

Anna Cudowska-Sojko

Rola turystyki w rozwoju regionu : aspekt teoretyczny

Ekonomiczne Problemy Usług nr 79, 23-33

2011

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.

Anna Cudowska-Sojko

Uniwersytet w Białymstoku

ROLA TURYSTYKI W ROZWOJU REGIONU ASPEKT TEORETYCZNY

Wstęp

Rozwój turystyki jest impulsem dynamizującym rozwój społeczno-gospodarczy regionów i całego kraju. Jej znaczenie przejawia się w zdolności do generowania miejsc pracy, podnoszenia jakości życia lokalnej społeczności, podwyższenia konkurencyjności regionów. Wysoki prestiż w strukturze czynników rozwoju regionu jest wynikiem obecności we wszystkich sferach gospodarowania: produkcji dóbr i usług, podziału, wymiany oraz konsumpcji. Wpływa korzystnie na wzrost gospodarczy, jest kołem zamachowym rozwoju regionalnego.

1. Turystyka, rekreacja, sport

„Turystyka” na ogół oznacza zorganizowane lub indywidualne wyjazdy poza miejsce stałego zamieszkania, mające cele krajoznawcze albo będące formą czynnego wypoczynku, natomiast termin „rekreacja” potocznie oznacza wypocznik, wytchnienie i rozrywkę [Kurek, 2007]. W literaturze przedmiotu nie ma jednej definicji pojęcia „turystyka”. Jest ich wiele, ponieważ zmieniają się i ewoluują w czasie pod wpływem modyfikacji zjawisk związanych z oto-

czeniu. Światowa Organizacja Turystyki podaje następujące pojęcie turystyki: ogół czynności osób, które podróżują i przebywają w celach wypoczynkowych, służbowych lub innych nie dłużej niż rok bez przerwy poza swoim codziennym otoczeniem [*Terminologia...*, 1995]. Przeglądając inne definicje, można zauważyć pewne wspólne elementy [Gaworecki, 2010]:

- a) nie ogranicza się ruchu turystycznego jedynie do pobytów z noclegiem; obejmuje on również odwiedziny jednodniowe;
- b) nie ogranicza się ruchu turystycznego tylko do podróży w celach wypoczynkowych; obejmuje on także podróże w celach służbowych [Seweryn, 2010], naukowych, religijnych, towarzyskich, sportowych i innych – pod warunkiem jednak, że miejsce docelowe znajduje się poza miejscem zamieszkania lub pracy;
- c) turystyka jest rodzajem podróży, jednak nie każda podróż jest turystyką; definicje te wyłączają przemieszczanie się w celach dojazdu do pracy i czysto lokalne, na przykład do szkół czy sklepów;
- d) turystyka wypełnia znaczną część czasu wolnego i zajęć rekreacyjnych człowieka, ale nie jest ich synonimem, ponieważ większość czynności rekreacyjnych odbywa się w domu i wokół niego.

Zjawisko turystyki może być rozpatrywane w aspekcie społeczno-kulturowym i ekonomicznym. Pojęcie to można definiować z punktu widzenia nauk humanistycznych jako proces społeczny, kładący nacisk na rozwój osobowości człowieka, który powinien być istotnym motywem turystyki. Podejście takie nakazuje, aby wszystkie zjawiska czasowej i dobrowolnej podróży, które są związane ze zmianami w środowisku i rytmie życia, odnosiły się do osobistych kontaktów z naturalnymi, kulturowymi i społecznymi walorami odwiedzanego obszaru. W definicjach formułowanych przez ekonomistów akcentuje się sprawy przemieszczania, czasowości zmiany miejsca pobytu, niezarobkowania oraz w różnym zakresie, specyficzne cele turystyki. Pod względem wymienionych kryteriów definicje te wyczerpują tradycyjne pojęcie ruchu turystycznego. Wiadomo jednak, że turystyka jest zjawiskiem znacznie szerszym niż ruch turystyczny. Rozpatrując turystykę w kategoriach rynkowych, dwa jej składniki można porównać do podstawowych zjawisk rynkowych. Funkcję popytu pełni tu ruch turystyczny, natomiast funkcję podaży – sfera obsługi ruchu turystycznego, oparta na środkach materialnych i organizacyjnych, tworzących szeroko rozumianą gospodarkę turystyczną [Seweryn, 2010].

Podobnie jak turystyka, zjawiskiem trudnym do jednoznacznego zdefiniowania jest „rekreacja”. Popularnie przez „rekreację” rozumie się wypoczynek, przyjemne spędzanie wolnego czasu, rozwój osobowości; są to czynności podejmowane dobrowolnie dla regeneracji sił fizycznych i psychicznych. W literaturze fachowej często wyróżnia się rekreację czynną (aktywną, ruchową) i bierną (spokojny wypoczynek, bez większego wysiłku fizycznego). Rozróżnienie to jest umowne i trudne do sformułowania. Dość klarowną definicję rekreacji podaje A. Kowalczyk: są to wszelkie czynności podejmowane dobrowolnie dla regeneracji sił fizycznych i psychicznych, a przejawiające się w uczestniczeniu w rozrywkach kulturalnych, w grach i zajęciach sportowych, realizowanych w czasie wolnym od zajęć szkolnych, służbowych lub domowych [Kowalczyk, 2000]. Tym, co pozwala odróżnić „rekreację” od „turystyki”, jest nieodzowna cecha turystyki związana z przemieszczaniem się w przestrzeni, czyli podróżowaniem. Warunek ten nie jest konieczny w przypadku rekreacji. Wspólną cechą tych dwóch form aktywności jest jednak to, że obie są sposobem spędzania wolnego czasu, wybieranym świadomie i dobrowolnie [Pawlikowska-Piechotka, 2009].

Należy wspomnieć o ścisłych relacjach między turystyką a sportem. Współzależność ta jest wielostronna, a podłożem tego związku są wspólne cele uprawiania sportu i turystyki. Obydwie dziedziny służą celom społecznym, wychowawczym, są również czynnikami propagującymi zdrowy styl życia. Sport rozsądnie uprawiany, podobnie jak turystyka, jest dobrym środkiem kształtowania społecznie wartościowych cech charakteru. Innym przykładem zbieżności celów społecznych sportu i turystyki jest sfera zdrowia traktowana szeroko, czyli jako dobre samopoczucie fizyczne, psychiczne, społeczne. Szeroko rozumiane zdrowie powinno być źródłem zdolności do pracy, satysfakcji społecznych i twórczości. Sport i turystyka to istotne czynniki utrzymania zdrowotności społeczeństwa. Sport uprawiany z umiarem i rozsądkiem oraz aktywny wypoczynek urlopowy są najlepszym lekarstwem dla współczesnego człowieka. Współzależność między turystyką i sportem widoczna jest również na przykładzie wielkich imprez turystycznych, takich jak igrzyska olimpijskie, mistrzostwa świata i Europy w piłce nożnej. U podstaw organizacji takich imprez leżą przeważnie względy prestiżowo-polityczne i ekonomiczne. Dzięki tym imprezom można podnieść prestiż miejscowości turystycznej, regionu, a nawet całego kraju. Można również osiągnąć długofalowe efekty promocyjne (zwłaszcza że współczesne środki masowego przekazu, reklamując imprezę,

wywierają silny wpływ na myślenie i działanie człowieka). Wielkie imprezy sportowe pomagają miejscowościom i regionom turystycznym w pozyskiwaniu nowych urządzeń infrastruktury turystycznej, sportowej i ogólnej [Hadzik, 2010]. W konsekwencji wzrost zdolności usługowych tych urządzeń przynoszą znaczne korzyści ekonomiczne. Można więc stwierdzić, że związek turystyki ze sportem jest ścisły i wielopłaszczyznowy, bezpośredni i dwustronny. Znajomość wzajemnych uwarunkowań rozwoju turystyki i sportu może być źródłem korzyści społecznych, kulturalnych i ekonomicznych. Można również dostrzec związek sportu z turystyką na płaszczyźnie ekonomicznej. Przykłady tej współzależności są określane jako szeroko pojmowana gospodarka turystyczna. Niektórzy znawcy przedmiotu wymieniają wśród rodzajów turystyki turystykę sportową [Krawczyk, 2006, 2010]. Jej rozwój i struktura są w dużej mierze uzależnione od potrzeb turystów i sportowców. Przedmiotem konsumpcji w sferze turystyki i sportu są niemal identyczne usługi i dobra turystyczne (usługi transportowe, noclegowe, gastronomiczne, kulturalno-rozrywkowe, wypoczynkowe itp.) [Dzieńdzura, 2008]. Również pod względem zagospodarowania turystycznego potrzeby turystyki i sportu są zbieżne (wyjątkiem są urządzenia sportowe specjalnego przeznaczenia, np. stadiony, hale widowiskowo-sportowe, boiska). Ponieważ imprezy sportowe na ogół odbywają się w miejscowościach i regionach turystycznych, można uznać, że rozwój turystyki i sportu ma charakter komplementarny. Korzyści ekonomiczne wiążące się z tym rozwojem należy zatem rozpatrywać łącznie. Dobrym przykładem takiego podejścia są kraje alpejskie [Gaworecki, 2010].

2. Region a region turystyczny

Region jest wyodrębnionym obszarem na zasadzie jednorodności cech środowiska fizyczno-geograficznego oraz wewnętrznych powiązań usługowych [Gołębski, 1999]. Tak sformułowana definicja oczywiście może budzić wiele zastrzeżeń. Ponieważ istnieje wiele różnych definicji regionu, więc uwagę skupiono tylko na pewnych cechach wspólnych. Region to część przestrzeni, na ogół użytkowanej przez człowieka, czyli fragment większej całości. Obszar ten często jest trudny do wydzielenia i określenia. Region w gospodarce przestrzennej jest obszarem, w którym charakter części składowych i relacji przestrzennych tworzy pewną jednolitą lub spójną całość. Całość ta jest wyodrębnio-

na z większego obszaru za pomocą specyficznych kryteriów i jest spójna tylko w zakresie tych kryteriów [Domański, 2002].

Można wyróżnić trzy główne typy regionów [Meyer, Milewski, 2009].

1. Regiony administracyjne – kryterium ich wyodrębnienia jest miejsce w strukturze administracyjnej.

2. Regiony funkcjonalne – cechują się wyraźną funkcją wiodącą. Przykładem są regiony turystyczne, rolnicze, przemysłowe, surowcowe. Region turystyczny to obszar o jednorodnych cechach środowiska geograficznego, walorach turystycznych i istniejącej bazie turystycznej, dostępny komunikacyjnie, pełniący istotną funkcję turystyczną [Pawlikowska-Piechotka, 2009]. Immanentną cechą regionów są silne powiązania między wszystkimi elementami i funkcjami regionu zapewniające mu wewnętrzną spójność [Kozak, 2010]. Regiony turystyczne powstają przede wszystkim na obszarach będących celem turystycznych podróży długookresowych, najczęściej o charakterze urlopowym lub wakacyjnym. W regionach tych funkcja turystyczna jest wiodąca, wyraźnie widoczny jest jej wpływ na środowisko przyrodnicze i społeczno-ekonomiczne [Koniusz, 2009]. Kształtowanie regionów turystycznych jest procesem dynamicznym i zmiennym w czasie, silnie uzależnionym od aktualnego systemu wartości społeczeństw i ich preferencji [Rudnicki, 2010]. Turystyka nie rozwija się samoistnie, jest częścią procesów rozwoju lokalnego i regionalnego [Kozak, 2009]. Regiony turystyczne są również klasyfikowane według następujących kryteriów:

- typu środowiska przyrodniczego (regiony nadmorskie, górskie),
- typu środowiska kulturowego (regiony turystyki krajoznawczej, pątnicznej),
- położenia geograficznego (region Pacyfiku, regiony alpejskie),
- wielkości (regiony turystyki masowej i alternatywnej),
- sposobu organizacji ruchu turystycznego (regiony turystyki zorganizowanej i niezorganizowanej),
- sposobu wykorzystania środowiska przyrodniczego (regiony turystyki kajakowej, sportów zimowych),
- formy przestrzennej (punktowe, liniowe, powierzchniowe),
- charakteru ruchu turystycznego (wyspecjalizowane, wielofunkcyjne),
- położenia względem miejsc emisji ruchu turystycznego (metropolitalne, peryferyjne) [Kruczek, Zmyślony, 2009].

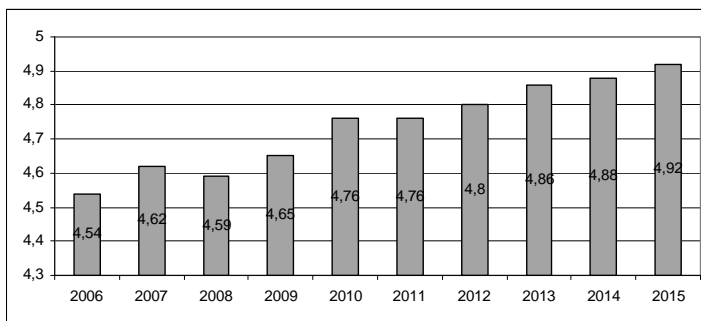
3. Regiony ekonomiczne – regiony podlegające badaniom lub będące narzędziem działania społeczno-gospodarczego.

Rozwój regionalny to pojęcie wieloaspektowe, dotyczące przede wszystkim wzrostu potencjału gospodarczego regionu, poprawy życia jego mieszkańców i konkurencyjności.

Rozwój regionalny jest stymulowany za pomocą mechanizmu rynkowego, a ponadto wynika ze świadomej działalności publicznych podmiotów tworzących politykę regionalną. Cele społeczne, gospodarcze i przestrzenne muszą być akceptowane przez lokalną społeczność [Zalech, 2010].

3. Czynniki rozwoju gospodarki turystycznej

Rozwój turystyki jest ważnym impulsem dynamizującym rozwój społeczno-ekonomiczny kraju. Jej znaczenie przejawia się w wysokiej zdolności do generowania nowych miejsc pracy, podnoszenia jakości życia lokalnych społeczności, podwyższania konkurencyjności regionów. Jednocześnie turystyka przyczynia się do odkrywania najcenniejszych zasobów kulturowych i środowiskowych, których eksponowanie poprawia wewnętrzny i zewnętrzny wizerunek kraju, regionów oraz miejscowości [Kierunki rozwoju..., 2008; Dzedzic i wsp., 2009].



Wykres 1. Udział gospodarki turystycznej w tworzeniu PKB (% bez wydatków państwa na turystykę oraz podróże służbowe)

Źródło: *Kierunki rozwoju...*, 2015, s. 111.

Patrząc na gospodarkę turystyczną z perspektywy regionu, można ją traktować jako jego specjalizację, jedną z ról lub czynności społeczno-gospodarczych, które w nim odgrywa. W tym kontekście mówimy o turystyce jako funkcji społeczno-gospodarczej regionu związanej z obsługą turystów i którą region pełni w systemie gospodarki światowej, a także o skutkach i konsekwencjach tej działalności dla struktury przestrzennej i życia gospodarczego regionu [Kowalczyk, 2000]. Z ekonomicznego punktu widzenia region turystyczny może być traktowany jako przestrzeń spotkania popytu i podaży turystycznej. Poszczególne cechy popytu i podaży turystycznej oddziałują na siebie, tworząc syntetyczny obraz gospodarki turystycznej. W regionach turystycznych dochodzi do zderzenia mobilności popytu turystycznego z koncentracją przestrzenną podaży. Ruch turystyczny kieruje się do ściśle określonych miejsc, w których występują naturalne i antropogeniczne walory turystyczne, stanowiące główną siłę przyciągania turystów oraz decydujące o rozmieszczeniu obiektów turystycznych. Popyt zgłaszany przez turystów przybywających do danego regionu jest łączny, czyli występuje w formie nie jednej potrzeby, ale wiązki potrzeb na cały pakiet dóbr i usług. Potrzeby te pojawiają się lawinowo, jedna potrzeba generuje kolejną. Pełne zaspokojenie popytu zgłaszanego przez turystów wymaga współistnienia i współdziałania wielu jednostkowych dóbr i usług wytwarzanych przez różnych producentów. Cała gospodarka turystyczna ma charakter heterogeniczny i komplementarny. Podmioty funkcjonujące w regionie można podzielić na następujące grupy: przedsiębiorstwa *sensu stricto* turystyczne (przewoźnicy, biura podróży, hotelarze, gastronomia), podmioty zorientowane na turystę (pamiątkarstwo, wyposażenie turystyczne i sportowe), podmioty pośrednio uzależnione od popytu turystycznego (świadczące usługi finansowe, marketingowe, rolnictwo itp.) Popyt turystów jest, jak wspomniano, kompleksowy, ale również niejednorodny i bogaty pod względem motywów podróży oraz form aktywności turystycznej podejmowanych w regionie przez turystów. Każdy z turystów ma wpływ na podaż turystyczną, a „produkt” jest „szyty na miarę potrzeb konsumenta”. Uwarunkowania te przyczyniają się do tego, że podaż turystyczna jest rozproszona (przykładem jest zróżnicowanie obiektów noclegowych). Wahania czasowe popytu i nieelastyczność podaży sprawiają, że gospodarka turystyczna jest niestabilna i wiąże się z ryzykiem. Na gospodarkę turystyczną w regionie duży wpływ ma globalny charakter popytu. Wszystkie regiony turystyczne, niezależnie od ich lokalizacji, funkcjonują obecnie na rynku światowym. Możliwości rozwojowe i potencjał konkurencyjny regionów są wyznaczone przez

ich zdolność do dostosowywania się do procesów o charakterze ekonomicznym, społeczno-kulturowym, politycznym i technologicznym mających zasięg ogólnosiwiatowy. Wspólną cechą popytu i podaży w turystyce jest jednoczesny moment konsumpcji i „wytworzenia turystycznego produktu”. Turyści są zatem świadkami procesów „produkcji regionalnego produktu turystycznego” [Kruczek, 2010].

Wpływ na rozwój regionów jest zwykle szeroki i wieloaspektowy. Warto jednak zwrócić uwagę, że te cechy turystyki, które decydują o jej szerokim wpływie na gospodarkę regionu, powodują, że jest on trudny do zmierzenia i jednoznacznej oceny.

Tabela 1

Wpływ turystyki na gospodarkę regionu

Pozytywny wpływ	Negatywny wpływ
<ul style="list-style-type: none"> – Napływ środków pieniężnych – Wzrost zatrudnienia i rozwój przedsiębiorczości – Stymulacja inwestycji i napływu kapitału – Rozbudowa infrastruktury technicznej, komunikacyjnej i społecznej – Atrakcyjny wizerunek regionu 	<ul style="list-style-type: none"> – Wzrost cen – Hamowanie rozwoju innych rodzajów aktywności gospodarczej – alternatywny koszt rozwoju – Przeinwestowanie, przeciążenie infrastruktury, komercjalizacja – Ryzyko rozwoju zależnego

Źródło: [Kruczek, Zmysłony, 2010, s. 77].

Rozpatrując pozytywny wpływ turystyki na rozwój gospodarczy regionu, należy uwzględnić kilka aspektów.

1. Turyści odwiedzający dany region zgłaszają popyt na określone dobra i usługi, przywożą i wydają pieniądze. Pieniądze te są przychodami podmiotów nie tylko turystycznych danego regionu. Pierwszymi beneficjentami są podmioty gospodarcze świadczące usługi bezpośrednio turystom. Pieniądze te są rozdysponowywane między innymi na wynagrodzenia pracowników oraz zakupy dóbr i usług niezbędnych do prowadzenia dalszej działalności. Powoduje to jednocześnie wzrost dochodów budżetowych jednostek samorządu terytorialnego w formie wpływów z podatków.

2. Wzrastający ruch turystyczny w regionie pobudza lokalny rynek pracy. Powoduje powstanie nowych miejsc pracy oraz dywersyfikację zawodową.

Wzrost popytu turystycznego, a następnie konsumpcyjnego, produkcyjnego i inwestycyjnego mieszkańców regionu kreuje dodatkową działalność i zatrudnienie, nie tylko w sferze obsługi ruchu turystycznego, ale także w innych rodzajach działalności. Wraz z rozwojem funkcji turystycznej zmienia się struktura zawodowa w regionie, następuje tak zwana serwicyzacja.

3. Rozwój turystyki prowadzi do ożywienia inwestycyjnego, którego konsekwencją jest napływ kapitału spoza regionu, w wielu wypadkach z zagranicy. Widać to wyraźnie na przykładzie rozwoju turystyki biznesowej oraz obecności globalnych sieci hotelowych w regionie.

4. Rozwój funkcji turystycznej prowadzi do rozbudowy infrastruktury technicznej, komunikacyjnej, a także rozwoju usług społecznych w regionie. Tu również widoczny jest wzrost inwestycji. Turysta oczekuje zaspokojenia swych potrzeb, wymaga, by urządzenia i obiekty funkcjonowały prawidłowo.

Rozwój turystyki w regionie ma wpływ na jego ogólny wizerunek, który odnosi się do wszystkich aspektów jego funkcjonowania, a tym samym skierowany jest do szerszego grona osób niż tylko turyści i wypoczywający [Kruczek, Zmyślony, 2010].

Należy jednak pamiętać o negatywnych zjawiskach związanych z rozwojem turystyki w regionie. Degradacja zasobów turystycznych przez turystykę może doprowadzić do zniszczenia podstaw rozwoju tej dziedziny [Butowski, 2009]. Podobnie jak w przypadku czynników decydujących o rozwoju w ogóle nie chodzi o kwestie związane z zasobem jako takim, ale o zdolność do jego wykorzystania na potrzeby rozwoju regionu. W dużej mierze chodzi o umiejętność wykreowania walorów turystycznych, ale niestety, jest to utrudnione z powodu braku infrastruktury i produktu oraz problemów ze współpracą różnego rodzaju podmiotów w danym regionie. Obecnie uznaje się, że turystyka przez generowanie miejsc pracy i dochodów, stymulowanie inwestycji, wiedzy ekologicznej i kulturowej, dbanie o szeroko pojęte zdrowie społeczne pretenduje do miana czynnika o ogromnym znaczeniu dla rozwoju poszczególnych regionów.

Literatura

Butowski L., *Turystyka w polityce spójności gospodarczej i społecznej Unii Europejskiej w latach 1994–1999 i 2000–2006*, Difin, Warszawa 2009.

- Domański R., *Gospodarka przestrzenna*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2002.
- Dziedzic T., Łopaciński K., Saja A., Szegiedewicz J., *Wpływ światowego kryzysu gospodarczego na stan i perspektywy rozwoju sektora turystyki w Polsce*, DTMSiT, Warszawa 2009.
- Dzieńdzura T., *Kapitał społeczny a rozwój potencjału turystycznego regionu*, w: *Społeczne i ekonomiczne uwarunkowania rozwoju turystyki w regionie*, red. K. Dzieńdziura, P. Zmyślony, PWSZ Sulechów 2008.
- Gaworecki W.W., *Turystyka*, PWE, Warszawa 2010.
- Gołembski G., *Regionalne aspekty rozwoju turystyki*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa–Poznań 1999.
- Hadzik A., *Turystyka wielkich wydarzeń sportowych w dobie globalizacji*, Zeszyty Naukowe nr 19, WSHiU, Poznań 2010.
- Kierunki rozwoju turystyki do 2015 roku*, MSiT, Warszawa 2008.
- Koniusz M., *Rozwój regionalny a turystyka wiejska*, w: *Regionalne aspekty rozwoju turystyki*, red. M. Jalinika, EkoPress, Białystok 2009.
- Kowalczyk A., *Geografia turystyki*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2000.
- Kozak M.W., *Turystyka i polityka turystyczna a rozwój: między starym a nowym paradygmatem*, Scholar, Warszawa 2009.
- Kozak M.W., *Turystyka: niewykorzystana szansa rozwojowa regionów?*, „Studia Regionalne i Lokalne” 2010, nr 4.
- Krawczyk Z., *Tendencje rozwoju turystyki światowej*, w: *Zachowania konsumentów na rynku turystycznym*, red. B. Dobiegała-Korona, Almamer, Warszawa 2010.
- Krawczyk J., *Współczesne trendy w rozwoju turystyki*, w: *Turystyka i rekreacja*, red. J. Kosiewicz, K. Obodyński, WUR, Rzeszów 2006.
- Kruczek Z., Zmyślony P., *Regiony turystyczne*, Proksenia, Kraków 2010.
- Kurek W., *Turystyka*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2007.
- Meyer B., Milewski D., *Strategia rozwoju turystyki w regionie*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2009.
- Pawlikowska-Piechotka A., *Zagospodarowanie turystyczne i rekreacyjne*, PPNT, Gdynia 2009.
- Rudnicki L., *Zachowania konsumentów na rynku turystycznym*, Proksenia, Kraków 2010.
- Seweryn R., *Potencjał turystyczny Krakowa w zakresie przemysłu grupowych spotkań biznesowych*, Zeszyty Naukowe nr 591, Ekonomiczne Problemy Usług nr 53, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin 2010.
- Terminologia turystyczna*, ONZ–WTO, UKFiT, Warszawa 1995.

Zalech M., *Polityka turystyczna na szczeblu lokalnym – zakres, zadania, działania, determinanty*, Zeszyty Naukowe nr 591, Ekonomiczne Problemy Usług nr 53, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin 2010.

THE ROLE OF TOURISM IN REGIONAL DEVELOPMENT – THEORETICAL ASPECT

Summary

Tourism is an important economic factor in regions and in the World. Tourism is often one of the main sources of income for the population and a prominent factor in creating and securing an adequate level of employment. It is contribution to growth and has major impact on regional development. In many tourism oriented regions the retail sector also benefits considerably from the demand created by tourists in addition to that of the resident population.

Translated by Anna Cudowska-Sojko