

Iwona M. Batyk

Wpływ potencjału turystycznego na atrakcyjność turystyczną wybranych regionów Polski

Ekonomiczne Problemy Usług nr 52, 45-56

2010

Artykuł został opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej bazhum.muzhp.pl, gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach dozwolonego użytku.

IWONA M. BATYK

Uniwersytet Warmińsko-Mazurski w Olsztynie

WPLYW POTENCJAŁU TURYSTYCZNEGO NA ATRAKCYJNOŚĆ TURYSTYCZNĄ WYBRANYCH REGIONÓW POLSKI

Wprowadzenie

Tempo zachodzących zmian, postęp w technologii oraz potężny natłok informacji powodują, że ludzie mają coraz większe trudności związane ze zdefiniowaniem własnych pragnień. Stwarzanie przez turystykę warunków sprzyjających poznawaniu kraju i świata stanowi klucz do szybkiego rozwoju i edukacji, nie tylko młodego pokolenia.

Polska, jako jeden z niewielu krajów europejskich, dysponuje ogromną różnorodnością krajobrazów, unikalnym bogactwem wspaniałej przyrody oraz wieloma zakątkami urzekającymi swoją specyfiką. Wędrując od północy, nie sposób nie zwrócić uwagi na piaszczyste plaże wybrzeża morskiego, polodowcowe pojezierza z malowniczymi wzgórzami, pagórkami i lasami kryjącymi tysiące jezior, równiny, wyżyny, stare góry średnie, a także wysokie góry typu alpejskiego. Rozwój turystyki sprawia, że poszczególne regiony starają się wykorzystać posiadany potencjał turystyczny w sposób przynoszący im jak największe korzyści, a informacja, wiedza i innowacyjność rozwiązań stanowią ściśle powiązane komponenty kształtowania ich przewagi konkurencyjnej.

Proces poznawania regionu należy organizować w taki sposób, aby zaprezentować całe bogactwo społeczno-gospodarcze danego obszaru wraz z posiadanymi dobrami turystycznymi, co niewątpliwie determinuje możliwości jego rozwoju. Należy dążyć do tego, aby zapewnić turystom niezapomniane wrażenia z odbywanych podróży oraz wytworzyć w nich chęć powrotu do tych miejsc.

W niniejszym opracowaniu zaprezentowano wyniki badań, których celem było poznanie czynników decydujących o atrakcyjności turystycznej, oraz wskazanie walorów turystycznych regionów: bałtyckiego, mazurskiego i karpackiego.

1. Związek walorów turystycznych z regionalizacją turystyczną

Atrakcyjność turystyczna przejawia się w występowaniu unikalnej cechy, przyciągającej w danym stopniu określony rodzaj turystyki, którą należy rozpatrywać kompleksowo. Cechą tą mogą być zarówno walory krajobrazu naturalnego, jak i walory kulturowe. Oszacowanie wartości zasobów wpływających na atrakcyjność jest niezwykle trudne, ponieważ polega ono na analizie stopnia urozmaicenia rzeźby terenu, mikroklimatu, występowania lasów, jezior, rzek, źródeł mineralnych, wodospadów itp., a także osobliwych form terenu, takich jak nadmorskie plaże, malownicze doliny, przełomy rzeczne, jaskinie, grotty czy formy skalne.

Poza walorami środowiska przyrodniczego analiza ta uwzględnia otoczenie antropogeniczne i bada występowanie zabytków architektury, muzeów i innych pomników historii. Uznano, że atrakcyjność turystyczna jest wypadkową czterech podstawowych elementów wpływających na rozwój ruchu turystycznego, a mianowicie: walorów turystycznych, stanu środowiska naturalnego, rezultatów działań z zakresu jego ochrony oraz dostępności komunikacyjnej.

Atrakcyjne turystycznie miejsca koncentracji ruchu turystycznego o zróżnicowanej strukturze gospodarczej, właściwej dostępności komunikacyjnej, z wysoko wykwalifikowaną siłą roboczą oraz bogactwem środowiska kulturalnego, w połączeniu z określonym rodzajem zagospodarowania turystycznego, nadają danemu układowi terytorialnemu wyjątkowego charakteru, przesądzając o stopniu jego konkurencyjności wobec innych regionów.

Regionalizacja turystyczna jest procesem niezwykle trudnym i skomplikowanym. Wyodrębnianie regionów turystycznych dokonywane jest zazwyczaj na podstawie wewnętrznego podobieństwa wybranych cech tzw. jednorodności lub odrębności od otoczenia z uwzględnieniem różnorodnych kryteriów. Dotychczas podstawowe z nich to walory turystyczne, głównie przyrodnicze, ale także antropogeniczne, charakter zagospodarowania i dostępność bazy usługowej oraz natężenie ruchu turystycznego.

W literaturze istnieje wiele koncepcji podziału Polski na regiony turystyczne. Eksperci zajmujący się geografiami turystyki, np. Mileska¹, Warszzyńska, Jackowski²

¹ M. I. Mileska, *Regiony turystyczne Polski. Stan aktualny i potencjalne możliwości rozwoju*, Praca Geograficzna nr 43, IG PAN, Warszawa 1963.

² J. Warszzyńska, A. Jackowski, *Podstawy geografii turystyki*, PWN, Warszawa 1979.

czy Kostrowicka³, uważają region turystyczny za kategorię istniejącą obiektywnie i dającą się wydzielić zarówno na podstawie analizy rozmieszczenia ruchu turystycznego, jak i walorów turystycznych oraz zagospodarowania turystycznego.

Zróżnicowanie środowiska naturalnego, piękno krajobrazu, występowanie ciekawych obiektów przyrody ożywionej i nieożywionej w połączeniu z odpowiednim stopniem zagospodarowania turystycznego pozwala wyróżnić na terenie Polski szereg regionów turystycznych, takich jak: bałtycki, pomorski, mazurski, wielkopolski, mazowiecki, warszawski, małopolski, krakowsko-częstochowski, sudecki, karpacki. Są to obszary o bardzo zróżnicowanym natężeniu ruchu turystycznego. W niektórych regionach słabo rozwinięta baza noclegowa i stosunkowo niski poziom oferowanych usług znacząco obniża ruch turystyczny. Dlatego też widoczna jest potrzeba wsparcia przez władze na szczeblu lokalnym i centralnym działań zmierzających do podniesienia atrakcyjności turystycznej oraz rozwoju regionów turystycznych. W obecnej sytuacji funkcjonowania Polski w Unii Europejskiej regiony utożsamiane z województwami nabierają szczególnego znaczenia jako państwowe jednostki administracyjne pierwszego stopnia⁴. Są one podmiotem samodzielnych działań społecznych, kulturalnych i gospodarczych⁵.

2. Cele i metodyka badań

Regiony turystyczne będące przedmiotem badań cieszą się wśród turystów ogromną atrakcyjnością nie tylko za sprawą swojej wyjątkowości i oryginalności kulturowej, ale przede wszystkim dzięki takim walorom turystycznym, jak piaszczyste plaże, malownicze jeziora czy majestatyczne góry. Podjęto próbę zweryfikowania hipotezy zakładającej, że regiony bałtycki, mazurski i karpacki charakteryzują się specyfiką, która nie wpływa na równorzędne zainteresowanie kobiet i mężczyzn pochodzących z różnych regionów Polski. Celem badań było poznanie czynników decydujących o atrakcyjności turystycznej oraz wskazanie walorów turystycznych tych regionów.

Badania zostały przeprowadzone w 2008 roku przy pomocy kwestionariusza ankietowego na terenie czterech województw Polski: mazowieckiego, warmińsko-mazurskiego, pomorskiego i podlaskiego. Podmiotem badań była grupa 150 losowo wybranych respondentów. Badania przeprowadzone zostały techniką wywiadu bezpośredniego i były anonimowe. Zebrany materiał poddano opracowaniu statystycznemu.

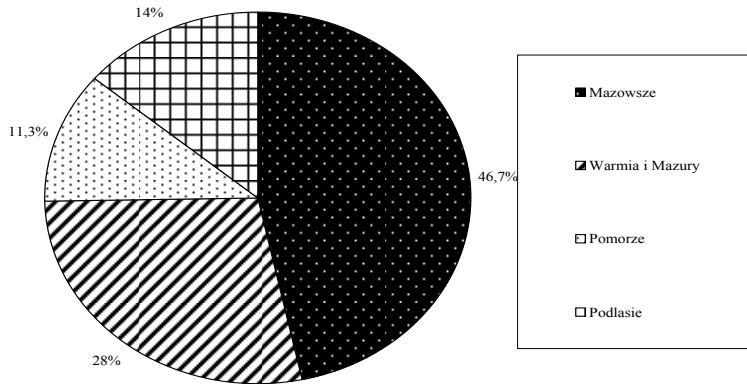
³ A. Kostrowicka, *Terytorialne systemy rekreacyjne a regiony turystyczne*, w: *Regionalizacja turystyczna Polski*, Monografie nr 201, AWF, Poznań 1982.

⁴ K. Mazurski, *Ekonomiczne aspekty regionalizacji*, OW Sudety, Wrocław 2000, s. 33.

⁵ Z. Kruczek, *Polska – Geografia atrakcji turystycznych*, Wydawnictwo Proksenia, Kraków 2002, s. 72.

3. Wyniki badań

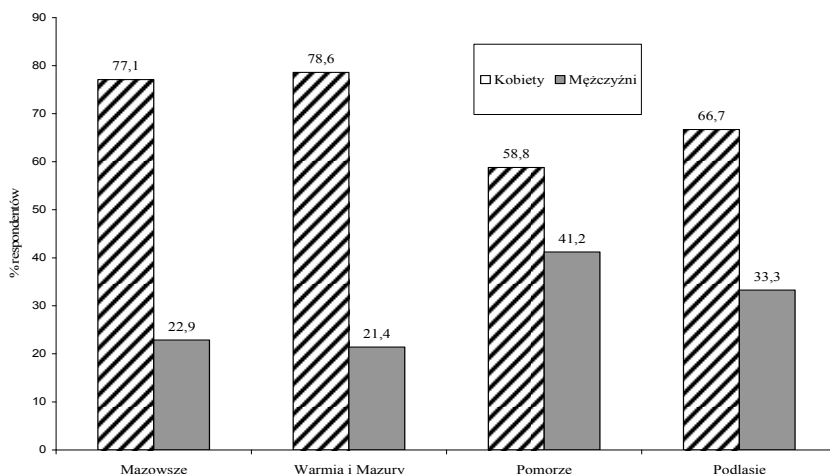
Strukturę badanej grupy z uwzględnieniem regionu zamieszkania zaprezentowano na rysunku 1.



Rys. 1. Struktura badanej grupy z uwzględnieniem regionu zamieszkania

Źródło: opracowanie własne.

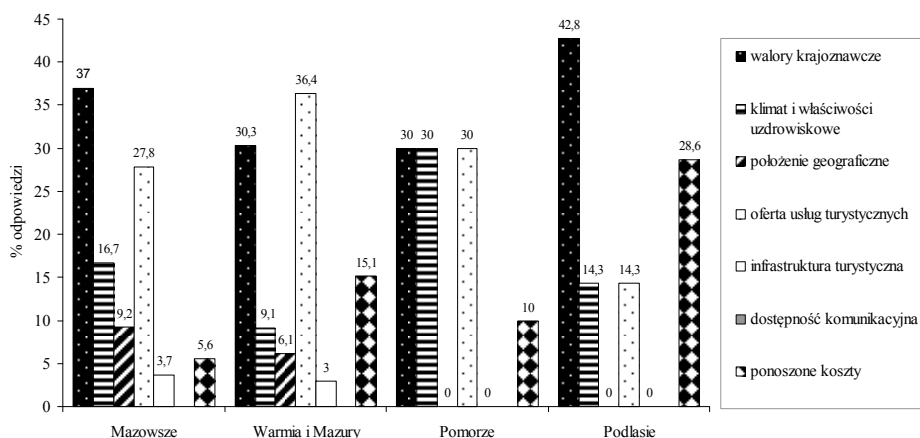
Wśród ankietowanych wyodrębniono 116 kobiet, które stanowiły 77,3%, oraz 34 mężczyzn stanowiących 22,7% ogółu. Strukturę respondentów uwzględniającą region zamieszkania oraz płeć przedstawiono na rysunku 2.



Rys. 2. Struktura respondentów z uwzględnieniem regionu zamieszkania i płci

Źródło: opracowanie własne.

Wyniki badań wskazują na zróżnicowanie postrzegania czynników decydujących o atrakcyjności turystycznej wśród kobiet i mężczyzn (rysunki 3 i 4).

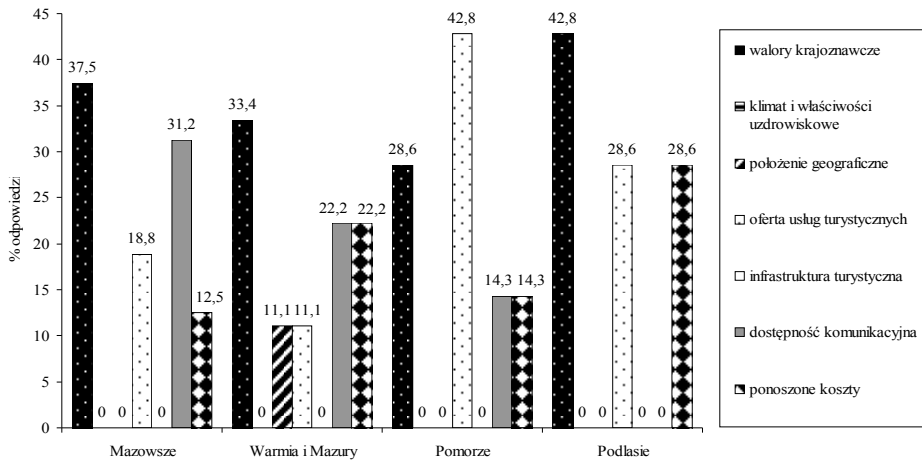


Rys. 3. Czynniki decydujące o atrakcyjności turystycznej wg kobiet

Źródło: opracowanie własne.

Kobiety, niezależnie od regionu zamieszkania, za najważniejsze czynniki decydujące o atrakcyjności turystycznej uznały: walory krajoznawcze, ofertę usług turystycznych oraz klimat i właściwości uzdrowiskowe. Żadna respondentka nie zwróciła uwagi na dostępność komunikacyjną, a tylko w niewielkim stopniu panie

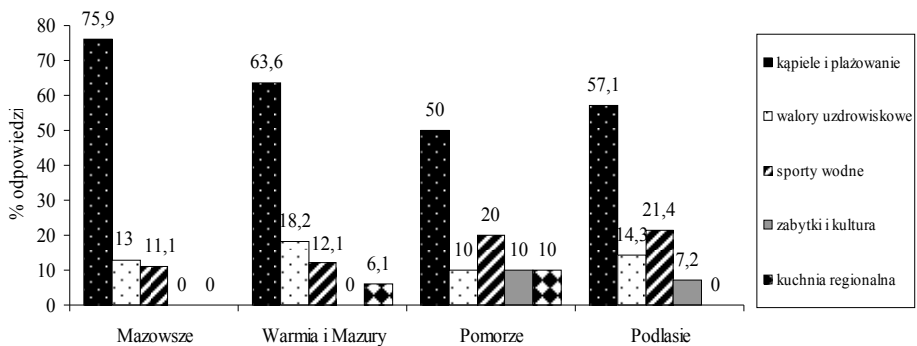
z Mazowsza (3,7%) oraz Warmii i Mazur (3%) wskazały na infrastrukturę turystyczną.



Rys. 4. Czynniki decydujące o atrakcyjności turystycznej wg mężczyzn

Źródło: opracowanie własne.

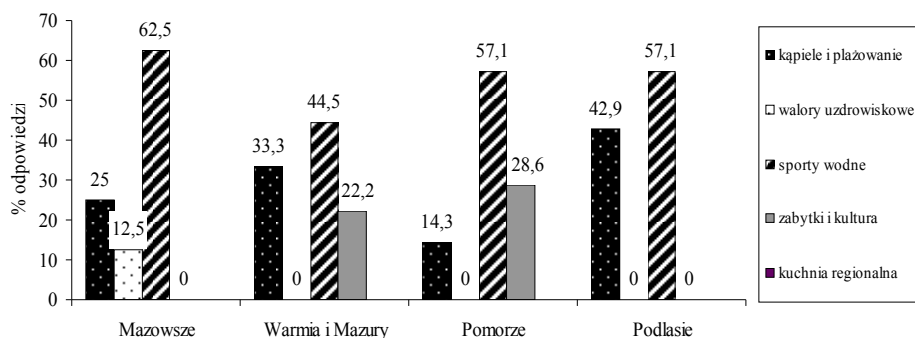
Mężczyźni większy nacisk kładli na dostępność komunikacyjną oraz w większym niż kobiety stopniu na ponoszone w związku z wypoczynkiem koszty. W przeciwieństwie do kobiet mężczyźni nie kładli nacisku na kwestie związane z klimatem i właściwościami uzdrowiskowymi.



Rys. 5. Walory turystyczne regionu bałtyckiego wg ankietowanych kobiet

Źródło: opracowanie własne.

Podczas pobytu nad morzem większość kobiet oddaje się kąpielom i plażowaniu, w mniejszym stopniu zwraca zaś uwagę na walory uzdrowiskowe czy możliwość uprawiania sportów wodnych. Zabytki i kultura ważne były jedynie dla mieszkank Pomorza (10%) i Podlasia (7,2%). Na kuchnię regionalną zwróciły uwagę kobiety z Warmii i Mazur (6,1%) oraz z Pomorza (10%).

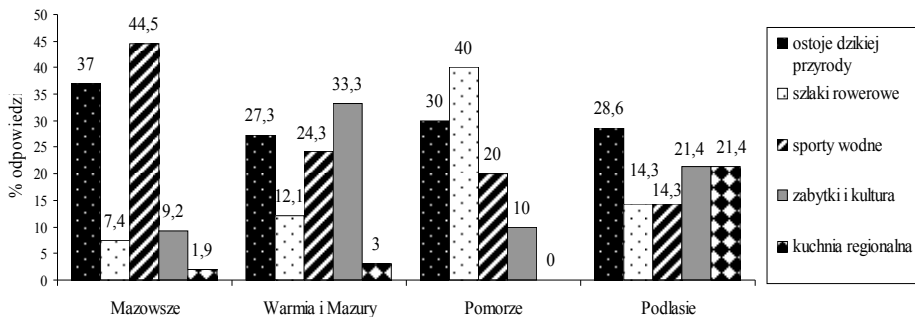


Rys. 6. Walory turystyczne regionu bałtyckiego wg ankietowanych mężczyzn

Źródło: opracowanie własne.

Dla większości mężczyzn największym walorem regionu bałtyckiego była możliwość uprawiania sportów wodnych. Niezależnie od regionu zamieszkania żaden z ankietowanych nie uznał kuchni regionalnej za walor turystyczny, zaś na zabytki i kulturę zwracali uwagę respondenci z Warmii i Mazur (22,2%) oraz z Pomorza (28,6%).

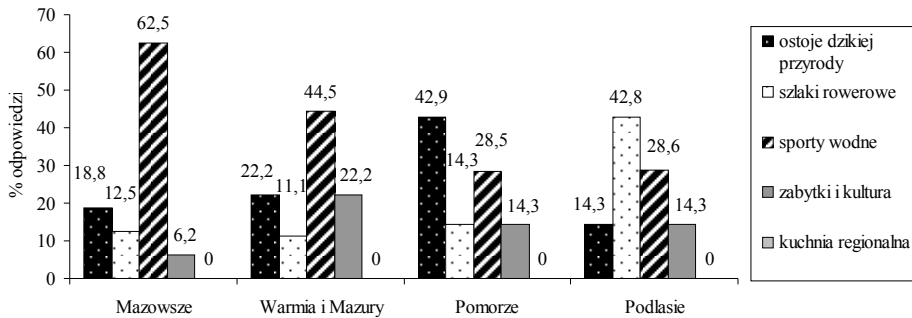
Uzyskane wyniki wskazują na większe zainteresowanie turystów walorami środowiska naturalnego niż dziedzictwem kulturowym.



Rys. 7. Walory turystyczne regionu mazurskiego wg ankietowanych kobiet

Źródło: opracowanie własne.

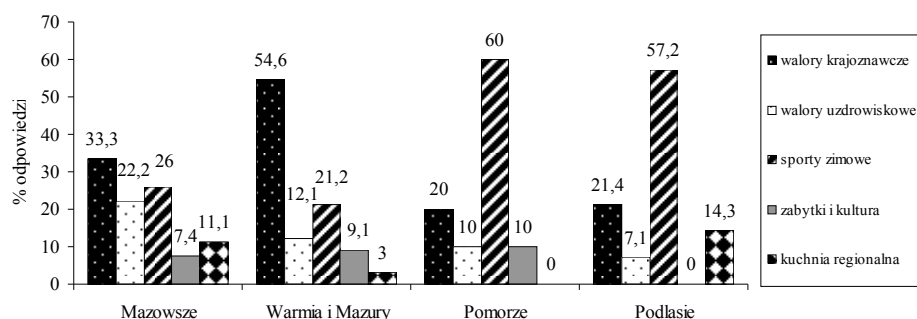
Walamami turystycznymi regionu mazurskiego dla większości ankietowanych kobiet były: ostoje dzikiej przyrody, sporty wodne i szlaki rowerowe. Aż 33,3% mieszkanek Warmii i Mazur oraz 21,4% mieszkanek Podlasia położyło w swych odpowiedziach nacisk na rolę zabytków i kultury. To bardzo pozytywne, że kobiety z Warmii i Mazur tak wysoko oceniają swoje dziedzictwo kulturowe. Zdecydowanie mniejsze uznanie zdobyła kuchnia regionalna. Jedynie dla kobiet z Podlasia (21,4%) spuścizna kulinarna okazała się walorem cenniejszym od szlaków rowerowych czy sportów wodnych. Może to świadczyć o większym poczuciu tradycji kulturowych i tożsamości regionalnej wśród mieszkańców wschodnich kresów Polski.



Rys. 8. Walory turystyczne regionu mazurskiego wg ankietowanych mężczyzn

Źródło: opracowanie własne.

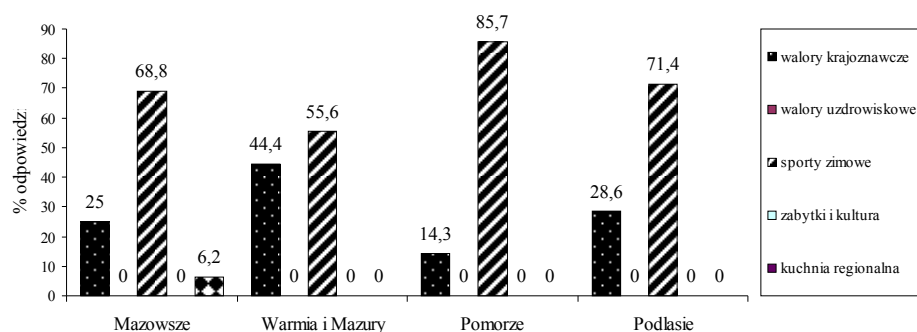
Możliwość uprawiania sportów wodnych okazała się największym walorem regionu mazurskiego dla mężczyzn z Mazowsza (62,5%) oraz Warmii i Mazur (44,5%). Respondenci z Podlasia (42,8%) za największą atrakcję regionu uznali szlaki rowerowe, zaś Pomorzanie – ostoje dzikiej przyrody (42,9%). Kuchnia regionalna nie zdobyła uznania u żadnego z ankietowanych mężczyzn.



Rys. 9. Walory turystyczne regionu karpackiego wg ankietowanych kobiet

Źródło: opracowanie własne.

Większość kobiet z Pomorza (60%) i Podlasia (57,2%) uznała możliwość uprawiania sportów zimowych za największy walor regionu karpackiego. Walory krajoznawcze zasłużyły na największą uwagę pań z Warmii i Mazur (54,6%) oraz z Mazowsza (33,3%). Najmniejszym poziomem zainteresowania cieszyły się zabytki i kultura.

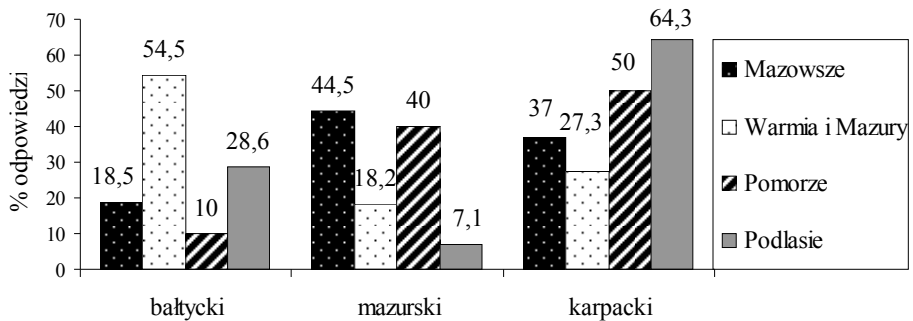


Rys. 10. Walory turystyczne regionu karpackiego wg ankietowanych mężczyzn

Źródło: opracowanie własne.

Najliczniej wyróżnianym przez panów walorem turystycznym regionu karpackiego były sporty zimowe. Mniejsze uznanie mężczyzn zdobyły walory krajoznawcze. Niezależnie od regionu pochodzenia respondentów walory uzdrowiskowe oraz zabytki i kultura nie zostały wskazane przez żadnego mężczyznę. Tylko 6,2% Mazowszan uznało kuchnię regionalną za walor tego regionu.

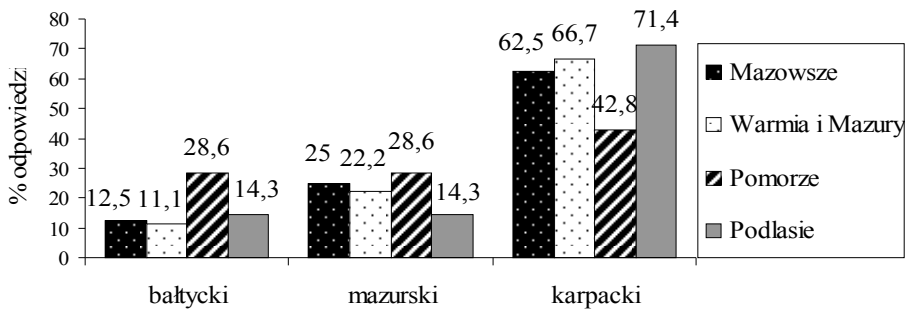
Wyniki badań świadczą o zdecydowanie większym zainteresowaniu respondentów walorami środowiska naturalnego i możliwościami aktywnego spędzania czasu wolnego niż elementami dziedzictwa kulturowego, takimi jak zabytki, kultura czy kuchnia regionalna.



Rys. 11. Region o największej atrakcyjności turystycznej wg ankietowanych kobiet

Źródło: opracowanie własne.

Wyniki badań wykazały, że region bałtycki jest najbardziej atrakcyjny dla kobiet pochodzących z Warmii i Mazur (54,5%), a region mazurski – dla kobiet z Mazowsza. Ankietowane panie z Podlasia (44,5%) za najatrakcyjniejszy uznały region karpacki.



Rys. 12. Region o największej atrakcyjności turystycznej wg ankietowanych mężczyzn

Źródło: opracowanie własne.

Opinie mężczyzn były nieco inne. Region bałtycki i mazurski zdobył największe uznanie wśród mężczyzn z Pomorza, zaś region karpacki okazał się preferowany przez mieszkańców Podlasia.

Jedynie mieszkańcy Podlasia, niezależnie od płci, byli zgodni w wyborze regionu karpackiego za najbardziej atrakcyjnego turystycznie.

Podsumowanie

Sformułowana hipoteza badań „Regiony bałtycki, mazurski i karpacki charakteryzują się specyfiką, która nie wpływa na równorzędne zainteresowanie kobiet i mężczyzn pochodzących z różnych regionów Polski” okazała się słuszna, gdyż poszczególne regiony mają różną atrakcyjność z uwagi na swoją specyfikę. Decyduje o tym niewątpliwie różnorodność krajobrazów w połączeniu ze wspaniałą przyrodą oraz występowaniem wielu miejsc o szczególnych walorach turystycznych.

Na atrakcyjność turystyczną poszczególnych regionów miały wpływ zarówno walory krajoznawcze, klimat i właściwości uzdrowiskowe oraz położenie geograficzne, jak również infrastruktura oraz koszty związane z pobytem turystycznym.

Walory krajoznawcze oraz oferta usług turystycznych w powiązaniu z dostępnością komunikacyjną mogą wpłynąć na większe wykorzystanie potencjału turystycznego polskich regionów. Do rozwoju polskiej turystyki niezbędne jest odpowiednie zagospodarowanie terenu, a w szczególności infrastruktura turystyczna, ponieważ poziom oferowanych usług generuje natężenie ruchu turystycznego. Coraz częściej możliwość łączenia turystyki rekreacyjno-poznawczej z aktywną formą spędzania wolnego czasu staje się dla turystów receptą na udany pobyt. Należy dbać o środowisko naturalne i walory przyrodnicze oraz związaną z nimi ofertę aktywności turystycznych, ponieważ wpływają one na uznanie nie tylko turystów, ale również mieszkańców danego regionu.

THE INFLUENCE OF TOURISTIC POTENTIAL ON TOURISTIC ATTRACTIVENESS OF CHOSEN REGIONS OF POLAND

Summary

Publication presents the influence of touristic potential on touristic attractiveness of three regions of Poland: Baltic, Mazury and Carpathy. The test was undertaken to verificate the following hypothesis: “Regions: Baltic, Mazury and Carpathy are characterized by specific which does not influence on consumers' equivalent interest”. Re-

search was made with 150 randomly chosen respondents from 4 provinces of Poland: mazowieckie, warmińsko-mazurskie, pomorskie and podlaskie.

Translated by Iwona M. Batyk