wyborem a towarzyskością. Próby socjologicznych interpretacji zjawiska „wspólnych przejazdów”. *Studia Socjologiczne*, 3. Pozyskano z http://www.studiasocjologiczne.pl/pliki/m.slupinska_ekonomia_dzielenia
- Stangel, M. (2013). *Kształtowanie współczesnych obszarów miejskich w kontekście zrównoważonego rozwoju*. Gliwice: Wydawnictwo Politechniki Śląskiej.
- Szołtysek, J. (2011). *Kreowanie mobilności mieszkańców miast*. Warszawa: Wolters Kluwer Business.
- Szołtysek, J. (2016). Ekonomia współdzielenia a logistyka miasta – rozważania o związkach. *Gospodarka Materiałowa i Logistyka*, 11, 2–9.
- Szul, E. (2013). Prosumpcja jako aktywność współczesnych konsumentów – uwarunkowania i przejawy. W: M.G. Woźniak (red.). *Nierówności społeczne a wzrost gospodarczy*. Rzeszów: Uniwersytet Rzeszowski, 347–358.

- Szymańska, A.I. (2017). Sharing economy jako nowy trend w zachowaniach konsumentów. *Marketing i Rynek*, 9, 417–425.
- Tapscott, D. (2010). *Cyfrowa dorosłość. Jak pokolenie sieci zmienia nasz świat*. Warszawa: Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne.
- Toffler, A. (2006). *Trzecia fala*. Poznań: Wydawnictwo Kurpisz.
- Traficar (2019, 4 kwietnia). Pozyskano z <https://www.traficar.pl/>
- Tundys, B. (2013). *Logistyka miejska. Teoria i praktyka*. Warszawa: Difin.
- Uber (2019, 3 kwietnia). Pozyskano z <https://www.uber.com/pl/pl/>
- Wavelo (2019, 4 kwietnia). Pozyskano z <https://wavelo.pl/>
- Wesołowski, J. (2008). *Miasto w ruchu. Dobre praktyki w organizowaniu transportu miejskiego*. Łódź: Instytut Praw Obywatelskich.

Monika Płaziak, dr, adiunkt w Zakładzie Przedsiębiorczości i Gospodarki Przestrzennej, Instytutu Geografii, Uniwersytetu Pedagogicznego w Krakowie. Członek Polskiego Towarzystwa Geograficznego. Praca magisterska i doktorska w zakresie geografii społeczno-ekonomicznej zostały obronione w Instytucie Geografii i Gospodarki Przestrzennej Uniwersytetu Jagiellońskiego. Autorka zajmuje się problematyką poziomu i jakości życia ludności, ze szczególnym uwzględnieniem małych i średnich miast Polski oraz zagadnieniami przemian funkcjonalnych osiedli mieszkaniowych i centrów miast Polsce. Jej zainteresowania badawcze dotyczą również przedsiębiorczości i innowacyjności ludzi młodych.

Monika Płaziak, PhD, assistant professor in the Department of Entrepreneurship and Spatial Management, Institute of Geography, Pedagogical University of Krakow. Member of the Polish Geographical Society. She received her MA and PhD degrees in the field of socio-economic geography at the Institute of Geography and Spatial Management of the Jagiellonian University in Krakow. Her research interests concern issues of spatial development in the context of location factors of enterprises, especially the personal factor. Her research works refer to the level and quality of life, with particular reference to small and medium-sized towns in Poland, and issues of functional changes in housing estates and city centres in Poland. Her research interests also include entrepreneurship and innovation of young people.

ORCID: 0000-0002-5594-6034

Adres/address:

Uniwersytet Pedagogiczny w Krakowie
Instytut Geografii
Zakład Przedsiębiorczości i Gospodarki Przestrzennej
ul. Podchorążych 2, 30-084 Kraków, Polska
e-mail: mplaziak@up.krakow.pl

Anna Irena Szymańska, dr, adiunkt w Katedrze Handlu i Instytucji Rynkowych, Wydziału Zarządzania, Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie. Zainteresowania badawcze autorki oscylują wokół problematyki potrzeb, preferencji i zachowań rynkowych konsumentów, konsumpcji kolaboratywnej i innych form alternatywnego dostępu do dóbr, nowych trendów w konsumpcji oraz ich implikacji dla strategii biznesowych przedsiębiorstw. Ponadto zajmuje się problematyką przedsiębiorczości i innowacyjności przedsiębiorstw, ze szczególnym uwzględnieniem sektora MŚP oraz gospodarki cyrkularnej.

Anna Irena Szymańska, PhD, assistant professor in the Department of Trade and Market Institutions, Faculty of Management, Cracow University of Economics. Her research interests are related to the issue of consumer needs, preferences and market behaviour, collaborative consumption and other forms of access-based consumption, new trends in consumption and their implications for business strategies, as well as issues in the area of entrepreneurship and innovation with particular emphasis on the SME sector and circular economy.

ORCID: 0000-0002-1973-2696

Adres/address:

Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie
Wydział Zarządzania
Katedra Handlu i Instytucji Rynkowych
ul. Rakowicka 27, 31-510 Kraków, Polska
e-mail: szymansa@uek.krakow.pl

PAWEŁ NOWAK

Uniwersytet Pedagogiczny w Krakowie, Polska
Pedagogical University of Krakow, Poland

Przestrzenne zróżnicowanie zaległych zobowiązań finansowych osób fizycznych w Polsce

Spatial Differentiation of Outstanding Financial Liabilities of Natural Persons in Poland

Streszczenie: Celem artykułu jest przedstawienie stopnia zadłużenia Polaków w ujęciu przestrzennym oraz próba wyjaśnienia przyczyn tego zjawiska. Wnioski z przeprowadzonej analizy wskazują, że zaległe zadłużenie jest wynikiem splotu przyczyn, spośród których dwie wydają się mieć zasadniczy charakter – są to przyczyny gospodarcze (strukturalne) i kulturowe. Przyczyny gospodarcze odnoszą się głównie do dużej liczby państwowych gospodarstw rolnych na obszarze Polski Zachodniej i Północnej w okresie przed 1989 rokiem. Natomiast przyczyny kulturowe są powiązane z pierwszymi i odnoszą się ponadto do kwestii związku z miejscem zamieszkania oraz prawem własności. Mieszkańcy Polski Zachodniej stanowią ludność napływową, słabo związaną emocjonalnie oraz prawnie z miejscem zamieszkania. Przeciwnieństwem są mieszkańcy Polski Wschodniej, którzy często są związani z tym samym miejscem od pokoleń. Nie bez znaczenia są również aspiracje wpływające na zachowania finansowe ludności, kształtowane przez sąsiednie kraje. Bogate Niemcy kreują inne (wyższe) standardy konsumpcji na zachodzie Polski, aniżeli nieemożliwa Ukraina na wschodzie. W artykule wykorzystano elementy analizy historycznej oraz posłużono się badaniem związków przyczynowo-skutkowych. Informacje w nim zawarte pochodzą z opracowań naukowych oraz raportów na temat zaległego zadłużenia w latach 2007–2017. Ze względu na złożoność podjętych zagadnień ustalenia w artykule mają głównie charakter kierunkowy i stanowią punkt wyjścia do dalszych pogłębianych badań.

Abstract: The aim of the article is to present the degree of indebtedness of Poles in spatial terms and to explain the causes of this phenomenon. The conclusions from the analysis show that the overdue debt is the result of a combination of causes, two of which seem to be essential – these are economic (structural) and cultural reasons. Economic reasons relate mainly to a large number of state-owned farms in Western and Northern Poland in the period before 1989. On the other hand, cultural causes are related to the first and also relate to the issue of connection with the place of residence and ownership. The inhabitants of Western Poland constitute an immigrant population, poorly emotionally and legally bound with the place of residence. The opposite are the inhabitants of Eastern Poland, who are often associated with the same place for generations. Aspirations affecting the financial behaviour of the population, shaped by neighbouring countries, are not without significance. Rich Germany creates other (higher) consumption standards in the West of Poland, rather than poor Ukraine in the East. The article uses causal relationships and elements of historical analysis. The information in it comes from scientific studies and reports on overdue debt in 2007–2017. Due to the

complexity of the issues undertaken, the findings in the article are mainly of a directional nature and constitute a starting point for further in-depth research.

Słowa kluczowe: kredyty; kultura oszczędzania; kultura pożyczania; państwowe gospodarstwa rolne; zaległe zadłużenie

Keywords: culture of saving; lending culture; loans; overdue debt; state farms

Otrzymano: 25 lutego 2019

Received: 25 February 2019

Zaakceptowano: 8 maja 2019

Accepted: 8 May 2019

Sugerowana cytacja/ Suggested citation:

Nowak, P. (2019). Przestrzenne zróżnicowanie zaległych zobowiązań finansowych osób fizycznych w Polsce. *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego*, 33(3), 58–69. doi: 10.24917/20801653.333.4

WSTĘP

Dostępne dane wskazują na duże różnice pod względem zaległości płatniczych między Polską Zachodnią i Wschodnią. Skrajnymi przypadkami są województwa: zachodniopomorskie i podkarpackie. W zachodniopomorskim zaległości płatnicze na koniec 2017 roku miało 105 osób na 1000 dorosłych mieszkańców (podobnie jak w województwie lubuskim – najwięcej w kraju), natomiast w województwie podkarpackim tylko 43 osoby na 1000 dorosłych mieszkańców (najmniej w kraju) (*InfoDług...*, 2018: 20). W Polsce Zachodniej oraz w województwach kujawsko-pomorskim i warmińsko-mazurskim co dziesiąty dorosły mieszkaniec ma przeterminowane płatności. Tymczasem na Podkarpaciu, Podlasiu i w Małopolsce niesolidnych dłużników jest dwa razy mniej. Stanowią oni ok. 5% dorosłych mieszkańców regionu. Zróżnicowana jest także sytuacja społeczna regionów. Najlepszą sytuację społeczną, opartą na poczuciu bezpieczeństwa, stabilności, więziach społecznych i zadowoleniu, ma województwo podkarpackie, a najgorszą zachodniopomorskie (Polak, 2016: 79).

Artykuł powstał w oparciu o studia literatury przedmiotu oraz dane zastane na temat poziomu zaległego zadłużenia mieszkańców województw, pochodzące z raportów InfoDług za lata 2007–2017. Jego celem jest pokazanie poziomu zadłużenia Polaków oraz wyjaśnienie przyczyn zróżnicowania tego zjawiska w układzie przestrzennym. Wykorzystano w nim metodę logicznego rozumowania opartą na istniejących związkach przyczynowo-skutkowych. Typizacja wyodrębnionych przyczyn odwołuje się do ich powszechnie funkcjonującego podziału, na gospodarcze (strukturalne) i społeczne (kulturowe). Analizę przeprowadzono z uwzględnieniem kontekstu historycznego, wskazując na istotność osadzenia kredytobiorców w otoczeniu społecznym. Przyczyny kulturowe są nie mniej ważne od gospodarczych, ponieważ kształtują postawy i nawyki mieszkańców, mające wpływ na ich zachowania finansowe. Do porównania i wyjaśnienia przyczyn zróżnicowania zostały wzięte pod uwagę dwa województwa: zachodniopomorskie i podkarpackie, jako reprezentujące Polskę Zachodnią i Wschodnią.

CHARAKTER I POZIOM ZALEGŁYCH ZOBOWIĄZAŃ

Sporo osób fizycznych w Polsce nie reguluje w terminie zobowiązań finansowych. Dotyczyło to ponad 2 mln 550 tys. podmiotów na koniec 2017 roku (*InfoDług...*, 2018: 3).

Kwota zaległego zadłużenia regularnie rośnie – z roku na rok, mimo obiektywnie poprawiającej się sytuacji gospodarczej, przybywa osób nieregulujących terminowo swoich zobowiązań. Wyrazem dobrej sytuacji gospodarczej jest wzrost wynagrodzeń i spadek bezrobocia. Stopa bezrobocia rejestrowanego na koniec grudnia 2017 roku osiągnęła rekordowo niski poziom i wyniosła 6,6%, co stanowiło o 1,6 p.p. mniej niż rok wcześniej, a równocześnie wartość tego wskaźnika w końcu roku była najniższa od 1991 roku i ponad trzykrotnie niższa od wartości maksymalnej odnotowanej w lutym 2003 roku (20,7%). W grudniu 2017 roku zarejestrowanych w urzędach pracy było 1 081,7 tys. osób – o 253,4 tys. mniej niż rok wcześniej. Wzrost liczby pracujących zanotowano piąty rok z rzędu, a szacowana liczba pracujących w gospodarce narodowej w 2017 roku była najwyższa od 18 lat i o 427 tys. wyższa niż w roku poprzednim. Ministerstwo Rodziny, Pracy i Polityki Społecznej prognozuje utrzymanie się bardzo dobrej sytuacji na rynku pracy w latach następnych (*Rzqd...*, 2019).

Przeciętne miesięczne wynagrodzenie brutto w sektorze przedsiębiorstw w 2017 roku ukształtowało się na poziomie 4530,47 zł i było o 5,9% wyższe niż rok wcześniej. Wzrost wynagrodzeń zanotowano we wszystkich sekcjach PKD. Siła nabywcza przeciętnego miesięcznego wynagrodzenia brutto w sektorze przedsiębiorstw w 2017 roku była o 3,9% wyższa rok do roku. Oznacza to, że wynagrodzenia rosną szybciej niż inflacja, co prowadzi do wzrostu zamożności społeczeństwa.

Wpływ na poprawę zamożności społeczeństwa mają również transfery socjalne, których udział w dochodach rozporządzalnych ludności zwiększył się głównie z powodu wprowadzenia rządowego programu Rodzina 500+. Uruchomienie programu wpłynęło na poprawę sytuacji finansowej przede wszystkim niezamożnych Polaków. W zasadniczym stopniu podniosło dochody, zlikwidowało ubóstwo i ograniczyło wykluczenie finansowe (Opolski, Gemzik-Salwach, 2016). Największą redukcję ubóstwa odnotowano w grupie rodzin z trojgiem i więcej dzieci (ponad 90%), natomiast najmniejszą w rodzinach małodzieńnych z jednym lub dwojgiem dziećmi (Szarfenberg, 2019: 7).

Wartość zaległych zobowiązań Polaków systematycznie rośnie. Według danych z raportów InfoDług wyniosła ona 4,9 mld zł (sierpień 2007), 37,03 mld zł (wrzesień 2012) i 64,49 mld zł (grudzień 2017) (*InfoDług...*, 2012; Wróbel, Stach, 2014: 311; *InfoDług...*, 2018). Niemniej jednak na dane te należy patrzeć szerzej, mając świadomość, że wzrost kwoty zaległego zadłużenia wynika także ze zmian przepisów prawa, które pozwoliły dopisywać do rejestru kolejne kategorie niesolidnych dłużników (Nowak, 2018b). Pierwsze takie rejestry pojawiły się w sektorze bankowym. W 1997 roku powstało Biuro Informacji Kredytowej (BIK), które pierwsze raporty zaczęło wydawać w 2001 roku. W 2003 roku weszła w życie ustawa z dnia 14 lutego 2003 roku o udostępnianiu informacji gospodarczych (Dz.U. z 2003 r. nr 50, poz. 424 z późn. zm.), na podstawie której utworzono biura informacji gospodarczej (BIG-i). Ustawa o udostępnianiu informacji gospodarczych określiła zasady i tryb przekazywania informacji gospodarczych dotyczących wiarygodności płatniczej przedsiębiorców i konsumentów – w tym danych o zwłoce w wykonywaniu zobowiązań pieniężnych. W 2010 roku ustawą z dnia 9 kwietnia 2010 roku o udostępnianiu informacji gospodarczych i wymianie danych gospodarczych (Dz.U. z 2010 r. nr 81, poz. 530 z późn. zm.) przeprowadzona została istotna nowelizacja przepisów dotyczących BIG-ów, która m.in. stworzyła szerszy dostęp do rejestrów. Od 2010 roku z usług BIG-ów zaczęły korzystać także osoby fizyczne, gminy i wtórni wierzyciele. Cały czas poszerzany jest zasób użytkowników

baz danych. Zgodnie z obowiązującą od 1 lipca 2015 roku nowelizacją Kodeksu karnego wykonawczego oraz ustawy regulującej działanie BIG-ów w razie nieuiszczenia przez skazanego grzywny czy należności sądowych wynikających z prawomocnego wyroku w oznaczonym terminie także sądy przekazują do biur informacji gospodarczej dane o powstaniu takiej zaległości.

Rosnące zaległe zadłużenie społeczeństwa oznacza, że coraz gorzej radzimy sobie z regulowaniem zobowiązań. Długi, które zaciągamy, przerastają nasze mentalne i finansowe możliwości. Stosunkowo łatwo ulegamy naporowi kultury konsumpcjonizmu, a zobowiązania, które w związku z implementacją tej kultury bierzemy na siebie, przerastają nasze możliwości (Bauman, 2009: 88). Nie potrafimy zarządzać domowym budżetem i mimo obiektywnej poprawy sytuacji makroekonomicznej popadamy w coraz większe kłopoty finansowe. Ma to odzwierciedlenie w rosnącym zadłużeniu w aspekcie ilościowym i wartościowym. Negatywne konsekwencje nadmiernego zadłużenia są powszechnie znane. Należą do nich wzrost zależności, pogorszenie lub rozpad stosunków rodzinnych, choroby psychiczne.

Na zaległe zobowiązania finansowe składają się długi kredytowe i pozakredytowe (alimentacyjne, niezapłacone rachunki za czynsz, media, mandaty). W sytuacji, gdy gospodarstwa domowe mają problemy finansowe, w pierwszej kolejności przestają płacić czynsz, rachunki za media, a dopiero na końcu regulować zobowiązania kredytowe. Prawna ochrona przed eksmisją skłania do zapłaty czynszu za mieszkanie na samym końcu. Zobowiązania kredytowe są wykonywane w pierwszej kolejności i wyprzedzają inne wymagalne płatności – dotyczy to zwłaszcza kredytów mieszkaniowych zabezpieczonych hipotecznie. Szkodowość hipotecznych kredytów mieszkaniowych jest najniższa spośród wszystkich kredytów konsumenckich. Udział kredytów mieszkaniowych opóźnionych w spłacie powyżej 30 dni na koniec 2017 roku wyniósł tylko 2,6% (*Raport...*, 2018: 52). Ponadto nastąpiła poprawa spłacalności kredytów mieszkaniowych w ujęciu wartościowym i ilościowym w stosunku do poprzedniego roku.

Zjawisko wypierania zaległych zobowiązań mniej wymagalnych przez bardziej wymagalne będzie widoczne w zmianie struktury zaległego zadłużenia. Tendencję tę można interpretować, pod pewnymi dodatkowymi warunkami, jako sygnał o poprawiającej się sytuacji ekonomicznej zadłużonych. Dane raportu Infodług wskazują na takie zjawisko w ostatnich latach. W 2017 roku udział zobowiązań kredytowych wyniósł 45% i zmalał w stosunku do 2016 roku o 7 p.p. z poziomu 52%.

Kolejna kwestia dotyczy przyczyn zaprzestania regulowania rachunków i roli w tym zjawisku kredytów i pożyczek. Długi kredytowe mogą być przyczyną lub skutkiem problemów finansowych gospodarstw domowych. Mogą te problemy wywoływać lub utrwalać i pogłębiać, jako efekt nieskutecznej strategii wychodzenia z kłopotów. Opierając się na podziale kredytów na dwie kategorie: dla luksusu (ang. *for convenience*) i z konieczności (ang. *for necessity*) (Szpringer, 2009: 37), tych drugich jako źródła problemów jest znacznie więcej. To znaczy, że najpierw ma miejsce pogorszenie sytuacji finansowej gospodarstwa domowego, np. z powodu śmierci, choroby, rozwodu, utraty pracy – następnie pojawiają się pożyczki u rodziny, a dopiero na końcu kredyty (pożyczki) w instytucjach finansowych. Zadłużenie kredytowe może pogłębiać trudności finansowe w długim okresie, natomiast rzadko jest ich bezpośrednią przyczyną. W bezpiecznym kredytowaniu ważna jest prawidłowa ocena zdolności kredytowej, która ogranicza pożyczanie tym, co do których wiadomo, że mogą mieć trudności ze spłatą rat (Nowak, 2018a).

Niebezpieczną praktyką jest „rolowanie” długu, czyli spłacanie starego kredytu nowym, która wpędza kredytobiorców w spiralę zadłużenia. Zapobiec temu miały przepisy ustawy o zmianie ustawy o nadzorze nad rynkiem finansowym oraz niektórych innych ustaw z dnia 5 sierpnia 2015 roku (Dz.U. poz. 1357) ograniczające wysokość opłat pozaodsetkowych. Niestety, okazały się one nieskuteczne (Kisiel, 2019). Część podmiotów omija przepisy dotyczące limitów kosztów pozaodsetkowych za pomocą refinansowania zobowiązań. Praktyka ta polega na przenoszeniu pożyczkobiorcy do innego pożyczkodawcy, który spłaca stare zadłużenie i udziela finansowania na podstawie nowej umowy (z limitem kosztów liczonym od nowa). Ograniczenia ustawowe omijane są także poprzez stosowanie umów niepodlegających przepisom regulującym kredyt konsumencki (np. sprzedaż z przyrzeczeniem odkupu, o doradztwo finansowe lub o pośrednictwo w zorganizowaniu finansowania).

Poziom zaległych płatności w ujęciu absolutnym, według stanu na koniec września 2007 roku w poszczególnych województwach, był następujący: najwyższy w województwie śląskim (7,39 mld zł), mazowieckim (5,23 mld zł) i wielkopolskim (3,36 mld zł), a najniższy w województwach świętokrzyskim (0,57 mld zł), podlaskim (0,62 mld zł) i opolskim (0,74 mld zł). Najwięcej osób zalegających z płatnościami w tym samym okresie mieszkało w województwie śląskim (320 tys.), mazowieckim (274 tys.) i wielkopolskim (204 tys.), a najmniej w województwie świętokrzyskim (46 tys.), podlaskim (48 tys.) i opolskim (50 tys.). Wielkość zaległego zadłużenia jest skorelowana dodatnio z liczbą mieszkańców – regiony o wysokim zadłużeniu cechuje równocześnie duża liczba mieszkańców. Wpływ na wysokie miejsce w rankingu województwa śląskiego wynikał, poza dużą liczbą mieszkańców, również z najwyższej kwoty średniego zaległego zobowiązania (23 102 zł). Kolejne miejsca na liście miało pod tym względem województwo mazowieckie (18 727 zł), a na końcu województwo świętokrzyskie (11 288 zł). Województwa podkarpackie i zachodniopomorskie pod względem średniego zaległego zadłużenia były do siebie zbliżone (15 407 i 15 610 zł) z wynikiem poniżej średniej krajowej (16 715 zł).

Po pięciu latach, według stanu na koniec 2017 roku, nastąpił wzrost kwoty zaległych zobowiązań oraz zmiana miejsc w rankingu województw. Najwyższą kwotę zaległych zobowiązań odnotowano w województwie mazowieckim (11,14 mld zł), śląskim (8,51 mld zł) i dolnośląskim (5,91 mld zł), a najniższą w opolskim i podlaskim (1,29 mld zł), świętokrzyskim (1,33 mld zł) i podkarpackim (1,73 mld zł) (*InfoDług...*, 2018: 17). Wciąż najwięcej dłużników miało województwo śląskie (354 tys.). Wzrosła średnia wartość zaległego zobowiązania do 25 643 zł.

Liczba osób na 1000 dorosłych mieszkańców nieplacąca w terminie swoich zobowiązań w województwie zachodniopomorskim jest dwukrotnie wyższa, aniżeli w województwie podkarpackim (zob. tabela 1). Zróżnicowanie to ma trwały charakter. Od początku publikowania danych na temat długów Polaków przez BIG InfoMonitor w 2007 roku dysproporcje między województwami utrzymują się na podobnym poziomie. Oznacza to, że u podstaw zróżnicowania leżą trwałe przyczyny, nieusuwalne w długim okresie.

Dystans dzielący województwo najlepsze i najgorsze w okresie 2012–2017 nie uległ istotnej zmianie. W 2012 roku wskaźnik zaległego zadłużenia dla mieszkańców województwa zachodniopomorskiego był ok. 148% wyższy niż dla województwa podkarpackiego. Natomiast w 2017 roku stosunek ten wyniósł odpowiednio 144%. Oznacza to, że dwa i pół razy więcej mieszkańców z regionów najgorzej obsługujących swoje

zobowiązania nie reguluje w terminie rachunków w stosunku do mieszkańców regionów o najwyższej solidności płatniczej.

Średni wskaźnik zadłużenia dla 16 województw w grudniu 2017 roku wyniósł 79,7 osoby na 1000 dorosłych mieszkańców. Wynik powyżej średniej miało dziewięć województw (zachodniopomorskie, lubuskie, dolnośląskie, kujawsko-pomorskie, warmińsko-mazurskie, śląskie, pomorskie, wielkopolskie, łódzkie), a poniżej – siedem (mazowieckie, opolskie, lubelskie, świętokrzyskie, podlaskie, małopolskie i podkarpackie).

W okresie 2012–2017 najwyższą dynamikę wzrostu liczby osób z zaległymi zobowiązaniami miały województwa: opolskie (53%), dolnośląskie (51%) i świętokrzyskie (50%), a najniższą: zachodniopomorskie (28%), małopolskie i podkarpackie (po 30%). Widać więc, że jeżeli ta dynamika utrzyma się w przyszłości, to województwo zachodniopomorskie starci pozycję lidera czarnej listy na rzecz innych województw Polski Zachodniej (lubuskiego lub dolnośląskiego).

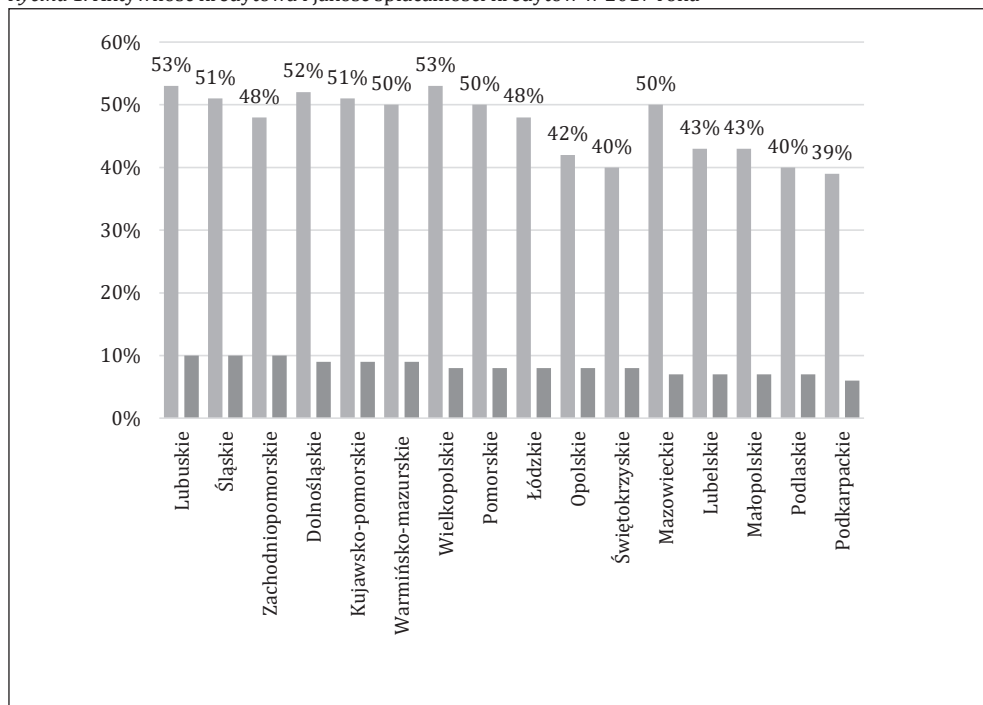
Tabela 1. Wskaźnik zaległego zadłużenia mierzony liczbą osób z zaległymi zobowiązaniami na 1000 dorosłych mieszkańców danego województwa

	IX 2012	XI 2013	IX 2014	XII 2015	XII 2016	XII 2017
Zachodniopomorskie	82	83	80	85	96	105
Lubuskie	74	76	74	85	96	105
Dolnośląskie	69	72	72	84	95	104
Kujawsko-Pomorskie	72	74	75	87	96	100
Warmińsko-Mazurskie	67	69	64	79	89	96
Śląskie	69	71	72	76	85	93
Pomorskie	69	72	73	77	85	92
Wielkopolskie	60	60	57	68	76	82
Łódzkie	62	65	62	67	75	81
Mazowieckie	53	55	56	58	66	73
Opolskie	47	49	48	56	66	72
Lubelskie	46	47	46	50	56	62
Świętokrzyskie	40	41	38	48	55	60
Podlaskie	39	41	40	44	51	55
Małopolskie	40	41	41	43	50	52
Podkarpackie	33	34	34	36	41	43

Źródło: opracowanie własne na podstawie raportów InfoDług z lat 2012–2017

Województwo podkarpackie nie ma sobie podobnych i wyraźnie wyróżnia się na tle pozostałych województw. Od najbliższego mu województwa małopolskiego,

Rycina 1. Aktywność kredytowa i jakość spłacalności kredytów w 2017 roku



Źródło: InfoDług... (2018: 20)

ze wskaźnikiem niesolidności płatniczej wynoszącym 52, dzieli go aż 20-procentowa różnica. Natomiast województwo zachodniopomorskie ma wynik taki sam lub bardzo zbliżony do aż trzech województw: lubuskiego, dolnośląskiego i kujawsko-pomorskiego. Na tej podstawie można zauważyć, że podobne tendencje występują na obszarach położonych geograficznie blisko siebie i wykraczają poza granice województw.

Z zaległym zadłużeniem związana jest aktywność kredytowa. Więcej mieszkańców Polski Zachodniej, aniżeli Polski Wschodniej korzysta z kredytów (zob. rycina 1). Regiony, gdzie zaległe zadłużenie ma najwyższy poziom, są z reguły tymi z najwyższą aktywnością kredytową. Wyjątkiem jest województwo zachodniopomorskie, gdzie odsetek niesolidnych dłużników jest wysoki, a kredyty posiada względnie mało mieszkańców (48%) – poniżej średniej w Polsce (51,5%). Natomiast w Wielkopolsce jest odwrotnie. Ukredytowanie mieszkańców, podobnie jak w województwie lubuskim, jest najwyższe w kraju (53%), a problemy ze spłatą zobowiązań mają 82 osoby na 1000, czyli niewiele powyżej średniej (79,7). Mogłoby to stanowić potwierdzenie tezy, iż przyczyny problemów finansowych gospodarstw domowych mają głównie charakter pozakredytowy.

PRZYCZYNY GOSPODARCZE (STRUKTURALNE)

Zaległe zadłużenie mieszkańców Polski Zachodniej jest konsekwencją cech strukturalnych gospodarki tego regionu, wyniesionych z okresu PRL-u, które „odbiły się” w procesach transformacji po 1989 roku. Do najistotniejszych cech należy stopień upaństwowienia produkcji rolnej. Na terenie obecnego województwa zachodniopomorskiego

było wiele państwowych gospodarstw rolnych (PGR). W niektórych dawnych województwach, takich jak szczecińskie, koszalińskie, słupskie, gdańskie i elbląskie, należąca do nich ziemia zajmowała ponad 50% powierzchni wszystkich znajdujących się tam użytków rolnych (Czubkowska, 2019). W latach osiemdziesiątych do pegeerów należało ok. 4,5 mln ha gruntu i pracowało w nich blisko pół miliona ludzi. Wraz z rodzinami pracownicy PGR-ów stanowili wielką, ponadmilionową populację.

Konsekwencje upadku PGR-ów najdotkliwiej dotknęły Polskę Zachodnią i Północną, gdzie było ich najwięcej – w 1946 roku obszary te skupiały 75% ich ogólnej liczby (Czapiewska, 2012). Na terenach tych restrukturyzacja i prywatyzacja gospodarstw państwowych w największym stopniu wpłynęła na sytuację ekonomiczną i społeczną ludności. Spowodowała ona drastyczne obniżenie poziomu życia mieszkańców.

Upadek państwowych gospodarstw rolnych był bezpośrednią przyczyną problemów finansowych mieszkańców regionów, gdzie były one głównym pracodawcą. W wyniku ustawowej ich likwidacji w 1991 roku zatrudnieni w nich pracownicy z dnia na dzień zostali pozbawieni dochodów (Suliborski, Kujawiak, 2017). Państwo nie zapewniło im żadnej osłony socjalnej, odpraw, jak na przykład górnikom. Ludzie ci znaleźli się w beznadziejnej sytuacji ze względu na brak możliwości znalezienia alternatywnego zatrudnienia (Sepioło, 2019). Mając bardzo niskie kwalifikacje zawodowe, mieszkając daleko od ośrodków przemysłowych i nie mając prywatnych środków transportu, zostali skazani na biedę. W takich warunkach przestali płacić rachunki i na trwałe popadli w długi.

Upadek PGR-ów pociągnął za sobą całą gamę problemów w regionach, w których były one jedynymi pracodawcami. Po restrukturyzacji nowi właściciele ograniczyli znacznie zatrudnienie. Tym, którzy nie płacili rachunków, odłączali prąd, wodę, a ci, przyzwyczajeni, że PGR wszystko organizuje, nie umieli sobie poradzić w nowej rzeczywistości. Do dziś na terenach popegeerowskich poziom bezrobocia i wykluczenia społecznego jest najwyższy w Polsce.

W województwie zachodniopomorskim leży gmina Ostrowice, która osiągnęła rekordowy w skali kraju dług – na koniec 2017 roku wyniósł on 47 mln zł (18 602 zł *per capita*) (Zadłużenie..., 2019). Dług był tak duży, że gmina stała się bankrutem i od stycznia 2019 przestała istnieć. Przyczyn jest wiele, ale jedna z najważniejszych to upadek PGR-ów. Prawie nikt w gminie nie odprowadzał podatku gruntowego. Władze gminy zaciągały więc kredyty tam, gdzie mogły, także w przedsiębiorstwach pożyczkowych. W gminie Ostrowice w Bolegorzynie znajduje się jedyne w Polsce muzeum PGR-u.

Na zaległe zadłużenie nie mają wpływu dochody mieszkańców. Polska Zachodnia jest bardziej zamożna, aniżeli Polska Wschodnia (Kuśmierczyk, 2011: 82), więc teoretycznie powinna mieć mniejsze problemy z terminowym regulowaniem zobowiązań, a tak nie jest. Polska Zachodnia zaliczana jest pod względem dochodowym do Polski „B” (PKB *per capita* wynosi powyżej 80% średniej krajowej), a Polska Wschodnia do Polski „C” (dochód poniżej 80% średniej krajowej), gdzie Polskę „A” stanowią duże metropolie (PKB *per capita* powyżej 100% średniej krajowej). PKB *per capita*, wyprodukowania oraz dochody rozporządzalne w Polsce Zachodniej są wyższe, aniżeli w Polsce Wschodniej. Pod względem dochodowym województwo podkarpackie jest jednym z najbiedniejszych województw (nominalny PKB *per capita* w 2008 roku wyniósł tylko 69% średniej krajowej), natomiast w województwie zachodniopomorskim 90,7%

(Choroś-Mrozowska, Clowes, 2012: 34). Jest to kolejny dowód przeczący tezie, że bogaci lepiej spłacają długi niż biedni.

W województwie podkarpackim jest najmniej podmiotów gospodarczych, a w województwie zachodniopomorskim najwięcej spośród wszystkich województw. Stopień polaryzacji dochodów mieszkańców obu województw jest skrajnie odmienny. Zróżnicowanie dochodowe ludności Podkarpacia jest niskie, a Zachodniego Pomorza wysokie. W zachodniopomorskim jest najwyższy (5.1), a w podkarpackim najniższy (4.1) wskaźnik zróżnicowania kwintalowego (Polak, 2016: 76).

Podkarpacie z jednej strony cechuje mało nowoczesna struktura gospodarki, niskie dochody mieszkańców, duże bezrobocie, jedne z najmniej korzystnych w Polsce warunków mieszkaniowych, relatywnie mała liczba podmiotów gospodarczych, jak również przedszkoli, niskie nakłady na polityki publiczne. Z drugiej strony ludność zamieszkującą to województwo wyróżnia największa długość życia, najniższa umieralność na choroby nowotworowe, najmniejsza liczba przestępstw i rozwodów, duże poczucie spójności i więzi społecznych, wysokie poczucie bezpieczeństwa i małe zróżnicowanie dochodowe mieszkańców. Na tej podstawie można stwierdzić, że mieszkańcy Polski Wschodniej otrzymują premię za konserwatyzm.

PRZYCZYNY KULTUROWE

Ludność popegeerowska była szczególnie nieprzygotowana do radzenia sobie w kapitalistycznej rzeczywistości w Polsce po 1989 roku. Jak wiemy, brakiem przygotowania dotknięte są szczególnie grupy społeczne słabo wykształcone, do których należą dawni pracownicy pegeerów i ich rodziny. Nie można tutaj liczyć na nawyki wyniesione z domu. Stąd też prawie 30 lat po likwidacji pegeerów dzieci popełniają te same błędy co ich rodzice. W tym środowisku bieda jest dziedziczona i przechodzi z pokolenia na pokolenie. Dobór pracowników w PGR-ach był szczególnie negatywny. W pierwszej połowie lat pięćdziesiątych XX wieku do pracy w państwowych gospodarstwach rolnych kierowano głównie przesiedleńców z kresów oraz przymusowo na „rehabilitację przez pracę” tzw. margines społeczny. Środowisko PGR-owskie postrzegane było jako najbardziej upośledzone społecznie i kulturowo, a pracownicy zajmowali najniższe miejsce w hierarchii zawodów.

Dyscyplinujący wpływ na zachowania płatnicze mają sankcje społeczne ze strony otoczenia. Mieszkańcy Polski Wschodniej tworzą mniej anonimowe społeczności niż mieszkańcy Polski Zachodniej. W społecznościach nieanonimowych w dyscyplinujący sposób działa opinia członków wspólnoty: rodziny, sąsiadów. Dezaprobata i ostracyzm okazywane osobom niedotrzymującym słowa czy nieregulującym w terminie zobowiązań są silnym środkiem nacisku na nierzetelnych dłużników. Sprawdzają się one jako skuteczne zabezpieczenie spłaty kredytu w społecznościach ubogich, w których brak finansowego zabezpieczenia pozbawiałby ludzi dostępu do kredytu. Okazuje się, że biedni nie spłacają kredytów gorzej od bogatych – stąd też sukces Grameen Bank założonego przez Muhammada Yunusa. Nacisk otoczenia wykorzystują firmy windykacyjne w Polsce, wywołując społeczną presję, często poprzez działania niezgodne z prawem.

Anonimowości sprzyja urbanizacja. Stopień urbanizacji w Polsce Zachodniej jest wyższy niż w Polsce Wschodniej. W 2013 roku w województwie podkarpackim wyniósł 41,25% (najmniej spośród wszystkich województw), a w zachodniopomorskim 68,63%, przy średniej 61% dla całego kraju (*Wskaźnik...*, 2019).

Wschód Polski jest bardziej konserwatywny, a Zachód nowocześniejszy. Na Wschodzie występuje silne przywiązanie do tradycyjnych wartości, które widoczne jest m.in. w stosunku do oszczędzania i pożyczania. Kultura oszczędzania jest silna i opiera się kulturze pożyczania. Na Zachodzie szybciej postępuje implementacja współczesnych cywilizacyjnych trendów (np. konsumpcjonizmu) niż na Wschodzie. Mieszkańcy Podkarpacia w razie potrzeby pożyczają u rodziny, sąsiadów, księdza. W tradycyjnej strukturze społecznej można liczyć przede wszystkim na pomoc rodziny, a potrzeby pożyczkowe załatwia się za pomocą pożyczek prywatnych.

Zachowania finansowe kształtują postawy wytworzone przez relację z miejscem zamieszkania, oparte na własności. Własność skłania do odpowiedzialności i rozważli. Ludność Zachodniego Pomorza jest ludnością napływową po II wojnie światowej, niezwiązaną od pokoleń z tym miejscem. Przez lata ludzie tam żyjący czuli się lokatorami – nie byli na swoim, nie byli właścicielami ziemi, którą zajmowali (Michałek, 2013). Tworząc pracownicze, jednopokoleniowe gospodarstwa domowe, nie mogli korzystać z pomocy i dorobku wcześniejszego pokolenia. W ten sposób stali się bardziej podatni na wahania gospodarcze.

Na Podkarpaciu i w Małopolsce więź z miejscem jest silna i budowana od pokoleń. Potwierdzeniem tej tezy mogą być dane, z których wynika, iż najwięcej kredytów ze wszystkich województw mieszkańcy Podkarpacia wydają na remont mieszkania i jest to główny cel zaciągania pożyczek i kredytów (46,2%) (Czapiński, Panek, 2009). Podkarpacie bywa też uważane za najbardziej zadbane region Polski. Gospodarstwa domowe tworzą rodziny wielopokoleniowe, żyjące w tym samym miejscu od dawna. Ludzie nie zadłużają się tak często, ponieważ nie muszą. Tworząc wielopokoleniowe gospodarstwa domowe, są bardziej odporni na wahania finansowe – utrata (spadek) dochodów jednego z członków rodziny nie prowadzi do ruiny gospodarstwa domowego, jest łagodzona dochodem innego członka.

ZAKOŃCZENIE

Zaległe zobowiązania finansowe Polaków są wynikiem splotu czynników, głównie o charakterze gospodarczym (strukturalnym) i kulturowym. Czynniki gospodarcze odgrywają dominującą rolę i oddziałują na uwarunkowania kulturowe. Charakter produkcji na danym obszarze decyduje o średnim wieku, poziomie wykształcenia, wysokości dochodów i zachowaniach finansowych mieszkańców. Zaległe zadłużenie w Zachodniej Polsce nie wynika głównie z lekkomyślności i rozpasanej konsumpcji. Jest rezultatem zmian systemowych (likwidacji pegeerów) na początku lat dziewięćdziesiątych XX wieku, które postawiły wielu ludzi w bardzo trudnej sytuacji materialnej. Transformacja ustrojowa pozbawiła tych ludzi miejsc pracy, ale także godności.

Sąsiedztwo rozwiniętych Niemiec ma również wpływ na zachowania finansowe w Zachodniej Polsce. Podnosi aspiracje konsumpcyjne i skłania do zaciągania zobowiązań. Wschód Polski korzysta z rozwiniętych relacji społecznych i opiera się naporowi kultury konsumpcjonizmu. Nie jest poddany też tak silnej presji doganiania Zachodu ze względu na sąsiedztwo biednej Ukrainy. Podsumowując, można stwierdzić, że analiza przyczyn zróżnicowania zaległości finansowych Polaków w układzie przestrzennym pokazała istnienie istotnych różnic między Polską Wschodnią a Zachodnią.

Literatura References

- Bauman, Z. (2009). *Konsumowanie życia*. Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego.
- Choroś-Mrozowska, D., Clowes, D. (2012). Regionalne zróżnicowanie PKB i dochodów ludności w Polsce. Podstawowe relacje i uwarunkowania. W: B. Szopa (red.). *Wokół zagadnień ubóstwa i bogactwa*. Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie.
- Czapiewska, G. (2012). *Ekonomiczno-społeczne skutki restrukturyzacji PGR na Pomorzu Środkowym*. Słupsk: Wydawnictwo Naukowe Akademii Pomorskiej w Słupsku.
- Czapiński, J., Panek, T. (2009). *Diagnoza społeczna 2009. Warunki i jakość życia Polaków*. Warszawa: Rada Monitoringu Społecznego.
- Czubkowska, S. (2019, 15 stycznia). *60 lat temu powstały pierwsze PGR-y*. Pozyskano z <https://wiadomosci.dziennik.pl/wydarzenia/artykuly/138263,60-lat-temu-powstaly-pierwsze-pgr-y.html>
- InfoDług. *Ogólnopolski raport o zaległym zadłużeniu i klientach podwyższonego ryzyka*. 21 edycja. (2012). BIG InfoMonitor.
- InfoDług. *Ogólnopolski raport o zaległym zadłużeniu i niesolidnych dłużnikach*. 34 edycja (2018). BIG InfoMonitor.
- Kisiel, M. (2019, 10 stycznia). *Antylichwa 2.0 ma już 2 lata, a prawo wciąż dziurawe*. Pozyskano z <https://www.bankier.pl/wiadomosc/Antylichwa-2-0-ma-juz-dwa-lata-a-prawo-wciaz-dziurawe-7576474.html>.
- Kuśmierczyk, K. (2011). Ekonomiczne i demograficzne uwarunkowania konsumpcji w regionach. W: A. Kusińska (red.). *Konsumpcja a rozwój społeczno-gospodarczy regionów w Polsce*. Warszawa: Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne.
- Michałek, M. (2013). Przemiany polskiej wsi w latach 1918–1989. *Klio*, 26, 55–80.
- Nowak, P. (2018a). Ocena zdolności kredytowej jako narzędzie ochrony konsumenta. W: M. Jagielska, K. Podgórski, E. Sługocka-Krupa, M. Fras (red.). *Prawa konsumenta w teorii i praktyce*. Warszawa: Wydawnictwo C.H. Beck, 199–210.
- Nowak, P. (2018b). Udział biur informacji gospodarczej w systemie wymiany informacji o zobowiązaniach finansowych dłużników. *Przedsiębiorczość-Edukacja*, 14, 221–233.
- Opolski, K., Gemzik-Salwach, A. (2016). Perspektywy finansowe i wiarygodność kredytowa gospodarstw domowych w kontekście programu „Rodzina 500+” (Propozycja metody kalkulacji finansowej na przykładzie województwa podkarpackiego). *Bezpieczny Bank*, 2(63), 90–118.
- Polak, E. (2016). Jakość życia w polskich województwach – analiza porównawcza wybranych regionów. *Nierówności Społeczne a Wzrost Gospodarczy*, 48, 66–89.
- Raport o sytuacji banków w 2017 roku (2018). Warszawa: Urząd Komisji Nadzoru Finansowego.
- Rząd przyjął plan finansowy na lata 2017–2020 – prognoza spadku bezrobocia i wzrostu płac. (2019, 15 stycznia). Pozyskano z <https://www.bankier.pl/wiadomosc/Rzad-przyjal-plan-finansowy-na-lata-2017-20-prognoza-spadku-bezrobocia-i-wzrostu-plac-3684142.html>.
- Sepiolo, M (2019, 10 stycznia). *Ostatnie tchnienie PGR-u*. Pozyskano z <http://weekend.gazeta.pl/weekend/1,152121,23349338,ostatnie-tchnienie-pgr-u-mlodzi-ktorzy-tu-zostali-nadal.html>
- Suliborski, A., Kujawiak, A. (2017). Transformacja Państwowych Gospodarstw Rolnych Sarnów i Bełdów w województwie łódzkim w prywatne przedsiębiorstwa. Konsekwencje społeczne. *Acta Universitatis Lodzensis*, 29, 5–26.
- Szarfenberg, R. (2019, 10 stycznia). *Wpływ świadczenia wychowawczego (500+) na ubóstwo ogółem i ubóstwo dzieci na podstawie mikrostymulacji*. Pozyskano z <http://rszarf.ips.uw.edu.pl/pdf/wpływ500+.pdf>.
- Szpringer, W. (2009). *Społeczna odpowiedzialność banków. Między ochroną konsumenta a ochroną socjalną*. Warszawa: Wolters Kluwer.
- Wróbel, M., Stach, D. (2014). Odpowiedzialność w zaciąganiu zobowiązań finansowych wyzwaniem dla współczesnych konsumentów i przedsiębiorców. *Zeszyty Naukowe Wyższej Szkoły Humanistycznej Zarządzanie*, 2, 307–320.
- Wskaźnik urbanizacji w Polsce (2019, 10 stycznia). Pozyskano z <https://www.rozmiar.com/wskaznik-urbanizacji-w-polsce.php>

Zadłużenie na mieszkańca w gminach (2019, 15 stycznia). Pozyskano z <http://samorząd.pap.pl/depesze/redakcyjne.praca.akt/184197/Zadluzenie-na-mieszkanca-w-gminach-1-250>

Paweł Nowak, dr, Uniwersytet Pedagogiczny w Krakowie, Wydział Politologii, Katedra Ekonomii i Polityki Gospodarczej. Doktor nauk prawnych, ekonomista, adiunkt w Katedrze Ekonomii i Polityki Gospodarczej na Wydziale Politologii Uniwersytetu Pedagogicznego im. KEN w Krakowie. Zainteresowania naukowe: mikro- i makroekonomia, bezpieczeństwo obrotu gospodarczego, ochrona konsumenta. Autor publikacji naukowych z zakresu ekonomii, prawa i finansów.

Paweł Nowak, PhD, Pedagogical University of Krakow, Faculty of Political Sciences, Department of Economics and Economic Policy. Economist and assistant professor in the Department of Economics and Economic Policy at the Faculty of Political Sciences of the Pedagogical University of Krakow. His main research interests include economy, safety of transaction and consumer protection. He is an author of numerous articles on economics, law and finance.

ORCID: 0000-0002-8160-242X

Adres/address:

Uniwersytet Pedagogiczny w Krakowie
Wydział Politologii
Katedra Ekonomii i Polityki Gospodarczej
ul. Podchorążych 2, 30-084 Kraków, Polska
e-mail: pawel.nowak@up.krakow.pl

KATARZYNA ŁOBACZ

Uniwersytet Szczeciński, Polska
University of Szczecin, Poland

PIOTR NIEDZIELSKI

Uniwersytet Szczeciński, Polska
University of Szczecin, Poland

Transfer kapitału ludzkiego z międzynarodowych centrów usług jako czynnik kształtowania konkurencyjności MMŚP w regionie zachodniopomorskim

Transfer of Human Capital from the Multinational Service Centres and the Competitiveness of MSME in the West-Pomeranian Region

Streszczenie: Polska znajduje się obecnie w czołówce miejsc w Europie Środkowo-Wschodniej, w których lokalizują się międzynarodowe centra usług. Wynika z tego istotne znaczenie analizowania wpływu, jaki mają one na rozwój polskiej gospodarki. Jednym z istotnych efektów wynikających z obecności centrów usług jest przepływ wiedzy, w tym jej transfer do sektora mikro-, małych i średnich przedsiębiorstw (MMŚP) – wiedzy, która odgrywa coraz ważniejszą rolę w procesie kształtowania konkurencyjności, tak w ujęciu mikro-, jak i makroekonomicznym. Celem artykułu jest zatem analiza interakcji zachodzących pomiędzy centrami usług o międzynarodowym zasięgu a mniejszymi podmiotami funkcjonującymi w gospodarkach lokalnych. Szczególny nacisk położony został na przepływ wiedzy ukrytej wynikający z transferu kapitału ludzkiego pomiędzy centrami usług a mikro-, małymi i średnimi przedsiębiorstwami zlokalizowanymi w regionie zachodniopomorskim. W opracowaniu wykorzystano badania ilościowe zrealizowane w latach 2013–2016 na próbie reprezentatywnej regionu. Wyniki badań wskazują, że występuje istotny statystycznie związek pomiędzy badanymi zmiennymi. Ukazują one, iż firmy, których właściciele lub pracownicy mają doświadczenia związane z pracą w międzynarodowych centrach usług, doświadczają bardziej dynamicznego wzrostu obrotów oraz wprowadzają na rynek więcej nowych produktów. Ma to wpływ na konkurencyjność tychże podmiotów, również w ujęciu międzynarodowym.

Abstract: Poland is currently at the forefront of places in Central and Eastern Europe, where international service centres are located. This shows the importance of analysing the impact they have on the development of the Polish economy. One of the important effects resulting from the presence of service centres is the flow of knowledge, including its transfer to the MSME sector – knowledge, which plays an increasingly important role in the process of shaping competitiveness, both in micro- and macroeconomic terms. The aim of the article is therefore to analyse the interactions between service centres with international coverage and smaller entities operating in local economies. Particular emphasis was placed on the flow of hidden knowledge resulting from the transfer of human capital between service centres and micro-, small- and medium enterprises located in the West Pomeranian region. The study uses quantitative research conducted in the years 2013–2016 on a representative sample of companies in the region. The research results indicate that there is a statistically significant relationship between the variables studied. They show that companies whose owners or employees have work experience in international service centres exhibit a more dynamic growth

in turnover and bring more new products to the market. This has an impact on the competitiveness of these entities, also at the international arena.

Klasyfikacja JEL: F61, O19, J24

Słowa kluczowe: centra usług; efekty spillovers; innowacyjność sektor MMŚP; konkurencyjność; transfer kapitału ludzkiego; transfer wiedzy

Keywords: competitiveness; innovativeness; MSME; service centres; spillovers; transfer of human capital; transfer of knowledge

Otrzymano: 17 lutego 2019

Received: 17 February 2019

Zaakceptowano: 28 maja 2019

Accepted: 28 May 2019

Sugerowana cytacja / Suggested citation:

Łobacz, K., Niedzielski, P. (2019). Transfer kapitału ludzkiego z międzynarodowych centrów usług jako czynnik kształtowania konkurencyjności MMŚP w regionie zachodniopomorskim. *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego*, 33(3), 70–84. doi: 10.24917/20801653.333.5

WSTĘP

Polska jest obecnie liderem w lokalizacji centrów usług w Europie Środkowo-Wschodniej, a ich oddziaływanie ma zróżnicowany charakter, znacznie szerszy niż ten związany z przyrostem liczby miejsc pracy (ABSL, 2016). Jednym z efektów o dużym znaczeniu jest przepływ wiedzy, w tym do sektora MMŚP (Rugraff, Hansen, 2011; Sass, 2011). Mikro-, małe i średnie przedsiębiorstwa budują przewagę konkurencyjną, wykorzystując swoje naturalne walory, takie jak zwinność, zdolność do szybkiego reagowania i dostosowywania się do zmian w otoczeniu, a także zasoby niematerialne i zdolności behawioralne, skąd wynika istotna rola wiedzy w ich procesach konkurowania.

Z punktu widzenia roli, jaką centra usług odgrywają w procesach gospodarczych, zdefiniować je należy jako firmy realizujące zadania związane z ciągłą obsługą procesów biznesowych innych, zwykle dużych firm. Ich rolą jest obsługa procesów, bez których firmy nie są w stanie funkcjonować i których realizacja (sposób realizacji) wpływa na wykonanie pozostałych procesów w firmie. Mogą one obsługiwać wyspecjalizowane rodzaje procesów lub ich grupę, zaliczane w przedsiębiorstwie do procesów usługowych, jak np. obsługa klienta, logistyka, procesy finansowe, obsługa IT. Outsourcingowane procesy i usługi mają charakter wysoce wystandaryzowany, co oznacza, że szczególnie podatność wykazują tu procesy o charakterze jednorodnym, odbywające się według zasad, które mogą być precyzyjnie zdefiniowane i skodyfikowane. Te wszystkie cechy sprawiają, że w centrach usług następuje wysoka kumulacja wiedzy związanej z procesami usługowymi, w tym wykorzystaniem technologii, które te procesy usprawniają (Niedzielski, Łobacz, 2017).

Zagadnienie dotyczące wpływu centrów usług na rozwój podmiotów w otoczeniu i całych województw jest zagadnieniem stosunkowo nowym w polskiej i zagranicznej literaturze przedmiotu. W dorobku polskiego piśmiennictwa naukowego można znaleźć nieliczne pozycje dotyczące zasad działania centrów usług. Chociaż istnieje dorobek traktujący centra usług całościowo jako jedną z grup podmiotów funkcjonujących w gospodarce, nie analizuje on jednak w dostatecznym stopniu procesów zachodzących na styku tych podmiotów z małymi przedsiębiorstwami, m.in. procesów związanych z przepływem wiedzy.

Celem artykułu jest zatem analiza tychże procesów, ze szczególnym naciskiem na przepływ wiedzy ukrytej wynikający z transferu kapitału ludzkiego pomiędzy centrami usług a mikro-, małymi i średnimi przedsiębiorstwami zlokalizowanymi na terenie regionu zachodniopomorskiego. W opracowaniu wykorzystano badania ilościowe zrealizowane w latach 2013–2016 na próbie reprezentatywnej firm z grupy MMŚP zlokalizowanych na terenie województwa. Zostały one przeprowadzone z wykorzystaniem techniki CATI, a uzyskane wyniki poddano analizie statystycznej. W odniesieniu do efektów będących rezultatem przepływu wiedzy szczególną uwagę zwrócono na dwa aspekty konkurencyjności przedsiębiorstw, tj. innowacyjność i wzrost¹.

KONKURENCYJNOŚĆ MMŚP W ASPEKcie WPŁYwu MIĘDZYNARODOWYCH CENTRÓW USŁUG

Wyjaśnienie zjawiska konkurencji w procesach gospodarowania stanowiła i stanowi kluczowy przedmiot zainteresowania teorii i praktyki co najmniej dwóch dyscyplin naukowych, czyli ekonomii i finansów oraz nauk o zarządzaniu i jakości (Stankiewicz, 2002; Dzikowska, Gorynia, 2012). Sam termin „konkurencja”, wywodzący się od łacińskiego słowa *concurrentia*, oznaczającego „biec razem” w rozumieniu współzawodnicstwa (Stankiewicz, 2002), ma swoje bezpośrednie odniesienie do działań biznesowych. Zjawisko konkurencyjności występuje, gdy uczestnicy rynku (mechanizmów rynkowych) rywalizują między sobą w dążeniach do analogicznych celów, co oznacza, że działania podejmowane przez jednych uczestników rynku dla osiągnięcia swoich celów utrudniają (a nawet uniemożliwiają) osiągnięcie takich samych celów innym (Stankiewicz, 2002).

W kontekście konkurencyjności wskazuje się, że przedsiębiorstwo ma potencjał konkurencyjny definiowany jako ogół zasobów materialnych i niematerialnych (Kunasz, 2006). Zasoby przedsiębiorstwa są w literaturze przedmiotu opisywane z różnych punktów widzenia, a ich wachlarz jest szeroki, od aktywów trwałych, maszyn i urządzeń, przez zasoby finansowe, zapasy, pracowników wraz z ich kompetencjami, po wiedzę o procesach techniczno-technologicznych, procedury, wiedzę o rynku, powiązania rynkowe, kontakty handlowe czy markę firmy. Przy pewnym uproszczeniu wyróżnia się trzy zasadnicze grupy zasobów (Barney, 1992):

- zasoby kapitału fizycznego (zasoby materialne),
- zasoby kapitału ludzkiego (zasoby ludzkie),
- zasoby kapitału organizacyjnego (zasoby niematerialne).

Konkurencyjność przedsiębiorstw w podejściu zasobowym związana jest ze zjawiskiem heterogeniczności, które wynika z faktu nierównomierności rozłożenia zasobów na poszczególne przedsiębiorstwa oraz wewnątrz firm. Ponadto zasoby nie są doskonale mobilne, co oznacza, że nie jest możliwe ich dowolne przeniesienie pomiędzy przedsiębiorstwami lub wykorzystanie do dowolnych procesów w konkretnym podmiocie gospodarczym. W obecnych uwarunkowaniach gospodarczych (tj. w warunkach rozwoju gospodarki opartej na wiedzy) coraz większe znaczenie w procesach gospodarowania ma wiedza, którą w powyższym ujęciu należy umiejscowić w kapitale

¹ Niniejszy artykuł powstał w oparciu o badania przeprowadzone w ramach projektu finansowanego ze środków NCN przyznanych na podstawie decyzji nr DEC-2011/03/B/HS4/05890. Szerokie wnioski z badań zaprezentowano w Niedzielski i Łobacz (2017), a niniejszy artykuł przedstawia wybrane i pogłębione wnioski niniejszego studium.

organizacyjnym oraz w kapitale ludzkim. Zarządzanie wiedzą i budowa kompetencji przedsiębiorstwa, umiejętność szukania okazji rynkowych i ich efektywnego wykorzystania czy też diagnozowania nisz rynkowych są narzędziem kształtowania konkurencyjności przedsiębiorstw sektora MMŚP na globalizującym się współczesnym rynku.

Już w 1962 roku K. Arrow wskazał, że wiedza jest zasadniczo inna niż pozostałe czynniki produkcji. Ta specyfika wynika z jej cech, do których zaliczyć należy przede wszystkim jej niematerialny charakter, który implikuje jej stosunkowo łatwą powielarność oraz w dużej części niewykluczalność, która w konsekwencji prowadzi do szybkiego wzrostu ilości ogólnego zasobu wiedzy (Arrow, 1962; Romer, 1986). Wiedza stanowi podstawę rozwoju, będąc impulsem do tworzenia innowacji, początkowo o charakterze radykalnym, później naśladowczym (Schumpeter, 1939).

Nowa wiedza tworzy nowe okazje rynkowe, które w różnym stopniu i w różny sposób są wykorzystywane przez podmioty gospodarcze (Arrow, 1962; Acs, Braunerhjelm, Audrehts, Carlsson, 2009). Nowa wiedza pozwala także dostrzec okazje, które wcześniej nie były widoczne. Wiedza prowadzi ponadto do podwyższenia efektywności realizowanych działań. Co do zasady wytworzenie nowej wiedzy wymaga inwestycji – ponoszonych przez podmioty nią zainteresowane. Z właściwości wiedzy wynika jednak możliwość korzystania z niej bez konieczności inwestowania. W tym kontekście mówi się o występowaniu tzw. efektów *spillovers*, czyli rozprzestrzenianiu się pewnych części wiedzy na podmioty trzecie, czyli takie, które nie poniosły kosztów związanych z jej wytworzeniem.

Badania pokazują, że efekty *spillovers* występują w dużej intensywności w obszarze oddziaływania większych firm (Acs, Braunerhjelm, Audrehts, Carlsson, 2009). Wskazuje się tutaj szczególną rolę firm technologicznych, aktywnie zaangażowanych w tworzenie nowej wiedzy o charakterze technologicznym. Można zatem przypuszczać, że w odniesieniu do firm usługowych taką rolę mogą pełnić tzw. centra usług, będące dużymi podmiotami gospodarczymi, wspierającymi w sposób profesjonalny realizację funkcji usługowych innych większych podmiotów i stosujące w związku z tym zaawansowane systemy zarządzania procesem ich świadczenia, a dodatkowo mające wystarczający potencjał do inwestowania w wytworzenie wiedzy i jej świadomą akumulację. Oznacza to, że takie centra mogą być źródłem nowych okazji rynkowych lub wiedzy o istniejących okazjach, które zostaną wykorzystane przez istniejące lub nowo tworzone podmioty gospodarcze, będące w obszarze ich oddziaływania. Mogą być również źródłem wiedzy procesowej, która w przypadku usług odgrywa niezwykle istotną rolę, przekładając się na innowacyjność i efektywność realizowanych działań. Mogą być wreszcie źródłem wiedzy o rynkach czy klientach, których potrzeby są niezaspokojone lub niewystarczająco zaspokojone przez istniejące produkty lub usługi, która niesie potencjał dynamiczniejszego wzrostu w krótszym okresie.

Literatura przedmiotu wskazuje wiele efektów oddziaływania korporacji międzynarodowych, w tym centrów usług, na lokalne mikro-, małe i średnie podmioty gospodarcze (np. Navaretti, Venables, 2004; Sass, 2011; Niedzielski, Łobacz, 2017), które związane są z występowaniem między nimi bezpośrednich interakcji. Jednak lokalne firmy mogą odnosić korzyści z bliskości funkcjonowania korporacji międzynarodowych nawet pomimo braku ich bezpośredniej interakcji lub bardzo ograniczonego jej zakresu. Korzyści te mogą bowiem wynikać z samego faktu znajdowania się we wspólnym otoczeniu konkurencyjnym albo obserwowania realizowanych przez inne podmioty (osoby) działań i ich efektów (Rugraff, Hansen, 2011). Dodatkowo istotną rolę

odgrywać może transfer kapitału ludzkiego z centrów usług do blisko zlokalizowanych MMŚP, który ma szczególnie potencjał przenoszenia pomiędzy organizacjami wiedzy o charakterze ukrytym (tzw. *tacit knowledge*).

Hipoteza ta zostanie poddana weryfikacji w dalszej części opracowania na podstawie wyników badań przeprowadzonych na obszarze regionu zachodniopomorskiego.

METODOLOGIA BADAŃ

W ramach przeprowadzonych badań analizie poddano wpływ transferu kapitału ludzkiego pomiędzy centrami usług a firmami sektora MMŚP na ich aspekty konkurencyjności, tj. innowacyjność i wzrost. Innowacyjność mierzono zaangażowaniem w rozwijanie i wdrażanie nowych produktów przez mikro-, małe i średnie przedsiębiorstwa, wzrost natomiast za pomocą zmiennej obrazującej zmianę wartości obrotów przedsiębiorstwa. W obu przypadkach stan obecny porównano do stanu sprzed trzech lat, co pozwoliło określić zmianę wartościową, która dokonała się we wskazanym okresie.

Transfer kapitału ludzkiego zidentyfikowano przez odnotowanie w firmach sektora MMŚP osób, które wcześniej były zatrudnione w dowolnym międzynarodowym centrum usług. Strategiczny wymiar transferowanej wiedzy określono przez zróżnicowanie stanowisk i ról piastowanych w jednej i drugiej organizacji. W odniesieniu do zatrudnienia w centrum usług wyodrębniono trzy rodzaje zajmowanych pozycji: praca operacyjna, zarządzanie działem lub zespołem, zarządzanie firmą. W przypadku zaangażowania w działania firm sektora MMŚP wyróżniono dwie podstawowe role: właściciela i pracownika, przy czym właścicieli podzielono dodatkowo na założycieli firmy oraz właścicieli, którzy dołączyli do grona współników po utworzeniu firmy.

Badania zostały przeprowadzone z wykorzystaniem techniki CATI. Kwestionariuszowy wywiad telefoniczny wspomagany komputerowo przeprowadzony został z wykorzystaniem specjalistycznego oprogramowania badawczo-analitycznego. Umożliwiło to realizację wielu scenariuszy wywiadów, w zależności od występowania poszczególnych zjawisk, kluczowych dla przedmiotu badania. Dane pozyskane w procesie badawczym poddano statystycznej analizie danych oraz statystycznej analizie porównawczej.

W zrealizowanych badaniach jednostką analizy była organizacja, czyli mikro-, mały lub średni podmiot gospodarczy, mający swoją siedzibę lub oddział regionalny na terenie województwa zachodniopomorskiego. Zgodnie z przyjętą w koncepcji procesu badawczego jednostką analizy w badaniach ilościowych przyjęto dobór próby badawczej, umożliwiający uogólnianie wniosków na całą populację. Spośród operatu (listy mikro-, małych i średnic przedsiębiorstw mających siedzibę lub oddział regionalny na obszarze województwa zachodniopomorskiego) przeprowadzono wywiady z 1100 przedsiębiorstwami, przy założeniu minimalnej liczebności próby badawczej na poziomie 1062 przedsiębiorstw.

Rzetelność zrealizowanej próby badawczej w badaniach sondażowych możliwa jest do weryfikacji na podstawie poziomu zbieżności rozkładu częstości kluczowych cech charakteryzujących przebadane przedsiębiorstwa (tj. wagi w próbie) z odpowiadającymi im parametrami w populacji. Dobór próby do badania ilościowego uwzględnił następujące parametry: wielkość przedsiębiorstwa (liczba osób zatrudnionych), lokalizacja siedziby przedsiębiorstwa, jego obszar działalności. Szczegóły próby zestawiono w tabeli 1.

Tabela 1. Udział grup przedsiębiorstw w próbie badawczej

Wielkość przedsiębiorstw: liczba osób zatrudnionych	Odsetek przedsiębiorstw w województwie zachodniopomorskim w 2016 roku	Odsetek przedsiębiorstw objętych badaniem
mikro (0–9 osób)	96,3%	82,3%
małe (10–49 osób)	3,0%	12,9%
średnie (50–249 osób)	0,6%	4,8%
duże (powyżej 250 osób)	0,1%	0%
Ogółem	100%	100%

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS

W przypadku struktury wielkości przedsiębiorstw ze względu na liczbę osób zatrudnionych występuje nadreprezentacja małych i średnich podmiotów, co stanowiło celowy zamysł badaczy. Wynikało bowiem z potrzeby uzyskania danych porównawczych odnośnie do zachodzenia badanych zjawisk pomiędzy poszczególnymi kategoriami podmiotów (mikro-, małymi i średnimi), co byłoby niemożliwe w przypadku przyjęcia odsetka zgodnego z rozkładem częstości cech w populacji w odniesieniu do wielkości próby badawczej. Pomimo zastosowanego zabiegu nałożenia wagi w próbie struktura wielkości badanych przedsiębiorstw nie odbiega w znaczny sposób od parametrów populacji.

Lokalizacja siedziby przedsiębiorstwa stanowiła podstawowy mechanizm losowania firm do realizacji pomiaru (przez wybór połączeń telefonicznych z podmiotami z poszczególnych miejscowości regionu) i odzwierciedlała rozkład liczby przedsiębiorstw w województwie zachodniopomorskim na poziomie powiatów. Szczegółową strukturę przedstawiono w tabeli 2.

Tabela 2. Struktura próby badawczej – lokalizacja siedziby przedsiębiorstwa

Powiaty województwa zachodniopomorskiego	Odsetek przedsiębiorstw w województwie zachodniopomorskim w podziale na lokalizację	Odsetek przedsiębiorstw objętych badaniem
Powiat białogardzki	2,2%	2,2%
Powiat kołobrzeski	5,7%	5,7%
Powiat koszaliński	3,3%	3,3%
Powiat sławieński	2,7%	2,6%
Powiat m. Koszalin	8,3%	8,3%
Powiat choszczeński	1,9%	1,9%
Powiat drawski	2,7%	2,6%
Powiat myśliborski	3,1%	3,1%
Powiat pyrzycki	1,7%	1,7%
Powiat szczecinecki	3,6%	3,6%
Powiat świdwiński	2,0%	2,0%
Powiat wałecki	2,6%	2,6%
Powiat łobeski	1,5%	1,5%
Powiat m. Szczecin	30,8%	30,8%
Powiat goleniowski	4,0%	4,0%

Powiat gryficki	3,5%	3,5%
Powiat gryfiński	3,9%	3,9%
Powiat kamieński	3,2%	3,2%
Powiat policki	4,8%	4,8%
Powiat stargardzki	5,6%	5,5%
Powiat m. Świnoujście	2,9%	2,9%
Ogółem	100%	100%

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS

Struktura przedsiębiorstw uczestniczących w badaniu w zestawieniu z przedsiębiorstwami w województwie zachodniopomorskim pod względem obszaru działalności jest również zbieżna, co oznacza, że przedstawiony w niniejszym opracowaniu obraz rzeczywistości społeczno-gospodarczej województwa najprawdopodobniej nie odbiega od stanu faktycznego. Odpowiednie porównanie przedstawiono w tabeli 3.

Tabela 3. Struktura próby badawczej – obszar działalności przedsiębiorstwa

Sekcja; obszar działalności	Odsetek przedsiębiorstw w województwie zachodniopomorskim w 2014 roku	Odsetek przedsiębiorstw objętych badaniem
Przetwórstwo przemysłowe	8,0%	7,9%
Budownictwo	12,5%	12,6%
Handel, naprawa pojazdów samochodowych	23,3%	22,9%
Transport i gospodarka magazynowa	6,3%	6,5%
Obsługa rynku nieruchomości	7,3%	7,3%
Działalność profesjonalna, naukowa i techniczna	7,8%	8,0%
Pozostała działalność usługowa	6,1%	6,3%
Pozostałe sekcje	28,7%	28,5%
Ogółem	100%	100%

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS

Można zatem przyjąć, że próba badawcza została zrealizowana na wysokim poziomie rzetelności. Zarówno wylosowana, jak i zrealizowana próba badawcza jest w wysokim stopniu zbieżna ze strukturą rzeczywistego obrazu przedsiębiorstw w województwie zachodniopomorskim. Tym samym można uznać reprezentatywny charakter próby.

TRANSFER KAPITAŁU LUDZKIEGO Z MIĘDZYNARODOWYCH CENTRÓW USŁUG A WZROST MMŚP

Kapitał wiedzy wynikający z doświadczenia pracy w centrach usług może być źródłem wzrostu firm sektora MMŚP. Znajomość określonych sposobów zarządzania procesami biznesowymi w centrach usług lub korporacjach może wpływać na sposób podejmowania decyzji strategicznych i operacyjnych. Wzrost ten mierzyć można zmianą

wartości obrotu następującą w określonym czasie. W przedmiotowym badaniu zmianę tę odniesiono do stanu sprzed trzech lat.

Badania przeprowadzone na próbie przedsiębiorstw województwa zachodniopomorskiego wskazują, iż istotnie może występować taka zależność. Wynika z nich, że właściciele zachodniopomorskich firm sektora MMŚP z doświadczeniem pracy w centrach usług znacznie częściej odnotowywali wzrost obrotu (88,9%), niż właściciele z doświadczeniem zatrudnienia w korporacjach (45,5%). Wskazany związek statystyczny ($\chi^2 = 76,102$) należy oceniać jako słaby ($R \text{ Pearsona} = 0,182$), jednak wartość tę trzeba odczytywać z uwzględnieniem niewielkiej liczebności próby firm spełniających wymagane kryteria. Dane pokazujące tę zależność zestawiono w tabeli 4.

Tabela 4. Zmiana wartości obrotu firmy w trzech ostatnich latach w zależności od doświadczenia zatrudnienia właścicieli w korporacjach, w tym w centrach usług

Dane w %		Firmy, których wartość obrotu w trzech ostatnich latach		
		wzrosła	nie zmieniła się	spadła
Firmy, których właściciele mają doświadczenie związane z pracą w korporacji	tak	45,5	31,8	10,0
	nie	23,2	36,5	24,7
Firmy, których właściciele mają doświadczenie związane z pracą w centrach usług	tak	88,9	11,1	0,0
	nie	24,4	35,8	22,4
	ogółem	24,9	35,6	22,2

Źródło: opracowanie własne

Wzrost obrotu jest szczególnie widoczny w tych podmiotach, których właściciele mają doświadczenie zatrudnienia w centrach usług, co może świadczyć o wykorzystaniu wiedzy i doświadczenia tam zdobytych, które umożliwiają zarządzanie firmą w sposób bardziej efektywny lub stosowanie strategii pozwalających firmom na szybszy rozwój. Warto zatem odpowiedzieć na pytanie, czy istnieje związek pomiędzy charakterem pracy wykonywanej w centrum usług lub ogólnie w firmie o charakterze korporacyjnym przez obecnych właścicieli MMŚP a uzyskiwanymi przez te firmy rezultatami. Zależność tę zobrazowano w tabeli 5.

Tabela 5. Zmiana wartości obrotu MMŚP w trzech ostatnich latach w zależności od charakteru pracy wykonywanej przez ich właścicieli w korporacjach, w tym w centrach usług

Dane w %		Firmy, których wartość obrotu w trzech ostatnich latach		
		wzrosła	nie zmieniła się	spadła
Firmy, których właściciele mają doświadczenie związane z pracą w korporacji o określonej charakterystyce	Praca operacyjna	43,6	35,9	5,1
	Zarządzanie zespołem/działem	57,7	25,0	11,5
	Zarządzanie firmą	50,0	31,8	4,5
Firmy, których właściciele mają doświadczenie związane z pracą w centrach usług o określonej charakterystyce	Praca operacyjna	85,7	14,3	0,0
	Zarządzanie zespołem/działem	100,0	0,0	0,0
	Zarządzanie firmą	100,0	0,0	0,0

Źródło: opracowanie własne

Doświadczenie pracy w centrach usług zdaje się potwierdzać ustalenia dotyczące wpływu tejże zmiennej na wzrost firm. Właściciele z doświadczeniem pracy w centrach usług, pełniący różne funkcje, znacznie częściej odnotowują wzrost wartości obrotu niż właściciele, którzy mają doświadczenie w pracy w korporacjach. Bez znaczenia wydaje się być dotychczas pełnione stanowisko w centrum usług.

Również dane przedstawione w tabeli 6 zdają się potwierdzać hipotezę dotyczącą wpływu doświadczenia w pracy w centrach usług na rozwój przedsiębiorstw. Wartość środkowa zadeklarowanego wzrostu obrotu, wyrażona w procentach, dla wszystkich badanych firm wynosi 20, zaś dla firm, których właściciele mają doświadczenie w pracy w korporacjach lub centrach usług, jest wyższa i wynosi odpowiednio 27,5 i 30. Wyraźnie widoczny jest wzrost wartości obrotu w firmach, których właściciele mają doświadczenie zatrudnienia w centrach usług, niż w przedsiębiorstwach, których właściciele nie mają takiego doświadczenia. Wydaje się, że wiedza i umiejętności zdobyte na skutek pracy w centrach usług lub korporacjach mogą przyczyniać się do zwiększenia poziomu efektywności poszczególnych procesów biznesowych i ekspansji rynkowej firmy.

Tabela 6. Zmiana wartości obrotu firmy w trzech ostatnich latach w zależności od doświadczenia zatrudnienia właścicieli w korporacjach, w tym w centrach usług

Dane w % – wartość wzrostu obrotów	średnia	odchylenie standardowe	mediana
Firmy, które zadeklarowały wzrost obrotu ogółem	48,1	302,8	20,0
w tym: firmy, których właściciele mieli doświadczenie pracy w korporacji	48,9	61,6	30,0
w tym: firmy, których właściciele mieli doświadczenie pracy centrach usług	61,3	97,1	27,5
w tym: firmy, których właściciele nie mieli doświadczenia pracy w żadnej firmie o charakterze korporacyjnym	48,2	341,1	20,0

Źródło: opracowanie własne

Dane zdają się ponadto potwierdzać, że również pracownicy zatrudnieni obecnie w firmach sektora MMŚP, a mający wcześniejsze doświadczenia zawodowe w firmach o charakterze korporacyjnym, w tym szczególnie w centrach usług, wnoszą do obecnej organizacji wartość, przekładającą się na wzrost obrotów mniejszych podmiotów, co obrazują dane zestawione w tabeli 7.

Tabela 7. Zmiana wartości obrotu firmy w trzech ostatnich latach w zależności od doświadczenia zatrudnienia pracowników w korporacjach, w tym w centrach usług

		Firmy, których wartość obrotu w trzech ostatnich latach		
		wzrosła	nie zmieniła się	spadła
Firmy, których pracownicy mają doświadczenie związane z pracą w korporacji	tak	55,7	21,3	9,8
	nie	22,8	35,8	24,2
Firmy, których pracownicy mają doświadczenie związane z pracą w centrach usług	tak	100,0	0,0	0,0
	nie	24,2	35,9	22,4
	ogółem	24,5	35,1	22,2

Źródło: opracowanie własne

Wynika z nich, ponownie przy zachowaniu pewnej ostrożności interpretacyjnej, że zachodniopomorskie firmy z sektora MMŚP, których pracownicy mają doświadczenie pracy w centrach usług, znacznie częściej odnotowują wzrost obrotu (100%) niż te podmioty, których pracownicy mają doświadczenie w pracy w korporacjach (55,7%). Wskazany związek statystyczny (Chi kwadrat = 48,681) należy oceniać jako słaby (R Pearsona = 0,120), chociaż zdaje się odzwierciedlać rzeczywistość. Z kolei odsetek firm, których właściciele nie mają doświadczenia w pracy w centrach usług lub korporacjach i odnotowały wzrost obrotu, nie przekracza 24,5%.

TRANSFER KAPITAŁU LUDZKIEGO Z MIĘDZYNARODOWYCH CENTRÓW USŁUG A INNOWACYJNOŚĆ MMŚP

Innowacyjność firm, w tym szczególnie firm małych i średnich, zależy od kapitału wiedzy, na którym opierają swoje działania (Łobacz, 2012; Głodek, 2018). Wiedza o różnym charakterze stanowi podstawę i (lub) źródło działań rozwojowych podmiotów gospodarczych (Łobacz, 2015; Łobacz, Głodek, Stawasz, Niedzielski, 2016; Distanont, Khongmalai, 2018). Dlatego efekty zewnętrzne wynikające z przepływu wiedzy stanowią ważną podstawę rozwoju mikro-, małych i średnich firm.

W przeprowadzonym badaniu przeanalizowano grupy mikro-, małych i średnich przedsiębiorstw, w których wystąpiło prawdopodobieństwo przepływu wiedzy przez transfer kapitału ludzkiego w odniesieniu do tych, które nie miały takich doświadczeń, i zestawiono je ze zmienną obrazującą fakt wprowadzenia na rynek nowych produktów.

W tabeli 8 przedstawiono porównanie firm, których właściciele mają doświadczenia związane z pracą w korporacjach ogółem lub ich nie mają oraz, osobno, w centrach usług w odniesieniu do ich działań nakierowanych na wprowadzenie na rynek nowych produktów. Uzyskane wyniki sugerują występowanie efektów wynikających z transferu wiedzy z firm korporacyjnych, w tym szczególnie tych o charakterze usługowym.

Z danych wynika, że większy odsetek właścicieli zachodniopomorskich firm sektora MMŚP, którzy mają doświadczenie zatrudnienia w centrach usług, wprowadziło na rynek nowe produkty (50%) niż tych właścicieli, którzy mają doświadczenie pracy ogólnie w korporacjach (35,4%). Dla porównania warto zaznaczyć, że średnio co piąty właściciel przedsiębiorstwa z regionu Pomorza Zachodniego (22,6%) wprowadził na rynek nowe produkty. Pomimo iż wskazane zjawisko należy oceniać w kategoriach słabego związku statystycznego (R Pearsona = -0,104), liczba nowych produktów wprowadzanych na rynek jest większa, kiedy osoby miały doświadczenia związane z pracą w korporacji lub centrum usług (test Chi kwadrat = 11,097). Powyżej pięciu nowych produktów wdrożyło 8,7% firm, które współpracowały z korporacją, a jedynie 4,9% firm niemających takich doświadczeń.

Bardziej szczegółowego obrazu sytuacji dostarcza analiza charakteru pracy wykonywanej przez obecnych właścicieli przedsiębiorstw sektora MMŚP w firmach korporacyjnych. Dane pokazano w tabeli 9.

Wynika z nich, że wprowadzanie na rynek nowych produktów jest także determinowane zakresem obowiązków wykonywanych przez właściciela firmy z doświadczeniem pracy w centrach usług. Obecni właściciele MMŚP deklarujący uczestniczenie w zarządzaniu firmą podczas pracy w centrach usług, w 100% realizowali działania

innowacyjne w swoich obecnych firmach. Odsetek małych i średnich firm zaangażowanych we wdrażanie na rynek nowych rozwiązań wśród tych kierowanych przez właścicieli z doświadczeniami w zakresie zarządzania działem lub zespołem w centrach usług jest również wysoki i wynosi 60%. Udział firm innowacyjnych wśród tych, których właściciele wykonywali w centrach usług pracę o charakterze operacyjnym, jest niższy (wynosi 48,9 %), ale i tak znacznie przewyższa ten odsetek w porównaniu z firmami, których właściciele wywodzą się z pozostałych korporacji (35%), a zdecydowanie przewyższa odsetek firm kierowanych przez osoby bez takich doświadczeń (w przybliżeniu 22%).

Tabela 8. Odsetek firm, które wprowadziły na rynek nowe produkty w zależności od doświadczenia zatrudnienia właścicieli w korporacjach, w tym w centrach usług

		Firmy, które wprowadziły na rynek nowe produkty		
		tak	nie	
Firmy, których właściciele mają doświadczenie związane z pracą w korporacji	tak	35,4	64,6	100%
	nie	21,6	78,4	100%
Firmy, których właściciele mają doświadczenie związane z pracą w centrach usług	tak	50,0	50,0	100%
	nie	22,4	77,6	100%
Ogółem		22,6	77,4	100%

Źródło: opracowanie własne

Tabela 9. Odsetek firm, które wprowadziły na rynek nowe produkty w zależności od charakteru wykonywanej pracy przez właścicieli w korporacjach, w tym w centrach usług

		Firmy, które wprowadziły na rynek nowe produkty		
		tak	nie	
Firmy, których właściciele mają doświadczenie związane z pracą w korporacji o określonej charakterystyce	Praca operacyjna	35,0	65,0	100%
	Zarządzanie zespołem/działem	40,0	60,0	100%
	Zarządzanie firmą	42,1	57,9	100%
Firmy, których właściciele mają doświadczenie związane z pracą w centrach usług o określonej charakterystyce	Praca operacyjna	48,9	51,7	100%
	Zarządzanie zespołem/działem	60,0	40,0	100%
	Zarządzanie firmą	100,0	0,0	100%

Źródło: opracowanie własne

Dość jednoznaczny wydaje się także wniosek, że właściciele wywodzący się z centrów usług, bez względu na rodzaj wykonywanych obowiązków, częściej wprowadzają na rynek nowe produkty niż ci właściciele, którzy pracowali w korporacjach. Wśród nich najczęściej nowe produkty wprowadzały firmy, których właściciele pracowali w działach badawczo-rozwojowym i sprzedaży. Sugeruje to występowanie efektów wynikających z transferu wiedzy przez bezpośredni transfer kapitału ludzkiego – wiedzy przydatnej do realizowania działań rozwojowych mikro-, małych i średnich firm.

Warto przyjrzeć się zatem oddziaływaniu, jakie wywierają pracownicy o doświadczeniach korporacyjnych na rozwój firm. Dane obrazujące to zjawisko zestawiono w tabeli 10.

Tabela 10. Odsetek firm, które prowadziły na rynek nowe produkty w zależności od doświadczenia zatrudnienia pracowników w korporacjach, w tym w centrach usług

		Firmy, które wprowadziły na rynek nowe produkty		
		tak	nie	
Firmy, których pracownicy mają doświadczenie związane z pracą w korporacji o określonej charakterystyce	tak	37,5	62,5	100%
	nie	21,2	78,8	100%
		tak	nie	
Firmy, których pracownicy mają doświadczenie związane z pracą w centrach usług o określonej charakterystyce	tak	100,0	0,0	100%
	nie	–	–	100%
		22,9	77,1	100%
	Ogółem	23,0	77,0	100%

Źródło: opracowanie własne

Wyniki przeprowadzonej analizy wskazują tutaj zaskakujące rezultaty, choć ich interpretacja z uwagi na rozmiar próby powinna być traktowana z pewną ostrożnością. Pokazują one, że zachodniopomorskie firmy sektora MMŚP, które zatrudniły pracowników wywodzących się z centrów usług, znacznie częściej wprowadziły na rynek nowe usługi (100% takich firm) niż podmioty, które zatrudniły pracowników z doświadczeniem pracy w korporacji (37,5%). Dla porównania, jedynie co piąta firma z regionu (23,0%) wprowadziła na rynek nowe produkty. Sugeruje to, że podmioty gospodarcze zatrudniające pracowników z doświadczeniem w pracy w centrach usług znacznie częściej wprowadzają na rynek nowe produkty niż pozostałe przedsiębiorstwa (Chi kwadrat = 11,148). Jakkolwiek współwystępowanie omówione powyżej należy uznać za bardzo słaby związek statystyczny (R Pearsona = -0,001) – konieczny do potwierdzenia w dalszych badaniach – wydaje się, że przedstawione ustalenia mogą mieć odzwierciedlenie w rzeczywistości.

PODSUMOWANIE

Przeprowadzona analiza pozwala wnioskować, że rozwój nowoczesnych usług biznesowych ma pozytywny wpływ na akumulację wiedzy w regionie i pozwala czerpać z tej wiedzy lokalnie funkcjonującym podmiotom, w tym z sektora MMŚP. Okazuje się bowiem, że mniejsze lokalne podmioty, korzystające z wiedzy ukrytej pozyskanej w ramach transferu (poprzez transfer ludzi) z międzynarodowych centrów usług, osiągają statystycznie lepsze wyniki w zakresie innowacyjności oraz generalnie rozwoju mierzonego w wartościach finansowych niż te, które z takiej wiedzy nie korzystają.

Wyjaśnienia takiego stanu rzeczy można dopatrywać się w naturalnych przewagach, jakie te firmy czerpią z wcześniej zakumulowanych doświadczeń. Również inne wyniki badań wskazują na występowanie zależności rozwojowych wynikających z poprzednich doświadczeń przedsiębiorczych (np. Łobacz, Głodek, 2018). Ponadto istotne

wyduje się być w tym kontekście znaczenie znajomości rynków i ich niezaspokojonych potrzeb, często również połączone z bezpośrednią znajomością klientów międzynarodowych. Przewagi te są dodatkowo powiązane z profesjonalnym podejściem do zarządzania, w ujęciu przedsiębiorczym, stosowanym jednak z elastycznością wynikającą z uwolnienia od biurokratycznych procedur typowych dla korporacji.

Głębsza analiza pozwala ponadto wnioskować, że innowacyjność i rozwój MMŚP korzystających z wiedzy transferowanej bezpośrednio z firm o charakterze korporacyjnym, w tym szczególnie z centrów usług, rzadko ma podłoże technologiczne i niezwykle rzadko opiera się na nowej wiedzy, która powstaje wewnątrz lub wokół dużej organizacji. Oznacza to, że prawdopodobnie MMŚP, które rozwijają się w oparciu o wiedzę pochodzącą z dużych organizacji usługowych, nie wykorzystują ścieżki rozwoju opisanej w odniesieniu do przedsiębiorstw o wysokiej intensywności wiedzy (*knowledge-intensive enterprises*), opierającej się na połączeniu okazji rynkowych, technologicznych i instytucjonalnych (Głodek, 2018; Łobacz, 2018; Radošević, Yoruk, 2019). W odróżnieniu, wydaje się, że firmy te kształtują swoją konkurencyjność w oparciu o bogatą wiedzę rynkową, skutkującą trafną diagnozą potrzeb klienta oraz łatwym dostępem do pierwszych dużych klientów, a także sieci powiązań z potencjalnymi partnerami rynkowymi i tym samym łatwiejszy dostęp do wysokojakościowych i efektywnych kosztowo zasobów.

Wyniki badania sugerują ciekawy obraz rzeczywistości. Z perspektywy badacza trudne do wyjaśnienia jest silne zdeterminowanie znaczenia transferu wiedzy z dużym firm o charakterze usługowym w stosunku do ogółu przedsiębiorstw o charakterze korporacyjnym zlokalizowanych na tym samym terenie. Jedną z przypuszczalnych odpowiedzi może być większa podatność niektórych sektorów, rodzajów działalności, które wykazują większą podatność na występowanie transferu kapitału ludzkiego pomiędzy dużymi a małymi podmiotami oraz z definicji większą dynamikę wzrostu. Zagadnienie to warto byłoby pogłębić w dalszych studiach nad opisanym problemem.

Literatura Referencjes

- ABSL (2016). Raport Sektor nowoczesnych usług biznesowych w Polsce 2016 przygotowany przez Związek Liderów Sektora Usług Biznesowych.
- Acs, Z.J., Braunerhjelm, P., Audretsch, D.B., Carlsson, B. (2009). The knowledge spillover theory of entrepreneurship. *Small Business Economy*, 32, 15–30.
- Arrow, K. (1962). The economic implications of learning by doing. *The Review of Economic Studies*, 29(3), 155–173.
- Barney, J.B. (1992). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management*, 17(1), 101–116.
- Distanont, A., Khongmalai, O. (2018). The role of innovation in creating a competitive advantage. *Kasetsart Journal of Social Sciences*, doi: 10.1016/j.kjss.2018.07.009.
- Dzikowska, M., Gorynia, M. (2012). Teoretyczne aspekty konkurencyjności przedsiębiorstwa – w kierunku koncepcji eklektycznej. *Gospodarka Narodowa*, 4, 1–30.
- Głodek, P. (2018). *Akademicki spin off. Wiedza, zasoby i ścieżki rozwoju*. Łódź: Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego.
- Kunasz, M. (2006). Zasoby przedsiębiorstwa w teorii ekonomii. *Gospodarka Narodowa*, 10, 33–48.
- Łobacz, K. (2012). *Koncepcja oceny procesu komercjalizacji przedsięwzięć gospodarczych w akademickich inkubatorach przedsiębiorczości*. Szczecin: rozprawa doktorska, maszynopis powielony.

- Łobacz, K. (2015). Źródła wiedzy warunkującej innowacyjne działania przedsiębiorcze –konsekwencje dla sterowania kierunkami rozwoju systemów gospodarczych. *Nierówności Społeczne a Wzrost Gospodarczy*, 41, 412–431.
- Łobacz, K. (2018). Innovating and growing service-based entrepreneurial business–development model based on european and asian case studies. *European Journal of Service Management*, 28, 231–244.
- Łobacz, K., Głodek, P. (2018). Rozwój kapitału ludzkiego poprzez działania przedsiębiorcze: znaczenie przedsiębiorczości akademickiej. *Horyzonty Wychowania*, 17(44), 167–177.
- Łobacz, K., Głodek, P., Stawasz, E., Niedzielski, P. (2016). Utilisation of business advice in small innovative firms – the role of trust and tacit knowledge. *Entrepreneurial Business and Economics Review*, 4(2), 117–138.
- Navaretti, G.B., Venables, A.J. (2004). *Multinational Firms in the World Economy*. Princeton University Press.
- Niedzielski, P., Łobacz, K. (red.) (2017). *Centra usług w układach regionalnych*. Szczecin: Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego.
- Radosevic, S., Yoruk, E. (2019). Entrepreneurial orientation of knowledge – based enterprises in Central and East Europe. W: F. Malerba, Y. Caloghirou, M. McKelvey, S. Radosevic (red.). *Dynamics of Knowledge-Intensive Entrepreneurship: Business strategy and public policy*, Routledge – preprint.
- Romer, P. (1986). Increasing returns and long-run growth. *Journal of Political Economy*, 94(5), 1002–1037.
- Rugraff, E., Hansen, M.W. (2011). Multinational corporations and local firms in emerging economies. An Introduction. W: E. Rugraff, M.W. Hansen (red.). *Multinational Corporations and Local Firms in Emerging Economies*. Amsterdam University Press.
- Sass, M. (2011). The impact of foreign direct investment in business services on the local economy. The case of Hungary. W: E. Rugraff, M.W. Hansen (red.) *Multinational Corporations and Local Firms in Emerging Economies*. Amsterdam University Press.
- Schumpeter, J.A. (1939). *Business cycles: a theoretical, historical, and statistical analysis of the capitalist process*. New York and London: McGraw-Hill.
- Stankiewicz, M.J. (2002). *Konkurencyjność przedsiębiorstwa. Budowanie konkurencyjności przedsiębiorstwa w warunkach globalizacji*. Toruń: Dom Organizatora.

Katarzyna Łobacz, doktor, Uniwersytet Szczeciński, Wydział Zarządzania i Ekonomiki Usług, Katedra Innowacji i Technologii Informacyjnych. Pracownik naukowy, autor książek i artykułów z obszaru innowacyjności, transferu i komercjalizacji wiedzy, przedsiębiorczości akademickiej, rozwoju kompetencji; doświadczona w realizacji projektów badawczych, w tym w zespołach międzynarodowych; silnie ukierunkowana na praktyczne zastosowanie wiedzy w postaci analiz wdrożeniowych, rozwoju ośrodków wsparcia innowacyjnej przedsiębiorczości, kierowania rozwojem karier studenckich itp.

Katarzyna Łobacz, PhD, University of Szczecin, Faculty of Management and Economics of Services, Department of Innovation and Information Technologies. University professor, author of publications, especially in the field of innovation, knowledge transfer and commercialisation, academic entrepreneurship, competence-based development; manager of numerous research projects; strongly oriented on practical applications of knowledge through expertise works, development of centres supporting innovation and entrepreneurship, development of students carrier pathways, etc.

ORCID: 0000-0001-5038-1022

Adres/address:

Uniwersytet Szczeciński

Wydział Zarządzania i Ekonomiki Usług

Katedra Innowacji i Technologii Informacyjnych

ul. Cukrowa 8, 71-004 Szczecin, Polska

e-mail: katarzyna.lobacz@wzieu.pl

Piotr Niedzielski, profesor, Uniwersytet Szczeciński, Wydział Zarządzania i Ekonomiki Usług. Pracownik naukowy, doświadczony badacz, szczególnie w obszarze innowacji usługowych, oceny projektów inwestycyjnych, innowacji w sektorze TSL; doświadczony konsultant firm i specjalista w obszarze komercjalizacji

wiedzy z silnym naciskiem na rozwój regionalny; doświadczony w zarządzaniu małymi i dużymi organizacjami, w tym firmami oraz uczelniami wyższymi.

Piotr Niedzielski, PhD/professor, University of Szczecin, Faculty of Management and Economics of Services. University professor, experienced in research, especially in the field of service innovation, investment project appraisal, innovation in the TSL sector; experienced in consultancy and commercialisation of knowledge with strong focus on regional development; experienced in small and big organisation management (CEO in numerous companies, Head of Schools).

ORCID: 0000-0001-5024-4722

Adres/address:

Uniwersytet Szczeciński

Wydział Zarządzania i Ekonomiki Usług

ul. Cukrowa 8, 71-004 Szczecin, Polska

e-mail: piotr.niedzielski@wzieu.pl

BARBARA OSÓCH
University of Szczecin, Poland

KARINA TESSAR
University of Szczecin, Poland

Diversification of Social Capital of Sailing Community and Development of Tourist Services of the Szczecin Lagoon

Abstract: The aim of the present paper is to show the impact of the diversity of social capital of the international sailing environment on the development of tourist services around the Szczecin Lagoon and Dąbie Lake. The target group are Polish and German participants in nautical tourism in the cross-border research area. Materials for the article were collected during field studies conducted in 2009–2012. The questionnaire method was mainly used to obtain information. The paper uses elements of social capital for the purpose of creating the image of the place and promotional activities of the region. The sources of capital were: motivations for sailing, additional leisure time activities, form of sailing activity, individual choice of a place of rest as well as the most frequently chosen domestic and international destinations, as well as personal data like gender, age and nationality of respondents. Understanding capital as a resource allowed it to be used for the development of the research area. The analysis of the research results allowed to specify one characteristic which was positively evaluated by two groups of respondents and these are landscape conditions of the Szczecin Lagoon. Contact with nature turned out to be the most important motivation for sailing. On the other hand, the heterogeneity of the Polish and German sailing environment is clear in the context of age, sailing qualifications, property status, which determines the direction of cruises undertaken and other activities accompanying sailing. All the above-mentioned elements of social capital bring benefits for the research area, observed in the economic and social dimension. Based on them, promotional and infrastructural changes were proposed for the needs of the tourist services sector, including, among others, nature, cultural or qualified tourism.

Keywords: Dąbie Lake; sailing; social capital; Szczecin Lagoon, tourist services

Received: 27 December 2018

Accepted: 23 May 2019

Suggested citation:

Osóch, B., Tessar, K. (2019). Diversification of Social Capital of Sailing Community and Development of Tourist Services of the Szczecin Lagoon. *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego* [*Studies of the Industrial Geography Commission of the Polish Geographical Society*], 33(3), 85–99. doi: 10.24917/20801653.333.6

INTRODUCTION

Szczecin Lagoon as an area is attractive because of its size (the largest water reservoir in Poland), location (on the border between Poland and Germany), varied nautical

conditions (unique in the country scale combination of inland waters and internal sea waters), diverse natural and anthropogenic conditions and cultural diversity, multiplicity and diversity of ports and harbours (Fig. 1). These advantages support establishing international contacts in the entire Pomerania Euroregion and in consequence stimulate the development of diverse tourist services, in a broad sense, as all immaterial benefit resulting from conducted activity e.g. tourist. However in narrower meaning it refers to the carriage of passengers and accommodating to purposes other than long-stay.

The diversity of places, the universality of tourist services and the large diversity of tourist groups impose further narrowing of tourism activities resulting from the need to adapt the tourist offer to the expectations of specific groups of recipients (Payne, 1997; Waters 2001; Kasiewicz, 2002; Kotler, 2002; Kolman, 2003; Leja, 2003; Salmanowicz, 2003; Urbaniak, 2004; Czapliński, Rachwał, Tobolska, Uliszak, 2013).

The implementation of the above postulate, combined with a thorough analysis of the social capital of participants of nautical tourism on the discussed basin, allows for the proposal of promotional activities and infrastructural changes for the needs of the tourist services sector, including natural, cultural or qualified tourism.

The components being the subject of the article, i.e. natural and touristic values of the Szczecin Lagoon, the social capital of sailors and tourist services are an interesting topic of discussion. However, it is only in the comparative approach that they create a research problem that has not been previously addressed in the literature on the subject. The authors have therefore attempted to answer the question: can the social capital of the sailing environment have an impact on the range of tourist services provided? It should be remembered that the desire to obtain an answer to the above question determines the location of the reservoir on the border between two countries, which affects the shaping of heterogeneous attitudes and patterns of behaviour of users of this reservoir. Hence the assumption of the concept of "habitus"¹ by P. Bourdieu that the same places can differentiate personal experiences, expressed opinions and the ability to perceive respondents created in different material or cultural conditions (Miossec, 1977).

The border on the Szczecin Lagoon divides the reservoir into the German Small Lagoon in the West, which according to the water law (Act of 18 July 2001 Water Law) belongs to inland waters (Dąbie Lake is also on the list of inland waterways) and the Polish Great Lagoon in the East, included in the internal sea waters. The Międzyodrze area and the Szczecin Lagoon are a part of the water route linking the inland routes of Western Europe with the Baltic Sea. It leads from Berlin through the Odra-Havel channel through Szczecin (or Dąbie Lake), the Szczecin Lagoon and further to the Pomeranian Bay on the Baltic Sea. Dąbie Lake is therefore the only lake in Poland which is available to seagoing vessels. Poland's entry into the Schengen zone has removed all obstacles in the movement of sailors in the border zone between the ports and marinas of neighbours. The fairway marked out in this way shows differences in the water landscape of Poland and Germany. On the German side of the Lagoon we will see only the ships of the white fleet, sailing yachts and motor yachts. The Polish part is available for, among others, seagoing cargo ships, barges, passenger ships, ferries, tugs (Furmaga, Wójcicki 1993).

¹ Habitus (latin), efficiency – the system of thought patterns, perception, evaluation and action; a concept proposed by Pierre Bourdieu

Figure 1. Area of research – Szczecin Lagoon and Dąbie Lake



Source: authors' own work based on www.zalew.org

METHODS AND THE SCOPE OF RESEARCH

The aim of empirical research was to show the impact of the diversity of social capital of the international sailing environment on the scope of provided tourist services. The selection of the research area was a purposive sampling. Three specific problems were created for the purpose of this study:

1. Is there any diversity in the sailing environment of the Szczecin Lagoon?
2. Can sailing be an element of the region's image?
3. Are the provided tourism services adapted to the expectations and needs of sailors?

The survey was conducted in 10 Polish and German marinas around the Szczecin Lagoon and Dąbie Lake. They were selected on the basis of location, size and availability. Three consecutive sailing seasons 2010–2012 were provided with the questionnaire survey, in addition the accumulation of secondary data was commenced already in 2009. The equal number of marinas was surveyed on the Polish and German sides. The tests were carried out simultaneously in all marinas and additionally during major sailing events and celebrations. The location of marinas and their size indicative of the number of boats to be accommodated, as well as the number of resident and visiting

sailors were the decisive factors for inclusion in the survey. In this report, the empirical study covered a group of 712 sailors – 463 Polish and 249 German ones.

The basis of the collected information was standardized research – direct interviews and written interviews with participants of nautical tourism (Babiński, 1980; Denzin, 2006, 2009; Smith, 2010), which were supplemented, mainly in terms of lifestyle and ways of spending free time, using the observation method (Sztumski, 2005). The questionnaire (Trochim, 2002; Punch, 2005) consisted of 39 questions, ten of which were related to respondents' particulars. The questions were open or closed, single and multiple-choice, including matrix questions with a specific number of answer columns and matrix semantic ones whose answers illustrating the states of feelings, emotions and assessments of respondents could be rated along the scale.

Only part of the questions was used to analyse the questionnaire. It was assumed that the social capital of the cross-border sailing environment is characterised by the motivation of sailing, additional leisure activities, forms of sailing activity, individual choice of a place of rest, as well as the most frequently chosen domestic and foreign destination. The report made it possible to identify respondents by nationality, gender, age, water rights and annual expenses for yacht or sailing activity.

The research limitations include the lack of answers in some questionnaires, which resulted in varying the final number in individual categories. The control group was examined, which provided a complete set of data in the cross-section of the responses. Comparison of the control results with the target ones did not show significant deviations, and therefore the number of the given category was assumed for 100% each time. The analysis of collected statistical data was carried out using the segmentation method (Florek, 2013). The application of the nationality criterion made it possible to divide the sailing environment into homogeneous groups of consumers. Classification of sailing motivations was carried out using the taxonomic method – cluster analysis (agglomeration). It was created on the basis of the smallest variance method – the Ward method (grouping of motivations) (Stanisz, 2007; Panek, 2008). Five clusters were obtained, the names of which were proposed on the basis of observation of the behaviour of individuals. In their selection, the analogy of personality attitudes of mountain climbers was also helpful, which, unlike sailing issues, is richly discussed in literature (Ziemilski, 1976; Zdebski, 1984).

SOCIAL CAPITAL UNITS IN SAILING

For the purposes of this study, we adopted those definitions of social capital which focus on the value of interpersonal cooperation undertaken within organisations or groups to achieve their own goals (Coleman, 1990; Putnam, 1993, 1995, 2008; Fukuyama, 1995, 1997, 2003; Harrison, Huntington, 2003; Sztompka, 2005; Trutkowski, Mandes, 2005). According to R. Putnam, economic growth is mainly facilitated by the interpersonal relations that are established in larger social structures. For this reason, this study focused on the division of local sailing community according to nationality rather than, for instance, membership of individual clubs. This allows for the creation of effects for the whole cross-border region. The social capital of the sailing community in the Szczecin Lagoon and Dąbie Lake was examined on the basis of the following data:

- annual expenses on yacht maintenance (as an attempt to show discrepancies in expenses);

- the type of sailing, meeting friends, making new friends and participating in events (demonstrating interpersonal relationships and social-family networking);
- sailing licence types, motivations for sailing, activities accompanying organised cruises (interpreted as habits and standards of behaviour);
- club membership or organisation of cruises on a club-owned boat (evidence of voluntary membership of organisations);
- main destinations of cruises during the surveyed sailing season: domestic vs. foreign destinations and the choice of accommodation (to show personal preferences of respondents).

The precise identification of sailing cruise destinations is determined by cruises heading for: the Polish/German part of the Szczecin Lagoon, other regions of Poland and Germany, or other countries. The choice of accommodation places was limited to four categories to be specified by respondents: boat, hotel, camping or tent. However, motivations to undertake sailing activity called for an appropriate classification. They were grouped into five categories, distinguished on the basis of individual components of social capital (table 1):

Table 1. Motivation as a component of social capital

Motivation for sailing	Personal traits of respondents	Components of social capital
Contact with people	Sociable, open to entering into new and sustaining the existing relationships	Participation in events, meeting friends, making new friends, spending time with family
Need for isolation	People isolating themselves not only from other people, but also from the excess of stimuli	Spending time away from the family, relax, peace, independence
Dominance and competition	People happy in the leader's role, building their self-esteem around achievements, primarily through competing, and enjoying adrenaline rushes	New experiences, rivalry, independence, leadership, fighting the forces of nature, strong experiences, impressing others and taking risks
Contact with nature	Lovers of nature and outdoor activities	Communing with nature, spending time away from the city, getting to know new areas, spending time on the water, relax, peace and spiritual values
Education and self-improvement	People open to lifelong learning, broadening their knowledge and improving their own skills and the skills of the entire sailing community	Sharing the knowledge, discussing the equipment or gaining new experiences.

Source: authors' own work

In addition, social capital of the sailing community was reviewed in terms of four aspects: individual, structural, regulatory and behavioural (Markowska-Przybyła, 2011). The individual aspect of social capital is a collection of personal traits and preferences of respondents, such as: nationality, gender, age, expenses on a yacht, activities accompanying sailing (e.g. diving, fishing, sunbathing, etc.) and the choice of accommodation standard or cruise destination. The structural aspect demonstrates a network of connections between members of the group surveyed, e.g. how the cruises are organised (privately-owned boat, club-owned or chartered one) or the dominant manner of

sailing (e.g. sailing alone, with family, as a club member or a course participant, etc.). The regulatory aspect refers to social norms, interpreted here as e.g. holding sailing licences or observing a tradition of competing in regattas. The behavioural capital is based on specific manifestations of cooperation, which include i.a. the exchange and flow of information as well as educational and cognitive values.

SOCIAL CAPITAL OF THE SAILING COMMUNITY

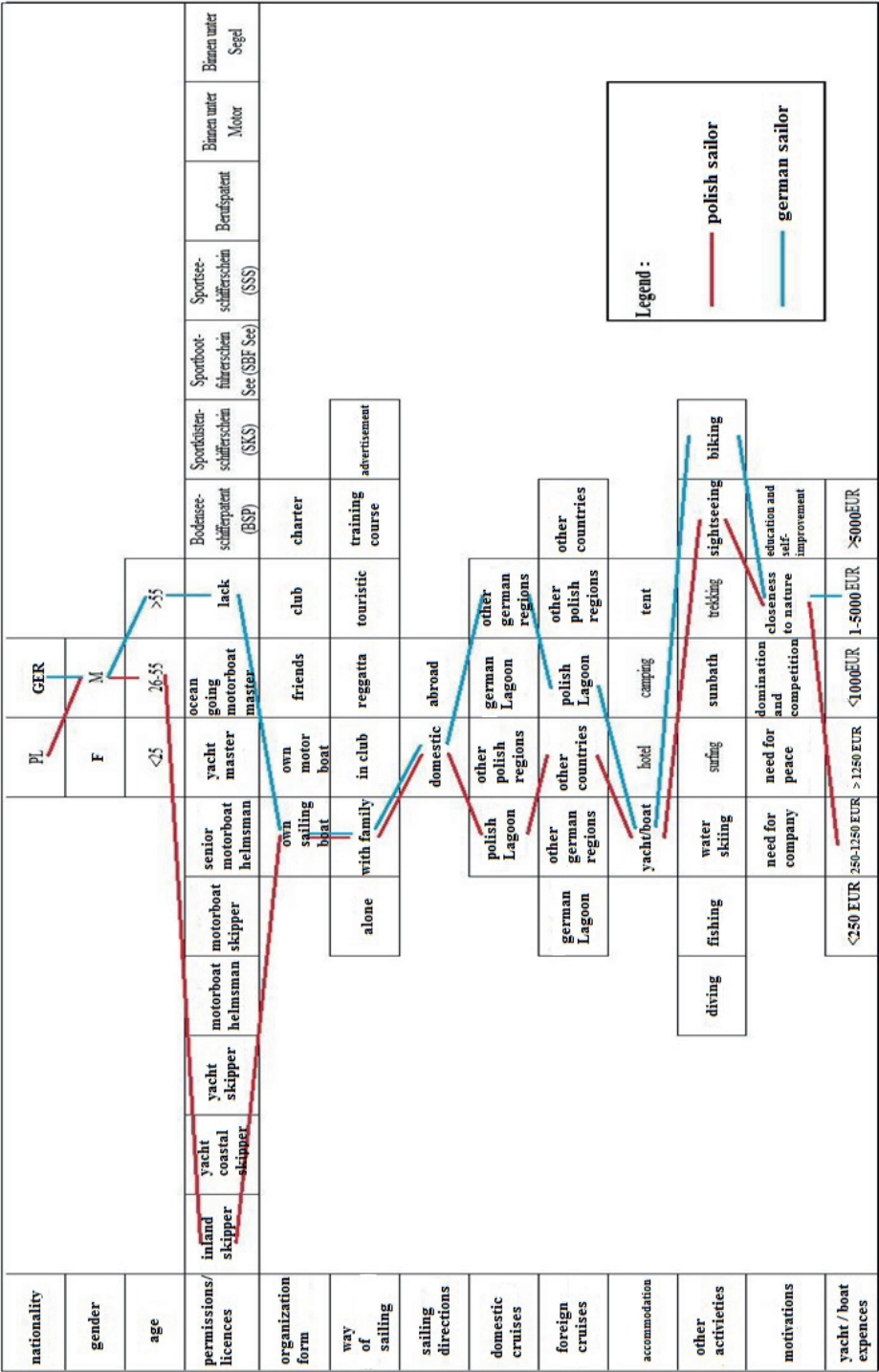
Polish sailors constituted the majority (65%) of respondents. On average, a Polish sailor is a man aged 35 who holds a sailor's licence. He sails his own boat, using it for family holidays and for tourism. He mainly sails in the Polish part of the Szczecin Lagoon, and if he cruises abroad, he chooses a destination other than neighbouring Germany. He stays overnight mainly on the boat. He combines sailing primarily with sightseeing and sunbathing, less frequently with trekking or fishing. In addition to a keen contact with nature, he also demonstrates a desire for leadership and interest in competing. Less frequent motives to practice sailing for him are – in equal measures – willingness to contact others as well as isolation. The cognitive and educational values occupy the last place on his list of motivations. Yacht maintenance costs him on average between 250 and 1,250 EUR per season.

An average German sailor, on the other hand, is a man over the age of 55. He usually does not hold any sailing licence. He owns his sailing boat, but it is worth noting that he does not organise any cruises on boats owned by his friends or by sailing clubs or on chartered boats. He sails primarily domestically, but not in the Szczecin Lagoon, and if he sails abroad he chooses destinations in the Polish part of the Szczecin Lagoon. He sleeps on his own boat. He sails mainly with his family, combining this activity with cycling tours – another passion, for which he is known. He highly appreciates contact with nature. His motivation for sailing is again competition and leadership, along with a desire for seclusion. On average, he spends between 1,000 and 5,000 EUR on his yacht per season.

The basis for the comparative analysis of tourist behaviour of Poles and Germans is the assumption about the impact of cross-border issues and the resulting differences in spatial conditions on the formation of different types of sailors. The diversity of the sailing community results from differences in the cultural environment, the education system, legal regulations in force in a given country, or social and material status achieved, with which German and Polish sailors begin and continue practicing this sport, are a significant and obvious reason for their differentiation. On the basis of the analysed characteristics, however, both similarities and differences between the two groups are clearly visible (*Figure 2*).

In order to address the regional offer to both Polish and German sailors, it should be tailored for men who belong to two different age groups: in the case of Poles – 35 year old, while Germans – over 55 years of age. This is probably related to the ageing of German society (Population Pyramid Germany, 2017). This is an extremely important criterion, as the needs of young people, who are either at the start of their career or have already reached the stage of prosperity and family life, differ significantly from the needs of people who are close to or have reached the end of their career path, have a different social status and, above all, a different amount of free time, usually associated with greater financial stabilisation or having no dependent children. The financial

Figure 2. Social capital of Polish and German sailors



Source: authors' own work

aspect is not allowed for in this paper, because, when looking at the national criterion, a comparison of the lifestyle of Polish and German pensioners clearly indicates greater economic leeway of the latter, manifesting itself, *inter alia*, in their activity and participation in tourism (Kowalczyk, 2013; *Dlaczego Polacy... [Why Don't Poles...]*, 2016). This is also confirmed by their expenses for yacht maintenance. In real terms, the expenditure of German sailors are higher (1,000–5,000 EUR) compared to Polish sailors (250–1,250 EUR). Differences in the financial status also seem to translate into the preferred form of cruise organisation. While all the surveyed German sailors own their vessels (sailing boats or motorboats), in the Polish group they account for less than three quarters of the respondents (71%). This most likely also translates into the fact that Poles enlist on a yacht in response to an advertisement, which is a relatively low-budget form of participation in a cruise, while the Germans do not practice such a cruise arrangement method.

While recognizing certification/licensing as a component of sailors' social capital, it should be mentioned that sailing is legally regulated on both sides of the Szczecin Lagoon, which is an effect of the classification of the basin according to the law on use and conservation of inland waters. The knowledge of and adherence to separate regulations resulting from this diversification constitute an important component of the social capital of the group surveyed. However, most (53%) of the surveyed German sailing community do not hold any sailing licence as there is no such requirement in Germany. On the other hand, the Poles hold mainly (27%) certificates of basic skills only.

Considering the dominant cruise destinations, it may be stated that both Poles (85%) and Germans (92%) sail primarily within their domestic waters. Seventy-five percent of Poles choose the Szczecin Lagoon, and the others opt for other regions of Poland, mainly Kołobrzeg or the Tri-City of Gdańsk, Gdynia and Sopot. This may result from the location of our survey. Exactly the opposite proportions were observed in the domestic cruises of German sailors. A vast majority of them sail in regions other than the Szczecin Lagoon. Keeping in mind the poorer landscape values of the German part of the Lagoon, German sailors usually head for the Rügen region, where nautical conditions also present greater diversity. Foreign destinations are more often selected by Germans (83%) than Poles (65%). German sailors appreciate mainly the Polish part of the Lagoon (48%) due to its natural values, low cost of stay and cruise arrangement. Poles head for countries other than Germany (57%) – mainly for Scandinavian countries: Denmark (including Bornholm) and Sweden.

The Baltic Sea Region – Zachodniopomorskie Voivodeship and Mecklenburg-West Pomerania – with a highly branched network of Hanseatic cities, in the Middle Ages was the leading economic region of Europe. Today, the greatest asset or benefit, distinguishing it from other regions of the country, are the values of the natural environment, as evidenced by, for example, the research done in 1994, 1997 and 1999 by the Tourismus Verband institution on the associations of tourists with the Mecklenburg Region of Western Pomerania (Schernewski, Sterr, 2002; Haller, Stybel, 2011; Jacobsen, 2018). The Zachodniopomorskie is the leading region of Poland (just behind Małopolska) in the number of overnight stays – 5.5 million in 2018 (GUS, 2018). In 2017, Meklenburg recorded more than 29.5 million overnight stays (Government-mv), which makes it a region of long-stay and family tourism. The natural attractiveness consists of the location in the coastal zone, high coverage of water areas (5.2% of the Zachodniopomorskie Voivodeship, which is almost 2.5 times more than the average for Poland (GUS

2013: 121) and 5% of the area of Mecklenburg-Western Pomerania, which is 25% of the German lake area), a dense river network, high forest cover – 36.4% of the province's area, where the average in the country is 29.9% (GUS 2013). The natural values of Zachodniopomorskie and Mecklenburg are protected (Dudley, 2008) through national parks (2 and 3), biosphere reserves (3 in Mecklenburg), protected landscape areas (7 in Mecklenburg), landscape parks (7 and 149), nature reserves (7 and 286 in Mecklenburg), the Natura 2000 network (21 bird sanctuaries and 295 in Mecklenburg), natural monuments (2842) (lung.mv-regierung.de, gdos.gov.pl). These elements create perfect conditions for active recreation: water sports, cycling, hiking and horse riding.

The sailors' choice of accommodation is conditioned by their lifestyle. The majority of Germans (96%) and Poles (85%) stay on their boat at night. This way of sleeping creates a specific atmosphere, providing all the comfort during the cruise and does not generate additional cruise costs, because the mooring fee of the marina includes an overnight stay. Only few sailors opt for other accommodation facilities – 3–5% of the surveyed Poles and a marginal 0.5–1% of the Germans. This situation is probably explained by low-class yachts or open motorboats used, which are not equipped to provide accommodation on board.

Interesting results are also produced by the analysis of other activities undertaken by the respondents during sailing. In both cases, sports such as surfing (Poles 4.5%, Germans 1%) or water skiing (Poles 2.5%, Germans 1.5%) are so marginal that they can be considered insignificant in terms of planning. There are many reasons why these activities are extremely rare, ranging from the lack of conditions (including natural factors and technical infrastructure), through fashion for other activities, to popularity of these sports in other age groups. Instead, planners should pay much attention to sight-seeing, which is an inseparable component of sailing for a significant group of Polish (29%) and German (23%) sailors. However, there is a huge difference in the popularity of cycling tours. Germans are three times more likely to undertake cycling tours (25%) than Poles (8%). Both groups show similar levels of hiking, trekking, sunbathing and fishing activities, which is naturally related to sailing.

In terms of social capital's components, it also seems extremely important to analyse the drivers of sailing activity. Slightly more Poles (46.5%) than Germans (37.5%) are primarily interested in contact with nature. The disproportion may again results from a different characteristic of the distinguished groups of sailors and their way of spending free time. For young Poles, the highest value and the most valuable springboard from an intensive lifestyle will be contact with nature. Retired Germans, who practice recreation in green areas on a daily basis, do not show such spontaneity in its assessment. The motives related to rivalry and leadership are twice more likely to entice Poles (33%) than Germans (17.5%) to sailing. This is due to the lower age of Polish sailors. The same factor also causes greater willingness to contact people (Poles 21%, Germans 16%). The need for isolation and spending time in solitude is shown by a similar number of respondents (Poles 21%, Germans 17.5%). Poles appreciate the educational and cognitive aspects of sailing slightly more than Germans. Again, this can be related to the age of the respondents and results not only from young people's interest in modern solutions, technologies and gadgets, but also from the family-oriented way of sailing and thus passing the knowledge from one generation to another, as this age group often includes families with infants or teenage children.

DISCUSSION AND RECOMMENDATIONS

Due to the cross-border location of the area in question, respective Polish and German nationalities were adopted as the main criterion for dividing the respondents. The complementary criterion was diverse sources of capital, the aggregation of which allows to maintain the local context (e.g. different legislations in force within a single water body), without which the picture of the social capital of a given community, based solely on individual data, would be misleading (Markowska-Przybyła, 2011). In accordance with the principle of mutual attractiveness (Florek, 2013), not only social capital is important as a regional value, but also the Lagoon's attractiveness for its users. A seemingly homogeneous water body with similar parameters, with mutually balancing components of the natural and cultural environment, was valued differently by Polish and German sailors (Osóch, 2015). Poles and Germans unanimously appreciated nature surrounding the Lagoon, as well as the changing landscape conditions on the sides of the Small and the Large Lagoon. This is the only feature of the area in question that was positively evaluated by both national groups. In addition, Poles appreciated the attractiveness of the surrounding land, a wide range of tourist attractions on land, the adequate infrastructure of marinas and wharves, as well as the multitude and diversity of marinas on the German side. On the other hand, the Germans recognised the advantages of water bodies that consist in proper navigation markings and a well-developed safety system for sailors; they appreciated the clean water and low costs of mooring and catering services in Polish marinas (Osóch, 2015).

The most important components of social capital of the sailing community of the Szczecin Lagoon and Dąbie Lake will allow proper targeting of the region's offer to males of both nationalities over the age of 26 who sail and spend the night with their families on their own sailing boats, spending between 250–5,000 EUR respectively on the boat's maintenance, who appreciate direct contact with nature, cycling tours and sightseeing opportunities within the visited areas.

One of the most important benefits arising from the presence of sailors – a group with a significant social capital – in the Szczecin Lagoon is the possibility of creating a cohesive and attractive image of the region. They are a group of tourists visiting the region of the Lagoon and also consumers of tourist services. Due to the cross-border nature of the area, promotional activities, taking into account the needs and expectations of sailors, should go to a wider group of recipients and can facilitate the acquisition of foreign investors for planned projects. These activities, in terms of investment, may include solutions aimed at adapting the infrastructure of the area to the characteristics of the sailing community described herein, e.g. creating a common system of bicycle paths and routes (the cycling route around Szczecin Lagoon in the German part leads mainly bicycle paths and in the Polish part mainly public roads) as well as biking equipment rentals, and also – due to the dominant family travel model – establishment of parks and squares for family entertainment (such as the zoo in Ueckermünde, a playground and the Karls farm in Koserow, a rope park in Świnoujście).

The cross-border aspect of the area also creates the need for mutual understanding and cooperation between the Polish and German sides in order to achieve mutual benefits. Since almost 50% of the German respondents are eager to visit the Polish side of the Lagoon during international cruises, and since there is also a group of Poles who sail

to the German side (16%), foreign language service is necessary for the development of international contacts in places such as tourist information desks, marinas, as well as lodgings and restaurants. It is also worth noting that the availability of information materials in various language versions (e.g. press, leaflets, folders or websites), at least in the tourist sphere and especially on the Polish side, seems insufficient. The standard of activity of tourist information centres should include regular mutual exchange of promotional materials, as well as presentation of the entire region's offer.

Knowledge of the sailing community could result in the creation of tourist products in the form of single-day excursions, as the nature of cruises undertaken by respondents does not encourage long-term stays in one place. They should refer to the characteristics of the area, which is the greatest value for sailors, that is the natural character and diversity of the landscape: on the German side, somewhat monotonous, but rich in lowland areas, while on the Polish side it is for high and low coasts, natural and artificial islands. Both sides of the Szczecin Lagoon are characterised by a similar length of the shoreline (about 250 km, including 50 km of sea line) and about 20% of the area of the voivodeship and the state with diverse forms of nature protection. The spectrum of possibilities of rest in the natural surroundings is therefore wide.

Despite the fact that both countries belong to the Schengen Area and despite the resulting freedom of movement, the way in which the interpersonal relations are affected by the border still calls for investigation: does the border connect people or rather separate them? Based on the case study of the cross-border area of the Szczecin Lagoon, we can state that there are noticeable benefits in the form of easy movement of sailors across the previously artificially divided water body. The common history of this area may be an important factor that can contribute to the use of social capital of the sailing community in building and achieving positive external effects. It can be used to build mutual product awareness on both sides of the border, using bottom-up initiatives or various institutional projects. An example of such activities are the efforts to preserve the culinary traditions of the region. The roll with herring has been a typical snack for decades, which at present can be found in many bars (restaurants on land and water, bistro and beach bars or trendy in recent years of mobile gastronomy called food truck) on the German side of the Lagoon, but it has not been restored as traditional food in Szczecin despite several years of attempts.

The common historical background can also be observed in the white Stettiner Ware ceramics in Szczecin, which was revived in 2013 as part of the "Stettiner Ware – a local product" project and which can now be seen at the Museum of Technology and Transport in Szczecin. However, the combination of ceramics with technology and communication is not obvious, so it is not surprising that the brand awareness is not widespread yet.

On the other hand, on the German side of the Szczecin Lagoon, in the public space of the village of Ueckermünde, one can find a decorative mural that informs about its history, thus reaching a wide audience with a simple message.

There was also introduced a system of nautical motifs in the small architecture of the city, e.g. in the form of street lanterns, in the shape reminiscent of masts with a sail, which constitute the background of advertisements and posters. The Polish side is also rich in maritime elements incorporated into the network of streets, mainly anchors and monuments of merited sea people, but they do not form a cohesive whole, which could constitute even a nautical tourist route. The predominance of Szczecin in the Lagoon

region is also emphasized in the naming of many service premises in Germany (e.g. Stettiner Hof), but the city name is rarely used in this way on the Polish side.

CONCLUSIONS

The idea of tourism services by definition is “all socially useful activities that are aimed at satisfying the material and immaterial tourist needs of people” (Gaworecki, 2003). The tourist market offers a wide range of tourist services, tailored to their needs and requirements. They appear as individual services or a package. A characteristic feature is their complementarity, signifying mutual dependence, satisfying tourist demand, including sailors.

The conducted research leads to conclusions resulting from the main and detailed questions posed at the beginning.

The clear differentiation of the sailing environment has a significant impact on the scope of tourist services provided. Diversifying the offer and, to a greater extent, adapting it to the needs of sailors and their preferred forms of spending free time will increase the tourist attractiveness of the region, which as a consequence may become a popular destination for sailors from the whole Pomerania Euroregion. An example may be the Tall Ships Races sailing into the calendar of cyclical sailing events, combined with regattas and special events. In the discussed region, the capital of the rally is the city of Szczecin, attracting thousands of sailing enthusiasts.

There are reasons to argue that the sailing motif becomes an important element of the image of the region, cities and towns around the Szczecin Lagoon – e.g. in the form of common architectural details, culinary traditions, etc. This will allow for a coherent message that will be beneficial not only in the reception aesthetic, but also sentimental, giving the opportunity to associate a place with its natural surroundings. An example can be all year round stationary or mobile fish bars in yacht ports, satisfying the most important needs of sailors, and at the same time being a pleasant, different escape from their everyday habits.

There is heterogeneity of the sailing environment of the Szczecin Lagoon, which provided the basis for distinguishing two personal profiles of sailors. The division was made based on elements of sailing capital (obtaining answers, among others, about age, sailing method, additional forms of activity during cruises and sailing motivations, which induce tourist activities). This diversification will in the future facilitate the selection of an appropriate tourist offer, which can be provided for sailors visiting the area of the Szczecin Lagoon, however, services in the field of tourism do not require the creation of an offer only for tourists-sailors. They can be used by all willing recipients. However, the specificity and nature of leisure activities by sailors gives the opportunity to adapt certain tourism services to their needs and preferences, as, for example, a network of bicycle paths facilitating access to natural and non-natural values, in which the seaside region abounds.

The above observations may be applied and used in planning by institutions, unions and associations based on a similar area. Those include, for instance: “Cross-Border Cluster – Berlin-Szczecin-Baltic Waterway”, the Union of Ports and Marinas or the Local Tourist Organisation of the West Pomeranian Sailing Route. Every year, the growing tourist offer on both sides of the border is the effect of promotional activities aimed at unifying the scope of tourist services provided to international visitors. Suggested

directions for development are reflected in adjusting the offer for tourists. School education at every stage of education, as well as cooperation with the management of protected areas in the discussed area allow you to get good advice and learn about the positive use of the richness of nature.

References

- Babiński, G. (1980). *Wybrane zagadnienia z metodologii socjologicznych badań empirycznych*. Kraków: Uniwersytet Jagielloński.
- Centralny Rejestr Form Ochrony Przyrody (2019, 20 May). Retrieved from <http://crfop.gdos.gov.pl/CRFOP/search.jsf>
- Coleman, J. (1990). *Foundations of Social Theory*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Czapliński, P., Rachwał, T., Tobolska, A., Uliszak, R. (2013). *Geografia gospodarcza. Przewodnik do ćwiczeń*. Poznań-Kraków: Bogucki Wydawnictwo Naukowe.
- Denzin, N. (2006). *Sociological Methods: a Sourcebook*. Aldine Transaction.
- Denzin, N.K., Lincoln Y.S. (2009). Wprowadzenia. Dziedzina i praktyka badań jakościowych. In: K. Podemski (ed.). *Metody badań jakościowych. Tom 1*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Dlaczego Polacy nie podróżują? [Why Don't Poles Travel?]* (2016). Retrieved from <http://eksploratorka.pl/dlaczego-polacy-nie-podrozuja/>
- Dudley, N. (2008). *Guidelines for Applying Protected Area Management Categories*. Gland, Switzerland: IUCN.
- Dudley, N., Stolton, S. (2008). *Defining protected areas*. An International Conference in Almeria, Spain. Gland, Switzerland: IUCN.
- Florek, M. (2013). *Podstawy marketingu terytorialnego [Basics of Territorial Marketing]*. Poznań: Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu.
- Fukuyama, F. (1995). *Zaufanie: kapitał społeczny a droga do dobrobytu [Trust: The Social Virtues and The Creation of Prosperity]*. Warszawa/Wrocław: PWN.
- Fukuyama, F. (2003). Kapitał społeczny [Social Capital]. In: L.E. Harrison, S.P. Huntington (eds.). *Kultura ma znaczenie [Culture Matters: How Values Shape Human Progress]*. Kraków: Zysk i S-ka.
- Furmaga, L., Wójcicki, J. (1993). *Mały słownik morski*. Gdynia: Mittel International.
- Gaworecki, W. (2003). *Turystyka*. Warszawa: PWE.
- Gudmundsson, G. (2012). Koncepcja kapitału społecznego i jej zastosowanie w badaniach edukacyjnych. *Studia Edukacyjne*, 22, 55–79. Retrieved from <https://repozytorium.amu.edu.pl/bitstream/10593/5897/1/55-80.pdf>
- GUS (2013). *Ochrona środowiska 2013*. Warszawa.
- Haller, I., Stybel, N., Schumacher, S., Mossbauer, M. (2011). Will Beaches be enough? Future Changes for Coastal Tourism at the German Baltic Sea. *Journal of Coastal Research: Special Issue 61 – Management of Recreational Resources*, 70–80. Retrieved from <https://www.jronline.org/doi/full/10.2112/SI61-001.68>
- Harrison, L.E., Huntington, S.P. (eds.) (2003). *Kultura ma znaczenie. Jak wartości wpływają na rozwój społeczeństw [Culture Matters: How Values Shape Human Progress]*. Poznań: Zysk i S-ka.
- Jacobsen, B. (2018). *State of the Tourism Industry in the Baltic Sea Region 2018 Edition*. Retrieved from https://bstc.eu/fileadmin/bstc.eu/Downloads/Final_Report_Tourism_Industry_in_BSR_2018.pdf
- Kasiewicz, S. (2002). *Zarządzanie operacyjne w dobie globalizacji*. Warszawa: Wydawnictwo Difin.
- Kolman, R. (2003). *Zastosowania inżynierii jakości. Poradnik*. Bydgoszcz: AJG Oficyna Wydawnicza.
- Kotler, Ph., Armstrong, G., Saunders, J., Wong, V. (2002). *Marketing. Podręcznik europejski*. Warszawa: PWE.
- Kowalczyk, M. (2013). Retrieved from <http://www.rp.pl/arttykul/1020966-Niemcy-podrozuja-czesciej-i-chetniej.html#ap-1>
- Landesamt für Umwelt, Naturschutz und Geologie (2019, 20 May). Retrieved from https://www.lung.mv-regierung.de/insite/cms/umwelt/natur/schutzgebiete_portal/schutzgebiete_listen.htm

- Leja, K. (2003). *Instytucja akademicka. Strategia, efektywność, jakość*. Gdańsk: Gdańskie Towarzystwo Naukowe.
- Markowska-Przybyła, U. (2011). Kapitał społeczny – wybrane problemy pomiaru [Social Capital – Selected Problems of Measurement]. In: *Przekształcenia regionalnych struktur funkcjonalno-przestrzennych. Współczesne kierunki przemian społeczno-ekonomicznych*. [Transformations of regional functional and spatial structures. Modern directions of social and economic transformations.] Vol. 1. Rozprawy Naukowe Instytutu Geografii i Rozwoju Regionalnego Uniwersytetu Wrocławskiego, 19. Wrocław: Uniwersytet Wrocławski.
- Miossec, J.-M. (1977). Un modele de l'espace touristique. *L'espace géographique*, 1, 41–48.
- Osóch, B. (2015). *Sailing infrastructure and components of natural environment in the transborder area of the Szczecin Lagoon in sailors opinion*. Szczecin: Volumina.pl.
- Panek, T. (2008). *Statystyczne metody wielowymiarowej analizy porównawczej*. Warszawa: Oficyna Wydawnicza Szkoła Główna Handlowa w Warszawie.
- Payne, A. (1997). *Marketing usług*. Warszawa: PWE.
- Population Pyramid Germany 2017. Retrieved from <https://www.populationpyramid.net/germany/2017/>
- Putnam, R.D. (1993, 1995). *Making Democracy Work: Civic Traditions In Modern Italy*. Princeton, New Jersey, USA: Princeton University Press.
- Putnam, R.D. (2008). *Samotna gra w kregle. Upadek i odrodzenie wspólnot lokalnych w Stanach Zjednoczonych* [Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community]. Warszawa: Wyd. Akademickie i Profesjonalne.
- Sail Training International (2019, 20 May). Retrieved from <https://sailtraininginternational.org/event/tall-ships-races-2019/>
- Salmanowicz, B. (2003). Jakość usług e-biznesu. In: M. Fertsch, S. Trzcieliński (ed.). *Praktyka zarządzania nowoczesnym przedsiębiorstwem*. Poznań: Politechnika Poznańska.
- Schernewski, G., Sterr, H. (2002). Tourism and Environmental Quality of the German Baltic Coast: Conflict or Chance? file:///C:/Users/root/Desktop/Schernewski.pdf
- Sierocińska, K. (2011). Kapitał społeczny. Definiowanie, pomiar i typy [Social Capital – Definition, measurement and types]. In: *Studia ekonomiczne*, 1 (LXVIII), Polska Akademia Nauk, Instytut Nauk Ekonomicznych, 69–86.
- Smith, S. (2010). *Practical Tourism Research*. CABI.
- Stanisz, A. (2007). *Przystępny kurs statystyki z zastosowaniem STATISTICA.PL na przykładach z medycyny. Statsoft, 3, Analizy wielowymiarowe*. Kraków: StatSoft Polska.
- Statistisches Bundesamt (2019, 20 May). Retrieved from www-genesis.destatis.de/genesis/online/link/tabelleErgebnis/45412-0021&zeitscheiben=5
- Szromnik, A. (2002). Marketing terytorialny – koncepcja ogólna i doświadczenia praktyczne [Territorial Marketing – General Concept and Practical Experience]. In: T. Markowski (ed.) *Marketing terytorialny* [Territorial Marketing]. Warszawa: Polska Akademia Nauk Komitet Przestrzennego Zagospodarowania Kraju.
- Sztompka, P. (2005). Zaufanie, nieufność i dwa paradoksy demokracji [Trust, Distrust and Two Paradoxes of Democracy]. In: P. Sztompka, M. Kucia (eds.), *Socjologia. Lektury* [Readings in Sociology]. Kraków: Znak, 397–408.
- Sztumski, J. (2005). *Wstęp do metod i technik społecznych* [Introduction to Social Methodology and Techniques]. Katowice: Wydawnictwo Naukowe „Śląsk”.
- Trochim, W. (2002). *Types of Surveys. Research Methods Knowledge Base*.
- Trutkowski, C., Mandes, S. (2005). *Kapitał społeczny w małych miastach* [Social Capital of Small Towns]. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe Scholar.
- Urbaniak, M. (2004). *Zarządzanie jakością. Teoria i praktyka*. Warszawa: Wydawnictwo Difin.
- Ustawa z dnia 18 lipca 2001 r. Prawo wodne (Dz.U. z 2005 r. nr 239, poz.2019, z późn. zm.).
- Waters, D. (2001). *Zarządzanie operacyjne. Towary i usługi*. Warszawa: PWN.
- Ziemliski, A. (1976). *Człowiek w krajobrazie. Szkice z pogranicza socjologii*. Warszawa: Sport i Turystyka.
- Zdebski, J. (1984) (2019, 20 May). *Psychologiczne i społeczne uwarunkowania taternictwa*. Kraków: AWF.

Social Geography and Spatial Organization Unit of Institute of Social and Economic Geography and Spatial Management University of Szczecin. She has graduated from Geography and received a PhD in Earth Sciences. Extensive interests in the field of social geography, sociology, water tourism and architecture have been presented in numerous publications. The main area of research interest concerns the development of geographical space for the purposes of water tourism, recreational sailing and social structure of participants in various forms of tourist activity.

ORCID: 0000-0002-8364-7904

Address:

University of Szczecin
Faculty of Geosciences
Institute of Socio-Economic Geography and Spatial Management
Human Geography and Spatial Organization Unit
ul. Mickiewicza 18
70-383 Szczecin, Poland
e-mail: barbara.osoch@usz.edu.pl

Karina Tessar, MSc, University of Szczecin, Faculty of Geosciences, Institute of Socio-Economic Geography and Spatial Management, Human Geography and Spatial Organization Unit. A graduate of Tourism and Recreation at the University of Szczecin and of post-graduate studies "Manager of scientific research and development works" at the University of Economics and Innovation in Lublin, currently an assistant in the Department of Social Geography and Space Organizations at the Faculty of Geosciences, University of Szczecin. She participated in the international project "Generation BALT", whose aim was to match the educational offer in the field of maritime economy to the changing needs of the labour market in the South Baltic Sea basin. Research interests: territorial marketing, problems of tourism development in waterfront areas.

ORCID: 0000-0001-9951-5714

Address:

University of Szczecin
Faculty of Geosciences
Institute of Socio-Economic Geography and Spatial Management
Human Geography and Spatial Organization Unit
ul. Mickiewicza 18, 70-383 Szczecin, Poland
e-mail: karina.tessar@usz.edu.pl

BOŻENA WÓJTOWICZ

Uniwersytet Pedagogiczny w Krakowie, Polska
Pedagogical University of Krakow, Poland

Ruch turystyczny a poziom rozwoju społeczno-ekonomicznego Mauritiusa

Tourist Flows and the Level of Socio-Economic Development of Mauritius

Streszczenie: Rozwój turystyki wywołuje pozytywne i negatywne zmiany w rozwoju społeczności lokalnej Mauritiusa. Pozytywny aspekt to wzrastająca liczba turystów, która z jednej strony – w wielkości przyjazdowego ruchu turystycznego – w znacznym stopniu determinuje wielkość wpływów z eksportu produktu turystycznego, z drugiej zaś oddziałuje na tendencje wzrostowe wskaźników rozwoju społecznego (HDI) i możliwości (PKB) mieszkańców. Negatywne zmiany, jakie wywołuje ruch turystyczny na gęsto zaludnionym Mauritiusie, to tzw. przeciążenie przestrzeni turystycznej, co wiąże się nie tylko z kosztami ekologicznymi (odpady czy konflikt o wodę pitną), ale może również powodować niechęć miejscowej ludności do bezpośredniego kontaktu z turystami. Celem artykułu jest ukazanie rozwoju turystyki Mauritiusa – jej pozytywnego i negatywnego wpływu na społeczność lokalną – na podstawie przeprowadzonych badań diagnostycznych oraz przedstawienie, analiza i ocena roli turystyki w procesie rozwoju społeczno-ekonomicznego Mauritiusa.

Abstract: The development of tourism can cause both positive and negative changes in the development of the local society of Mauritius. The positive aspect refers to the growing number of tourists. On the one hand, it is observed in the number of incoming tourists and principally determines the amount of export revenues caused by touristic products. On the other hand, such a number indicates the increasing trends in the range of Human Development Index (HDI) and Wealth Index – understood as the size of Gross Domestic Product (GDP) of the residents. Yet, the negative changes caused by the tourist flows in the densely populated Mauritius are associated with overloading of the touristic space, which directly refers not only to the so-called ecological costs (waste or conflict related to drinking water), but it can also cause the unwillingness in the sphere of the direct contact between local people and tourists. This article aims to show the development of tourism of Mauritius and its positive and negative impacts on the local community on the basis of studies of diagnostic and performance, analysis and evaluation of the role of tourism in the socio-economic development of Mauritius.

Słowa kluczowe: czynniki rozwoju turystyki; dezurbanizacja; rozwój społeczno-ekonomiczny; ruch turystyczny; wskaźnik rozwoju społecznego; wskaźnik zamożności

Keywords: disurbanisation/desurbanisation; factors of tourism development; Human Development Index (HDI); social and economic development; tourism/tourist flows; Wealth Index (GDP)

Otrzymano: 28 grudnia 2018

Received: 28 December 2018

Zaakceptowano: 26 maja 2019

Accepted: 26 May 2019

Sugerowana cytacja / Suggested citation:

Wójtowicz, B. (2019). Ruch turystyczny a poziom rozwoju społeczno-ekonomicznego Mauritiusa, *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego*, 33(3), 100–111. doi: 10.24917/20801653.333.7

WSTĘP

Poziom rozwoju turystyki oraz atrakcyjność turystyczna Wysp Oceanu Indyjskiego jest różna – w zależności od kraju. Mimo wielu walorów, zarówno przyrodniczych, jak i antropogenicznych, w większości państw turystyka jest słabo rozwinięta (np. Madagaskar). Z drugiej strony są państwa, w których turystyka stanowi istotny, a nawet kluczowy element gospodarki (Seszele, Mauritius). Specjalizacja turystyczna Mauritiusa rozpoczęła się pod koniec lat siedemdziesiątych XX wieku, gdy turystyka zaczęła odgrywać ważną rolę w rozwoju gospodarki kraju (Warszyńska, 1995: 257) oraz infrastruktury. W przypadku małych rozwijających się państw wyspiarskich podstawowym zagrożeniem rozwoju gospodarczego jest zjawisko monokultury turystycznej¹ (Gieźgała, 1969, 1977; Wodejko, 1998; Jasiński, 2006, 2008; Conti, Perelli, 2007; Theuns, 2011; Kachniewska, Nawrocka, Niezgoda, Pawlicz, 2012). Mauritius to małe, wyspiarskie państwo o powierzchni 2045 km², w którym uwarunkowania geograficzne odgrywają istotną rolę w rozwoju gospodarczym wysp (mała powierzchnia, ograniczone zasoby naturalne, izolacja od innych regionów, kłeski żywiołowe) i determinują wąską specjalizację, podobnie jak w innych państwach wyspiarskich SIDS². Cechami gospodarki Mauritiusa jest import towarów, niskie wykorzystanie miejsc pracy, kulturowa dominacja państw zachodnich, wysokie koszty transportu, infrastruktury i administracji, duża podatność na działalność przestępczą, pranie brudnych pieniędzy, korupcja, narkotyki (Kurek, 2007; Jasiński, Masłoń-Oracz, 2017). Pomimo cech pozornie wspólnych z innymi państwami SIDS nie występuje tu zjawisko tzw. monokultury turystycznej ani monokultury pomocowej, a w latach dziewięćdziesiątych nastąpił dynamiczny rozwój społeczno-gospodarczy na Mauritiusie, gdzie podstawą gospodarki stała się nie tylko turystyka, ale również rozwój usług sektora bankowego, przedsiębiorczości czy rolnictwa. Założenia badawcze przyjęte w tym artykule dotyczyły sposobu przełamania silnie ograniczających uwarunkowań środowiska przyrodniczego (brak żyznych gleb, braki słodkiej wody, ograniczona fauna i flora, brak bogactw mineralnych), które spowodowały dynamiczny rozwój wyspiarskiego afrykańskiego kraju i jego sukces społeczno-gospodarczy. Powyższe przesłanki stały się podstawą szukania odpowiedzi na pytania o przyczyny dynamicznego rozwoju Mauritiusa, w tym próba odpowiedzi na pytanie: Na ile sektor usług turystycznych przyczynił się, szczególnie w XXI wieku, do podniesienia poziomu i wzrostu szeroko rozumianego rozwoju społeczno-ekonomicznego Mauritiusa?

¹ Określenie „monokultura turystyczna” stosuje się do gospodarek krajów lub terytoriów silnie uzależnionych od turystyki (tempa i stabilności jej rozwoju) oraz eksportu produktu turystycznego. Do głównych cech monokultury turystycznej należą: wysoka zależność od walorów turystycznych (głównie przyrodniczych) i ich nadmierna eksploatacja, dogodnie położenie względem obszarów emisji ruchu turystycznego, brak lub ograniczone możliwości rozwoju innych specjalizacji gospodarczych (Kachniewska, Nawrocka, Niezgoda, Pawlicz, 2012).

² SIDS zgodnie z klasyfikacją (UNCTAD, 2010: 5) to 29 niezależnych państw: 13 na Oceanii, 10 na Karaibach, dwa położone na Oceanie Atlantyckim i cztery na Oceanie Indyjskim – Malediwy, Mauritius, Seszele oraz Związek Komorów.

Głównymi celami badawczymi, jakie postawiono w niniejszej pracy, były:

- analiza i ocena wielkości oraz dynamiki ruchu turystycznego w procesie rozwoju społeczno-ekonomicznego państwa na podstawie uzyskanych danych statystycznych i wyliczonych wskaźników rozwoju społeczno-ekonomicznego,
- analiza wpływów dochodów z turystyki na poziom życia i rozwój społeczno-ekonomiczny kraju na podstawie przeprowadzonych badań diagnostycznych wśród zróżnicowanej kulturowo i ekonomicznie społeczności lokalnej.

W tym artykule w analizie zostały uwzględnione lata 2002–2017 i wybrane wskaźniki rozwoju społeczno-ekonomicznego, takie jak HDI, PKB (w mld dol.), wpływy z turystyki (w mld dol.), wpływy z turystyki w PKB (w %), PKB *per capita* (w dol.) oraz wpływy z turystyki *per capita* (w dol.) i wskaźnik rozwoju społecznego HDI³, który przy wykorzystaniu jednolitej metodologii, rekomendowanej przez UNDP, opisuje efekty w zakresie rozwoju społecznego poszczególnych krajów. Jest miarą wykorzystywaną jako kryterium przy hierarchizacji krajów według poziomu ogólnego ich rozwoju – społecznego i gospodarczego. Porównując wartości tego wskaźnika w różnych krajach, można określić dystans, jaki dzieli kraje najuboższe od najbogatszych pod względem poziomu rozwoju cywilizacyjnego. HDI jest miarą syntetyczną opartą na średniej wskaźników obejmujących trzy podstawowe sfery życia. Jest to sfera zdrowia (ocenia na przez wskaźnik przeciętnej długości życia), edukacji (wskaźnik analfabetyzmu, czyli umiejętności pisanie i czytanie ze zrozumieniem, i wskaźnik skolaryzacji) oraz dochodu przypadającego na głowę mieszkańca (PKB *per capita*).

ANALIZA WYBRANYCH WSKAŹNIKÓW ROZWOJU SPOŁECZNO-EKONOMICZNEGO NA MAURITIUSIE

W latach 1990–2017 wartość HDI na Mauritiusie wzrosła z 0,619 do 0,790, czyli o 27,6 %. W tym czasie długość życia wzrosła o 5,5 lat, a okres nauki wydłużył się o około 4 lata (średnia liczba lat nauki wzrosła o 3,6 lat). Indeks PKB na mieszkańca Mauritiusa wzrósł o około 175,5% (1990–2017). Wskaźnik HDI w 2017 roku (0,790) był powyżej średniej 0,757 dla krajów o wysokim poziomie rozwoju społecznego i powyżej średniej 0,537 dla krajów w Afryce Subsaharyjskiej. W analizowanym okresie występują tendencje wzrostowe wskaźników HDI i PKB. Wskaźnik HDI w okresie 15 lat wzrósł z 0,687 do 0,790 w 2017 roku (piąte miejsce w 2017 roku spośród SIDS o najwyższym poziomie rozwoju społecznego na świecie, po karaibskich państwach: Bahamach, Barbadosie, Anitigui i Barbudzie oraz Seszelach na Oceanie Indyjskim). Wysoki jest progres drugiego wskaźnika (zamożności) PKB wzrósł w analizowanym okresie blisko trzykrotnie z 4,76 mld dol. w 2002 roku do 12,2 mld dol. w 2017 roku.

Wzrost wskaźników HDI i PKB jest skorelowany z wpływami z turystyki, co było szczególnie wyraźne w latach 2002–2008. Rozwój międzynarodowego ruchu turystycznego, który wykazuje tendencję wzrostową w tym okresie (z 829 mln dol. w 2002 roku do 1,823 mld dol. w 2008 roku), wpływał na PKB, które w tym okresie również wzrastało (poza niewielkim spadkiem w 2005 roku). Dane w tabeli 1 wskazują na znaczące

³ Wskaźnik rozwoju społecznego – HDI (ang. Human Development Index, tłumaczone również jako wskaźnik rozwoju ludzkiego) – to syntetyczna miara opisująca zmiany w zakresie społeczno-ekonomicznego rozwoju poszczególnych krajów. Wskaźnik HDI w o wiele szerszym zakresie niż wskaźnik PKB *per capita* mierzy rzeczywisty poziom życia ludzi na świecie (Raport UNDP, 2015: 1).

(jednak nie dominujące) oddziaływanie wpływów pochodzących z międzynarodowego ruchu turystycznego na rozwój kraju⁴.

Tabela 1. Wielkość i dynamika wybranych wskaźników rozwoju społeczno-ekonomicznego Mauritiusa w latach 2002–2017

Lata	HDI	PKB (mld dol.)	Wpływy z turystyki (w mld dol.)	Wpływy z turystyki w PKB (w%)	PKB per capita (w dol.)	Wpływy z turystyki per capita (w dol.)
2002	0,687	4767	0,829	17,4	3957,5	688,2
2003	0,696	5610	0,960	17,1	4623,3	791,2
2004	0,704	6386	1,156	18,1	5229,9	946,8
2005	0,713	6284	1,189	18,9	5116,0	968,0
2006	0,720	7029	1,302	18,5	5696,0	1 055,1
2007	0,728	8150	1,663	20,4	6574,7	1 341,5
2008	0,734	9990	1,823	18,2	8030,1	1 465,3
2009	0,740	9129	1,390	15,2	7318,1	1 114,3
2010	0,748	10004	1,585	15,8	8000,4	1 267,6
2011	0,756	11518	1,808	15,7	9 197,0	1 443,6
2012	0,765	11669	1,778	15,2	9 291,2	1 415,7
2013	0,769	12130	1,593	13,1	9 637,0	1 265,6
2014	0,779	12803	1,719	13,4	10 153,9	1,363,3
2015	0,781	11682	1,679	14,4	9 252,1	1 329,8
2016	0,790	12150	1,431	11,8	9 613,0	1 141,0
2017	0,790	12273	1,529	12,5	9 710,0	1,211,0

Źródło: Jasiński, Masłoń-Oracz (2017: 149); *Human Development Report* (2018); obliczenia własne za lata 2016–2017

Zmniejszenie liczby turystów na Mauritiusie w 2009 roku w stosunku do 2008 roku (tabela 2), wywołane ogólnoswiatowym kryzysem (turystykę uznaje się za najczulszy barometr sytuacji kryzysowych na świecie), wpłynęło na spadek wielkości przyjazdu turystów zagranicznych do tego państwa. To z kolei miało wpływ na spadek PKB (tabela 1).

Polityka państwa wymagała podjęcia jak najszybszych działań w celu zmniejszenia skutków spadku PKB w kolejnych latach, a co za tym idzie, także tempa rozwoju społeczno-ekonomicznego wyspy. W wyniku spadku liczby przyjazdów w 2009 roku obniżono ceny usług produktu turystycznego. Spowodowało to zwiększenie ruchu turystycznego w następnym roku – do poziomu „przedkryzysowego” z 2008 roku (tabela 2) – oraz zmianę kierunku przyjazdów turystycznych przez szersze otwarcie się na inne państwa europejskie i azjatyckie (np. Hiszpanię, Włochy, Polskę, Rosję, Czechy, Chiny, Indie). Mimo obniżenia cen usług turystycznych nie osiągnięto jednak w 2010 roku zbliżonego poziomu wpływów z turystyki z 2008 roku. Nie spowodowało to spadku PKB w 2010 roku – był on nawet wyższy niż w 2008 roku. W następnych latach niewielkie wahania wpływów z turystyki również nie wpłynęły na obniżenie PKB (z wyjątkiem 2015 roku) ani wskaźnika HDI. Wskazuje to na rosnące znaczenie innych sektorów gospodarki

⁴ Za umowną wartość, kiedy gospodarka zaczyna ulegać „degradacji” i staje się „zależna” od eksportu produktu turystycznego, w literaturze przedmiotu przyjęto w latach dziewięćdziesiątych XX wieku przekroczenie wskaźnika o 25% (Jasiński, Anna Masłoń-Oracz, 2017).

Mauritiusa. Niewielkie obniżenie znaczenia funkcji turystyki w procesie rozwoju społeczno-ekonomicznego potwierdza również wskaźnik wpływów z turystyki w PKB.

Dzięki działaniom podjętym przez rząd wysoki wskaźnik wpływów z turystyki (tabela 1) nie wywołał również, jak w innych regionach turystycznych na świecie, zjawiska monokultury turystycznej. Ograniczony został m.in. dalszy ilościowy rozwój bazy noclegowej oraz podjęte zostały przeciwdziałania zjawisku wypierania przez turystykę innych działów gospodarki. Zachowana została równocześnie wielkość przyjazdu turystów międzynarodowych i rozwój usług turystycznych. Nadal rozwija się rodzime rolnictwo, np. plantacja herbaty Bois Chéri (uprawia się herbatę i wytwarza się różne jej gatunki w pobliskiej fabryce), plantacje trzciny cukrowej, ananasów, wanilii. Powstały liczne farmy, np. farma krokodyli w La Vanilla Park, Park Narodowy Black River Gorges, Ogród Botaniczny w Pamplemousses czy zakład rzemieślniczy produkujący drewniane modele żaglowców w Caudan. Rozwój turystyki promowany od lat siedemdziesiątych XX wieku przyczynił się do jej postrzegania jako dziedziny gospodarki, źródła przychodów i istotnego składnika konsumpcji (Kachniewska, Nawrocka, Niezgoda, Pawlicz, 2012).

Współcześnie turystyka widziana jest jako skomplikowane i często powiązane ze sobą zarówno działania, jak i skutki ekonomiczne, polityczne, społeczno-kulturowe i środowiskowe (Jackiewicz, Klak, 2016). Tzw. przeciążenie turystyczne powoduje wzrost kosztów ekologicznych (odpady, woda pitna, dewastacja), niechęć ludności miejscowej do bezpośredniego kontaktu z turystami. Następuje powolny proces dezurbanizacji demograficznej (tabela 2) na obszarach zurbanizowanych, gdzie głównie koncentruje się ruch turystyczny, co wpływa na ograniczenie przestrzeni turystycznej przez rozbudowę infrastruktury turystycznej (przestrzeń ma związek nie tylko z turystami, ale też z jej stałymi mieszkańcami). Analiza wielkości przyjazdowego ruchu turystycznego, który w znaczny sposób generuje wielkość wpływów PKB, po 2009 roku wskazuje, że prowadzona polityka turystyczna nakierowana na utrzymanie stałych lub wyższych wpływów z turystyki może generować dodatkowe zagrożenia w sferach społeczno-kulturowych i ekologicznych. Wzrastająca liczba turystów (w 2014 roku przekroczyła 1 mln, a w 2017 roku 1,265 mln), powoduje przeciążenie przestrzeni turystycznej na gęsto zaludnionym (w porównaniu z SIDS) Mauritiusie (623 osoby na 1 km²). Względnie równomiernie rozłożony w ciągu roku ruch turystyczny (brak sezonowości wg danych statystycznych z lat 2011, 2016, 2017) wskazuje na wyraźny wzrost odsetka liczby turystów do stałych mieszkańców (w 2015 roku – 91,2%, a w 2017 roku około 100%).

Tabela 2. Ludność miejscowa a liczba turystów zagranicznych na Mauritiusie w latach 2002–2017

Lata	Gęstość zaludnienia na km ²	Liczba mieszkańców w mln	Liczba zamieszkujących obszary miejskie w mln	Ludność miejska względem całej populacji w %	Liczba turystów zagranicznych w mln	Liczba turystów zagranicznych do stałych mieszkańców %
2002	593,4	1205	0,509	42,2	0,682	56,6
2003	597,7	1213	0,510	42,0	0,702	57,9
2004	601,5	1221	0,511	41,8	0,719	58,9
2005	605,1	1228	0,511	41,6	0,761	62,0
2006	607,9	1234	0,511	41,4	0,788	63,9
2007	610,7	1240	0,511	41,2	0,907	73,2

2008	612,9	1244	0,510	41,0	0,930	74,8
2009	614,5	1247	0,509	40,8	0,871	69,8
2010	616,0	1250	0,507	40,6	0,935	74,8
2011	616,9	1252	0,506	40,4	0,965	77,1
2012	618,7	1256	0,504	40,2	0,965	76,8
2013	620,0	1259	0,503	40,0	0,993	78,9
2014	621,1	1261	0,502	39,8	1,039	82,4
2015	622,0	1262	0,501	39,7	1,151	91,2
2016	622,4	1263	0,499	39,5	1,263	100,0
2017	623,2	1267	0,500	39,4	1,265	99,9

Źródło: Jasiński, Masłoń-Oracz (2017: 150); obliczenia własne za lata 2016–2017

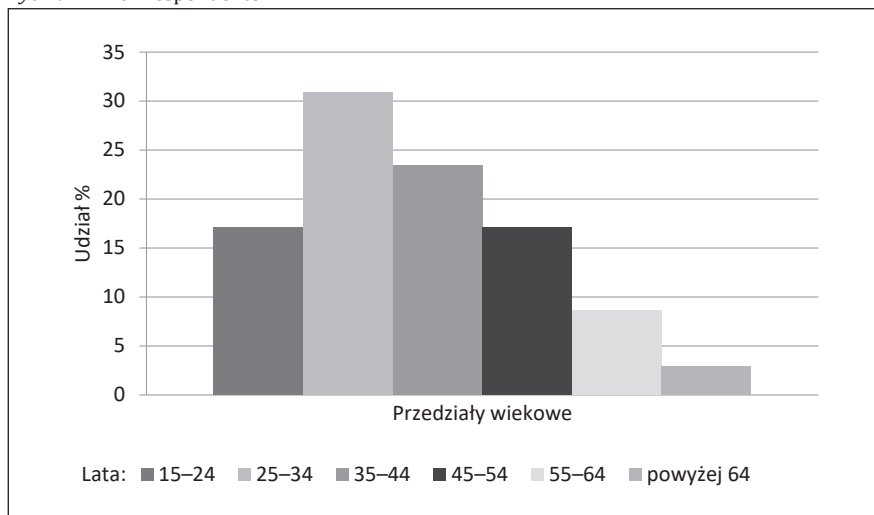
Analiza rozwoju społeczno-ekonomicznego na Mauritiusie wykazała, że sektor turystyki przyczynił się do rozwoju gospodarczego kraju. Mauritius osiągnął znaczny progres w rozwoju społecznym i zamożności i plasuje się na czele gospodarek afrykańskich oraz należy do pięciu najwyżej rozwiniętych SIDS. Za podstawowe źródło sukcesu uważa się kontrolowaną i konsekwentną politykę rządu w rozwoju sektora turystycznego oraz rozwój innych sektorów, głównie rolnictwa (plantacje ananasów, herbaty, wanilii czy trzciny cukrowej), przemysłu a także usług (np. finansowo-bankowych).

WPŁYW RUCHU TURYSTYCZNEGO NA ROZWÓJ SPOŁECZNO-EKONOMICZNY I JAKOŚĆ ŻYCIA W OPINII MIESZKAŃCÓW MAURITIUSA

Ponieważ rozwój turystyki coraz mocniej wpływa na jakość życia lokalnej społeczności (Mowforth, Munt, 2003; Uysal, Perdue, Sirgy, 2012), zmienia się też jej stosunek do turystów odwiedzających jej kraj (Bandyopadhyay, Ganguly, 2015; Kowalczyk-Anioł, Zmysłony, 2017). Wynika to z przekonania, że rozwój turystyki stanowi fundament rozwoju zrównoważonego obszaru recepcji turystycznej (Mika, 2007; Sharpley, 2014; Weaver, 2017). Ogromna różnorodność kulturowa Mauritiusa jest efektem kolonialnej przeszłości wyspy, a jej mieszkańcy tworzą niezwykłą mieszankę ras, religii, wyznań, kolorów skóry i języków. Hindusi stanowią 68%, Kreole (potomkowie afrykańskich niewolników) 27%, Chińczycy 3%, Francuzi około 2%.

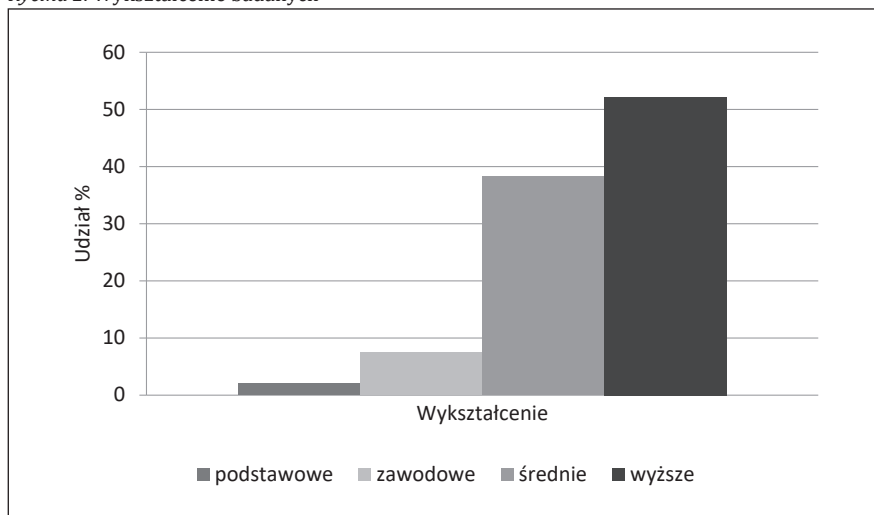
Badania dotyczące wpływu turystyki na gospodarkę krajów wyspiarskich w innych regionach świata prowadzili m.in.: E. Nawrocka (2010), G. Murray (2007), A. Dłużewska, A. Gonia, H. Michniewicz-Ankiersztajn, Z. Podgórski (2014), M. Mika (2014), M. Murzyn (2015). W grudniu 2016 roku podczas pobytu na Mauritiusie autorka przeprowadziła badania sondażowe wśród mieszkańców wyspy. Przebadano 194 osoby, a głównym problemem badawczym był wpływ turystyki międzynarodowej na społeczność, gospodarkę, środowisko przyrodnicze i sferę społeczno-kulturową. Badania dotyczyły pozytywnych i negatywnych zmian społeczno-ekonomicznych i środowiskowych, jakie zaszły w ich miejscowości/regionie/kraju w wyniku napływu turystów. Przeprowadzone zostały w każdym z dziewięciu dystryktów wyspy, wśród zarówno mieszkańców miasta – stolicy kraju, jak i małych miast i miejscowości. Badania były prowadzone przy dużym wsparciu dwóch Polek mieszkających od przeszło 30 lat na Mauritiusie oraz rdzennego mieszkańca Mauritiusa. W badaniach brały udział głównie osoby młode, w wieku od 25 do 44 lat, które stanowiły ponad 54% badanych (rycina 1), na ogół dobrze wykształcone (ponad 50% posiadało wyższe wykształcenie) (rycina 2).

Rycina 1. Wiek respondentów



Źródło: badania własne

Rycina 2. Wykształcenie badanych

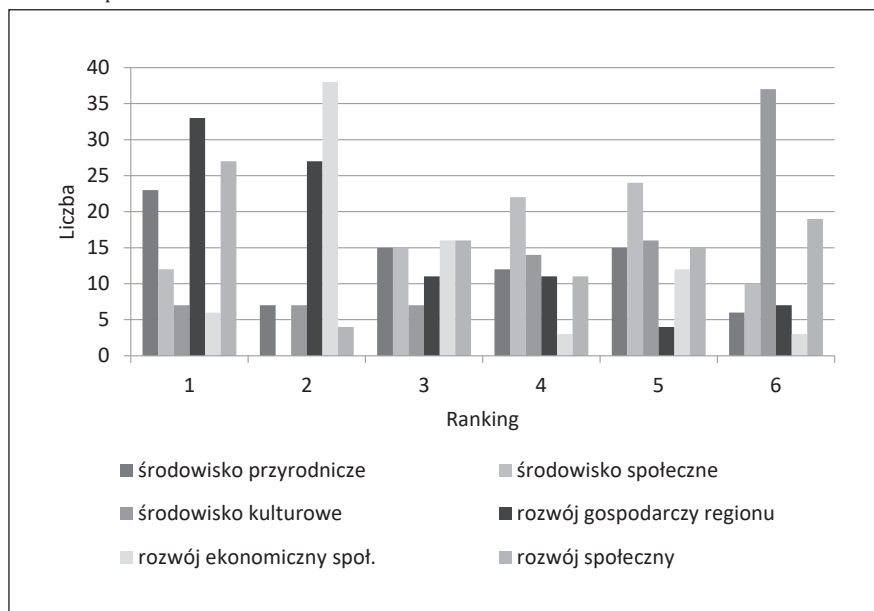


Źródło: badania własne

Jedno z pytań zawartych w kwestionariuszu ankiety dotyczyło zmian, jakie zaszły w miejscowościach badanych w wyniku napływu turystów.

Wyniki badań wykazały, że mieszkańcy pozytywnie ocenili wpływ ruchu turystycznego na miejscowości recepcyjne Mauritiusa (ponad 70%). Mieszkańcy wskazywali na konkretne zmiany, jakie zaszły w ich miejscu zamieszkania (np. otwarto restaurację, poprawiono drogę, wyremontowano kościół, mieszkanki zaczęły wypłacać kosze itd.). Odpowiedzi negatywne respondentów stanowiły około 27%. Kolejne pytanie miało na celu uzyskanie informacji, które czynniki (ekonomiczne, społeczne, socjologiczne, środowiskowe, kulturowe) wpływają na rozwój społeczno-ekonomiczny kraju

Rycina 3. Ranking wpływu ruchu turystycznego na czynniki środowiskowe i społeczno-ekonomiczne Mauritiusa w opinii mieszkańców



Liczba 1 oznacza największą wartość, a liczba 6 – najmniejszą.

Źródło: badania własne

i mieszkańców wyspy. Zadaniem badanych było uporządkowanie ich od najważniejszych, gdzie liczba 1 oznaczała najważniejsze, a 6 mało istotny czynnik rozwoju turystyki wywierający wpływ na mieszkańców wyspy. Ranking wpływu ruchu turystycznego na czynniki rozwoju społeczno-gospodarczego, środowiskowego i kulturowego pokazał, że badani na pierwszym miejscu wskazali wpływ na rozwój gospodarczy regionu (rozwój infrastruktury turystycznej, wzrost przychodów lokalnych, napływ kapitału zagranicznego, wzrost eksportu towarów i importu towarów na potrzeby turystyki) oraz na rozwój społeczny (powstały nowe miejsca pracy, wzrosła zamożność mieszkańców i ich dochody z turystyki, nastąpił rozwój edukacji, wzrost wykształcenia, zwłaszcza w sektorze usług). Na drugim miejscu wskazano wpływ turystyki na środowisko przyrodnicze regionu (zanieczyszczenia, odpady, hałas, problemy z wodą). Najwięcej wskazań na ostatnim miejscu w rankingu (szóste miejsce) uzyskało środowisko kulturowe (zwiększyło się zainteresowanie sztuką rodzimą, folklorem i zwyczajami), co świadczy o dużym przywiązaniu do własnych tradycji, kultury i sposobu życia mieszkańców (rycina 3).

Rozwój turystyki wywołuje pozytywne i negatywne zmiany w rozwoju społeczności lokalnej, dlatego w ankiecie zostały przedstawione różne zmiany wywołane ruchem turystycznym i rozwojem turystyki: te, które wywierają pozytywny wpływ na poszczególne grupy czynników, jak i te, które wywierają wpływ negatywny (respondenci mieli też możliwość proponowania innych czynników). Zdaniem badanych rozwój turystyki wywiera znacząco pozytywny wpływ na mieszkańców wyspy.

Za pozytywne aspekty rozwoju wyspy respondenci uznali czynniki ekonomiczne (67,1%), wśród których najwyżej ocenili rozwój przedsiębiorczości i kapitału (po

67,1%) oraz rozwój infrastruktury turystycznej (64,9%). Najmniej korzystnie oceniony został wzrost przychodów lokalnych (49,0%). Jeśli chodzi o negatywny wpływ czynników ekonomicznych w ocenie mieszkańców stanowiły one co najwyżej około 20% i tu jako najważniejszy czynnik ekonomiczny negatywny wskazano wzrost poziomu cen towarów i usług oferowanych w gospodarce (20,3%) oraz to, że środki finansowe nie zasilają miejscowej gospodarki (19,6), a dochody z turystyki odpływają na zewnątrz (18,2%).

Wśród pozytywnych czynników społecznych jako najważniejsze respondenci wskazali zwiększenie liczby miejsc pracy (19,2%) i wzrost dochodów gospodarstw domowych (13,9%), a wśród negatywnych – prostytutkę (9,6%) i podnoszenie cen detalicznych dla mieszkańców (9,6%) oraz wzrost alkoholizmu (6,4%) i pogorszenie warunków życia (hałas, odpady komunalne) (6,4%) (tabela 3).

Czynnik socjologiczny w badaniach rozpatrywany był jako zmiana postaw i zachowań mieszkańców wywołana napływem turystów zagranicznych. Za pozytywne respondenci wskazali zdobycie wiedzy o europejskiej kulturze, obyczajach (17,1%) oraz przełamanie barier językowych i większą tolerancję wobec przekonań i zachowań turystów. Za negatywne aspekty socjologiczne mieszkańcy uznali postawę konsumpcyjną (5,4%), zanik rdzennej kultury regionalnej oraz, w niewielkim stopniu, konflikty społeczne.

Wśród kulturowych pozytywnych czynników badana społeczność najczęściej wymieniała zainteresowanie sztuką rodzimą, folklorem zwyczajami itp. (17,1%) oraz ochronę walorów kulturowych. Jako negatywny czynnik kulturowy respondenci wskazali przemiany w środowisku społecznym miejscowości recepcyjnej (6,4%) oraz komercjalizację kultury i sztuki (4,3%).

Reasumując, można zauważyć, że mieszkańcy Mauritiusa dostrzegają znacznie więcej pozytywnych aspektów wpływających na ich życie na wyspie w związku z napływem turystów z różnych regionów świata, a tym samym z coraz większym rozwojem gospodarczym. Widzą także dalsze perspektywy pracy oraz poprawę bytu swoich rodzin.

Tabela 3. Pozytywne i negatywne zmiany w opinii badanych wpływające na mieszkańców wyspy, wywołane międzynarodowym ruchem turystycznym i rozwojem turystyki

Pozytywne		Negatywne	
Ekonomiczne	Odpowiedzi w %	Ekonomiczne	Odpowiedzi w %
napływ kapitału	67,1	odpływ dochodów z turystyki na zewnątrz	18,2
wzrost eksportu towarów i importu towarów na potrzeby turystyki	61,7	środki finansowe nie zasilają miejscowej gospodarki	19,6
rozwój infrastruktury turystycznej	64,9	presja inflacyjna – sezonowy wzrost popytu nie jest zaspokajany przez podaż	9,6
rozwój gospodarczy miejscowości	52,2	wzrost poziomu cen towarów i usług oferowanych w gospodarce	20,3
wzrost przychodów lokalnych	49,0	inne	6,4
rozwój przedsiębiorczości	67,1		
Społeczne	Odpowiedzi w %	Społeczne	Odpowiedzi w %

zwiększenie liczby miejsc pracy	19,2	prostytycja	9,6
wzrost dochodów	13,9	alkoholizm	6,4
edukacja – wzrost wykształcenia	8,6	pogorszenie warunków życia (hałas, odpady komunalne)	6,4
inne	3,4	szerzenie się chorób	1,1
		przestępczość	3,2
		negatywne interakcje pomiędzy mieszkańcami a turystami	4,3
		konsekwencją rozwoju turystyki jest podnoszenie cen dla mieszkańców	9,6
Socjologiczne (zmiany postaw i zachowań)	Odpowiedzi w %	Socjologiczne	Odpowiedzi w %
przełamanie barier językowych	16,0	postawa konsumpcyjna	5,4
wiedza o europejskiej kulturze, obyczajach	17,1	zanik rdzennej kultury regionalnej	4,5
tolerancja wobec przekonań i zachowań turystów	9,6	konflikty społeczne	2,2
Kulturowe	Odpowiedzi w %	Kulturowe	Odpowiedzi w %
zainteresowanie sztuką rodzimą, folklorem, zwyczajami itp.	17,1	komercjalizacja kultury i sztuki	4,3
miejsca rdzennych mieszkańców kultywujących tradycje przodków	9,6	zanik autentyczności kultury regionalnej	3,2
ochrona walorów kulturowych	13,9	przemiany w środowisku społecznym miejscowości recepcyjnej	6,4

Źródło: badania własne

PODSUMOWANIE

Mauritius odróżnia od innych małych państw wyspiarskich wysoki poziom rozwoju społeczno-gospodarczego. Również pod względem ekonomicznym mieszkańcom Mauritiusa powodzi się coraz lepiej. Aktualnie PKB wyspy, według parytetu siły nabywczej, wynosi około 12 300 dol. i utrzymuje rosnącą tendencję. Analiza zjawiska wpływu międzynarodowego ruchu turystycznego na rozwój społeczno-ekonomiczny na Mauritiusie pozwoliła na stwierdzenie, że rozwój turystyki przyczynił się w znacznym stopniu do przyspieszenia procesu rozwoju gospodarczego oraz osiągnięcia znacznego progressu rozwoju społecznego i zamożności. Gospodarka Mauritiusa należy do najwyższej rozwiniętych gospodarek afrykańskich oraz pięciu najwyższej rozwiniętych SIDS.

Źródła sukcesu należy upatrywać w kontrolowanej i konsekwentnie prowadzonej przez rząd polityce gospodarczej. Za szczególnie istotne w tej kwestii należy uznać niedoprowadzenie do zjawiska monokultury dzięki kontrolowaniu rozwoju sektora turystycznego oraz rozwojowi innych usług (np. finansowo-bankowych). Jak wykazała analiza czynników rozwoju ekonomicznego, dywersyfikacja gospodarcza w przypadku Mauritiusa może stanowić odpowiedź na pytanie o główną przyczynę sukcesu rozwoju Mauritiusa. Podstawą gospodarki wyspy jest turystyka. Egzotyczne plaże, wodospady, bogata fauna i flora od wielu lat przyciągają tam ponad milion turystów. Wraz z rozwojem turystyki pojawiały się zachodnie inwestycje – szczególnie

w sektor bankowy, a w ostatnich latach także w elektroniczny. Badania sondażowe potwierdziły, że mieszkańcy wyspy również dostrzegli, że rozwój przedsiębiorczości, napływ i wzrost kapitału oraz rozwój infrastruktury turystycznej na wyspie, daje im większe możliwości w zakresie edukacji, wzrostu wykształcenia czy znalezienia pracy. Nastąpił również wzrost dochodów rodzin i rozwój gospodarczy ich miejscowości.

Literatura

References

- Bandyopadhyay, R., Ganguly, T. (2015). Situating the Tourist Gaze: From Appropriation to Negotiation, *Current Issues in Tourism*, 1–17.
- Conti, G., Perelli, C. (2007). Governing Tourism Monoculture: Mediterranean Mass Tourism Destinations and Governance Networks. W: P.M. Burns, M. Novelli (ed.). *Tourism and Politics. Global Frameworks and Local Realities*. Amsterdam: Elsevier, 235–261.
- Dłużewska, A., Gonia, A., Michniewicz-Ankiersztajn, H., Podgórski, Z. (2014). *Współczesne problemy turystyki*, Bydgoszcz: Ośrodek Sportu, Rekreacji i Edukacji w Poznaniu.
- Gieźgała, J. (1969, 1977). *Turystyka w gospodarce narodowej*. Warszawa: Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne.
- Human Development Report (2018). UNDP: United Nations Development Programme.
- Jackiewicz, E.L., Klak, Th. (2016). Mass and Alternative Tourism in Latin America and the Caribbean. W: E.L. Jackiewicz, F.J. Bosco (ed.). *Placing Latin America. Contemporary Themes in Geography*. Lanham: Rowman & Littlefield, 95–112.
- Jasiński, M. (2006). Aspekty monokulturowe gospodarki turystycznej. *Zeszyty Naukowe Kolegium Gospodarki Światowej*, 20, 92–102.
- Jasiński, M. (2008). *Zrównoważony rozwój w monokulturowych gospodarkach turystycznych*. W: S. Wodejko (red.). *Zrównoważony rozwój turystyki*. Warszawa: Szkoła Główna Handlowa w Warszawie.
- Jasiński, M., Masłoń-Oracz, A. (2017). Rolnictwo i turystyka w rozwoju społeczno-ekonomicznym Mauritiusa. *Zeszyty Naukowe Szkoły Głównej Gospodarstwa Wiejskiego*, 17(3), 145–153. doi: 10.22630/PRS.2017.17.3.61
- Kachniewska, M., Nawrocka, E., Niezgodą, A., Pawlicz, A. (2012). *Rynek turystyczny. Ekonomiczne zagadnienia turystyki*. Warszawa: Wolters Kluwer.
- Kowalczyk-Anioł, J., Zmyślony, P. (2017). Turystyka miejska jako źródło protestów społecznych: przykłady Wenecji i Barcelony. *Turystyka Kulturowa*, 2, 7–36.
- Kurek, W. (red.). (2007). *Turystyka*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Mika, M. (2007). Przemiany pod wpływem turystyki na obszarach recepcji turystycznej. W: W. Kurek (red.). *Turystyka*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN, 406–470.
- Mika, M. (2014). *Założenia i determinanty podtrzymywaności lokalnego rozwoju turystyki*. Kraków: Instytut Geografii i Gospodarki Przestrzennej Uniwersytetu Jagiellońskiego.
- Mowforth, M., Munt, I. (2003). *Tourism and Sustainability: Development and New Tourism in the Third World*. London: Routledge.
- Murray, G. (2007). Constructing Paradise: The Impacts of Big Tourism in the Mexican Coastal Zone. *Coastal Management*, 35, 339–355.
- Murzyn, M. (2015). Wpływ turystyki masowej na dziedzictwo Zakopanego. *Turystyka Kulturowa*, 10, 72–85.
- Nawrocka, E. (2010). Rozwój turystyki i rozwój zrównoważony. *Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu. Ekonomia*, 140, 87–100.
- Sharpley, R. (2014). Host perceptions of tourism: A review of the research. *Tourism Management*, 42, 37–49.
- Theuns, H.L. (2011). Analiza strukturalna rozmiarów rzeczywistych i potencjalnych wycieków/powiązań w gospodarce turystycznej Karaibów. *Folia Turistica*, 25(2), 123–152.
- Uysal, M., Perdue, R., Sirgy, J. (red.). (2012). *Handbook of Tourism and Quality-of-life Research: Enhancing the Lives of Tourists and Residents of Host Communities*. Berlin: Springer Science & Business Media.

- Warszyńska, J. (red.) (1995). *Geografia turystyczna świata. Część 2*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Weaver, D.B. (2017). Core-periphery Relationships and the Sustainability Paradox of Small Island Tourism. *Tourism Recreation Research*, 42(1), 1–11.
- Wodejko, S. (1998). *Ekonomiczne zagrożenia turystyki*. Warszawa: Wyższa Szkoła Handlu i Prawa.

Bożena Elżbieta Wójtowicz, dr hab., prof. UP, Uniwersytet Pedagogiczny w Krakowie. Geograf, dydaktyk geografii, podróżnik, kierownik Zakładu Dydaktyki Geografii Instytutu Geografii Uniwersytetu Pedagogicznego w Krakowie. Autorka i redaktorka monografii, współautorka podręczników szkolnych. Specjalistka z zakresu geografii, turystyki i rekreacji, dydaktyki geografii oraz ochrony środowiska.

Bożena Elżbieta Wójtowicz, PhD, an assistant professor, Pedagogical University of Krakow. 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 at the Pedagogical University of Krakow. 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 a 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; 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, tourism and recreation, teaching geography, and protection of the environment.

ORCID: 0000-0002-1487-7052

Adres/address:

Uniwersytet Pedagogiczny w Krakowie
Instytut Geografii
Zakład Dydaktyki Geografii
ul. Podchorążych 2, 30-084 Kraków, Polska
e-mail: wojtowic@up.krakow.pl / boz.wojt@gmail.com

ANNA WINIARCZYK-RAŹNIAK

Uniwersytet Pedagogiczny w Krakowie, Polska
Pedagogical University of Krakow, Poland

PIOTR RAŹNIAK

Uniwersytet Pedagogiczny w Krakowie, Polska
Pedagogical University of Krakow, Poland

Magia Meksyku – Pueblos Mágicos w przestrzeni turystycznej kraju

Magic of Mexico – Pueblos Mágicos in the Tourist Space of the Country

Streszczenie: Atrakcyjność turystyczna Meksyku opiera się na jego niezwyklej przyrodzie oraz przeszłości historycznej i bogactwie kulturowym, wyczuwalnym na każdym niemal kroku. Wpływa to na niezwykłą specyfikę terenów wiejskich, które w wielu przypadkach funkcjonują nadal w oparciu o tradycyjny sposób życia. Z kolei w miastach wyraźnie widoczny jest proces przenikania się kultury prehiszpańskiej i hiszpańskiej (kolonialnej). Na to nakłada się dodatkowo w największych miastach proces modernizacji, także w warstwie kulturowej i fizjonomicznej. Pomimo tego na terenie całego kraju znaleźć można nadal miejscowości, które do tej pory zachowały specyfikę i morfologię z czasów ich założenia. Od 2001 roku SECTUR (Secretaría de Turismo, 2019) administruje siedmioma programami regionalnymi, których zadaniem jest aktywizacja społeczności lokalnych (głównie w głębi kraju) poprzez m.in. prowadzenie wspólnej polityki marketingowej dotyczącej turystyki, a także dzięki stworzonym wspólnym planom rozwoju. Jednym z nich – szczególnym pod względem przestrzennym – jest program Pueblos Mágicos. Jako jedyny obejmuje on swoim zasięgiem cały kraj i zakłada współpracę między władzami na różnych szczeblach administracji państwowej oraz agendami rządowymi. Celem artykułu jest prezentacja programu Pueblos Mágicos, a także przedstawienie jego słabych i mocnych stron, wraz z propozycją dalszego jego funkcjonowania.

Abstract: The tourist attractiveness of Mexico is based on its unusual nature, history and cultural richness, which can be seen at almost every step. This affects the unusual specificity of rural areas, which in many cases still function based on the traditional way of life. In turn, in the cities, the process of permeating of the pre-Hispanic and Spanish (colonial) culture is clearly visible. On top of that, the process of modernisation is additionally imposed in the largest cities, also in the cultural and physiognomic layers. Despite this, throughout the country you can still find towns that have preserved the specificity and morphology of their founding. Since 2001, SECTUR (Secretaría de Turismo) administers seven regional programs whose task is to activate local communities (located mainly in the interior of the country) through, among others, conducting a common marketing policy on tourism, as well as through the creation of joint development plans. One of them – special in terms of space – is the Pueblos Mágicos Program. As the only one, it covers the entire country and establishes cooperation between the authorities at various levels of state administration and government agencies. The aim of the article is to present the Pueblos Mágicos Program, as well as to present its strengths and weaknesses, along with the proposal to continue its operation.

Słowa kluczowe: Meksyk; program aktywizacji turystyki; Pueblo Mágico

Keywords: Mexico; Pueblo Mágico; tourism activation program

Otrzymano: 5 lutego 2019

Received: 5 February 2019

Zaakceptowano: 17 czerwca 2019

Accepted: 17 June 2019

Sugerowana cytacja / Suggested citation:

Winiarczyk-Raźniak, A., Raźniak, P. (2019). Magia Meksyku – Pueblos Mágicos w przestrzeni turystycznej kraju. *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego*, 33(3), 112–126. doi: 10.24917/20801653.333.8

WSTĘP

Atrakcyjność turystyczna Meksyku opiera się na jego niezwyklej przyrodzie oraz przeszłości historycznej i bogactwie kulturowym, wyczuwalnym na każdym niemal kroku. Buduje to również niezwykle specyfikę terenów wiejskich, w wielu przypadkach nadal bazującą na tradycyjnym sposobie życia. Widoczne jest to również w szczególnie sposób w miastach: zarówno w tych największych, jak i w niewielkich miejscowościach. W miastach wyraźnie widoczny jest proces przenikania się kultury prehiszpańskiej i hiszpańskiej (kolonialnej). Na to nakłada się dodatkowo w największych miastach proces modernizacji, także w warstwie kulturowej i fizjonomicznej.

Przez przeciętnego turystę Meksyk postrzegany jest przez pryzmat pięknych plaż, ciepłego morza i najbardziej znanych, monumentalnych zabytków, takich jak Chichén Itzá, Teotihuacan, Tulum, Monte Alban. W rzeczywistości jednak jest to zaledwie namiastka tego, co można zobaczyć w tym niezwykle rozległym i bardzo zróżnicowanym kraju. Urozmaicone krajobrazy naturalne i kulturowe na terenie Meksyku są różnorodne zarówno pod względem pochodzenia, historii, jak i tożsamości. W całym kraju znaleźć można nadal miejscowości, które do tej pory zachowały specyfikę i morfologię z czasów ich założenia.

Turystyka jest jednym z najważniejszych i najbardziej dynamicznych sektorów gospodarczych w Meksyku. Kolejne narodowe plany rozwoju Meksyku pozycjonują turystykę jako główny aspekt działalności gospodarczej. Dlatego też Ministerstwo Turystyki tworzy produkty turystyczne w celu pobudzenia rozwoju społecznego i gospodarczego, przy wykorzystaniu zasobów naturalnych i kulturowych. Zakładają one inwestycje finansowe, mające na celu pobudzenie działalności gospodarczej oraz tworzenie nowych miejsc pracy (Bustingorry, 2016; Rosas Jaco, Almeraya Quintero, Guajardo Hernández, 2017). Od lat siedemdziesiątych XX wieku w Meksyku (z większym lub mniejszym powodzeniem) realizowane są zatem rozmaite programy, których intencją jest ochrona jego bogatego dziedzictwa kulturowego. Wśród nich są programy, które mają za zadanie poszukiwanie nowych możliwości promocji i rozwoju obszarów o charakterze peryferyjnym. Mają one aktywizować rozwój turystyki i gospodarki na terenach, na których zachowane jest ich dziedzictwo historyczne oraz lokalna kultura, a mimo to ich istnienie nie jest znane szerszej grupie odbiorców. Turystyka w Meksyku stanowi znaczący wkład w gospodarkę kraju, zatem jest ona szczególnie istotna jako element wspierający słabo rozwinięte tereny wiejskie w obszarach peryferyjnych. Z założenia programy aktywizacji mają na celu zmniejszenie nierówności występujących pomiędzy zacofanymi gospodarczo terenami wiejskimi kraju a rozwiniętymi aglomeracjami miejskimi. Powstanie programów promujących rozwój turystyki jest

też wynikiem koncentracji ruchu turystycznego na obszarach przybrzeżnych kraju, co powoduje potrzebę jego dywersyfikacji przestrzennej i produktowej.

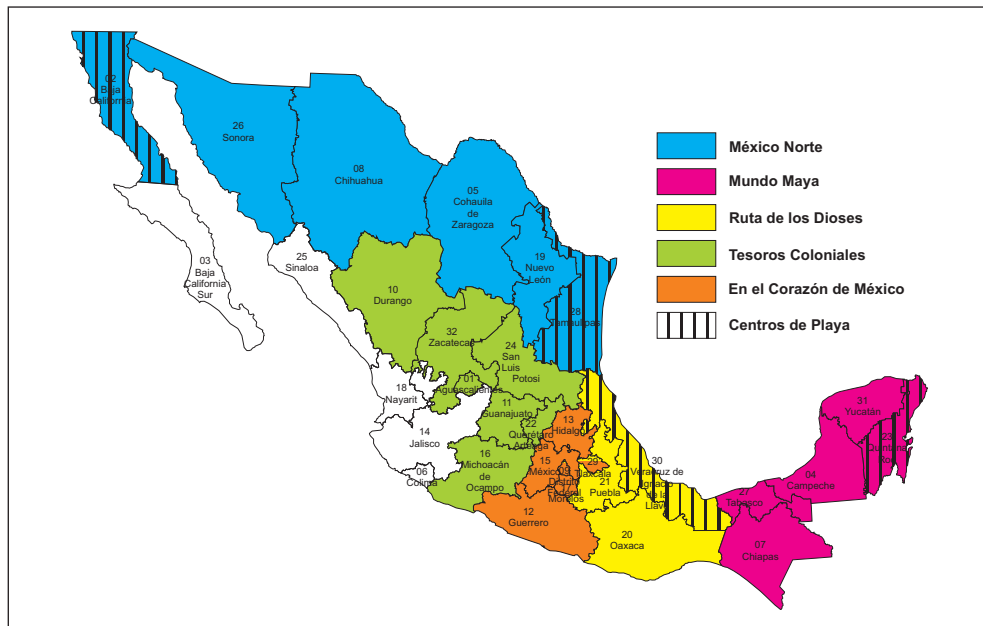
Celem artykułu jest przedstawienie programu Pueblos Mágicos w kontekście jego słabych i mocnych stron. Dokonana zostanie także próba oceny tego programu oraz nakreślenie wyzwań stojących przed SECTUR (Secretaría de Turismo), które jest głównym administratorem programów aktywizujących turystykę w Meksyku.

PROGRAM PUEBLOS MÁGICOS

Od 2001 roku SECTUR nadzoruje siedem programów regionalnych, których zadaniem jest aktywizacja społeczności lokalnych (położonych głównie w głębi kraju) poprzez m.in. prowadzenie wspólnej polityki marketingowej dotyczącej turystyki, a także dzięki stworzonym wspólnym planom rozwoju. Programy regionalne działające obecnie w Meksyku to (rycina 1):

- Programa México Norte – Baja California, Chihuahua, Coahuila, Nuevo León, Sonora i Tamaulipas;
- Programa Mundo Maya – Campeche, Chiapas, Quintana Roo, Tabasco i Yucatán;
- Programa Ruta de los Dioses – Oaxaca, Puebla, Tlaxcala, Veracruz i Distrito Federal;
- Programa Tesoros Coloniales – Aguascalientes, Durango, Guanajuato, Michoacán, Querétaro, San Luis Potosí i Zacatecas;
- Programa En el Corazón de México – Distrito Federal, Estado de México, Guerrero, Hidalgo, Morelos i Tlaxcala;
- Centros de Playa – Baja California, Sonora, Quintana Roo, Veracruz i Tamaulipas;
- Programa Pueblos Mágicos – na terenie całego kraju.

Rycina 1. Programy aktywizujące turystykę w Meksyku



Źródło: opracowanie własne

W tych programach zwraca się uwagę na rozwój różnych typów turystyki: wypoczynkowej, kulturowej, biznesowej itd. Mają one na celu poprawę funkcjonowania poszczególnych regionów turystycznych Meksyku oraz poprawę ich pozycji na rynku zarówno krajowym, jak i międzynarodowym. Zadaniem realizowanym w ramach omawianych regionów jest również wspólna promocja i tworzenie innowacyjnych produktów turystycznych w oparciu o badania rynkowe i techniki marketingowe. W niektórych programach zakładana jest również specjalizacja produktu na bazie specyfiki miejsca i dostępnych atrakcji turystycznych. Ważnym zadaniem, jakie w nich postawiono, jest podniesienie poziomu konkurencyjności i rentowności miejsc turystycznych oraz działających w branży firm.

Wśród tych programów szczególnym przypadkiem jest program Pueblos Mágicos (Magiczne miejscowości). Jako jedyny obejmuje swoim zasięgiem cały kraj i zakłada współpracę między władzami na różnych szczeblach administracji państwowej oraz agendami rządowymi. Program powstał w 2001 roku i ma na celu promocję unikalnych walorów turystycznych niewielkich miejscowości położonych na obszarach peryferyjnych, rozwój infrastruktury turystycznej w tych miejscach oraz stworzenie innowacyjnej oferty, zaspokajającej rosnące wśród turystów zapotrzebowanie na kulturę, umożliwiającą poznawanie lokalnych tradycji, promocję turystyki przygodowej oraz związanej z uprawianiem sportów ekstremalnych.

Program Pueblos Mágicos odgrywa w kraju szczególną rolę ze względu na swoje ukierunkowanie na rozwój lokalny (Pérez Corona, 2018). Początkowym celem projektu było ustrukturyzowanie oferty turystycznej na terenach peryferyjnych, przy wykorzystaniu historyczno-kulturowych walorów miejscowości. Lokalne społeczności, najczęściej położone w oddaleniu od najpopularniejszych w Meksyku destynacji turystycznych, charakteryzują się wyjątkowymi cechami, które postanowiono wykorzystać do stworzenia produktów turystycznych opartych m.in. na unikalnym rzemiośle, specyficznej gastronomii i lokalnych festiwalach. Dzięki położeniu daleko od ośrodków miejskich i dużych skupisk społeczności wiejskie dysponują różnorodnymi zasobami naturalnymi i kulturowymi. Założono zatem zwiększenie konkurencyjności tych miejscowości pod względem ich rozwoju jako destynacji związanych z uprawianiem m.in. turystyki przygodowej, sportów ekstremalnych, ekoturystyki, wędkarstwa sportowego (Bustingorry, 2016; Rodríguez Herrera, Pulido Fernández, Vargas Vásquez, Shaadi Rodríguez, 2018).

Program Pueblos Mágicos dąży do dywersyfikacji turystyki oraz wykorzystywania nowych możliwości i przestrzeni, które generują atrakcje związane z dziedzictwem materialnym i niematerialnym. Ma także na celu pozycjonowanie Meksyku jako międzynarodowej destynacji turystycznej (Bustingorry, 2016). Zgodnie z najnowszymi założeniami opublikowanymi przez SECTUR w 2017 roku, będącymi kontynuacją tez założycielskich program Pueblos Mágicos: „poszukuje sposobów na wykorzystanie naturalnych i (lub) kulturowych zasobów kraju, zwiększa zatrudnienie oraz zachęca do publicznych i prywatnych inwestycji w celu podniesienia poziomu dobrobytu ludności. Z tej perspektywy ogólnym celem programu jest: promowanie zrównoważonego rozwoju miejscowości mających cechy wyjątkowości i autentyczności przez wzmacnianie ich atrakcyjności marką wyjątkowości i prestiżu” (*Guía para la Integración...*, 2017).

Pueblo Mágico – Magiczna miejscowość – w założeniu ma charakteryzować się specyficznymi symbolicznymi atrybutami. Według Sekretariatu Turystyki Meksyku (SECTUR) Pueblo Mágico określane jest jako: „miejsce, które zachowało przed

nowoczesnością swoje historyczne, kulturowe i naturalne dziedzictwo i manifestuje to w różnych przejawach przez swoje dziedzictwo materialne i niematerialne. Pueblo Mágico to miejscowość, która ma symboliczne cechy, legendy, historię, transcendentne fakty, życie codzienne, magię, emanującą na różnych płaszczyznach społeczno-kulturowych, które stwarzają obecnie doskonałe możliwości do wykorzystania ich w turystyce. Program Pueblos Mágicos przyczynia się do przewartościowania poglądów dotyczących społeczeństwa, które zawsze istniało w zbiorowej wyobraźni narodu jako całość i kreuje świeże i alternatywne możliwości dla odwiedzających je osób” (*Guía para la Integración...*, 2017; *Pueblos Mágicos...*, 2018).

Najważniejszymi oficjalnymi celami programu Pueblos Mágicos są:

1. Opracowanie komplementarnej i zdywersyfikowanej oferty turystycznej nakierowanej na rozwój obszarów peryferyjnych kraju, gdzie istnieje wiele szczególnych miejsc charakteryzujących się istotnymi z punktu widzenia rozwoju turystyki walorami historyczno-kulturowymi.
2. Rozwój i promocja lokalnego rękodzieła, świąt, tradycji i gastronomii.
3. Przygotowanie specyficznych produktów turystycznych, takich jak przygoda, sporty ekstremalne, ekoturystyka, wędkarstwo itp.
4. Waloryzacja i wsparcie dla istniejących atrakcji turystycznych w tych obszarach, będących nowymi i alternatywnymi rozwiązaniami dla rosnącego zainteresowania ze strony turystów zarówno krajowych, jak i zagranicznych.

Miejscowość funkcjonująca w programie powinna mieć zatem swoją „magię”, która emanuje i przejawia się w każdym z aspektów jego funkcjonowania. Definicja magii jest dość niejednoznaczna, podobnie w różny sposób można rozumieć, czy dane miejsce posiada symboliczne atrybuty, historię i codzienność. To powoduje, że stosunkowo łatwo można zbliżyć się do tej kategorii lub odejść od niej (Bustingorry, 2016). Niejednoznaczność terminologii stwarza więc szerokie możliwości dla działalności władz lokalnych, które dzięki odpowiedniej interpretacji mają możliwość wykorzystania zasobów, którymi dysponuje dana miejscowość. Z drugiej strony jednak stanowi przestrzeń dla pojawiania się różnego rodzaju nadużyć, co jest szczególnie niebezpieczne właśnie w Meksyku – kraju borykającym się na każdym kroku z problemem korupcji. Dlatego też niezwykle istotnymi aktorami w tym procesie stają się działacze polityczni i społeczni, reprezentujący miejscowości bądź pretendujące do uczestnictwa w programie, bądź też już w nim partycypujące. Początkowa koncepcja programu zakładała określone kryteria, które musiały spełniać miejscowości, aby zostać włączone do programu i uzyskać status Pueblo Mágico. Wśród tych wytycznych znajdowało się m.in. zaangażowanie społeczności i władz lokalnych, tworzenie i funkcjonowanie instrumentów planowania i regulacji prac, działalność aktywizująca rozwój miejscowości, stworzenie indywidualnej oferty atrakcji turystycznych i usług oraz rozwój lokalnych umiejętności (Rodríguez Herrera, Pulido Fernández, Vargas Vásquez, Shaadi Rodriguez, 2018).

Wymogi, jakie obecnie stawiane są miejscowościom pretendującym do grona Pueblos Mágicos, dotyczą między innymi liczby mieszkańców – powinna przekraczać 20 tys. osób. Nie mogą ponadto znajdować się dalej niż dwie godziny drogą lądową od istniejących już i funkcjonujących większych ośrodków recepcyjnych ruchu turystycznego, dzięki czemu uzupełniają one ofertę turystyczną prezentowaną przez duże miasta meksykańskie (Bustingorry, 2016; Núñez Camarena, 2016). Pozostałe zadania, jakie stawiane są nowym i istniejącym miejscowościom to:

- przygotowanie komplementarnej i zróżnicowanej oferty turystycznej, opartej przede wszystkim na historyczno-kulturowych i naturalnych walorach miejscowości,
- wykorzystanie szczególnych cech miejscowości do kreowania nowych i udoskonalenia istniejących produktów turystycznych,
- wzrost wydatków na rzecz lokalnej społeczności,
- poprawa jakości oferowanych usług turystycznych,
- większa profesjonalność zatrudnionych pracowników,
- zachęcanie do nowych inwestycji,
- integracja działań prowadzonych przez miejscowości,
- reorganizacja działań w miejscowościach już znajdujących się w programie,
- promowanie rozwoju turystyki jako narzędzia dla zrównoważonego rozwoju w miejscowościach włączonych do programu (*Guía para la Integración...*, 2017).

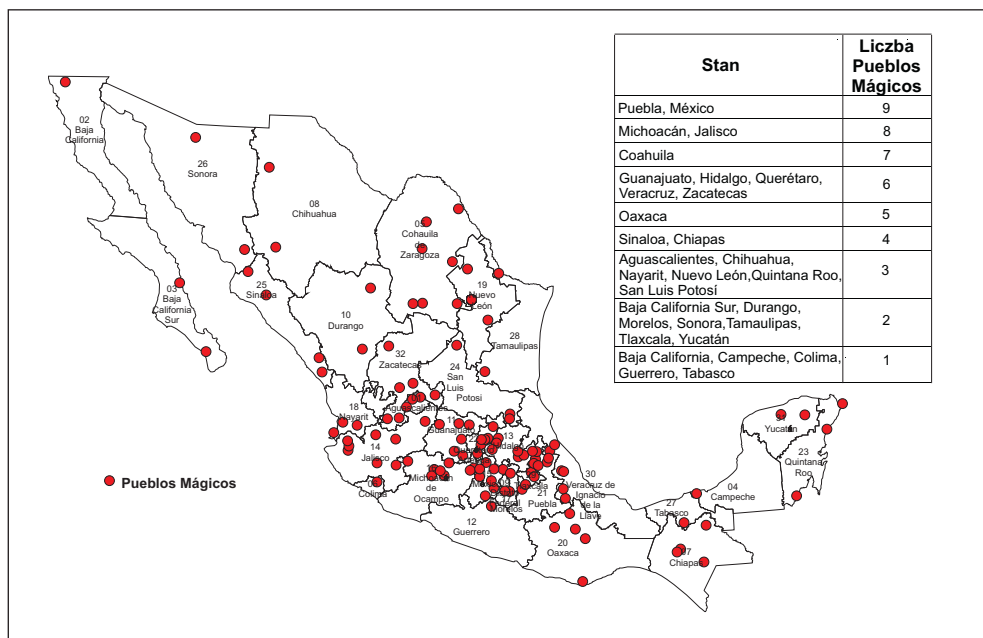
Władze miejscowości pretendującej do programu zobowiązane są do przedłożenia pełnej dokumentacji, obejmującej m.in. potwierdzenie utworzenia agendy administracyjnej zajmującej się turystyką, katalog dostawców usług turystycznych, inwentaryzację atrakcji turystycznych oraz plan rozwoju turystyki w miejscowości (*Guía para la Integración...*, 2017; Núñez Camarena, 2016). W zamian za spełnienie powyższych wymagań miejscowość otrzymuje przede wszystkim możliwość wykorzystywania logo i nazwy Pueblo Mágico, które stały się rozpoznawalną marką w ciągu kilkunastu lat funkcjonowania programu. Ponadto otrzymuje ona wsparcie finansowe od rządu federalnego z przeznaczeniem na poprawę funkcjonowania w zakresie infrastruktury, usług oraz wizerunku miasta. Fundusze przeznaczone mogą być m.in. na poprawę jakości lub rekultywację terenów turystycznych, tworzenie i rozwój produktów turystycznych, a także na doskonalenie jakości oferowanych usług (Bustingorry, 2016; Núñez Camarena, 2016).

PUEBLOS MÁGICOS W PRZESTRZENI MEKSYKU

W 2018 roku do programu Pueblos Mágicos włączonych było 121 miejscowości. Są to niewielkie z reguły miasta, rozproszone na terenie całego niemal kraju (rycina 2) i charakteryzujące się bardzo zróżnicowanymi walorami: związanymi zarówno ze środowiskiem naturalnym, jak i dziedzictwem kulturowym, pochodzącym i z przeszłości prekolumbijskiej, i okresu kolonialnego. Zauważyć można koncentrację tych miejscowości w centrum kraju: prawie 60% Pueblos Mágicos zlokalizowanych jest w jednym ze stanów znajdujących się w środkowej części Meksyku, pomiędzy Zatoką Meksykańską a wybrzeżem Pacyfiku (Núñez Camarena, 2016). Włączenie do programu nie jest jednak sytuacją stałą – miejscowości, które przestają z jakiegoś powodu spełniać warunki, są usuwane z listy. W 2008 roku z listy usunięto San Miguel de Allende (Guanajuato), które w tym czasie wpisane zostało na listę światowego dziedzictwa UNESCO. Z kolei trzy inne miejscowości straciły status Pueblo Mágico w 2009 roku ze względu na fakt, iż przestały spełniać założone w programie standardy. Dwa z usuniętych miast przywrócono ponownie na listę: w 2010 roku Tepoztlán (Morelos), a w 2012 roku Papantle (Veracruz).

Rycina 3 przedstawia liczbę miejscowości włączanych do programu od początku jego funkcjonowania. Uwagę zwracają lata 2012 i 2015, kiedy to w programie znalazło się rekordowo dużo nowych miejscowości – odpowiednio 35 i 28. Najprawdopodobniej

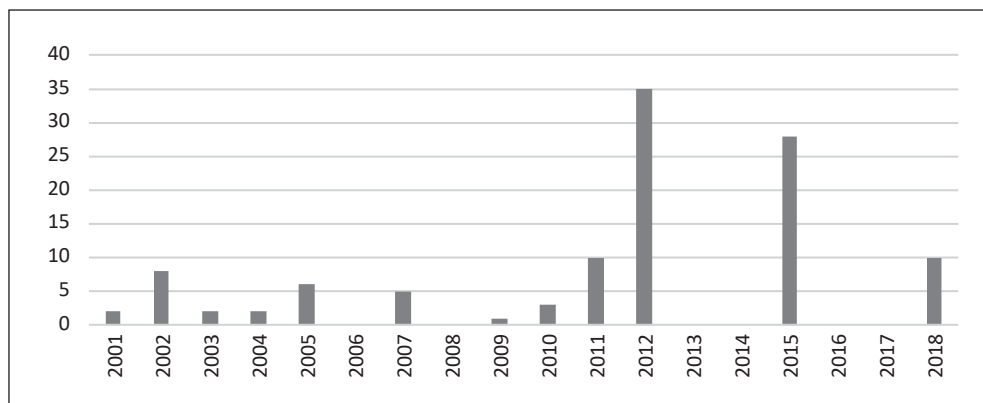
Rycina 2. Pueblos Mágicos w Meksyku



Źródło: opracowanie własne

na decyzji o przyłączeniu tak dużej liczby miejscowości w 2012 roku zaważyły względy polityczne. Włączanie większej liczby miast do programu w ciągu ostatnich lat prezydentury Felipego Calderona (2006–2012) wynikało z presji wywieranej przez polityków oraz burmistrzów miast, która skutkowała uzyskiwaniem środków finansowych na poziomie federalnym. Spotkało się to z silną krytyką, ponieważ uznano, że doszło do manipulacji przy nominacji kolejnych miast do programu (Armenta, 2014). Z kolei większa liczba miejscowości przyjętych do programu w 2015 roku była skutkiem wstrzymania nominacji dla nowych miejscowości w poprzednich dwóch latach.

Rycina 3. Liczba miejscowości włączanych do programu Pueblos Mágicos w latach 2001–2018



Źródło: opracowanie własne

MALINALCO I TEQUILA – PRZYKŁADY PUEBLOS MÁGICOS

Obecnie program Pueblos Mágicos obejmuje bardzo dużą grupę różnorodnych pod względem cech miejscowości. W czasie 17 lat trwania program ugruntował swoją markę, zaś logo jest powszechnie rozpoznawalne w kraju. Stał się on też upragnionym celem dla wielu miejscowości w obszarach peryferyjnych, które widzą w przynależności do niego swoją szansę na rozwój gospodarczy i społeczny. Literatura przedmiotu wskazuje jednak szereg problemów, których źródłem jest nie do końca kontrolowany intensywny rozwój turystyki w niewielkich miejscowościach.

W poprzednich latach przeprowadzano analizy skuteczności programu Pueblos Mágicos, bazując na wybranych przypadkach. Jeden z nich to gmina i miejscowość Malinalco, położona w południowo-zachodniej części stanu Meksyk. Zlokalizowana jest w odległości 60 km od miasta Toluca, w zasięgu oddziaływania jego obszaru metropolitalnego. Miejscowość Malinalco włączona została do programu w 2010 roku ze względu na swoje dziedzictwo związane z kulturami Tolteków, Teotihuacan, Matlatzinca i Azteków (fotografia 1). Szczególne znaczenie dla wyjątkowości tego miejsca miała działalność tych dwóch ostatnich kultur, po których pozostało do czasów współczesnych ważne stanowisko archeologiczne w Cuauhtinchan, z monolityczną piramidą świątynną, wyrzeźbioną bezpośrednio w zboczu górskim. Z okresu kolonialnego zachował się z kolei zespół klasztorny augustianów z XVI i XVIII wieku. Również z tego okresu pochodzi sanktuarium Señor de Chalma, jeden z najważniejszych ośrodków pielgrzymkowych w kraju.

Przeszłość historyczna oraz środowisko przyrodnicze Malinalco znajdują swoje odzwierciedlenie w wyjątkowej architekturze miejscowości. Doprowadziło to do znacznych inwestycji w duże projekty i prace infrastrukturalne: powstał tutaj klub golfowy, nowe drogi, hotele, restauracje, sklepy rzemieślnicze. Rozwinął się także znacząco

Fotografia 1. Malinalco – brama wjazdowa do miejscowości



Źródło: fot. autorów

handel nieruchomościami oraz działkami budowlanymi. Proces ten jednak, jak się ocenia, doprowadził do wielu konfliktów związanych z wykorzystaniem zasobów naturalnych (w szczególności wody) i kulturowych (Pérez Corona, 2018). Analizy omówione w literaturze identyfikują szereg problemów w tej miejscowości. Należą do nich przede wszystkim wzrost kosztów towarów i usług, problemy z segregacją i utylizacją odpadów, degradacja środowiska naturalnego. Pojawiły się również konflikty między władzami i inwestorami a lokalną społecznością, a także spory między ludnością zasiedlającą a nowymi mieszkańcami, którzy mają w Malinalco drugie domy. Poprawa warunków infrastrukturalnych jest jednym z czynników wpływających na poziom i jakość życia mieszkańców, a tym samym oddziałuje również na zwiększoną migrację do tych terenów (Winiarczyk-Raźniak, Raźniak, 2011; Raźniak, Winiarczyk-Raźniak, 2014). W przypadku omawianej miejscowości zwiększona liczba mieszkańców powoduje konflikty społeczne, które dotyczą użytkowania infrastruktury technicznej i drogowej, dostępu do zasobów ziemi i wody oraz transformacji kulturowej (Ramírez, Osorio, Nieto, Cortés, 2017; Pérez Corona, 2018).

Innym przykładem jest Tequila (fotografia 2), miejscowość położona w Obszarze Metropolitalnym Guadalajary – drugiego pod względem liczby mieszkańców miasta w Meksyku. Od wielu lat rozwój miasteczka podporządkowany jest produkcji napoju alkoholowego – tequili. Włączenie go do programu Pueblos Mágicos miało na celu rewitalizację centrum oraz jego promocję jako destynacji turystycznej, związanej z produkcją tego znanego na świecie alkoholu. Wśród wielu atrakcji, jakie można spotkać w Tequili, do najśłynniejszych należą: Hacienda i Destileria José Cuervo La Rojeña,

Fotografia 2. Centrum Tequili



Źródło: fot. autorów

Museo Nacional del Tequila, Tren Tequila Express oraz Parroquia de Santiago Apóstol i Santuario de la Santa Cruz. Miasto włączone zostało do programu Pueblo Mágico w 2003 roku, przede wszystkim dzięki staraniom niewielkiej grupy właścicieli najważniejszych firm z branży tequili, zainteresowanych wzięciem w nim udziału jako sposobu promowania wyjątkowego produktu (Hernández López, 2009). W Tequili istniała już uprzednio branża turystyczna, jednakże nie przynosiła zbyt wysokich dochodów. Dopiero bardziej zorganizowana, kompleksowa promocja spowodowała znaczny wzrost zainteresowania turystów tą destynacją.

Miasto liczy około 35 tys. mieszkańców, lecz zwraca uwagę dyktomia w podejmowanych inwestycjach w przestrzeni miasta. W związku z wejściem do programu w pierwszej kolejności dokonano rewitalizacji historycznego centrum, wyposażono je także w dwujęzyczne oznakowania. W kolejnych etapach rozbudowano bazę hotelową i gastronomiczną oraz poszerzono i wyremontowano główną drogę dojazdową do centrum. Jednakże kiedy J. Hernández López mówi o problemach miejscowości, stwierdza, że tereny peryferyjne kontrastują „(...) z magicznym centrum, które jest nie tylko bardzo widoczne i kolorowe, ale także ukrywa rzeczywiste warunki życia tradycyjnych ludzi (...)” (Hernández López, 2009: 56). Podczas przebudowy centrum nie brano pod uwagę zdania lokalnych społeczności, nie odbyły się też żadne konsultacje społeczne, zaś decydujący głos w tej sprawie mieli właściciele fabryk tequili, którzy zainicjowali proces włączenia miasta do programu.

Pozytywnym aspektem rozwoju turystyki związanej z wejściem do programu i skierowanej na promocję tequili jest wzrost liczby firm towarzyszących temu procesowi. Pojawiły się wytwórnie lokalnych pamiątek, produkujące m.in. beczki, szklanki, kieliszki, butelki i inne pamiątkowe przedmioty związane z tequilą i agawą. Zwiększyła się w ostatnich latach liczba hoteli i restauracji, dających większe zatrudnienie. Więcej inwestycji w niewielkie firmy wynikało z prowadzonej przez władze polityki udzielania korzystnych mikrokredytów (Hernández López, 2009). Co prawda, wiele z tych miejsc pracy zajęły wykwalifikowane kadry mieszkające na co dzień w Guadalajarze, lecz zwiększenie inwestycji spowodowało również rozwój firm, np. budowlanych, istniejących w samej Tequili i zatrudniających mieszkańców miasta. Z drugiej strony jednakże miasto zmaga się z coraz większymi problemami związanymi z utylizacją odpadów, wynikającymi ze zwiększonej liczby turystów. Z kontrastami w rewitalizacji miasta wiąże się wiele konfliktów społecznych, wynikających z braku dialogu z lokalną społecznością, pogłębieniem polaryzacji społecznej, a także poczuciem niesprawiedliwości i odsunięcia mieszkańców od procesów decyzyjnych. W ostatecznym rozrachunku stwierdzić należy, że przyłączenie do programu w przypadku Tequili miało na celu przyciągnięcie turystów do miasta, a w szczególności do wielkich destylarni, a w dalszej kolejności chodziło o zachowanie specyficznego dziedzictwa tequili. Równocześnie jednak nie zostały wzięte pod uwagę potrzeby mieszkańców, co spowodowało wzmocnienie procesów wykluczenia społecznego w zakresie projektowania, realizacji oraz osiąganych dzięki programowi korzyści gospodarczych (Hernández López, 2009).

KRYTYKA PROGRAMU

Studia dotyczące programu Pueblos Mágicos podkreślają potencjał sektora usług turystycznych w zakresie wzrostu gospodarczego, tworzenia miejsc pracy, akumulacji kapitału i konkurencyjności. Jednakże miasta włączone w latach 2011 i 2012 okazały się

nie być odpowiednio przygotowane do funkcjonowania w programie. W efekcie zbyt szybkiego włączania miast do programu i niejasnych kryteriów program zaczął tracić wiarygodność i dobrą markę. Konieczna stała się zatem weryfikacja wstępnych założeń oraz wprowadzenie większej kontroli.

Program zakłada rozwój infrastrukturalny miejscowości do niego włączonych dzięki celowemu finansowaniu. Jednakże w wielu miejscowościach dochodzi do polaryzacji przestrzennej tych inwestycji, które lokalizowane są głównie w miejscach najbardziej atrakcyjnych bądź planowanego rozwoju. Efektem tego są duże kontrasty w zainwestowaniu infrastrukturalnym w omawianych miejscowościach. Te różnice skutkują również konfliktami społecznymi, ponieważ mieszkańcy nie zgadzają się na odsuwanie dzielnic peryferyjnych od planów inwestowania w infrastrukturę (Jiménez Martínez, 2005; Shaadi Rodríguez, Pulido-Fernández, Rodríguez Herrera, 2017).

Wśród założeń programu ważnym elementem jest wsparcie dla rozwoju społeczności lokalnych przez wzrost wydatków na ich działalność. Udział lokalnej społeczności w tych projektach ma zasadnicze znaczenie, ponieważ działania, które zostaną przeprowadzone, będą realizowane przez mieszkańców i mają przynieść korzyści całej społeczności (Rosas Jaco, Almeraya Quintero, Guajardo Hernández, 2017). Jednakże planowana koordynacja działań pomiędzy różnymi agendami (federalnymi, stanowymi i miejskimi), która ma promować zrównoważoną turystykę i przynosić korzyści populacji przyjmującej, nie podlega odpowiedniej kontroli, która pozwoliłaby to zweryfikować. Często finansowanie lokalnych społeczności jest niewielkie lub żadne, zaś mieszkańcy otrzymują tylko zanieczyszczenia i śmieci pozostawione przez turystów. Duża część lokalnej populacji jest zatem wyłączona z inicjatyw i korzyści oferowanych przez program (Rojo Quintero, Llanes Guttierrez, 2009; López Levi, 2018). W wielu przypadkach mieszkańcy nie są świadomi możliwych korzyści płynących z programu (López Levi, 2018). Równocześnie zaś ponoszą negatywne konsekwencje wynikające z większej liczby turystów, do których należy wzrost cen towarów i usług w tych miejscowościach. Skutkuje to polaryzacją oraz wykluczeniem społecznym i ekonomicznym (Pérez Corona, 2018; Pérez Ramírez, Antolín Espinoza, 2016).

Jedną z najbardziej widocznych konsekwencji programu jest ingerencja w wizerunek Pueblo Mágico. Miasto (a w szczególności te jego części, które mają przyciągać turystów), jest odpowiednio upiększane – miejsce jest dekorowane dla zadowolenia turysty. Problemem jednakże jest proces decyzyjny w tym zakresie – o doborze kolorów, stylu architektonicznego i zmianach decydują najczęściej krajowe lub regionalne instytucje nadzorujące dziedzictwo kulturowe, z niewielkim udziałem lokalnych urzędników i prawie żadnym mieszkańców. Dominuje najczęściej tendencja do naśladowania kolonialnej przeszłości, co niekiedy prowadzi do symulacji tradycji, a nie do przywracania świetności budynkom. Często też za obowiązujący uznaje się wygląd budynków czy całych miejscowości, charakterystyczny dla centralnego Meksyku, który nie przystaje jednak do rzeczywistej fizjonomii miejscowości w innych częściach kraju. Widoczne są również zmiany w użytkowaniu ziemi wskutek tworzenia nowych przestrzeni turystycznych (restauracje, kluby, hotele, parki rozrywki), powodujące nieodwracalny zanik tradycyjnej tożsamości przekształcanych miejsc. Chęć poprawy wizerunku miasta spowodowała również wyprowadzenie niektórych funkcji na tereny peryferyjne. Przykładem tego jest przenoszenie placów targowych lub eksmisja ulicznych sprzedawców z placów miejskich (Hernández López, 2009; López Levi, 2018).

Bardzo trudnym problemem są zmiany, jakim ulega lokalne dziedzictwo kulturowe wskutek intensyfikacji ruchu turystycznego. Program zakłada m.in. promocję tego aspektu, co jednak często wiąże się z kreowaniem całkiem nowego obrazu kulturowego tego miejsca. Jest to efektem konsumpcyjnego podejścia do promocji turystyki w miastach Pueblos Mágicos, bez refleksji nad prawdziwą tożsamością tych miejscowości. Historia tych miejsc jest zmieniana bądź wymyślana na nowo, uatrakcyjniana przez dodanie np. opowieści o duchach, niesamowitych wydarzeniach historycznych lub tragicznych historiach miłosnych. „Poprawiane” są również tańce i kostiumy, coraz mniej mające wspólnego z rzeczywistym dziedzictwem regionu, „(...) przekształcając tożsamość i pamięć w spektakl dla konsumpcji coraz bardziej zglobalizowanej masy (...)” (Delgado, 2007: 96). W wielu przypadkach dochodzi do zamiany dziedzictwa kulturowego w produkt turystyczny, co prowadzi w wielu przypadkach do trywializacji tradycji, obyczajów, obrzędów, a także tradycyjnych zajęć i stylu życia (Bustingorry, 2016).

Kolejną kwestią wynikającą z intensywnego rozwoju turystyki i promocji miejscowości jest gentryfikacja. Wzrost atrakcyjności tych miejsc skutkuje przyciąganiem do nich nowych mieszkańców, wykupywaniem historycznych budynków w centrach miejscowości oraz migracjami ludności zasiedziałej na tereny peryferyjne (Rojo Quintero, Llanes Gutiérrez, 2009). Efektem wzrostu atrakcyjności tych terenów i wykupywania ich przez nowych mieszkańców jest wzrost cen nieruchomości (Pérez Corona, 2018).

Rozwój turystyki w obszarach peryferyjnych Meksyku dokonuje się w oparciu m.in. o atrakcyjność naturalnego krajobrazu. Niestety, nowe inwestycje związane z turystyką nie są poddawane kontroli, zarówno pod względem lokalizacji, jak i rodzaju działalności. Chociaż w programie zwraca się uwagę na zrównoważony rozwój, wskutek rozbieżnych wizji dotyczących wykorzystania lokalnych zasobów jest on mylnie rozumiany jako wykorzystanie krajobrazu w celu przyciągnięcia turystów (Pérez Corona, 2018). Następstwem tego w środku parków przyrody, jak w przypadku Pueblo Mágico Mineral del Chico w Hidalgo lub Valle de Bravo w stanie Meksyk, tworzone są parki linowe, tereny dla quadów oraz miejsca wspinaczkowe (López Levi, 2018).

WNIOSKI KOŃCOWE

Przegląd dostępnej literatury przedmiotu, raportów oraz źródeł internetowych wskazuje, że program Pueblos Mágicos niewątpliwie jest zjawiskiem bardzo złożonym. Pierwotne jego założenia były pozytywne i miały przynieść wiele korzystnych efektów. Jednakże brak od samego początku jasno zdefiniowanych kryteriów oraz kontroli stopnia realizacji założeń spowodował wystąpienie szeregu niekorzystnych zjawisk.

Program aktywizacji turystyki w obszarach peryferyjnych miał za zadanie przyczynić się do rozwoju lokalnego. Zwiększone finansowanie infrastruktury, promocji oraz rewitalizacji poprawiło wizerunek wielu miejscowości w programie. Spowodowało również napływ inwestycji, które pociągnęły za sobą wzrost liczby miejsc pracy, powstawanie nowych firm i zwiększenie zysków tych wcześniej istniejących. Dzięki programowi wiele miejsc zyskało też wsparcie w postaci odpowiedniej reklamy, co wskazało szerszej grupie odbiorców na możliwości odkrycia nowych, nieoczywistych destynacji turystycznych.

Zdaniem autorów rzeczywiste działania spowodowały jednak równocześnie wiele niekorzystnych skutków. Należą do nich pogłębianie się polaryzacji społecznej, kontrastów w warunkach życia społeczności lokalnych, niekontrolowana eksploatacja

zasobów naturalnych i kulturowych. Wiele miejscowości funkcjonujących w programie jest zarządzanych bez odpowiednich planów i strategii, które w założeniu miały zapewnić harmonię działań. Brak tych oficjalnych i zatwierdzonych administracyjnie narzędzi w rzeczywistości skutkuje wieloma konfliktami, bazującymi na sprzecznych interesach aktorów uczestniczących w działaniu programu.

Chociaż turystyka oznacza możliwość rozwoju gospodarczego, wiąże się z tym duże ryzyko, jeśli nie zostanie zachowane dziedzictwo kulturowe (materialne i niematerialne). Dziedzictwo to w wielu przypadkach traktowane jest jako zwykły artykuł konsumpcyjny, co oznacza, że coraz częściej postrzegane jest jako towar, w efekcie czego dochodzi do „disneylandyzacji” wielu miejsc atrakcyjnych z punktu widzenia turystyki kulturowej. Ważną kwestią jest również szacunek i troska o środowisko naturalne, w wielu miejscach silnie degradowane wskutek intensywnego i szybkiego rozwoju turystyki w obszarach inwestowanych w ramach różnych programów wspierających. Turystyka w programach aktywizacji obszarów peryferyjnych musi być ponadto elementem wsparcia dla lokalnych społeczności, zatem powinna skutkować korzyściami gospodarczymi i przyczynić się do poprawy jakości ich życia.

Program Pueblos Mágicos wymaga solidnego planu zarządzania, który zapewniłby prawidłowe funkcjonowanie systemu, a także niezbędnego, dogłębnego przeglądu dotychczasowych zasad (Lopez Levi, 2018). Należy zwrócić w nim uwagę na odpowiednie normy i zasady, uniemożliwiające spekulacje gruntami oraz wymuszające rzeczywiste, regularne i solidne prowadzenie konsultacji z lokalnymi społecznościami. Ułatwi to bieżącą identyfikację pojawiających się problemów lokalnych i podjęcie ewentualnych działań ograniczających niekorzystny wpływ intensyfikacji ruchu turystycznego na mieszkańców, dziedzictwo kulturowe oraz środowisko naturalne. Powinien być ponadto wdrożony system regularnej kontroli działania tego programu, a także bieżąca weryfikacja stopnia realizacji założeń programu Pueblos Mágicos.

Według autorów niniejszego opracowania korzystnym działaniem, zarówno dla funkcjonowania programu, jak i dla samych miejscowości mogłoby być częściowo zindywidualizowane podejście do poszczególnych Pueblos Mágicos na bazie rzetelnie przeprowadzonych konsultacji społecznych. Należałoby w nim obiektywnie określić ewentualne kierunki rozwoju każdego z nich w oparciu o wyjątkowe i specyficzne cechy tych miejscowości, a także ich możliwości i problemy. Opracowane na tej podstawie strategie rozwoju turystyki miałyby największą szansę na realizację przy równoczesnej minimalizacji negatywnych skutków.

Literatura References

- Armenta, G. (2014) (2018, 16 listopada). Cuál es la situación real de los Pueblos Mágicos. *Forbes México*. Pozyskano z <http://www.forbes.com.mx/develan-misteriosde-los-pueblos-Mágicos/>
- Bustingorry, F. (2016). Pueblos Mágicos. El proyecto de patrimonialización de localidades mexicanas para promover el turismo. *Ingeniería, Tecnología y Ciencias Aplicadas*, 1, 49–53.
- Delgado, M. (2007). Ciudades sin ciudad. La tematización „cultural” de los centros urbanos. W: D. Lagunas (red.). *Antropología y Turismo. Claves culturales y disciplinares*. Pachuca de Soto: Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo, 91–108.
- Guía para la Integración documental Pueblos Mágicos* (2017) (2018, 24 października). SECTUR. Pozyskano z https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/273030/Gui_a_2017_de_Incorporacio_n_2017.pdf

- Hernández López, J. (2009). Tequila: centro mágico, pueblo tradicional. ¿patrimonialización o privatización? *Andamios*, 6(12), 41–67.
- Jiménez Martínez, A.J. (2005). *Desarrollo turístico y Sustentabilidad. El caso de México*. México: Universidad Intercontinental, 191.
- López Levi L. (2018). Las territorialidades del turismo: el caso de los Pueblos Mágicos en México. *Ateliê Geográfico-Goiânia-GO*, 12(1), 6–24.
- Núñez Camarena, G.M. (2016). Los pueblos mágicos de México: mecanismo de la SECTUR para poner en valor el territorio. W: *Seminario Internacional de Investigación en Urbanismo*. Departament d'Urbanisme i Ordenació del Territori. Universitat Politècnica de Catalunya, Barcelona: DUOT.
- Pérez Corona, J. (2018). Desarrollo local y turismo en México. Pueblos Mágicos en regiones metropolitanas. W: *Desarrollo regional sostenible y turismo*. México: Universidad Nacional Autónoma de México y Asociación Mexicana de Ciencias para el Desarrollo Regional.
- Pérez Ramírez, C.A., Antolín Espinosa, D.I. (2016). Programa Pueblos Mágicos y desarrollo local: actores, dimensiones y perspectivas en El Oro, México. *Estudios Sociales*, 25(47), 219–243.
- Pueblos Mágicos, herencia que impulsan Turismo* (2018, 20 listopada). Secretaría de Turismo, Pozyskano z <https://www.gob.mx/sectur/articulos/pueblos-magicos-herencia-que-impulsan-turismo?idiom=es>
- Ramírez, I., Osorio, M., Nieto, C., Cortés, I. (2017). ¿Así son, así se imaginan ellos, o así los imaginamos? Reflexiones sobre las transformaciones socioterritoriales del turismo residencial en Malinalco, México. *Revista EURE – Revista De Estudios Urbano Regionales*, 43(129), 143–164.
- Raźniak, P., Winiarczyk-Raźniak, A. (2014). Influence of the societal security level on population migrations in Poland. *Procedia – Social and Behavioral Sciences*, 120, 2–12.
- Rodríguez Herrera, I.M., Pulido Fernández, J.I., Vargas Vásquez, A., Shaadi Rodriguez, R.M. (2018). Dinámica relacional en los Pueblos Mágicos de México. Estudio de las implicaciones de la política turística a partir del análisis de redes. *Turismo y Sociedad*, XXII, 85–104. doi: 10.18601/01207555.n22.05
- Rojo Quintero, S., Llanes Gutiérrez, R.A. (2009). Patrimonio y turismo: el caso del Programa Pueblos Mágicos. *Topofilia. Revista de Arquitectura, Urbanismo y Ciencias Sociales*, Centro de Estudios de América del Norte, El Colegio de Sonora, I(3), 1–15.
- Rosas Jaco, M.I., Almeraya Quintero, S.X., Guajardo Hernández, L.G. (2017). Los comités Pueblos Mágicos y el desarrollo turístico: Tepotzotlán y El Oro. *Agricultura, Sociedad y Desarrollo*, 14, 105–123.
- Secretaría de Turismo, SECTUR (2019, 2 lutego). Pozyskano z <http://www.sectur.gob.mx/programas/programas-regionales/>
- Shaadi Rodríguez, R.M.A., Pulido-Fernández, J.I., Rodríguez Herrera, I.M. (2017). El producto turístico en los Pueblos Mágicos de México. Un análisis crítico de sus componentes. *Revista de Estudios Regionales*, 108, 125–163.
- Winiarczyk-Raźniak, A., Raźniak, P. (2011). Regional differences In the standard of living in Poland (based on selected indices). *Procedia – Social and Behavioral Sciences*, 19, 31–36.

Anna Winiarczyk-Raźniak, dr, Uniwersytet Pedagogiczny w Krakowie, Wydział Geograficzno-Biologiczny, Instytut Geografii, Zakład Geografii Społeczno-Ekonomicznej. Do jej zainteresowań badawczych należy geografia społeczna Ameryki Łacińskiej, w szczególności zróżnicowanie etniczno-kulturowe, turystyka w Ameryce Łacińskiej oraz hierarchie miast światowych i funkcje kontrolno-zarządcze miast kreowane przez korporacje.

Anna Winiarczyk-Raźniak, PhD, Pedagogical University of Krakow, Faculty of Geography and Biology, Institute of Geography, Department of Socio-Economic Geography. Her research interests include social geography of Latin American countries, especially ethnic and cultural composition, tourism in Latin America and hierarchies of world cities and command and control functions of cities created by large corporations.

ORCID: 0000-0002-5276-5297

Adres/address:

Uniwersytet Pedagogiczny w Krakowie
Instytut Geografii
Zakład Geografii Społeczno-Ekonomicznej
ul. Podchorążych 2, 30-084 Kraków, Polska
e-mail: anna.winiarczyk-razniak@up.krakow.pl

Piotr Rażniak, dr, Uniwersytet Pedagogiczny w Krakowie, Wydział Geograficzno-Biologiczny, Instytut Geografii, Zakład Geografii Społeczno-Ekonomicznej. Do jego zainteresowań badawczych należą problemy gospodarcze miast, hierarchie miast światowych, problemy funkcjonowania obszarów metropolitalnych oraz funkcje kontrolno-zarządcze miast kreowane przez korporacje.

Piotr Rażniak, PhD, Pedagogical University of Krakow, Faculty of Geography and Biology, Institute of Geography, Department of Socio-Economic Geography. His research interests include corporations, hierarchies of world cities, problems of functioning of metropolitan areas, spatial structure of corporations and command and control functions of cities created by large corporations.

ORCID: 0000-0001-9757-7022

Adres/address:

Uniwersytet Pedagogiczny w Krakowie
Instytut Geografii
Zakład Geografii Społeczno-Ekonomicznej
ul. Podchorążych 2, 30-084 Kraków, Polska
e-mail: piotr.razniak@up.krakow.pl

MICHAŁ JASIŃSKI

Szkoła Główna Handlowa w Warszawie, Polska
Warsaw School of Economics, Poland

Turystyka i pomoc rozwojowa a poziom rozwoju społeczno-ekonomicznego w państwach Południa o niekorzystnym położeniu geograficznym oraz najsłabiej rozwiniętych

Tourism and Development Aid and the Socio-Economic Development Level of Geographically Disadvantaged and Least Developed Countries

Streszczenie: Przedmiotem artykułu jest zbadanie stopnia znaczenia eksportu produktu turystycznego i pomocy rozwojowej oraz poziomu rozwoju społeczno-ekonomicznego w 83 państwach (Globalnego) Południa, spośród których wyróżniono państwa o tzw. niekorzystnym położeniu geograficznym oraz najsłabiej rozwinięte. Stopień znaczenia eksportu produktu turystycznego (nasylenia gospodarki turystyką) wyznaczono w oparciu o skonstruowany na potrzeby badania wskaźnik eksportu produktu turystycznego w gospodarce (WEPTG). Stopień znaczenia pomocy rozwojowej wyliczono przy zastosowaniu (skonstruowanego na potrzeby badania) wskaźnika pomocy rozwojowej w gospodarce (WPRG). Za wskaźnik poziomu rozwoju społeczno-gospodarczego przyjęto wskaźnik rozwoju społecznego (HDI) i jego miernik częściowy zamożność (dochód narodowy brutto *per capita*). Przeprowadzone analizy wykazały, że rozwój gospodarki turystycznej i związany z nią eksport produktu turystycznego był większy i bardziej znaczący dla procesów pobudzenia rozwoju w państwach o wyższym jego poziomie. W przypadkach zaś niskiego poziomu rozwoju większe znaczenie (i wyższe wpływy) były z pomocy rozwojowej. Dalsza analiza potwierdziła, że zjawisko „monokultury turystycznej” jest charakterystyczne tylko dla podgrupy małych, rozwijających się gospodarek wyspiarskich. Natomiast „monokultura pomocowa” występuje nie tylko w części małych państw wyspiarskich, ale również w niektórych państwach z grupy o większym potencjale rozwojowym. Za zjawisko niosące ze sobą większe zagrożenie z perspektywy rozwojowej uznano drugie z nich. Wyniki badania stanowią argument w dyskusji nad oceną proeksportowej specjalizacji turystycznej, przemawiający na jej korzyść.

Abstract: The aim of the article is to analyse the significance of the tourist product export and development aid, as well as the level of socio-economic development in 83 countries of the Global South. These countries have been grouped due to geographical features that significantly inhibit socio-economic development: 1) small island developing states, and 2) land-locked developing countries. These countries have been identified for the purposes of the article as countries with geographical disadvantage. In addition, a group of the least developed countries was distinguished. The significance of the tourist product export was measured by the tourism export index (WEPTG) constructed for the needs of the study. The degree of importance of development assistance (aid) was measured by the development aid in the economy (WPRG). The level

of socio-economic level was assessed with the use of Human Development Index (HDI) and Gross National Income (GNI) per capita. The analysis shows that economies with high WEPTG were on the highest economic development level. Further analysis assets that "tourism monoculture" is significant only in small island developing states but "aid monoculture" occurs in some small states and in countries with bigger development opportunities. The research results shows that tourism specialisation in most of the analysed countries have positive aspects.

Słowa kluczowe: Południe; pomoc rozwojowa; turystyka międzynarodowa

Keywords: development aid; international tourism; the South

Otrzymano: 11 stycznia 2019

Received: 11 January 2019

Zaakceptowano: 1 maja 2019

Accepted: 1 May 2019

Sugerowana cytacja / Suggested citation:

Jasiński, M. (2019). Turystyka i pomoc rozwojowa a poziom rozwoju społeczno-ekonomicznego w państwach Południa o niekorzystnym położeniu geograficznym oraz najsłabiej rozwiniętych. *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego*, 33(3), 127–147. doi: 10.24917/20801653.333.9

WSTĘP

W literaturze przedmiotu od wielu dziesięcioleci trwa debata, której celem jest próba udzielenia jednoznacznej odpowiedzi na pytanie, czy specjalizacja turystyczna (eksport produktu turystycznego) przyczynia się do pobudzenia procesów rozwoju społeczno-ekonomicznego, czy też rozwiązaniem problemów zacofania w państwach (Globalnego) Południa jest pomoc rozwojowa (*Official Development Assistance* – ODA). Dylemat ten stał się pretekstem do zbadania turystyki międzynarodowej i pomocy rozwojowej w grupie 83 państw Południa, z których wyróżniono państwa o tzw. niekorzystnym położeniu geograficznym oraz najsłabiej rozwinięte.

Za cel badania postawiono sobie przede wszystkim udzielenie odpowiedzi na dwa zasadnicze pytania: czy rozwój gospodarki turystycznej i związany z nią eksport produktu turystycznego był większy i bardziej znaczący dla procesów pobudzenia rozwoju w państwach o wyższym jego poziomie, czy też w państwach o niskim poziomie rozwoju większe znaczenie (i wyższe wpływy) miała pomoc rozwojowa? I drugie pytanie – czy duże państwa Południa (będące przedmiotem badania) narażone są na zjawisko monokultury turystycznej albo na monokulturę pomocową oraz które ze zjawisk wydaje się być bardziej niebezpieczne w perspektywie rozwojowej?

CECHY I PODSTAWOWE PROBLEMY ROZWOJOWE PAŃSTW POŁUDNIA O NIEKORZYSTNYM POŁOŻENIU GEOGRAFICZNYM ORAZ NAJSŁABIEJ ROZWINIĘTYCH

Państwa o niekorzystnym położeniu geograficznym zostały wyróżnione spośród państw Południa (rozwijających się) ze względu na negatywne skutki oddziaływania geograficznych barier rozwojowych¹. W tej grupie wydzielono dwie podgrupy: małe

¹ Koncepcje z zakresu ekonomii rozwoju wyjaśniające mechanizmy „głębokiego źródła rozwoju (nie-dorozwoju)”, odpowiadające za sukcesy i porażki procesów rozwoju społeczno-ekonomicznego, można podzielić na trzy główne nurty. Pierwszy zwraca uwagę na czynnik geograficzny. Ma on w pełni wymiar egzogeniczny. Do głównych elementów wchodzących w jego skład należy zaliczyć m.in.: klimat, zasoby naturalne oraz położenie geograficzne (bliskość rynków zbytu, izolacja terytorialna itp.). Zgodnie z perspektywą

rozwijające się państwa wyspiarskie (*Small Island Developing States* – SIDS) oraz rozwijające się państwa bez dostępu do morza (śródlądowe) (*Landlocked Developing Countries* – LLDCs) (UNCTAD, 1973, 2010; Dudziński, 1986, 1992; Jasiński, 2017c; Jasiński, Górską, 2018).

Geograficzne bariery rozwojowe w obu podgrupach determinują (hamują) rozwój społeczno-gospodarczy w odmienny sposób. Małe gospodarki wyspiarskie cechuje specyficzna „kruchosć” czy też „wrażliwość” (*vulnerability*), wynikająca z małych rozmiarów, ograniczonych zasobów naturalnych, izolacji oraz klęsk żywiołowych. Determinuje to m.in. wąską specjalizację i marginalne znaczenie SIDS w handlu międzynarodowym. Państwa te nie są w stanie skorzystać z efektu skali, uzależnione są od importu, charakteryzują się niskim stopniem wykorzystania zasobów pracy, kulturową dominacją Północy, wysokimi kosztami transportu, infrastruktury i administracji oraz wysoką podatnością na działalność przestępczą (m.in. pranie brudnych pieniędzy, narkotyki i korupcję) (Dudziński, 1992; Encontre, 2004; Hein, 2004; UNCTAD, 2010; Jasiński, 2017b, 2017c, 2018b).

Podstawową konsekwencją braku dostępu do morza jest konieczność korzystania przez rozwijające się państwa śródlądowe z usług tranzytowych. Powoduje to nie tylko „uzależnienie” ekonomiczne, ale również polityczne od sąsiedzkich państw świadczących tego typu usługi. Wysokie koszty transportu powodują, że realne wpływy z eksportu w LLDCs są niższe od dochodów uzyskiwanych z eksportu (podobnych) towarów przez państwa o korzystniejszym położeniu transportowym. Zjawisko to oddziałuje negatywnie na całą gospodarkę, szczególnie że większość z nich cechuje monokultura rolna-surowcowa (Dudziński, 1992; Faye, McArthur, Sachs, Snow, 2004; UNCTAD, 2010; Jasiński, 2017c; Jasiński, Górską, 2018).

Część z państw o niekorzystnym położeniu geograficznym ma również cechy państw najślabiej rozwiniętych (*Least Developed Countries* – LDCs). Do tej kategorii zaliczane są jednostki geopolityczne, w których występują z reguły wszystkie (negatywne) cechy gospodarek Południa (por. Piasecki, 2003; 2007; Czaplicka, 2007) i zachodzą tam wszystkie (lub prawie wszystkie) mechanizmy „głębokich źródeł niedorozwoju”. W wyniku tego LDCs potrzebują szczególnej uwagi (wsparcia) ze strony organizacji międzynarodowych. Są państwami najbardziej zacofanymi – najsilniej potrzebującymi pomocy zagranicznej (Dudziński, 1986, 1992; UNCTAD, 2010, 2018; Jaskiewicz, Łatoszek, 2013).

„szkoły geograficznej” czynnik ten może mieć rozstrzygające znaczenie dla szans rozwojowych danego kraju. Drugi nurt wyróżnia podejście instytucjonalne. W tym przypadku źródła porażek leżą w obszarze złych, toksycznych instytucji, nieefektywnych reguł gry ekonomicznej, które hamują (blokuje) planowany postęp. Kłopot stanowić mogą źle zabezpieczone prawa własności, wysokie ryzyko w obrocie towarowym, problemy korupcji czy brak (wielu) instytucji redukujących koszt transakcyjne. Zwolennicy podejścia „instytucjonalnego” postrzegają niedorozwój raczej jako czynnik o wewnętrznym charakterze. Zgodnie z tą perspektywą nie należy go szukać poza daną gospodarką. Trzeci z nurtów postrzega jako warunek (szybkiego) rozwoju integrację z gospodarką światową. Wiąże się to z rozwojem handlu oraz możliwie pełnym otwarciem własnej gospodarki – przeprowadzeniem liberalizacji na rynkach towarowych i kapitałowych. Podstawowym argumentem przedstawicieli trzeciego punktu widzenia jest stwierdzenie, że gospodarki otwarte rozwijają się szybciej niż zamknięte (Rodrik, 2002; Rodrik, Subramanian, 2003; Garbicz, 2012).

WSKAŹNIKI EKSPORTU PRODUKTU TURYSTYCZNEGO I POMOCY ROZWOJOWEJ W GOSPODARCE SIDS, LLDCs ORAZ W POZOSTAŁYCH LDCs

Zgodnie z najnowszą klasyfikacją (UNCTAD, 2018) na potrzeby analizy przyjęto 83 państw – 28 z nich posiada cechy SIDS, w tym siedem jest klasyfikowanych jako najslabiej rozwinięte; 32 o cechach LLDCs, z czego 17 najslabiej rozwiniętych państw bez dostępu do morza) oraz (łącznie) 47 państw najslabiej rozwiniętych – zob. tabele 1, 2, 3².

*Tabela 1. Wskaźniki eksportu turystycznego w gospodarce (WEPTG), pomocy rozwojowej w gospodarce (WPRG) w 2016 roku, rozwoju społecznego (HDI) oraz zamożności (dochód narodowy brutto *per capita*) w małych rozwijających się państwach wyspiarskich (SIDS) w 2017 roku*

Państwo	WEPTG	WPRG	HDI	Dochód narodowy brutto <i>per capita</i> (w PPP, w tys. dol.)
Antigua i Barbuda	0,650323	0,000154	0,780	20,764
Bahamy	0,627506	0,000000	0,807	26,681
Barbados	0,370384	0,000000	0,800	15,843
Dominika	0,430412	0,031073	0,715	8,344
Federacyjne Stany Mikronezji	0,066543	0,203784	0,627	3,843
Fidzi	0,294592	0,147550	0,741	8,324
Grenada	0,567201	0,022586	0,772	12,864
Jamajka	0,386084	0,031297	0,732	7,846
Kiribati*	0,015342	0,275127	0,612	3,042
Malediwy	0,981593	0,040476	0,717	13,567
Mauritius	0,319936	0,050773	0,790	20,189
Nauru	0,000000	0,325694	–	18,573
Palau	0,643411	0,137483	0,798	12,831
Republika Zielonego Przylądka	0,186647	0,199899	0,654	5,983
Samoa	0,152502	0,225503	0,713	5,909
Seszele	0,490607	0,014484	0,797	26,077
St. Kitts i Nevis	0,509510	0,000000	0,778	23,978
St. Lucia	0,559584	0,031756	0,747	11,695
St. Vincent i Grenadyny	0,285413	0,026675	0,723	10,499
Timor Wschodni*	0,023604	0,347162	0,625	6,846
Trynidad i Tobago	0,103635	0,000000	0,784	28,622
Tuvalu*	0,056575	0,785868	–	5,888
Vanuatu*	0,292081	0,316204	0,603	2,995
Wyspy Marshalla	0,024713	0,071938	0,708	5,125
Wyspy Salomona*	0,053067	0,352273	0,546	1,872
Wyspy Św. Tomasza i Książęca*	0,161805	0,179703	0,589	2,941
Wyspy Tonga	0,108397	0,309966	0,726	5,547
Związek Komorów*	0,052331	0,138149	0,503	1,399

* Państwa klasyfikowane jako najslabiej rozwinięte małe państwa wyspiarskie.

Źródło: obliczenia na podstawie Bank Światowy (2018) oraz UNDP (2018)

² Klasyfikacja UNCTAD budzi liczne kontrowersje, szczególnie w przypadku SIDS (por. Encontre, 2004; Hein, 2004; Jasiński, 2017b, 2018a, 2018b).

Tabela 2. Wskaźniki eksportu turystycznego w gospodarce (WEPTG), pomocy rozwojowej w gospodarce (WPRG), rozwoju społecznego (HDI) oraz zamożności (dochód narodowy brutto *per capita*) w rozwijających się państwach bez dostępu do morza (LLDCs) w 2016 roku

Państwo	WEPTG	WPRG	HDI	Dochód narodowy brutto <i>per capita</i> (w PPP, w tys. dol.)
Afganistan*	0,021170	0,634031	0,498	1,824
Armenia	0,766259	0,254848	0,755	9,144
Azerbejdżan	0,803254	0,013122	0,757	15,600
Bhutan*	0,432189	0,141165	0,612	8,065
Boliwia	0,236446	0,176605	0,693	6,714
Botswana	0,711154	0,081076	0,717	15,534
Burkina Faso*	0,059770	0,234571	0,423	1,650
Burundi*	0,005592	0,368169	0,417	0,702
Czad*	0,000000	0,168125	0,404	1,750
Etiopia*	0,352345	0,365291	0,463	1,719
Kazachstan	0,270105	0,001685	0,800	22,626
Kirgistan	0,455101	0,252472	0,672	3,255
Laos*	0,357233	0,152107	0,601	6,070
Lesotho*	0,127366	0,133383	0,520	3,255
Macedonia	0,235520	0,173596	0,757	2,505
Malawi*	0,047545	0,386287	0,477	1,064
Mali*	0,075963	0,268137	0,427	1,953
Mołdawia	0,339303	0,237152	0,700	5,554
Mongolia	0,279710	0,262263	0,741	10,103
Nepal*	0,180329	0,228227	0,574	2,471
Niger*	0,111469	0,144036	0,354	0,906
Paragwaj	0,128201	0,075475	0,702	8,380
Republika Środkowej Afryki*	0,226820	0,456632	0,367	0,663
Rwanda*	0,354231	0,360386	0,524	1,811
Suazi (Eswatini)	0,027603	0,248159	0,588	7,620
Sudan Południowy*	0,045624	0,846617	0,388	0,963
Tadżykistan	0,139076	0,119048	0,650	3,317
Turkmenistan	0,000000	0,012229	0,706	15,594
Uganda*	0,247005	0,242007	0,516	1,658
Uzbekistan	0,000000	0,053270	0,710	6,470
Zambia*	0,256661	0,202053	0,588	3,557
Zimbabwe	0,087054	0,145745	0,535	1,683

* Państwa klasyfikowane jako najslabiej rozwinięte bez dostępu do morza.

Źródło: obliczenia własne

Tabela 3. Wskaźniki eksportu turystycznego w gospodarce (WEPTG), pomocy rozwojowej w gospodarce (WPRG), rozwoju społecznego (HDI) oraz zamożności (dochód narodowy brutto *per capita*) w pozostałych państwach najslabiej rozwiniętych (LDCs) w 2016 roku

Państwo	WEPTG	WPRG	HDI	Dochód narodowy brutto <i>per capita</i> (w PPP, w tys. dol.)
Angola	0,430197	0,012298	0,581	5,790
Bangladesz	0,283599	0,270925	0,608	3,677
Benin	0,207805	0,154182	0,515	2,061
Birma	0,274813	0,203410	0,578	5,567
Dżibuti	0,334724	0,373936	0,476	3,392
Erytrea	0,000000	0,089912	0,440	1,750
Gambia	0,717158	0,157438	0,460	1,516
Gwinea	0,024045	0,169177	0,459	2,067
Gwinea-Bissau	0,453449	0,329267	0,455	1,552
Haiti	0,783403	0,369815	0,498	1,665
Jemen	0,061959	0,352315	0,452	1,239
Kambodża	0,685483	0,159362	0,582	3,413
Kongo (Rep. Demokratyczna)	0,501445	0,157052	0,457	0,796
Liberia	0,670747	0,799745	0,435	0,667
Madagaskar	0,334796	0,149946	0,519	1,358
Mauretania	0,211764	0,169130	0,520	3,592
Mozambik	0,315922	0,369253	0,437	1,093
Senegal	0,291389	0,177622	0,505	2,384
Sierra Leone	0,096891	0,420415	0,419	1,240
Somalia	0,000000	0,404939	–	–
Sudan	0,094938	0,096466	0,502	4,119
Tanzania	0,456833	0,333319	0,538	2,655
Togo	0,127164	0,064944	0,503	1,453

Źródło: obliczenia własne

W celu pełniejszego wykazania ekonomicznego znaczenia turystycznej specjalizacji proeksportowej (eksportu produktu turystycznego) dla analizowanych 83 państw zastosowano, dla poszczególnych podgrup SIDS, LLDCs i LDCs, wskaźnik eksportu produktu turystycznego w gospodarce (WEPTG). Konstrukcja tego indeksu uwzględnia trzy ujęcia gospodarczego znaczenia zagranicznego przyjazdowego ruchu turystycznego.

Pierwszym są łączne wpływy z tego tytułu (*tourism receipts*), określone jako eksport produktu turystycznego, co na potrzeby dalszych rozważań zapisano jako EPT. Drugim jest odniesienie tych wpływów do całej gospodarki (produktu krajowego brutto) – co ujęto jako EPT/PKB (w odsetkach). Trzecim jest przeliczenie łącznych wpływów z eksportu produktu turystycznego na jednego (stałego) mieszkańca – co zapisano jako EPT *per capita* – zob. tabele 4, 6, 8.

Uzyskane trzy wartości zestawiono przy zastosowaniu wzoru:

$$(X - X_{\min}) : (X_{\max} - X_{\min}) \quad [1]$$

otrzymując wartości EPT, EPT/PKB oraz EPT *per capita* dla poszczególnego (X) państwa.

Następnie uzyskane wartości podstawiono do wzoru:

$$WEPTG_x = (EPT_x \times 25\%) + (EPT/PKB_x \times 50\%) + (EPT \text{ per capita}_x \times 25\%) \quad [2]$$

uzyskując wysokość WEPTG dla poszczególnego (X) państwa z danej podgrupy (SIDS, LLDCs, LDCs).

Tabela 4. Eksport produktu turystycznego i WEPTG w SIDS w 2016 roku

Państwo	Eksport produktu turystycznego			EPT	EPT/PKB	EPT per capita	WEPTG _{SIDS}
	w mln dol.	do PKB (%)	per capita (w dol.)	$(X - X_{\min}) : (X_{\max} - X_{\min})$			
Antigua i Barbuda	693,0	47,5	6 794,1	0,241969	0,700590	0,958144	0,650323
Bahamy	2 627,0	22,2	6 650,6	0,917249	0,327434	0,937906	0,627506
Barbados	992,0	21,9	3 468,5	0,346369	0,323009	0,489148	0,370384
Dominika	235,0	40,4	3 175,7	0,082053	0,595870	0,447856	0,430412
Federacyjne Stany Mikronezji	25,0	7,6	235,8	0,008729	0,112094	0,033254	0,066543
Fidżi	1 037,0	22,2	1 144,6	0,362081	0,327434	0,161418	0,294592
Grenada	510,0	48,3	4 722,2	0,178073	0,712389	0,665952	0,567201
Jamajka	2 539,0	18,1	878,5	0,886522	0,266962	0,123891	0,386084
Kiribati	3,4	1,9	29,3	0,001187	0,028024	0,004132	0,015342
Malediwy	2 864,0	67,8	6 568,8	1,000000	1,000000	0,926370	0,981593
Mauritius	1 824,0	14,9	1 441,9	0,636872	0,219764	0,203345	0,319936
Nauru	0,0	0,0	0,0	0,000000	0,000000	0,000000	0,000000
Palau	156,0	51,5	7 090,9	0,054469	0,759587	1,000000	0,643411
Republika Zielonego Przylądka	39,3	24,5	72,0	0,013722	0,361357	0,010154	0,186647
Samoa	126,4	16,1	644,9	0,044134	0,237463	0,090948	0,152502
Seszele	505,0	35,4	5 260,4	0,176327	0,522124	0,741852	0,490607
St. Kitts i Nevis	331,0	36,4	6 018,2	0,115573	0,536873	0,848722	0,509510
St. Lucia	770,0	46,2	4 301,7	0,268855	0,681416	0,606651	0,559584
St. Vincent i Grenadyny	208,0	27,2	1 890,9	0,072626	0,401180	0,266666	0,285413
Timor Wschodni	58,0	2,3	44,8	0,020251	0,033923	0,006318	0,023604
Trynidad i Tobago	708,0	3,2	517,2	0,247207	0,047198	0,072939	0,103635
Tuvalu	2,4	6,6	218,2	0,000838	0,097345	0,030772	0,056575
Vanuatu	254,0	32,2	920,3	0,088687	0,474926	0,129786	0,292081
Wyspy Marshalla	5,4	2,8	101,9	0,001885	0,041298	0,014371	0,024713
Wyspy Salomona	71,0	5,8	116,2	0,024791	0,085546	0,016387	0,053067
Wyspy Św. Tomasza i Książęca	69,2	19,5	339,2	0,024162	0,287611	0,047836	0,161805
Wyspy Tonga	48,1	12,0	445,4	0,016795	0,176991	0,062813	0,108397
Związek Komorów	39,3	6,4	48,3	0,013722	0,094395	0,006812	0,052331

Źródło: obliczono na podstawie Bank Światowy (2018)

Analogiczną perspektywę zastosowano dla pełniejszego wykazania ekonomicznego znaczenia pomocy rozwojowej w analizowanych SIDS, LLDCs i LDCs. Konstrukcja indeksu pomocy rozwojowej w gospodarce (WPRG) opiera się, tak samo jak WEPTG, na trzech ujęciach gospodarczego znaczenia pomocy rozwojowej. Pierwsze to łączne wpływy z tego tytułu – zapisane symbolicznie jako PR. Drugim jest odniesienie środków pomocowych do produktu narodowego brutto danej gospodarki – co oznaczono symbolicznie jako PR/PNB (w odsetkach). Trzecim zaś przeliczenie pomocy rozwojowej na jednego mieszkańca (PR *per capita*) – zob. tabele 5, 7, 9. Uzyskane trzy wartości (analogicznie jak w przypadku WEPTG) podstawiono do wzoru:

$$(X - X_{\min}) : (X_{\max} - X_{\min}) \quad [3]$$

uzyskując wartości PR, PR/PNB oraz PR *per capita* dla danego (X) państwa.

Następnie uzyskane wartości podstawiono do wzoru:

$$WPRG_x = (PR_x \times 25\%) + (PR/PNB_x \times 50\%) + (PR \text{ per capita}_x \times 25\%) \quad [4]$$

uzyskując wysokość WPRG dla poszczególnego (X) państwa z danej podgrupy (SIDS, LLDCs, LDCs).

Tabela 5. Pomoc rozwojowa i WPRG w SIDS w 2016 roku

Państwo	Pomoc rozwojowa			PR	PR/PNB	PR <i>per capita</i>	WPRG _{SIDS}
	w mln dol.	do PNB (%)	<i>per capita</i> (w dol.)	$(X - X_{\min}) : (X_{\max} - X_{\min})$			
Antigua i Barbuda	0,1	0,0	0,8	0,000352	0,000000	0,000264	0,000154
Bahamy	0,0	0,0	0,0	0,000000	0,000000	0,000000	0,000000
Barbados	0,0	0,0	0,0	0,000000	0,000000	0,000000	0,000000
Dominika	8,6	1,5	115,6	0,036771	0,024712	0,038099	0,031073
Federacyjne Stany Mikronezji	51,3	13,2	484,2	0,220627	0,217463	0,159581	0,203784
Fidżi	109,6	2,4	121,0	0,471242	0,039539	0,039879	0,147550
Grenada	8,7	0,8	80,6	0,037420	0,013180	0,026564	0,022586
Jamajka	26,9	0,2	9,3	0,115534	0,003295	0,003065	0,031297
Kiribati	64,1	19,5	553,0	0,275749	0,321252	0,182256	0,275127
Malediwy	27,5	0,7	63,0	0,118075	0,011532	0,020763	0,040476
Mauritius	42,4	0,3	33,5	0,182168	0,004942	0,011041	0,050773
Nauru	25,1	18,3	1 795,5	0,108055	0,301483	0,591754	0,325694
Palau	18,1	6,1	822,7	0,077801	0,100494	0,271142	0,137483
Republika Zielonego Przylądka	114,7	7,2	210,1	0,493118	0,118616	0,069244	0,199899
Samoa	88,0	11,4	449,1	0,378383	0,187809	0,148013	0,225503
Seszele	5,8	0,4	60,3	0,024885	0,006590	0,019873	0,014484
St. Kitts i Nevis	0,0	0,0	0,0	0,000000	0,000000	0,000000	0,000000
St. Lucia	15,3	1,0	85,6	0,065864	0,016474	0,028212	0,031756
St. Vincent i Grenadyny	9,2	1,2	83,7	0,039578	0,019769	0,027586	0,026675

Timor Wschodni	232,6	10,0	179,5	1,000000	0,164745	0,059159	0,347162
Trynidad i Tobago	0,0	0,0	0,0	0,000000	0,000000	0,000000	0,000000
Tuvalu	33,4	60,7	3 034,2	0,143471	1,000000	1,000000	0,785868
Vanuatu	131,3	16,5	475,7	0,564381	0,271829	0,156779	0,316204
Wyspy Marshalla	12,3	4,8	232,5	0,052972	0,079077	0,076626	0,071938
Wyspy Salomona	185,0	15,6	302,8	0,795295	0,257002	0,099796	0,352273
Wyspy Świętego Tomasza i Książęca	48,0	13,2	235,3	0,206339	0,217463	0,077549	0,179703
Wyspy Tonga	80,4	19,7	744,2	0,345498	0,324547	0,245271	0,309966
Związek Komorów	55,8	8,8	68,6	0,240036	0,144975	0,022609	0,138149

Źródło: obliczenia własne

Tabela 6. Eksport produktu turystycznego i WEPTG w LLDCs w 2016 roku

Państwo	Eksport produktu turystycznego			EPT	EPT/PKB	EPT <i>per capita</i>	WEPTG _{LLDC}
	w mln dol.	do PKB (%)	<i>per capita</i> (w dol.)	$(X - X_{\min}) : (X_{\max} - X_{\min})$			
Afganistan	51,0	0,3	1,4	0,017863	0,031915	0,002985	0,021170
Armenia	988,0	9,4	337,2	0,346060	1,000000	0,718977	0,766259
Azerbejdżan	2 855,0	7,5	289,5	1,000000	0,797872	0,617271	0,803254
Bhutan	137,0	6,2	169,6	0,047986	0,659574	0,361620	0,432189
Boliwia	801,0	2,4	72,5	0,280560	0,255319	0,154584	0,236446
Botswana	1 075,0	6,9	469,0	0,376532	0,734043	1,000000	0,711154
Burkina Faso	103,0	0,9	5,4	0,036077	0,095745	0,011514	0,059770
Burundi	1,9	0,1	0,2	0,000665	0,010638	0,000426	0,005592
Czad	0,0	0,0	0,0	0,000000	0,000000	0,000000	0,000000
Etiopia	2 138,0	2,9	20,4	0,748862	0,308511	0,043497	0,352345
Kazachstan	1 716,0	1,3	95,1	0,601051	0,138298	0,202772	0,270105
Kirgistan	477,0	7,0	76,9	0,167075	0,744681	0,163966	0,455101
Laos	713,0	4,5	104,0	0,249737	0,478723	0,221748	0,357233
Lesotho	48,0	2,1	21,5	0,016813	0,223404	0,045842	0,127366
Macedonia	283,0	2,6	135,9	0,099124	0,276596	0,289765	0,235520
Malawi	43,0	0,8	2,3	0,015061	0,085106	0,004904	0,047545
Mali	150,0	1,1	8,1	0,052539	0,117021	0,017271	0,075963
Mołdawia	331,0	4,9	93,2	0,115937	0,521277	0,198721	0,339303
Mongolia	379,0	3,4	123,2	0,132750	0,361702	0,262687	0,279710
Nepal	498,0	2,4	17,0	0,174431	0,255319	0,036247	0,180329
Niger	140,0	1,8	6,5	0,049037	0,191489	0,013859	0,111469
Paragwaj	356,0	1,3	52,3	0,124694	0,138298	0,111514	0,128201
Republika Środkowej Afryki	69,8	4,0	14,9	0,024448	0,425532	0,031770	0,226820
Rwanda	470,0	5,5	38,5	0,164623	0,585106	0,082090	0,354231
Suazi (Eswatini)	13,2	0,4	9,7	0,004623	0,042553	0,020682	0,027603
Sudan Południowy	23,5	0,8	1,9	0,008231	0,085106	0,004051	0,045624
Tadżykistan	149,6	2,2	16,8	0,052399	0,234043	0,035821	0,139076
Turkmenistan	0,0	0,0	0,0	0,000000	0,000000	0,000000	0,000000
Uganda	768,0	3,2	17,9	0,269002	0,340426	0,038166	0,247005

Uzbekistan	0,0	0,0	0,0	0,000000	0,000000	0,000000	0,000000
Zambia	683,0	3,3	40,0	0,239229	0,351064	0,085288	0,256661
Zimbabwe	194,0	1,2	11,7	0,067951	0,127660	0,024947	0,087054

Źródło: obliczenia własne

Tabela 7. Pomoc rozwojowa i WPRG w LLDCs w 2016 roku

Państwo	Pomoc rozwojowa			PR	PR/PNB	PR <i>per capita</i>	WPRG _{LLDC}
	w mln dol.	do PNB (%)	<i>per capita</i> (w dol.)	$(X - X_{\min}) : (X_{\max} - X_{\min})$			
Afganistan	4 167,7	20,6	117,3	0,997679	0,319380	0,899684	0,634031
Armenia	327,3	3,0	111,7	0,070920	0,046512	0,855450	0,254848
Azerbejdżan	77,9	0,2	7,9	0,010742	0,003101	0,035545	0,013122
Bhutan	52,1	2,5	64,5	0,004517	0,038760	0,482622	0,141165
Boliwia	707,3	2,1	64,0	0,162633	0,032558	0,478673	0,176605
Botswana	92,4	0,6	40,3	0,014231	0,009302	0,291469	0,081076
Burkina Faso	1 053,7	9,2	54,9	0,246218	0,142636	0,406793	0,234571
Burundi	765,9	24,7	70,5	0,176770	0,382946	0,530016	0,368169
Czad	643,7	6,8	43,2	0,147273	0,105426	0,314376	0,168125
Etiopia	4 177,3	5,6	39,8	1,000000	0,086822	0,287520	0,365291
Kazachstan	61,3	0,0	3,4	0,006741	0,000000	0,000000	0,001685
Kirgistan	525,9	8,0	84,8	0,118858	0,124031	0,642970	0,252472
Laos	403,9	2,6	58,9	0,089418	0,040310	0,438389	0,152107
Lesotho	114,3	4,4	51,2	0,019531	0,068217	0,377567	0,133383
Macedonia	168,5	1,6	80,9	0,032607	0,024806	0,612164	0,173596
Malawi	1 279,3	23,5	68,7	0,300668	0,364341	0,515798	0,386287
Mali	1 246,0	8,9	67,2	0,292630	0,137984	0,503949	0,268137
Mołdawia	328,0	3,1	92,4	0,071098	0,048062	0,781387	0,237152
Mongolia	330,7	5,0	107,5	0,071738	0,077519	0,822275	0,262263
Nepal	1 078,4	12,8	36,8	0,252185	0,198450	0,263823	0,228227
Niger	987,9	0,3	46,0	0,230350	0,004651	0,336493	0,144036
Paragwaj	89,9	6,8	13,2	0,013637	0,105426	0,077409	0,075475
Republika Środkowej Afryki	506,4	28,4	108,7	0,114153	0,440310	0,831754	0,456632
Rwanda	1 176,9	13,9	96,4	0,275937	0,215504	0,734597	0,360386
Suazi (Eswatini)	150,1	4,0	109,8	0,028162	0,062016	0,840442	0,248159
Sudan Południowy	1 634,9	64,5	130,0	0,386468	1,000000	1,000000	0,846617
Tadżykistan	340,8	4,1	38,2	0,074178	0,063566	0,274882	0,119048
Turkmenistan	33,4	0,1	5,8	0,000000	0,001550	0,045814	0,012229
Uganda	1 817,4	7,4	42,4	0,430512	0,114729	0,308057	0,242007
Uzbekistan	466,4	0,7	14,4	0,104486	0,010853	0,086888	0,053270
Zambia	991,5	4,7	58,0	0,231197	0,072868	0,431280	0,202053
Zimbabwe	669,5	4,4	40,5	0,153496	0,068217	0,293049	0,145745

Źródło: obliczenia własne

Tabela 8. Eksport produktu turystycznego i WEPTG w pozostałych LDCs w 2016 roku

Państwo	Eksport produktu turystycznego			EPT	EPT/PKB	EPT <i>per capita</i>	WEPTG _{LDC}
	w mln dol.	do PNB (%)	<i>per capita</i> (w dol.)	$(X - X_{\min}) : (X_{\max} - X_{\min})$			
Angola	823,0	0,9	27,6	0,895539	0,113924	0,597403	0,430197
Bangladesz	848,0	0,4	5,1	0,922742	0,050633	0,110390	0,283599
Benin	141,0	1,6	12,6	0,153428	0,202532	0,272727	0,207805
Birma	584,0	0,9	10,9	0,635473	0,113924	0,235931	0,274813
Dżibuti	35,1	2,0	36,7	0,038194	0,253165	0,794372	0,334724
Erytrea	0,0	0,0	0,0	0,000000	0,000000	0,000000	0,000000
Gambia	76,2	7,9	36,3	0,082916	1,000000	0,785714	0,717158
Gwinea	16,0	0,2	1,3	0,017410	0,025316	0,028139	0,024045
Gwinea-Bissau	53,0	4,5	28,5	0,057671	0,569620	0,616883	0,453449
Haiti	503,0	6,3	45,8	0,547334	0,797468	0,991342	0,783403
Jemen	79,0	0,4	2,8	0,085963	0,050633	0,060606	0,061959
Kambodża	740,0	3,7	46,2	0,805223	0,468354	1,000000	0,685483
Kongo (Rep. Demokratyczna)	435,0	5,6	5,3	0,473341	0,708861	0,114719	0,501445
Liberia	152,0	7,2	32,1	0,165397	0,911392	0,694805	0,670747
Madagaskar	300,0	3,0	11,7	0,326442	0,379747	0,253247	0,334796
Mauretania	74,0	1,6	16,7	0,080522	0,202532	0,361472	0,211764
Mozambik	305,0	2,8	10,3	0,331882	0,354430	0,222944	0,315922
Senegal	279,0	1,9	17,6	0,303591	0,240506	0,380952	0,291389
Sierra Leone	34,0	1,0	4,5	0,036997	0,126582	0,097403	0,096891
Somalia	0,0	0,0	0,0	0,000000	0,000000	0,000000	0,000000
Sudan	203,0	0,2	5,0	0,220892	0,025316	0,108225	0,094938
Tanzania	919,0	1,9	16,0	1,000000	0,240506	0,346320	0,456833
Togo	53,0	1,2	6,8	0,057671	0,151899	0,147186	0,127164

Źródło: obliczenia własne

Tabela 9. Pomoc rozwojowa i WPRG w pozostałych LDCs w 2016 roku

Państwo	Pomoc rozwojowa			PR	PR/PNB	PR <i>per capita</i>	WPRG _{LDC}
	w mln dol.	do PNB (%)	<i>per capita</i> (w dol.)	$(X - X_{\min}) : (X_{\max} - X_{\min})$			
Angola	214,4	0,2	7,2	0,049193	0,000000	0,000000	0,012298
Bangladesz	2 535,9	1,1	15,4	1,000000	0,020179	0,043340	0,270925
Benin	506,3	5,7	45,3	0,168718	0,123318	0,201374	0,154182
Birma	1 547,8	2,5	29,0	0,595279	0,051570	0,115222	0,203410
Dżibuti	188,0	10,4	196,4	0,038344	0,228700	1,000000	0,373936
Erytrea	133,4	5,2	29,8	0,015981	0,112108	0,119450	0,089912
Gambia	94,3	9,8	44,9	0,000000	0,215247	0,199260	0,157438
Gwinea	576,1	6,4	45,3	0,197308	0,139013	0,201374	0,169177
Gwinea-Bissau	204,0	16,5	109,6	0,044902	0,365471	0,541226	0,329267
Haiti	1 087,1	13,3	99,0	0,406615	0,293722	0,485201	0,369815
Jemen	1 971,9	7,1	69,8	0,768974	0,154709	0,330867	0,352315

Kambodża	741,0	3,9	46,3	0,264868	0,082960	0,206660	0,159362
Kongo (Rep. Demokratyczna)	1 390,9	1,2	17,1	0,531040	0,022422	0,052326	0,157052
Liberia	835,7	44,8	176,6	0,303629	1,000000	0,895349	0,799745
Madagaskar	639,3	6,5	25,0	0,223191	0,141256	0,094080	0,149946
Mauretania	298,8	6,3	67,6	0,083740	0,136771	0,319239	0,169130
Mozambik	1 575,4	14,2	53,1	0,606610	0,313901	0,242600	0,369253
Senegal	757,7	5,2	47,8	0,271686	0,112108	0,214588	0,177622
Sierra Leone	708,1	21,9	93,7	0,251376	0,486547	0,457188	0,420415
Somalia	1 204,5	17,4	81,7	0,454692	0,385650	0,393763	0,404939
Sudan	798,5	0,9	19,7	0,288405	0,015695	0,066068	0,096466
Tanzania	2 389,8	4,9	41,7	0,940165	0,105381	0,182347	0,333319
Togo	169,2	3,6	21,7	0,030669	0,076233	0,076638	0,064944

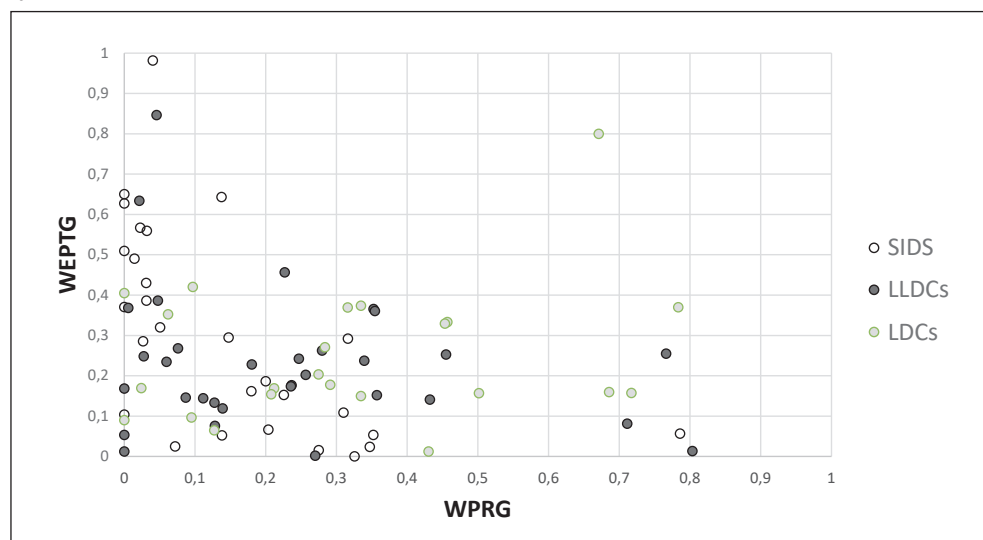
Źródło: obliczenia własne

W wyniku aplikacji danych za 2016 rok – zob. tabele 4, 5, 6, 7, 8 i 9 – stwierdzić należy, że w 66 z 83 analizowanych państw uzyskane wskaźniki osiągnęły wartości do 0,6 WEPTG oraz do 0,4 w przypadku WPRG. W pozostałych państwach – w 11 z nich wskaźnik eksportu produktu turystycznego w gospodarce był wyższy od 0,6 (Malediwy, Azerbejdżan, Haiti, Armenia, Gambia, Botswana, Kambodża, Liberia, Antigua i Barbuda, Palau oraz Bahamy), a w siedmiu państwach wskaźnik pomocy rozwojowej w gospodarce był wyższy od 0,4 (Sudan Południowy, Liberia, Tuvalu, Afganistan, Republika Środkowej Afryki, Sierra Leone oraz Somalia). W przypadku jednego państwa (Liberia) oba wskaźniki osiągnęły wysokie wartości – zob. rycina 1 oraz tabele 1, 2 i 3.

W małych, rozwijających się państwach wyspiarskich wartości obu uzyskanych wskaźników wykazały specyficzną zależność. W większości SIDS jeden ze wskaźników był średniowysoki bądź wysoki, przy drugim (względnie) niskim – por. rycina 1. Przy wysokim WEPTG m.in. na Malediwach (0,981593), na Antigui i Barbudzie (0,650323), na Palau (0,643411) czy na Bahamach (0,627506) drugi wskaźnik (WPRG) był niski bądź bardzo niski – w niektórych przypadkach pomoc rozwojowa nie była statystycznie znacząca. Podobne wnioski dotyczyć mogą innych państw o średniowysokim WEPTG (m.in. Grenada, St. Lucia, St. Kitts i Nevis, Seszele, Dominika, Jamajka, Barbados, Mauritius). W SIDS występuje również zależność odwrotna. Przy najwyższych wartościach WPRG na Tuvalu (0,785868) uzyskany WEPTG był niski (0,056575). Podobna sytuacja występowała w innych małych państwach wyspiarskich – m.in. na Wyspach Salomona, Timorze Wschodnim i Nauru. W tych przypadkach dysproporcje nie były jednak tak znaczne jak w przypadku państw o wysokim WEPTG i niskim WPRG – por. rycina 1, tabela 1.

W grupie rozwijających się państw bez dostępu do morza dominujące wartości obu wskaźników znajdowały się w przedziale WEPTG do 0,6 oraz WPRG do 0,4. Jakkolwiek występowały nieliczne przypadki (charakterystyczne dla SIDS) o skrajnie wysokim jednym ze wskaźników, przy jednocześnie drugim niskim (bądź względnie niskim). Tego typu państwami były szczególnie: Azerbejdżan (WEPTG – 0,803254; WPRG – 0,013122), Armenia (WEPTG – 0,766259; WPRG – 0,254848), Botswana (WEPTG – 0,711154; WPRG – 0,0810762) oraz Sudan Południowy (WEPTG – 0,045624; WPRG – 0,846617), Afganistan (WEPTG – 0,021170; WPRG – 0,634031) czy Republika Środkowej Afryki (WEPTG – 0,226820; WPRG – 0,456632) – zob. rycina 1, tabela 2.

Rycina 1. WEPTG i WPRG w SIDS, LLDCs i LDCs w 2016 roku



Źródło: obliczono na podstawie Bank Światowy (2018)

Jeśli chodzi o pozostałe państwa najslabiej rozwinięte³, to w większości przypadków uzyskane wartości obu wskaźników znajdowały się w przedziale WEPTG do 0,6 oraz WPRG do 0,4, podobnie jak w przypadku SIDS i LLDCs. Dla tej grupy osobliwe były szczególnie dwa przypadki, w których oba wskaźniki były wysokie – Liberia (WEPTG – 0,670747; WPRG – 0,799745) oraz Haiti (WEPTG – 0,783403; WPRG – 0,369815). Istotne jest również wskazanie na „turystyczne” LDCs (Gambia i Kambodża) – państwa o wysokim wskaźniku eksportu produktu turystycznego w gospodarce (odpowiednio 0,717158 oraz 0,685483), przy jednocześnie (względnie) niskim (poniżej 0,2) wskaźniku pomocy rozwojowej w gospodarce oraz na „pomocowe” LDCs (Sierra Leone i Somalia) o WPRG powyżej 0,4 – zob. rycina 1, tabela 3.

TURYSTYKA A POMOC ROZWOJOWA W PROCESIE ROZWOJU SPOŁECZNO-EKONOMICZNEGO W PAŃSTWACH O NIEKORZYSTNYM POŁOŻENIU GEOGRAFICZNYM ORAZ NAJSŁABIEJ ROZWINIĘTYCH

Specyfika państw Południa o niekorzystnym położeniu geograficznym oraz najslabiej rozwiniętych skłania do alternatywnego podejścia do analizy działalności gospodarczej. Jest nim szeroko rozumiany rozwój społeczny – mieszczący w sobie zagadnienia wzrostu i rozwoju gospodarczego (por. Bartkowiak, 2013; Mirkowska-Ostatek, 2013). Perspektywa ta, wywodząca się z koncepcji A. Sena (2002), znalazła uznanie i jest powszechnie akceptowana w literaturze przedmiotu. Metodą oceny efektywności tak rozumianego gospodarowania jest wskaźnik rozwoju społecznego (HDI).

Na podstawie analizy wysokości tego wskaźnika w 2017 roku w 80 badanych państwach (na podstawie: UNDP, 2018) stwierdzić należy, że w trzech był on bardzo wysoki

³ Najslabiej rozwinięte państwa o niekorzystnym położeniu geograficznym zostały zaklasyfikowane w badaniu do SIDS i LLDCs. Pozostałe LDCs to państwa, które nie mają cech SIDS i LLDCs – zob. tabele 3, 8 i 9.

(powyżej 0,799). Dwa z nich są małymi państwami wyspiarskimi (Bahamy i Barbados) oraz jedno jest śródlądowe (Kazachstan). Do państw o wysokim HDI (od 0,700 do 0,799) zaklasyfikowano 25, z czego 16 to SIDS (od najwyższego HDI: Palau, Seszele, Mauritius, Trynidad i Tobago, Antigua i Barbuda, St. Kitts i Nevis, Grenada, St. Lucia, Fidżi, Jamajka, Wyspy Tonga, St. Vincent i Grenadyny, Malediwy, Dominika, Samoa oraz Wyspy Marshalla), dziewięć to LLDCs (od najwyższego HDI: Azerbejdżan, Macedonia, Armenia, Mongolia, Botswana, Uzbekistan, Turkmenistan, Paragwaj oraz Mołdawia). Do państw o średnich wartościach HDI (od 0,555 do 0,699) zaliczono 18, z czego 14 to państwa o niekorzystnym położeniu geograficznym (osiem LLDCs: Boliwia, Kirgistan, Tadżykistan, Bhutan, Laos, Suazi, Zambia, Nepal, oraz sześć SIDS: Republika Zielonego Przylądka, Federacyjne Stany Mikronezji, Timor Wschodni, Kiribati, Vanuatu oraz Wyspy Świętego Tomasza i Książęca), a cztery to tzw. pozostałe LDCs (Bangladesz, Kambodża, Angola i Birma). W 34 państwach wskaźnik HDI był niski (poniżej 0,554). W trzech przypadkach (Nauru, Somalia i Tuvalu) brak było danych do jego wyliczenia – zob. tabele 1, 2 i 3.

Niekorzystne geograficzne uwarunkowania rozwoju, szczególnie w przypadku SIDS, nie zawsze determinują jego niski poziom. Paradoksalnie, w 18 na 28 małych państw wyspiarskich rozwój społeczno-gospodarczy jest bardzo wysoki (karaibskie: Bahamy, Barbados) i wysoki. Odwołując się do wcześniej analizowanych wskaźników eksportu produktu turystycznego i pomocy rozwojowej w gospodarce, stwierdzić należy, że w grupie najbardziej rozwiniętych i najzamożniejszych SIDS dominuje turystyczna specjalizacja rozwojowa. Jest to szczególnie widoczne na: Malediwach, Antigui i Barbudzie, Palau, Bahamach, Grenadzie, St. Lucii, St. Kitts i Nevis, Seszelach, Dominice, Jamajce, Barbadosie i Mauritiusie (wysoki WEPTG: od 0,981593 do 0,319936). Z drugiej strony państwa te bądź nie korzystają ze środków pomocowych, bądź robią to w niewielkim stopniu (największy WPRG w 2016 roku był na Palau i wynosił 0,137483) – por. tabele 1, 4 i 5.

W przypadku tych SIDS, które w dużym stopniu opierają się na pomocy rozwojowej (wysoki WPRG), poziom ich rozwoju jest z reguły średni bądź niski. Tego typu państwami są (oceaniczne): Tuvalu, Wyspy Salomona, Timor Wschodni, Nauru, Vanuatu, Kiribati, Federacyjne Stany Mikronezji. Wyjątek stanowią Wyspy Tonga oraz Samoa, gdzie przy średnim WPRG (odpowiednio: 0,309966 i 0,225503) poziom rozwoju jest wysoki (HDI: 0,726 i 0,713) – zob. tabele 1 i 5. Niemniej we wszystkich wymienionych przypadkach (za wyjątkiem Tuvalu) WEPTG jest niski – turystyka nie jest znaczącym źródłem pozyskiwania dewiz dla tych państw – por. tabela 4.

Potwierdza to wcześniejsze wyniki badań autora (Jasiński, 2010, 2017b, 2018b), z których nasuwa się wniosek, że intensywny rozwój gospodarki turystycznej prowadzący często w SIDS do zjawiska monokultury turystycznej (Gieźgała, 1969, 1977; Wodejko, 1989, 1998; Kachniewska, Niezgoda, Pawlicz, 2012) przyczynia się do przełamania stagnacji gospodarczej i wejścia na ścieżkę „niezrównoważonego” rozwoju. Pomimo licznych kontrowersji (negatywnych zjawisk na płaszczyźnie społecznej, ekologicznej, jak i ekonomicznej) – próbując dokonać ekonomicznej oceny monokultury turystycznej czy też modelu rozwoju SITE⁴ (McElroy, 2006; McElroy, Parry, 2010) – stwierdzić należy, że ta ścieżka rozwoju spowodowała w ostatnich dziesięcioleciach osiągnięcie znacznego (bardzo wysokiego i wysokiego) poziomu rozwoju przez część

⁴ Model rozwojowy SITE jest akronimem od słów: małe (*small*), wyspiarskie (*island*), gospodarki turystyczne (*tourist, economies*). Dominującym źródłem wpływów z zagranicy takiej gospodarki jest turystyka międzynarodowa.

SIDS (szczególnie Antigua i Barbuda, Bahamy, Barbados, Mauritius, Seszele) oraz dynamiczne „doganianie” państw wysokorozwiniętych (w ostatnich 10–20 latach) przez inne SIDS (szczególnie Malediwy i Palau).

Jako dodatkowy argument przemawiający na korzyść specjalizacji turystycznej przytoczyć można małe państwa wyspiarskie, które nie rozwijając intensywnie gospodarki turystycznej, opierają ekonomiczną egzystencję na innym modelu – MIRAB⁵ (Bertram, Watters, 1984, 1985, 1986; Bertram, 2006) – sprowadzającym się do funkcjonowania dzięki pomocy z zewnątrz (pomoc rozwojowa, przekazy od emigrantów). Państwa te – pomimo że od wielu dziesięcioleci otrzymują pomoc rozwojową doprowadzającą do zakleszczenia w monokulturze rozwojowej, przy nadal wysokim WPRG – cechuje stagnacja (m.in. Timor Wschodni, Tuvalu czy Wyspy Salomona) – patrz: tabele 1 i 5. Prowadzić to może do konkluzji, że w tych przypadkach mamy do czynienia ze zdumiewającym paradoksem: im obficie płyną środki pomocowe do danego SIDS, tym bardziej rośnie prawdopodobieństwo, że państwo to będzie się wolniej rozwijało (Jasiński, 2017a, 2017b, 2017c, 2018b; Jasiński, Górska, 2018).

Rozwijające się państwa śródlądowe są silniej rozwarstwione pod względem poziomu rozwoju społecznego i zamożności niż SIDS – por. tabele 1 i 2. Są one również bardziej zróżnicowane pod względem uwarunkowań rozwojowych niż małe państwa wyspiarskie. Są wśród nich obszary zarówno duże powierzchniowo – m.in. Kazachstan (2724,9 tys. km²), Czad (1284,0 tys. km²), Niger (1267,0 tys. km²), Mali (1240,2 tys. km²) czy Etiopia (1104,3 tys. km²), jak i państwa małe – m.in. Armenia (29,7 tys. km²), Burundi (27,8 tys. km²), Rwanda (26,3 tys. km²), Macedonia (25,7 tys. km²) oraz Suazi (Eswatini)⁶ (17,4 tys. km²). Są państwa o dużej populacji (w 2017 roku) – m.in. Etiopia (105,0 mln), Uganda (42,9 mln), Afganistan (35,5 mln), Uzbekistan (32,4 mln) oraz Nepal (29,3 mln), jak i o niewielkiej – m.in. Botswana (2,3 mln), Lesotho (2,2 mln), Macedonia (2,1 mln), Suazi (1,4 mln) czy Bhutan (0,9 mln) (Bank Światowy, 2018).

Odmienność uwarunkowań i barier rozwojowych LLDCs w porównaniu z małymi państwami wyspiarskimi, w tym szczególnie (przynajmniej w teorii) większa możliwość specjalizacji gospodarczej, skłania do zastanowienia, czy w przypadku niektórych państw śródlądowych występuje zjawisko monokultury turystycznej. Analizując to zagadnienie przez pryzmat poziomu rozwoju (a jest to istotne przy specjalizacji proturystycznej na współczesnym międzynarodowym rynku turystycznym⁷), stwierdzić należy, że w najwyżej rozwiniętych i najzamożniejszych państwach bez dostępu do

⁵ MIRAB – jest akronimem od: Mi – *migration* (migracje), R – *remittances* (przekazy), A – *aid* (pomoc), B – *bureaucracy* (biurokracja). W obrazowy sposób ukazuje on zasadę funkcjonowania takiej gospodarki. Dominującymi źródłami gospodarowania są dwa elementy. Pierwszym jest migracja zarobkowa znacznej części mieszkańców wysp do państw o dużo wyższym poziomie rozwoju gospodarczego i przesyłanie (przekazy) nabytych środków finansowych (czy też rzeczowych). Drugim jest otrzymywanie pomocy rozwojowej, do której (wraz z jej wzrostem) potrzebna jest coraz większa liczba urzędników do jej wdrażania (rozrost biurokracji).

⁶ Z dniem 1 czerwca 2018 roku Suazi (*Swaziland*) zmieniło formalnie nazwę na Królestwo Eswatini (*the Kingdom of Eswatini*), w wyniku tego na potrzeby artykułu stosowane są obie nazwy (Suazi/Eswatini) – por. tabele 2, 6 i 7.

⁷ Proeksportowa strategia turystyczna wymaga rozwoju przede wszystkim infrastruktury turystycznej (wynikającej często ze stanu infrastruktury ogólnej) – w celu stworzenia konkurencyjnego na światowym rynku produktu turystycznego. Podstawową zaletą strategii turystycznej jest możliwość „eksportu” zasobów przyrody, których nie można „sprzedać” w inny sposób (np. $3 \times S$ – *sun, sea, sand*) oraz pozyskiwanie z tego tytułu wpływów dewizowych – co jest często podnoszonym argumentem dla zwolenników turystycznej ścieżki rozwoju w przypadku SIDS.

morza (m.in. Kazachstan, Macedonia, Azerbejdżan, Armenia, Mongolia, Botswana) wpływy z turystyki są znaczące dla gospodarki. Jest to wyraźne szczególnie w Azerbejdżanie (WEPTG 0,766259) i Botswanie (WEPTG 0,711154).

Analizując to zagadnienie bardziej wnikliwie, stwierdzić należy, że pomimo wysokich wpływów z eksportu produktu turystycznego m.in. w Azerbejdżanie (2 855,0 mln USD), Etiopii (2 138,0 mln USD), Kazachstanie (1 716 mln USD) oraz Botswanie (1 075 mln USD) – porównywalnych (zob. tabele 4 i 6) z najwyższymi wpływami w podgrupie SIDS (Malediwy, Bahamy, Jamajka, Mauritius, Fidżi) – nie można mówić w przypadku wymienionych LLDCs o monokulturze turystycznej. Odnosząc EPT do całej gospodarki, jest to szczególnie wyraźne. W przypadku „turystycznych” SIDS mamy do czynienia z dwucyfrowym miernikiem EPT/PKB⁸ (zob. tabela 4). Wśród państw bez dostępu do morza żadne z nich nie ma tego miernika na tak wysokim poziomie (zob. tabela 6). Wskazuje to, że – pomimo istotnego znaczenia wpływów z turystyki – PKB tworzone jest przez inne rodzaje działalności. Jest to również widoczne przy odwołaniu się do miernika EPT *per capita*. W „turystycznych” SIDS jest on mierzony w tysiącach dolarów, w LLDCs nie osiąga tych wartości – por. tabele 4 i 6.

Resumując ten wątek, stwierdzić należy, że na zjawisko monokultury turystycznej podatne są tylko małe państwa wyspiarskie. W małych śródlądowych gospodarkach – teoretycznie najbardziej podatnych na wystąpienie tego zjawiska – nie ma przesłanek do stwierdzenia, że ono występuje. W dużych i średnich LLDCs (pomimo znacznych wpływów w części nich z EPT) – również takich przesłanek nie ma. Podobne wnioski można odnieść do pozostałych państw najslabiej rozwiniętych. Choć w niektórych przypadkach turystyka stanowi co prawda znaczące źródło pozyskiwania dewiz (i paradoksalnie poziom ich rozwoju nie jest wysoki), m.in. w Tanzanii, Bangladeszu, Angoli, Kambodży, Birmie, Haiti i Demokratycznej Republice Konga (por. tabele 3 i 8), to jednak nie można mówić o tych państwach jako o monokulturach turystycznych.

Istotne z perspektywy rozważań jest również uwzględnienie znaczenia pomocy rozwojowej w badanych państwach w procesie przełamania zacofania. Zagadnienie to wpisuje się w szeroki nurt dyskusji w światowej literaturze przedmiotu dotyczącej skuteczności pomocy rozwojowej (Easterly, 2006; Moyo, 2009; Leszczyński, 2016) i – podobnie jak w przypadku monokultury turystycznej – jest kontrowersyjne. Powracając bowiem do wątku paradoksu SIDS gospodarujących według modelu MIRAB (w których, jak nadmieniono, pomimo przekazywania im w długim okresie znacznych ilości środków pomocowych, rozwój nie następuje), można zadać pytanie, czy podobne mechanizmy mogą zachodzić w pozostałych badanych państwach.

Mienniki cząstkowe (PR, PR/PNB, PR *per capita*) i WPRG wskazują, że w części państw pomoc rozwojowa jest istotnym źródłem środków z zagranicy. Wpływy z tego tytułu w niektórych państwach są dużo wyższe (Afganistan, Etiopia) niż te osiągnięte z eksportu produktu turystycznego w SIDS. W części zaś (pomimo niższych wpływów z PR) można mówić o występowaniu zjawiska monokultury pomocowej (Jasiński, 2017a, 2017b, 2017c, 2018a; Jasiński, Górska, 2018) – m.in. w Sudanie Południowym, Tuvalu, Liberii, Republice Środkowej Afryki, Burundi, Malawi, Sierra Leone, Wyspach Tonga, Kiribati czy Nauru – zob. tabele 5, 7 i 9. Wskazuje to, że w przeciwieństwie do charakterystycznej tylko dla SIDS „monokultury turystycznej” – „monokultura

⁸ Za umowną wartość, kiedy gospodarka staje się „zależna” od eksportu produktu turystycznego (kiedy zaczyna być monokulturą turystyczną), w literaturze przedmiotu przyjęto w latach osiemdziesiątych XX wieku przekroczenie 20% EPT w PKB, w latach dziewięćdziesiątych XX wieku 25% (Wodejko, 1989, 1998).

pomocowa” występuje również w państwach dużych, zarówno bez dostępu do morza, jak i w tych, które go mają.

Reasumując oba poruszone wątki, należy stwierdzić, że ekonomiczna ocena monokultury turystycznej jest bardzo trudna i pomimo przedstawionych pozytywnych przesłanek – raczej krytyczna. W szerszym kontekście podstawowym argumentem na niekorzyść jest bezpieczeństwo ekonomiczne. SIDS z jednostronnie rozwiniętą gospodarką turystyczną narażone są na różnego rodzaju szoki i wstrząsy z zewnątrz, o wiele silniejsze, niż gdyby gospodarka była bardziej zdywersyfikowana. Co by się stało w przypadku masowego odpływu ruchu turystycznego? Bez względu na to, czy przyczyny byłyby natury ekonomicznej, politycznej, zdrowotnej, czy związane z zagrożeniem terrorystycznym – oznaczałoby to katastrofę ekonomiczną dla tych SIDS.

Wypieranie przez działalność turystyczną innych sektorów gospodarki⁹, szczególnie rolnictwa i rybołówstwa (tradycyjnego w przeszłości dla SIDS), tak wyraźnego w małych państwach wyspiarskich, wydaje się być raczej błędne. Jakkolwiek można znaleźć przykłady SIDS na świecie, które odniosły sukces (choć dyskusyjny) w oparciu o eksport produktu turystycznego (m.in. Antigua i Barbuda, Bahamy, Barbados). Sukces w tej grupie wynikał ze specyficznego – mądrego (kontrolowanego) zarządzania sektorem turystycznym. W przypadku Bahamów stanowił on konieczną fazę rozwoju usług finansowych – podobnie jak w przypadku Barbadosu, Szeseli czy Mauritiusa. Z tym że w tych ostatnich państwach charakterystyczne było „podpieranie” się rolnictwem. Monokultura turystyczna nigdy w tych trzech państwach nie była silna.

Podobne wątpliwości można mieć szczególnie w stosunku do najbardziej ekstremalnych monokultur turystycznych – Malediwów i Palau. Silna presja na zwiększanie wpływów z EPT na Malediwach i Palau powoduje nie tylko liczne negatywne zjawiska (koszty) na płaszczyźnie społecznej i ekologicznej, ale i ekonomicznej. Jest to szczególnie widoczne w pierwszym z państw, które – dzięki wzrostowi gospodarczemu pobudzonemu przez turystykę – wyszło (w przeciagu kilku lat) z grupy państw najsłabiej rozwiniętych i dołączyło (przynajmniej statystycznie) do najbardziej zamożnych SIDS. Rozwój gospodarki turystycznej na Malediwach przebiega jednak według specyficznego modelu izolacji, charakteryzującego się m.in. brakiem udziału w zyskach z tego tytułu przez ludność lokalną (Jędrusik, 2003). Odzwierciedleniem tego jest duża dysproporcja pomiędzy zamożnością a rozwojem społecznym w tym państwie (por. tabela 1). Tempo wzrostu gospodarczego nie przekłada się na „poprawę standardów cywilizacyjnych i polepszenie bytu ludności” (Piasecki, 2003: 16) – co stanowić powinno kwintesencję rozwoju w przypadku państw Południa.

Analogiczne zastrzeżenia można mieć do „monokultury pomocowej” – choć w przeciwieństwie do monokultury turystycznej wydaje się ona zjawiskiem niosącym ze sobą większe zagrożenie. Oprócz negatywnych mechanizmów wynikających z choroby holenderskiej występuje dodatkowo specyficzne zjawisko ubezwłasnowolnienia, będące pochodną (szczególnie w przeszłości) charakteru świadczonej przez Północ pomocy rozwojowej. Jak trafnie zauważa D.S. Landes, przytaczając afrykańskie przysłowie: „Ręka, która bierze, jest zawsze pod tą, która daje” (Landes, 2007: 584).

⁹ Analizując monokulturę turystyczną i „pomocową” z perspektywy koncepcji wypracowanych przez ekonomię międzynarodową, stwierdzić można, że rozwój gospodarki turystycznej, jaki i pomoc rozwojowa mogą w szczególnych przypadkach przyczynić się do wystąpienia choroby holenderskiej (*Dutch disease*) – zjawiska powodującego m.in. regres niektórych działów gospodarki oraz spadek dywersyfikacji wywozu i nadmierne uzależnienie eksportu oraz gospodarki państwa od wpływów ze sprzedaży jednego czy kilku surowców (monokultura). Szerzej zob. A. Budnikowski (2017).

PODSUMOWANIE

Zgodnie z koncepcją UNCTAD (2018) w artykule wyróżniono 83 państwa Południa, które pogrupowano z uwzględnieniem ich charakterystycznych cech na: małe państwa wyspiarskie (SIDS), państwa bez dostępu do morza (LLDCs) oraz państwa najsłabiej rozwinięte (LDCs). W przypadku dwóch pierwszych grup za podstawową barierę rozwoju uznano czynniki geograficzne, stąd na potrzeby analizy określono je państwami o niekorzystnym położeniu geograficznym. Następnie zarysowano podstawowe, charakterystyczne dla badanych grup problemy rozwojowe.

W celu wykazania ekonomicznego znaczenia proeksportowej specjalizacji turystycznej i pomocy rozwojowej dla poszczególnych grup na potrzeby badania, skonstruowano dwa wskaźniki: eksportu produktu turystycznego w gospodarce (WEPTG) oraz pomocy rozwojowej w gospodarce (WPRG). W wyniku aplikacji danych (za 2016 rok) w 66 państwach uzyskano wartości do 0,6 w przypadku pierwszego wskaźnika oraz do 0,4 w przypadku WPRG. W pozostałych 11 – WEPTG w gospodarce był wyższy oraz w siedmiu wskaźnik pomocy rozwojowej w gospodarce był wyższy od uzyskanego w dominującej liczbie państw. W jednym przypadku oba wskaźniki osiągnęły wysokie wartości.

W grupie SIDS zaobserwowano specyficzną zależność pomiędzy wartościami WEPTG i WPRG. W większości przypadków jeden ze wskaźników był średniowysoki bądź wysoki przy drugim względnie niskim. Szczególnie było to wyraźne przy zależnościach wysoki WEPTG « niski WPRG. W grupie państw śródlądowych zaobserwowano również podobną zależność, ale w nielicznych (sześciu) przypadkach. W pozostałych LDCs nie zaobserwowano tego typu relacji. W tej grupie państw występowały natomiast dwa przypadki, które charakteryzowały się jednocześnie wysokimi wartościami WEPTG i WPRG.

Następnie, przy zastosowaniu wskaźnika HDI i miernika częściowego dochodu na *per capita*, dokonano klasyfikacji badanych państw pod kątem ich poziomu rozwoju społeczno-ekonomicznego. Badanie wykazało, że na 83 analizowane państwa: trzy (Bahamy, Barbados i Kazachstan) należą do grupy najwyżej rozwiniętych; 25 do wysoko-rozwiniętych (z czego 16 to SIDS, a 9 to LLDCs); 18 do średnio rozwiniętych (z czego 14 to państwa o niekorzystnym położeniu geograficznym, a cztery to LDCs); pozostałe (37) uznano za słabo rozwinięte.

Wyniki powyższych badań umożliwiły potwierdzenie postawionej tezy, która zakładała, że rozwój gospodarki turystycznej i związany z nią eksport produktu turystycznego był większy i bardziej znaczący dla procesów pobudzenia rozwoju w państwach o wyższym jego poziomie. W przypadkach zaś niskiego poziomu rozwoju większe znaczenie (i wyższe wpływy) były z pomocy rozwojowej.

Dalsza analiza potwierdziła, że zjawisko „monokultury turystycznej” jest charakterystyczne tylko dla grupy SIDS. W przypadkach LLDCs i LDCs nie stwierdzono znamion tego zjawiska. Natomiast monokultura pomocowa występuje nie tylko w części małych państw wyspiarskich, ale również w niektórych państwach z grupy LLDCs i LDCs (o większym potencjale rozwojowym). Za zjawisko niosące ze sobą większe zagrożenie z perspektywy rozwojowej uznano drugie z nich.

Literatura

References

Bank Światowy (2018). Pozyskano z <https://data.worldbank.org/>

- Bartkowiak, R. (2013). *Ekonomia rozwoju*. Warszawa: Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne.
- Bertram, G. (2006). Introduction: The MIRAB model in the twenty-first century. *Asia Pacific Viewpoint*, 47(1), 1–13.
- Bertram, G., Watters, R.F. (1984). *New Zealand and its Small Island Neighbours: A Review of New Zealand Policy Toward the Cook Islands, Niue, Tokelau, Kiribati and Tuvalu*. Wellington: Institute of Policy Studies, Victoria University of Wellington.
- Bertram, G., Watters, R.F. (1985). The MIRAB Economy in South Pacific Microstates. *Pacific Viewpoint*, 26(3), 497–519.
- Bertram, G., Watters, R.F. (1986). The MIRAB Process: Earlier Analysis in Context. *Pacific Viewpoint*, 27(1), 47–59.
- Budnikowski, A. (2017). *Ekonomia międzynarodowa*. Warszawa: Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne.
- Czaplicka, K. (2007). Wzrost i rozwój gospodarczy w krajach rozwijających się. W: R. Piasecki (red.). *Ekonomia rozwoju*. Warszawa: Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne.
- Dudziński, J. (1986). *Najslabiej rozwinięte kraje Trzeciego Świata*. Szczecin: Wydawnictwo Glob.
- Dudziński, J. (1992). *Położenie geograficzne jako bariera rozwoju ekonomicznego*. Szczecin: Wydawnictwo Uniwersytetu Szczecińskiego.
- Easterly, W. (2006). *The White Man's Burden. Why the West's Efforts to Aid the Rest Have Done so Much Ill and so Little Good*. Oxford: Oxford University Press.
- Encontre, P. (2004). SIDS as a category: adopting criteria would enhance credibility. W: *Is a special treatment of small island developing States possible?* UNCTAD.
- Faye, M.L., McArthur, J.W., Sachs, J.D., Snow, T. (2004). Challenges Facing Landlocked Developing Countries. *Journal of Human Development*, 5(1), 31–68.
- Garbicz, M. (2012). *Problemy rozwoju i zacofania ekonomicznego. Dlaczego jedne kraje są biedne, podczas gdy inne są bogate?* Warszawa: Oficyna a Wolters Kluwer Business.
- Gieźgała, J. (1969, 1977). *Turystyka w gospodarce narodowej*. Warszawa: Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne.
- Hein, P. (2004). Small island developing States: origin of the category and definition issues. W: *Is a special treatment of small island developing States possible?* UNCTAD.
- Jasiński, M. (2010). Teoria zależności od ścieżki a małe gospodarki wyspiarskie. *Zeszyty Naukowe Kolegium Gospodarki Światowej Szkoły Głównej Handlowej w Warszawie*, 28, 52–72.
- Jasiński, M. (2017a). Aspekty monokulturowe pomocowej choroby holenderskiej. *Kwartalnik Kolegium Ekonomiczno-Społecznego Szkoły Głównej Handlowej w Warszawie. Studia i Prace*, 3(31), 151–167.
- Jasiński, M. (2017b). Modele rozwoju gospodarczego a poziom rozwoju społecznego i możliwości w małych państwach wyspiarskich na świecie. *Studia i Prace. Wydział Nauk Ekonomicznych i Zarządzania Uniwersytetu Szczecińskiego*, 49(2), 317–333.
- Jasiński, M. (2017c). Poziom rozwoju społecznego i zamożności a pomoc rozwojowa i przekazy w państwach o niekorzystnym położeniu geograficznym. W: J. Szlachta, M. Zaleska, K. Żukrowska, R. Towalski (red.). *Społeczny kontekst ekonomii*. Warszawa: Oficyna Wydawnicza Szkoła Główna Handlowa w Warszawie.
- Jasiński, M. (2018a). Kirgiski syndrom MIRAB. *Studia i Prace. Wydział Nauk Ekonomicznych i Zarządzania Uniwersytetu Szczecińskiego*, 53(2), 37–52.
- Jasiński, M. (2018b). Nasycenie gospodarki turystyką a poziom rozwoju społeczno-ekonomicznego w małych rozwijających się państwach wyspiarskich. *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego*, 32(2), 311–324.
- Jasiński, M., Górską, A. (2018). Turystyka, eksport towarowy, pomoc rozwojowa i przekazy jako narzędzia przełamania stagnacji społeczno-gospodarczej w państwach Globalnego Południa o niekorzystnym położeniu geograficznym oraz najslabiej rozwiniętych. *Zeszyty Naukowe Szkoły Głównej Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie. Problemy Rolnictwa Światowego*, 18(4), 199–208.
- Jaszkiewicz, M., Latoszek, E. (2013). Polityka rozwojowa Unii Europejskiej. Geneza, ewolucja, zasady funkcjonowania. W: E. Latoszek, M. Proczek (red.). *Polityka rozwojowa. Rola organizacji międzynarodowych w zwalczaniu ubóstwa na świecie*. Warszawa: Oficyna Wydawnicza Szkoła Główna Handlowa w Warszawie.

- Jędrusik, M. (2003). Trzy modele kolonizacji turystycznej na przykładzie archipelagów mórz ciepłych. *Przegląd Geograficzny*, 1(75), 81–100.
- Kachniewska, M., Niezgoda, A., Pawlicz, A. (2012). Globalizacja i internacjonalizacja działalności turystycznej. W: M. Kachniewska, E. Nawrocka, A. Niezgoda, A. Pawlicz (red.). *Rynek turystyczny. Ekonomiczne zagadnienia turystyki*. Warszawa: Oficyna Wolters Kluwer Business.
- Landes, D.S. (2007). *Bogactwo i nędza narodów. Dlaczego jedni są tak bogaci, a inni tak ubodzy*. Warszawa: Warszawskie Wydawnictwo Literackie MUZA SA.
- Leszczyński, A. (2016). *Eksperymenty na biednych. Polityczny, moralny i ekonomiczny spór o to, jak pomagać skutecznie*. Warszawa: Wydawnictwo Krytyki Politycznej.
- McElroy, J.L. (2006). Small island tourist economies across the life cycle. *Asia Pacific Viewpoint*, 47(1), 61–77.
- McElroy, J.L., Parry, C.E. (2010). The characteristics of small island tourist economics. *Tourism and Hospitality*, 10, 315–328.
- Mirkowska-Ostatek, M. (2013). Oficjalna pomoc rozwojowa jako czynnik eliminujący skalę ubóstwa w państwach Trzeciego Świata. W: E. Latoszek, M. Proczek (red.). *Polityka rozwojowa. Rola organizacji międzynarodowych w zwalczaniu ubóstwa na świecie*. Warszawa: Oficyna Wydawnicza Szkoła Główna Handlowa w Warszawie.
- Moyo, D. (2009). *Dead Aid. Why Aid Is Not Working and How There Is a Better Way for Africa*. New York: Farrar, Straus and Giroux.
- Piasecki, R. (2003). *Rozwój gospodarczy a globalizacja. Ekonomia rozwoju w zderzeniu z rzeczywistością*. Warszawa: Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne.
- Piasecki, R. (2007). Ewolucja teorii rozwoju gospodarczego krajów biednych. W: R. Piasecki (red.). *Ekonomia rozwoju*. Warszawa: Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne.
- Rodrik, D. (2002). *Institutions, Integration, and Geography: In Search of the Deep Determinants of Economic Growth*. Pozyskano z <https://wcfia.harvard.edu/publications/institutions-integration-and-geography-search-deep-determinants-economic-growth>
- Rodrik, D., Subramanian, A. (2003). The Primacy of Institutions (and what this does and does not mean). *Finance & Development*, 40(2), 31–34.
- Sen, A. (2002). *Rozwój i wolność*. Poznań: Zysk i S-ka Wydawnictwo.
- UNCTAD (1973). *Proceedings of the United Nations Conference on Trade and Development Third Session. Santiago de Chile, 13 April to 21 May 1972. Volume I. Report and Annexes*. New York: United Nations.
- UNCTAD (2010). *In-depth evaluation of UNCTAD's technical cooperation activities dedicated to least developed countries, landlocked developing countries, small island developing states and other structurally weak, vulnerable and small economies*.
- UNCTAD (2018). Pozyskano z <https://unctad.org/>
- UNDP (2018). *Human Development Indices and Indicators. 2018 Statistical Update*.
- Wodejko, S. (1989). *Ruch przyjazdowy z zachodu do wybranych państw socjalistycznych jako wyraz luki na europejskim rynku turystycznym*. Warszawa: Szkoła Główna Planowania i Statystyki.
- Wodejko, S. (1998). *Ekonomiczne zagadnienia turystyki*. Warszawa: Wyższa Szkoła Handlu i Prawa.

Michał Jasiński, dr nauk ekonomicznych, Katedra Unii Europejskiej im. J. Monneta, Kolegium Ekonomiczno-Społeczne, Szkoła Główna Handlowa w Warszawie. Jego zainteresowania naukowe obejmują zagadnienia procesów rozwoju społeczno-gospodarczego państw Południa, w tym szczególnie w podgrupie małych rozwijających się gospodarek wyspiarskich (SIDS) oraz miejsca turystyki międzynarodowej i pomocy rozwojowej w tych procesach.

Michał Jasiński, PhD in Economics, Jean Monnet Chair of the European Union, Collegium of Socio-Economics, Warsaw School of Economics. His research interests include socio-economic processes of development in Global South especially in Small Island Developing States (SIDS) and International Tourism and Official Development Assistance (ODA) in those processes.

ORCID: 0000-0002-0546-5048

Adres/address:

Szkoła Główna Handlowa w Warszawie
Katedra Unii Europejskiej im. J. Monneta

al. Niepodległości 162, 02-554 Warszawa, Polska

e-mail: michal.jasinski@sgh.waw.pl

AGNIESZKA CIUREJ

Pedagogical University of Krakow, Poland

ANNA CHROBAK

Pedagogical University of Krakow, Poland

ANNA WOLSKA

Pedagogical University of Krakow, Poland

SZYMON KOWALIK

Pedagogical University of Krakow, Poland

Valorization of Geosites in Western Tatra Mountains (Chochołowska Valley) with Focus on Tourist Activity of People with Physical Disabilities

Abstract: In this work, we present the results of valorisation of geosites for the geotourist path in the lower part of the Chochołowska Valley, with particular emphasis on tourist activity of people using wheelchairs and elderly people with motor disabilities. Five geosites were valorized: (1) Siwiańskie Turnie Outcrop, (2) Wielkie Koryciska Rock Gate, (3) Chochołowski Stream Riverbed, (4) Niżna Chochołowska Gate, (5) Chochołowskie Karst Spring. Selected geosites are easily accessible by people with limited mobility, including wheelchairs. They are located along a wide, flat asphalt road on the distance of 3.5 km and the altitude difference of 100 metres. Various sedimentary rocks, such as limestones, marls, and dolomites can be seen in geosites. These rocks represent two geological-tectonic structures, the so-called: Choń Nappe (geosites: Siwiańskie Turnie Outcrop, Wielkie Koryciska Rock Gate) and Krížna Nappe (geosite Niżna Chochołowska Gate). Two more characteristic phenomena can be observed: hydrogeological phenomena related to the karst processes seen in Chochołowskie Karst Spring, and geomorphological phenomena observed in Chochołowski stream riverbed. The results of valorisation showed that the evaluated geosites of the geoturistic path have very high geotouristic values. This indicates that the lower part of the Chochołowska Valley has a high geotouristic potential for people using wheelchairs and elderly people with motor disabilities who already are, or want to become active geotourists. Benefit of creating of this type of geotourist paths is the expansion of the tourist offer and the development of services in the Podhale region, with particular emphasis on the people with physical disabilities.

Keywords: Chochołowska Valley; geosites; geotourism; geotourism for people with physical disabilities; Tatra Mountains; valorisation

Received: 29 January 2019

Accepted: 9 May 2019

Suggested citation:

Ciurej, A., Chrobak, A., Wolska, A., Kowalik, Sz. (2019). Valorisation of Geosites in Western Tatra Mountains (Chochołowska Valley) with Focus on Tourist Activity of People with Physical Disabilities. *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego* [Studies of the Industrial Geography Commission of the Polish Geographical Society]. 33(3), 148–158. doi: 10.24917/20801653.333.10

INTRODUCTION

The Tatra Mountains are the highest range in the Carpathian range. They are located in Poland (small part) and Slovakia (larger part). In Poland they are the highest mountains of alpine character. They are divided into the High Tatra Mountains (the highest peak – Rysy 2499 m AMSL) and the Western Tatra Mountains (Starorobociański Szczyt – 2176 m AMSL). The most visited sites of the Polish Tatra Mountains are the Morskie Oko Lake, Chochołowska Valley, Kościeliska Valley, and the Valley of Five Lakes. For advanced mountain hikers the most popular peaks are Kasprowy Wierch, Giewont, Rysy and a group of peaks called the Czerwone Wierchy.

The development of tourism, as well as tourist services in the Podhale and Tatra Mountains has a long and rich history (Myga-Piątek, 2011). Recently, the authorities of the Tatra National Park have made efforts to make some parts of the Tatra Mountains available for people with motor disabilities (Kosut, 2012). However, the description of geotourism attractions for people with disabilities has so far been treated as marginal or even overlooked (Chrobak et al., 2018; Ciurej et al., 2018).

In our work, we present the results of valorisation of geosites for the geotouristic path in the Western Tatra Mountains, in the lower part of the Chochołowska Valley, with a focus on the activity of people with motor disabilities. This particular valley was selected, as one of the most beautiful valleys in Tatra Mountains, as well as for the fact that it is a very popular tourist trail, with adequate infrastructure and numerous rock exposures. For many years, the Chochołowska Valley has been a perfect place to rest and get satisfaction from communing with nature along the tourist trail. Due to these features this valley seems to be a very good area for the development of geotourist services for wide spectrum of tourists, including the people with physical disabilities.

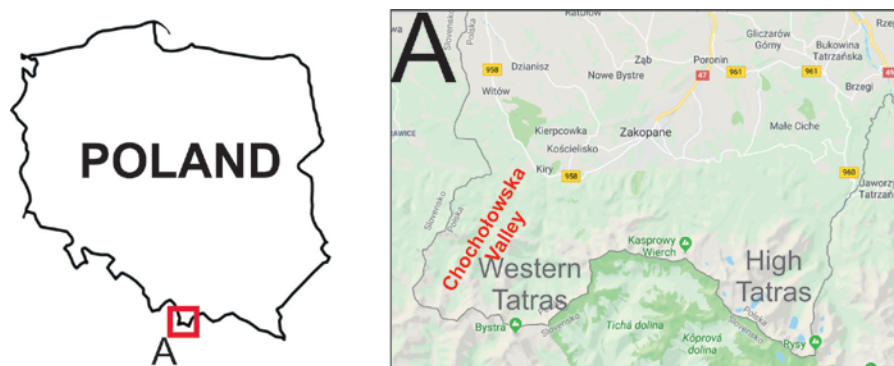
GEOTURISM AND PEOPLE WITH PHYSICAL DISABILITY

Geotourism is a form of qualified tourism (e.g. Jenkins, 1992; De Bastion, 1994; Martini, 1994; Hose, 1995; Słomka, Kicińska-Świdorska, 2004; Newsome, Dowling, 2010). It is practiced mainly by people interested in natural Earth sciences (e.g. geology, geomorphology, hydrology), in rather good physical health and with appropriate equipment. On the other hand, geotourism should not be limited only to the able-bodied, as people with motor disabilities also show increasing interest in this form of tourism. Such a development is the result of popularisation of this kind of tourism for people with physical disabilities in various places in the world, e.g. the Grand Canyon, Yellowstone National Park (Seekins, Clay, Ravesloot, 1994; O'Connell, 2017; Mucivuna, da Glória Motta Garcia, 2018) and only few in Poland (Knapik, Migoń, 2011; Kołodziejczyk, 2013; Chrobak et. al., 2018; Ciurej et al., 2018).

STUDIED AREA

Chochołowska Valley is the longest and largest valley in the Polish Tatra Mountains (Solon et al., 2018) (Figure 1). The area of the valley is more than 35 km², and its length is 10 km. The highest summit located above the valley is Starorobociański Wierch 2176 m AMSL. Chochołowska Valley is one of the most beautiful valleys and one of the most popular tourist trails in Tatra Mountains. The valley administratively belongs

Figure 1. Location of Chochołowska Valley in Western Tatra Mountains

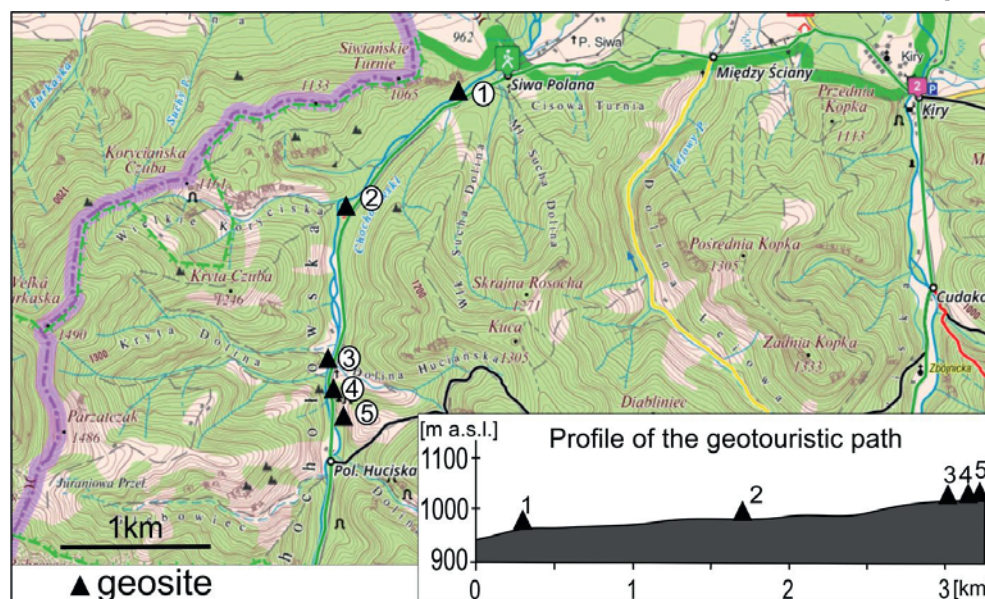


Source: based on <https://www.google.pl/maps/@49.2703685,19.8161085,11z>

to the village of Witów. A green tourist trail runs from the bottom of the valley to the mountain hut named after John Paul II located on the Chochołowska Polana Gate.

The authors selected for further analysis the lower part of the Chochołowska Valley, between the Siwa Polana Glade and Huciska Polana Glade. Five geosites located have been valorized: 1 – Siwiańskie Turnie Outcrop, 2 – Wielkie Koryciska Rock Gate, 3 – Chochołowski Stream Riverbed, 4 – Niżna Chochołowska Gate, 5 – Chochołowskie Karst Spring (Figure 2). A detailed description of these geosites can be found in a paper by Chrobak et al. (2018), therefore in this paper only general information will be given.

Figure 2. Location of valorised five geosites on the geotouristic path in the Chochołowska Valley with hypso-metric profile for geotouristic path. Marked geosites: 1 – Siwiańskie Turnie Outcrop, 2 – Wielkie Koryciska Rock Gate, 3 – Chochołowski Stream Riverbed, 4 – Niżna Chochołowska Gate, 5 – Chochołowskie Karst Spring



Source: based on tourist map: mapy.hiking.sk and computer simulation of profile using the Geographic Information System (GIS) ArcMap 10.6.1

Valorised geosites are located on the geotouristic path, on a distance of 3.5 km. The altitude at the lower part of the valley range from about 900 (from 910 to 920) m AMSL (in the Siwa Polana Glade area) to about 1000 m AMSL (the Huciska Polana Glade). Selected geosites are exposed along (located directly or near) the asphalt road with flat (generally with no holes) and wide surface. The road runs relatively flat, because the height difference is 100 m. All of this makes the geosites accessible to people with limited mobility, including those in wheelchairs. Along the route there is also the necessary sanitary and gastronomic infrastructure, which is easily accessible for people with physical disabilities. In analysed geosites, sedimentary rocks (the Triassic – the Upper Cretaceous age), such as limestones, marls, dolomites are visible. These rocks represent two geological/tectonic structures formed during Alpine orogeny. The first one is the Choč Nappes whose rocks are seen in Siwiańskie Turnie Outcrop and Wielkie Koryciska Rock Gate. The second is Krížna Nappe, whose rocks are seen in Nižna Chochołowska Gate. In addition to the geological structures, some geological phenomena/processes can be seen: the first phenomena related to the karst in Chochołowskie Karst Spring and the second with geomorphological phenomena observed in the Chochołowski Stream Riverbed. Detailed geology of the studied area has already been presented in numerous publications (e.g. Kotański, 1971; Lukniš, 1973; Jurewicz, 2005; Uchman, Chowaniec, 2009; Bac-Moszaszwili, Jurewicz, 2010; Bezák et al., 2011).

METHODS

During last 20 years, when geotourism was developing, many valorisation methods of geosites were also created (Alexandrowicz et al., 1992; Serrano, González-Trueba, 2005; Panizza, Mennella, 2007; Reynard et al., 2007; Koźma, 2008; Pereira, Pereira, 2010; Rybár, 2010; Dmytrowski, Kicińska, 2011; Fassoulas et al., 2012). All of them are based on the point bonitation method which defines the appropriate point value for strictly defined criteria, but they are also characterised by a high degree of subjectivity.

For the purpose of this article, the authors used a valorisation method developed by P. Rybár (2010). This method provides the possibility of rating two types of geosites: natural and anthropogenic. In this article authors used only criteria for the natural geosites: primary geological properties, uniqueness of the object, object accessibility especially for people with physical disabilities, existing scientific and professional publications, conditions of observation (research), safety criteria, availability of information about the object, visual value of the object, value of provided services, objects in the tourist area (Table 1). The method has a 0–8 point scale where each criterion has defined point value for each component, for example: the uniqueness criterion has six components: object unique within Europe – 8 points, object unique within The Western Carpathians – 6 points, object unique within orographic unit – 5 points, object unique within hiking distance – 4 points, object typical for the region – 3 points, and other object – 0 points (Rybár, 2010). In order to make the results of valorisation more objective, the authors independently valorised geosites, and the final result was the arithmetic mean.

The authors also made attempts to determine the proper geotouristic potential of valorised five geosites. Geotouristic potential is defined as a (geo)tourist attractiveness of the geographical environment, taking into account tourist capacity and optimal periods of using (geo)tourist values (Wykrzykowski, 2010). To obtain these the authors

applied for each geosite a method developed by the J. Warszyńska (1970). This method is based on calculating the quotient of the sum obtained from the valorisation by the maximum value possible to obtain by the geosite. The obtained result allowed to classify surveyed geosites into a group with I – very high (0.7 – 1 point), II – high (0.4–0.69), III – medium (0.2–0.39) and IV – low (0–0.19) geotouristic values.

RESULTS

Five geosites from the Chochołowska Valley – three rock outcrops, a fragment of the stream riverbed and a karst spring – have been categorised and valorised using P. Rybár (2010) valorisation method (see Table 1). All experts are specialists in natural sciences but they evaluated from the point of view of people with physical disabilities. According to this method the geosite with the highest point score (the highest geotouristic potential) is Siwiańskie Turnie Outcrop (68 points). It also received the highest point values from all experts. It is natural exposure within Chochołowski Stream valley where a light gray thick-bedded Triassic (Wetterstein) dolomites, strong tectonic deformations, belonging to a tectonic structure, the so-called Choč Nappe can be seen (e.g. Passendorfer, 1971; Kotański, 1971; Gaździcki, Michalik, 1980; Bac-Moszaszwili, Jurewicz, 2010; Gawęda, 2010). Additional, educational values of this geosite are the occurrence of the main European watershed between the Baltic Sea and the Black Sea passing through the top of the Siwiańskie Turnie (Małecka et al., 2002); moreover this is also a place of the most southern location of a relict pine (*Pinus sylvestris* L.) (Skrzydłowski, 2017). Slightly lower scores were obtained by Niżnia Chochołowska Gate, Wielkie Koryciska Rock Gate and Chochołowski Stream Riverbed, which gained 65, 62.5 and 58.5 points, respectively. The Niżnia Chochołowska Gate is the best example to see the gorge developed in the dolomites (Middle Triassic), belonging to the tectonic structure (Křížna Nappe), which are severely cracked and cut by numerous faults (e.g. Kotański, 1971; Bac-Moszaszwili, Jurewicz, 2010). Additional value of this outcrop is the occurrence of the small caves which were formed during the karst processes on the calcareous rocks (the Neogene period) (Bac-Moszaszwili, Jurewicz, 2010; Gawęda, 2010). The Wielkie Koryciska Rock Gate is built by light gray Triassic (Ramsau) dolomites of the Choč Nappe (e.g. Kotański, 1971; Bac-Moszaszwili, Jurewicz, 2010). The rocks in the lower part of the gate are washed and eroded by the waters of the Chochołowski Stream, which is deep (approximately 0.5 m) and has a strong current. This geosite has a lower accessibility point score, because direct access to these geosite is possible only by passing through the stream, so it is unreachable for people with physical disabilities.

The example of the geomorphological geosite (geomorphosite; Reynard et al., 2011) is the fragment of the Chochołowski Stream Riverbed in the Huciska Glade, where the diversity of the alluvial (Holocene) riverbed at the bottom of the channel can be observed. The alluvial deposits (pebbles) present consist of sedimentary rocks (dolomites, sandstones, limestones, marls) and crystalline rocks (gneisses, amphibolites, migmatites, quartzite sandstones). This geosite also has lower accessibility point score, because convenient observation is possible from a wooden bridge, which could be difficult to access for people with physical disabilities.

The lowest rated was the Chochołowskie Karst Spring with 53.5 points, an example of a hydrological geosite. This spring creates a small lake. It is characterised by constant

Table 1. Valorisation of five geosites in the Chochołowska Valley (Western Tatra Mountains) with focus on tourist activity of people with physical disabilities, using the valorisation method by P. Rybár (2010) (modified)

	Sivian's Turnie Outcrop				Wielkie Koryciska Rock Gate				Chochołowski Stream Riverbed				Niżnia Chochołowska Gate				Chochołowskie Karst Spring			
	Expert No				Expert No				Expert No				Expert No				Expert No			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Primary geological properties	5	5	6	3	5	5	5	5	5	5	5	3	6	5	6	5	6	5	6	3
Uniqueness	6	8	5	3	5	8	4	3	4	6	3	3	5	5	4	3	4	8	4	3
Object accessibility	8	8	5	8	7	8	5	8	7	7	4	5	8	7	5	8	4	4	0	0
Existing scientific and professional publications	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8
Conditions of observation	8	8	8	8	8	8	8	8	4	4	8	8	8	8	8	4	4	4	4	4
Safety criteria	8	8	8	8	8	8	8	8	8	5	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8
Availability of information on the object	8	8	8	8	5	6	8	8	5	5	5	8	5	8	8	8	5	8	8	8
Visual value of the object	6	6	8	8	3	8	8	8	3	8	5	8	6	6	8	8	3	3	8	6
Value of provided services	4	4	2	4	0	0	0	0	2	4	2	2	2	4	0	2	2	4	0	2
Object in the tourist area	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8
The sum of expert evaluations	69	71	66	66	57	67	62	64	54	60	59	61	64	67	63	66	55	57	52	50
Average of expert ratings	68.0				62.5				58.5				65.0				53.5			
The value of the indicator according to Warszńska (1970)	0.85				0.78				0.73				0.81				0.66			
Group	I				I				I				I				II			

Source: own work based on P. Rybár valorisation method (2010)

water temperature (5–6.3°C), efficient outflow of water (ca. 400–600 l/s) which is typical for karst springs (Bac-Moszaszwili, Jurewicz, 2010). Water flows out from the Triassic dolomites of the Krížna Nappe. The water source area is the massif of the Kominarski Wierch and the Wyżnia Chochołowska Brama Gate (Barczyk, 2013). The spring is perfectly visible from the path, but direct access for the people with physical disabilities is impossible, so the accessibility point score is the lowest from all valorised geosites (only 2 points).

According to Warszzyńska method, four of valorised geosites belong to the first group of geosites with very high geotouristic potential. Those are: Siwiańskie Turnie Outcrop, Niżnia Chochołowska Gate, Wielkie Koryciska Rock Gate and Chochołowski Stream Riverbed. Just one geosite – Chochołowskie Karst Spring – belongs to the second group of geosites with high geotouristic values (Table 1).

The discrepancies in expert assessments are varied. The smallest occur in the assessment of geotourism values of the Niżnia Chochołowska Gate and the biggest in the assessment of Wielkie Koryciska Rock Gate.

DISCUSSION

The evaluation of geosites in the Chochołowska Valley provided curious outcomes. Siwiańskie Turnie Outcrop received the highest point value in the opinion of all four experts. Slightly lower, but also very high, point values were obtained by other three geosites, i.e. Niżnia Chochołowska Gate, Wielka Koryciska Rock Gate, and Chochołowski Stream Riverbed. High point values of these geosites may result from their detailed and comprehensive description in scientific and tourist literature (Kotański, 1971; Uchman, 2004; Bac-Moszaszwili, Jurewicz, 2010; Piotrowska, 2015). In addition, these good results can be also related to their good observation conditions, as well as availability and safety criteria of valorised geosites. The latter, i.e. the safety criteria, are especially important for people with physical disabilities. It also seems that the effect on the number of points received was due to the fact that these geosites are marked on the maps and described in detail on tourist portals.

The lowest ranked was the Chochołowskie Karst Spring geosite. This is a very interesting site in terms of karst phenomena which is the subject of scientific research (Barczyk, 2013) and is indexed in geological database of the Polish Geological Institute (geostanowiska.gov.pl). On the other hand, the availability of this point for the disabled is limited, which had a clear impact on the number of points received, as seen in Table 1. Discrepancies in assessments are varied. Generally, they result from the state of knowledge, interests, specialisations and preferences (maybe also taste) of experts. The biggest discrepancies in the assessment of the Wielkie Koryciska Rock Gate are interesting. These discrepancies were observed in criteria such as: uniqueness, object accessibility, availability of information on the object. These criteria are quite subjective and it may have influenced the results.

When comparing the obtained results of the valorisation of geosites from the lower part of Chochołowska Valley with other ones described in the literature and valorised according to the same method (e.g. Štrba et al., 2014; Chrobak, 2016), it can be concluded that all geosites presented in this paper have very high geotouristic potential.

SUMMARY

The valorisation of five geosites in the lower part of the Chochołowska Valley shows that they have a high geotouristic values for people with physical disabilities who are or who want to be active geotourists. Additionally, the study also shows that this part of the valley has a high geotouristic potential. The lower part of the Chochołowska Valley can be a perfect place to rest and get satisfaction from communing with nature along the tourist trail. Described and valorised geosites may be a source of geological knowledge available to people with reduced mobility, including people using wheelchairs.

Selection and promotion of the places in the Tatra Mountains that are easily accessible to people with motor disabilities and additionally have a high geotouristic values, is an important point in further development of tourist services in this area. The benefit of creating this type of geotourist paths is the expansion of the tourist offer and the development of services in the Podhale region, with particular emphasis on people with physical disabilities.

The authorities of the Tatra National Park, took an important step to make certain places in the Tatra Mountains available for people with motor disabilities (Kosut, 2012). However, the promotion of geotourist attractions for people with motor disabilities is still marginal in the tourist industry and should be gradually developed alongside the proper services¹.

References

- Alexandrowicz, Z., Kućmierz, A., Urban, J., Otęska-Budzyn, J. (1992). *Waloryzacja przyrody nieożywionej obszarów i obiektów chronionych w Polsce*. Warszawa: Wydawnictwo Państwowego Instytutu Geologicznego.
- Bac-Moszaszwili, M., Jurewicz, E. (2010). *Wycieczki geologiczne w Tatry*. Zakopane: Tatrzański Park Narodowy.
- Barczyk, G. (2013). Systemy wywierzyiskowe w tatrzańskim środowisku przyrodniczym. In: J. Pociask-Karteczka (ed.). *Z badań hydrologicznych w Tatrach*. Zakopane: Tatrzański Park Narodowy, 71–76.
- Bezák, V., Maglay, J., Polák, M., Kohút, M., Gross, P., Piotrowska, K., Iwanow, A., Gaździcka, E., Raczkowski, W. (2011). *Geologicko-náučná mapa Tatier*. 1:50 000. Bratislava: Štátny geologický ústav Dionýza Štúra.
- Chrobak, A. (2016). Valorisation and categorisation of the geosites in the Podtatrze area (Southern Poland). *Geotourism (Geoturystyka)*, 46–47(3–4), 3–26.
- Chrobak, A., Ciurej, A., Wolska, A., Kowalik, S. (2018). Geotouristic values of the Chochołowska Valley (Tatra Mountains, Poland) and their availablites for people with physical disabilities. *Geotourism (Geoturystyka)*, 52–53(1–2). doi: 10.7494/geotour.2018.52-53.3
- Ciurej, A., Chrobak, A., Wolska, A., Kowalik, S. (2018). Walory geoturystyczne Doliny Chochołowskiej udostępnione dla osób niepełnosprawnych ruchowo. In: Z. Zioło, M. Płaziak (eds.). *Problematyka 34. Międzynarodowej Konferencji Naukowej nt. „Problematyka badawcza geografii przemysłu i usług”*. Kraków–Warszawa: Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Pedagogicznego.
- De Bastion, R. (1994). The private sector – threat or opportunity? In: D. O’Halloran, C. Green, M. Harley, M. Stanley, J. Knill (eds.). *Geological and Landscape Conservation*. London: The Geological Society, 391–395.

¹ **Acknowledgments.** The research was financed from the statutory research of the Pedagogical University of Krakow, No. BS / 452 / G / 2018. The authors are very grateful to Paulina Łysiak, MD for her important remarks on this paper.

- Dmytrowski, P., Kicińska, A. (2011). Waloryzacja geoturystyczna obiektów przyrody nieożywionej i jej znaczenie w perspektywie rozwoju geoparków. *Problemy Ekologii Krajobrazu*, 29, 11–20.
- Fassoulas, C., Mouriki, D., Dimitriou-Nikolakis, P., Iliopoulos, G. (2012). Quantitative Assessment of Geotopes as an Effective Tool for Geoheritage Management. *Geoheritage*, 4(3), 177–193.
- Gaździcki, A., Michalík, J. (1980). Uppermost Triassic sequences of the Choč nappe (Hronic) in the West Carpathians of Slovakia and Poland. *Acta Geologica Polonica*, 30(1), 61–75.
- Hose, T.A. (1995). Selling the story of Britain's stone. *Environ Interpretation*, 10(2), 16–17.
- Jenkins, J.M. (1992). Fossickers and rockhounds in northern New South Wales. In: B. Weiler, C.M. Hall (eds.). *Special interest tourism*, 129–140.
- Jurewicz, E. (2005). Geodynamic evolution of the Tatra Mts. and the Pieniny Klippen Belt (Western Carpathians): problems and comments. *Acta Geologica Polonica*, 55(3), 295–338.
- Knapik, R., Migoń, P. (2011). *Georóżnorodność i geoturystyczne atrakcje Karkonoskiego Parku Narodowego i otuliny*. Jelenia Góra: Agencja Wydawnicza „ARGI”.
- Kołodziejczyk, K. (2013). Szlaki turystyczne przystosowane do potrzeb osób niepełnosprawnych – doświadczenia polskie i czeskie, próba stworzenia wzorca. In: R. Wiliś, J. Wojciechowska (eds.), *Nowe stare formy turystyki w przestrzeni, Warsztaty z Geografii Turyzmu*. Tom 3. Łódź: Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, 287–306.
- Kosut, Ł. (2012). Tatry dla wszystkich. *Tatry*, (2)40, 56–59.
- Kotański, Z. (1971). *Przewodnik geologiczny po Tatrach*. Warszawa: Wydawnictwa Geologiczne, 1–280.
- Koźma, J. (2008). *Opracowanie zasad identyfikacji i waloryzacji geotopów dla potrzeb sporządzania dokumentacji projektowych geoparków w Polsce z zastosowaniem systemów GPS i GIS*. Warszawa, Wrocław: Archiwum Państwowego Instytutu Geologicznego.
- Lukniš, M. (1973). *Reliéf Vysokých Tatier a ich predpolia*. Bratislava: Slovenská Akademia Vied.
- Martini, G. (1994). The protection of geological heritage and economic development: the saga of the Digne ammonite slab in Japan. In: D. O'Halloran, C. Green, M. Harley, M. Stanley, J. Knill (eds.), *Geological and Landscape Conservation*. London: The Geological Society, 383–386.
- Mucivuna, V.C., da Glória Motta Garcia, M. (2018). Educational and tourism use of easy-access viewpoints: a study in the Itatiaia National Park, Brazil. *VIII GeoSciEd 2018 – 8th Quadrennial Conference of the International Geoscience Education Organisation (IGEO) – Geosciences for Everyone*, 202–207.
- Myga-Piątek, U. (2011). Genius loci Podhala i Tatr. Rola w kształtowaniu atrakcyjności turystycznej. *Prace Komisji Krajobrazu Kulturowego Polskiego Towarzystwa Geograficznego*, 15, 259–277.
- Newsome, D., Dowling, R.K. (2010). *Geotourism. The tourism of Geology and Landscape*. Oxford: Goodfellow Publishers Limited.
- O'Connell, J.T. (2017). How to Plan a Grand Canyon Vacation for the Handicapped. Retrieved from <https://traveltips.usatoday.com/plan-grand-canyon-vacation-handicapped-15309.html>
- Panizza, V., Mennella, M. (2007). Assessing geomorphosites used for rock climbing. The example of Monte Leone Rocca Doria (Sardinia, Italy). *Geographica Helvetica*, 62(3), 181–191.
- Passendorfer, E. (1971). *Jak powstały Tatry*. Warszawa: Wydawnictwa Geologiczne.
- Pereira, P., Pereira, D. (2010). Methodological guidelines for geomorphosite assessment. *Geomorphologie: Relief, Processus, Environnement*, 2, 215–222.
- Piotrowska, K. (2015). Budowa geologiczna Tatr w nawiązaniu do nowej Szczegółowej Mapy Geologicznej Tatr w skali 1:10 000 (SMGT). In: A. Chrobak, A. Kotarba (eds.), *Przyroda Tatrzńskiego Parku Narodowego a Człowiek. Nauki o Ziemi*. Zakopane: Tatrzński Park Narodowy, 109–114.
- Reynard, E., Coratza, P., Giusti, C. (2011). Geomorphosites and Geotourism. *Geoheritage*, 3(3), 129–130.
- Reynard, E., Fontana, G., Kozlik, L., Scapozza, C. (2007). A method for assessing “scientific” and “additional values” of geomorphosites. *Geographica Helvetica*, 62(3), 148–158.
- Rybár, P. (2010). Assessment of attractiveness (value) of geotouristic objects. *Acta Geoturistica*, 1(2), 13–21.
- Seekins, T., Clay, J., Ravesloot, C. (1994). A descriptive study of secondary conditions reported by a population of adults with physical disabilities served by three independent living centers in a rural state. *Journal of Rehabilitation*, 60(2), 47–51.

- Serrano, E., González-Trueba, J.J. (2005). Assessment of geomorphosites in natural protected areas: the Picos de Europa National Park (Spain). *Géomorphologie: Relief, Processus, Environnement*, 3, 197–208.
- Słomka, T., Kicińska-Świdarska, A. (2004). Geoturystyka – podstawowe pojęcia. *Geoturystyka*, 1(1), 5–7.
- Solon, J., Borzyszkowski, J. et al. (2018). Physico-geographical mesoregions of Poland: Verification and adjustment of boundaries on the basis of contemporary spatial data. *Geographia Polonica*, 91(2), 143–170.
- Štrba, L., Rybár, P. et al. (2014). Geosite assessments: comparison of methods and results. *Current Issues in Tourism*, 18(5), 496–510.
- Uchman, A. (2004). Tatry, ich skały osadowe i badania sedimentologiczne. In: M. Kędzierski, S. Leszczyński, A. Uchman (eds.). *Geologia Tatr: Ponadregionalny kontekst sedimentologiczny. Polska Konferencja Sedymetologiczna, Zakopane, 21–24.06.2004 r.* Kraków: Polskie Towarzystwo Geologiczne, 5–15.
- Uchman, A., Chowaniec, J. (2009). Budowa geologiczna Tatr i Podhala ze szczególnym uwzględnieniem zjawisk termalnych na Podhalu. *LXXIX Zjazd Naukowy Polskiego Towarzystwa Geologicznego, Bukowina Tatrzańska, 27–30 września 2009 r.* Warszawa: Wydawnictwo Państwowego Instytutu Geologicznego.
- Warszyńska, J. (1970). Waloryzacja miejscowości z punktu widzenia atrakcyjności turystycznej (zarys metody). *Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Jagiellońskiego. Prace Geograficzne*, 27, 103–114.
- Wykrzykowski, J. (2010). Potencjał turystyczny w ujęciu geograficznym. *Potencjał turystyczny zagadnienia przestrzenne. Zeszyty naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego*, 590, 33–42.

Agnieszka Ciurej, PhD, Pedagogical University of Krakow, Faculty of Geography and Biology, Institute of Geography, Department of Geology. The field of research includes: (1) geological sciences (micropaleontology, sedimentology and paleoceanography), (2) geotourist characteristics of selected areas, (3) rock materials for practical application of rocks in buildings and urban spaces.

ORCID: 0000-0002-2383-7562

Address:

Pedagogical University of Krakow
Faculty of Geography and Biology
Institute of Geography
Department of Geology
ul. Podchorążych 2, 30-084 Kraków, Poland
e-mail: agnieszka.ciurej@up.krakow.pl

Anna Chrobak, PhD, Pedagogical University of Krakow, Faculty of Geography and Biology, Institute of Geography, Department of Geology. Her research is conducted in the following fields: (1) physical geography, especially geomorphology (mass processes – landslides), (2) geodiversity analysis of selected areas in Europe, (3) geotourism – inventory and quantitative assessment of geosites and (4) (geo)tourists' preferences.

ORCID: 0000-0003-3124-8853

Address:

Pedagogical University of Krakow
Faculty of Geography and Biology
Institute of Geography
Department of Geology
ul. Podchorążych 2, 30-084 Kraków, Poland
e-mail: anna.chrobak@up.krakow.pl

Anna Wolska, professor, Pedagogical University of Krakow, Faculty of Geography and Biology, Institute of Geography, Department of Geology. Her research is conducted in the following fields: (1) geological sciences (petrology, mineralogy and geochemistry), (2) geotourist characteristics of selected areas, (3) practical application of rocks in buildings and urban spaces.

ORCID: 0000-0002-8596-5009**Address:**

Pedagogical University of Krakow
Faculty of Geography and Biology
Institute of Geography
Department of Geology
ul. Podchorążych 2, 30-084 Kraków, Poland
e-mail: anna.wolska@up.krakow.pl

Szymon Kowalik, MSc, Pedagogical University of Krakow, Faculty of Geography and Biology, Institute of Geography, Department of Geology. His research is conducted in the following fields: (1) geological sciences (micropaleontology, sedimentology and paleoceanography), (2) geotourist characteristics of selected areas, (3) rock materials for practical application of rocks in buildings and urban spaces, (4) techniques of micro-fossil preparation.

ORCID: 0000-0002-3941-6818**Address:**

Pedagogical University of Krakow
Faculty of Geography and Biology
Institute of Geography
Department of Geology
ul. Podchorążych 2, 30-084 Kraków, Poland
e-mail: szymon.kowalik@up.krakow.pl

MARIUSZ CEMBRUCH-NOWAKOWSKI
Pedagogical University of Krakow, Poland

Green Hotels – Exception or Norm?

Abstract: The paper aims at presenting the broad literature report on green hotels. Development of the “green hotels” concept and its implementation are relatively new initiatives in hospitality sector. They can be seen as the elements of the growing general global environmental awareness. Hospitality industry is one of the most rapidly expanding sector worldwide. It is strongly associated with tourism. However, with the growing palette of services offered currently by the hotels they tend to play various socio-economical roles. In many locations hotels function as a driving force for socio-economic development, serving as employers for the local population, but also providing the forum for meetings, conferences, private/family events and ceremonies. Unfortunately, hospitality is also recognised as an industry characterised by the consumption of significant amount of resources. In particular, this concerns energy and water consumption but also waste generation. Based on literature reports the paper presents impact of dynamically growing hotel industry on the environment. The evolution in customers’ preferences towards green hotels is discussed in terms of their growing environmental awareness and the level of their satisfaction. The willingness of customers to financially support green hotel practices is discussed. The theoretical background of marketing strategies is discussed. The role of communication between various players involved in hotel operations is underlined.

Keywords: development of marketing strategies; financial aspects; green hotels; pro-ecological consumers’ attitudes

Received: 27 December 2018

Accepted: 22 May 2019

Suggested citation:

Cembruch-Nowakowski, M. (2019), Green Hotels – Exception or Norm? *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego* [Studies of the Industrial Geography Commission of the Polish Geographical Society], 33(3), 159–175. doi: 10.24917/20801653.333.11

INTRODUCTION

Tourism is one of the biggest industries worldwide in terms of the number of employees. Hospitality industry is a leading player within this sector. In many locations it serves as a driving force for socio-economic development. Unfortunately, it is also recognised as an industry characterised by the consumption of significant amount of resources (e.g. Gössling et al., 2005; Gössling, 2015). In particular, this concerns energy

and water consumption, but also waste generation. The estimated average energy use per guest night for various types of accommodation categories reaches 98 megajoules (MJ) (Gössling, 2002) and the average global direct water consumption per night spent by a guest in an accommodation building reaches 350 litres (Gössling, 2015). These are considerably higher than the average energy consumption per person which varies between 12 MJ/day for developing countries and 87 MJ/day for OECD countries (data for 2004) (Human Development Report, 2007/2008), and domestic water consumption which is about 160 litres per person per day (Gössling and Hall, 2005). In addition, the hotel industry generates large volumes of waste. A typical tourist generates at least 1 kilogram of solid waste per day (Davies & Cahill, 2000) and a tourist from developed countries generates up to 2 kg per day in the United States (UNEP, 2003). Additionally, it is estimated that tourist sector contributes significantly to the climate change as it is responsible for about 5% of global carbon dioxide (CO₂) emissions, coming mainly from transport (Gössling, 2002). The Green Seal (2012) observed that the average hotel purchases more products in one week than one hundred families buy usually in a year. This boosts the cost of hotel operation. Thus, it is believed that the water and energy-saving, proper disposal of solid waste strategies are adopted by hoteliers primarily to reduce the functioning costs (Manaktola & Jauhari, 2007; Erdogan & Baris, 2007). However, these actions have also the pro-ecological dimension and result in a sustainable environment. Thus the "green strategy" is also catching the interest of hotel owners as they observe ecological awareness of growing number of customers and because it is seen as a tool for positioning their hotels as "green hotels" differently in the competitive area of hospitality (Manaktola & Jauhari, 2007; Holjevac, 2003). Green Hotels Association (GHA) defined green hotel as "environmentally-friendly properties whose managers are eager to institute programs that save water, save energy and reduce solid waste – while saving money – to help protect our one and only Earth" (2007). There are attributes of green hotels proposed by various researchers. The twelve environmentally friendly attributes proposed by Gustin and Weaver (1996), the International Tourism Partnership include: 1) use of energy saving light bulbs in the sleeping area of the room, 2) use of energy saving light bulbs in the guest bathroom, 3) use of low flow toilets in the room, 4) use of low flow faucets in the room, 5) use of low flow showerheads in the room, 6) use of refillable soap dispensers instead of bars of soap, 7) use of refillable shampoo dispensers instead of individual bottles, 8) introduction of a towel re-use program, 9) introduction of "sheets changed only if requested" (for stays up to three nights), 10) placement of recycling bins in the guest room, 11) installation of occupancy sensors used to control lighting in the room, 12) use of a key cards that turn power in the room on and off.

That list should serve as the core for green hotels services. It is continuously being expanded and more attributes are included as technology development allows for the modification and improvement of traditional hotel services.

Considering the need for urgent pro-ecological actions in hotel industry the paper aims at presenting the literature report on the customers' and managers' attitude towards green hotels and the theoretical background of marketing strategies development. It is believed that such an analysis could be useful for hoteliers in developing effective pro-ecological strategies and for customers to increase involvement in environmentally friendly practices while using hotel services.

CUSTOMERS' INTENTION TO VISIT GREEN HOTELS

To make the “green hotels” a norm rather than exception, joint efforts of many players – starting from regulators, public bodies, hotel owners/managers and consumers (guests) – are necessary. Although the consumers are at the end of this list, in reality they are major players, as they not only buy the services but they also can influence the opinion and attitude of law-makers and service providers (hoteliers) (Tsaur & Tzeng, 1995). Changes in the hotel selection and attributes that are important to travellers can be illustrated by a comparison of the outcomes of several studies carried out by Barsky & Labagh (1992), Cadotte & Turgeon (1988), Dube & Renaghan (1999), Dolnicar (2002), Dolnicar & Otter (2003), Lockyer (2005), and Vora (2007). The early studies ignored the attributes related to pro-ecological aspects of hotel services. A meta-analysis of hotel attributes performed by Dolnicar & Otter (2003) can serve as a good example. The authors indicated that among the hotel attributes studied, the cleanliness was the top priority, followed by hotel location. Lockyer (2005) identified 173 attributes important to customers. They were related to image, price/value, and service but none of them was related to environmental attributes of a hotel. Interestingly, studies conducted by Vora (2007) indicated that only a few years later, 43 million US travellers have expressed their worries for the environment and considered to accept the environmental policies of the hoteliers. Among them, water conservation and waste reduction were considered to be the major aspects of environmentally responsible management in hotels (Singh et al. 2014; Wyngaard & de Lange 2013; Han et al. 2018). Recent qualitative studies (word association test) carried out by Verma and Chandra (2018) on a sample of 168 hotel customers allowed to identify that customers perceive energy conservation, recycling, and greenscaping as key sustainable practices pertaining to the hotel industry. In practical terms, the towel reuse policy is one the most effective and widely used green hotel practice.

However, when one analyses the customers' preferences regarding the choice of green hotel, the issues related to their quality are quite often discussed. As was recently observed by Lee & Cheng (2018), because of the special nature of services offered by green hotels, the existing hotel service quality scale is not sufficient to measure the service quality performance of green hotels. To eliminate that problem they proposed to measure the service quality performance of green hotels by constructing the Green Lodging Service Quality scale (GLSERV scale). The GLSERV scale included parameters such as: reliability, empathy, environmental communication, green energy saving, assurance.

Studies on a customer intention to consider accommodation in green rather than in regular hotels originated from the reflection that although there is a growing number of customers seeking accommodation in green hotels, they still constitute a small fraction of all hotel visitors (Watkins, 1994). However, while analysing the literature one can see that there has been a considerable change in the customers' approach to the eco-friendly lodging in the last decade. That is related to the fact that societies are becoming more environmentally aware. It is, however, very difficult to translate that into practical terms. It is difficult to determine whether the environmental consciousness, which is a psychological state, affects the practical consumer's purchasing decision, which sometimes brings about the higher costs of the goods/services.

Miao and Wei (2013) made a comparison of the pro-environmental behaviour of people in their household and in hotels. The self-addressed mail questionnaires were sent to randomly selected 5000 employees of the Midwestern University in the United States. The analysis of 1185 completed replies have demonstrated behavioural inconsistency in these two settings. Participants indicated considerably higher level of pro-environmental behaviour in a household than in hotels. That was explained considering the contextual nature of pro-environmental behaviour which may differ across settings. While the normative motives such as altruism, concern for family, friends and environment are the dominant determinant of pro-ecological behaviour in a household, the hedonic motives such as seeking direct pleasure, personal comfort or excitement (Lindenberg and Steg, 2007) are the strongest predictor of the behaviour in a hotel environment. The results of these studies support the Goal-Framing Theory (Lindenberg and Steg, 2007) which assumed the existence of three major motives related to pro-environmental behaviour: normative, hedonic, and gain. The normative motives are driven by the feeling that one is morally obligated to behave pro-environmentally and contribute to a better environment or show good example – just to “act appropriately”. A person with hedonic approach concentrates on the improvement of personal enjoyment and comfort – eliminating pro-environmental behaviour that is not pleasurable. As was shown in many studies the consumer satisfaction with green hotels is a key parameter determining the decision on using these hotels more often. Satisfaction is a multi-dimensional phenomenon, in which the cognition and affect are important determinants of consumer satisfaction or dissatisfaction (Oliver, 1993). For hotel guests, social services such as interaction with employees and physical services, such as e.g. the quality of the infrastructure, building, interior facilities, location or landscape affect their satisfaction (Bitner, 1992). Green schemes can satisfy consumers’ psychological and emotional needs (Singh, 1991; Sen & Bhattacharya, 2001; Kang et al., 2012). Gao & Mattila (2014) carried out online consumer satisfaction studies in a context of corporate social responsibility (CSR). Studies were performed with 183 participants and 158 completed the survey (45% were female, 88% were aged 20–59, 80% were Caucasian, 85% held a degree higher than high school, 66% had household incomes more than \$30,000, and 68% stayed at hotels more than once a year). The analysis of obtained material indicated that when service delivery is successful, consumer satisfaction is higher for green (vs. non-green) hotels, but when the service fails, the advantage for green hotels disappears. They have also observed that consumer satisfaction with green hotels is higher when the hotel’s green initiatives have a public-serving (vs. self-serving) nature. The results have shown that the perceived warmth and competence influence the relationship between service outcomes and consumer satisfaction. That observation is in line with earlier findings by Hartline & Jones (1996). Considering the fact that sometimes in human perception green hotels are seen as they may compromise the guest’s comfort with eco-friendly practices, Chan (2015) decided to study the joined effect of technologies, innovations and sustainability on the guest’s decision to book the same hotel/hotel brand for the next visit. This study aimed at finding whether the hotel facilities and sustainability attempts have an impact on consumer purchasing behaviours and intention to revisit that hotel. The on-site surveys were performed to obtain data from guests of hotels located in six states of the South-Eastern United States. For that purpose 1200 hotel guests were randomly selected, from which 600 were interviewed on-site, while the remaining 600 were given a self-administrated

survey. The analysis of the results have shown that technology-related factors (such as high speed Wi-Fi and easy-to-operate remote eco-self-climate control) influence hotel selection. On the other hand, the most important factors considered in the selection of eco-friendly hotel include: the levels of implementation of a recycle program, locally grown food options, eco-friendly cleaning supplies, energy-efficient lighting, water-saving plumbing system, and the use of recycled materials.

Huang et al. (2014) examined whether the motivation crowding effect occurs during the process in which the hotel consumers try to be environmentally-friendly. The motivation crowding effect was studied by Frey (1997), Frey & Oberholzer-Gee (1997) and Frey & Jegen (2001). They suggested that external cash interventions lower the levels of intrinsic motivation. The incentives crowd out the original drive to action. Huang et al. (2014) carried out a questionnaire survey based on a delivery and collection (some were returned later by email) forms. The studies were directed at business customers of selected 40 large-scale five star hotels in Shanghai. The incomplete answers were eliminated and 458 valid questionnaires were analysed. The subjects' sample were as follows: 61.57% males and 38.43% females, 34.28% were senior high school or below and 65.72% were university graduates or above, 12.45% were 20–30 years old, 18.78% were 31–40, 38.21% were 41–50, 11.79% were 51–60, and 18.77% were older than 61. The majority of responders were representative of business customers, males aged 30–50. The results have shown that the consciousness of the need for environmental protection positively influences the green consumer behaviour. On the other hand, cash discount incentives do not have any effect on the hotel guests to adopt pro-ecological behaviour such as to reuse their bed sheets or towels. That is still seen by clients as an action aimed rather on saving money by the hotel than a pro-ecological activity. However, environmental protective alternatives are interesting incentives for hotel guests to ensure their environmentally-friendly behaviour. Female and younger guests are more interested in being environmentally-friendly. These findings have proven the existence of motivation crowding phenomenon among hotel guests which should be taken into account by hotel managers when introducing the environmentally-friendly strategies. Interesting observations were reported by Millar and Baloglu (2008). They collected 165 complete surveys from attendees of a hotel developer's conference organised in Las Vegas, Nevada in 2008. The conference was devoted to the greening of the hospitality industry. The quantitative data analysis was performed using the Statistical Package for Social Sciences (SPSS, Version 16.0). Surprisingly, not all participants had a positive view on green hotels, but the younger ones seemed to be more in favour of some environmental attributes than the more mature respondents (60 years old and older). That was explained considering the fact that the hotels' impact on the environment has only recently become an important issue.

Berezan et al. (2013) tried to identify how sustainable hotel practices affect the satisfaction and intention to return to the same lodging of hotel guests of various nationalities. This was especially interesting in the context of a general view that a majority of American travellers consider themselves to be "environmentally conscious" (U.S. Travel Association, 2009) and that they feel that hotel companies should undertake sustainability actions (Weissenberg et al. 2008). That growing customers' awareness of sustainable practices is seen as a possibly important factor in choosing a hotel (Tzschentkea, 2008). For their analysis they used 329 surveys (in English and Spanish) completed by hotel guests in San Miguel de Allende a popular upscale tourist destination in Mexico.

That location was chosen as it attracts tourists from all over the world. Results of this study indicated that the green practices positively affect the guests' satisfaction levels and their intention to return, independently of the subject's nationality. There are differences in relative satisfaction levels generated by hotel sustainable practices between nationality groups. Generally, Mexicans were much more satisfied with these policies than the Americans and guests of other nationalities. The relative importance of some ecological practices (such as light bulb, occusensor, keycard, water-saving in public space, dispenser, and towel policy) was perceived differently by the guests of different nationalities. On the other hand, green practices such as: water-saving in guest rooms, local supplier, recycle and eco-supply did not observe any differentiation in perceptions by various nationalities.

Yu et al. also studied guests' experiences at green hotels and the effect on customer satisfaction. The studies involved 727 reviews (downloaded from TripAdvisor) on customers experience gathered while staying in the top 10 green hotels in the US. Data were analysed using descriptive statistics and logistic regressions. Customers reported on both positive and negative experiences at green hotels. The studies allowed to identify the contribution of various types of green practices to customer satisfaction. Different practices impact customer satisfaction in different ways, thus hoteliers should refine their green strategies when implementing these green practices.

Dalton et al. (2008) studied the attitudes of Australian tourists towards micro-generation renewable energy supply (RES) for hotel accommodation. Direct interview method was supplemented with questionnaire survey. The results indicated that 50% of tourists participating in studies perceived RES to be reliable and that they would be willing to stay in hotels with such an energy supply accepting possible inconveniences. The Australians had generally a more positive approach to RES than overseas visitors, including the Japanese and the Americans. There was no statistically significant variation when gender was taken into account. Older guests had a more positive attitude than the younger ones. As far as the type of RES is concerned, there was no opposition against photovoltaic or onshore wind farms located nearby hotels. Offshore wind farm locations were far less accepted.

FINANCIAL ASPECTS OF CHOOSING ACCOMMODATION IN GREEN HOTELS

It has been recognised that implementation of some pro-ecological strategies in hotels may result in increasing their operational costs while compromising on quality. The researchers studied whether customers are willing to pay extra for such services. The results differ considerably but they suggest that over time more responders, driven by the ecological awareness, are willing to participate financially in functioning the green hotels. Early studies by Watkins (1994) indicated that frequent US travellers would consider to stay in hotels with pro-ecological strategies, but they were not willing to pay a premium for those rooms. Bamberg et al., (2003) have shown that people are interested in environmentally-friendly behaviour when it provides sufficient benefits, such as financial savings. Studies by Dalton et al. (2008) also have shown that even though 50% of the Australian respondents participating in surveys accepted the replacement of the conventional energy sources by micro-generation renewable energy supply (RES), only half of those 50% would be willing to pay extra for that energy, yet no more than 1–5%. Kang et al. (2012) examined the willingness of US hotel guests to pay more for

staying in hotels introducing environmentally-friendly and sustainable practices. They used the New Ecological Paradigm Scale (NEP) proposed by Dunlap et al. (1978, 2000), to measure the levels of guests' environmental concerns. The study's methodology involved an online survey (9000 email invitations were sent and 455 valid responses were obtained). The subjects were selected from the group of people who requested tourist information from visitor bureaus located in Arizona, Florida, and Texas. It was found that customers with higher degrees of environmental concern declare a higher willingness to pay extra for the hotel's ecological sustainability. That finding was considered as supporting the social identity theory (Tajfel & Turner, 1986) and the means-end theory (Gutman, 1982). Interestingly, it has been also observed that there is a negative relationship between personal income and willingness to pay premium for hotel's green initiatives. That was explained considering that low-income people are more sensitive to environmental issues than the high-income ones because they are expected to benefit from pro-environmental activities as the quality of their life is more influenced by environmental problems (Power & Elster, 2005). Kostakis and Sardianou (2012) presented data on the determinants of tourists' intention to pay a premium for accommodation in green hotel. The empirical analysis was based on a survey of 400 foreign tourists during their summer holidays in Crete in 2009 carried out using the random stratified sampling method. The questionnaires were distributed among the guests of randomly chosen hotels in each of the four prefectures of the island (Chania, Rethymno, Heraklion and Lasithi) – 100 of them in each island. The participants were over 18 years old and they had their individual incomes. The survey was performed using a structured questionnaire and personal interviews. The response rate was 80% and the survey resulted in a data set of 320 tourists. The results suggest that middle-aged people and men rather than women are more willing to pay premium for their stay in a green hotel. It was found that the marital status and educational level did not affect the willingness to pay more. Environmentally-conscious and properly informed tourists are more willing to pay extra for renewable energy than others. Dimara (2017) carried a survey of 1304 Greek and foreign hotel customers in Greece and revealed that 72% of hotel customers are willing to adopt a towel reuse program and 44.1% are ready to pay extra 2.15 Euros per day (on average) to support that policy. The customers that stay at high-priced hotels or for a longer period of time are more willing than an average customer to pay extra for towel reuse programs. Similar observations were presented by Song et al. (2018). They investigated the differences in customers' green reviews between resort/luxury hotels and business/economy hotels using TripAdvisor list of top ten green hotels. They found that resort/luxury hotel guests are more eager than business/economy hotel guests to evaluate the hotel's green practices. They commented on the specific issues such as, e.g. energy saving, waste management, education and innovation. The customers staying in business and economy hotels address the general green practices such as: towel and linen reuse, recycling, guest instructing and water saving. Studies (Teng-Yuan, 2014; Wang, 2018) suggested that if the decision on purchasing and booking lodgings at green hotels is driven by environmental awareness of customers, they are willing to pay a premium price for accommodation at locations that practice environmental protection even if that entails some inconvenience and lower quality.

THEORETICAL APPROACH TO MARKETING STRATEGIES

To develop good marketing strategies one should understand the customers' attitude towards green hotels but also design effective communication strategies. Both of these issues have been taken into account by Han et al. (2010). They suggested that in order to develop the marketing strategy one should concentrate on studies of customers' decision-making process when they select a green hotel and also take into account the social and non-volitional factors. To explain the formulation of customers' intentions to visit a green hotel they proposed to use the Ajzen's Theory of Planned Behaviour (TPB) model. TPB is an extension of Theory of a Reasoned Action (TRA) (Ajzen, 1985, 1991). In both of these theories the customer intention plays a central role (Ajzen, 1985). Intention is described as "an individual's motivation in his/her cognizant plan/decision to exert an effort in performing a specific behaviour". TRA assumes that behavioural intention is a function of two factors – the attitude toward performing the behaviour and subjective norm (Ajzen & Fishbein, 1980; Fishbein & Ajzen, 1975). TPB incorporates additional factors which concerns the possession of adequate resources and opportunities to perform a specific behaviour (Madden et al., 1992). It allows to take into account various non-volitional factors that can affect the decision-making process. It provides better explanation why customers who have a positive attitude towards green hotels do not stay at that kind of a hotel as they cannot afford the price or the hotel has inconvenient location. Han et al. (2011) tested TPB strategy using literature data and results of discussion with the members of focus group which consisted of hotel managers, hospitality academics (faculty members and students) and hotel customers. Rahman & Rynolds (2017) developed a model of consumers' behavioural decisions regarding choosing green hotels by employing environmental values supported by interdependence theory and the commitment model. Based on 375 completed responses to a survey they analysed the relation between consumers' environmental values, their willingness to sacrifice for saving the environment, and their behavioural intentions for or against staying at green hotels. The studies indicated that environmental values influenced consumers' willingness to sacrifice for the biosphere, which then affected their green hotel visit intentions, their willingness to compromise to stay at a green hotel, and their willingness to pay more for such an accommodation. Nimri et al. (2017) reported on similar findings. The results of their qualitative studies aimed at understanding the beliefs of travellers in the South East region of Australia, carried out on focus groups using open-ended questionnaires, led to the conclusion that "environmental beliefs" of customers are more important than their personal benefits. They pointed out that the marketing should highlight the importance of environmental protection to increase the interest in the selection of green hotels services.

Verma & Chandra (2018) used the TBT extended by including moral reflectiveness and conscientiousness as the additional constructs for the prediction of the young Indian consumers' intention to visit green hotels. The studies involved an analysis of data collected from self-administered questionnaires obtained from 295 consumers. Liu et al. (2018) constructed the extended TPB model by including "environmental concern and perceived moral obligation to predict consumers' intention to visit green hotels" and used it for predicting the consumers' intention to visit green hotels. The model was verified using data obtained from the questionnaire. Chen & Tung (2014) developed the extended Theory of Planned Behaviour model to predict the consumers' intention

to visit green hotels. The empirical results of structural equation modelling (SEM) performed using responses of 559 respondents collected in Taiwan indicated that consumers' environmental concern and perceived moral obligation had indeed a positive influence on their attitude toward green hotels.

Extensive studies by Han et al. (2010) on the level of eco-friendly attitudes of general hotel customers resulted in interesting observations. Using an online market research company's survey program they have sent electronically questionnaires to 3000 randomly selected common US hotel patrons. A total of 422 (206 filed by males and 216 filed by females) usable questionnaires were used for the analysis. The mean age of responders was 44.5 years with a median of 41 years. Among the participants, 55.7% held an undergraduate or postgraduate degree, and 44.3% had less than an undergraduate college degree. As far as previous experience with green hotel was concern, 58 respondents reported that they had a previous experience staying at a green hotel, 237 stated that they had never stayed at a green hotel and 127 respondents were not sure whether they had stayed at a green hotel. It was found that female customers are more willing to choose a green lodging and to pay more for an eco-friendly hotel. That observation corroborates earlier findings by McCleary et al. (1994) and it was explained based on theories related to sex-dependent human behaviours (i.e., social role theory and evolutionary psychology). Interesting differences were observed comparing respondents who have stayed at a green hotel with those who have never stayed at such premises. The first group of customers indicated that they have high intentions to visit green hotels and to pay premium. Therefore, the hotel managers should strengthen their customer retention strategies. It is expected that once hotel customers experience the green functioning of a hotel they are likely to establish a positive attitude toward green lodging. There were no significant differences in hotel customers' intentions across age, level of education, and level of household income. The results of similar studies, but taking into account more variables, were performed and published recently by Han and Yoon (2015). The studies concentrated on the formation of hotel guests' intention when selecting an environmentally responsible hotel. A Web-based survey via the online marketing research company system was carried out. E-mail invitations were sent to 3500 randomly chosen general US lodging customers. The customers with a low visit frequency were excluded from the studies. Only those customers who stayed at a hotel at least once a year were allowed to participate in the survey. A total of 384 returned questionnaires were used for data analysis. They were sent by participants from which 50.3% were males and 49.7% were females with an average age of 43.6 years. The largest group (48.1%) was Caucasian/White, then Hispanic (19.1%), African American (18.9%), Asian (12.9%), and other (1.0%). When the annual household income was queried, 36.7% reported incomes between \$40,000 and \$69,999 while a nearly similar-sized group (32.3%) reported incomes under \$39,999. In addition, 31.0% stated that their annual incomes are over \$70,000. The majority were college graduates (65.2%); the minorities were holders of graduate degrees (24.5%) and high-school graduates (10.3%). About 66.5% had experience in staying at an eco-hotel; 12.8% had not yet stayed and 20.7% were not sure. The largest fraction of the respondents informed that they stayed at a conventional hotel at least 2–5 times a year (49.7%); 18.0% indicated staying at a hotel about 6–10 times a year; 18.1% noted staying at a hotel more than 10 times a year or more, and 14.2% reported once a year. The results of these studies were consistent with the previous ones and confirmed the applicability of

socio-psychological theories built based on the assumption that individuals' intentions eventually result in actual behaviour such as TPB, TRA, and MGB. (e.g. Ajzen, 1991; Ajzen and Fishbein, 2000; Han et al., 2010). It was recently suggested (Nimri, 2017) that although the theoretical foundation of the TPB theory could be used to analyse the consumers' purchasing decisions related to the green hotel accommodation in Australia, the model needs extension to account for the "Green Hotel Knowledge".

Chena and Tung (2014) adopted the Ajzen' TPB model to study the consumer's intention to visit green hotels in Taiwan. The results of empirical studies carried out in the form of online survey questionnaire (559 valid surveys returned – 60% of them were students, aged 20–29), have shown that, as expected, the consumer's attitude toward green hotels, subjective norms, and perceived behavioural control have a positive influence on the consumer's intention to visit green hotels. These results are in agreement with those presented earlier (Han and Kim, 2010; Han et al., 2010). It was also confirmed that the consumers' environmental concern and their moral obligation positively correlate with the attitude of individuals toward visiting green hotels.

There is a considerable body of literature dealing with the applicability of Model of Goal-Directed Behaviour (MGB) to studies of customers' pro-environmental intentions. That approach assumes that people with a favourable intention for a particular behaviour are likely to perform the behaviour in a rational manner (Perugini & Bagozzi, 2001; Poels & Dewitte, 2008). In a variety of contexts, particularly in the domain of pro-environmental behavioural intentions, numerous researchers have employed one of such socio-psychological theories with self-interest motives as a theoretical basis (Bamberg et al., 2001; Bamberg et al., 2003; Chen & Tung, 2014; Han et al., 2010; Kim et al., 2016). Major contributions from these studies enhance our understanding of individuals' pro-environmental decision-making processes and increase the prediction power for their intentions. This research empirically verified the integration of some critical environment concepts into the goal-directed decision-making framework. It is also essential for reaching the understanding of pro-environmental decision formation process regarding the selection of lodging product.

Practically, these studies informed hotel operators on the key driving forces of positive behavioural intentions for their eco-friendly lodging properties. A marketing strategy should induce in customers a desire for an eco-product and an eco-friendly reputation for the products offered. The increasing guests' desire and eco-friendly reputation of the firm can be most effective in growing their pro-environmental intention that ultimately leads to actual purchases of an environmentally-responsible hotel product. Allocating more resources for the desire for an eco-friendly reputation enhancement would be appropriate.

Han and Yoon (2015) extended the Model of Goal-Directed Behaviour (MGB) by integrating several variables such as: environmental awareness, perceived effectiveness, and eco-friendly behaviour and reputation, to explain the customers' eco-friendly behaviour. That extended model was empirically verified by a Web-based survey. Out of the 3500 randomly selected US lodging customers who were invited to participate in studies using the online marketing research company's database about 11.1% (384 people) responded. Interestingly, it has been shown that the desire is the most important variable influencing hotel guests' intentions.

Verma & Chandra (2018) proposed a different approach. They developed a structural model and performed a statistical analysis (software SPSS V.20 & AMOS V.21)

of 285 Indian hotel managers. Based on these they concluded that the customers' attitude and environmental concern positively and significantly influence the intention of managers to implement green hotel practices. These studies confirmed that apart from economic issues, the behavioural factors such as customers' attitude and employees' environmental concern are also critical in increasing the interest in green hotel development.

Just recently, Chen et al. (2019) developed a structural model of trust and behavioural intentions based on Attribution Theory and Trust-Based Marketing Theory. The model considers that there is a link between perceived green washing, green trust, intention to revisit, intention to participate, and intention to spread negative word of mouth. It was tested by an analysis of self-report survey performed utilising two real green hotel practices: towel reuse and energy saving. The results obtained indicated that "the perceived green washing had a significant negative influence on green trust, which in turn was positively associated with revisit intention and intention to participate in the green practice and negatively associated with negative word of mouth". Interestingly, the consumers with prior experience with green hotels were more opened on the towel reuse practice.

Rahman & Reynolds (2017) developed a model to conceptualise the consumer behavioural intentions regarding green hotels. Their approach adopted the Schwartz's values theory coupled with value-attitude-hierarchy, ecocentric and anthropocentric ethic, and green signalling theory. They identified sets of biospheric, altruistic, and egoistic values and attitudes (ecocentric and anthropocentric) which influence intentions of consumers to choose green hotel accommodation and willingness to sacrifice and pay more.

These studies stressed the importance of consumer social-altruistic perspective in the decision-making process regarding the green hotel preference.

While discussing marketing strategies one should pay special attention to the group of younger customers (Dimara et al., 2017), especially the Millennials, which is a large and influential generation born in the 1980s and 1990s (Wang et al., 2018). They should be treated as one of target consumer groups in marketing campaigns as they are more concerned about the environmental issues than the earlier generations (Muralidharan et al., 2016; Kim et al., 2016) while they have substantial purchasing power and influence the purchase decision of their families and, using the social media, also the decisions of their friends (Parment, 2016).

THE ROLE OF PERSONAL COMMUNICATION IN THE DEVELOPMENT OF EFFECTIVE MARKETING STRATEGY FOR GREEN HOTELS

The analysis of the literature related to the problems of green hotels leads to the conclusion that low efficiency of green hotel marketing strategy is caused by the existence of communication barriers between the researchers and practitioners (hotel managers) and between the hotel managers and customers. Based on the systematic literature review, Tölkes (2018) concluded that both the researchers and practitioners have to gain a better theoretical and practical understanding of effective communication. The author observed that the research has focused on the marketing of green hotels and environmental sustainability while there is a lack of knowledge on personal communication channels and message formulation leading to positive consumer reactions. Hotel managers have to truly understand the needs and wants of potential guests and

identify the specific factors important to them when selecting a hotel (Lockyer, 2002, 2005). It was recommended that future research should consider to develop a more holistic approach to sustainability communication and provide support for practitioners. Gil-Sato et al. (2019) analysed the guests' perceptions of hotels' environmental practices expressed through social media. The authors observed that even though the customers notice green efforts of hotels, they have difficulties with evaluating the level of their environmental commitment. The guests' opinions on hotel involvement in environmentally-friendly practices are similar and they do not differ considerably for customers with various travel experience. The results of that analysis indicated that there is a need for better communication about environmentally-friendly practices. The method of communication should be redesigned and intensified by hotel managers in order to benefit from the environmental efforts undertaken. Gupta (2019) elaborated on the special role of the communication of the green hotel's initiatives between employees and the customers. These schemes have to be made effortless for the guests to participate. Communication can occur during the check-in procedure when the guests can be informed about the eco-friendly policy of the hotel and the sources of the information available.

CONCLUSIONS AND RECOMMENDATIONS FOR FURTHER RESEARCH

Based on the literature analysis one can conclude that over the last few decades, in parallel to the increase of the public concerns related to the environment, green hotel strategies and practices have also progressively developed. Increasing numbers of customers select green lodging because of their pro-ecological approaches. However, for the majority of customers the hotel location, the price, quality of service and convenience in selecting a hotel are more important than the green practices. There is a relatively small fraction of customers who are willing to pay more for pro-ecological hotel services. Some of them declare the increased willingness to participate in environmental programs when hotels offer incentives, such as loyalty program points for participating in such practices. Although some studies indicated that environmental sustainability programs do not diminish guest satisfaction there are no reports showing that their improved customer satisfaction. It was reported that although various hotels introduce different sets of pro-environmental services, certain sustainability practices are considered nearly universal across the lodging industry. In almost all hotels green practices involve water saving appliances, towel and linen-reuse programs. The decision of hoteliers regarding the implementation of various eco-friendly practices and marketing strategies should rest on cost-benefit analysis. Considering the impact of lodging industry on the environment and the growing number of customers visiting hotels while travelling as tourists or on business trips, there is no escape from the necessity of implementing green practices in hotel industry. Green hotels should be a norm rather than an exception. To introduce such program there is a need for legal regulatory actions, as well as better communication between hoteliers and customers.

References

- Ajzen, I. (1985). From intentions to actions: a theory of planned behavior. In: J. Kuhl, J. Beckman (eds.). *Action-control: From cognition to behavior*. Heidelberg: Springer, 11–39.

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211.
- Ajzen, I. (2001). Nature and operation of attitude. *Annual Review of Psychology*, 52(1), 27–58.
- Ajzen, I., Fishbein, M. (1980). *Understanding attitude and predicting social behavior*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall, Inc.
- Ajzen, I., Madden, T. (1986). Prediction of goal-directed behavior: attitude, intentions, and perceived behavioral control. *Journal of Experimental Social Psychology*, 22, 453–474. doi: 10.1016/0022-1031(86)90045-4
- Bamberg, S. (2003). How does environmental concern influence specific environmentally related behaviors? A new answer to an old question. *Journal of Environmental Psychology*, 23, 21–32.
- Bamberg, S., Ajzen, I., Schmidt, P. (2003). Choice of Travel Mode in the Theory of Planned Behavior: The Roles of Past Behavior, Habit, and Reasoned Action. *Basic and Applied Social Psychology*, 25, 175–188. doi: 10.1207/S15324834BASP2503_01
- Barsky, J., Labagh, R. (1992). A strategy for customer satisfaction. *The Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 33(5), 32–40. doi: 10.1177/004728759303100429
- Berezan, O., Millar, M., Raab, C. (2010). Hotel guests' perceptions of sustainable hotel practices in a Mexican destination, *Caesars Hospitality Research Summit*. Paper 9. Retrieved from <http://digitalscholarship.unlv.edu/hhrc/2010/june2010/9/2018/07/11>.
- Berezan, O., Raab, C., Yoo, M., Love, C. (2013). Sustainable hotel practices and nationality: The impact on guest satisfaction and guest intention to return, *International Journal of Hospitality Management*, 34, 227–233. doi: 10.1016/j.ijhm.2013.03.010
- Bitner, M.J. (1992). Services capes: the impact of physical surroundings on consumers and employees. *J. Mark*, 56(2), 57–71. doi: 10.2307/1252042
- Bruns-Smith, A., Choy, V., Chong, H., Verma, R. (2015). Environmental sustainability in the hospitality industry: Best practices, guest participation, and customer satisfaction. *Cornell Hospitality Reports*, 15(3), 6–16. Retrieved from <https://scholarship.sha.cornell.edu/chrcpubs/2018/10/24>
- Cadotte, E., Turgeon, N. (1988). Key Factors in Guest Satisfaction. *The Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 28(4), 45–51.
- Chan, E.S.W., Hawkins, R. (2012). Application of EMSs in a hotel context: a case study. *International Journal of Hospitality Management*, 31, 405–418. doi: 10.1016/j.ijhm.2011.06.016
- Chen, H., Bernard, S., Rahman, I., (2019). Greenwashing in hotels: A structural model of trust and behavioural intentions. *Journal of Cleaner Production*, 206, 326–335.
- Chen, M.-F., Tung, P.-J. (2014). Developing an extended Theory of Planned Behavior model to predict consumers' intention to visit green hotels. *International Journal of Hospitality Management*, 36, 221–230. doi: 10.1016/j.ijhm.2013.09.006
- Chen, R.J.C. (2015). From sustainability to customer loyalty: A case of full service hotels' guests. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 22, 261–265. doi: 10.1016/j.jretconser.2014.08.007
- Dalton, G.J., Lockington, D.A., Baldock, T.E. (2008). A survey of tourist attitudes to renewable energy supply in Australian hotel accommodation. *Renewable Energy*, 33, 2174–2185. doi: 10.1016/j.renene.2007.12.016
- Davies, T., Cahill, S., Environmental Implications of the Tourism Industry, Discussion Paper 00-14. (March 2000). Resources for the Future 1616 P Street, NW, Washington, DC. Retrieved from <http://www.rff.org/2018/08/07>
- Dimara, E., Manganari, E., Skuras, D. (2017). Don't change my towels please: Factors influencing participation in towel reuse programs. *Tourism Management*, 59, 425–437.
- Dolnicar, S. (2002). Business travellers' hotel expectations and disappointments: A different perspective to hotel attribute importance investigation. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 7(1), 29–35. doi: 10.1080/10941660208722107/2018/08/23
- Dolnicar, S., Otter, T. (2003). Which hotel attributes matter? A review of previous and a framework for further research. In: T. Griffin, R. Harris (eds.). *Asia Pacific Tourism Association 9th Annual Conference, Sydney*, 176–188.
- Dube, L., Renaghan, L. (1999). How hotel attributes deliver the promised benefits. *The Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 40(5), 89–95.

- Dunlap, R.E., Van Liere, K.D. (1978). The new environmental paradigm. *Journal of Environmental Education*, 9, 10–19. doi: 10.3200/JOEE.40.1.19-28
- Dunlap, R.E., Van Liere, K.D., Mertig, A.G., Jones, R.E. (2000). Measuring endorsement of the new ecological paradigm: a revised NEP scale. *Journal of Social Issues*, 56(3), 425–442. doi: 10.1111/0022-4537.00176
- Erdogan, N., Baris, E. (2007). Environmental Protection Programs and Conservation Practices of Hotels in Ankara, Turkey. *Tourism Management*, 28, 604–614. doi: 10.1016/j.tourman.2006.07.003
- Fishbein, M.A., Ajzen, I. (1975). Belief, attitude, intention and behavior: An introduction to theory and research. Reading, MA: Addison-Wesley.
- Frey, B.S. (1997). *Not Just for The Money. An Economic Theory of Personal Motivation*. Cheltenham, UK and Brookfield, USA: Edward Elgar Publishing.
- Frey, B.S., Jegen, R. (2001). Motivation crowding theory: a survey of empirical evidence. *J. Econ. Surv.*, 15(5), 589–611. doi: 10.1111/1467-6419.00150
- Frey, B.S., Oberholzer-Gee, F. (1997). The cost of price incentives: an empirical analysis of motivation crowding-out. *Am. Econ. Rev.*, 87(4), 746–755.
- Gao, Y., Mattila, A.S. (2014). Improving consumer satisfaction in green hotels: The roles of perceived warmth, perceived competence, and CSR motive. *International Journal of Hospitality Management*, 42, 20–31. doi: 10.1016/j.ijhm.2014.06.003
- Gil-Soto, E., Armas-Cruz, Y., Morini-Marrero, S., Ramos-Henríquez, J.M. (2019). Hotel guests' perceptions of environmental friendly practices in social media. *International Journal of Hospitality Management*, 78, 59–67. doi: 10.1016/j.ijhm.2018.11.016
- Gössling, S. (2002). Global environmental consequences of tourism. *Global Environ. Change*, 12, 283–302. doi: 10.1016/S0959-3780(02)00044-4
- Gössling, S. (2015). New performance indicators for water management in tourism. *Tourism Manage*, 46, 233–244. doi: 10.1016/j.tourman.2014.06.018
- Gössling, S., Hall, C.M. (2005). Tourism and global environmental change: Ecological social, economic and political interrelationships, *Contemporary Geographies of Leisure Tourism and Mobility*.
- Gössling, S., Hall, C.M. (eds.). (2005). *Tourism and Global Environmental Change: Environmental, Economic, Social and Political Interrelationships*, London: Routledge.
- Gössling, S., Peeters, P., Ceron, J.P., Dubois, G., Patterson, T., Richardson, R.B. (2005). The eco-efficiency of tourism. *Ecol. Econ*, 54, 417–434. doi: 10.1016/j.ecolecon.2004.10.006
- Gössling, S., Peeters, P., Hall, C.M., Ceron, J.P., Dubois, G., Lehmann, V., Scott, D. (2012). Tourism and water use: supply, demand, and security. *An international review. Tourism Manage*, 33, 1–15. doi: 10.1016/j.tourman.2011.03.015
- Green Hotel Association (n.d.). Retrieved from <http://www.greenhotels.com/whatare.htm/> 2018/09/11
- Green Seal (2012). Green Seal Standards. Retrieved from <http://www.greenseal.org/GreenBusiness/Standards.aspx/2018/10.05>
- Gupta, A., Dash, S., Mishra, A. (2019). All that glitters is not green: Creating trustworthy eco-friendly services at green hotels. *Tourism Management*, 70, 155–169. doi: 10.1016/j.tourman.2018.08.015
- Gustin, M., Weaver, P. (1996). Are hotels prepared for the environmental consumer? *The Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 20(2), 114. doi: 10.1177/109634809602000201
- Gutman, J. (1982). A means-end chain model based on consumer categorization processes. *Journal of Marketing*, 46(2), 60–72. doi: 10.2307/3203341
- Han, H., Hsu, L.T., Sheu, Ch. (2010). Application of the Theory of Planned Behavior to green hotel choice: Testing the effect of environmental friendly activities. *Tourism Management*, 31, 325–334. doi: 10.1016/j.tourman.2009.03.013
- Han, H., Kim, Y. (2010). An investigation of green hotel customers' decision formation: Developing an extended model of the theory of planned behavior. *International Journal of Hospitality Management*, 29(4), 659–668. doi: 10.1016/j.ijhm.2010.01.001
- Han, H., Lee, J.S., Trang, H.L.T., Kim, W. (2018). Water conservation and waste reduction management for increasing guest loyalty and green hotel practices. *International Journal of Hospitality Management*, 75, 58–66. doi: 10.1016/j.ijhm.2018.03.012

- Han, H., Yoon, H.J. (2015). Hotel customers' environmentally responsible behavioral intention: Impact of key constructs on decision in green consumerism. *International Journal of Hospitality Management*, 45, 22–33. doi: 10.1016/j.ijhm.2014.11.004
- Hartline, M., Jones, K. (1996). Employee performance cues in a hotel service environment: Influence on perceived service quality, value and word-of-mouth intentions. *Journal of Business Research*, 35, 207–215.
- Holjevac, I.A. (2003). A vision of tourism and the hotel industry in the 21st century. *Hospitality Management*, 22, 129–134. doi: 10.1016/0148-2963(95)00126-3
- Huang, H.Ch., Lin, T.H., Lai, M.C., Lin, T.L. (2014). Environmental consciousness and green customer behavior: An examination of motivation crowding effect. *International Journal of Hospitality Management*, 40, 139–149. doi: 10.1016/j.ijhm.2014.04.006
- Human Development Report 2007/2008: Fighting Climate Change: Human Solidarity in A Divided World. Basingstoke, Hampshire and New York, USA: Palgrave Macmillan Houndmills.
- International Tourism Partnership (n.d.). Going Green: Minimum standards towards a sustainable hotel. Retrieved from <http://tourismpartnership.org/downloads/Going%20Green.pdf/2018/09/12>.
- Kang, K.H., Stein, L., Heo, C., Lee, S. (2012). Consumers' willingness to pay for green initiatives of the hotel industry. *International Journal of Hospitality Management*, 31, 564– 572. doi: 10.1016/j.ijhm.2011.08.001
- Kim, S.H., Kim, M., Han, H.S., Holland, S. (2016). The determinants of hospitality employees' pro-environmental behaviors: the moderating role of generational differences. *Int. J. Hospit. Manag.*, 52, 56–67.
- Kostakis, I., Sardanou, E. (2012). Which factors affect the willingness of tourists to pay for renewable energy? *Renewable Energy*, 38, 169–172. doi: 10.1016/j.renene.2011.07.022
- Lee, W.H., Cheng, C.C. (2018). Less is more: A new insight for measuring service quality of green hotels. *International Journal of Hospitality Management*, 68, 32–40. doi: 10.1016/j.ijhm.2017.09.005
- Li, M., Wei, W. (2013). Consumers' pro-environmental behavior and the underlying motivations: A comparison between household and hotel settings. *International Journal of Hospitality Management*, 32, 102–112. doi: 10.1016/j.ijhm.2012.04.008
- Lindenberg, S., Steg, L. (2007). Normative, gain and hedonic goal frames guiding environmental behavior. *Journal of Social Issues*, 63(1), 117–137. doi: 10.1111/j.1540-4560.2007.00499.x
- Liu, T., Jin, S., Zhu, H., Qi, X. (2018). Construction of Revised TPB Model of Customer Green Behavior: Environmental Protection Purpose and Ecological Values Perspectives. *IOP Conf. Series: Earth and Environmental Science*, 167. Retrieved from <https://iopscience.iop.org/article/10.1088/1755-1315/167/1/012021/pdf/2018/10/27>
- Lockyer, T. (2002). Business guests' accommodation selection: the view from both sides. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 14(6), 294–300. doi: 10.1108/09596110210436832
- Lockyer, T. (2005). Understanding the dynamics of the hotel accommodation purchase decision. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 16(6/7), 481–492. doi: 10.1108/09596110510612121
- Madden, T., Ellen, P.S., Ajzen, I. (1992). A comparison of the theory of planned behavior and the theory of reasoned action. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 18(2), 3–9.
- Manaktola, K., Jauhari, V. (2007). Exploring consumer attitude and behaviour towards green practices in the lodging industry in India. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 19(5), 364–377. doi: 10.1177/0146167292181001
- McCleary, K., Weaver, P., Lan, L. (1994). Gender-based differences in business travelers' lodging preferences. *The Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 35, 51–58. doi: 10.1177/001088049403500218
- Miao, L., Wei, W. (2013). Consumers' pro-environmental behavior and the underlying motivations: A comparison between household and hotel settings. *International Journal of Hospitality Management*, 32(1), 102–112. doi: 10.1016/j.ijhm.2012.04.008.
- Millar, M., Baloglu, S. (2008). Hotel Guests' Preferences for Green Hotel Attributes. *Hospitality Management, Paper 5*. Retrieved from <http://repository.usfca.edu/hosp/5/2018/09/17>

- Muralidharan, S., Muralidharan, S., Xue, F., Xue, F. (2016). Personal networks as a precursor to a green future: a study of "green" consumer socialization among young millennials from India and China. *Young Consum.*, 17(3), 226–242. doi: 10.1108/YC-03-2016-00586
- Nimri, R., Patiar, A., Kensbock, S. (2017). A green step forward: Eliciting consumers' purchasing decisions regarding green hotel accommodation in Australia. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 33, 43–50. doi: 10.1016/j.jhtm.2017.09.006
- Oliver, R.L. (1993). Cognitive, affective, and attribute bases of the satisfaction response. *J. Consum. Res.*, 20(3), 418–430.
- Parment, A. (2016). Generation Y vs. Baby Boomers: shopping behavior, buyer involvement and implications for retailing. *J. Retailing Consum. Serv.*, 20(2), 189–199. doi: 10.1016/j.jretconser.2012.12.001
- Perugini, M., Bagozzi, R. (2001). The Role of Desires and Anticipated Emotions in Goal-directed behaviours: Broadening and deepening the theory of planned behaviour. *British Journal of Social Psychology*, 40, 79–98. doi: 10.1348/014466601164704
- Poels, K., Dewitte, S. (2008). Hope and self-regulatory applied to an advertising context – Promoting prevention stimulates goal-directed behaviour. *Journal of Business Research*, 61(10), 1030–1040. doi: 10.1016/j.jbusres.2007.09.019
- Power, A., Elster, J., (2005). Environmental issues and human behaviour in low-income areas in the UK. Economic and Social Research Council. Retrieved from <http://eprints.lse.ac.uk/28324/1/CASEREport31.pdf> /2018/10/24.
- Rahman, I., Reynolds, D. (2016). Predicting green hotel behavioral intentions using a theory of environmental commitment and sacrifice for the environment. *International Journal of Hospitality Management*, 52, 107–116. doi: 10.1016/j.ijhm.2015.09.007
- Rahman, I., Reynolds, D., (2017). The influence of values and attitudes on green consumer behavior: A conceptual model of green hotel patronage. *International Journal of Hospitality Administration*, 0, 1–28. doi: 10.1080/15256480.2017.1359729
- Sen, S., Bhattacharya, C.B. (2001). Does doing good always lead to doing better? Consumer reactions to corporate social responsibility. *J. Mark. Res.*, 38(2), 225–243.
- Singh, J. (1991). Understanding the structure of consumers' satisfaction evaluations of service delivery. *J. Acad. Market. Sci.*, 19(3), 223–244.
- Singh, N., Cranage, D., Lee, S. (2014). Green strategies for hotels: estimation of recycling benefits. *Int. J. Hosp. Manage.*, 43, 13–22. doi: 10.1016/j.ijhm.2014.07.006
- Song, J., Jai, T.M., Li, X. (2018). Examining green reviews on TripAdvisor: Comparison between resort/luxury hotels and business/economy hotels. *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*. doi: 10.1080/15256480.2018.1464418
- Tajfel, H., Turner, J.C. (1986). The social identity theory of intergroup behavior. In: S. Worchel, L.W. Austin (eds.). *Psychology of Intergroup Relations*. Chicago: Nelson-Hall, 7–24.
- Teng-Yuan, H., Chung-Ming, C., Nae-Wen, K., Sally, M.Y. (2014). Establishing attributes of an environmental management system for green hotel evaluation. *Int. J. Hosp. Manag.*, 36, 197–208. doi: 10.1016/j.ijhm.2013.09.005
- Tölkes, C., (2018). Sustainability communication in tourism – A literature review. *Tourism Management Perspectives*, 27, 10–21. doi: 10.1016/j.tmp.2018.04.002
- TripAdvisor, The impact of green experience on customer satisfaction: evidence from TripAdvisor*. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/308740266_The_impact_of_green_experience_on_customer_satisfaction_evidence_from_TripAdvisor/2018/12/21
- Tsaur, S., Tzeng, G. (1995). Multiattribute decision making analysis for customer preference of tourist hotels. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 4, 55–69. doi: 10.1300/J073v04n04_04
- Tzschentkea, N.A., (2008). Going green: decisional factors in small hospitality operations. *International Journal of Hospitality Management*, 27(1), 126–133. doi: 10.1016/j.ijhm.2007.07.010
- UNEP Annual Evaluation Report 2003. Retrieved from <http://wedocs.unep.org/handle/20.500.11822/187/2018/11/12>
- UN Environment Evaluation Office (2004). Retrieved from <http://wedocs.unep.org/handle/20.500.11822/356/2018/11/12>

- U.S. Travel Association (2009). American travellers more familiar with 'green travel' but unwilling to pay more to support it. Retrieved from <http://www.ustravel.org/news/press-releases/american-travellers-more-familiar-'greentravel'/2018/11/09>
- Verma, V.K., Chandra, B. (2018). An application of theory of planned behavior to predict young Indian consumers' green hotel visit intention. *Journal of Cleaner Production*, 172, 1152–1162.
- Verma, V.K., Chandra, B. (2018). Intention to implement green hotel practices: evidence from Indian hotel industry. *Int. J. Management Practice*, 11(1), 24–41. doi: 10.1504/IJMP.2018.088380
- Verma, V.K., Chandra, B. (2018). Sustainability and customers' hotel choice behaviour: a choice-based conjoint analysis approach. *Environ Dev Sustain*, 20, 1347–1363.
- Vora, S. (2007). Business travelers go green. *Forbes*. Retrieved from <http://www.msnbc.msn.com/id/19417697/2018/12/26>
- Wang, J., Wang, S., Xue, H., Wang, Y., Li, J. (2018). Green image and consumers' word-of-mouth intention in the green hotel industry: The moderating effect of Millennials. *Journal of Cleaner Production*, 181, 426–436. doi: 10.1016/j.jclepro.2018.01.250
- Wang, S., Wang, J., Wang, Y., Yan, J., Li, J. (2018). Environmental knowledge and consumers' intentions to visit green hotels: the mediating role of consumption values. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 35(9), 1261–1271.
- Watkins, E. (1994). Do guests want green hotels? *Lodging Hospitality*, 70–72. doi: 10.1007/s10668-017-9944-6
- Weissenberg, A., Redington, N., Kutyla, D. (2008). The staying power of sustainability: balancing opportunity and risk in the hospitality industry. Retrieved from <http://www.deloitte.com/2018/10/15>
- Welcomgroup (1998). Welcomenviron World—Creating Public Awareness. Retrieved from: <http://www.cyberclub.com/welcomgroup/Environ/2018/10/14>
- Wyngaard, A.T., de Lange, R. (2013). The effectiveness of implementing eco initiatives to recycle water and food waste in selected Cape Town hotels. *Int. J. Hosp. Manage*, 34, 309–316. doi: 10.1016/j.ijhm.2013.04.007
- Yixiu Ashley Yu, Y.A., Li, X., Jai, T.-M. (2017). The impact of green experience on customer satisfaction: evidence from TripAdvisor. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 29(5), 1340–1361. doi: 10.1108/IJCHM-07-2015-0371
- Zografakis, N., Gillas, K., Pollaki, A., Profylienou, M., Bounialetou, F., Tsagarakis, K.P. (2011). Assessment of practices and technologies of energy saving and renewable energy sources in hotels in Crete. *Renewable Energy*, 36, 1323–1328. doi: 10.1016/j.renene.2010.10.015

Mariusz Cembruch-Nowakowski, PhD in management, graduated from the Faculty of Management and Social Communication of the Jagiellonian University. Associate professor at the Pedagogical University of Krakow, Institute of Geography, Department of Entrepreneurship and Spatial Management, expert at the Statistical Office in Krakow and a contributor of the Tourism Institute in Krakow. His research interest focus on management in hotel industry and various objects dedicated to cultural activities.

ORCID: 0000-0001-8443-9915

Address:

Pedagogical University of Krakow
Institute of Geography
Department of Entrepreneurship and Spatial Management
ul. Podchorążych 2, 30-084 Kraków, Poland
e-mail: mariusz.cembruch-nowakowski@up.krakow.pl

MAGDALENA ŻMUDA-PAŁKA

Akademia Wychowania Fizycznego w Krakowie, Polska
University of Physical Education in Krakow, Poland

MATYŁDA SIWEK

Uniwersytet Pedagogiczny w Krakowie, Polska
Pedagogical University of Krakow, Poland

Turystyka senioralna – szansa i wyzwania obiektów noclegowych w obliczu starzenia się społeczeństwa na przykładzie Krynicy-Zdroju

Senior Tourism – Opportunity and Challenges of Accommodation Facilities in the Context of an Aging Population, Based on the Example of Krynica-Zdrój in Poland

Streszczenie: Postępujące zmiany demograficzne mają wpływ na różne aspekty naszego życia, w tym również na ruch turystyczny. Przekształceniom ulega struktura osób podróżujących, jak też ich oczekiwania, potrzeby i motywacje. Turystyka, będąc jedną z najbardziej dynamicznie rozwijających się branż, aby prężnie się rozwijać, musi uwzględniać wszystkie nowe trendy i prawidłowości. W związku z widocznie zauważalnym starzeniem się społeczeństw, szczególnie w Europie, turystyka osób starszych, zwana również senioralną, jest tą, która ma duży potencjał rozwojowy. Szeroka grupa odbiorców to wiele możliwości zarówno dla miast, gmin, jak i dla poszczególnych przedsiębiorstw związanych z turystyką. Celem niniejszej pracy była analiza ofert obiektów noclegowych Krynicy-Zdroju – jednego z najstarszych polskich uzdrowisk – pod kątem programu przygotowanego specjalnie dla seniorów. Przebadano rodzaje ofert, pakiety zniżkowe, możliwości aktywności i spędzania wolnego czasu. Starano się znaleźć odpowiedzi na pytania: czy i w jaki sposób oferty przedstawiane są na stronach internetowych obiektów noclegowych, czy różnią się między sobą, czy hotele o wyższym standardzie mają bogatszą ofertę przeznaczoną dla seniorów niż te o niższym standardzie, czy obiekty noclegowe dostosowują się do zmian demograficznych i odpowiadają na zapotrzebowania starzejącego się społeczeństwa. Spośród całej bazy noclegowej w Krynicy-Zdroju, w oparciu o dane z Krynickiej Organizacji Turystycznej z 2017 roku, przeanalizowano 221 obiektów noclegowych, w tym: sześć hoteli czterogwiazdkowych, siedem hoteli trzygwiazdkowych, 11 pensjonatów, 14 sanatoriów, 65 ośrodków wypoczynkowych, osiem domków drewnianych, 107 kwater prywatnych, dwa schroniska i jeden hostel. W pracy posłużono się metodą kwerendy źródeł internetowych. Z przeprowadzonych badań wynika, że oferta usług towarzyszących, zamieszczanych na stronach internetowych, proponowana seniorom przez obiekty noclegowe w Krynicy, nie jest bogata ani różnorodna. Tym samym nie nadąża za zmieniającymi się potrzebami współczesnego turysty. Zróżnicowana jest głównie pod kątem cenowym, uwzględniając zjawisko sezonowości. Właściciele obiektów powinni zróżnicować i rozszerzyć ofertę kierowaną do osób starszych, niekoniecznie chorych, ale chcących zadbać o swoje zdrowie. Stanowiłoby to czynnik konkurencyjny, mogłoby poprawić promocję obiektu noclegowego, jednocześnie zwiększając sprzedaż usług. Atrakcyjniejsza oferta obiektów noclegowych, odpowiadająca wymaganiom zmieniającego się popytu turystycznego, byłaby również korzystna z perspektywy rozwoju miasta.

Abstract: Demographic changes related to the aging of the population affect many aspects of our lives. The prolonged life expectancy, the decreasing number of births and the development of medicine and universal access to medical services mean that the age structure of the population is changing. A wide group of recipients is a chance for development for many enterprises connected with senior and spa tourism. The purpose of the work was to show the regularity and perspective of the development of the senior tourism in Krynica-Zdrój. The work involved the analysis of Internet offers of accommodation facilities in terms of the specially prepared, dedicated programmes for seniors. We were interested in the types of offers, discount packages, possibilities of activity and leisure, as well as facilities and accommodation facilities for the elderly. From among the entire accommodation base in Krynica-Zdrój, based on data from the Krynica Tourist Organization from 2017, we analysed accommodation facilities (221), including: 4-star hotels (6), 3-star hotels (3), guest-houses (11), sanatoriums (14), holiday resorts (65), wooden houses (8), private accommodation (107), shelters (2), and a hostel. The research shows that the market for senior tourism is not yet fully formed. Senior tourism has been surpassed by health tourism, well-developed in Krynica-Zdrój. Owners of facilities should, however, pay attention to and specify a diverse number of offers for seniors. By expanding the company's range of services addressed to seniors, it is possible to improve the promotion of the accommodation facility, thus increase the sale of accommodation.

Słowa kluczowe: aktywność osób starszych; Krynica-Zdrój; srebrna gospodarka; turystyka senioralna; usługa turystyczna

Keywords: Krynica Zdroj; senior activities; senior tourism; silver economy; travel service

Otrzymano: 21 grudnia 2018

Received: 21 December 2018

Zaakceptowano: 28 maja 2019

Accepted: 28 May 2019

Sugerowana cytacja / Suggested citation:

Żmuda-Pałka, M., Siwek, M. (2019). Turystyka senioralna – szansa i wyzwania obiektów noclegowych w obliczu starzenia się społeczeństwa na przykładzie Krynicy-Zdroju. *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego*, 33(3), 176–187. doi: 10.24917/20801653.333.12

WSTĘP

Zmiany demograficzne związane ze starzeniem się populacji wpływają na wiele aspektów naszego życia. Zmniejszanie się liczby narodzin, rozwój medycyny i powszechny dostęp do usług medycznych, a także rosnąca świadomość w zakresie zdrowego stylu życia powodują, że zmienia się struktura wieku ludności. Prognozy Eurostatu wskazują, że w Unii Europejskiej w 2050 roku będzie blisko 28% osób w wieku starszym (65 lat i więcej). W Polsce współczynnik starości wzrośnie dwukrotnie i wyniesie ok. 30% (Stańczak, Szałtys, 2017).

Starość jawi się jako negatywny aspekt, w tym stanowi: duże obciążenie dla budżetu państwa, zwiększenie się wartości wypłacanych świadczeń społecznych, wzrost nakładów i zapewnienie opieki zdrowotnej i społecznej (Wierzchośławski, 1999; Synak, 2003; Borowska, 2010; Szukalski, 2012). Starzejące się społeczeństwa charakteryzują się obniżeniem udziału osób w wieku produkcyjnym, co może przełożyć się na niższy poziom innowacyjności, mniejszą międzynarodową konkurencję oraz mniejszą skłonność do podejmowania ryzyka. Coraz częściej pojawia się pytanie, czy wpływy do budżetu państwa będą wystarczające, by sfinansować zapotrzebowanie na usługi związane ze starzejącym się społeczeństwem (Szukalski, 2012). Polityka senioralna niewątpliwie jest wyzwaniem XXI wieku. Jednakże osoby w trzecim wieku to także duży potencjał i szansa rozwoju tak zwanej srebrnej gospodarki (*silver economy*), w której osoby starsze pełnią ważną funkcję (Niewiadomska, Sobolewska-Poniedziałek, 2015).

Wzrost liczby seniorów, pomimo różnic w poszczególnych państwach, ma charakter globalny (Urbaniak, 2016). Już pod koniec ubiegłego stulecia uznano, że starzenie się populacji jest wyzwaniem XXI wieku. W 2005 roku opublikowano Zieloną Księgę Komisji Europejskiej pt. *Wobec zmian demograficznych: nowa solidarność między pokoleniami* (2005), a trzy lata później wydany został komunikat pt. *Demograficzna przyszłość Europy – przekształcić wyzwania w nowe możliwości* (2008). Podkreślono w tym dokumencie, że wykorzystując starzenie się społeczeństwa, można zwiększyć konkurencyjność gospodarki.

Srebrna gospodarka stwarza nową możliwość radzenia sobie z problemami starzenia się poprzez proaktywne podejście do rynku, w którym wykorzystuje się produkcję towarów i usług wynikających z potrzeb starzenia się społeczeństwa. Jest to celowe kształtowanie gospodarki, wychodzące naprzeciw różnorodnym zapotrzebowaniom seniorów. Dotyczy to zarówno podstawowych i niezbędnych dóbr i usług, jak i dodatkowych czy luksusowych (Niewiadomska, Sobolewska-Poniedziałek, 2015).

Różnego rodzaju aktywność seniorów pozytywnie wpływa na funkcjonowanie tej grupy społecznej, poprawia jakość ich życia, zapobiega samotności, umożliwia utrzymanie sprawności do późnych lat (Kaczmarczyk, Trafiałek, 2007; Semków, 2008). To właśnie dzięki aktywności osób starszych rozwinęło się wiele instytucji czy organizacji, powstały uniwersytety trzeciego wieku czy kluby seniora. Coraz lepszy stan zdrowia osób starszych oraz zwiększająca się ich świadomość w zakresie podejmowania aktywności fizycznej sprzyjają upowszechnianiu się wśród nich aktywności turystycznej. Osoby starsze to niewątpliwie specyficzni klienci, dysponujący dużą ilością wolnego czasu, a przez to będący dużym potencjałem i źródłem koniunktury dla szeroko pojętego rynku przemysłu turystycznego (Śniadek, 2007; Zawadka, 2016).

CEL I METODYKA PRACY

Duża grupa odbiorców to szansa rozwoju dla wielu przedsiębiorstw związanych z turystyką senioralną. Zasadniczą kwestię stanowi fakt dopasowania oferty do nieustannie zmieniających się potrzeb turystów, przy jednoczesnym uwzględnieniu charakterystyki różnych podmiotów uczestniczących w ruchu turystycznym. Pierwotna i podstawowa funkcja obiektów noclegowych, jaką jest możliwość przenocowania, wydaje się być już niewystarczająca. Goście oczekują ciekawych pakietów, korzystnych promocji, a także rozbudowanej oferty usług dodatkowych, w tym sportowo-rekreacyjnych.

Celem niniejszego artykułu była analiza ofert obiektów noclegowych w Krynicy-Zdroju przeznaczonych dla seniorów. Miasto, które od wieków słynie z walorów leczniczych, nadal stanowi ważne miejsce na mapie polskich uzdrowisk oraz tym samym cel przyjazdu osób starszych. Do Krynicy przyjeżdżają nie tylko kuracjusze, w ramach turnusów sanatoryjnych organizowanych przez Narodowy Fundusz Zdrowia, ale również turyści indywidualni, którzy decydują się na nocleg w pensjonatach, hotelach, pokojach gościnnych czy innych obiektach noclegowych.

Spośród całej bazy noclegowej w Krynicy-Zdroju, w oparciu o dane z Krynickiej Organizacji Turystycznej z 2017 roku, przeanalizowaliśmy oferty 221 obiektów noclegowych, w tym: sześć hoteli czterogwiazdkowych, siedem hoteli trzygwiazdkowych, 11 pensjonatów, 14 sanatoriów, 65 ośrodków wypoczynkowych, osiem domków drewnianych, 107 kwater prywatnych, dwa schroniska i jeden hostel pod kątem programu przygotowanego specjalnie dla seniorów. Interesowały nas rodzaje ofert, pakiety

zniżkowe, możliwe formy aktywności i spędzania wolnego czasu, a także udogodnienia i dostosowanie obiektów do osób starszych.

Internet to narzędzie dobre nie tylko dla ludzi młodych, coraz więcej ofert dla seniorów upublicznianych jest właśnie za pomocą tego medium. Dlatego też w pracy wykorzystaliśmy metodę kwerendy danych wtórnych, zamieszczonych w internecie. Używając tego narzędzia, próbowaliśmy znaleźć odpowiedzi na pytania: czy i w jaki sposób oferty przedstawiane są na stronach internetowych obiektów noclegowych, czy różnią się między sobą, czy hotele o wyższym standardzie mają bogatszą ofertę przeznaczoną dla seniorów niż te o niższym standardzie, czy obiekty noclegowe dostosowują się do zmian demograficznych i odpowiadają na zapotrzebowania starszego społeczeństwa.

ISTOTA TURYSTYKI SENIORALNEJ

Proces starzenia się zachodzi długotrwale, wieloetapowo i różnorodnie, a wpływają na niego czynniki biologiczne, psychiczne oraz społeczne, w tym styl życia. Biologiczne starzenie się prowadzi do ubytku pełnej sprawności fizycznej, co przekłada się na utrudnienia w aktywności dnia codziennego. Wchodzenie w wiek emerytalny, zakończenie pracy zawodowej, zaprzestanie pełnienia ról społecznych ma bardzo duży wpływ na indywidualne postrzeganie samego siebie i funkcjonowanie osoby starszej w społeczeństwie. Negatywna postawa wobec zmian wynikających z wieku jednostki może wiązać się z utratą motywacji, narastaniem frustracji, depresji, ale także z postrzeganiem siebie jako osoby niepotrzebnej i bezwartościowej, co może doprowadzić do szybszej utraty sprawności fizycznej i braku aktywności społecznej (Hołowiecka, Grzelak-Kostulska, 2013). Niepełnosprawność wynikająca z wieku, jak podkreślają autorzy ogólnoeuropejskiego projektu Thenapa II, rozwija się nie tylko w wyniku choroby, ale także stylu życia (Thenapa II, 2018)¹. Dlatego tak istotna jest aktywizacja osób starszych. Sposób wykorzystania czasu wolnego wpływa bezpośrednio na jakość życia seniorów. Ważna jest zarówno aktywność fizyczna, jak i społeczna.

Wraz z zauważalnym w ostatnich dekadach dynamicznym wzrostem aktywności turystycznej osób starszych zaczęło wyodrębniać się pojęcie turystyki senioralnej. Terminem tym określa się zasadniczo ruchliwość przestrzenną osób starszych (Oleśniewicz, Widawski, 2015). W literaturze przedmiotu zalicza się ją m.in. do turystyki społecznej (Górska, 2010). Zwraca się również uwagę, aby traktować zjawisko turystyki senioralnej szerzej i nie zawężać go tylko do kwestii związanych z wiekiem. W rozważaniach powinno się uwzględniać szereg elementów charakterystycznych dla tego sektora turystyki, takich jak np. specyficzne motywacje, duże zasoby wolnego czasu, sezonowość wyjazdów, ograniczenia fizyczne lub ekonomiczne (Oleśniewicz, Widawski, 2015).

Aktywność ruchowa jest jednym z kluczowych elementów wpływających na zdrowie. Wydaje się zatem, że turystyka stanowi szczególną formę spędzania wolnego czasu. Zawiera w sobie dwa komponenty – jest doskonałą możliwością podtrzymywania aktywności ruchowej, jak i zapoznaniem się z czymś nowym, nieznanym. Podróż może stanowić także ważne źródło nawiązywania kontaktów, okazji do spotkania innych osób i jednocześnie być elementem socjalizacji, wdrażania się do nowej sytuacji,

¹ Thenapa II to europejska ekspertyza i zalecenia dotyczące procesu starzenia się, niepełnosprawności i adaptowanej aktywności fizycznej. Jej tytuł w oryginale brzmi *Ageing and disability – a new crossing between physical activity, social inclusion and life-long well-being*.

możliwością nabywania wiedzy, umiejętności, przełamywaniem izolacji społecznej, wchodzeniem w interakcje z innymi osobami, realizowaniem nowej roli społecznej, oderwaniem się od dnia codziennego, przełamaniem monotonii, wzmacnianiem niezależności, przewyciężaniem słabości czy inspiracją w codziennym życiu.

Zdaniem H. Szwarz, inicjatorce powołania uniwersytetów trzeciego wieku, „ludziom starszym potrzebne jest to, co daje im turystyka, czyli czynny wypoczynek i nowe wrażenia, przerywające monotonię oraz umożliwiające wyrwanie się z powszechności i rozmyślań nad ich często nienajlepszą sytuacją zdrowotną i społeczną” (Szwarc, Wolańska, Łobożewicz, 1988: 78, za Kociszewski, 2016: 226). W 2016 roku Centrum Badania Opinii Społecznej (CBOS) przeprowadziło badania na temat aktywności osób starszych. Wśród 587 badanych ponad dwie piąte seniorów podróżuje po kraju, zwiedza różne miejsca, a niecała jedna trzecia podróżuje po Europie i świecie (CBOS, 2016). Najważniejszymi celami podróży seniorów są krajoznawstwo, wypoczynek oraz dbałość o zdrowie (Kociszewski, 2016).

Dla wielu osób w starszym wieku turystyka wiąże się z wyjazdem do uzdrowiska w celu poprawy lub podtrzymania funkcjonowania w społeczeństwie. Jak podkreśliły B. Hołowiecka i E. Grzelak-Kostulska, turystyka „poprzez bezpośrednie oddziaływanie na stan zdrowia przyczynia się do utrzymania niezbędnego stopnia sprawności organizmu warunkującego możliwość uczestniczenia w życiu społecznym” (2013: 172). Turystyka uzdrowiskowa od początku XX wieku jest ciągle w fazie rozwoju. Pobytu w sanatoriach nadal oferowane są pacjentom Narodowego Funduszu Zdrowia, ale także klientom komercyjnym. Z tego względu usługi świadczone w zakładach leczniczych uległy znacznym przeobrażeniom. Rola pacjenta zamieniła się w rolę klienta, który sam decyduje o korzystaniu z usług, a oferta powinna być konkurencyjna i przyciągnąć zainteresowanie chętnych. W miejsce przestarzałych szpitali uzdrowiskowych powstają nowoczesne ośrodki spa i wellness (Żmuda-Pałka, Siwek, Kolasińska, 2018).

Seniorzy to także konsumenci korzystający z wyjazdów turystycznych poza szczytem sezonu, kiedy jest taniej, jest więcej wolnych miejsc, mniej gości i tłoku, a więc łatwiej można odpocząć. Osoby starsze są zatem dobrym klientem, który może niwelować zjawisko sezonowości.

Należy jednak pamiętać, że sektor osób starszych nie jest hegemoniczny, wręcz przeciwnie, jest to grupa „zróżnicowana pod względem poziomu wykształcenia, stanu zdrowia, organizacji czasu oraz uczestnictwa w życiu kulturalnym i społecznym, co skutkuje również zróżnicowaniem zachowań konsumpcyjnych” (Kociszewski, 2017: 92).

Zgodnie z tym, o czym wspominaliśmy we wstępie, srebrna gospodarka może mieć duży wpływ na rozwój wielu przedsiębiorstw. Zrozumienie zachowań starszych konsumentów może stanowić skuteczne narzędzie rozwoju kierunku działań różnego rodzaju biznesu. Decyzje i zachowania seniorów potwierdzają zasadność przyjętych przedsięwzięć firm (Niemczyk, 2011). Klienci seniorzy to nowy typ konsumentów, którzy odnajdują się w gospodarce rynkowej, potrafią z satysfakcją korzystać z konsumpcyjnego stylu życia, to klienci „mający wreszcie wiele zainteresowań i będący w dużo lepszej sytuacji materialnej” (Jurek, 2012: 32).

OFERTY OBIEKTÓW NOCLEGOWYCH W KRYNICY-ZDROJU DLA SENIORÓW

Krynica-Zdrój to miasto położone w Małopolsce, w Beskidzie Sądeckim, w dolinie Kryniczanki i jej dopływów: Palenicy, Słotwinki i Czarnego Potoku, na obszarze Popradzkiego

Parku Krajobrazowego. Miasto to jest jednym z najbardziej znanych uzdrowisk w Polsce, a jego atrakcyjność związana jest z walorami krajobrazowymi, specyficznymi cechami lokalnego klimatu, wodami mineralnych, służącymi do kuracji pitnych i kąpeli leczniczych, oraz zasobami bezwodnika kwasu węglowego. Te walory powodują, że Krynica-Zdrój zyskała miano „perły uzdrowisk” (Kruczek, Weseli, 1987). Drewniana zabudowa deptaku, domy budowane w stylu szwajcarskim, charakterystyczny Stary Dom Zdrojowy, Łazienki Mineralne czy Łazienki Borowinowe, a także zabytki na Szlaku Architektury Drewnianej oraz na Trakcie Cerkwi Łemkowskich powodują, że miasto może być atrakcyjne także pod względem architektonicznym (Filas-Zajac, 2015). Słynny krynicki deptak jest centrum życia kulturalnego i artystycznego. Miasto to jest rozwijającym się ośrodkiem uzdrowiskowym, rekreacyjnym, sportowym, kulturalnym, kongresowym i konferencyjnym.

Trendy w demografii i związane z nimi zmiany w strukturze popytu turystycznego zostały wzięte pod uwagę przy opracowywaniu *Planu rozwoju uzdrowiska Krynica-Zdroju na lata 2016–2023* (2016). Zauważono w nim, że „seniorzy, często lekceważeni przez usługodawców działających w sektorze turystycznym, stają się jedną z najbardziej liczących się grup konsumentów” (*Plan rozwoju...*, 2016: 78), a w Krynicy są, obok młodych ludzi, dominującą grupą przyjezdnych. Zwrócono jednak uwagę, że zmiany w ofercie produktów turystycznych nie powinny postępować tylko w kierunku rozszerzenia usług sanatoryjnych czy zdrowotnych, powinny także uwzględniać zmiany w sposobie wypoczynku i spędzania wolnego czasu. Jak czytamy w wyżej wspomnianym dokumencie: „Dzisiaj Krynica-Zdrój stoi przed koniecznością podejmowania innowacyjnych, kreatywnych działań, jednocześnie głęboko zakotwiczonych w tradycji i kulturze, tak aby kreować nowoczesny wizerunek miejscowości, do której jedzie się po zdrowie i ruch, dobre samopoczucie i radość, przyrodę i kulturę, urodę i sylwetkę” (*Plan rozwoju...*, 2016: 78).

Powyższa zmiana wizerunku turysty przybywającego do Krynica-Zdroju została również zauważona w pracy M. Borowiec i S. Dorockiego (2014). Autorzy na podstawie badań ankietowych wykazali, że goście bardziej doceniają zalety wód zdrojowych miasta w kategoriach atrakcji niż wartości leczniczych, zmieniając tym samym funkcję Krynicy z ośrodka leczniczego na miejsce rekreacji i wypoczynku.

Jednym z elementów produktu turystycznego są usługi oferowane przez obiekty noclegowe. Krynica dysponuje bogatą ofertą bazy hotelowej, obejmującą 13 tys. miejsc, dostosowanych do zasobów finansowych każdego klienta (Krynicka Organizacja Turystyczna, 2017).

W dzisiejszych czasach, kiedy wszelkie informacje przetwarzane są przez nowe technologie, nie powinno zabraknąć również tych, które dotyczą produktu turystycznego. W naszym rozumieniu wszelkie przedstawianie oferty obiektu noclegowego w internecie staje się kluczowym elementem marketingu przedsiębiorstwa. Klientów, poza podstawowymi informacjami, takimi jak typ pokoju i jego standard, interesują dodatkowe usługi, oferowane w danym obiekcie. Z tego względu korzystne wydaje się zamieszczanie w sieci jak najwięcej informacji na temat dostępnych dodatkowych produktów, możliwych do realizacji.

Wydawać by się mogło, że w miejscowości uzdrowiskowej, zgodnie z przyjętą strategią rozwoju produktu turystycznego, obiekty noclegowe będą dysponowały bogatą ofertą usług dodatkowych dla seniorów. Jednakże analiza stron internetowych wykazała, że jest inaczej, co ilustruje liczbowo tabela 1.

Tabela 1. Oferty obiektów noclegowych w Krynicy dla seniorów

Obiekty noclegowe	Liczba 221 13 tys. miejsc noclegowych	Oferty dla seniorów
Hotele 4*	6	1
Hotele 3*	7	1
Pensjonaty	11	2
Sanatoria	14	2
Ośrodki wypoczynkowe	65	7
Domki drewniane	8	0
Kwatery prywatne	107	0
Schroniska	2	0
Hostele	1	0

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych Krynickiej Organizacji Turystycznej (2016)

Jak wykazały badania, hotele o najwyższym standardzie nie proponują zbyt dużo usług skierowanych do seniorów. Spośród sześciu hoteli czterogwiazdkowych tylko jeden ma ofertę skierowaną do osób starszych, pt. „Górska oferta – zrelaksowany senior”, przeznaczoną wyłącznie dla osób powyżej 55 roku życia. Do pakietu pobytowego z dwoma posiłkami wliczony jest masaż oraz zabieg spa, dostęp do strefy fitnessu, basenu i saun (Hotel Czarny Potok, 2018).

Wśród hoteli trzygwiazdkowych tylko jeden ma turnus dla seniorów, gdzie oprócz całotygodniowego pobytu oferowane są dwa posiłki dziennie i zabiegi ze skierowaniem od lekarza. Hotel oferuje ten pakiet w ramach programu „Wiosna, jesień dla seniorów” w okresach od 24 lutego do 23 czerwca oraz od 15 września do 15 grudnia (Hotel Wysoka, 2018).

W badaniu przeanalizowano ofertę kierowaną do turystów trzeciego wieku także wśród krynickich pensjonatów. Spośród 11 zaledwie jeden nie miał własnej strony internetowej. Tylko dwa pensjonaty miały ofertę kierowaną do seniorów. W jednym z tego typu obiektów pakiety dla osób powyżej 50 roku życia realizowane są w okresie kwiecień–czerwiec i wrzesień–październik. Oprócz bardzo dobrej ceny za noclegi w pokojach dwuosobowych z łazienką oraz dwóch posiłków dziennie przewidziano również wieczorek taneczny, dostęp do siłowni, a także liczne dodatkowo płatne atrakcje, takie jak: możliwość korzystania z zabiegów leczniczych, wycieczki piesze z przewodnikiem, wycieczki autokarowe krajowe i zagraniczne czy też udział w biesiadzie (Pensjonat Kaprys, 2018). Innym bogatym (najbogatszym wśród oferowanych) pakietem dla seniorów jest tygodniowy pobyt zaprojektowany w stylu lat dwudziestych, obejmujący dwa posiłki dziennie, powitalny kieliszek wina, przejażdżkę bryczką po Krynicy, dostęp do kąpieliska kąpielniczego, relaks w łaźni parowej lub saunie, codziennie inny zabieg leczniczo-pielęgnacyjny, w tym: ujędrniający masaż twarzy, złoty peeling cukrowy, złoty masaż relaksacyjny, masaż stóp, kąpiel solankowa oraz relaksacyjny masaż głowy. W wybrane wieczory organizowane są koncerty na żywo w klimacie bluesa i jazzu. Istnieje także możliwość skorzystania odpłatnie z innych, dodatkowych zabiegów. Ponadto płatne są również organizowane wycieczki autokarowe na baseny termalne na Słowacji i wycieczki do Budapesztu (Małopolanka & SPA, 2018).

Krynickie sanatoria nastawione są na przyjmowanie gości na turnusy lecznicze, których pobyty refundowane są z Narodowego Funduszu Zdrowia, Zakładu Ubezpieczeń Społecznych i Kasy Rolniczego Ubezpieczenia Społecznego. Dostępne są także pełnopłatne świadczenia zapewniające zabiegi lecznicze bez podziału na grupy wiekowe. Spośród wszystkich sanatoriów odnaleźliśmy tylko dwa, które honorują kartę seniora. W jednym z nich można uzyskać zniżkę 5% od ceny za turnus wypoczynkowy, leczniczy i rehabilitacyjny (Sanatorium Warta, 2018). W innym natomiast zniżka wynosi 8%, jednakże honorowanych jest wiele kart seniora, dla osób w wieku powyżej 60 lat: Ogólnopolska Karta Seniora, Czeladzki Senior 60+, Aktywny Senior 60+ dla mieszkańca Sosnowca, Świdnicka Karta Seniora 60+, Będzińska Karta Seniora, Śląska Karta Seniora dla osób mieszkających na terenie województwa śląskiego, Poznańska Żłota Karta 60+, Goślińska Karta Seniora dla mieszkańców gminy Murowana Goślina (Sanatorium Zgoda, 2018).

Wśród ośrodków wypoczynkowych, których w Krynicy-Zdrój jest 65, tylko dziewięć nie ma strony internetowej, ale wyłącznie siedem kieruje swą ofertę bezpośrednio do seniorów. Jeden z ośrodków wypoczynkowych należący do wyższej uczelni oferuje zniżkę 5% dla studentów uniwersytetu trzeciego wieku tejże instytucji (Uniwersytet Rolniczy w Krakowie, 2018). Inny ośrodek proponuje kompleksowy pakiet dla osób powyżej 50 roku życia na pobyt sześciodniowy, zapewniając trzy posiłki dziennie, opiekę pielęgniarstwa, 10 zabiegów oraz karnety na kurację pitną wodami mineralnymi (Damis, 2018). Podobną ofertę przedstawia inny ośrodek, gdzie dodatkowo można skorzystać z kijków do *nordic walking* oraz grać w bilard i tenis stołowy (Geovita, 2018). Kolejny obiekt ma rozbudowaną ofertę dla seniorów, z pełnym wyżywieniem, ogniskiem, bankietem z muzyką i tańcami lub biesiadą góralską i wycieczką z przewodnikiem. Oferowane są również pobyty w okresie świątecznym, kiedy zamiast bankietu lub biesiady organizowana jest uroczysta wigilia lub śniadanie wielkanocne (Noclegi Węglarz, 2018).

W innym ośrodku wypoczynkowym można wykupić voucher dla najbliższych dwóch osób, na pobyt pięcio- lub siedmiodniowy z trzema posiłkami dziennie, w korzystnej cenie, z masażem relaksacyjnym i refleksoterapią stóp. Dodatkowo oferowany jest spacer z przewodnikiem po Krynicy-Zdroju, wyjazd kolejką na Górę Parkową, zejście ścieżkami zdrowia, wieczorek integracyjny, możliwość skorzystania z sauny, jacuzzi, gra w bilard i piłkarzyki (Osada nad Słotwinką, 2018). Kolejna oferta dotyczy pobytu dwudniowego, z dwoma posiłkami dziennie i trzema zabiegami, w tym masażem (Piastun, 2018).

Jeszcze inny pakiet zawiera sześć, dziewięć lub 13 noclegów z dwoma posiłkami dziennie, godzinny seans w saunie fińskiej i grocie solnej, nieograniczonym dostępem do kijków *nordic walking* oraz bony do wykorzystania na zabieg leczniczy. Za dodatkową opłatą można zamówić masaż klasyczny w pokoju, zabieg w saunie, aromaterapeutyczny zabieg w saunie suchej oraz wypożyczyć rower. Rodzaje usług realizowanych przez obiekty noclegowe zestawiono w tabeli 2.

Tabela 2. Rodzaj i ilość usług realizowanych przez obiekty noclegowe w Krynicy-Zdroju

Usługi realizowane przez obiekty noclegowe	Liczba obiektów noclegowych
Zabiegi lecznicze	7
Karnety na kuracje pitne	2
Wieczory taneczne	4

Organizowane koncerty	1
Wycieczki piesze	3
Wycieczki autokarowe (w tym zagraniczne)	2
Wypożyczalnia rowerów	1
Wypożyczalnia kijów <i>nordic walking</i>	1
Możliwość gry w bilard, tenis stołowy, piłkarzyki	3
Honorowanie kart seniora, zniżki	3
Organizowanie atrakcji dla seniorów sezonowo	2

Źródło: opracowanie własne

Najliczniejszą grupę 107 obiektów noclegowych w Krynicy-Zdroju stanowiły kwatery prywatne. Blisko połowa, bo 45 tego typu obiektów, nie ma aktualnej strony internetowej. Właściciele kwater prywatnych nastawieni są na oferowanie wyłącznie noclegów. Oferty specjalne proponowane są głównie w związku z okazjami typu sylwester, święta, ferie lub wakacje, a ceny promocyjne kierowane są do rodzin z dziećmi. Niestety, spośród udostępnianych ofert kwater prywatnych żadna nie może pochwalić się propozycją kierowaną do osób starszych. Również w hostelu i dwóch schroniskach nie można doszukać się propozycji dla seniorów.

PODSUMOWANIE

Aby turystyka uzdrowiskowa mogła być konkurencyjna, musi mieć wielofunkcyjny charakter działalności, oparty zarówno na funkcji leczniczej, jak i turystycznej (rekreacyjnej i wypoczynkowej) oraz mieć w swej ofercie innowacyjny produkt (Krupa, Soliński, Bajorek, 2011). Turystyka ta może być czynnikiem pobudzania rozwoju gospodarczego, poprawy stanu zdrowia i profilaktyki jej uczestników, a także przyczynić się do rozwoju nowych form turystyki, miejsc pracy i poprawy jakości życia mieszkańców.

Osoby starsze, jako coraz bardziej znacząca grupa, mają potrzeby, a zapewnienie im pełnego udziału w życiu społecznym wymaga inicjatyw nie tylko instytucji i organizacji, ale także przedsiębiorstw. Podejmowanie działania na różnym szczeblu ma na celu utrzymanie jakości życia na wysokim poziomie, przeciwdziałanie wykluczeniu i marginalizacji. Szczególnie istotne jest utrzymanie seniorów w jak najlepszej kondycji fizycznej. Turystyka poprzez aktywność ruchową daje taką możliwość, a utrzymanie sprawności motorycznej i umysłowej przekłada się bezpośrednio na jakość funkcjonowania w życiu społecznym.

Po przeprowadzeniu internetowej analizy obiektów noclegowych w Krynicy-Zdroju obserwujemy, że rynek turystyki senioralnej nie jest jeszcze w pełni ukształtowany. Oferta usług towarzyszących dla seniorów nie jest bogata ani różnorodna i tym samym nie spełnia wszystkich oczekiwań i potrzeb zmieniającego się segmentu podróży, w którym istotną rolę odgrywają i będą odgrywać osoby starsze. Zauważyć można, że oferta jest głównie zróżnicowana pod kątem cenowym i uwzględnia zjawisko sezonowości. Nie można jednoznacznie stwierdzić, że hotele o wyższym standardzie, które zgodnie z przyjętą kategoryzacją usług hotelarskich powinny oferować szerszą gamę usług towarzyszących niż hotele o niższym poziomie usług, mają bogatszą ofertę przeznaczoną dla seniorów. Najwięcej produktów kierowanych do osób starszych proponują ośrodki wypoczynkowe.

Krynica, realizując postanowienia zawarte w *Planie rozwoju uzdrowiska...* (2016), chce odchodzić od wizerunku miasta atrakcyjnego głównie dla ludzi chorych. Wykorzystując swoje walory uzdrowiskowe, chce przyciągać osoby starsze, nastawione na aktywny wypoczynek, poprawę swojego zdrowia i samopoczucia, a jednocześnie będące świadomymi konsumentami na rynku usług turystycznych. Dlatego też utożsamianie turystyki senioralnej tylko z turystyką zdrowotną wydaje się błędem.

Właściciele obiektów noclegowych powinni różnicować i rozszerzyć ofertę kierowaną do osób starszych, niekoniecznie chorych, ale tych, które chcą zdrowo żyć i zadbować o swoje zdrowie. Z punktu widzenia zasad rynku byłoby to korzystne nie tylko dla promocji i rozwoju poszczególnych obiektów, ale i dla całego miasta oraz mogłoby stanowić czynnik konkurencyjny.

W kolejnych badaniach należałoby poszerzyć analizę usług dla seniorów, oferowanych nie tylko przez obiekty noclegowe, ale także przez inne organizacje, w tym np. ofertę wycieczek Polskiego Towarzystwa Turystyczno-Krajoznawczego czy działania w zakresie kultury i promocji Krynicy-Zdroju wśród seniorów.

Literatura

References

- Borowiec, M., Dorocki, S. (2014). Rozwój Krynicy-Zdroju jako wynik przedsiębiorczych działań władz samorządowych, *Przedsiębiorczość-Edukacja*, 10, 267–284.
- Borowska, A. (2010). Problemy ludzi III wieku w aspekcie czasu wolnego. *Economy and Management*, 2, 26–32.
- CBOS (2016). Komunikat z badań 163. Sposoby spędzania czasu przez seniorów. Pozyskano z https://www.cbos.pl/SPISKOM.POL/2016/K_163_16.PDF
- Damis (2018, 21 grudnia). Pozyskano z <http://krynica.damis.pl/oferty-specjalne/oferta-dla-seniora.html>
- Demograficzna przyszłość Europy – przekształcić wyzwania w nowe możliwości* (2008) (2018, 21 grudnia). Rezolucja Parlamentu Europejskiego z dnia 21 lutego 2008 r. w sprawie demograficznej przyszłości Europy (2007/2156(INI)). Pozyskano z <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PL/TXT/PDF/?uri=CELEX:52008IP0066&from=EN>
- Filas-Zajac, P. (2015). Architektura uzdrowiskowa Krynicy-Zdrój. *Budownictwo i Architektura*, 14(1), 33–42.
- Geovita (2018, 21 grudnia). Pozyskano z <http://geovita.pl/oferta/10323/>
- Górska, E. (2010). Turystyka społeczna jako forma aktywizacji rynków turystycznych na przykładzie programów turystyki społecznej w Hiszpanii. *Acta Scientiarum Polonorum. Oeconomia*, 9(4), 133–142.
- Hołowiecka, B., Grzelak-Kostulska, E. (2013). Turystyka i aktywny wypoczynek. *Acta Universitatis Lodzensis, Folia Oeconomica*, 291, 163–179.
- Hotel Czarny Potok (2018, 21 grudnia). Pozyskano z <https://www.hotelczarnypotok.pl/>
- Hotel Wysoka (2018, 21 grudnia). Pozyskano z <http://www.wysoka.com/pakiety/wiosna-jesien-2018-dla-seniorow>
- Jurek, Ł. (2012). *Ekonomia starzejącego się społeczeństwa*. Warszawa: Difin.
- Kaczmarczyk, M., Trafiałek, E. (2007). Aktywizacja osób w starszym wieku jako szansa na pomyślne starzenie. *Gerontologia Polska*, 4, 116–118.
- Kociszewski, P. (2016). Turystyka seniorów jako istotny czynnik aktywizacji osób starszych. *Zeszyty Naukowe Uczelni Vistula*, 46(1), 217–237.
- Kociszewski, P. (2017). Kształtowanie oferty na rynku turystyki kulturowej przez organizatorów turystyki (na przykładzie turystów seniorów). *Turystyka Kulturowa*, 1, 80–105.
- Kruczek, A., Weseli, A. (1987). *Uzdrowiska karpacie*. Kraków: Krajowa Agencja Wydawnicza.
- Krupa, J., Soliński, T., Bajorek, M. (2011). Determinanty rozwoju turystyki zrównoważonej i zdrowotnej na terenie uzdrowisk – kreowanie jakości produktu turystycznego i uzdrowiskowego.

- W: T. Soliński, J. Krupa (red.). *Uwarunkowania innowacyjnego rozwoju uzdrowisk*. Rzeszów: Instytut Gospodarki Wyższej Szkoły Inżynierii i Zdrowia.
- Krynica Organizacja Turystyczna (2017). Baza noclegowa. Pozyskano z <http://www.krynica-zdroj.pl/files/File/Baza%20noclegowa%20Krynicy%202017-1.pdf>
- Małopolanka & SPA (2018, 21 grudnia). Pozyskano z <https://malopolanka.eu/pakiet-dla-seniora/>
- Niemczyk, A. (2011). Zmiany w zachowaniach turystycznych segmentu dojrzałych konsumentów w Polsce. *Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego. Ekonomiczne Problemy Usług*, 660(72), 613–626.
- Niewiadomska, A., Sobolewska-Poniedziałek, E. (2015). Srebrna gospodarka – nowy paradygmat rozwoju starzejącej się Europy. *Ekonomia XXI wieku*, 3(7), 65–81.
- Noclegi Węglarz (2018, 21 grudnia). Pozyskano z http://www.noclegiwęglarz.pl/index.php?option=com_content&view=article&id=18&Itemid=30
- Oleśniewicz, P., Widawski, K. (2015). Motywy podejmowania aktywności turystycznej przez osoby starsze ze Stowarzyszenia Promocji Sportu Fan. *Rozprawy Naukowe Akademii Wychowania Fizycznego we Wrocławiu*, 51, 15–24.
- Osada nad Słotwinką (2018, 21 grudnia). Pozyskano z <http://www.krynica-osada.pl/wczas-y-dla-seniora-voucher.html>
- Pensjonat Kaprys (2018, 21 grudnia). Fundusz Wczasów Pracowniczych. Pozyskano z https://fwp.pl/krynica_zdroj_kaprys.html
- Pensjonat Uroczą (2018, 21 grudnia). Pozyskano z <http://pensjonat-urocza.pl/wczas-y-dla-seniora/>
- Plan rozwoju uzdrowiska Krynicy-Zdroju na lata 2016–2023* (2016). Krynica-Zdrój.
- Piastun (2018, 21 grudnia). Pozyskano z <http://www.plastun.eu/zlote-gody>
- Sanatorium Warta (2018, 21 grudnia). Pozyskano z <http://www.sanatoriumwatra.pl/service/promocja-karta-seniora/>
- Sanatorium Zgoda (2018, 21 grudnia). Pozyskano z <http://www.sanatoriumzgoda.pl/?go=40&lang=1>
- Semków, J. (2008). Niektóre problemy aktywności społeczno-kulturalnej w okresie późniejszej dorosłości, W: A. Fabis (red.). *Aktywność społeczna, kulturalna i oświatowa seniorów*. Bielsko-Biała: Biblioteka Gerontologii Społecznej, 17–22.
- Stańczak, J., Szałtys, D. (2017). Sytuacja demograficzna Polski na tle Europy. Konferencja prasowa prezesa GUS, notatka informacyjna. Warszawa: Główny Urząd Statystyczny.
- Synak, B. (2003). *Polska starość*. Gdańsk: Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego.
- Szukalski, P. (2012). Srebrna gospodarka. *Demografia i Gerontologia Społeczna*, 7, 1–4.
- Szwarc, H., Wolańska, T., Łobożewicz, T. (1988). *Rekreacja i turystyka ludzi w starszym wieku*. Warszawa: Instytut Wydawniczy Związków Zawodowych.
- Śniadek, J. (2007). Konsumpcja turystyczna polskich seniorów na tle globalnych tendencji w turystyce. *Gerontologia Polska*, 15(1–2), 21–30.
- Thenapa II (2018, 21 grudnia). Pozyskano z <http://www.thenapa2.org/about/index.htm>
- Uniwersytet Rolniczy w Krakowie (2018, 21 grudnia). Pozyskano z <https://krynica.urk.edu.pl/oferta-sezonowa-na-zime.html>
- Urbaniak, B. (2016). W kierunku „srebrnej gospodarki” – konieczność czy szansa na rozwój. *Studia Prawno-Ekonomiczne*, 98, 275–291.
- Wierchosławski, S. (1999). Demograficzne aspekty procesu starzenia się ludności Polski. *Ruch Prawniczy, Ekonomiczny i Socjologiczny*, 1, 19–56.
- Wobec zmian demograficznych: nowa solidarność między pokoleniami* (2005) (2018, 21 grudnia). Zielona Księga. Komunikat Komisji Europejskiej. Pozyskano z <https://publications.europa.eu/pl/publication-detail/-/publication/c08260e4-6f8e-47cd-aeee-03b57715189b/language-pl>
- Zawadka, J. (2016). Charakterystyka aktywności turystycznej seniorów w Polsce. *Ekonomiczne Problemy Turystyki*, 2(34), 119–129. doi: 10.18276/ept.2016.2.34-10
- Żmuda-Pałka, M., Siwek, M., Kolańska, A. (2018). Usługi spa i wellness w wybranych krakowskich hotelach, *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego*, 32(1), 63–75. doi: 10.24917/20801653.321.5

Ukończyła studia magisterskie z zakresu 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, PhD, assistant professor, University of Physical Education in Krakow, Faculty of Physical Education and Sport, Department of Humanities, Section of Pedagogy. She has graduated from the Jagiellonian University with an MA in Sociology and an MSc in Physiotherapy. Her research area includes sociology of physical culture, sport, touristic and recreation. Also her research area includes the history of sport. She is the author of *Kultura fizyczna w działalności Feliksa Fidzińskiego (1890–1967)*, Nowy Sącz 2013.

ORCID: 0000-0002-5344-8998

Adres/address:

Akademia Wychowania Fizycznego w Krakowie
Wydział Wychowania Fizycznego i Sportu
Instytut Nauk Społecznych
Zakład Pedagogiki
al. Jana Pawła II 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, PhD in Physical Culture, assistant professor, Pedagogical University of Krakow, 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.

ORCID: 0000-0002-0487-1263

Adres/address:

Uniwersytet Pedagogiczny
Instytut Geografii
Zakład Turystyki i Badań Regionalnych
ul. Podchorążych 2, 30-084 Kraków, Polska
e-mail: matylda.siwek@up.krakow.pl

MAŁGORZATA BAJGIER-KOWALSKA

Krakowska Akademia im. Andrzeja Frycza Modrzewskiego, Polska
Andrzej Frycz Modrzewski Krakow University, Poland

MARIOLA TRACZ

Polskie Towarzystwo Geograficzne, Oddział w Krakowie, Polska
Polish Geographical Society, Kraków Chapter, Poland

Modele rozwoju usług agroturystycznych w polskich Karpatach

Models of Agritourism Business Development in the Polish Carpathians

Streszczenie: Karpaty są przykładem regionu, w którym liczba gospodarstw agroturystycznych jest jedną z wyższych w kraju. Są one istotnym uzupełnieniem turystycznej bazy noclegowej w regionie. Czynniki sprzyjające rozwojowi agroturystyki w Karpatach są: różnorodność walorów przyrodniczych i kulturowych, dominacja małych gospodarstw rolnych oraz wzrastająca popularność alternatywnych form turystyki. Celem studium było ukazanie różnych ścieżek rozwoju agroturystyki na obszarze polskich Karpat. W badaniach posłużono się kwerendą literatury, badaniami ankietowymi i terenowymi. Stwierdzono koncentrację gospodarstw agroturystycznych w kilku obszarach. Są to głównie gminy w otoczeniu Tatr, parków narodowych i krajobrazowych w Beskidach i na Pogórzu oraz w sąsiedztwie dużych miast. Oferta agroturystyczna jest zróżnicowana i ściśle powiązana z warunkami środowiska przyrodniczo-kulturowego oraz poziomem rozwoju infrastruktury turystycznej i tradycjami turystycznymi. Wyodrębniono cztery modele rozwoju agroturystyki na obszarze polskich Karpat. Kryteriami ich wyodrębnienia było powiązanie z funkcjonującym gospodarstwem rolnym, specyfika oferty turystycznej i jej powiązanie z walorami środowiska przyrodniczo-kulturowego terenu, natężenie ruchu turystycznego w regionie i jego wpływ na formę działalności agroturystycznej.

Abstract: The Carpathians are a good example of a region where agritourism is a popular form of non-agricultural economic activity in rural areas. Agritourism farms are an important part of the tourist accommodation in the region. Factors that tend to favor the development of agritourism in the Carpathians include the diversity of natural and environmental assets in the region, predominance of small farms, and the increasing popularity of alternative forms of tourism. The purpose of the study was to show different paths of development of agritourism in the Polish Carpathians. The research results are based on a review of the literature, survey and fieldwork study. A few areas with a larger number of agritourism farms were identified for the Carpathian region. There are mostly communes found close to the Tatra Mountains, national parks and landscape parks in the Beskid Mountains and the Carpathian Foothills, and in the vicinity of large cities. Agritourism offering of the Carpathian region is quite diverse and related to environmental and cultural settings, as well as the quality of local tourist infrastructure and tourism-related traditions in the area. Four models of agritourist farm development were identified for the Polish Carpathian region. The criteria used to identify these models were associated with the nature of the farm output, details of the offering for tourists and its linkage with the assets of the natural and cultural environment in the given area, and the intensity of tourist traffic in the region and its effects on the functioning of an agritourist farm.

Słowa kluczowe: agroturystyka; Karpaty; model rozwoju agroturystyki; obszary wiejskie; turystyka wiejska

Keywords: agritourism; agritourism development model; Carpathians; rural areas, rural tourism

Otrzymano: 20 grudnia 2018

Received: 20 December 2018

Zaakceptowano: 4 maja 2019

Accepted: 4 May 2019

Sugerowana cytacja / Suggested citation:

Bajgier-Kowalska, M., Tracz, M. (2019). Modele rozwoju usług agroturystycznych w polskich Karpatach. *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego*, 33(3), 188–200. doi: 10.24917/20801653.333.13

WSTĘP

Turystyka jest czynnikiem, który zmienia funkcje obszarów wiejskich, ich strukturę społeczno-gospodarczą oraz układy przestrzenne. Dynamika rozwoju turystyki na wsi jest uwarunkowana wieloma czynnikami i powiązana z aktywnością społeczności i władz lokalnych w zakresie pozyskiwania programów wsparcia działalności pozarolniczej oraz korzystania z nich. Rozwój obszarów wiejskich w znacznym stopniu zależy od ich położenia geograficznego i związanych z tym walorów przyrodniczych i historyczno-społecznych. Obszary wiejskie położone w atrakcyjnych pod względem warunków przyrodniczych terenach, korzystające z dobrych połączeń komunikacyjnych, intensywnie rozwijają różnorodne formy turystyki. Cechuje je szybki rozwój infrastruktury turystycznej, gastronomicznej i sportowo-rekreacyjnej, związany z masowym napływem turystów oraz dokonujące się przemiany funkcjonalne tych obszarów. Natomiast na terenach o mniej atrakcyjnych turystycznie walorach oraz peryferyjnym położeniu komunikacyjnym turystyka rozwija się wolniej. Obszarem, który dobrze ilustruje procesy przemian w działalności rolniczej i rozwoju turystyki, są Karpaty. Czynnikiem sprzyjającym rozwojowi turystyki, w tym agroturystyki w Karpatach, są: różnorodność walorów przyrodniczych i kulturowych, dominacja małych gospodarstw rolnych oraz wzrastająca popularność alternatywnych form turystyki (Ptaszycka-Jackowska, 2007; Kurek, Mika, 2008; Faracik, Kurek, Mika, Pawlusiński, 2009; Bednarek-Szczepeńska, Bański, 2014).

Agroturystyka jako alternatywna forma turystyki rozwija się w wielu krajach świata, przybierając różne formy w zależności od doświadczeń, uwarunkowań przyrodniczych oraz od oczekiwań i potrzeb społecznych. W literaturze przedmiotu termin agroturystyka jest różnie definiowany (Phillip, Hunter, Blackstock, 2010; Arroyo, Barbieri, Rich, 2013; Sikora, 2014). W wąskim znaczeniu obejmuje ona zakwaterowanie, wyżywienie oraz wypoczynek i rekreację w funkcjonującym gospodarstwie rolnym (Sznajder, Przezbórska, 2006; Drzewiecki, 2009; Wojciechowska, 2009; Bajgier-Kowalska, Tracz, Uliszak, 2016). W szerokim znaczeniu obejmuje organizację pobytu turystów w środowisku wiejskim, o różnym stopniu powiązania z gospodarstwem rolnym (Busby, Rendle, 2000; Marcinkiewicz, 2013). Agroturystyka wykazuje powiązania z turystyką wiejską, ale nie jest jej synonimem. Turystyka wiejska jest pojęciem szerszym i obejmuje różnorodne formy turystyki i aktywności realizowane na obszarach wiejskich (Duridiwka, 2012; Jęczmyk, Uglis, Maćkowiak, 2016). Istotną rolę w jej rozwoju odgrywa polityka rolna Unii Europejskiej, dotycząca dywersyfikacji zatrudnienia na obszarach wiejskich, poprawy aktywności turystycznej oraz ochrony dziedzictwa naturalnego i zarządzania nim. Realizacji tych założeń służą fundusze strukturalne (na inwestycje i szkolenia) oraz programy celowe (np. LEADER). Wspierają one działania

władz lokalnych, organizacji pozarządowych i stowarzyszeń w zakresie rozbudowy infrastruktury informacyjnej (np. tablic informacyjnych) w regionach turystycznych, dopasowania infrastruktury noclegowej, rekreacyjnej, transportowej do walorów naturalnych oraz marketingu usług turystycznych (Kiełbasa, Bogusz, 2014; *Turystyka wiejska...*, 2015; Dorocki, Szymańska, Zdon-Korzeniowska, 2016).

W świetle spisów rolnych w Polsce turystyką wiejską i agroturystyką zajmuje się 0,5% gospodarstw rolnych, których w większości powierzchnia nie przekracza 5 ha (Bański, 2012; Balińska, Zawadka, 2013). Liczba gospodarstw agroturystycznych w poszczególnych regionach geograficznych i województwach jest zróżnicowana. Najwięcej jest ich w trzech województwach: małopolskim, podkarpackim i warmińsko-mazurskim (Bednarek-Szczepańska, 2011; Dorocki, Szymańska, Zdon-Korzeniowska, 2016; Przechbórska-Skobiej, Sobotka, 2016). W latach 2002–2007 w większości województw nastąpił wzrost liczby gospodarstw agroturystycznych. W okresie tym ich liczba wzrosła z 5523 (2003) do 8790 (2007), tj. o 62,8% (*Turystyka...*, 2008). Od 2010 roku liczba gospodarstw agroturystycznych nieznacznie spada, w tym także na obszarze Karpat (Bajgier-Kowalska, Tracz, Uliszak, 2016; Tracz, Bajgier-Kowalska, Uliszak, 2017). Natomiast wzrasta liczba gospodarstw agroturystycznych oferujących 10 i więcej miejsc noclegowych. W 2010 roku tego typu obiektów było 346, a w 2017 roku już 746, oferujących 12,8 tys. miejsc noclegowych. W 2010 roku udzielono w kwaterach agroturystycznych 241 391 noclegów, a w 2017 roku – 507 762. Nastąpił więc wzrost udzielonych noclegów o 47,5% (*Turystyka...*, 2017).

Celem opracowania było przedstawienie różnych ścieżek rozwoju agroturystyki na obszarze polskich Karpat. Analiza stanu i kierunku rozwoju agroturystyki w regionie pozwoliła na uchwycenie zależności między ofertą agroturystyczną a warunkami położenia geograficznego gospodarstwa i poziomem rozwoju funkcji turystycznej w regionie oraz opracowanie założeń modelu teoretycznego.

OBSZAR I METODOLOGIA BADAŃ

Karpaty to ważny region turystyczno-wypoczynkowy w Polsce. Ponad połowę tego obszaru zajmują średnie góry (Beskidy, Bieszczady), rozległe pogórza oraz kotliny śródgórskie, a obszar wysokogórski (Tatry) stanowi niewielki ich fragment. Obszary objęte ochroną prawną zajmują 22,2% powierzchni polskich Karpat – parki narodowe (6), krajobrazowe (13) i inne, a lasy – 38% powierzchni. Obszar Karpat jest także zróżnicowany pod względem gęstości zaludnienia i poziomu zagospodarowania, w tym też turystycznego. Znajduje się tu ponad 1700 wsi o zróżnicowanej liczbie mieszkańców i powierzchni oraz rozmieszczeniu zabudowy i układów przestrzennych. Najmniej osób zamieszkuje Pogórze Przemyskie, Beskid Niski i Bieszczady. Większość wsi karpackich – 60% – znajduje się w niższej, pogórskiej części regionu, a 40% – w Beskidach, dużych kotlinach śródgórskich i u podnóża Tatr (Górka, Więclaw-Michniewska, 2016). W Karpatach przeważają małe, indywidualne gospodarstwa rolne o powierzchni do 5 ha (89,2%), w tym gospodarstwa o powierzchni użytków rolnych do 1 ha stanowią 34,8% ogółu gospodarstw. Maleje liczba gospodarstw rolnych, a wzrasta powierzchnia odłogów i obszarów leśnych (*Charakterystyka...*, 2014; *Powszechny spis...*, 2011).

Celem podjętych badań było ustalenie modeli rozwoju gospodarstw agroturystycznych i ich oferty na obszarze polskich Karpat. Szczegółowe cele obejmowały opracowanie teoretycznej koncepcji modelu rozwoju agroturystyki w Karpatach. Do realizacji

założonych celów wykorzystano studium literatury przedmiotu i analizę dokumentów źródłowych, wywiady z właścicielami gospodarstw agroturystycznych oraz badania terenowe. Wykorzystano także dane statystyczne pozyskane z GUS i regionalnych ośrodków doradztwa rolniczego (ODR). Badania ankietowe przeprowadzono z 275 osobami prowadzącymi kwatery agroturystyczne, 175 w województwie małopolskim i 100 w podkarpackim. Miały one charakter indywidualnych wywiadów pogłębionych z właścicielami gospodarstw, dotyczących prowadzonej działalności i oferowanych usług.

FUNKCJE OBSZARÓW WIEJSKICH NA TERENIE KARPAT

Przeprowadzona analiza wykazała, że na terenie Karpat poziom rozwoju obszarów wiejskich jest zróżnicowany (tabela 1). W oparciu o wybrane cechy diagnostyczne (procentowy udział ludności zatrudnionej w rolnictwie, powierzchnia lasów, liczba turystycznych obiektów noclegowych, liczba podmiotów usługowych i gospodarczych na 10 tys. mieszkańców) wyróżniono obszary o dominujących i mieszanych funkcjach. W podregionie śląskim Karpat rolnictwo nie jest funkcją dominującą na obszarach wiejskich. Zadecydował o tym mały udział użytków rolnych i odsetek zatrudnionych w rolnictwie, a stosunkowo wysoka liczba podmiotów usługowych i gospodarczych. W regionie małopolskim i podkarpackim liczba powiatów o przeważającej funkcji rolniczej jest wyższa. Dotyczy to głównie obszarów położonych na Pogórzu Karpackim. W podregionie małopolskim najwyraźniej funkcja rolnicza zaznacza się w powiecie tarnowskim, a także w gorlickim i limanowskim (tabela 1), natomiast w podregionie podkarpackim w powiatach: brzozowskim, przemyskim i strzyżowskim.

Tabela 1. Wybrane cechy diagnostyczne powiatów położonych na terenie Karpat

Województwo/powiat	Ludność wiejska w %	Lesistość w %	Gospodarstwa prowadzące działalność rolniczą w %	Pracujący w rolnictwie i leśnictwie w %	Liczba turystycznych obiektów noclegowych	Liczba turystycznych miejsc noclegowych	Podmioty gospodarki narodowej w rejestrze REGON na 10 tys. ludności w wieku produkcyjnym
Śląskie							
Bielski	72,7	27,6	81,5	18,9	53	3 948	1 677
Cieszyński	54,8	38,0	87,9	20,1	164	12 544	1 800
Żywiecki	79,3	51,7	48,5	22,3	112	5 320	1 457
Małopolskie							
Bocheński	69,0	28,5	78,1	39,6	21	1 454	1 327
Brzeski	79,2	18,8	89,8	49,7	12	585	1 127
Gorlicki	67,3	43,2	88,3	55,0	35	1 602	1 159
Krakowski	83,5	12,2	79,3	27,7	34	2 023	1 727
Limanowski	82,3	38,6	87,3	57,7	38	1 799	1 232
Myslenicki	75,0	35,6	73,6	41,7	24	1 179	1 557
Nowosądecki	82,8	43,9	80,8	51,7	174	13 050	1 181

Nowotarski	72,6	37,2	70,0	45,9	217	9 483	1 302
Suski	75,5	48,2	55,9	43,0	37	2 051	1 521
Tarnowski	88,0	21,9	93,3	59,9	16	829	1 770
Tatrzański	59,8	48,3	54,6	38,1	511	24 034	2 414
Wadowicki	72,2	23,8	73,1	27,6	21	1 989	1 641
Podkarpackie							
Bieszczadzki	58,0	70,1	84,2	48,2	63	3 214	1 505
Brzozowski	88,6	25,9	80,9	60,0	6	271	1 029
Dębicki	60,2	25,8	90,1	36,8	19	1 072	1 099
Jasielski	67,6	37,5	86,2	48,0	14	387	1 114
Krośnieński	88,0	35,9	86,6	54,4	65	3 245	1 101
Leski	79,3	68,6	87,0	55,8	129	7 281	1 759
Przemyski	brak	40,0	88,3	70,2	14	709	878
Rzeszowski	83,0	23,9	86,0	49,6	27	1 520	1 127
Sanocki	54,6	51,6	84,3	33,2	29	1 446	1 170
Strzyżowski	85,6	28,7	89,1	63,3	8	355	1 013
Karpaty polskie	73,4	38,0	80,2	44,7	1 843	101 390	-

Źródło: *Województwo małopolskie...* (2017), *Województwo podkarpackie...* (2017), *Województwo śląskie...* (2017)

Do terenów o przeważającej funkcji turystycznej w Karpatach zaliczono wszystkie powiaty w podregionie śląskim oraz cztery w małopolskim i pięć w podkarpackim (tabela 1). Najwyraźniej jest ona ukształtowana w 40 gminach, co stanowi 18,6% ogółu gmin karpackich. W podregionie małopolskim jest ich najwięcej – 18. Są one położone w czterech powiatach południowej części podregionu: tatrzańskim (cztery gminy), nowotarskim (pięć gmin), nowosądeckim (pięć gmin) i limanowskim (cztery gminy). Najsilniej jest ona widoczna w Bukowinie Tatrzańskiej, Kościelisku, Czorsztynie, Krościenku nad Dunajcem, Szczawnicy, Niedźwiedziu i Laskowej. Z kolei w podregionie podkarpackim funkcja turystyczna dominuje w 15 gminach położonych w południowo-wschodniej części regionu. Są to powiaty: bieszczadzki (trzy gminy), leski (trzy gminy), krośnieński (trzy gminy), sanocki (trzy gminy) i przemyski (trzy gminy). Funkcjonują tu podmioty gospodarcze związane z zakwaterowaniem, gastronomią, transportem, przewodnictwem, rekreacją i wypoczynkiem.

TENDENCJE ROZWOJU AGROTURYSTYKI W KARPATACH

Karpaty są regionem, w którym liczba gospodarstw agroturystycznych jest jedną z wyższych w kraju. Według danych z ODR-ów w 2017 roku było łącznie 1019 gospodarstw agroturystycznych. W porównaniu do roku 2006 liczba gospodarstw agroturystycznych w części powiatów znacznie się zmniejszyła (tabela 2). Największy spadek odnotowano w podregionie małopolskim (o 43%), w tym w powiecie nowosądeckim (80%), gorlickim (67%) i limanowskim (64%). Duży spadek zanotowano również w podregionie śląskim (o 37%), a szczególnie w powiecie bielskim (o 64%). Należy zaznaczyć, że liczba podmiotów funkcjonująca pod nazwą „agroturystyka” jest większa. Wynika to z różnie przyjmowanej definicji agroturystyki i funkcjonujących rozwiązań prawnych dotyczących rejestracji podmiotów agroturystycznych (do pięciu pokoi nie ma obowiązku rejestracji działalności agroturystycznej, a gospodarstwa do dziewięciu

miejsc noclegowych nie są ujęte w statystykach). Tendencja spadku liczby gospodarstw agroturystycznych jest ogólnokrajowa (Wojciechowska, 2014; Przezbórska-Skobiej, Sobotka, 2016). W przypadku Karpat, w tym szczególnie w powiatach w podregionie śląskim i części powiatów w podregionie małopolskim, jest to wynik rozwoju turystyki na obszarach wiejskich spowodowany masowym ruchem turystycznym obserwowanym w ostatniej dekadzie i wyborem przez klientów innych obiektów noclegowych, o wyższym standardzie (Bajgier-Kowalska, Tracz, Uliszak, 2017; Tracz, Bajgier-Kowalska, Uliszak, 2017).

Na ogólną liczbę 215 gmin położonych w granicach Karpat działalność agroturystyczną odnotowano w 183 gminach, co stanowi 85,1%. Największa liczba gospodarstw była w czterech powiatach: leskim (165), bieszczadzkim (68), cieszyńskim (60), i limanowskim (60). Są to powiaty położone w regionach o największej atrakcyjności przyrodniczej i kulturowej. Skupiają one 39,1% obiektów agroturystycznych regionu (tabela 2). Również stosunkowo duża liczba gospodarstw znajduje się w powiatach: nowosądeckim, suskim, tarnowskim, krośnieńskim i brzeskim. Najmniej kwater agroturystycznych było w powiecie dębickim i strzyżowskim (po 12). Duże zainteresowanie prowadzeniem agroturystyki występuje w powiatach o największym natężeniu ruchu turystycznego. Potwierdzeniem tej prawidłowości jest fakt, iż 72,1% gospodarstw zlokalizowanych jest w obrębie Beskidów, w tym najwięcej w podregionie małopolskim (54,5%) i podkarpackim (22%). Jest to związane z dużym zapotrzebowaniem na turystyczne miejsca noclegowe.

Oferta agroturystyczna jest różnorodna i wykazuje powiązanie między położeniem gospodarstwa a warunkami przyrodniczymi i kulturowymi jego otoczenia. W świetle studium literatury i badań terenowych wyraźnie zaznaczają się trzy strefy funkcjonowania agroturystyki w Karpatach (Szpara, 2011; Bajgier-Kowalska, Tracz, Uliszak, 2016; Mitura, Buczek-Kowalik, 2016; Przezbórska-Skobiej, Sobotka, 2016; Tracz, Bajgier-Kowalska, Uliszak, 2017). Pierwszą z nich tworzą gminy o typowych funkcjach turystycznych. Cechuje ją duże nagromadzenie kwater agroturystycznych oferujących noclegi i wyżywienie, ale mało powiązanych z funkcjonującym gospodarstwem rolnym. Bogata oferta produktu turystycznego oparta jest na wybitnych walorach przyrodniczych i kulturowych obszarów wiejskich. Działalność agroturystyczna w tej strefie nastawiona jest na duży zysk i komercję. Stale jest tu podnoszony komfort wypoczynku oraz oferta turystyczna ze względu na konkurencję innych podmiotów turystycznych (Bajgier-Kowalska, Tracz, Uliszak, 2017).

Drugą strefą są gminy o dominującej funkcji rolniczej i mieszanej, w której liczba gospodarstw agroturystycznych jest znacznie mniejsza, ale wykazuje ściśle powiązanie z funkcjonującym gospodarstwem rolnym. Standard usług w tych gospodarstwach również wzrasta, a oferta produktu turystycznego bazuje na walorach obszaru wiejskiego (np. las, rzeka, zbiorniki wodne) i wytwarzanych przez gospodarstwo lub sąsiednie gospodarstwa produktów żywnościowych (Jęczyk, Ugłis, Maćkowiak, 2016).

Trzecia strefa rozciąga się wokół większych miast (np. Nowego Sącza, Bielska-Białej, Tarnowa, Rzeszowa), gdzie występują gospodarstwa agroturystyczne nastawione na turystów weekendowych, zainteresowanych rekreacją i wypoczynkiem na łonie natury. Odrębną grupę stanowią gospodarstwa świadczące usługi edukacyjne w zakresie życia na wsi, produkcji rolniczej, przetwórstwa produktów rolnych, a także świadomości ekologicznej. Obecnie na terenie badanego regionu istnieje ogółem 39 takich gospodarstw, w tym 21 (53,8%) w województwie małopolskim, 14 (36%)

w podkarpackim i cztery (10,2%) w śląskim (Zagroda edukacyjna, 2017). Ich oferta jest głównie skierowana do szkół i rodzin z dziećmi.

Tabela 2. Liczba gospodarstw agroturystycznych w Karpatach w roku 2006 i 2017

Powiat	2006	2017	Współczynnik zmian (%)
Podregion śląski:	180	113	-37
bielski	48	17	-64
cieszyński	81	60	-26
żywiecki	51	36	-29
Podregion małopolski:	820	468	-43
bocheński	30	22	-27
brzeski	49	48	-2
gorlicki	84	28	-67
krakowski	9	12	+33
limanowski	169	60	-64
myślenicki	5	21	+32
nowosądecki	250	48	-80
nowotarski	40	26	-35
suski	62	62	0
tarnowski	72	72	0
tatrzański	30	37	+23
wadowicki	20	32	
Podregion podkarpacki:	518	463	-11
bieszczadzki	74	68	-8
dębicki	14	12	-14
brzozowski	22	19	-14
jasielski	38	33	-13
krośnieński	57	48	-16
leski	167	165	-1
przemyski	42	36	-14
rzeszowski	16	24	+5
sanocki	76	46	-39
strzyżowski	12	12	0

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych z ODR-ów

Ponadto powstała sieć tematycznych gospodarstw, która umożliwia edukację poprzez ciekawy program rekreacyjno-wypoczynkowy i kulinarny. Przykładem są: „Małopolska wieś pachnąca ziołami” (19 gospodarstw), „Małopolska wieś dla seniorów” (15 gospodarstw), „Małopolska wieś dla dzieci” (14 gospodarstw), „Małopolska wieś w siodle” (15 gospodarstw), „Małopolska miodowa kraina” (20 gospodarstw). Nową inicjatywą jest tworzenie nowego szlaku na Pogórzu Karpackim – „Szlak winny”.

KONCEPCJA MODELU ROZWOJU AGROTURYSTYKI W KARPATACH POLSKICH

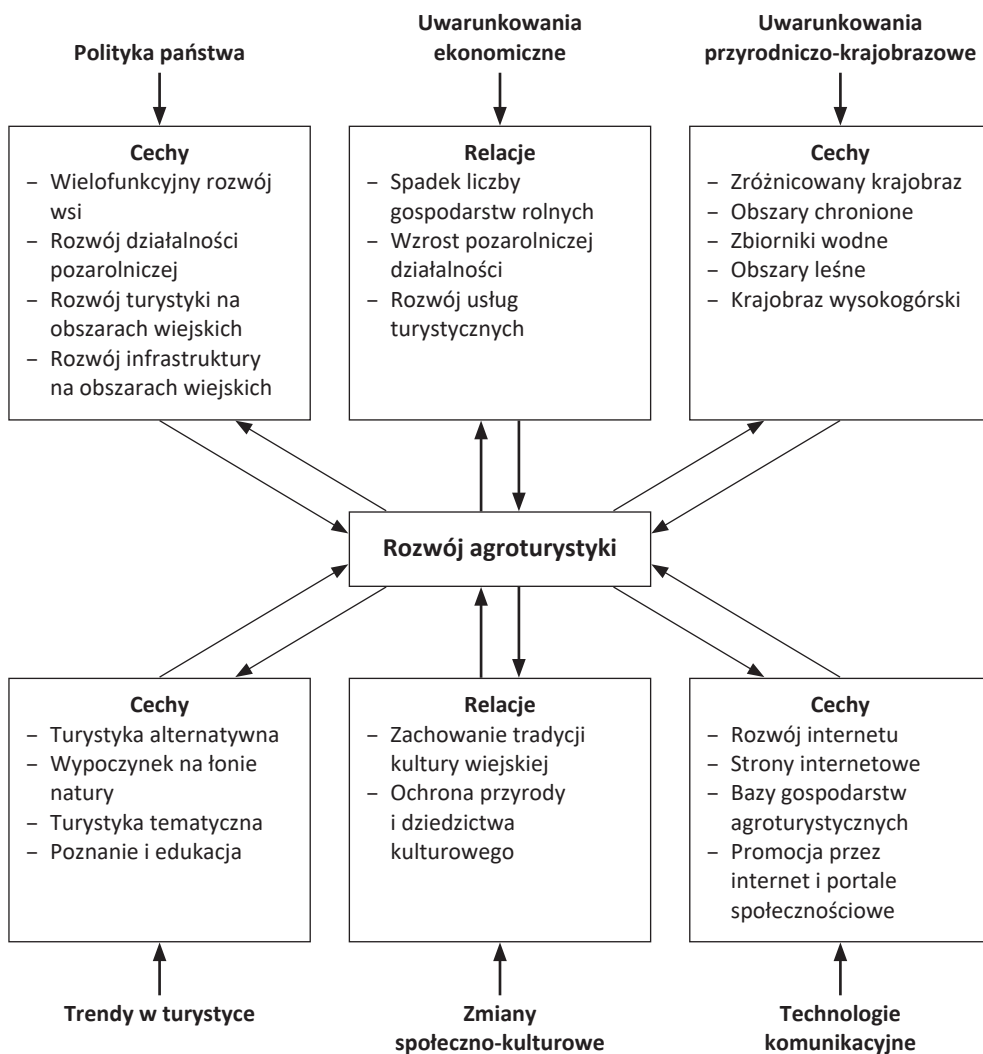
Analiza literatury dotyczącej uwarunkowań i rozwoju agroturystyki wskazuje na istnienie trzech modeli ukazujących uwarunkowania rozwoju agroturystyki w Polsce. Są to koncepcje teoretyczne uwzględniające wybrane grupy czynników wpływające na funkcjonowanie agroturystyki (Szpara, 2011; Dorocki, Szymańska, Zdon-Korzeniowska, 2013; Bednarek-Szczepańska, Bański, 2014; Wojciechowska, 2014; Bajgier-Kowalska, Tracz, Uliszak, 2017; Tracz, Bajgier-Kowalska, Uliszak, 2018). Najczęściej uwzględnianymi czynnikami w modelach są walory przyrodniczo-krajobrazowe, uwarunkowania

społeczno-ekonomiczne działalności agroturystycznej i rolniczej oraz natężenie usług agroturystycznych. W oparciu o dotychczasowe opracowania i badania własne zaprezentowano założenia modelu rozwoju agroturystyki w Karpatach. Model ujmuje:

- grupy czynników warunkujące rozwój agroturystyki na badanym obszarze,
- relacje zachodzące między czynnikami (rycina 1).

Wyróżniono sześć grup głównych czynników rozwoju agroturystyki w analizowanym regionie oraz zróżnicowany stopień zachodzącego oddziaływania między nimi. Są to czynniki związane z cechami polityki rolnej, uwarunkowaniami ekonomicznymi oraz przyrodniczo-krajobrazowymi. Równie istotne są czynniki wynikające z rozwoju turystyki i potrzeb turystów, procesy globalne wpływające na zmiany społeczno-kulturowe oraz rozwój nowych technologii (rycina 1). Najsilniejsze powiązania wykazują

Rycina 1. Model rozwoju agroturystyki w Karpatach



Źródło: opracowanie własne

grupy czynników przyrodniczo-krajobrazowych i społeczno-ekonomicznych oraz trendy w rozwoju turystyki. Przykładem może być natężenie ruchu turystycznego, przyrodnicze i ekonomiczne uwarunkowania prowadzonej działalności rolniczej, inicjatywy podejmowane przez władze lokalne w zakresie rozwoju infrastruktury technicznej i rekreacyjnej.

W powiatach o największej atrakcyjności przyrodniczej i kulturowej skupia się prawie 40% obiektów agroturystycznych w Karpatach (tabela 2). Zdecydowana większość gospodarstw agroturystycznych znajduje się w Beskidach. Natężenie ruchu turystycznego jest tu duże, stąd liczba obiektów noclegowych jest znaczna (tabela 1), w tym i kwater agroturystycznych (tabela 2). Przedstawiona grupa czynników ma charakter dynamiczny i może ulegać zmianie pod wpływem aktualnych trendów rozwoju turystyki i indywidualnych potrzeb turystów oraz zachodzących procesów globalnych. Wskazuje na to chociażby stale poszerzana i różnicowana oferta agroturystyczna adresowana do różnych grup społecznych i wiekowych. Grupa czynników kulturowo-społecznych i technologiczno-informacyjnych również wykazuje zmiany w czasie i może oddziaływać na ewolucję oferty agroturystycznej, sposób jej promowania i marketingu.

MODELE ROZWOJU AGROTURYSTYKI W KARPATACH

W oparciu o studium literatury i przeprowadzone badania ankietowe oraz terenowe wyróżniono kilka modeli rozwoju agroturystyki. Wykazują one ścisłe powiązanie z grupą czynników związanych z walorami środowiska przyrodniczego i jego atrakcyjnością, natężeniem ruchu turystycznego, funkcjonowaniem gospodarstwa rolnego oraz efektami ekonomicznymi uzyskiwanymi z agroturystyki.

Wyróżniono cztery modele rozwoju gospodarstw agroturystycznych. Pierwszy to model opisujący funkcjonowanie gospodarstwa agroturystycznego w oparciu o prowadzoną działalność rolniczą przez gospodarza, przy udziale społeczności lokalnej. Drugi dotyczy gospodarstw nastawionych na zwiększanie bazy noclegowej i standardów usług, z wykorzystaniem wsparcia ze środków gminnych i unijnych, o różnym stopniu powiązania z funkcjonującym gospodarstwem rolnym. Kolejny model opisuje ścieżkę rozwoju w oparciu o profilowanie i personalizację oferty turystycznej. Ostatni model cechuje działalność agroturystyczną nastawioną na ofertę noclegu i wyżywienia w atrakcyjnych turystycznie gminach. Szczegółowe opisy poszczególnych modeli zawarto poniżej.

Model 1. Pełne wykorzystanie własnych zasobów infrastruktury i pracy (pokoje, produkty żywnościowe z gospodarstwa, wykorzystanie obszaru gospodarstwa i najbliższej okolicy do wypoczynku, sportu i rekreacji, minimalny nakład środków finansowych, a jednocześnie małe zyski, do 10–20% dochodów gospodarstwa, wykorzystanie zasobów pracy rodziny). Oferują małą liczbę pokoi z dostępem do łazienki, telewizji i kuchni. Stopniowo dostosowują się do wymagań turystów, rozbudowując własną infrastrukturę rekreacyjną (ogniska, kuligi, rowery, jazda konna).

Model 2. Poszerzanie posiadanych zasobów infrastruktury poprzez inwestycje zwiększające liczbę miejsc noclegowych i podnoszenie ich standardów. Dostępność przez cały rok, duże nastawienie na turystów weekendowych, stopień powiązania z gospodarstwem rolnym jest zróżnicowany, profesjonalizacja usług turystycznych poprzez poszerzanie oferty, kategoryzację obiektu, nastawienie na zysk z agroturystyki. Współpraca ze stowarzyszeniami agroturystycznymi i władzami lokalnymi w celu

rozbudowy infrastruktury technicznej (drogi, chodniki), oferty kulturalnej (dożynki, festyny, jarmarki i inne imprezy).

Model 3. Wprowadzanie innowacyjnych produktów turystycznych, specjalizacja gospodarstw, np. edukacyjne, pokazujące funkcjonowanie i pracę w gospodarstwie rolnym oraz ekoagroturystyczne – przy funkcjonującym gospodarstwie ekologicznym. Personalizacja produktu agroturystycznego adresowanego do wybranych grup, np. rodzin z dziećmi, seniorów, ale powiązana tematycznie np. z zielarstwem, winnicą, sadami, stadniną koni, wykorzystując prowadzoną działalność rolniczą (np. produkcja soków, serów, miodu, preparatów ziołowych). Wytyczanie tematycznych szlaków łączących gospodarstwa agroturystyczne w sieć. Tworzenie prywatnych muzeów i skansenów oraz ogrodów pokazowych. Wykazują większą dbałość o zachowanie zasad zrównoważonego rozwoju w prowadzonej działalności turystycznej. Nowością są pojawiające się gospodarstwa oferujące usługi określane jako „rolnictwo dla zdrowia” (*farming for health*), związane z produkcją i przetwarzaniem żywności oraz wykorzystaniem zasobów przyrodniczych do terapii.

Model 4. Oferta noclegu z możliwością wyżywienia (pełnego lub tylko śniadania). Gospodarstwa ze zmarginalizowaną działalnością rolniczą wykorzystują posiadane zasoby mieszkaniowe na wynajem pod usługi turystyczne. Ten model jest szczególnie popularny w regionach o wysokich walorach krajobrazowych i dużym ruchu turystycznym (Podhale, Bieszczady, Beskid Śląski). Niejednokrotnie gospodarstwa wykupywane są przez ludność miejską w celu świadczenia usług turystycznych, często pod szyldem agroturystyki. Zwiększa się nakłady na powiększanie bazy noclegowej w celu uzyskania większej rentowności.

PODSUMOWANIE

Obserwowane obecnie zmiany w funkcjonowaniu gospodarstw rolnych w obszarach górskich rzutują na kierunki ewolucji funkcjonalnej wsi i gmin w Karpatach. Utrzymuje się tendencja do wycofywania rolnictwa z obszarów wyżej położonych – Beskidów oraz na Podhalu, a wzrasta zainteresowanie osób pozostających na wsi działalnością pozarolniczą, w tym turystyką i agroturystyką. Natężenie tych procesów występuje szczególnie w gminach o dużych walorach przyrodniczo-kulturowych i dobrej dostępności komunikacyjnej.

Studium wykazało funkcjonowanie czterech modeli działalności agroturystycznej w Karpatach. Ukazują one różne oddziaływanie agroturystyki na podtrzymanie wiejskiego charakteru obszarów wiejskich. Tradycyjna agroturystyka wypierana jest przez turystykę na obszarach wiejskich (pensjonaty, hotele, prywatne kwatery), głównie w miejscach o dużym natężeniu ruchu turystycznego. Agroturystyka spełnia tu funkcję tańszej bazy noclegowej. Przykładem są gminy w otoczeniu Tatr, wokół Jeziora Solińskiego, Jeziora Żywieckiego i karpackich uzdrowisk.

Na obszarze pogórzy, gdzie nie występuje presja masowej turystyki, gospodarstwa agroturystyczne wykazują ścisłe powiązanie oferty turystycznej z funkcjonującym gospodarstwem rolnym i otoczeniem wiejskim oraz walorami krajobrazu. Gospodarstwa agroturystyczne podtrzymują funkcje rolnicze przez sprzedaż produktów pochodzących z własnego gospodarstwa. Rozwija się także sieć wymiany produktów pomiędzy gospodarstwami agroturystycznymi i nieagroturystycznymi.

Odmienny model prezentują gospodarstwa agroturystyczne świadczące usługi edukacyjne, rozrywkowe i zdrowotne. Nastawione są one na wprowadzanie innowacyjnych produktów adresowanych do wybranych grup.

Zaprezentowana teoretyczna koncepcja rozwoju agroturystyki w Karpatach może być wykorzystana w innych regionach Polski. Pozwoli to na wyróżnienie czynników podobnych i różnicujących rozwój agroturystyki w poszczególnych regionach oraz relacje zachodzące między tymi czynnikami.

Literatura

References

- Arroyo, C.G., Barbieri, C., Rich, S.R. (2013). Defining agritourism: A comparative study of stakeholders' perceptions in Missouri and North Carolina. *Tourism Management*, 37, 39–47.
- Bajgier-Kowalska, M., Tracz, M., Uliszak, R. (2016). Uwarunkowania rozwoju przedsiębiorczości na obszarach wiejskich na przykładzie gospodarstw agroturystycznych województwa małopolskiego. *Przedsiębiorczość-Edukacja*, 12, 244–261.
- Bajgier-Kowalska, M., Tracz, M., Uliszak, R. (2017). Modeling the state of agritourism in the Malopolska region of Poland. *Tourism Geographies*, 19(3), 502–524. doi: 10.1080/14616688.2017.1300935
- Balińska, A., Zawadka, J. (2013). Znaczenie agroturystyki w rozwoju obszarów wiejskich. *Zeszyty Naukowe Szkoły Głównej Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie. Ekonomika i Organizacja Gospodarki Żywnościowej*, 102, 127–143.
- Bański, J. (red.) (2012). *Turystyka wiejska w tym agroturystyka jako element zrównoważonego i wielofunkcyjnego rozwoju obszarów wiejskich*. Warszawa: Ministerstwo Rolnictwa i Rozwoju Wsi.
- Bednarek-Szczepańska, M. (2011). Agritourism in Poland – self government's view versus reality. *Discussion Papers 2011. Special Issue – Aspects of Localities*. Pozyskano z <http://discussion-papers.rkk.hu/index.php/DP/article/view/2473>
- Bednarek-Szczepańska, M., Bański, J. (2014). Lokalizacyjne uwarunkowania oferty gospodarstw agroturystycznych w Polsce. *Przegląd Geograficzny*, 86(2), 243–260.
- Busby, G., Rendle, S. (2000). The transition from tourism on farms to farm tourism, *Tourism Management*, 21(6), 635–642.
- Charakterystyka gospodarstw rolnych w 2013 roku w województwie podkarpackim* (2014). Rzeszów: Urząd Statystyczny.
- Dorocki, S., Szymańska, A.I., Zdon-Korzeniowska, M. (2013). Przedsiębiorstwa agroturystyczne w gospodarce opartej na wiedzy. *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego*, 24, 38–58.
- Dorocki, S., Szymańska, A.I., Zdon-Korzeniowska, M. (2016). Agricultural Tourism Farms in Poland: How the Farmers Improve their Businesses–A Case Study. *Understanding Innovation in Emerging Economic Spaces: Global and Local Actors, Networks and Embeddedness*, 247.
- Drzewiecki, M. (2009). *Agroturystyka współczesna w Polsce*. Gdańsk: Wyższa Szkoła Turystyki i Hotelarstwa.
- Duridiwka, M. (2012). *Czynniki rozwoju i różnicowanie funkcji turystycznej na obszarach wiejskich w Polsce*. Warszawa: Uniwersytet Warszawski, Wydział Geografii i Studiów Regionalnych.
- Faracik, R., Kurek, W., Mika, M., Pawlusiński, R. (2009). Turystyka w Karpatach Polskich w świetle współczesnych kierunków rozwoju. W: B. Domański, W. Kurek (red.). *Gospodarka i przestrzeń*. Kraków: Instytut Geografii i Gospodarki Przestrzennej Uniwersytetu Jagiellońskiego, 77–96.
- Górka, Z., Więclaw-Michniewska, J. (2016). Uwarunkowania przyrodnicze a rozwój dużych wsi górskich w Karpatach Polskich na przykładzie Kościeliska i Krościenka nad Dunajcem. *Problemy Ekologii Krajobrazu*, 61, 251–261.
- Jęczyk, A., Uglic, J., Maćkowiak, M. (red.). (2016). *Turystyka wiejska. Zagadnienia ekonomiczne i marketingowe*. Poznań: Wydawnictwo Wieś Jutra sp. z o.o.

- Kiełbasa, B., Bogusz, M. (2014). Wpływ środków pomocowych Unii Europejskiej na tworzenie gospodarstw młodych rolników. *Marketing i Rynek*, 21(10), 96–103.
- Kurek, W., Mika, M. (2008). Miejscowości turystyczne w dobie konkurencji (na przykładzie Polskich Karpat). W: G. Gołębowski (red.). *Turystyka jako czynnik wzrostu konkurencyjności regionów w dobie globalizacji*. Poznań: Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Poznaniu, 219–228.
- Marcinkiewicz, Cz. (2013). Rozwój i stan polskiej agroturystyki. *Zeszyty Naukowe Wyższej Szkoły Humanitas. Zarządzanie*, 1, 21–35.
- Mitura, T., Buczek-Kowalik, M. (2016). Zróżnicowanie oferty agroturystycznej w województwie podkarpackim. W: S. Graja-Zwolińska, A. Spychała, K. Kasprzak (red.). *Turystyka wiejska. Zagadnienia przyrodnicze i kulturowe*, 2. Poznań: Wieś Jutra sp. z o.o., 53–62.
- Phillip, S., Hunter, C., Blackstock, K. (2010). A typology for defining agritourism. *Tourism Management*, 31, 754–758. doi: 10.1016/j.tourman.2009.08.001
- Powszechny spis rolny. Raport z wyników województwa małopolskiego (2011). Kraków: Główny Urząd Statystyczny.
- Przezbórska-Skobieł, L., Sobotka, S. (2016). Propozycja delimitacji regionów agroturystycznych w Polsce. *Wieś i Rolnictwo*, 2(171), 173–197. doi: 10.7366/wir022016/08
- Ptaszycka-Jackowska, D. (2007). Gospodarowanie przestrzenią turystyczną w Karpatach Polskich. W: D. Ptaszycka-Jackowska (red.). *Polska przestrzeń turystyczna, Prace Geograficzne*, 117, 99–112.
- Sikora, J. (2014). *Agroturystyka. Przedsiębiorczość na obszarach wiejskich*. Warszawa: Wydawnictwo C.H. Beck.
- Sznajder, M., Przezbórska, L. (2006). *Agroturystyka*. Warszawa: Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne.
- Szpara, K. (2011). Agroturystyka w Karpatach Polskich. *Prace Geograficzne Uniwersytetu Jagiellońskiego*, 125, 161–178.
- Tracz, M., Bajgier-Kowalska, M., Uliszak, R. (2017). The Development of Agritourism in the Podkarpackie Voivodeship in the Light of International and National Conditions. *Przedsiębiorczość-Edukacja*, 13, 224–261. doi: 10.24917/20833296.13.18
- Tracz, M., Bajgier-Kowalska, M., Uliszak, R. (2018). Rozwój agroturystyki w południowo-wschodniej Polsce – ujęcie modelowe. *Przedsiębiorczość-Edukacja*, 14, 229–334. doi: 10.24917/20833296.14.20
- Turystyka w 2007 roku* (2008). Warszawa: GUS.
- Turystyka w 2016 roku* (2017). Warszawa: GUS.
- Turystyka wiejska i agroturystyka w perspektywie finansowej 2014–2020* (2015). Warszawa: Ministerstwo Rolnictwa i Rozwoju Wsi.
- Wojciechowska, J. (2009). *Procesy i uwarunkowania rozwoju agroturystyki w Polsce*. Łódź: Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego.
- Wojciechowska, J. (2014). A summary assessment of the Agritourism Experience in Poland. PASOS – Revista de Turismo y Patrimonio Cultural. *The Journal of Tourism and Cultural Heritage*, 12(3), Special Issue, 565–579.
- Województwo małopolskie – podregiony, powiaty, gminy* (2017). Kraków: Urząd Statystyczny w Krakowie.
- Województwo podkarpackie – podregiony, powiaty, gminy* (2017). Rzeszów: Urząd Statystyczny w Rzeszowie.
- Województwo śląskie – podregiony, powiaty, gminy* (2017). Katowice: Urząd Statystyczny w Katowicach.
- Zagroda edukacyjna (2017, 20 września). Pozyskano z <http://www.zagroda-edukacyjna.pl>
- Małgorzata Bajgier-Kowalska**, dr, adiunkt, Krakowska Akademia im. Andrzeja Frycza Modrzewskiego, Wydział Prawa, Administracji i Stosunków Międzynarodowych, Katedra Turystyki Międzynarodowej i Geografii Społecznej. Zainteresowania naukowo-badawcze i tematyka publikacji koncentrują się wokół problemów geomorfologicznych oraz zagadnień z zakresu geografii regionalnej. Badania autorki koncentrują się również na problematyce rozwoju turystyki i rekreacji, a głównie na zagadnieniach uwarunkowania rozwoju i funkcjonowania regionów turystycznych na świecie, analizie przestrzennego zróżnicowania zagospodarowania turystycznego oraz wielkości ruchu turystycznego.

Małgorzata Bajgier-Kowalska, PhD, assistant professor, Andrzej Frycz Modrzewski Krakow University, Faculty of Law, Administration and International Relations, Department of International Tourism and Sociological Geography. Research issues as well as publication themes are concentrated on geomorphology and the issues concerning regional geography. Author's research concentrates also on the problem of tourism and recreation growth, especially on the question of development conditions and functioning of tourist regions in the world, including the analyses of spatial differentiation of tourist infrastructure and size of tourism itself.

ORCID: 0000-0002-2942-2181

Adres/address:

Krakowska Akademia im. A.F. Modrzewskiego
ul. G. Herlinga-Grudzińskiego 1, 30-705 Kraków, Polska
e-mail: malbajkow@interia.pl

Mariola Tracz, dr, Polskie Towarzystwo Geograficzne, Oddział w Krakowie. Geograf, dydaktyk geografii, członkini Polskiego Towarzystwa Geograficznego. Zainteresowania naukowe skupiają się wokół dydaktyki geografii (programy nauczania, edukacja geograficzna a kształtowanie kompetencji, historia geografii i jej dydaktyka), geografii społeczno-gospodarczej (polityka edukacyjna państwa, edukacja a rozwój gospodarczy) oraz wybranych problemów turystyki (agroturystyka, turystyka kulturowa).

Mariola Tracz, PhD, Polish Geographical Society, Kraków Chapter. Geographer, didactic of geography, member of the Polish Geographical Society. Interested in: geography education (geography curriculum, development of geography competency, geography on examination, history of geography education in Poland), socio-economic geography and tourism (agritourism, cultural tourism).

ORCID: 0000-0002-0019-8665

Adres/address:

Polskie Towarzystwo Geograficzne Oddział w Krakowie
ul. Podchorążych 2, 30-084 Kraków, Polska
e-mail: mtracz-62@o2.pl

SPIS TREŚCI

WOJCIECH MACIEJEWSKI Innowacje, dochód, edukacja – analiza przestrzenna Polski.....	7
TADEUSZ BOCHEŃSKI, SEBASTIAN WOJTKIEWICZ Import taboru kolejowego do Polski	17
MONIKA PŁAZIAK, ANNA IRENA SZYMAŃSKA Preferencje młodych użytkowników przestrzeni miejskiej Krakowa w zakresie wyboru alternatywnych form transportu	36
PAWEŁ NOWAK Przestrzenne zróżnicowanie zaległych zobowiązań finansowych osób fizycznych w Polsce.....	58
KATARZYNA ŁOBACZ, PIOTR NIEDZIELSKI Transfer kapitału ludzkiego z międzynarodowych centrów usług jako czynnik kształtowania konkurencyjności MMŚP w regionie zachodniopomorskim.....	70
BARBARA OSÓCH, KARINA TESSAR Diversification of Social Capital of Sailing Community and Development... of Tourist Services of the Szczecin Lagoon.....	85
BOŻENA WÓJTOWICZ Ruch turystyczny a poziom rozwoju społeczno-ekonomicznego Mauritiusa.....	100
ANNA WINIARCZYK-RAŻNIAK, PIOTR RAŻNIAK Magia Meksyku – Pueblos Mágicos w przestrzeni turystycznej kraju.....	112
MICHAŁ JASIŃSKI Turystyka i pomoc rozwojowa a poziom rozwoju społeczno-ekonomicznego w państwach Południa o niekorzystnym położeniu geograficznym oraz najsłabiej rozwiniętych	127
AGNIESZKA CIUREJ, ANNA CHROBAK, ANNA WOLSKA, SZYMON KOWALIK Valorization of Geosites in Western Tatra Mountains (Chochołowska Valley) with Focus on Tourist Activity of People with Physical Disabilities	148
MARIUSZ CEMBRUCH-NOWAKOWSKI Green Hotels – Exception or Norm?	159
MAGDALENA ŻMUDA-PAŁKA, MATYŁDA SIWEK Turystyka senioralna – szansa i wyzwania obiektów noclegowych w obliczu starzenia się społeczeństwa na przykładzie Krynicy-Zdroju.....	176
MAŁGORZATA BAJGIER-KOWALSKA, MARIOLA TRACZ Modele rozwoju usług agroturystycznych w polskich Karpatach	188

CONTENTS

WOJCIECH MACIEJEWSKI Innovation, Income, Education – Spatial Analysis of Poland.....	7
TADEUSZ BOCHEŃSKI, SEBASTIAN WOJTKIEWICZ Import of Rolling Stock to Poland.....	17
MONIKA PŁAZIAK, ANNA IRENA SZYMAŃSKA Alternative Forms of Transport Preferences Exhibited by Young Users of Krakow Urban Space.....	36
PAWEŁ NOWAK Spatial Differentiation of Outstanding Financial Liabilities of Natural Persons in Poland.....	58
KATARZYNA ŁOBACZ, PIOTR NIEDZIELSKI Transfer of Human Capital from the Multinational Service Centres and the Competitiveness of MSME in the West-Pomeranian Region	70
BARBARA OSÓCH, KARINA TESSAR Diversification of Social Capital of Sailing Community and Development... of Tourist Services of the Szczecin Lagoon.....	85
BOŻENA WÓJTOWICZ Tourist Flows and the Level of Socio-Economic Development of Mauritius	100
ANNA WINIARCZYK-RAŻNIAK, PIOTR RAŻNIAK Magic of Mexico – Pueblos Mágicos in the Tourist Space of the Country	112
MICHAŁ JASIŃSKI Tourism and Development Aid and the Socio-Economic Development Level of Geographically Disadvantaged and Least Developed Countries.....	127
AGNIESZKA CIUREJ, ANNA CHROBAK, ANNA WOLSKA, SZYMON KOWALIK Valorization of Geosites in Western Tatra Mountains (Chochołowska Valley) with Focus on Tourist Activity of People with Physical Disabilities	148
MARIUSZ CEMBRUCH-NOWAKOWSKI Green Hotels – Exception or Norm?	159
MAGDALENA ŻMUDA-PAŁKA, MATYLDA SIWEK Senior Tourism – Opportunity and Challenges of Accommodation Facilities in the Context of an Aging Population, Based on the Example of Krynica-Zdrój in Poland.....	176
MAŁGORZATA BAJGIER-KOWALSKA, MARIOLA TRACZ Models of Agritourism Business Development in the Polish Carpathians.....	188