Marek W. Kozak

m.kozak@uw.edu.pl

Centrum Europejskich Studiów Regionalnych i Lokalnych EUROREG, Uniwersytet Warszawski

Ekspertyza na zlecenie Ministerstwa Rozwoju Regionalnego pt.

Turystyka jako czynnik rozwoju regionów Polski Wschodniej

Warszawa, 18 października 2011

Spis treści

Wprowadzenie	**3**
Informacje wykorzystane i ich źródła, metody	4
Współczesna turystyka	5
Polska turystyka na tle innych krajów	13
Polska Wschodnia: przybliżenie	17
Rozdział 1. Charakterystyka turystyki w makroregionie	**19**
1.1 Walory przyrodnicze: charakterystyka	21
1.2 Materialne i niematerialne walory kulturowe	22
1.3 Zagospodarowanie turystyczne: przegląd	28
1.4 Ruch turystyczny w makroregionie i wybrane formy turystyki	41
1.5 Znaczenie turystyki w makroregionie	57
1.6 SWOT turystyki makroregionu	59
Rozdział 2. Analiza przyczyn stanu turystyki w Polsce Wschodniej	**62**
2.1 Wpływ kryzysu na turystykę	69
Rozdział 3. Czynniki integrujące (specyficzne) i różnicujące wewnętrznie makroregion Polski Wschodniej	**70**
3.1 Trendy i kierunki rozwoju 2014-2020	71
Rozdział 4. Rekomendacje i sugestie działań strategicznych dla Polski Wschodniej	**75**
Podsumowanie	**81**
Bibliografia	**82**
Aneks	**88**

Wprowadzenie.

Przedmiotem ekspertyzy jest turystyka w Polsce Wschodniej (rozumianej jako terytorium obejmujące 5 województw: lubelskie, podkarpackie, podlaskie, świętokrzyskie, warmińsko-mazurskie). Jej celem zaś analiza stanu rzeczy, określenie możliwości wykorzystania turystyki na potrzeby rozwoju Polski Wschodniej (dalej wymiennie: makroregionu) oraz sformułowanie rekomendacji.

Ekspertyza obejmie następujące zagadnienia tworzące zarazem jej podstawową oś strukturalną.

- opis i analiza zjawiska (w tym: znaczenie dla gospodarki kraju i makroregionu, skala zróżnicowań wewnątrz regionu);
- analiza przyczyn zachodzących procesów;
- czynniki integrujące (specyficzne) i różnicujące wewnętrznie makroregion Polski Wschodniej;
- rekomendacje i sugestie wobec działań strategicznych dla Polski Wschodniej.

Kluczowym założeniem dla tej ekspertyzy jest akceptacja jednej z podstawowych zasad wszelkich polityk, w tym polityki regionalnej, jest podejmowanie decyzji na podstawie rzetelnych informacji, w szczególności statystycznych[1]. Dlatego konieczne jest prowadzenie monitoringu sfery realnej, jak również efektów interwencji realizowanych w ramach prowadzonej polityki rozwoju. Takie badania powinny stanowić punkt wyjścia dla sporządzenia charakterystyki, oceny i wyjaśnienia zachodzących zjawisk oraz ewaluacji prowadzonej polityki (SOPZ). W konsekwencji za miarę znaczenia danego obszaru (miejsca) w turystyce przyjmuje się dane statystyczne i wyniki badań o rzeczywistym ruchu turystycznym, jego kierunkach i miejscach odwiedzanych, nie zaś pozbawione podstaw empirycznych stereotypowe opinie o atrakcyjności.[2] Drugie założenie przyświecające wykonaniu tej ekspertyzy dotyczy paradygmatu rozwoju. Otóż autor przyjmuje, że właściwa, trafna interpretacja dostępnych danych, warunkująca sformułowanie adekwatnych i trafnych wniosków i rekomendacji, wymaga uwzględnienia w analizie czynników nowego paradygmatu rozwoju turystyki, właściwie opisującego czynniki jej rozwoju, strukturę popytu, motywacje turystów oraz – po stronie podażowej – zachowania podmiotów gospodarki turystycznej. Teza stąd wynikająca głosi, że Polska Wschodnia, podobnie jak reszta kraju, cierpi z powodu niedostatecznego uwzględniania w turystyce globalnych zmian i presji w gospodarce, technologii i społeczeństwie. Innymi słowy, mimo, że

[1] Wzorem konceptu *„evidence based"*

[2] Mówimy tu nie o ruchu turystycznym w fazie eksploracyjnej, jeszcze mało liczebnym i niewymagającym, lecz o regularnej turystyce, wymagającej istnienia rozwiniętej bazy turystycznej.

turystyka (gospodarka turystyczna) na tym obszarze podlega wpływom nowych czynników rozwoju regionalnego (w tym turystyki), zarówno przyjmowana najczęściej diagnoza stanu, jak i wynikająca z niej odpowiedź instytucjonalna (polityka rozwoju) nadal w dużym stopniu odwołują się do starych czynników (a więc i starego paradygmatu)(zob. Kozak 2009; Kozak 2010). Dlatego rekomendacje nie będą się odwoływać do dokumentów i planów strategicznych poszczególnych województw[3], lecz zostaną sformułowane na podstawie diagnozy prowadzonej dla całego makroregionu.

Informacje wykorzystane i ich źródła, metody

Podstawą analiz, jak podkreślono, są dostępne dane statystyczne GUS oraz badania empiryczne, głównie realizowane przez Instytut Turystyki. Tam, gdzie to możliwe, posługiwano się danymi z lat 2002 i 2010, a gdy to nie było możliwe (zmiana sposobu gromadzenia danych, zmiana informacji gromadzonych, zmiany klasyfikacji, np. Polskiej Klasyfikacji Działalności w 2007, niepełne dane dla 2010 – zob. aneks statystyczny w wersji elektronicznej), posługiwano się danymi z lat najbliższych lub o możliwie najbliższym charakterze. W zakresie porównań międzynarodowych odwołano się do danych publikowanych przez najbardziej znane i uznane instytucje, jak Światowa Organizacja Turystyki ONZ (UNWTO), międzynarodowe firmy badawcze (np. ECORYS czy konsorcja formowane na potrzeby realizacji badań ESPON). Aneks statystyczny w wersji elektronicznej stanowi część ekspertyzy.

W zakresie analiz jakościowych w odniesieniu do analizy zasobów wykorzystano dane publikacji o charakterze informacyjnym i przewodnikowym, do pewnego stopnia, ograniczonego zakresem zamówienia, informacjami w strategiach rozwoju turystyki odnoszącymi się do Polski Wschodniej, a wreszcie badaniami własnymi autora.

W chwili realizacji ekspertyzy dane BDL GUS o tzw. turystycznych obiektach indywidualnego zakwaterowania (w tym agroturystyki) dla roku 2010 były dostępne wyłącznie na poziomie województw. Dlatego posłużono się danymi szczegółowymi z roku 2009.

Z przyczyn metodologicznych, bliżej omawianych w publikacjach EUROSTAT, GUS i Instytutu Turystyki, praktycznie nie dysponujemy pełnymi i aktualnymi informacjami o znaczeniu turystyki w dochodzie i zatrudnieniu na poziomie regionalnym. Wszelkie dane odnoszące się do udziału turystyki w tworzeniu PKB czy zatrudnieniu maja charakter szacunkowy i odnoszą się z reguły do poziomu kraju[4]. Mimo wszystko szacunki te, z reguły budowane na podstawie rachunku satelitarnego, dają choćby przybliżoną wiedzę o wpływie turystyki.

[3] Zresztą w zgodzie ze zleceniem.
[4] Publikacje EUROSTAT, cytowane dalej, są tylko składanką bardzo różnej jakości danych krajowych.

Nie istnieją natomiast żadne dane o dochodach w agroturystyce (głównie w wyniku zwolnienia rolników z prowadzenia ksiąg rachunkowych oraz generalnie z podatków od dochodu z agroturystyki, co uniemożliwia badanie stanu rzeczy). Także badania empiryczne nie dostarczają żadnej wiedzy na ten temat, ograniczając się jedynie do dokonanych przez rolników samoocen udziału dochodu z agroturystyki w dochodzie gospodarstwa ogółem. W odniesieniu do innych form turystyki dane te są łatwiej dostępne (przynajmniej w odniesieniu do pewnych danych), ale próby uogólnienia mają charakter szacunkowy i dotyczą tylko poziomu kraju jako całości. Generalnie ocena wpływu turystyki na rozwój jest stałym wyzwaniem dla badaczy.

Na potrzeby ekspertyzy wykorzystano też źródła internetowe, opracowania i raporty oraz literaturę naukową.

Współczesna turystyka

Jednym z charakterystycznych elementów trwającego obecnie w Polsce procesu przechodzenia do myślenia w kategoriach nowego paradygmatu rozwoju turystyki jest coraz wyraźniejsze różnicowanie sposobów rozumienia turystyki na dwa alternatywne podejścia:

a. turystyka jako zjawisko (proces) społeczny oraz

b. turystyka jako źródło nowych miejsc pracy i dochodów (gospodarka turystyczna; przemysł turystyczny) (zob. Alejziak 2000, Przecławski 1996, Kurek 2007, Panasiuk 2008).

Kontekst prowadzonego tu badania (punktem wyjścia Zleceniodawcy jest zainteresowanie możliwościami wykorzystania turystyki na potrzeby aktywizacji rozwoju słabo rozwiniętych obszarów Polski Wschodniej) skłania ku przyjęciu głównie tej drugiej perspektywy. Ta pierwsza tradycyjnie ma tendencję do uznawania zasobów przyrodniczych za kluczową, a czasem nawet jedyną, podstawę rozwoju turystyki rozumianej najczęściej jako aktywność urlopowa, weekendowa, rekreacyjna. A ponieważ odwołuje się do tradycyjnych, dziś już nieaktualnych założeń (wręcz mitów), w oczywisty sposób wchodzi w kolizję z danymi o rzeczywistych zachowaniach turystów. Mówiąc krótko, fakty zwyczajnie przeczą tym założeniom: turyści jeżdżą przede wszystkim do miast, a turystyka kulturowa, coraz trudniej odróżnialna od miejskiej (choć ma i wymiar wiejski), jest także w Polsce najważniejszym i dynamicznie rosnącym sektorem turystyki[5]. Z reguły szeroko rozumianej podróży turystycznej towarzyszą różne, przenikające się, motywacje i cele, co czyni wszelkie szacunki przybliżonymi. W dodatku pojęcie turystyki kulturowej jest bardzo różnie definiowane (od szerokiej, socjologicznej definicji, po zawężone rozumienie jako aktywność motywowana jedynie autentycznym zainteresowaniem dziedzictwem kulturowym oraz uczestniczeniem w szeroko rozumianym życiu kulturalnym [zob. przegląd dokonany przez: Kowalczyk 2008]). W USA ocenia się, że 81% dorosłych

[5] Zob. Kozak 2010 a.

Amerykanów to podróżni motywowani kulturą (Goeldner, Ritchie 2006: 265). W UK zaś spotykamy szacunek, iż 43% osób podróżujących do miejsc atrakcyjnych pod względem kulturowym miało motywację kulturową lub było inspirowanych kulturą (za: Gaworecki 2003: 82). Nie wiemy, jakie były inne motywy 57% badanych: biznesowe, zakupowe czy np. wypoczynkowe. Trudno tu zatem o porównania i łatwą interpretację, ale fakt, że większość turystów także w Polsce kieruje się do miast (dane w następnym rozdziale) zdaje się potwierdzać, że to nie walory przyrodnicze są motywem czy atrakcją. Zwłaszcza dla turystów zagranicznych.

Dlatego w ekspertyzie dano pierwszeństwo podejściu drugiemu, które wprawdzie nie ignoruje zasobów przyrodniczych, ale dostrzega (udowodniony faktami) dominujący (i dynamicznie rosnący) udział szeroko pojmowanej turystyki kulturowej (dziedzictwo, konferencyjno-kongresowa, zakupowa, pielgrzymkowa itd.), realizowanej głownie na obszarach zurbanizowanych. Nic dziwnego, że literatura światowa, z niemałym poparciem Światowej Organizacji Turystyki ONZ, odwołuje się najczęściej do następującej ogólnej definicji turystyki: ogół czynności osób, które podróżują i przebywają w celach wypoczynkowych, zawodowych lub innych nie dłużej niż rok bez przerwy poza swoim codziennym otoczeniem, w celach wypoczynkowych, służbowych lub innych, z wyłączeniem wyjazdów, w których głównym celem jest działalność zarobkowa (za: Kozak 2009:25). Każdy odwiedzający, o ile nie przyjechał, by się zatrudnić na miejscu, jest turystą (lub wycieczkowiczem, jeśli przebywa mniej niż 24 godziny). Także osoba w delegacji służbowej, odwiedzająca rodzinę czy znajomych lub w podróży po zakupy itp. Rosnąca złożoność turystyki powoduje, że nadal podejmowane w Polsce przez niektórych badaczy próby odróżniania „prawdziwego" turysty od innych podróżnych w praktyce (pomijając cele naukowe, poznawcze) mijają się z celem i zdrowym rozsądkiem. Dziś niemal każdy jest po trosze turystą, a coraz więcej „prawdziwych" turystów, cokolwiek to znaczy, przy okazji robi zakupy, uczestniczy w festiwalach, objada się smakołykami kuchni regionalnej i opija lokalnymi trunkami (a to turystyka gastronomiczna). Przy okazji szuka dobrego interesu do zrobienia, nawiązuje kontakty (naukowe, biznesowe, towarzyskie). Oczywistość nieużyteczności prób podziału na „prawdziwych" i „nieprawdziwych"(?) turystów widać jeszcze bardziej, gdy przyjrzymy się wpływowi różnych form turystyki na dochód i miejsca pracy[6]. W warunkach polskich, przy sezonie turystyki rekreacyjnej ograniczonym do 2-3 miesięcy (niewiele

[6] Załóżmy, że prawdziwy turysta to ten, co przyjechał odpoczywać i zwiedzać (funkcja rekreacyjna i krajoznawcza turystyki). Leży na plaży nad morzem lub jeziorem, spaceruje, mieszka w agroturystyce, domu wypoczynkowym albo pensjonacie. Jego wkład do lokalnego PKB sięga 1500 zł na tydzień. Ponieważ sezon trwa nad wodą około 2 miesięcy, przez pozostałych 10 miesięcy cała infrastruktura służąca krótkiemu sezonowi rekreacji i wypoczynku zamiast dochodów przynosi koszty. Uczestnik dużej, specjalistycznej konferencji międzynarodowej wydaje taką kwotę w ciągu najwyżej 3 dni, a hotel, w którym zorganizowano konferencję funkcjonuje cały rok, zasilając nieustannie lokalną gospodarkę. Przykład ten, niewątpliwie uproszczony, pozwala nam uzmysłowić sobie, że masowa turystyka wypoczynkowa jest znacznie mniej produktywna, niż różne nowe formy turystyki.

dłużej w górach, gdzie sezon jest dłuższy niż nad wodą), dla uczciwego rachunku kosztów i korzyści trzeba odjąć w obszarach nastawionych na działanośc sezonową koszt utrzymania po sezonie rozbudowanej infrastruktury (wodociągi, kanalizacja, oczyszczalnia ścieków, sieć energetyczna, drogi, chodniki, parkingi itp.). Każda inna forma turystyki, bazująca na całorocznej infrastrukturze (hotele, infrastruktura obsługująca mieszkańców miast, a przy okazji przyjezdnych) jest o tyle korzystniejsza, że przynosi większe dochody na głowę turysty przez niemal cały rok. Wbrew mitom, da się obronić tezę, że taka biznesowa, kongresowa czy zakupowa turystyka jest też znacznie bardziej przyjazna wąsko rozumianemu środowisku przyrodniczemu, bo na ogół zwyczajnie obywa się bez niego. Generalnie rzecz ujmując, z punktu widzenia wykorzystania turystyki na potrzeby rozwoju regionalnego nie jest istotne, z jakich motywów i w jakich celach ktoś odwiedza region. Ważny jest zrealizowany przezeń pobyt.

Immanentną cechą nowego paradygmatu turystyki, zatem też podejścia do rozwoju gospodarki turystycznej, bo tego dotyczy niniejsza ekspertyza, jest podejście w kategoriach rozwoju produktu. W turystyce, dokładnie tak samo jak w gospodarce w ogóle, produkt to wyrób lub – przypadku turystyki znacznie częściej – usługa będąca przedmiotem wymiany rynkowej. Produktem jest zatem to i tylko to, za co turysta płaci: nocleg, przejazd, posiłek, bilety do instytucji np. kultury, płatna wycieczka, zakup pamiątek lub innych wyrobów mających związek z podróżą. Pomijając tzw. eksploratorów czy po trosze drifterów (włóczykijów), zatem nieliczne osoby pragnące odkrywać miejsca, gdzie inni turyści jeszcze nie dotarli, pozostali turyści udają się tam, gdzie na pewno można się posilić, wyspać, ewentualnie skorzystać z innych produktów (usług), czyli tam, gdzie są dostępne co najmniej typowe produkty (usługi) turystyczne. (Cohen 1972)

Warto podkreślić, że Polska jest na etapie przejścia od starego, do nowego paradygmatu. Niemal wszystkie ostatnio publikowane strategie rozwoju turystyki (łącznie z krajowymi *Kierunkami…*) na poziomie ogólnym deklarują już podejście produktowe jako podstawę rozwoju turystyki, w środku zaś omawiając kierunki wsparcia i kryteria wyboru działań z reguły odwołują się do starego podejścia, podkreślając, że głównym czynnikiem rozwoju turystyki są zasoby przyrodnicze. Nagminnie można się tam też dowiedzieć, że szlaki turystyczne są produktem turystycznym. Nie są, o ile nie płaci się za korzystanie.[7] Na odrębny komentarz zasługują tzw. produkty złożone lub mega-produkty, będące sumą wielu materialnych i niematerialnych produktów – w tym przypadku turystycznych – oferowanych przez miejsca, miasta, regiony, kraje (zob. interesujące analizy Panasiuk 2008: 34 i nast.). W takim przypadku w skład tego zespołu produktów wchodzą też takie, z których korzystanie nie wiąże się z bezpośrednią płatnością. Użytkownik tak czy inaczej płaci za użytkowanie

[7] Albo gdy nie płaci się u celu marszu lub jazdy, np. za nocleg, posiłek, zakupy, a budowa szlaku służy dostępowi do tych produktów. Żeby uprzedzić argument: w Tatrach i większości parków narodowych, oczywiście tylko tych atrakcyjnych turystycznie, płaci się za wstęp, czyli za korzystanie ze szlaków.

pośrednio, płacąc lokalne podatki, konsumując dobra i usługi. Podkreślmy, to sytuacja wyjątkowa, gdy dany produkt jest częścią pakietu (jak ścieżka turystyczna prowadząca do schroniska: płacąc w schronisku za posiłek czy nocleg płacimy za skorzystanie ze ścieżki; musi istnieć dający się udowodnić związek obu elementów). To ciekawy przykład problemu (jednego z wielu) w liczeniu kosztów i korzyści turystyki.

Jeszcze przed półwieczem można było przyjąć, że turystyka to głównie regeneracja sił po pracy, wypoczynek, rekreacja, krajoznawstwo. Zmieniła się turystyka i paradygmat jej rozwoju, zarówno w odniesieniu do strony popytowej, jak i podażowej (zob. Hughes 2004:500; Wall, Mathiesson 2006:31). W ostatnich kilku dziesięcioleciach, w związku ze wzrostem zamożności, wykształcenia, wiedzy i doświadczenia, rozwojem technologii komunikacyjnych i informacyjnych, rozwojem i upowszechnieniem środków transportu, przeciętny turysta niewiele przypomina tego przedwojennego, a zwłaszcza tego zza żelaznej kurtyny (zob. tab. 1 w aneksie). Stać go na dużo więcej (lepiej zarabia i może korzystać ze znacznie szerszej – i często tańszej – oferty). Wiele wie z książek, telewizji, Internetu i własnych podróży w kraju i za granicą. Wie, czego chce, wie więcej o świecie, jest obyty, włada językami, zatem w rosnącym stopniu – inaczej niż dawny turysta masowy – nawet poruszając się po utartych szlakach sam planuje i organizuje sobie pobyt (podróż). Dzięki znacznie wyższemu wykształceniu, często ma głęboką wiedzę specjalistyczną i realizuje swe zainteresowania łącząc wiedzę zawodową z turystyką. (zob. Alejziak 2000; Page & Connell 2009; w szerszym ujęciu Naisbitt 1982). Zygmunt Bauman (1993) za jedną z cech człowieka ponowoczesnego uważa bycie turystą, gdyż podróż jest współcześnie trwałym elementem życia, nie wyjątkiem. Wreszcie różne są motywy wyjazdów turystycznych, nie tylko eskapistyczny czy regeneracyjny. Turystyka może zaspokajać różne potrzeby ludzkie (Plog 1987; Goeldner, Ritchie 2006; Przecławski 1996). Odpowiednio do cech współczesnego turysty zmienia się też oferta, a dzieła o turystyce wyróżniają dziesiątki jej rodzajów (rekreacyjna, biznesowa, kulturowa, przyrodnicza, zakupowa, poprzemysłowa, pomilitarna, gastronomiczna, mroczna, festiwalowa, sportowa, kosmiczna, zdrowotna, aktywna, podwodna, górska, eventowa, enoturystyka [„winna”], seksualna, agro, wiejska, miejska, a nawet przedmiejska…). W gruncie rzeczy każda z tych kategorii dzieli się z kolei na liczne podkategorie: np. kulturowa wąsko pojmowana odnosi się do poznawania, jak inni ludzie wyrażają swe życie w sztuce i architekturze, rzemiośle, muzyce, literaturze, tańcu, jedzeniu i piciu, języku i rytuałach (Jafari 2000: 126). W szerszym ujęciu obejmuje też zabawę, życie atmosferą miejsca, uczestnictwo w życiu zbiorowości, korzystanie z rozrywki, na ogół popularnej edukacji (Centrum Nauki Kopernik itp.), parków tematycznych etc. Inaczej mówiąc: to etniczna, *eventowa*, pielgrzymkowa, dziedzictwa kulturowego, poprzemysłowa itd. A *eventowa* to sztuczna nazwa dla podróżujących dla udziału w wydarzeniach sportowych, teatralnych, konkursach, festiwalach,

wystawach, zlotach, wyjazdach motywacyjnych etc. Poszczególne rodzaje turystyki można tez dzielić ze względu na bilans kosztów i korzyści, jakie za sobą pociągają. Jak wspomniano, masowa turystyka sezonowa rodzi liczne koszty często nie uwzględniane w rachunkach podmiotów turystycznych, a ponoszone przez podatników. Z kolei do szczególnie intratnych i prestiżowych zalicza się przedsięwzięcia z zakresu spotkań i wydarzeń, będące przedmiotem globalnej konkurencji.

To niezwykłe powstawanie wysoce zróżnicowanych form turystyki jest też ogromną szansą dla rozwoju turystyki w miejscach, które w tradycyjnym rozumieniu nie mają żadnych zasobów turystycznych: rosnąca popularność turystyki poprzemysłowej i przemysłowej (coraz więcej przedsiębiorstw pozwala zwiedzać hale produkcyjne) każe na nowo spojrzeć na pojmowanie turystyki. Albo rozpowszechniająca się wśród turystów potrzeba uczestnictwa w czymś atrakcyjnym: dobrej zabawie, dobrym klimacie miejsca, pięknie widoków, wciągającym przedsięwzięciu, czy choćby mniej lub bardziej nieformalnym udziale w życiu innych społeczności (zob. Urry 2007, Selby 2004; Ecorys 2009). Albo dane o miejscach przyciągających najwięcej szeroko pojmowanych turystów: miastach. Las Vegas przyciąga więcej turystów i przynosi więcej dochodów z turystyki, niż cała Polska (zob. Horner, Swarbroke 2004). Podobnie Londyn, Paryż, Nowy Jork, Tokio, Pekin. A ponieważ Polska Wschodnia, jako terytorium Unii Europejskiej (i świata) podlega takim samym procesom globalnym, obejmującym także turystykę, która przestaje być jednorazowym wydarzeniem życia lub roku, ale staje się integralną częścią ludzkiego bytu, rozważając możliwości jej rozwoju trzeba podchodzić do niej tak, jak na całym świecie, bo turysta, o którego przychodzi nam zabiegać jest wytrawnym, wymagającym konsumentem. A zabiega o niego cały świat. Z tego powodu podział turystów na krajowych i zagranicznych mija się z sensem, bo w gruncie rzeczy pod względem oczekiwań wobec turystyki nie ma pomiędzy nimi większej różnicy, nie licząc pochodzenia i języka. I Polak i cudzoziemiec oczekują dobrej usługi turystycznej. A ponieważ to innowacyjny, atrakcyjny produkt przyciąga turystów, szansa otwiera się przed obszarami tradycyjnie uznawanymi za nieatrakcyjne turystycznie. Ale o tym dziś decyduje produkt!

Obok przedstawionych tu w skrócie zmian zachodzących w środowisku turystów, na szanse rozwoju turystyki wpływ mają także cechy środowisk recepcyjnych, gospodarzy (strona podażowa). Tradycyjnie wiązano atrakcyjność turystyczną wyłącznie z walorami przyrody lub istnieniem autentycznego, historycznego dziedzictwa kulturowego. Czy wystarczy mieć wiele nieskażonej przyrody lub długą, utrwaloną w architekturze i innych zabytkach historię, by odnieść sukces w rozwoju turystyki? Otóż sprowadzanie rozwoju turystyki do działania tych dwóch czynników współcześnie jest błędem wynikającym z przyjęcia założenia, że turyści uciekają z wielkich miast przed tłumem, zanieczyszczeniem środowiska, hałasem, pośpiechem, nerwicą i w ogóle fatalnymi warunkami życia. Czyli do małych miast, na wieś, do lasu, nad wodę, jak najbliżej przyrody. Jeśli się

przyjrzymy kierunkom ruchu turystycznego, to zauważymy, że tak wcale nie jest, bo tymi kryteriami kierują się jedynie niszowi turyści poszukujący istotnie spokoju i ciszy lub obserwacji przyrody. Reszta jedzie tam i tylko tam, gdzie znajduje rozwiniętą infrastrukturę turystyczną i sobie podobnych ludzi szukających ciekawego (co kogo ciekawi) pobytu, rozrywki, zajęcia na słotne dni. Często muzyki, gwarnych knajp, tłumów spacerowiczów, lansu, ciekawych rzeczy do obejrzenia w okolicy, występów gwiazd i gwiazdeczek, które na koszt lokalnych władz przechadzają się za dnia *„incognito"* i swoją obecnością podnoszą prestiż miejsca etc. Odmienność oczekiwań zwolenników ciszy i spokoju oraz miłośników tłumów i dobrej zabawy wydała w 2011 osobliwy skutek w Świnoujściu, gdzie okazało się, że muzyka ulicznych grajków, krzyk mew i szum morza regularnie przekraczają polskie normy hałasu przewidziane dla uzdrowisk.[8] Bez komentarza.

W przypadku turystyki zakupowej, konferencyjnej, biznesowej, większej części kulturowej (miejskiej) koncept ciszy i spokoju w ogóle nie znajduje zastosowania. A mówimy tu o ogromnej części turystyki.

Gdyby turystyka miejska, biznesowa, rozrywkowa, stanowiły margines turystyki, a turyści *en gros* byli zwolennikami spędzania czasu nad wodą i w ostępach leśnych, turystyczną mekką dzięki nieprzebytej przyrodzie byłaby Syberia. A gdyby głównym motywem podziwianie zabytków, już z dawna Świdnica, Kożuchów, Przemyśl, Przeworsk czy Drohiczyn nie ustępowałyby w niczym Kazimierzowi Dolnemu. Jeden czynnik zatem to zdolność do dostosowywania (bo jest to proces dziś ciągły) oferty produktowej do potrzeb turysty, ciągłego badania, jakie są jego oczekiwania. Odrzucenia postawy, że z góry wiemy lepiej, czego mu trzeba.

Po stronie podażowej jest jednak inny czynnik, głębszy i ważniejszy: gotowość i umiejętność społeczności lokalnych do planowania i zarządzania turystyką na swoim terenie. Wola i kompetencje. Posiadanie lidera zdolnego sformułować cele i zmobilizować elity wokół nich. Badania czynników aktywności lokalnej (Gorzelak 1998; Swianiewicz 2007), także turystyki (Kozak 2009), potwierdzają, że brak lidera z pomysłem na rozwój, albo co gorsza konflikt wokół celów rozwojowych, skutecznie blokuje wszelkie inicjatywy rozwojowe. Przykładem tego jest np. Drohiczyn i Kożuchów. Na szczęście są i przykłady odwrotne, dowodzące, że nie trzeba tradycyjnych walorów przyrodniczych, by stworzyć silny ośrodek turystyczny. Trzeba tylko lidera, mobilizacji zasobów i konsekwentnej pracy. Tak w kilka lat powstał ośrodek w Bałtowie, przyciągający rocznie więcej gości, niż Święty Krzyż, Sandomierz lub

[8] A w wielu miastach, np. w Warszawie i Gdańsku, silny opór niewielkich, acz dobrze zorganizowanych grup mieszkańców doprowadził w ostatnich latach do wyrugowania życia nocnego (po 22:00), adresowanego głównie, ale nie tylko do turystów (ogródki kawiarniane, występy muzyczne etc) ze Starówek. Zbliżone zjawisko obserwujemy w innych polskich miastach przyciągających większe liczby turystów. Funkcja turystyczna coraz częściej przegrywa z funkcją mieszkaniową. Trudno mówić o rozwoju turystyki, gdy usługi turystyczne w wielkich miastach zamierają nawet w weekendy o 22:00.

Kielce.[9] W makroregionie do głównych przykładów ośrodków, które osiągnęły już stosunkowo wysoką rangę w turystyce (mierzoną nie opiniami turystów czy turystologów, lecz faktyczną liczbą odwiedzin turystycznych) należą przed wszystkim miasta: Lublin, Olsztyn, Białystok, Kielce, Rzeszów, oraz mniejsze ośrodki, jak powiat mrągowski z Mikołajkami i Mrągowem, Ostróda i powiat ostródzki, powiat augustowski, sanocki czy inne. Podkreślić należy, że oczywiście interesujące zabytki i spektakularna przyroda, a najlepiej połączenie jednego z drugim mogą stać się atrakcją rdzeniową, podstawą darmowej promocji miejsca. Ale nie zastąpią zróżnicowanych, wysokiej jakości produktów, dostosowanych do potrzeb grupy docelowej (nie ma takiej możliwości, by stworzyć ofertę dla każdego turysty)[10]. I tu sprawdza się w swoistym wydaniu parafraza prawa Kopernika (gorszy turysta wypiera lepszego).

Trzeba też pamiętać, że w ujęciu porównawczym, międzynarodowym, stosunkowo niewiele mamy w Polsce wybitnych atrakcji turystycznych o charakterze przyrodniczym, a te, co są, bywają często nadmiernie eksploatowane[11]. Nieco lepiej jest z dziedzictwem kulturowym w miastach (ilościowo rzadziej na wsi), ale i pod tym względem zaledwie niektóre miejsca mogą się równać z innymi w Europie. Pod względem zaś turystyki *eventowej*, kongresowej, jesteśmy dopiero na początku drogi. Zatem nie myślmy, że piękno Polski automatycznie prędzej czy później przyciągnie turystów z silnie zurbanizowanych ośrodków Europy. Jeśli coś przyciągnie, to będą to tylko wysokiej jakości, zróżnicowane produkty turystyczne. Dotyczy to w tym samym stopniu każdego regionu. Zwłaszcza, że po dziesięcioleciach izolacji musimy przywrócić światu użyteczną, praktyczną wiedzę o Polsce, wykraczającą poza wizję dziewiętnastowiecznej krytej strzechą wsi, chłopa na wozie, bab w zapaskach, bociana na gnieździe, martyrologii, Chopina i Wałęsy. W 21 wieku trzeba czegoś więcej, by zachęcić ludzi do przyjazdu. Zwłaszcza, że turysta polski szybko przestaje się różnić od zagranicznego w swych motywacjach i oczekiwaniach.

W kontekście charakterystyki i oceny stanu turystyki omawianie poziomu rozwoju i aktywności ekonomicznej Polski Wschodniej jest w większości polskich analiz i dokumentów

[9] Przykłady wysokiej dynamiki rozwojowej znajdziemy też w innych województwach, np. centra turystyczne w Białce Tatrzańskiej czy Rewalu.

[10] Początkowo po akcesji nie zrozumiano tego w Krakowie, który w efekcie stał się tanim miejscem przyjazdów weekendowych dość „swobodnie" (jak na typowe standardy) zachowującej się młodzieży brytyjskiej.

[11] Tatry: w weekend w połowie sierpnia 2011 po raz pierwszy nie tylko nie można było dojechać do Zakopanego, ale też zabrakło miejsc parkingowych w mieście i policja nie wpuszczała samochodów do miasta. Szosa na Półwyspie Helskim w sezonie od dawna uchodzi za największy parking kraju. Przekonanie, że uda się w takie miejsca, choćby i atrakcyjne, zwabić wymagających turystów z pieniędzmi to gruba pomyłka. Gdyby nie letnisko prezydenckie w Juracie, Hel ostatecznie stałby się zakładnikiem niewymagających, masowych turystów i oferujących niskojakościową ofertę lokalnych przedsiębiorców, nie wahających się przed bezprawnym zasypywaniem Zatoki Puckiej pod nowe inwestycje turystyczne typu kemping. Obszary pojezierne Polski Wschodniej wiele straciły na lichych daczowiskach (i ostatnio „hacjendach"), często z naruszeniem prawa blokujących swobodny dostęp do jezior i stanowiących na ogół rażący wtręt krajobrazowy.

planistycznych z reguły ignorowana (znów stary paradygmat się kłania). Tymczasem jedne z najbardziej znaczących i dochodowo ważkich form turystyki (głównie biznesowa, konferencyjna, zakupowa) zależą w ogromnym stopniu od poziomu rozwoju (w sensie ilościowym i jakościowym). Wobec istnienia rozległej literatury na ten temat, tu przywołamy tylko kluczowe ustalenia. Pod względem aktywności ekonomicznej i poziomu rozwoju Polska Wschodnia odstaje od reszty kraju, charakteryzując się niskim poziomem PKB, niższym udziałem w eksporcie i imporcie, w liczbie zarejestrowanych przedsiębiorstw, w tym z udziałem kapitału zagranicznego, niższym poziomem atrakcyjności inwestycyjnej, niższym poziomem innowacyjności, udziałem w badaniach międzynarodowych, zatrudnieniu w B+R (MRR 2010 a: 145 i nast.). Słabość miast makroregionu ma z tym niewątpliwy związek. Polska Wschodnia ma też i mocne strony. Tak np. nie odbiega od średniej pod względem wykształcenia (OECD 2008:71), wyników nauczania (Herbst 2010:221) i kształcenia na poziomie wyższym (MRR 2010 a: 128 i nast.). Najwyraźniej jednak tworzony w makroregionie kapitał ludzki nie znajduje warunków do wykorzystania na potrzeby rozwoju Polski Wschodniej.

Ważną kwestią związaną z rozwojem turystyki, zwłaszcza w kontekście promocji zagranicznej, jest tworzenie marki, *brandu*, pozwalającego wyróżnić dane miejsce, obszar, produkt pośród tysięcy innych, konkurencyjnych. Makroregion Polski Wschodniej nie ma swego *brandu* turystycznego, podobnie jak większość województw wchodzących w jego skład. Dla północno-wschodniej części makroregionu w początku lat 90 sformułowano niefortunne, bardzo źle brzmiące w każdym języku określenie Zielone Płuca (Polski). Od czasu powstania województw samorządowo-rządowych poszczególne województwa podejmują indywidualne mniej lub bardziej ambitne próby promocji i zaistnienia na rynku *brandów* (np. świętokrzyskie budowało do niedawna markę wokół skojarzeń z czarami i czarownicami, nie zauważając sprzeczności koncepcji z nazwą województwa), ale makroregion jako całość na razie nie kojarzy się ze specyficznym wyróżnikiem turystycznym, a jeśli, to jako pochodna od opisujących w potocznym odbiorze zarówno położenie, jak i poziom rozwoju terminów Polska Wschodnia, lub co gorsza, Ściana Wschodnia (biednie, ale zacisznie i ekologicznie)[12]. Wobec zróżnicowania i rozległości makroregionu, a zarazem braku wspólnych symboli, celowość i prawdopodobieństwo zbudowania wspólnej marki turystycznej należy uznać za bliskie zeru.

Realizując od połowy 2010 roku kampanię promocyjną Piękny Wschód, (dotyczącej Polski Wschodniej) i adresowanej do Polaków, Niemców i Ukraińców, uwzględniono jedynie trzy grupy

[12] Niestety, wprawdzie motyw podjęcia interwencji publicznej w skali całej Polski Wschodniej był słuszny i zrozumiały, niechcianym, ubocznym efektem działań była dalsza stygmatyzacja obszaru i pobudzanie postaw roszczeniowych, zamiast lub nie tylko przedsiębiorczych. Co dziwne, postawę roszczeniową reprezentują też niektórzy prominentni specjaliści od rozwoju Polski Wschodniej, z jakimi autor miał sposobność dyskutować o rozwoju tego obszaru podczas konferencji organizowanych w 2011 przez władze samorządowe województwa lubelskiego oraz w ramach projektu badawczego Wyższej Szkoły Ekonomii i Innowacji *The Lublin Project,* wbrew nazwie integrującego badaczy całego makroregionu i innych ośrodków zainteresowanych problematyką.

docelowe: poszukujących nowych form wypoczynku, zwolenników turystyki aktywnej oraz turystów przyjeżdżających z całymi rodzinami (MSiT 2011). Tymczasem wielka część turystyki w Polsce Wschodniej (i to turystyki z dużą przyszłością) to nie tradycyjny wypoczynek, lecz podróże służbowe, konferencyjne, biznesowe itp. Już to pokazuje siłę stereotypu w postrzeganiu Polski Wschodniej.

Polska turystyka na tle innych krajów

Turystyka Polski Wschodniej nie odbywa się – i nie powinna tak być postrzegana – w oderwaniu od polskiej i europejskiej. Będąc częścią turystyki realizowanej w Polsce, poddana jest wszelkim czynnikom, pozytywom i negatywom cechującym polską turystykę. Dlatego zacznijmy od skrótowego określenia pozycji Polski na tle europejskim. A ta nie jest wysoka.

Jedyne szerzej zakrojone polskie analizy konkurencyjności międzynarodowej polskiej turystyki przedstawiły konkluzje, że pośród badanych ośmiu państw europejskich Polska zajęła ostatnią pozycję, zwłaszcza pod względem jakości polityki, organizacji i zarządzania turystyką (Grabowski 2003).

Dane o liczbie turystów meldujących się w hotelach itp. obiektach (tab. 1) pokazuje, że w liczbach bezwzględnych pozostaje dalece poza głównymi destynacjami Europy, ale jak większość krajów Europy Środkowo-wschodniej wykazuje się znaczną dynamiką przyrostu turystów. Poziom penetracji terytorialnej w Polsce i innych krajach regionu (z wyjątkiem Czech) znacznie odstaje od państw Europy Zachodniej. Mógłby ktoś powiedzieć, że np. w Belgii znaczna część turystów przyjeżdża służbowo i nie za swoje. A jakież to ma znaczenie?

Tab. 1. Turyści (krajowi i zagraniczni) meldujący się w hotelach i im podobnych obiektach, wybrane kraje 2002 i 2010, w tysiącach

	2002	**2010**	**na 1000 km^2 (penetracja terytorialna) w 2010**
Belgia	7426	9373	307,3
Bułgaria	2385	4061	36,6
Czechy	7752	9790	124,1
Estonia	1187	2099	48,0
Francja	101346	106664	168,6
Grecja	12119	15894*	120,4
Hiszpania	59869	82151	162,8

Litwa	499	1212	18,6
Łotwa	577	1171	18,2
Niemcy	84367	109022	305,3
Polska	7116	14354	46,0
Rumunia	4487	5889	24,7
Słowacja	2350	2509	51,2
UK	71856	65600*	270,5
Węgry	4932	6261	67,3
Włochy	67350	79788	264,8

Uwaga: * oznacza 2009. Źródło: na podst. EUROSTAT tin 00047, pobrano lipiec 2011

W roku 2010 według danych Światowej Organizacji Turystyki ONZ Polskę odwiedziło 11.890 mln turystów zagranicznych, którym zawdzięczamy dochody rzędu 9.446 mld USD[13]. Dla porównania, odpowiednie dane dla głównych destynacji europejskich wynoszą dla Francji 76.800 i 46.319; Hiszpanii 52.178 i 52.525; Włoch 43.626 i 38.786; Zjednoczonego Królestwa 28.133 i 30.400. Dane dla Polski są względnie zbliżone dla państw znacznie mniejszych (odpowiednio Dania 9.097 i 5.476 mld; Holandia 10.883 i 13.062; Chorwacja 9.335 i 8.268[14]) a znacznie mniej niż Austria (22.004 i 18.663) czy Turcja (27.000 i 20.807)(UNWTO 2011). Polska ma zatem spory potencjał do wykorzystania. Warto zwrócić uwagę, że nie do końca potwierdza się opinia, że wiodące są kraje dysponujące warunkami dla rozwoju tradycyjnej turystyki wypoczynkowej. Dobrze radzą sobie Dania, Holandia i Zjednoczone Królestwo, gdzie magnesem są raczej szeroko pojmowane walory i imprezy kulturowe. W przypadku Włoch, Hiszpanii, Grecji i w rosnącym stopniu Turcji trudno rozdzielić atrakcje i motywy „kulturowe" od „przyrodniczych". Także w Polsce motyw tradycyjnie wypoczynkowy wcale nie jest dominującym motywem przyjazdów.[15]

Globalne wartości wymagają uzupełnienia o informacje bazujące na wskaźnikach penetracji turystycznej (nasilenia funkcji turystycznej w odniesieniu do terytorium lub liczby ludności. Pod tym względem, jak wynika z reprezentatywnych badań ESPON, przyjmując Austrię za *benchmark*[16], Polsce pod względem natężenia funkcji turystycznej bliżej do państw Europy Wschodniej (Litwa, Łotwa, Rumunia), niż Środkowej (Czechy, Węgry, nie wspominając o Niemczech). Akcesja przyczyniła się do pewnych tylko zmian, modyfikowanych regulacjami ruchu turystycznego i cyklem gospodarczym.

[13] Dane te istotnie różnią się od polskich szacunków, pozwalają jednak na porównania.
[14] Dane dla Chorwacji dotyczą roku 2009.
[15] Wg danych z badań, turystyka przyjazdowa w 2009 roku to: sprawy służbowe, interesy (3,2 mln), wypoczynek (2,9 mln), odwiedziny krewnych, znajomych (2,15 mln), tranzyt z noclegiem (0,9 mln). (IT 2011)
[16] Dawniej: punkt odniesienia.

Wejście do Unii i uszczelnienie granicy wschodniej spowodowało spadek gości zagranicznych o blisko 2,5 miliona w okresie 2000-2007. Z drugiej strony w okresie następnym, po akcesji, Polska, podobnie jak inne kraje Europy Środkowej wykazała się od 2004 roku znacznie wyższą dynamiką wzrostu wskaźników turystycznych, niż Europa Zachodnia. To zjawisko typowe, gdy startuje się z niskiego poziomu (podobnie jak wzrost PKB) i gdy wskaźniki ilościowe (liczba hoteli, miejsc noclegowych itp.) mają szczególnie duże znaczenie. O możliwości dogonienia i zrównania wskaźników z państwami w czołówce tabeli decydować będzie jednak przede wszystkim jakość oferty, nie jej ilość.

Tab. 2. Wskaźnik penetracji turystycznej wybranych państw, 2003

Państwo	Wydatki (Austria=1,0)	turyści/1000 mieszk.	pokoje/ km^2	TPI*
Austria	1.00	0.89	0.68	**0.89**
Szwajcaria	0.74	0.39	0.67	**0.64**
Grecja	0.64	0.39	0.52	**0.55**
Hiszpania	0.59	0.54	0.28	**0.51**
Francja	0.35	1.00	0.20	**0.48**
Wielka Brytania	0.24	0.40	1.00	**0.47**
Włochy	0.32	0.25	0.66	**0.39**
Belgia	0.47	0.15	0.39	**0.37**
Portugalia	0.39	0.23	0.21	**0.31**
Estonia	0.36	0.17	0.04	**0.23**
Niemcy	0.17	0.04	0.48	**0.22**
Czechy	0.21	0.19	0.23	**0.21**
Bułgaria	0.15	0.12	0.24	**0.16**
Węgry	0.21	0.10	0.11	**0.16**
Słowacja	0.08	0.08	0.12	**0.09**
Litwa	0.10	0.03	0.00	**0.06**
Polska	0.07	0.01	0.02	**0.04**
Łotwa	0.05	0.04	0.00	**0.04**
Rumunia	0.00	0.00	0.06	**0.01**

Uwaga: Rangowanie wg wartości TPI. TPI – wskaźnik penetracji turystycznej (nieważona średnia trzech czynników: wydatków turystycznych na mieszkańca; liczba turystów na 1000 mieszkańców oraz liczba łóżek na 1 km^2.

Źródło: na podst. ESPON 1.4.5 2007 s. 100.

Zawarte w publikacji EUROSTAT "*Tourism Statistics at Regional Level*" dane o stanie turystyki w przestrzeni europejskiej w 2008 roku (na poziomie NUTS 2) roku w pełni potwierdzają diagnozę ESPON: pod względem liczby noclegów rezydentów i nierezydentów na 1000 mieszkańców czy na 1 km^2, polskie regiony nadal dalece odstają od Europy Zachodniej, mają za to wiele wspólnego z Europą Wschodnią i Turcją. Także i to, że w porównaniu z Europą Zachodnią dynamicznie przyrastała w latach 2004-2008 liczba udzielonych noclegów (w Polsce o 5%, ale w Litwie i Łotwie aż po 12%) (EC EUROSTAT).

Europa Środkowo-Wschodnia, mimo dynamicznego wzrostu wskaźników turystycznych w latach 2000-2007 odnotowała wzrost liczby turystów zagranicznych o 6,9 mln (Europa ogółem o 54,7 mln), ale jej udział w rynku europejskim wzrósł o zaledwie 0,2%, podczas gdy kraje Europy północnej przyjęły w tym samym czasie o 13,9 mln turystów więcej i zwiększyły swój udział w rynku europejskim o 1,9% (UNWTO za Ecorys 2009:12). Według przybliżonych danych Instytutu Turystyki[17], po roku 2002 obserwowano wzrost przyjazdów turystów z zachodnich państw UE (głównie, ale nie tylko, z Niemiec) oraz zamorskich przy jednoczesnym spadku liczby turystów z państwa sąsiadujących (Litwy, Czech, Słowacji, a przede wszystkim Ukrainy, Białorusi i Rosji). Rozważając skutki tych zmian dla Polski należy uwzględnić skalę wydatków ponoszonych przez turystów z różnych państw w Polsce. Dane dla 2008 roku pokazują, że średnio dziennie Francuzi wydawali 100 USD, Belgowie 90, Skandynawowie 84, Niemcy 69, ale Rosjanie 98, Białorusini 97, Ukraińcy 90 USD[18]. Pytanie, jaką część wydatków ponoszono na typowe usługi turystyczne, jaką zaś np. na zakup towarów, nie ma większego znaczenia oprócz poznawczego: turystyka zakupowa to część turystyki.

Ostanie lata przyniosły nieznaczne zahamowanie ruchu turystycznego w niemal całej Europie: kryzys finansowy nie sprzyja szczególnie dynamicznemu rozwojowi turystyki. W 2007 roku przychody z przyjazdów turystyki zagranicznej w Polsce do Polski szacunkowo wyniosły 10,6 mld USD, w 2008 11,8 mld USD(UNWTO 2011a). Według danych Instytutu Turystyki w 2009 przychody te wyniosły 9,5 mld, a w 2010 - 10,4 mld USD[19]. Przyjazdy turystów zagranicznych w 2005 wyniosły 15,20 mln osób, w 2008 12,96 mln, w 2009 11,89, ale w roku tym odnotowano w kolejnych kwartałach wyraźną dynamikę wzrostową a dane szacunkowe dla 2010 mówią o wzroście do poziomu 12,5 mln (Instytut Turystyki statystyka 2011). W rzeczywistości w roku 2011 nastąpił dalszy spadek przyjazdów. Spośród nich w 2010 dominowały cele służbowe, w interesach (3,1 mln), turystyczno-wypoczynkowe

[17] Instytut Turystyki, http://www.intur.com.pl/przyjazd.htm, pobrano 10.09.2011
[18] Instytut Turystyki, http://www.intur.com.pl/turysci2008_1.htm, pobrano 10.09.2011
[19] Instytut Turystyki, http://www.intur.com.pl/statystyka.htm, pobrano 20.08.2011

(2,8 mln), rodzinno-towarzyskie (2,3 mln), zakupowe (1,3 mln, wzrost dzięki turystom ze Wschodu), tranzyt z noclegiem (1,2 mln), inne (1,8 mln)(Instytut Turystyki komunikat roczny).

W świetle ostatniego raportu World Economic Forum o konkurencyjności turystyki w przeszło 130 badanych państwach, Polska zajęła w 2011 roku 49 pozycję (w 2009: 58), co niewątpliwie zawdzięczamy stosunkowo dobrej sytuacji ekonomicznej. Wskaźnik konkurencyjności budowany jest w oparciu o 14 wskaźników szczegółowych, wchodzących w skład 3 obszarów. W obszarze systemu prawnego Polska zajęła 49 pozycję, w obszarze zasobów ludzkich, kulturowych i przyrodniczych – 30, ale w obszarze środowisko biznesowe i infrastruktura – zaledwie 65 (WEF 2011: 26). Niestety brak danych na poziomie regionalnym.

Polska Wschodnia: przybliżenie

Polska Wschodnia obejmuje 99039 km2 (najmniejsze świętokrzyskie ma 11711 km2, największe lubelskie 25122 km2), co stanowi łącznie 31,67% powierzchni kraju. Pod względem ludności liczy 8,25 mln (najludniejsze lubelskie 2,21 mln, najmniej ludne podlaskie 1,21 mln), co łącznie odpowiada 21,56% ludności kraju)(GUS woj. 2010). Są to rozległe, lecz często słabo zaludnione obszary (zwłaszcza w warmińsko-mazurskim i podlaskim oraz północno-wschodniej części Lubelskiego i południowo-wschodniej podkarpackiego). Na położonych przy granicy białoruskiej, ukraińskiej i rosyjskiej obszarach wiejskich obserwuje się znaczny ubytek ludności, a jej koncentrację w głównych aglomeracjach makroregionu (Lublin, Rzeszów, Białystok, Olsztyn i Kielce). Makroregion jest słabiej zurbanizowany, niż reszta Polski: oprócz wyżej wymienionych miast tylko Elbląg liczy ponad 100 tysięcy mieszkańców (Węcławowicz i in. 2006), a wskaźnik urbanizacji odbiega znacznie w dół od średniej krajowej wynoszącej 61,0% (w 2009 od 41,1 w podkarpackim, 45,2 w świętokrzyskim i 46,5 w lubelskim, po 59,9 w warmińsko-mazurskim oraz 60,2 w podlaskim (GUS woj. 2010). Pod względem zatrudnienia w sektorze pierwszym, a zwłaszcza – na ogół niskowydajnym – rolnictwie Polska Wschodnia znacznie odstaje od i tak wysokiej średniej dla Polski (15,9% w 2009): lubelskie-36,6, podkarpackie - 23,8, podlaskie – 33,9, świętokrzyskie 31,7, warmińsko-mazurskie 16,3 (tamże). Przeciętne miesięczne wynagrodzenie brutto w 2009 wahało się od 84,0% średniej krajowej w warmińsko-mazurskim po 87,9 w lubelskim. Województwa te należą także do szczególnie zagrożonych ubóstwem: poniżej ustawowej granicy ubóstwa lokuje się od 10,1% gospodarstw domowych w warmińsko-mazurskim po 13,7% w świętokrzyskim, przy średniej krajowej 8,3% (tamże 2010). Badania atrakcyjności inwestycyjnej zaliczają zdecydowaną większość gmin Polski Wschodniej do nieatrakcyjnych, co ma niemały związek z oddaleniem od silnych ośrodków miejskich (Dziemianowicz 2008, Zarębski 2010). Z punktu widzenia szans rozwoju turystyki dane te są o tyle istotne, że demonstrują większe niż ogółem w Polsce ograniczenia w popycie wewnętrznym na usługi

turystyczne (niski poziom dochodów, ubóstwo) oraz - co się z tym wiąże – niski poziom urbanizacji, co ogranicza możliwości rozwoju najszybciej współcześnie rozwijających się form turystyki, to jest miejskiej i kulturowej. Przestarzała struktura gospodarcza, przejawiająca się także w słabych powiązaniach ekonomicznych i naukowych (MRR 2010a) dodatkowo obniżają możliwości rozwoju turystyki kongresowej, biznesowej czy zakupowej. Peryferyjne położenie wobec głównych ośrodków polskich generujących ruch turystyczny (z wyłączeniem części Warmii i Mazur oraz świętokrzyskiego) także nie stanowi ułatwienia, aczkolwiek nie jest to w żadnym przypadku najważniejsza bariera. Ludzie z reguły nie podejmują podróży nie mając określonego motywu/celu. Samo istnienie drogi lub linii kolejowej rzadko jest motywem. Chyba, że jest to amerykańska szosa *Route 66* lub inna wyjątkowo spektakularna droga widokowa (Austria, Szwajcaria, Indie, Boliwia mają takich wiele), których w Polsce Wschodniej poza Bieszczadami w zasadzie nie ma (a i tam nie są to porównawczo czołowe szlaki europejskie).

Rozdział 1. Charakterystyka turystyki w makroregionie

Tradycyjnie, wg dawnego paradygmatu, rozwój turystyki wiąże się z zasobami (walorami) przyrodniczymi i kulturowymi. Polska, w tym Polska Wschodnia, dostarczają dobrych przykładów, że rozstrzygającym czynnikiem jest istnienie rozwiniętej infrastruktury i oferty turystycznej, a w niewielu przypadkach, dopiero w drugiej kolejności i tylko w przypadku szczególnej atrakcyjności walorów przyrodniczych, towarzyszy im infrastruktura.

Tabela 3. Turystyka w Polsce Wschodniej na tle kraju w 2010r.

	W liczbach bezwzględnych	Jako procent w kraju
Powierzchnia makroregionu	99039 km2	31,67%
Ludność makroregionu	8,25 mln osób	21,56%
Liczba miejsc noclegowych ogółem W tym: a. w obiektach hotelowych (hotele, motele, pensjonaty i inne hotelowe) b. w innych obiektach zbiorowego zakwaterowania c. w agroturystyce (2009)* d. w pokojach gościnnych (2009)*	140654 38966 65301 21704 14683	17,11% 16,17% 17,68% 38,01% 9,50%
Obiekty hotelowe	1432	19,87%
W tym hotele 4* i 5*	15	8,51%
Polacy korzystających z noclegów w hotelach	1, 78 mln osób	16,67%
Turyści zagraniczni korzystający z noclegów w hotelach	0,36 mln osób	9,75%
Kwatery agroturystyczne	2384	43,55%

Źródło: GUS BDL oraz GUS 2010a:39 (*).

Przedstawione w tabeli 3 dane pozwalają zauważyć podstawowe cechy turystyki makroregionu Polski Wschodniej na tle jego potencjału ludnościowego i terytorialnego oraz na tle

kraju. Na pierwszy rzut oka widać, że turystyka w makroregionie stanowi mniejszą część krajowej, niżby to wynikało z potencjału ludnościowego czy terytorialnego. Jedynie w przypadku agroturystyki dzięki dwóm województwom (podkarpackiemu i warmińsko-mazurskiemu, po trosze też świętokrzyskiemu i innym) liczba obiektów agroturystycznych przekracza 40% zasobów kraju. Znaczenie agroturystyki pod względem liczby miejsc noclegowych jest znacznie mniejsze. Wyraźną słabością makroregionu jest generalnie stosunkowo niska jakość oferty. Wprawdzie dynamika budowy hoteli wyższej klasy jest w makroregionie wyższa niż średnio w kraju, ale ilościowo nadal stanowią one nieznaczną część bazy. Podkreślić należy wysoką dynamikę modernizacji w warmińsko-mazurskim, gdzie w 2012 powinno być już 15 działających hoteli cztero- i pięciogwiazdkowych.

Tabela 4. Obiekty według województw i podregionów w 2002 i 2010

Województwa i podregiony	Obiekty ogółem		Miejsca noclegowe na 1000 ludności		Udzielone noclegi na 1000 ludności	
	2002	2010	2002	2010	2002	2010
lubelskie:	**455**	**322**	**10,52**	**9,42**	**582,94**	**748,11**
bialski	141	100	21,69	17,08	872,22	705,46
chełmsko-zamojski	183	85	10,49	8,15	426,81	446,10
lubelski	72	67	8,01	5,96	465,90	512,64
puławski	59	70	7,12	11,36	775,65	1516,69
podkarpackie:	**433**	**379**	**11,40**	**10,74**	**635,47**	**979,26**
krośnieński	193	176	24,63	25,38	1542,78	2511,46
przemyski	73	58	7,82	8,09	373,88	536,22
rzeszowski	82	77	6,20	6,61	421,24	648,29
tarnobrzeski	85	68	8,27	5,05	292,01	391,20
podlaskie:	**245**	**182**	**11,99**	**9,59**	**639,47**	**759,59**
białostocki	48	43	6,65	5,91	455,41	651,65
łomżyński	77	59	6,96	6,02	371,60	433,91
suwalski	120	80	29,19	21,63	1374,63	1438,86
świętokrzyskie:	**163**	**162**	**7,48**	**9,66**	**445,13**	**951,60**
kielecki	105	106	8,83	10,34	558,60	724,14
sandomiersko-jędrzejowski	58	56	5,39	8,59	269,71	1309,14
warmińsko-mazurskie:	**368**	**387**	**23,98**	**26,42**	**1307,95**	**1686,41**
elbląski	118	98	15,05	14,19	690,23	1018,89
ełcki	85	123	25,87	39,41	1063,91	2287,44
olsztyński	165	166	30,88	30,97	1959,65	1984,34
Polska Wschodnia	**1664**	**1432**				
Polska	**7948**	**7206**	**15,82**	**15,98**	**1164,21**	**1461,09**

Źródło: BDL GUS

Turystyka odgrywa zróżnicowaną rolę w poszczególnych województwach i podregionach Polski Wschodniej. Dane przedstawione w tabeli 4 pokazują zmiany w intensywności turystyki na 1000 mieszkańców w roku 2002 i 2010, pokazując z jednej strony spadek liczby obiektów zakwaterowania zbiorowego (oprócz warmińsko-mazurskiego, z drugiej zaś wzrost intensywności funkcji turystycznej

we wszystkich województwach i podregionach. Dane te dowodzą też, że z wyjątkiem warmińsko-mazurskiego oraz zaledwie kilku podregionów (położonych niemal wyłącznie w tymże województwie) intensywność turystyki jest w Polsce Wschodniej znacznie poniżej średniej krajowej.

Zanim przejdziemy do szczegółowej analizy rozwoju gospodarki turystycznej w makroregionie, krótki przegląd walorów przyrodniczych i kulturowych makroregionu.

1.1 Walory przyrodnicze: charakterystyka

Polska Wschodnia rozciąga się w pasie południkowym od wybrzeży morza Bałtyckiego (właściwie Zalewu Wiślanego) przez obszary pojezierne, nizinę środkowo-europejską, wyżynę lubelską i Góry Świętokrzyskie po Beskidy Wschodnie. Daje to znaczne zróżnicowanie krajobrazów, ale zdecydowanie dominują tam niziny. Rozległość obszaru powoduje, że zróżnicowana rzeźba terenu poprzedzielana jest znacznymi obszarami monotonnymi, o – jak wiadomo z literatury - niewielkiej atrakcyjności turystycznej (zob. Kowalczyk 2000). Dominująca w krajobrazie funkcja ma charakter rolniczy, rzadziej leśny. W makroregionie jest kilka pojezierzy skoncentrowanych głównie w województwie warmińsko-mazurskim i północnej części podlaskiego, oraz pojezierze Łęczyńskie w województwie Lubelskim. Brak połączeń wodnych czyni z nich osobne akweny, pomniejszając ich atrakcyjność dla turystyki wodniackiej. Szczególne znaczenie dla turystyki ma system Wielkich Jezior Mazurskich, o rozbudowanej infrastrukturze żeglarskiej i ogólnoturystycznej, również Mazury Zachodnie i Warmia, względnie łatwo dostępne z Warszawy, Łodzi i Trójmiasta. Także niewielkie Pojezierze Augustowskie. Wskutek braku towarzyszącej infrastruktury (w tym hotelowej) niewielkie znaczenie mają kanał Elbląski (skądinąd interesujący zabytek techniki[20]), Augustowski i niedokończony Mazurski. Urozmaicenie przeważnie równinnych obszarów stanowią doliny największych rzek regionu: Wisły, Narwi, Bugu, Sanu i ich dopływów. Jedyna w pełni zagospodarowana turystycznie rzeka regionu to Krutynia, popularny szlak kajakowy. Do atrakcji należy przełom Wisły (okolice Kazimierza Dolnego) oraz – w znacznie mniejszym stopniu - przełom Bugu (okolice Drohiczyna i Mielnika).

Ujmując rzecz bardzo tradycyjnie, lesistość makroregionu nie odbiega od średniej i waha się od 22,6% w lubelskim i 27,8% w świętokrzyskim po 30,2% w warmińsko-mazurskim, 30,3% w podlaskim i 36,8% w podkarpackim (średnia krajowa 28,9%)(Lasy Państwowe 2007: 8). Podobnie jak w kraju, w zdecydowanej większości są to powojenne nasadzenia, w dużej części monokulturowe. Poziom zalesienia nie przekłada się na atrakcyjność turystyczną (przyjazdy turystów). Ma większe, acz

[20] Przedstawiany jako jedyny tego rodzaju zabytek hydrotechniczny. Niewątpliwie jest wybitnym zabytkiem, ale podobnie ciekawych, innowacyjnych obiektów hydrotechnicznych w Europie nie brakuje (zob. np. w Wielkiej Brytanii Falkirk Wheel, Anderton Boat Lift, Combe Hay Caisson Lock).

pochodne znaczenie jedynie tam, gdzie współwystępuje z rozwiniętą infrastrukturą turystyki aktywnej (wodniactwo, trekking, turystyka rowerowa i konna) i tradycyjnego wypoczynku nad wodą. O szczególnym znaczeniu ze względu na swą rangę w systemie przyrodniczym (rzadziej: turystycznym) są kompleksy leśne Białowieży, Polesia, Roztoczański, Puszcze Piska, Borecka, Romincka, Knyszyńska, Jodłowa, Sandomierska, Solska i Karpacka. W makroregionie znajduje się 9 parków narodowych: Białowieski (zarazem rezerwat biosfery UNESCO wpisany na listę dziedzictwa kulturalnego i przyrodniczego), Biebrzański, Narwiański, Wigierski, Poleski, Roztoczański, Świętokrzyski, Bieszczadzki i Magurski. Ponadto liczne parki krajobrazowe: 17 w województwie lubelskim, 10 w podkarpackim, 3 w podlaskim, 9 w świętokrzyskim i 8 w warmińsko-mazurskim. W zdecydowanej większości szerzej nieznane i bez większego znaczenia dla turystyki (z niewieloma wyjątkami, jak Mazurski, Suwalski, Kazimierski). Nawiasem mówiąc, dane o liczbie odwiedzających parki narodowe w Polsce sugerują, że nie wartość przyrodnicza, a dostępność infrastruktury i zróżnicowanych produktów wyznacza ich turystyczną atrakcyjność. [21]

Parki narodowe, krajobrazowe, rezerwaty stanowią formę ochrony zasobów przyrodniczych, co powoduje, że zwłaszcza do szczególnie cennych przyrodniczo obszarów dostęp jest ściśle kontrolowany, a często wręcz wykluczony. Dlatego ich użyteczność dla rozwoju turystyki, choćby niszowej, krajoznawczej czy przyrodniczej, jest ograniczona (Kozak 2009a). W części zaś znaczenie przyrodnicze, oczywiste dla specjalistów-przyrodników, nie przekłada się na szczególną atrakcyjność turystyczną. Także obszary NATURA 2000 nie są wyznaczane z powodu ich atrakcyjności turystycznej, a jedynie ich znaczenia dla środowiska przyrodniczego (sprawy te regulują unijne dyrektywy tzw. siedliskowa i ptasia). Wyjątki znaczące dla generowania wcale nie tak znów wielkiego ruchu turystycznego to okolice Bieszczad, Gór Świętokrzyskich, Mazur, Białowieży, Wigier. Atrakcyjność turystyczna pozostałych obszarów przyrodniczych jest stanowczo przeceniana, o czym świadczą dane o ruchu turystycznym. Przede wszystkim dlatego, że nie ma tam z reguły żadnej rozwiniętej oferty turystycznej, najlepiej całorocznej.

1.2 Materialne i niematerialne walory kulturowe

Na tle kraju dziedzictwo kulturowe Polski Wschodniej, mimo wybitnych przykładów, jest umiarkowane. Złożyły się na to przyczyny gospodarcze (przeważające słabe gleby, niski poziom urbanizacji i uprzemysłowienia), fale emigracyjne, długotrwałe istnienie pustek pogranicznych w

[21] Np. w 2006 roku Narwiański PN – 5 tys. turystów, Biebrzański - 31,3 tys., Poleski – 16,5 tys., Roztoczański 100 tys., Świętokrzyski 200 tys., Białowieski 240 tys. i Bieszczadzki 273 tys. (oba są deklarowanymi ikonami turystyki nie tylko wschodniopolskiej), tymczasem Tatrzański 2,7 miliona, Karkonoski 2,0 mln, Woliński 1,5 mln a Wielkopolski 1,2 mln turystów. I nie chodzi wcale o o położenie na Zachodzie i dostępność komunikacyjną: PN Ujście Warty przyciągnął zaledwie 18 tys., a Drawieński 15 tys. turystów (MSiT 2008: 96)

wiekach średnich spowodowały, że niektóre obszary ominęła wczesna fala budowy miast (szczególnie w Polsce północno-wschodniej). Jednocześnie na części tego obszaru rozwinęła się specyficzna struktura społeczna, gdzie nielicznym ogromnym latyfundiom towarzyszyły znaczne obszary zamieszkane przez bardzo złożoną wewnętrznie, ale przede wszystkim biedną (i z upływem czasu coraz biedniejszą i gorzej wykształconą) grupę szlachty „zaściankowej" czy „chodaczkowej". Do końca XVIII wieku poza nielicznymi miastami, pozostała ludność wolna zamieszkiwała głównie zwarte kompleksy puszczańskie, w których ceną wolności osobistej była odpowiedzialność za gospodarkę leśną. Okres wojny i lata powojenne przyniosły znaczne przemieszczenia ludności, w tym eksterminację populacji żydowskiej, niemal całkowite wyludnienie Bieszczad i zniszczenie tamtejszych wsi. Ze wszystkich tych względów rozmieszczenie zabytków w makroregionie jest wysoce zróżnicowane między, a także wewnątrzregionalnie.

Zabytki nieruchome w rozumieniu statystyki Narodowego Instytutu Dziedzictwa (NID) obejmują nader zróżnicowane kategorie: zespoły urbanistyczne, obiekty sakralne, publiczne, obronne, zamki, pałace, dwory, gospodarcze, zieleń, folwarki, mieszkalne, przemysłowe, cmentarne, inne. Dla każdego turysty ich znaczenie będzie inne. Ogólnie, o ile w Polsce w 2010 roku zarejestrowano 64673 zabytki nieruchome, to w lubelskim było ich 3500, podkarpackim 3750, podlaskim 2237, świętokrzyskim 1524 i warmińsko-mazurskim 5567. Makroregion razem: 16578 obiektów, to jest 25,6% ogółu polskich zabytków nieruchomych (NID 2010).

Ze względu na wielość rodzajów zabytków ujmowanych w ich rejestrach, łatwiej omówić sytuację posługując się wybraną kategorią. W turystyce ostatnio pojawił się może nie nowy, ale nasilony trend do zwiedzania i mieszkania w historycznych rezydencjach (zamkach, pałacach, dworach). Ta dość prestiżowa forma turystyki upowszechnia się i w Polsce.

Tabela 5. Miejscowości, w których znajdują się zamki, pałace i dwory w Polsce wg województw (2011)

Województwo	liczba	Na 100 km^2
Dolnośląskie	738	3,70
Kujawsko-pomorskie	368	2,04
Lubelskie	204	1,02
Lubuskie	224	1,60
Łódzkie	265	1,45
Małopolskie	263	1,73
Mazowieckie	468	1,32
Opolskie	183	1,94
Podkarpackie	204	1,14

Podlaskie	111	0,58
Pomorskie	260	1,43
Śląskie	182	1,48
Świętokrzyskie	120	1,02
Warmińsko-mazurskie	344	1,42
Wielkopolskie	722	2,42
Zachodniopomorskie	376	1,64
Polska Wschodnia razem	983	0,99
Polska razem/na 100 km2	**5111**	**1,63**

Źródło: Opracowanie własne z wykorzystaniem Kozak 2008. Uwaga: w niektórych miejscowościach istnieje więcej niż jeden obiekt (np. Piaseczno, Wojcieszów, Kraków i wiele innych). Zaznaczano je odrębnie jedynie w przypadku wyróżniających się obiektów o charakterze pierwotnie rezydencji wiejskiej). Rzeczywiste nasycenie obiektami rezydencjonalnymi jest zatem nieco większe (nawet do 10%), niżby to wynikało z tabeli (zwłaszcza w regionach zachodnich). Nie wszystkie obiekty znajdujące się we wskazanych miejscowościach są – jeszcze - zarejestrowane jako zabytki.

Mimo ogólnego pogorszenia sytuacji w turystyce, w roku 2010 liczba noclegów w obiektach zabytkowych wzrosła aż o 15% (Instytut Turystyki 2011). W świetle danych tab. 5, na 5111 miejscowości mieszczących historyczne rezydencje (tu: zamki, dwory i pałace wiejskie) tylko 1107 (czyli 22%) znajduje się w Polsce Wschodniej, przy czym najwięcej, bo aż 344 w warmińsko-mazurskim, a najmniej (111) w podlaskim. Polska Wschodnia odbiega także pod względem nasycenia (w przeliczeniu na 100 km^2): jeśli w dolnośląskim wynosi ono 3,70, wielkopolskim 2,42, kujawsko-pomorskim 2,04, przy średniej w kraju 1,63, to w Polsce Wschodniej wartości te wahają się w przedziale od 0,58 (podlaskie) do 1,42 (warmińsko-mazurskie). Średnio: 0,99 na 100 km^2.

Istnieją też znaczne różnice w układzie powiatowym. O wszystkich z tego rodzaju obiektach można powiedzieć, że budowano je najgęściej tam, gdzie występowała najlepsza sytuacja gospodarcza i kiedy koniunktura sprzyjała demonstracji siły ekonomicznej. Dlatego najczęściej powstawały one w bliskości rynków zbytu na produkty rolne, czyli w pobliżu największych miast lub na relatywnie mocno zurbanizowanym obszarze lub w pobliżu szlaków prowadzących do największych aglomeracji. To tłumaczy zarazem sytuację województwa podlaskiego: z dawna słabo rozwiniętego i pozbawionego większych miast. Dopiero rozwój Białegostoku zrodził tak potrzebny rynek i sprawił, że największe zagęszczenie rezydencji znajdziemy w jego okolicach (i ogólnie w południowo-zachodniej części województwa), a szczytem osiągnięć architektury rezydencjalnej w regionie jest białostocki pałac Branickich, faktycznych twórców miasta.

Podobne zjawisko obserwujemy w innych województwach. W warmińsko-mazurskim to bliskość szlaku komunikacyjnego Nidzica-Elbląg oraz okolice Bartoszyc i Kętrzyna sprzyjały powstawaniu licznych dworów. Południowe i południowo-wschodnie powiaty, stosunkowo najbiedniejsze (i niegdyś najbardziej oddalone od Królewca i Gdańska, a komunikacyjnie odcięte od Warszawy) niewiele mają zabytkowych rezydencji (w powiecie piskim dwa: Kaliszki i Łupki), w szczycieńskim pięć, licząc z ruinami zamku w Szczytnie.

W lubelskim to okolice Lublina i powiat puławski obfitują w dwory i pałace (w tym pierwszym jest ich ponad 20), podczas gdy rozległy powiat włodawski liczy ledwie 2 obiekty (pałac w Adampolu i dwór w Sobiborze). W świętokrzyskim obiekty zabytkowe występują dość licznie na południe od Kielc i w okolicach Sandomierza, ale znów powiaty północno-zachodnie nie należą do hojnie wyposażonych. W podkarpackim generalnie najwięcej zabytkowych rezydencji znajdziemy na obszarze między korytarzem komunikacyjnym Kraków-Rzeszów-Lwów a umowną linią łączącą Przemyśl, Sanok i Jasło.

Przy ocenie znaczenia dla rozwoju turystyki należy brać pod uwagę nie tylko ilość, ale też jakość obiektów zabytkowych. O ile w Polsce Wschodniej przeważają dwory i dworki (na ogół drewniane nie zawsze nawet tynkowane), to np. w dolnośląskim ponad połowa obiektów (58%) to pałace, a obiekty drewniane się nie zdarzają. Jeśli zaś chodzi o wykorzystanie ich turystyczne w Polsce Wschodniej, np. w formie obiektów noclegowych, to najwięcej takich znajdziemy w warmińsko-mazurskim (ponad 20 różnorodnych) i podkarpackim (blisko 10 różnorodnych, najmniej w podlaskim (1 mały), świętokrzyskim (2) i lubelskim (4 małe obiekty). Daje to jakiś wgląd w bardziej prestiżową ofertę turystyczną na obszarach wiejskich poszczególnych regionów Polski Wschodniej.

Do interesujących zabytków makroregionu należą obiekty sakralne, w większości katolickie. Niektóre z nich są celami pielgrzymek. Do bardziej znanych obiektów sakralnych (poza kompleksami największych miast, jak zwłaszcza w Lublinie, Kielcach, ale też Przeworsku i in.) należą m.in. Święta Lipka, Gietrzwałd, Wigry, Kodeń, Święty Krzyż, Rytwiany, Kalwaria Pacławska. Specyfikę krajobrazu znacznej części Polski Wschodniej tworzą cerkwie (grekokatolickie, neo-unicka i prawosławne) oraz synagogi. Ważnym ośrodkiem pielgrzymkowym jest niegdyś grekokatolicka, obecnie prawosławna Święta Góra Grabarka, także - o podobnych dziejach - pełniący funkcje turystyczne Supraśl. Do znanych ośrodków należą też Jabłeczna i Sławatycze. Dwa drewniane kościoły podkarpackie (w Bliznem i Haczowie) znajdują się na liście UNESCO, ale obiektów drewnianych o zbliżonej wartości historycznej nie brak (zob. choćby Radruż). Zabytkowych cerkwi w zasadzie nie znajdziemy w warmińsko-mazurskim i świętokrzyskim, zaś zabytkowych synagog w warmińsko-mazurskim. Do najwybitniejszych i najbardziej znanych synagog w makroregionie zalicza się te w Tykocinie i Lesku, nadto w Łańcucie, Włodawie, Zamościu, Jarosławiu, Przemyślu, Szydłowie i wielu innych miejscowościach. Coraz bardziej znane w Polsce są dwa drewniane meczety (Bohoniki i Kruszyniany) i

kilka mizarów (cmentarzy) tatarskich oraz cztery molenny staroobrzędowców (Gabowe Grądy, Wodziłki i Suwałki w podlaskim; Wojnowo w warmińsko-mazurskim). Podobnie jak gospoda „jurta tatarska" w Kruszynianach[22].

Na prestiżowej liście dziedzictwa UNESCO obok wspomnianych dwóch kościółków drewnianych znajduje się też zamojska Starówka[23]. Z kolei na ustanawianej przez prezydenta RP liście pomników historii 12 (czyli 27%) znajduje się we Wschodniej Polsce (Frombork, Grunwald, Kanał Elbląski w warmińsko-mazurskim; Kazimierz Dolny, Kozłówka, Lublin, Zamość w lubelskim; Leżajsk i Łańcut w podkarpackim; Krzemionki w Świętokrzyskim oraz Kanał Augustowski w podlaskim).

Makroregion pod względem nasycenia w obiekty dziedzictwa kulturowego nie odbiega znacząco od Polski zachodniej, różnice dotyczą raczej jakości (jak na przykładzie rezydencji). Mimo to wiele spośród tutejszych zabytków ma wielką wartość historyczną i architektoniczną lub urbanistyczną (Zamość, Lublin, Sandomierz, Przemyśl, Reszel i in.). Znajdują się tu liczne obiekty wymownie świadczące o dawnej i współczesnej wielokulturowości, mogące stać się jednym z ważnych narzędzi promocji Polski Wschodniej. Warto tę opinię skonfrontować z opinią skądinąd świetnie znającego Polskę autora niemieckiego, który w Polsce Wschodniej do listy najważniejszych ośrodków turystyki miejskiej zaliczył jedynie Lublin i Przemyśl, najwyraźniej nie biorąc tedy pod uwagę statystyki ruchu turystycznego, a do drugorzędnych Sandomierz, Elbląg, Olsztyn, Krosno, Rzeszów, Sanok, Kielce (kolejność oryginalna) (Rohrscheidt, von 2008).

Podobnie jest pod względem zabytków ruchomych, trudniej policzalnych, ale i zależnych od subiektywnych przekonań o ich wartości zabytkowej.

Tabela 6. Zabytki ruchome wg województw (2011)

województwo	Liczba zabytków ruchomych	Na 100 km^2
dolnośląskie	60984	305,7
Kujawsko-pomorskie	20661	115,0
Lubelskie	25826	102,8
Lubuskie	9666	69,1
Łódzkie	21977	120,6
Małopolskie	31011	204,2
Mazowieckie	37776	106,2

[22] Towarzysząca Księciu Karolowi żona Camilla odmówiła wizyty na Podlasiu usprawiedliwiając się bólem kręgosłupa (oficjalny komunikat ambasady brytyjskiej). Można tylko mieć nadzieję, że władze regionu starannie przeanalizują ten przypadek i wyciągną z tego wnioski.

[23] Wbrew uporczywym plotkom powielanym masowo w Internecie, nie jest na liście UNESCO żaden obiekt w Reszlu.

Opolskie	11696	124,3
Podkarpackie	22265	124,8
Podlaskie	12090	59,9
Pomorskie	14543	79,4
Śląskie	17377	140,9
Świętokrzyskie	15179	129,6
Warmińsko-mazurskie	11994	49,6
Wielkopolskie	42374	142,1
Zachodniopomorskie	13025	56,9
Polska Wschodnia razem	**87354 (23,7%)**	88,2
Polska	**368444 (100%)**	117,8

Uwaga: liczba zabytków ruchomych mierzona liczbą kart ewidencyjnych.

Źródło: obliczenia własne na podst. NID, 2011, http://www.nid.pl/idm,599,zabytki-ruchome.html, pobrano 9 sierpnia 2011

Pod względem zabytków ruchomych (cenne lub tylko stare, a przez to cenne, wyposażenie domostw, narzędzia, dzieła sztuki, dawna broń etc.), makroregion Polski Wschodniej dysponuje 23,7% ogółu takich zabytków w Polsce (tab. 6). Blisko połowa skoncentrowana jest w woj. lubelskim i podkarpackim. Nie jest to zatem dużo mniej, niż w innych częściach Polski. Brak danych pozwalających ocenić zróżnicowania jakościowe, ale w np. zbiorach muzealnych niewiele jest dzieł klasy światowej, choć bywają ważne dla polskich dziejów i kultury (np. obraz Unia Lubelska na zamku w Lublinie). Nasycenie zabytkami ruchomymi generalnie w Polsce Wschodniej jest niższe niż średnia w Polsce (88,2 wobec 117,8 na 100 km2). Tylko świętokrzyskie i podkarpackie wyróżniają się nasyceniem, ale pozostają daleko w tyle za dolnośląskim.

Podsumowując, Polska Wschodnia pod względem wyposażenia w zabytki w sensie ilościowym nie odbiega istotnie od reszty Polski, jakościowo jednak tak. W mniejszym stopniu wykorzystuje je też na potrzeby turystyki, zwłaszcza tej wysokiej jakości, prestiżowej (z wyjątkiem przede wszystkim warmińsko-mazurskiego oraz podkarpackiego).

Dość trudno odnieść się do tzw. *eventów* (wydarzeń) w makroregionie, nie zajmujących dotąd należnego im miejsca. Co gorsza przy braku wiarygodnych danych statystycznych opisujących sytuację. Pomijając wydarzenia religijne typu święto na Grabarce, Polska Wschodnia nie ma w ofercie zbyt wielu przedsięwzięć mogących przyciągnąć rzesze turystów. Przegląd ofert promowanych przez Polska Organizację Turystyczną na – przykładowo - sierpień 2011 nie wskazał w Polsce Wschodniej nic, co mogłoby śmiało konkurować z innymi regionami kraju, może z wyjątkiem festiwalu Dwa Brzegi

(Kazimierz Dolny-Janowiec) i tradycyjnych Dymarek w Nowej Słupi. Ale to nie znaczy, że nie odbywają się tu imprezy znaczące w swych specjalnościach: festiwale muzyczne, rekonstrukcje wydarzeń historycznych (z tradycyjnie słabo zorganizowanym zapleczem niezwykle jednak popularnej „bitwy pod Grunwaldem") i in. Być może nie całkiem przypadkowo znanym w całej Polsce *eventem* stała się rekonstrukcja (zresztą delikatna w formie) ostatniego spalenia na stosie w Europie, jakie istotnie miało miejsce decyzją pruskiego sądu w warmińskim Reszlu w 1811 roku. Na przeszkodzie rozwojowi kongresów i *eventów* zapewne stoją po trosze niedobory bazy: brak dużych centrów festiwalowych, kongresowych i wystawienniczych w największych miastach makroregionu (poza Kielcami), co nie tworzy presji na organizację wielkich imprez. To negatywnie wpływa także na rozwój bardzo dochodowej turystyki biznesowej i kongresowej, ale realizowane inwestycje i wsparcie unijne mogą temu zaradzić. Tyle tylko, że mury nie czynią centrum kongresowego. Decyduje realna działalność.

1.3 Zagospodarowanie turystyczne: przegląd

Infrastruktura transportowa Polski Wschodniej w sensie ilościowym (długość szlaków drogowych i kolejowych) odbiega na niekorzyść od reszty Polski. Nic w tym dziwnego, biorąc pod uwagę niską na znacznych obszarach (z wyjątkiem zwłaszcza podkarpackiego) gęstość zaludnienia [24] oraz ograniczoną makroregionalną wymianę transportową z Rosją, Białorusią i Ukrainą (zob. MRR 2010). Znacznie ważniejsze wydają się różnice jakościowe: makroregion jest stosunkowo słabo wyposażony w drogi ekspresowe (nie mówiąc o autostradach), co jest utrudnieniem w dostępności do głównych metropolii Polski (będących głównymi obszarami generującymi ruch turystyczny kraju). Polska Wschodnia jest przecięta tylko nielicznymi ważniejszymi szlakami tranzytowymi (A4 na Podkarpaciu, DK 7 na Warmii, zachodnich Mazurach i w świętokrzyskim, DK 8 i 61 na Podlasiu, DK 17 w Lubelskim, DK 12 w świętokrzyskim i lubelskim oraz południowych części DK 19), które mogłyby służyć rozwojowi turystyki bazującej na tranzycie. Niestety, zarówno pod względem ilościowym, jak i zwłaszcza jakościowym większość obiektów turystycznych położonych przy tychże traktach z reguły nie spełnia wymogów współczesności. A szkoda, bowiem zatrzymanie przejezdnych (pod warunkiem, że usatysfakcjonowanych efektem) dałoby dobrą okazję promowania także innych atrakcji regionalnych. Stan dróg jest niewątpliwym utrudnieniem w podróżach do i w makroregionie, ale nie jest to czynnik wyróżniający makroregion od reszty Polski. Podobnie stan kolejnictwa odbiega od średniego standardu w Polsce. Tak jak w całej Polsce, dostępność lokalna (miast powiatowych) jest na znacznie wyższym poziomie niż dostępność stolic regionów i kraju (zob. MRR kpzk 2011, mapy 11 i 12).

[24] pod tym względem sytuacja nie odbiega od znacznych obszarów Pomorza Zachodniego i Środkowego.

Poza podkarpackim, w makroregionie nie ma lotnisk międzynarodowych utrzymujących stałe połączenia lotnicze z zagranicą. Przykład lotniska w Jasionce, gdzie ruch lotniczy jest dalece poniżej oczekiwań, wskazuje, że na razie nie ma wskazań dla budowy nowych lotnisk. Z punktu widzenia rozwoju turystyki głównym problemem makroregionu nie jest słabość infrastruktury komunikacyjnej, lecz niedobór atrakcyjnych produktów.

Pod względem liczby obiektów noclegowych i ich jakości Polska Wschodnia odbiega jako całość od reszty Polski i jest znacząco zróżnicowana wewnętrznie. Bliższe dane o strukturze obiektów w porównaniu lat 2002 i 2010 podaje tabela 7.

Tabela 7. Liczba obiektów zakwaterowania zbiorowego 2002 i 2010 (ogółem i – po ukośniku - obiekty hotelowe)

	Obiekty ogółem/obiekty hotelowe; 2002	Obiekty ogółem/obiekty hotelowe; 2010
Lubelskie	455/42	322/117
Podkarpackie	433/59	379/171
Podlaskie	245/28	182/68
Świętokrzyskie	163/49	162/98
Warmińsko-mazurskie	368/110	387/168
Polska	**7948/1478**	**7206/3223**

Uwaga: obiekty hotelowe to także motele, pensjonaty i inne hotelowe. Źródło: BDL 2011.

Dane w niej zawarte wskazują, że nie licząc podlaskiego i świętokrzyskiego, pozostałe województwa mają zbliżoną liczbę obiektów hotelowych, ale pod względem jakościowym (udział hoteli w 2010 dominuje warmińsko-mazurskie. Dla przykładu dodajmy, że w kraju najwyższą pozycję w 2010 roku zajmowało województwo małopolskie (875 obiektów zakwaterowania zbiorowego ogółem, w tym 394 to obiekty typu hotelowego). Polska Wschodnia dysponuje 19,9% krajowych zasobów obiektów ogółem oraz 19,2% obiektów hotelowych. Jeśli chodzi o zmianę strukturalną i dynamikę, w ciągu niecałej dekady w Polsce i w Polsce Wschodniej zmniejszyła się liczba obiektów zagospodarowania zbiorowego ogółem przy jednoczesnej zmianie struktury polegającej na szybkim wzroście liczby obiektów hotelowych (zatem podnoszenie standardu). Tę ostatnią tezę potwierdzają dane o strukturze hoteli. Przegląd danych dotyczących hoteli wszystkich kategorii (z wyłączeniem tych w trakcie kategoryzacji) zawiera tabela 5.

Tabela 8. Hotele wg kategorii, 2002 i 2010 (bez jeszcze nieskategoryzowanych)

Makroregion (ogółem hoteli w 2010)	5* 2002	5* 2010	4* 2002	4* 2010	3* 2002	3* 2010	2* 2002	2* 2010	1* 2002	1* 2010
Lubelskie (32)	0	0	0	4	12	18	4	9	6	1
Podkarpackie (73)	0	0	0	1	15	37	17	27	11	8
Podlaskie (19)	0	0	1	3	3	6	7	9	3	1
Świętokrzyskie (55)	0	0	0	2	7	17	11	26	5	10
Warmińsko-mazurskie (79)	0	1	0	4	25	37	19	32	16	5
Polska Wschodnia (258)	0	1	1	14	62	115	58	103	41	25
Polska (1379)	6	35	44	141	355	676	310	350	197	177

Źródło: na podst. GUS (BDL).

Cechą szczególną bazy hotelowej w Polsce Wschodniej jest w gruncie rzeczy brak hoteli najwyższej klasy, i to mimo, że niektóre obszary makroregionu mają się za stolice letnie kraju. Na 35 hoteli pięciogwiazdkowych w Polsce tylko 1 działa w makroregionie. W okresie 2002-2010 liczba hoteli czterogwiazdkowych wzrosła z 1 do 14 (znacznie bardziej dynamicznie, niż ogółem w Polsce, z 44 do 141), co dobrze świadczy o branży hotelarskiej. Dominują w bazie hotele trzygwiazdkowe (115 w 2010, blisko dwukrotny przyrost w stosunku do 2002, podobnie jak ogółem w kraju), liczba hoteli dwugwiazdkowych wzrosła z 58 do 103, a jednogwiazdkowych na szczęście ubyło (z 41 do 25, szybciej niż średnio w kraju) (tab. 5). Dane te świadczą o zrozumieniu branży hotelarskiej potrzeby znacznego podniesienia jakości usług, by co najmniej zachować (lub zbudować) konkurencyjność. Znaczna część hoteli mieści się w stolicach regionów (w 2009 roku Lublin 11, Rzeszów 14, Białystok 8, Kielce 20, Olsztyn 12). Im wyższa kategoria hotelu, tym większe szanse, że będzie on ulokowany w stolicy regionu (GUS 2009 za Instytut Turystyki, Baza noclegowa tab. 7.4).

Tabela 9. Miejsca noclegowe na 1000 mieszkańców, udzielone noclegi na 1000 mieszkańców, korzystający z noclegów na 1000 mieszkańców, w obiektach zakwaterowania zbiorowego ogółem i (po ukośniku) w obiektach hotelowych, 2002 i 2010

	Miejsca noclegowe na 1000 mieszkańców	Miejsca noclegowe na 1000 mieszkańców	Udzielone noclegi na 1000 mieszkańców	Udzielone noclegi na 1000 mieszkańców	Korzystający z noclegów na 1000 mieszkańców	Korzystający z noclegów na 1000 mieszkańców
	2002	2010	2002	2010	2002	2010
Lubelskie	10,52/1,47	9,42/3,22	582,94/ 132,44	748,11/312,02	225,09/80,06	308,88/209,01
podkarpackie	11,40/ 1,79	10,74/3,81	635,47/ 157,39	979,26/369,48	252,45/92,35	331,47/209,32
Podlaskie	11,99/2,12	9,59/3,90	639,47/199,94	759,59/410,47	293,73/136,75	383,94/260,65
Świętokrzyskie	7,48/2,07	9,66/4,97	445,13/205,96	951,60/469,68	224,77/131,45	320,57/234,50
Warmińsko-mazurskie	23,98/6,36	26,42/9,16	1307,95/668,31	1686,41/892,21	498,06/349,53	629,57/449,12
Polska	**15,82/3,34**	**15,98/6,31**	**1164,21/349,99**	**1461,09/710,74**	**372,58/186,13/**	**535,83/375,89**

Źródło: BDL (zob. aneks stat. tab. 0). Uwaga: obiekty hotelowe to także motele, pensjonaty i inne hotelowe.

Jak wynika z danych tabeli 9 makroregion wykazuje się nie gorszą dynamiką przyrostu prezentowanych wskaźników, niż Polska ogółem, ale poziom nasycenia miejscami noclegowymi, udzielonymi noclegami i korzystającymi z noclegów ogółem tylko w warmińsko-mazurskim przekracza średnie krajowe (i to znacznie). Dane te pokazują dodatkowo, że poza warmińsko-mazurskim i świętokrzyskim w makroregionie liczba obiektów hotelowych jest znacznie mniejsza od pozostałych (niehotelowych). W 2010 roku najwyższą pozycję pod względem miejsc noclegowych, udzielonych noclegów i liczby korzystających z noclegów na 1000 mieszkańców zajmowały województwa zachodniopomorskie (odpowiednie dane to 35,87; 2528,73 i 728,62) oraz małopolskie (21,17; 2413,11 i 869,31)(GUS BDL).

Dla Polski Wschodniej (też dla innych regionów niemetropolitalnych) spore znaczenie ilościowe mają obiekty tzw. zakwaterowania indywidualnego (tabela 10).

Tabela 10. Kwatery agroturystyczne i pokoje gościnne w 2010

	Pokoje gościnne: obiekty	Pokoje gościnne: Liczba miejsc noclegowych	Pokoje gościnne: Noclegi udzielone (2010), w tys.	Agroturystyka : obiekty	Agroturystyka: liczba miejsc noclegowych	Agroturystyka : noclegi udzielone (2010), w tys.
Polska	**8888**	**154499**	**1301,6**	**5473**	**57095**	**241,4**
Lubelskie	269	3749	17,2	249	2045	4,0
Podkarpackie	342	4013	29,6	995	8482	18,9
Podlaskie	126	1911	5,8	478	4382	15,8
Świętokrzyskie	93	1104	4,8	218	1996	9,3
Warmińsko-mazurskie	273	3906	22,2	444	4799	18,2
Polska Wschodnia, liczby bezwzględne/ jako % ogółem w kraju	1103/12,41%	15786/10,22%	79,6/6,1%	2384/43,56%	21704/38,01%	66,2/27,42%

Źródło: na podst. BDL (zob. aneks stat. tab. 14)

Jeśli chodzi o indywidualne formy zakwaterowania (to jest pokoje gościnne i agroturystykę, z niewiadomych przyczyn nadal nazywane czasem formami prywatnymi[25]), udział makroregionu w 2009 w liczbie pokoi gościnnych (i miejsc noclegowych oraz udziału w noclegach) jest niewielki. Znacznie większe jest znaczenie agroturystyki, której liczba obiektów sięga 43,6% ogółu agroturystyk w kraju, ale już udział w liczbie miejsc noclegowych wynosi 38%, a w liczbie udzielonych noclegów tylko 27,4%. (tab. 10).

Tabela 11. Obiekty zakwaterowania ogółem w Polsce Wschodniej, 2010

	Obiekty zakwaterowania zbiorowego	Obiekty zakwaterowania indywidualnego	Ogółem
Lubelskie	322	518	840
Podkarpackie	379	1337	1716

[25] W statystyce z reguły określa się je bardzo umownie indywidualnymi obiektami zakwaterowania, choć często nie odbiegają niczym od pensjonatów i innych hotelopodobnych.

Podlaskie	182	604	786
Świętokrzyskie	162	311	473
Warmińsko-mazurskie	387	717	1104
Polska Wschodnia	1432	3487	4919
Polska	**7206**	**14361**	**21567**

Źródło: BDL

Polska Wschodnia reprezentuje zatem liczący się przynajmniej ilościowo potencjał w obiektach turystycznych: 19,9% w krajowych zasobach obiektów zakwaterowania zbiorowego, 24,3% - zakwaterowania indywidualnego, 22,8% ogółem.

Gastronomia

Zgodnie z obowiązującą w analizach ruchu turystycznego zasadą, dostępność i jakość usług gastronomicznych jest ważnym czynnikiem dla rozwoju turystyki. Dla specyficznej formy, jaka jest turystyka gastronomiczna (w tym enoturystyka), jakość posiłku jest wręcz kluczowa.

Tabela 12. Obiekty gastronomiczne w Polsce Wschodniej wg rodzajów i województw, 2005

	restauracje	bary	stołówki	Punkty gastronomiczne	Razem
Polska	3 386	3 554	2 640	2292	11872
Lubelskie	98	110	285	91	584
Podkarpackie	144	138	74	76	432
Podlaskie	78	99	107	72	356
Świętokrzyskie	65	67	34	38	204
Warmińsko-mazurskie	132	104	116	65	417
Polska Wschodnia/%	517/15,3%	518/14,6%	616/23,3%	342/14,9%	2410/20,3%

Źródło: na podst. BDL (zob. aneks stat. tab. 13)

Pewien wgląd w poziom rozwoju turystyki dają dane o obiektach gastronomicznych w Polsce Wschodniej (tab. 12 i 13). Wynika z nich, że w okresie 2005-2009 mimo nieznacznego przyrostu liczby obiektów gastronomicznych, udział Polski Wschodniej w kraju zmalał zarówno w liczbach bezwzględnych, jak i względnych (z 20,3 do 14,7%). Zmiana ta nie była równomierna: w lubelskim i podlaskim ubyło obiektów (78 i 53), w świętokrzyskim podkarpackim przybyło (58 i 38), w warmińsko-mazurskim można mówić o stagnacji (ubyło 2). We wszystkich regionach przybyło restauracji (od 8 do 12). We wszystkich też znacznie ubyło stołówek (z wyjątkiem świętokrzyskiego, gdzie przybyło ich 7). Nie uległa zmianie liczba barów i stołówek, nie bez wyjątków regionalnych. W sumie można mówić o korzystnej zmianie strukturalnej.

Tabela 13. Obiekty gastronomiczne w Polsce Wschodniej wg rodzajów i województw, 2009

	restauracje	bary	stołówki	Punkty gastronomiczne	Razem
Polska	4252	3817	2028	3208	13305
Lubelskie	110	88	213	95	506
Podkarpackie	152	189	65	64	470
Podlaskie	90	99	53	61	303
Świętokrzyskie	76	93	41	52	262
Warmińsko-mazurskie	143	106	96	70	415
Polska Wschodnia/% ogółu w Polsce	571/ 13,4%	575/15,1%	468/23,1%	342/10,7%	1956/14,7%

Źródło: na podst. BDL

Nie dysponujemy danymi o jakości, aczkolwiek w Polsce Wschodniej nadal nie ma restauracji rekomendowanych przez Michelina. Jeśli zaufać „Kulinarnemu atlasowi drogowemu Polski", rekomendującemu restauracje położone poza miastami, przy drogach, to w podkarpackim znajdziemy takich 11 (głównie na zachód od Rzeszowa), w lubelskim 10 (głównie na zachód od

Lublina), w podlaskim 9 (na ogół na północ od Białegostoku), w warmińsko-mazurskim 8 i świętokrzyskim 4. To oznacza dobrą pozycję. Wszelkie tego rodzaju rankingi należy jednak traktować z pewną ostrożnością.

Uzdrowiska

W makroregionie jest stosunkowo niewiele (11) uzdrowisk, ale niektóre cieszą się długą historią i popularnością (zwłaszcza przechodzący szybką restrukturyzację Nałęczów, mniej Iwonicz i Busko). Pozostałe uzdrowiska to Krasnobród, Horyniec, Polańczyk, Rymanów, Augustów, Supraśl, Solec oraz od 2000 roku Gołdap. Najwięcej, bo 4 uzdrowiska położone są w Karpatach, co jest zgodne z ogólną tendencją w kraju do koncentracji w pasie nadmorskim lub górskim (Mika, Ptaszycka-Jackowska 2007). Sanatoria są dość zróżnicowane. Do największych w makroregionie należą Iwonicz-Zdrój (szpital uzdrowiskowy i 9 sanatoriów), Busko-Zdrój (3 szpitale, 9 sanatoriów), Nałęczów (szpital i 6 sanatoriów). Ważnym, ale przeżywającym istotne problemy jest Rymanów-Zdrój, gdzie 3 duże obiekty sanatoryjne zostały wyłączone z ruchu. Z kolei w Gołdapi istnieje szpital uzdrowiskowy oraz sanatorium, a za to w Supraślu nie ma do dziś żadnego zakładu leczenia uzdrowiskowego. Krasnobród jest zapewne jedynym uzdrowiskiem (1 sanatorium), będącym zarazem ośrodkiem pielgrzymkowym. W sensie ilościowym niektóre z uzdrowisk dysponują znaczną bazą noclegową i leczniczą, choć czasem w stanie wymagającym poważnych nakładów.

Umocnienie roli uzdrowisk w turystyce regionu nie będzie możliwe bez ich faktycznej prywatyzacji i wprowadzenia nowych funkcji, nie ograniczających się do utrzymywania wyłącznie szpitali itp. obiektów uzdrowiskowych. Względnie najszybciej rozwijają się uzdrowiska wzbogacające tradycyjną ofertę przez wprowadzanie nowych usług turystycznych uzupełniających (nowe formy Spa, turystyka aktywna i in.). Za przykład szybkiego i udanego rozwoju może służyć Nałęczów czy Busko, gdzie usługi uzdrowiskowe zaczynają się przenikać z innymi turystycznymi. W miarę wzbogacania form prędzej czy później trzeba będzie uporać się z problemem specyficznych regulacji dotyczących wyłącznie miejscowości o statusie uzdrowisk: cisza nocna obowiązująca od godz. 22:00. To raczej trudne do pogodzenia z szerzej rozumianą turystyką, ale możliwe.

Ze względów społecznych i politycznych proces prywatyzacji obiektów uzdrowiskowych przebiega wolno w całym kraju. W efekcie problemy ich utrzymania i modernizacji do współczesnych potrzeb ulegają jedynie odsunięciu w czasie i pogłębieniu.

Instytucje kultury

Pośród zróżnicowanych motywów uprawiania turystyki, zwłaszcza turystyki kulturowej, w teorii istotną rolę obok imprez, eventów, dziedzictwa kulturowego, pełnią też instytucje kultury.

Tabela 14. Wybrane instytucje kultury w wybranych województwach w 2010 r.

	Muzea*	**Galerie i salony sztuki**	**Kina stałe**	**Teatry, instytucje muzyczne**	**Biblioteki publiczne ****
Polska	782	370	438	183	8342
lubelskie	45	11	29	6	443
podkarpackie	44	7	30	3	690
podlaskie	26	9	14	7	243
świętokrzyskie	24	11	10	4	291
warmińsko-mazurskie	27	13	21	5	316
	Uwaga: * - łącznie z oddziałami, ** - z filiami.				

Źródło GUS 2011: 2

Jeżeli porównać makroregion Polski Wschodniej z innymi województwami niż najbogatsze w muzea i aktywność kulturalną mazowieckie czy małopolskie, to pod względem ilościowym nie odstaje on od innych obszarów kraju. Przynajmniej, jeśli chodzi o instytucje. Pod względem uczestnictwa np. w spektaklach teatralnych i muzycznych na 10 tys. mieszkańców tylko podlaskie nieznacznie przekracza średnią krajową (313 wobec 302).

Ale czy i które instytucje kultury w Polsce Wschodniej mogą poprzez swą ofertę służyć rozwojowi ruchu turystycznego? Najwięcej wskazuje na muzea, na całym świecie zdolne przyciągać nawet miliony turystów (Prado, Guggenheima, Luwr, National Gallery i in.) i tworzyć znaczący, liczony w milionach dolarów dochód.

Przyjmuje się na ogół, że muzea są ważnym elementem infrastruktury przyciągającym turystów. Istotnie tak jest, jednak tylko w odniesieniu do niewielu wybitnych muzeów, dysponujących albo unikalnymi w skali przynajmniej kraju zasobami, albo budującymi ciekawą, interaktywną ofertę. Co do ilości wybitnych zasobów, to ostatnie dwa stulecia (wojny, bezsensowne powstania romantyczne, planowe pokojowe[26] i wojenne niszczenie dzieł sztuki i zabytków) spowodowały niepowetowane straty w makroregionie. Odbija się to na turystycznej atrakcyjności muzeów: większość z nich ma niewiele do zaoferowania i służy głównie lokalnej młodzieży szkolnej. Tym

[26] Jak choćby akcja wyburzania cerkwi w dwudziestoleciu międzywojennym, czy jednak o charakterze wojskowym akcje typu Wisła w Polsce południowo-wschodniej.

większą atrakcję stanowią nieliczne muzea o relatywnie wyjątkowych zasobach (pomijając największe miasta): np. w Kozłówce (jedyna rezydencja tej klasy, która przetrwała ostatnią wojnę i okres powojenny z niemal nietkniętym, oryginalnym wyposażeniem). Wśród 110 muzeów znajdujących się w Państwowym Rejestrze Muzeów (w założeniu: o szczególnym znaczeniu) są 22 muzea Polski Wschodniej; 7 w lubelskim, 6 w podkarpackim, 4 w świętokrzyskim, 3 w warmińsko-mazurskim, 2 w podlaskim (MKiDN 2011).

Wiedza o funkcjonowaniu muzeów w Polsce i dane o odwiedzających zmuszają do pewnej ostrożności w ocenie ich roli w przyciąganiu turystów. Z rzeczy ogólnych – w wyniku wojen i szabru i innych wydarzeń, jak np. pożar skansenu w Sanoku - polskie zasoby muzealiów są relatywnie niewielkie i na ogół skromnej jakości. Co więcej, z wyjątkiem kilku zaledwie muzeów (Powstania Warszawskiego, Chopina), polskie muzea są zorganizowane wg starych, przestarzałych form, sprawiają wrażenie raczej składów niż nowoczesnych ekspozycji, personel nie ma poczucia służebności wobec gości, a czas pracy dostosowują do potrzeb pracowników, a nie turystów (z reguły wszystkie muzea otwiera się o 10:00 i zamyka się między 14 a 17) (Kozak 2009). Dopiero ostatnio zaczęto wydłużać czas pracy.

Według danych BDL w roku 2009 ogółem w Polsce 20,66 mln osób zwiedziło muzea i ich oddziały. W Polsce Wschodniej było takich osób 3,62 mln, tj. 17,5% ogółu w Polsce. Najczęściej odwiedzano muzea w woj. lubelskim (1,02 mln), podkarpackim (0,93 mln), świętokrzyskim (0,84 mln), podlaskim (0,36 mln) oraz warmińsko-mazurskim 0,47 mln (BDL). Dla porównania, w województwie małopolskim muzea odwiedziło 6,03 mln, w mazowieckim 3,33 mln, pomorskim 1,79 mln (tamże). Muzea Polski Wschodniej w okresie 2002 – 2009 zwiększyły znacznie liczbę zwiedzających w podkarpackim (z poziomu 0,51 mln) i świętokrzyskim (z poziomu 0,33 mln). W pozostałych województwach przyrosty były znacznie mniej spektakularne (BDL). Co więcej, znaczna część (1/4 wizytujących w 2010 roku muzea to młodzież szkolna w ramach realizacji programu nauczania). Przodują w tym świętokrzyskie (42,3%) i lubelskie (33,3%). Regiony Polski Wschodniej należą do posiadających najmniej obiektów muzealnych (i muzeów) w Polsce (tylko w podkarpackim i lubelskim liczba muzeów przekracza 40, a tylko w podkarpackim liczba muzealiów przekracza 0,5 mln) (GUS 2011: 5).

Zgodnie z utrwaloną w Polsce tradycją, analizy instytucji kultury ograniczają się do zestawień liczbowych, tymczasem to jakość czyni różnicę. Polska Wschodnia nie wypada słabiej, jeśli chodzi o liczby instytucji i uczestnictwa w kulturze, ale też nie należy do obszarów innowacyjnych. Nie ma tu nowoczesnych, interaktywnych, otwartych na gości muzeów. Poza Gardzienicami niewiele nowatorskich inicjatyw. Nie są to cechy radykalnie gorsze, niż w przypadku funkcjonowania kultury

ogółem w kraju, ale trudno sobie wyobrazić rozwój turystyki kulturowej bez przełamania tej sytuacji. To znów kwestia pieniędzy i innowacji.

Infrastruktura kongresowa

Wspomniano, że jedną z przeszkód w rozwoju bardzo dziś atrakcyjnej formy turystyki jaką jest turystyka kongresowa, konferencyjna, biznesowa, jest relatywnie niski poziom aktywności ekonomicznej makroregionu i słabość powiązań (gospodarczych, społecznych, naukowych etc) ze światem zewnętrznym (zob. Komornicki 2010), ale i tak są one silniejsze od wewnątrzmakroregionalnych (MRR kpzk 2011).

Przykład Kielc i powstałego tam ośrodka targowo-wystawienniczego dowodzi, że słabość ekonomiczna nie jest kluczową barierą. Poza Kielcami nie znajdziemy jednak w makroregionie podobnego centrum, gdzie infrastruktura targowa, konferencyjna, hotelowa byłyby podporządkowane obsłudze tego specyficznego rodzaju turystyki. Tymczasem w stolicach makroregionu (poza Kielcami) sale konferencyjne są na ogół niewielkie i zasadniczo służą innym celom, głównie dydaktycznym (Olsztyn: centrum konferencyjno-szkoleniowe Uniwersytetu Warmińsko-Mazurskiego z największą sala mieszczącą do 597 osób; Lublin: centrum Kongresowe Uniwersytetu Przyrodniczego z sala do 600 miejsc; Lublin: MTPolska z salą do 200 miejsc; Białystok: centrum hotelowe Titanic z salą do 200 osób; w Rzeszowie brak informacji)[27]. Tymczasem szacuje się, że turystyka biznesowa na świecie przynosi dochód roczny rzędu 100 mld USD. USA ma w tym udział 20 mld, Niemcy 11 mld, Włochy 6 mld, Polska 0,2 mld dolarów (e-konferencje 2008). Szansę poprawy sytuacji daje makroregionowi wsparcie dla rozwoju centrów kongresowych w ramach programu Rozwój Polski Wschodniej.

Najnowszy raport o przemyśle spotkań i wydarzeń Polsce nie podaje danych o kongresach i konferencjach w układzie regionalnym, koncentrując się na głównych ośrodkach ich organizacji, czyli miastach. Wśród 18000 spotkań i wydarzeń w Polsce w 2010 roku było 6420 kongresów i konferencji (35%), 9669 wydarzeń korporacyjnych (54%),903 wydarzenia motywacyjne (5%) i 1008 targów i wystaw (6%)(Celuch, Dziedzic 2011:24). Tylko dochody z noclegów przyniosły Warszawie 101,7 mln zł, Krakowowi 85,1 mln, Poznaniowi 68,8 mln, a Katowicom 12,0 mln zł (tamże s. 36). Danych dla miast Polski Wschodniej brak, z wyjątkiem Kielc, o których wiemy, że udzielono tam 126070 noclegów w związku ze spotkaniami i wydarzeniami, czyli dużo mniej, niż Warszawie (2388157), ale niewiele mniej niż w Bydgoszczy (146170)(tamże s. 31). Polska Wschodnia nie odnosi w tym zakresie wielkich sukcesów, ale ma potencjał, wzmacniany jeszcze przez PO Rozwój Polski Wschodniej.

[27] Danych o centrach konferencyjnych i kongresowych szukano korzystając z przeglądarki internetowej. W Rzeszowie brak oferty typu konferencyjnego.

Branża turystyczna

Generalnie rzecz biorąc rynek branży turystycznej w Polsce odznacza się niezwykle wysokim, przekraczającym 90% udziału firm małych, kilkuosobowych, często wyspecjalizowanych, obsługujących częściej ruch krajowy. Rynek wyjazdowy charakteryzuje się dużą rolą odgrywaną przez wielkie firmy zagraniczne (Panasiuk 2008, Pawlusiński 2007). Rynek ten uznaje się za jeszcze w trakcie tworzenia, o czym świadczą liczby.

Tabela 15. Firmy turystyczne wg dominującej funkcji i województwa

	Organizator	Organizator/pośrednik	Pośrednik	Ogółem
lubelskie	19	48	0	78
podkarpackie	15	82	3	100
podlaskie	68	19	0	87
świętokrzyskie	1	52	0	53
warmińsko-mazurskie	9	97	0	106
Polska Wschodnia	112	298	0	413
Polska	646	2292	38	2976

Źródło: IT, 2009:26. Dane dla 2008.

Według danych Ministerstwa Sportu i Turystyki, we wrześniu 2011 roku ogółem w Polsce było 3137 podmiotów turystycznych (organizatorów i pośredników) zarejestrowanych w centralnej ewidencji. Na Polskę Wschodnią przypadało 466 (14,85%) podmiotów, a na wchodzące w jej skład województwa odpowiednio: lubelskie 99 (3,16%), podkarpackie 108 (3,44%), podlaskie 84 (2,68%), świętokrzyskie 61 (1,94%) o warmińsko-mazurskie 114 (3,63%) (MSiT 2011 1.4. Szczegółowa strukturę przedstawia tabela 15. Jak widać, w ostatnich 4 latach pomimo spadku ruchu turystycznego postępował wzrost liczby firm w branży. Większość pełniła funkcje organizatorsko-pośredniczącą, jedynie w podlaskim zdecydowanie dominowały firmy wyłącznie organizatorskie. Jak można się spodziewać, zdecydowanie najwięcej firm turystycznych działa w województwach (ośrodkach) generujących największy ruch turystyczny. Tak np. najwięcej (632, to jest 20,15% ogółu w Polsce) działa w mazowieckim, dalej śląskim (420; 13,39%) i małopolskim (394; 12,56%) (tamże).

Ranking najlepszych biur podróży w 2010 przeprowadzony przez firmę International Service Check, uwzględniający wiedzę pracowników i stosunek do klientów; wygląd, schludność biura i pracowników oraz budowanie lojalności (sposób zachęcania do powrotu do biura) wyłonił najlepsze: Eco Holiday, Rainbow Tours, Itaka, Neckermann, Sun Club, Scan Holiday, Gromada. Żadne nie ma siedziby w Polsce Wschodniej[28].

Szlaki turystyczne

[28] www.forsal.pl, pobrano 14.09.2011.

Szlaki turystyczne, podobnie jak inna infrastruktura transportowa, nie generują ruchu, lecz obsługują istniejący, związany z korzystaniem z usług turystycznych. Nadzieja, że zbudowanie ścieżek turystycznych na obszarze dotąd nie odwiedzanym przez turystów spowoduje ich napływ nie mają potwierdzenia[29]. Niestety, dane o szlakach turystycznych mają charakter jedynie ilościowy, nie jakościowy, zatem analiza musi być ograniczona.

Tab. 16. Szlaki Polski Wschodniej wg województw w km, 2009

	razem	Piesze górskie	Piesze nizinne	narciarskie	rowerowe	konne	Kajako-we	inne
Polska	70064,8	10810,0	35908,2	439,8	17229,7	3350,1	937,3	1489,7
Lubelskie	3757,0	-	3282,8	-	415,2	59,0	-	-
Podkarpackie	2369,1	1573,6	552,0	-	161,0	-	-	82,5
Podlaskie	4232,1	-	3330,6	-	901,5	-	-	-
Świętokrzyskie	3944,7	325,0	996,6	-	2291,1	7,0	-	325,0
Warmińsko-mazurskie	2610,0	-	1457,3	-	855,7	17,0	280,0	-
Polska Wschodnia, (km/% ogółu w Polsce)	12968,2/ 18,5%	1898,6/ 17,6%	9619,3/ 26,8%	-/-	4624,5/ 26,8%	83/ 2,5%	280,0/ 29,9%	407,5/ 27,4%

Źródło: GUS, 2010, Turystyka w 2009r., Warszawa: GUS

Dane o szlakach przedstawione w tabeli 16 pokazują strukturę szlaków turystycznych dostępnych w makroregionie oraz ich udział w szlakach w Polsce ogółem. Względnie silna pozycja makroregionu dotyczy szlaków kajakowych, pieszych nizinnych, rowerowych i innych. Makroregion ma słabą pozycję pod względem szlaków pieszych górskich, ale woj. świętokrzyskie i podkarpackie bardzo się tu liczą. Rozważając znaczenie tych danych dla oceny turystyki w makroregionie należy pamiętać, że po pierwsze, znaczna część ruchu turystycznego nie korzysta ze szlaków, lecz np. dróg leśnych i polnych, rzek i akwenów nieoznakowanych jako szlaki kajakowe, po drugie szlaki obsługują głównie turystów rekreacyjnych i aktywnych (choć istnieją też szlaki miejskie), zatem tylko część populacji turystów, po trzecie nie znamy intensywności ruchu na poszczególnych odcinkach i rodzajach szlaków. Doświadczenia z innych regionów oraz incydentalne przykłady z Polski Wschodniej sugerują, że – mimo oczywistej zwłaszcza w Polsce Wschodniej sezonowości w korzystaniu z tychże – przynajmniej od maja do października powodzeniem cieszą się ścieżki położone przy większych ośrodkach miejskich i turystycznych oraz łączące położone blisko siebie ośrodki. Do bardzo uczęszczanych latem i w weekendy należy np. ścieżka rowerowa Białystok-Supraśl, okolice Lublina. Ale np. w okolicach Gór Świętokrzyskich liczne tam ścieżki są często wytyczone wąskimi, krętymi

[29] Autor uczestniczył w ewaluacji ścieżek rowerowych na pograniczu polsko-niemieckim. Ścieżki znakomicie sprawdzały się w głównych ośrodkach turystycznych i ich otoczeniu. Nie generowały ruchu turystycznego w innych obszarach (choć pełniły inne funkcje w większych wsiach, dla ich mieszkańców w drodze do i ze sklepu).

drogami, zdaniem autora nienadającymi się do bezpiecznego ruchu rowerowego. Trudno sobie wyobrazić natomiast użyteczność ścieżki biegnącej przez liczne pustkowia dzielące stolice województw, gdzie często przez wiele kilometrów ani gastronomii, ani noclegu, ani atrakcji.

Znawcom turystyki konnej nie trzeba zaś tłumaczyć, że na razie eksploatowane są przede wszystkim krótkie odcinki szlaków w pobliżu ośrodków jeździeckich, co wynika z trybu ich pracy. Dłuższe odcinki, ponad 30 km, zwłaszcza pozbawione miejsc wyżywienia i dogodnego noclegu dla koni i jeźdźców są dotąd użytkowane nieczęsto[30]. Wycieczki i rajdy konne są potencjalnie niezwykle przyszłościowym kierunkiem rozwoju turystyki (akurat pod tym względem dysponujemy znacznie lepszymi warunkami niż gęsto zaludnione najbogatsze obszary Europy). Sporo na tym tracimy. Trzeba by jednak zmienić też regulacje prawne[31] i zapewnić dobrej jakości miejsca noclegowe dla jeźdźców i koni.

Należy podkreślić, że szlak *per se* nie jest produktem turystycznym. Na zasadzie wyjątku może nim być, jeśli bezpośrednio lub pośrednio wiąże się z płatnością za korzystanie [32]

1.4. Ruch turystyczny w makroregionie i wybrane formy turystyki

Jak wspomniano na początku, w gruncie rzeczy jedyny oparty na faktach sposób pomiaru atrakcyjności turystycznej makroregionu polega na analizie liczby gości, lub jeszcze lepiej – liczby udzielonych noclegów.

Makroregion na tle kraju

Ruch turystyczny jest w gruncie rzeczy jedynym faktycznym wskaźnikiem atrakcyjności turystycznej danego obszaru, w tym przypadku Polski Wschodniej. Tylko wybory turystów czynią miejsce lub obszar atrakcyjnym, dlatego nie będziemy się posługiwać dość pospolitymi w polskiej literaturze pseudoobiektywnymi próbami dekretowania, co jest atrakcyjne, wszystkie bowiem znane przypadki odwołują się faktycznie do stereotypowych wyobrażeń powiązanych z przekonaniem, że jedyną turystyką jest turystyka wypoczynkowa[33]. Wynika z nich z reguły, że naprawdę atrakcyjne są tylko obszary nad morzem, jeziorami, w Karpatach i Sudetach, to jest: pomorskie, zachodniopomorskie, warmińsko-mazurskie, podkarpackie, małopolskie, dolnośląskie, niemal nigdy

[30] Ośrodek jeździecki, stadnina to dziś – bez względu na status prawny – normalne przedsiębiorstwo żyjące z usług. Większość aktywności to godzinne zajęcia na ujeżdżalni, rzadziej godzinne-dwugodzinne wyjazdy w teren, rzadko (kilka razy w roku) kilkudniowe rajdy konne o zasięgu na ogół nie większym niż 50-150 km od stadniny. Rajdy dłuższe są w skali kraju wyjątkami od reguły. Przyczyny są proste: nieuporządkowane prawo, niektóre odcinki szlaków są na razie zbyt słabo wyposażone w niezbędną infrastrukturę (stajnie, pensjonaty itp.), co stawia bardzo duże wymagania zwierzętom i jeźdźcom oraz organizatorom. Dlatego znaczne odcinki często bardzo długich, nawet kilkusetkilometrowych szlaków konnych w praktyce są użytkowane sporadycznie, choć potencjalnie mogłyby się stać polską specjalnością w Europie.

[31] Przepis zabrania np. wjazdu bryczkami i konno na drogi leśne, choć zezwala tam wjeżdżać samochodom. To kwestia oczywistej potrzeby uporządkowania prawa.

[32] W kwestii szlaku jako atrakcji lub produktu zob. Kowalczyk i Derek 2010: 36 i nast.

[33] Zob. Kozak 2009: 191 i nast.

śląskie, ciągle stereotypowo kojarzone jedynie z wydobyciem węgla i przemysłem ciężkim, nie zaś z turystyką.

Tab. 17. Rozmieszczenie krajowego ruchu turystycznego w mln wizyt (szacunek), 2002 i 2009

	Krótkookresowe 2002	Krótkookresowe 2009	Długookresowe 2002	Długookresowe 2009
POLSKA	36,2	17,5	18,0	13,3
Lubelskie	2,4	1,0	0,8	0,7
Podkarpackie	1,8	0,8	1,3	0,9
Podlaskie	1,4	0,4	0,5	0,4
świętokrzyskie	1,7	0,6	0,9	0,3
Warmińsko-mazurskie	1,3	1,0	1,3	1,0
Polska Wschodnia/ (jako % podróży w całym kraju)	8,6 (23,8%)	3,8 (21,7%)	4,8 (26,7%)	3,3 (24,8%)

Źródło: Instytut Turystyki, tab. 14.3 i 14,4, http://www.intur.com.pl/kraj_ch1.htm, pobrano lipiec 2011

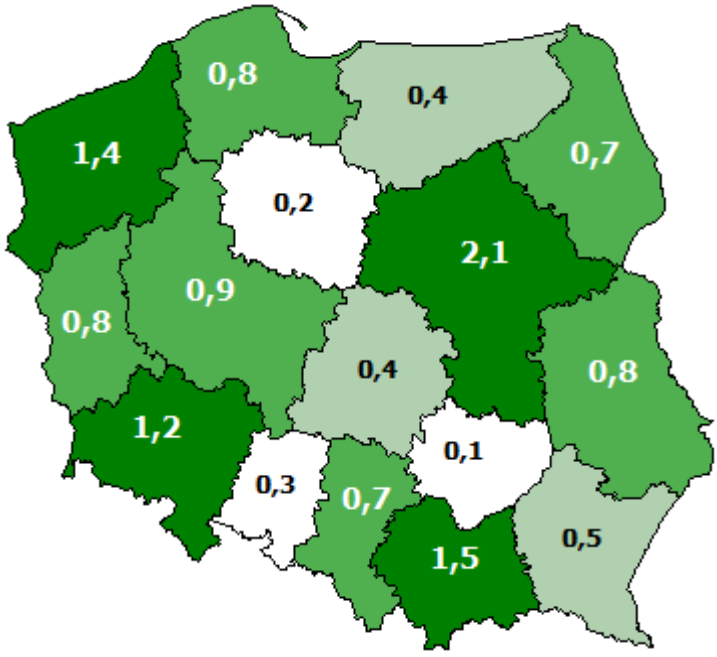
Dane przedstawione w tabeli 17 pokazują, że właściwie niezależnie od roku, Polska Wschodnia, obszar ¼ terytorium Polski, przyjmuje około ¼ do 1/5 krajowego ruchu turystycznego. Najmniejszy w tym udział ma najlepiej położone względem wielkich miast województwo świętokrzyskie oraz tranzytowe podlaskie. Nie wystarczy być blisko; trzeba mieć co zaoferować.

Zanim przejdziemy do charakterystyki ruchu turystów zagranicznych, należy podkreślić, że od dnia wejścia Polski do strefy Schengen (21.12.2007) i zlikwidowania kontroli granicznych na wewnętrznych granicach UE (z Czechami, Niemcami, Litwą i Słowacją), będące podstawą statystyk GUS dane Straży Granicznej obejmowały jedynie przekroczenia granic zewnętrznych Unii (czyli lądowych z Białorusią, Rosją i Ukrainą, oraz przystani morskich i lotnisk międzynarodowych). Wiedza o turystach zagranicznych z Unii Europejskiej jest jedynie szacunkowa.

Pod względem udziału w podróżach turystów zagranicznych sytuacja Polski Wschodniej odbiega od większości bardziej na zachód położonych województw (mapa 1). Makroregion w 2009 roku

był kierunkiem podróży dla 2,5 mln turystów zagranicznych, to jest 19,53% ogółu w Polsce (12,8 mln). Stosunkowo wysoka pozycja podlaskiego i lubelskiego (zwłaszcza w porównaniu z warmińsko-mazurskim) prawdopodobnie da się wyjaśnić wzmożonym ruchem tranzytowym, jednak kwestia ta wymagałaby pogłębionych badań. Dane Instytutu Turystyki za rok 2010 świadczą, że wzrosła liczba turystów zagranicznych wybierających się do Polski Wschodniej, przy czym cały przyrost jest zasługą podlaskiego (wzrost o 0,2 mln) i podkarpackiego (o 0,1 mln)(IT 2011 kwiecień).

Mapa 1. Kierunki podróży turystów zagranicznych w 2009 roku (w mln)



Źródło: IT, 2011a, *Charakterystyka przyjazdów turystów zagranicznych w 2009 r.*, http://www.intur.com.pl/turysci2009.htm#woj09 , pobrano sierpień 2011

Liczba turystów zagranicznych korzystających z obiektów zakwaterowania zbiorowego w na tle całej Polski pokazują, że we wszystkich regionach Polski Wschodniej w okresie 2002 -2009 ich liczba spadła, podczas gdy ogółem w Polsce wzrosła (z 3145 tys. do 3862, głównie dzięki mazowieckiemu, małopolskiemu i śląskiemu, zatem regionom metropolitalnym). W lubelskim dane te wyniosły odpowiednio 86 tys. w 2002 i 79 tys. w 2009, podkarpackim odpowiednio 74 i 63 tys., podlaskim 85 i 69 tys., świętokrzyskim 28 i 23 tys., warmińsko-mazurskim 205 i 149 tys. (Bartoszewicz i Skalska 2010: 38).

Dane dotyczące ruchu turystycznego potwierdzają, że podobnie jak w Europie, głównymi ośrodkami ruchu turystycznego są miasta, zwłaszcza wielkie miasta. Według szacunków Instytutu

Turystyki, w 2006 spośród 15 mln turystów zagranicznych ponad 1/3, to jest 6,2 miliona odwiedziło 6 aglomeracji (w tym z Polski Wschodniej tylko Lublin z 0,6 mln turystów; pozostałe to Warszawa, Kraków, Poznań, Gdańsk, Wrocław). Najwięcej, bo 2,7 mln w Warszawie i 1,1 mln Kraków (IT 2008). W 2009 do najczęściej odwiedzanych miast należały Warszawa, Kraków, Szczecin, Wrocław, Poznań, Gdańsk i Białystok (Bartoszewicz i Skalska 2010:77). W świetle dostępnych badań województwa Polski Wschodniej różnią się dominującą motywacją podróży z zagranicy. W świętokrzyskim dominują interesy, w lubelskim i podkarpackim zakupy, w podlaskim i warmińsko-mazurskim motywy mieszane (tamże: 76).

Można się spotkać z przekonaniem, że budowa hoteli wyższej klasy (w Polsce: powyżej 3 gwiazdek) jest nieekonomiczna, ponieważ są zbyt drogie i nie znajdą chętnych. Odwołując się do stopnia wykorzystania pokoi hotelowych w największych miastach bez trudu można wykazać, że na ogół stopień ten jest wyższy (lub równy) w przypadku hoteli cztero- i pięciogwiazdkowych, niż średnia dla wszystkich hoteli. Np. w Warszawie wykorzystanie pokoi średnio wynosi 55,0%, a w hotelach 4* 56,4% i 5* 61,9%; w Poznaniu odpowiednio 40,2%, 43,1%, 41,5%. Dla miast wojewódzkich makroregionu (w 2009 w żadnym nie było hotelu 5*, a w Olsztynie także 4*) sytuacja wyglądała następująco: w Lublinie średnia wykorzystania pokoi wynosiła 50,8%, a w hotelach 4* 49,8%, w Kielcach odpowiednio 31,2% i 35,0%; Rzeszowie 46,1% i 46,1%; a tylko w Białymstoku 40,2% i 28,4%[34] (GUS turystyka 2010:84). Wyraźnie istnieje znaczące zapotrzebowanie na obiekty wyższej jakości.

Atrakcyjność turystyczna makroregionu wg powiatów

Atrakcyjność makroregionu mierzona liczbą odwiedzających turystów jest mniejsza, niż innych regionów kraju. Ale to nie znaczy, że makroregion nie jest atrakcyjny, ani że atrakcyjność ta rozkłada się równomiernie w makroregionie.

Poniższe dane dotyczą liczby turystów korzystających z noclegów w obiektach zakwaterowania zbiorowego[35] w poszczególnych województwach makroregionu.

Na początek dane o zróżnicowaniach na poziomie województw i podregionów. Miarą atrakcyjności jest informacja o liczbie turystów korzystających z noclegów.

W województwie lubelskim w 2009 roku w obiektach zakwaterowania zbiorowego (bez pokoi gościnnych i agroturystyki) w poszczególnych powiatach następujące ilości turystów skorzystały z noclegów (w nawiasie: w hotelach). Powiat bialski 43364 (w hotelach 16049), biłgorajski 10823 (w hotelach 2470), chełmski 3087 (2283), hrubieszowski 4221 (0), janowski 21083 (11017),

[34] Dane nie objęły nowego hotelu 4* klasy *boutique* oddanego do użytku później.

[35] W praktyce oznacza to wszystkie formy zakwaterowania z wyłączeniem obiektów zakwaterowania indywidualnego, to jest pokoi gościnnych i agroturystyki.

krasnostawski 8933 (3431), kraśnicki 2894 (1734), lubartowski 12539 (1869), lubelski 9099 (3969) Łęczyński 654 (0), łukowski 8898 (5853), opolski 8000 (7306), parczewski 9383 (0), puławski 176803 (51134), radzyński 3762 (0), rycki 504 (0), świdnicki 4917 (0), tomaszowski 11655 (0), włodawski 22262 (0), zamojski 37323 (41113), m. Biała Podlaska 19539 (10999), m. Chełm 11577 (5053[36]), m. Lublin 191298 (146862), m. Zamość 45723 (31052) (aneks stat. tab. 1). Traktując liczbę turystów korzystających z noclegów jako miarę rzeczywistej atrakcyjności turystycznej poszczególnych powiatów, zauważymy, że jedyne powiaty, gdzie skorzystało ponad 50 tysięcy turystów to miasto Lublin (191,3 tys.) i powiat puławski (176,8 tys.). Biorąc pod uwagę noclegi turystów w pow. świdnickim i lubelskim, możemy uznać, że tylko aglomeracja lubelska ma znaczenie. Pozostałe powiaty nie odgrywają istotnej roli i nawet w Zamościu, uznawanym za perłę Lubelszczyzny nie było więcej, niż 46 tysięcy noclegów. Warto też zwrócić uwagę, że w 8 powiatach nie ma hoteli. Ponieważ turyści zagraniczni w zdecydowanej większości korzystają z noclegów w hotelach, jest to dodatkowa informacja o szansach rozwoju turystyki z udziałem cudzoziemców.

W pozostałych województwach makroregionu sytuacja jest względnie zbliżona, jeśli chodzi o koncentrację faktycznego ruchu turystycznego.

W podkarpackim liczba korzystających z noclegów wg powiatów układała się w 2009 r. następująco. Powiat bieszczadzki 36728 (w hotelach 3917), brzozowski 4613 (2529), dębicki 23690 (10766), jarosławski 19319 (7504), jasielski 7445 (1725), kolbuszowski 2361 (667), krośnieński 41701 (9136), leżajski 7272 (5761), lubaczowski 10776 (2228), łańcucki 20444 (0), mielecki 16674 (13772), niżański 10667 (1830), przemyski 16258 (6032), przeworski 5009 (3974), ropczycko-sędziszowski 22634 (7412), rzeszowski 36861 (13922), sanocki 37256 (16920), stalowowolski 19215 (9554), strzyżowski 5952 (0), tarnobrzeski 10454 (7580), leski 119725 (7135), m. Krosno 15181 (12636), m. Przemyśl 45017 (26034), m. Rzeszów 104406 (80305), m. Tarnobrzeg 15250 (12649). Tylko w powiecie leskim (119,7 tys.) i m. Rzeszowie (104,4) liczba korzystających z noclegów przekracza 100 tys. (przy czym aglomeracja rzeszowska to łącznie 141 tys. korzystających z noclegów. Uderzająca jest relatywnie niska liczba turystów korzystających z noclegów w wojewódzkiej ikonie turystyki, czyli w powiecie bieszczadzkim (36,7 tys., niewiele więcej niż w powiecie dębickim). Obiekty agroturystyczne mogą tu stanowić pewne uzupełnienie, ale nie zmienią skali ruchu (zwłaszcza zagranicznego). (aneks stat. tab. 2)

W województwie podlaskim w 2009 r. liczba turystów korzystających z noclegów zakwaterowania zbiorowego miała się następująco.

W powiecie augustowskim 73352 (w hotelach 20745), białostockim 41097 (2268), bielskim 10850 (9598), grajewskim 6554 (0), hajnowskim 30644 (8392), kolneńskim 3677 (3593), łomżyńskim

[36] wszystkie bez przyznanych gwiazdek.

20151 (8500[37]), monieckim 6274 (1802), sejneńskim 9364 (0), siemiatyckim 6122 (0), sokólskim 5116 (0), suwalskim 18060 (0), wysokomazowieckim 1825 (12[38]), zambrowskim 1294 (0), m. Białystok 161523 (86351), m. Łomża 11686 (10221), m. Suwałki 30264 (23600) (tab. aneks). Wnosząc z liczby turystów korzystających z noclegów w woj. podlaskim jedynie aglomeracja białostocka (miasto + powiat) przyciąga łącznie ponad 200 tysięcy turystów. Poza tym większe znaczenie ma jedynie powiat augustowski (73,3 tysiące) oraz Suwałki z powiatem ziemskim (48,3 tysiące). W 5 powiatach nie ma w ogóle hoteli, przy czym dotyczy to także obszarów uznawanych za szczególne walory regionu. Turyści najwyraźniej nie podzielają tego zdania, a promocja obejmuje zatem tereny zupełnie nie gotowe do przyjęcia ruchu turystycznego w skali wykraczającej poza agroturystykę czy nieliczne obiekty typu hotelowego (nie hotele). (aneks stat. tab. 3)

W województwie świętokrzyskim w 2009 roku turyści także korzystali z noclegów w niewielu najważniejszych ośrodkach. Statystyka o noclegach wg powiatów kształtuje się następująco. Powiat buski ogółem 42897 (w hotelach 14263), jędrzejowski 9253 (0), kazimierski 3052 (2744), kielecki 87535 (39117), konecki 16872 (5164), opatowski 2604 (0), ostrowiecki 15280 (12304), pińczowski 3339 (0), sandomierskie 33330 (9782), skarżyski 15580 (14065), starachowicki 19990 (17323), staszowski 22803 (3066), włoszczowski 1649 (1182), m. Kielce 109916 (99315). (aneks stat. tab. 4)
W turystyce województwa świętokrzyskiego liczy się jedynie aglomeracja kielecka (miasto + powiat ziemski łącznie 197,4 tys. turystów korzystających z noclegów). Wśród pozostałych jedynie powiat buski (uzdrowisko!) przyciągnął na nocleg 43 tysiące turystów. W 3 powiatach województwa w ogóle nie ma hoteli. Województwo świętokrzyskie nasuwa też refleksję nad wyjątkami od reguły: oto Bałtów, dziś największa atrakcja (produkt!) regionu przyciąga ponad 0,5 mln gości. Jest to oczywisty sukces, ale znacznie pomniejszony wskutek niedorozwoju bazy noclegowej, która mogłaby nie tylko sprzyjać wzrostowi liczby turystów, ale też podnieść znacząco dochód mieszkańców i budżetu gminy.

Województwo warmińsko-mazurskie wyróżnia się pod względem nasilenia ruchu turystycznego, ale też nie jest to ruch równomiernie obejmujący województwo. W powiecie bartoszyckim liczba korzystających z noclegów ogółem w 2009 roku wyniosła 5459 (w tym w hotelach 4879), braniewskim odpowiednio 14628 (9504), działdowskim 8462 (5542), elbląskim 10890 (7886), ełckim 24345 (13656), giżyckim 107712 (66094), gołdapskim 10009 (1288), iławskim 25914 (8144), kętrzyńskim 20933 (17356), lidzbarskim 7056 (4071), mrągowskim 194214 (156179), nidzickim 5254 (2859), nowomiejskim 2110 (826), oleckim 4958 (1198), olsztyńskim 61925 (19263), ostródzkim 101307 (75505), piskim 39544 (3384), szczycieńskim 21635 (3023), węgorzewskim 19972 (703), mieście Elbląg 53171 (38067) i mieście Olsztyn 113667 (89259). Wprawdzie we wszystkich powiatach istnieją hotele, ale w niektórych nie posiadają żadnej gwiazdki (gołdapski, a nawet węgorzewski).

[37] wszystkie noclegi w hotelach bez przyznanych gwiazdek.
[38] wszystkie noclegi w hotelach bez przyznanych gwiazdek.

(aneks stat. tab. 5). Główne ośrodki recepcyjne to powiat mrągowski (194 tys. noclegów), aglomeracja olsztyńska (miasto i powiat razem 176 tys.), powiat giżycki (108 tys.) i ostródzki (101 tys.). Rysuje się tu dość klarowny obraz koncentracji w trzech tylko obszarach: Wielkich Jezior Mazurskich, Olsztynie i okolicy oraz powiecie ostródzkim. W każdym przypadku to miasta są decydującymi ośrodkami recepcji.

Inne dane o ruchu turystycznym, gościach, noclegach (w tym turystów zagranicznych) zawiera tab. 0 w aneksie statystycznym. Dane te jedynie potwierdzają wcześniejsze wnioski.

Agroturystyka

Agroturystyka ma bogatą literaturę w Polsce, a mimo to o wielu kluczowych aspektach jej funkcjonowania niewiele wiemy. Na tle licznych przyczynkarskich lub stricte teoretycznych prac, do najwszechstronniejszych analiz agroturystyki w Polsce należy praca Wojciechowskiej (2009). W sferze dotyczącej analizy przestrzennej (lokalizacja gospodarstw, typy, oferta gospodarstw) praca odnosi się do danych z lat 1996 – 2002. Mimo to, wobec braku późniejszych danych przytoczmy za Autorką, iż w Polsce Wschodniej spotykamy następujące typy gospodarstw agroturystycznych.

W województwie warmińsko-mazurskim dominujący typ to gospodarstwo wielkoobszarowe (farmerskie). W podlaskim i lubelskim dominuje typ tradycyjny chłopski, w świętokrzyskim i podkarpackim gospodarstwa rodzinne pracowniczo-chłopskie, a dodatkowo w pasie Karpat i pogórza – pensjonaty agroturystyczne (Wojciechowska 2009: 72). Jeśli zaś chodzi o ofertę agroturystyczną (rozumiana jako „propozycja zawarcia umowy w celu zachęcenia do zakupu przeżyć oraz produktów związanych z usługami turystycznymi w czynnym gospodarstwie rolnym” - s. 81), autorka wyróżnia, kreśląc ich granice schematycznie na mapie Polski, ofertę regionu kaszubsko-mazursko-suwalskiego (zatem w Polsce Wschodniej to warmińsko-mazurskie i Suwalszczyzna), wschodniego (zatem reszta podlaskiego, lubelskie oraz środkowa i północna część podkarpackiego), podkarpackiego (część południowo-karpacka podkarpackiego) oraz świętokrzyskiego (s. 88). Niestety, jak sama Autorka przyznaje cechami różnicującymi ofertę agroturystyczną w przestrzeni kraju nie tyle są cechy agrokwaterodawców, co walory przyrodnicze i kulturowe (s. 88). Region kaszubsko-mazursko-suwalski ma się charakteryzować podstawową (B&B) i pełną (nocleg + wyżywienie + atrakcje) usługą oraz funkcjami wypoczynkową, wypoczynkowo specjalizacyjną, edukacyjno-poznawczą, zdrowotną, rozrywkową. Wschodni region to głównie usługi zasadnicze (nocleg) i podstawowe (B&B), a funkcja to ogólnie wypoczynkowa, edukacyjno-poznawcza, zdrowotna i rozrywkowa. Region podkarpacki z kolei to głównie usługa zasadnicza (nocleg) i podstawowa (B&B), a funkcje: ogólnie wypoczynkowa, wypoczynkowa specjalizacyjna, zdrowotna, rozrywkowa. Wreszcie region świętokrzyski to usługa

podstawowa oraz pełna, a funkcje turystyczna i ogólnie wypoczynkowa, wypoczynkowo specjalizacyjna, edukacyjno-poznawcza, zdrowotna, rozrywkowa (tamże, tab. 9). We wszystkich wyróżnianych regionach agroturystycznych za podstawowe oferowanych atrakcji Autorka podaje walory przyrodnicze, walory kulturowe oraz umiejętności i uprawnienia (jak rozumiem, agrokwaterodawców) (tamże). Typologia województw ze względu na rozwój bazy agroturystycznej oparta na danych z 2002 roku (s. 142) nie oddaje stanu dzisiejszego.

Dość oczywiste wydaje się, że obszary pojezierne będą sprzyjać dostępności sprzętu wodnego. Z kolei oferta specjalistyczna (wymagająca kwalifikacji co najmniej od agrokwaterodawcy, jak np. jazda konna) występuje względnie rzadko w ogólnej populacji i jest rozproszona. Częściej pojawia się tam, gdzie występują duże skupienia turystów (np. Mazury).

Jak widać, dostępne informacje jakościowe mają charakter wyrywkowy. A zwłaszcza w przypadku agroturystyki, gdzie jakość usługi przesądza o „szeptanej" promocji, informacje te są szczególnie ważne. I tak np. z badań w podkarpackim wynika, że 98% kwater dysponuje miejscem na grill lub ognisko, 82% placem zabaw dla dzieci, 60% salonem, 48% boiskami do gry, 38% sprzętem turystycznym (kajaki, rowery), internetem 36%, możliwością wędkowania 24%, przejażdżkami konnymi lub bryczką 20% (ASM 2007). Trudno o wyczerpujące dane o jakości oferty, mierzone choćby obecnością węzła sanitarnego w każdym pokoju. W mazowieckim w 2005 tylko 16,8% gospodarstw agroturystycznych oferowało taki standard. Pod tym względem obserwowano także ogólne zróżnicowanie w układzie wschód-zachód: im bliżej granicy zachodniej, tym wyższy standard (Kozak 2006). Ale dla agroturystyki kluczowa jest jakość niemierzalna: klimat domu i kultura gospodarzy. Tego żadne dane mierzalne, nawet jakościowe, nie przekażą.

Ze względów dość oczywistych, spośród różnych form turystyki, jakie można uprawiać na obszarach wiejskich, szczególnym upodobaniem Ministerstwa Rolnictwa i Rozwoju Wsi cieszy się agroturystyka. Kluczowa, definicyjna cecha wyróżniająca ją od wszelkich innych form turystyki to realizowanie jej przez rolnika i jego rodzinę w działającym gospodarstwie rolnym (Żelazna 2004). Regulacje prawne dotyczące agroturystyki są zawikłane, czasem wręcz nielogiczne, oparte na trudnych do zrozumienia przywilejach *de facto* uniemożliwiających monitoring zjawiska i pobór podatków od obrotu (por. Raciborski 2003). Tylko kilka przykładów. Rolnik nie ma obowiązku prowadzić ksiąg (chyba, że będzie wyjątkowo nieinteligentny i sam zgłosi wysokość osiągniętego obrotu. Taki przypadek nie jest znany). Agroturystyka nie podlega ustawie o działalności gospodarczej, zatem kwaterodawca nie jest przedsiębiorcą, *ergo* dochodzenie wszelkich roszczeń może się dokonywać tylko na podstawie kodeksu cywilnego. Turysta korzystający z agroturystyki – w odróżnieniu od innych turystów - jest więc pozbawiony ustawowej ochrony w ramach ustaw

konsumenckiej i turystycznej. Agrokwaterodawca może świadczyć bez podatków usługę w max 5 pokojach w domu mieszkalnym (zatem nie w odrębnym od domostwa gospodarzy budynku) i tylko na terenie gospodarstwa. Zatem nie może zawieźć na wycieczkę autem, bryczką lub konno poza swoje gospodarstwo, pożyczyć roweru lub kajaka, jeśli miałby być użyty poza terenem gospodarstwa. łatwo się domyślić, że w większości przypadków zakazy i nakazy dotyczące obsługi turystów są łamane (lub tylko obchodzone, np. w drodze umowy użyczenia zamiast umowy wynajęcia roweru na wycieczkę). Co zresztą i tak nie ma znaczenia, bowiem tylko księgi mogłoby dawać informację (choćby i zaniżoną) o obrotach i wynikających stąd należnościach podatkowych, ale tych nikt nie prowadzi (Kozak 2009b). I tym się w Polsce różni agroturystyka od wszelkich innych form turystyki na wsi. Na świecie takie rozwiązania nie są znane. Przedstawione dane o agroturystyce nie pozwalają ocenić ani liczby noclegów, ani skali korzyści finansowych dla agrokwaterodawców, gmin i regionów.

Agroturystyka – jak każda forma turystyki – wykazuje silną skłonność do koncentracji terytorialnej. Widać to już na poziomie krajowym i wojewódzkim. W roku 2010, w świetle dostępnych we wrześniu 2011 danych GUS (obejmujące wyłącznie poziom województw) w agroturystyce udzielono w Polsce 241391 noclegów, z czego na lubelskie przypadało 3995, podkarpackie 18932, podlaskie 15831, świętokrzyskie 9315, warmińsko-mazurskie 18152. Łącznie agroturystyki regionu udzieliły 66225 noclegów, co stanowiło 27,4% ogółu. Dla przykładu na Śląsku 20939, pomorskie 39690 (najwięcej w Polsce) (BDL). Dane za 2010 nie obejmują liczby obiektów i miejsc noclegowych.

Polska Wschodnia dysponuje 2384 kwaterami agroturystycznymi (= 43,6% w Polsce) i 21704 miejscami noclegowymi (to jest 38,0%). (GUS Tur. 2009: 39) Województwo lubelskie ma 249 obiektów i 2045 miejsc noclegowych, podkarpackie 995 i 8482, podlaskie 478 i 4382, świętokrzyskie 218 i 1996, a warmińsko-mazurskie 444 i 4799. Dla porównania, drugie w Polsce po podkarpackim województwo małopolskie ma 819 kwater i 9845 miejsc noclegowych w agroturystyce. Bardzo trudno w świetle dostępnych danych oceniać trend. Oto w 2005 roku Instytut Turystki szacował liczbą kwater agroturystycznych w Polsce na 7214 dysponujących 70300 miejscami noclegowymi (Jagusiewicz, Legienis 2006). Czołowe miejsca zajmowały województwa małopolskie (1220 obiektów i 13975 miejsc) i podkarpackie (1016 i 7581). Z kolei dane MRiRW dla roku 2005 mówiły o 8806 kwaterach dysponujących 86 842 miejsc w Polsce (w tym w Małopolsce 2358, warmińsko-mazurskim 952, pomorskim 822, podlaskim 734 i podkarpackim 691 (Kozak 2006: 26). W świetle tych danych, w porównaniu z danymi GUS za 2009 rok, od kilku lat trwa ubytek liczby kwater i miejsc noclegowych rzędu 24 – 38%. Pewnym wytłumaczeniem może być bardzo niski stopień wykorzystania miejsc noclegowych w agroturystyce (w 2002 roku: 14% w Polsce, 10% w lubelskim, 13% w podkarpackim,

24% w podlaskim, 11% w świętokrzyskim, 20% w warmińsko-mazurskim. Dla porównani, najwięcej , bo 25% w śląskim) (BDL, to najnowsze dostępne dane).

Zjawisko to jest jeszcze lepiej widoczne na poziomie lokalnym. Ze względu na brak danych za 2010, posłużymy się danymi z 2009 roku. I tak w województwie lubelskim na 214 gmin agroturystyka w 2009 roku występuje tylko w 85 gminach, ale jedynie w kilku – dzięki liczbie – tworzą teoretycznie szerszą ofertę. Zatem 15 i więcej gospodarstw agroturystycznych występuje jedynie w gminie Wola Uhruska koło Włodawy (17), Włodawa (17), Susiec k. Tomaszowa (32), Krasnobród, Kazimierz Dolny (59). Wyraźnie widać, że gospodarstwa agroturystyczne najczęściej występują w położonych na terenach głównie wiejskich ośrodków ruchu turystycznego, odznaczających się atrakcyjnością, położeniem w pobliżu miast o znaczeniu lokalnym oraz szlaków komunikacyjnych. Agroturystyka nie odgrywa żadnej roli w północno-wschodnich gminach województwa, gdzie turystyka w ogóle nie zdołała się rozwinąć. Agroturystyka ma zatem tendencję do rozwoju nie tam, gdzie liczne gospodarstwa rolne, ale tam, gdzie magnesem są atrakcje turystyczne, raczej kulturowe (Kazimierz Dolny) niż przyrodnicze (Cyców k. Łęcznej). Im bardziej na wschód i północny –wschód, tym mniej agroturystyki. (zob. aneks stat. tab.6)

W pozostałych województwach wzór jest podobny (zob. aneks stat. tabele 7-10).

W podkarpackim koncentracja lokalna jest jeszcze bardziej widoczna. Na 158 gmin województwa w 64 nie ma agroturystyki, a 15 i więcej gospodarstw znajdziemy tylko w Baligrodzie (36), Brzostku (32), Bukowsku (25), Chmielniku (18), Cisnej (28), Czarnej (19), Dukli (20), Komańczy (33), Krempnej (18), Kuryłówce (16), Lesku (122), Lutowiskach (22), Nowym Żmigrodzie (68), Olszanicy (89), Rymanowie (44), Sanoku (gmina wiejska – 30), Solinie (68), Ustrzykach Dolnych (51), Zagórzu (71). Na poziomie powiatów zdecydowanie dominują leski, sanocki, bieszczadzki, bardziej na zachód krośnieński i jasielski. Wszystkie położone na pogórzu i w Beskidach. Północna część województwa nie odgrywa żadnej, a środkowa – większej – roli w agroturystyce. Po raz kolejny potwierdza się, że agroturystyka rozwija się w pobliżu innych atrakcji turystycznych.

W województwie podlaskim na 118 gmin w 39 nie ma gospodarstw agroturystycznych. 15 i więcej gospodarstw znajdziemy w gminach: Augustów (wiejska – 27), Białowieża (58), Giby (27), Goniądz (31), Krasnopol (15), Mielnik (26), Narewka (28), Nowinka (19), Płaska (23), Rajgród (29), Sejny (25), Suwałki (wiejska – 39), Wiżajny (24). Wyraźne skupiska obserwujemy na Suwalszczyźnie, w powiatach augustowskim i hajnowskim, nieco mniejsze w okolicach Rajgrodu. Środkowa i południowa część województwa nie odgrywa większej roli w agroturystyce (z wyjątkiem przełomu Bugu).

Na 102 gminy województwa świętokrzyskiego w 32 agroturystyka nie istnieje, a więcej niż 15 agroturystyk znajdziemy tylko w gminach: Bieliny (19), Bodzentyn (42), Chmielnik (25), Nowa Słupia (25), Szydłowiec(18). Zdecydowana większość gospodarstw agroturystycznych lokuje się w powiecie kieleckim, a szerzej: w górach Świętokrzyskich, najbardziej uczęszczanym turystycznie obszarze województwa (poza Kielcami).

W województwie warmińsko-mazurskim, gdzie działalność typu agroturystycznego ma stosunkowo długą tradycję, na 115 gmin w 28 nie ma żadnego gospodarstwa agroturystycznego. Na ogół są to – z natury rzeczy – gminy miejskie lub na obszarach bardziej peryferyjnych w stosunku do centrów turystycznych i głównych miast (np. pobliże granicy z Rosją, nawet w gminie wiejskiej Braniewo czy też na południowych kresach województwa, w okolicy Działdowa). Ponownie używając limitu minimum 15 i więcej gospodarstw w gminie, znajdziemy taką ofertę w gminach: Ełk (37), Gietrzwałd (17), Giżycka (15), biskupiecka (15), grunwaldzka (20), iławska (24), Jonkowsko (18), Kruklanki (32), Mikołajki (50), Mrągowo (19), i wiejski mrągowski (46), Ostróda (18), Piecki (22), Pojezdne (18), Purda (27), Ruciane-Nida (47), Stawiguda (16), Węgorzewo (18). Tylko gmina miejska Mrągowo wśród miast dysponuje agroturystyką. Przedstawione dane potwierdzają tezę, że agroturystyka rozwija się poza miastami (Mrągowo jest wyjątkiem) i przede wszystkim w pobliżu głównych ośrodków turystycznych (Olsztyn, Mikołajki, Mrągowo, Ostróda i inne) oraz przy najbardziej uczęszczanych przez turystów szlakach (Wielkie Jeziora Mazurskie, zachodnie Mazury i Warmia).

Zwraca uwagę, że udział makroregionu w ogólnej liczbie obiektów agroturystycznych jest większy, niż udział w liczbie miejsc noclegowych, co oznacza, że obiekty te dysponują przeciętnie mniejszą liczbą miejsc.

Informacja o osiągniętych dochodach w wymiarze bezwzględnym są niedostępne, aczkolwiek z niektórych badań wiadomo, że np. w mazowieckim w 60% badanych gospodarstw agroturystycznych dochód z agroturystyki stanowi 10-20% dochodów ogółem (Mrozik-Kozak 2009). Dochody osiągane przez agrokwaterodawców w znikomym stopniu przekładają się na dochód innych mieszkańców wsi (gospodarstwa agroturystyczne maksymalizują wykorzystanie własnych zasobów, ludzkich i materialnych), a wobec zwolnień podatkowych nie przekładają się w ogóle na budżet gmin. Wydaje się, że do wyjaśnienia tego fenomenu mogą się przyczynić informacje o strukturze miejsc noclegowych. Problemem jest bowiem znaczna sezonowość agroturystyki: w 2007 w lubelskim miejsc noclegowych sezonowych w agroturystyce było 28,5%, w podkarpackim 20,1%, podlaskim – 30,5%, świętokrzyskim 18,7% i warmińsko-mazurskim 33,5%. Średnio w Polsce Wschodniej w 2007 roku na 28544 miejsca noclegowe agroturystyki 7705, to jest 27,0%, miało charakter sezonowy. Omawiając strukturę bazy agroturystyki należy wziąć pod uwagę, że dane na ten temat nie są

jednolite. Tak np. dane, jakimi posługują się Ośrodki Doradztwa Rolniczego odbiegają *in minus* od danych GUS, ale może to także wynikać z odmienności metody pomiaru. Ze względów dalej wyjaśnionych, dane nt liczby noclegów uważam za znacznie, ale w stopniu niedającym się określić, zaniżone.

Analiza sytuacji w agroturystyce skłania ku dodatkowej refleksji. Otóż agroturystyka jest przedmiotem setek przyczynkarskich studiów i badań, wielu entuzjastycznych książek oraz adresatem znaczących dotacji, których wielość jest znana tylko ARiMR i MRiRW. Tymczasem w zupełnej ciszy funkcjonuje znacznie większa pod każdym względem kategoria pokojów gościnnych, spotykanych w głównie w miastach lub na wsi, ale nie związanych z gospodarstwem rolnym.[39] W 2009 roku obiektów oferujących pokoje gościnne było w Polsce 8888 (kwater agroturystycznych: 5473) oferujących 154499 miejsc noclegowych (w agroturystyce: 57095). Przy o przeszło 1/3 większej liczbie obiektów pokoje gościnne dysponują trzykrotnie większą liczbą miejsc noclegowych. W Polsce Wschodniej liczba obiektów wynosi 1095 a miejsc noclegowych 14683. W poszczególnych województwach dane te wynoszą odpowiednio w lubelskim 261 i 3749, podkarpackim 342 i 4013, podlaskim 126 i 1911, świętokrzyskim 93 i 1104, warmińsko-mazurskim 273 i 3906 (GUS Turystyka 2009:39). Można się tylko zastanawiać, dlaczego pokoje gościnne są ignorowane przez władze odpowiedzialne za rozwój turystyki, naukę i media.

Turystyka w Polsce Wschodniej w układzie miasto-wieś

Przedstawione wcześniej dane o agroturystyce wyraźnie pokazują, że z wyjątkiem miasta Mrągowo (rozrzuconego nad kilkoma jeziorami), agroturystyka jest charakterystyczna dla gmin wiejskich (lub miejsko-wiejskich w części wiejskiej). Nasycenie gospodarstwami agroturystycznymi w układzie badanego Makroregionu nie ma nic wspólnego z nasyceniem rolnictwem (zależnością od rolnictwa), bowiem agroturystyka rozwija się na obszarach atrakcyjnych turystycznie i świadczących względnie rozwinięte usługi turystyczne w innych formach. Agroturystyka w zasadzie nie występuje też w bliskości wielkich miast: dla potencjalnych agroturystów taka bliskość może się wydawać niepożądana, z drugiej strony okolica wielkiego miasta umożliwia rolnikom większy wybór form działalności pozarolniczej (zapewne bardziej dochodowej, niż agroturystyka). Stanowi zatem raczej uzupełniającą formę działalności dla innych, większych w skali i wymagających profesjonalnego personelu, form turystyki realizowanych poza dużymi miastami. Oczywiście na ogół pod warunkiem, że rzecz dotyczy obszarów atrakcyjnych turystycznie (bez względu na to, czy chodzi o szczególne walory przyrodnicze, kulturowe, czy ich mix, ważna jest subiektywna atrakcyjność dla turystów) pragnących zażyć przede wszystkim wypoczynku lub zabawy. Należy przypomnieć, że nawet w

[39] Liczne pokoje gościnne spotkamy np. w tak znanych ośrodkach jak Zakopane, Bukowina itp.

gminach lepiej wyposażonych w gospodarstwa agroturystyczne ich uzupełniająca oferta dla bardziej profesjonalnej turystyki nie osiąga poziomu partnerstwa i współpracy: oferta agroturystyk ogranicza się do odrębnych ofert poszczególnych gospodarstw, a te z reguły mogą przyjąć zbyt mało gości, by mogły być partnerem dla organizatorów turystyki czy większych hoteli.

Tabela 18. Miejsca noclegowe w miastach w obiektach zbiorowego zakwaterowania, korzystający rezydenci (Polacy) w tys., 2010 r.

	Miejsca noclegowe		**Korzystający rezydenci (Polacy) w:**	
	obiekty hotelowe	**inne obiekty ***	**obiekty hotelowe**	**inne obiekty ***
lubelskie	6940	13367	366,1	209,6
podkarpackie	8021	14556	379,6	249,3
podlaskie	4634	6775	249,4	135,0
świętokrzyskie	6299	5953	273,9	106,2
warmińsko-mazurskie	13072	24650	512,4	241,6
Polska	240967	65301	178,4	941,71

Uwaga: * - inne obiekty zbiorowego zakwaterowania

Źródło: BDL.

Dla analizy danych o zróżnicowaniu turystyki w układzie miasto – wieś w Polsce Wschodniej należy pamiętać, że ogółem w Polsce w 2009 roku było 21,6 tys. miejsc noclegowych w obiektach hotelowych i 384,9 tys. w innych obiektach zbiorowego zakwaterowania. Odpowiednie dane dla makroregionu wynosiły 35,7 tys. oraz 66,2 tysiąca. W 2009 ogółem z obiektów hotelowych w Polsce skorzystało 9591,8 tys. osób, a z innych obiektów zakwaterowania zbiorowego – 5900,0 tys. obywateli (rezydentów) polskich. Dla Polski Wschodniej dane te wynosiły łącznie odpowiednio: 1630,2 tys. oraz 965,0 tys. (BDL aneks). Mniej więcej co 6 miejsce było w makroregionie i co 6 rezydent korzystał z oferty Polski Wschodniej. Jest to wyraźnie mniej, niż powinno to wynikać z wielkości zarówno terytorium, jak i ludności makroregionu.

Patrząc na dane w tabelach 18 i 19 zauważymy oczywiście, że na obszarach miejskich w każdym województwie makroregionu jest więcej miejsc noclegowych w mieście, niż na wsi, przy czym na wsi zdecydowanie (4-5 krotnie) przeważają liczbowo inne niż hotelowe obiekty zakwaterowania zbiorowego. Jedynie w świętokrzyskim różnica wynosi tylko 1,5 krotność. W miastach relacja jest bardziej wyrównana, tylko w warmińsko-mazurskim, lubelskim i podlaskim przeważają o nie więcej niż 1/3 miejsca noclegowe w innych niż hotelowych obiektach zakwaterowania zbiorowego.

Analizując dane dotyczące liczby rezydentów korzystających z noclegów w miastach zaobserwujemy jednak, że w każdym przypadku, nawet w tych województwach, w których miejsca noclegowe obiektów hotelowych stanowią mniej, niż połowę bazy, zdecydowanie więcej gości – rezydentów polskich korzysta z noclegów w obiektach hotelowych, niż innych. Z grubsza 2-3 razy więcej (tab. 19). Wyjaśnienia należy szukać przede wszystkim w sezonowości oferty większości obiektów niehotelowych, ale także – w niedającym się szacować zakresie - we wzroście zamożności i oczekiwań gości.

Tabela 19. Miejsca noclegowe na wsi w obiektach zbiorowego zakwaterowania, korzystający rezydenci (Polacy) w 2009 roku.

	Miejsca noclegowe		**Korzystający rezydenci**	
	obiekty hotelowe	**inne obiekty ***	**obiekty hotelowe**	**inne obiekty ***
lubelskie	1026	5634	40,9	50,9
podkarpackie	2133	10609	78,8	179,4
podlaskie	960	3598	44,0	44,2
świętokrzyskie	1911	2929	83,8	43,0
warmińsko-mazurskie	3702	13105	107,4	135,3
Polska	43549	195277	1760,4	2254,9

Uwaga: * - inne obiekty zbiorowego zakwaterowania

Źródło: BDL (aneks stat. tab. 12).

Na wsi Polski Wschodniej większość rezydentów korzysta z miejsc noclegowych w innych obiektach zakwaterowania zbiorowego, niż hotelowe. W przypadku warmińsko-mazurskiego, od dawna głównie sezonowego i rekreacyjnego obszaru turystycznego różnica ta jest znaczna, jeszcze większa w podkarpackim. Ale już w świętokrzyskim relacja jest odwrotna – blisko dwukrotnie więcej gości – rezydentów korzysta z noclegów w obiektach hotelowych. W podlaskim udział jest względnie równy (tab. 19).

Dane o wsi powinny być w miarę możliwości uzupełnione o agroturystykę, która, jak wiemy, w niemal 100% operuje na wsi. Dane te podano wcześniej.

Specyficzne formy turystyki w makroregionie: przegląd

Kluczową formą turystyki (rozumianej nie tylko jako rekreacyjna, wypoczynkowo-krajoznawcza, czy aktywna) w makroregionie jest turystyka miejska, kulturowa, biznesowa, często współwystępujące z innymi formami. Dane o ruchu turystów, także turystów zagranicznych,

potwierdzają to w zupełności. Brak jednak szczegółowych danych o motywach lub celach turystyki na poziomie subregionalnym i lokalnym. Można się jedynie domyślać, że w zdecydowanej większości małych miejscowości nadmorskich ruch turystyczny ma charakter sezonowy (o czym wyraźnie mówią statystyki miejsc noclegowych) i łączy wypoczynek z innymi formami aktywności turystycznej (zakupy, krajoznawstwo, gastronomia etc). Podobnie na pojezierzach, gdzie z wyłączeniem uzdrowisk (i nielicznych większych lub oferujących wysokiej jakości usługę turystyczną ośrodków) turystyka zamiera po wakacjach letnich. Inaczej jest w górach i zwłaszcza w pobliżu wielkich aglomeracji, gdzie sezon obejmuje zarówno lato, jak i zimę. Dzięki temu odsetek miejsc sezonowych jest nieporównanie mniejszy, a okresy mniejszego ruchu są wypełniane turystyką biznesową, konferencyjną.

Specyficzną formą turystyki aktywnej jest turystyka wodniacka, zwłaszcza uprawiana na jachtach na morzu i jeziorach. Niezależnie od tego, że wymaga pewnego minimum umiejętności, jej cechą specyficzną jest to, że *de facto* oferuje dodatkowe sezonowe miejsca noclegowe, nie uwzględniane w żadnych statystykach. Skala turystyki jachtowej głównie żeglarskiej, ale też motorowej, jest trudna do określenia[40], a jedną z barier jej dalszego rozwoju jest stały, utrzymujący się niedobór odpowiedniej wielkości i jakości bazy (przystani, marin). Polskie wybrzeże Bałtyku, ze względu na ekspozycję na dominujące wiatry północno-zachodnie i zachodnie oraz brak bezpiecznych wejść do portów[41] (z wyjątkiem Zatoki Gdańskiej). Zalew Wiślany ma znikome znaczenie głównie ze względu na utrudnione wyjście na Bałtyk przez formalnie tylko otwartą dla żeglugi Cieśninę Piławską[42]. Z kolei na pojezierzach ograniczone na ogół akweny i brak kanałów nie zachęcają do rozwoju jachtingu (dotyczy to także Soliny i Pojezierza Łęczyńskiego), a infrastruktura sztandarowego obszaru Wielkich Jezior Mazurskich (niemal od Piszu po Węgorzewo) nie nadąża za wprowadzaniem coraz to większych jachtów, o parametrach morskich, zaś infrastruktura sanitarna nie nadąża (z chlubnymi wyjątkami) za niczym. Kajakarstwo ma dość ograniczone szanse rozwojowe ze względu na nieliczne rzeki (najlepiej opatrzona infrastrukturalnie Krutynia osiąga kres pojemności). Coraz powszechniejsze jest nurkowanie, jednak poważną konkurencją są tu ciepłe morza południa. W Polsce nawet latem temperatura wody poniżej tzw. termokliny wymaga użycia grubych, kosztownych skafandrów. W zimie na największych akwenach w pobliżu większych miast, dysponujących całoroczną infrastrukturą podejmuje się próby rozwoju sportu bojerowego. Informacja o nasileniu i dominujących formach turystyki aktywnej niemalże nie istnieje. Polska Wschodnia oferuje –

[40] Skrajni optymiści stosują język reklamy mówiąc, że w miesiącach letnich na jeziorach jest do 60 tys. jachtów i łódek, w których przebywa ok. 200 tys. osób. (Czech 2011). Trudno poważnie traktować takie dane.

[41] Wejścia prowadzą wąskimi torami a następnie rzekami, co w czasie silnych wiatrów dopychających jest bardzo trudne, a w warunkach sztormowych bardzo niebezpieczne. To dodatkowy – obok braku miejsc w nowoczesnych marinach - czynnik, dla którego jachty obce chętniej żeglują ogólnie na północ od naszego wybrzeża.

[42] Przejście do Gdańska zostało zaś uniemożliwione większości jachtów żaglowych wskutek zbudowania nowego stałego mostu.

przynajmniej w otoczeniu większych miast i na terenach atrakcyjnych turystycznie dobre, acz z przyczyn klimatycznych tylko krótkosezonowe warunki uprawiania turystyki rowerowej. Na przeszkodzie poszerzeniu wielu form turystyki aktywnej stoi na wielu obszarach niedobór infrastruktury turystycznej,

Na ogół większość obiektów turystycznych lokuje się w ośrodkach miejskich lub podlegających szybkiej urbanizacji, co wiąże się ze wzrostem atrakcyjności turystycznej dzięki wielości produktów, często uzupełniających się lub poszerzających wybór. Zjawisko koncentracji, ale i dyspersji terytorialnej turystyki wokół rdzeniowych usług i infrastruktury działa na korzyść miast i miasteczek. Od tej reguły istnieją oczywiste wyjątki, dotyczące turystyki na wsi, gdzie z reguły funkcjonują nieliczne większe obiekty oferujące wysokiej jakości usługi (np. podostródzki hotel Anders, Irena Eris Spa, dwory przekształcane w pensjonaty, hotel Rytwiany, Krasiczyn, pole golfowe z hotelem itp) oraz wcale liczne bardziej typowe gospodarstwa agroturystyczne. Podział na wieś i miasto jest w przypadku turystyki dość mylący, bowiem na obszarach szybkiego rozwoju turystyki wieś nierzadko podlega szybkim procesom urbanizacji i funkcjonalnie jest ściśle powiązana z miastami.

Na zakończenie kilka słów o coraz popularniejszej na całym świecie turystyce spotkań i wydarzeń (*eventów*). Najnowszy raport o przemyśle spotkań i wydarzeń (obejmuje kongresy, konferencje, wydarzenia korporacyjne i motywacyjne oraz targi i wystawy[43]) w Polsce potwierdza spostrzeżenie, że tak jak Polska w ogóle nie gra większej roli w skali globalne[44]j, tak Polska Wschodnia niespecjalnie liczy się w Polsce pod względem rozwoju tego lukratywnego i prestiżowego sektora (Celuch i Dziedzic 2011). To oczywiście nie znaczy, że nie odbywają się tam kongresy, konferencje, *eventy*, wystawy.

1.5 Znaczenie turystyki w makroregionie

Znaczenie turystyki w makroregionie można oceniać posługując się przede wszystkimi następującymi kategoriami danych:

a. Zatrudnienie w sektorach związanych z turystyką,
b. Dochody z turystyki,
c. Liczba turystów.

Z przyczyn metodologicznych, bliżej omawianych w publikacjach GUS i Instytutu Turystyki, praktycznie nie dysponujemy pełnymi informacjami znaczeniu w dochodzie i zatrudnieniu w

[43] Celuch, Dziedzic 2011: 22. Jak wspomniano wcześniej, główną rolę w Polsce w 2010 odgrywają wydarzenia korporacyjne (54%) oraz kongresy i konferencje (35%).

[44] I tak w 2010 roku według jednego z rankingów w USA miało miejsce 936 spotkań, w Japonii 741, Singapurze 725, Francji 683, Belgii 597, Hiszpanii 572, Niemczech 499, Korei Płd 464, Wielkiej Brytanii 375, Austrii 362 a w Polsce 74 (Celuch, Dziedzic 2011: 8)

turystyce na poziomie regionalnym. Rachunek satelitarny (*Tourism Satellite Accounts*, TSA), przyjęty dla szacowania dochodów z turystyki, prowadzony jest tylko na poziomie krajowym, a publikacje EUROSTAT to tylko zestawienie słabo porównywalnych danych krajowych. Najnowsza z publikacji EUROSTAT (*Tourism Satellite Accounts, 2010 edition*) dobrze ilustruje problemy z budową TSA. Dane z poszczególnych państw pochodzą z różnych lat, dotyczą tylko 20 państw, a struktura danych jest słabo kompatybilna. W efekcie wszystkie (nieliczne) udostępnione informacje są opatrzone licznymi zastrzeżeniami i uwagami a ich użyteczność jest niewielka.

Z polskiego TSA wynika, że w roku 2006 szacunkowo wartość dodana wytworzona w charakterystycznych rodzajach działalności turystycznej CRDT (nie tylko w bezpośredniej obsłudze turystów) wynosiła 5,7%, wąsko rozumiana turystyczna wartość dodana stanowiła 1,7% wartości dodanej w gospodarce, a udział w wytwarzaniu PKB wyniósł 2,33% (GUS Tur 2010: 57). Według najnowszych dostępnych danych, w roku 2008 wartość dodana wytworzona w CRDT wyniosła 6,9%, turystyczna wartość dodana wyniosła 1,1% wartości dodanej całej gospodarki, a udział w PKB 2,19% (MSiT 2010: 19 i nast.).

Dane GUS o zatrudnieniu w metodologii PKD pozwalają poznać tylko zatrudnienie w sekcji H (hotele i restauracje)(według PKD 2004) lub nowoutworzonej sekcji I (zakwaterowanie i wyżywienie) (według PKD 2007). Dane te nie obejmują ważnego przecież zatrudnienia częściowo tylko związanego z obsługą turystów (produkcja i sprzedaż pamiątek, produkcja i sprzedaż innych wyrobów i usług kupowanych przez turystów w trakcie podróży, udział w imprezach, wizyty w placówkach kultury itp.). Według danych gromadzonych w systemie PKD 2007, w sekcji I pracowało w Polsce łącznie 147,5 tys. osób w 2005 i 180,9 tys. osób w 2009 roku. Odpowiednie dane dla Polski Wschodniej w tych latach to 19,2 i 23,8 tys. osób (to jest 13,02% i 13,16% pracujących w tej sekcji w Polsce). Dane dla poszczególnych regionów to: lubelskie 4,2 i 5,3 tysięcy, podkarpackie 4,4 i 5,6, podlaskie 2,9 i 3,4, świętokrzyskie 2,5 i 3,6 oraz warmińsko-mazurskie 5,2 i 5,9 tysięcy osób (BDL). Zwraca uwagę zwłaszcza niski przyrost w warmińsko-mazurskim. Z drugiej strony jednak należy zachować ostrożność w podchodzeniu do wszelkich danych o znaczeniu turystyki w tworzeniu miejsc pracy i dochodu, bowiem dane te są nadzwyczaj różne.

Dane dla Unii Europejskiej pokazują, że w UE 27 w 2007 roku 9,2 mln osób (4,2% ogółu zatrudnionych) pracowało w sektorze hoteli, restauracji i cateringu (HoReCa), wtym 2,3 mln w obiektach noclegowych. Według tych samych danych pochodzących z GUS, w Polsce zatrudnienie w HoReCa wynosiło łącznie 291 tysięcy osób (1,9% zatrudnionych ogółem), z tego w obiektach noclegowych 90 tysięcy. Są to dane zbliżone do Portugalii. Największe relatywne znaczenie miało zatrudnienie w HoReCa w Malcie (8,3% ogółu zatrudnionych), Hiszpanii (7,1%), Grecji (6,9%), Austrii (6,4%) i Cyprzez (6,3%).(EUROSTAT, *Tourism Employment*). Jak widać, nie są to dane nadmiernie szczegółowe.

W skali całej polskiej gospodarki szacowana w ramach rachunku satelitarnego liczba pracujących w charakterystycznych rodzajach działalności turystycznej (CRDT) wyniosła w 2006 roku 627,5 tysięcy osób, czyli 5% siły roboczej w gospodarce (GUS Tur 2010: 57-8). Dane dla następnego rachunku, przedstawiającego rok 2008, wykazały wzrost liczby pracujących (687 tysięcy osób) i względną stagnację odsetka siły roboczej (ok. 5%)(MSiT 2010: 22). Trzeba zauważyć, że dane te są różnie określane – IT w 2006 roku szacował udział gospodarki turystycznej w tworzeniu PKB na poziomie 6,1%, a eksport usług turystycznych miał być równy 5,2% ogółu eksportu (Kozak 2009: 167). Według szacunków prezentowanych przez światową organizację branży turystycznej WTTC udział przemysłu turystycznego (krótko: przedsiębiorstwa, które nie istniałyby, gdyby nie popyt turystyczny) w tworzeniu PKB w Polsce w latach 2008-2010 oscylował wokół 1,6%, a w rynku pracy około 1,7%. Cała gospodarka turystyczna miała zaś w tych latach mieć udział 7,8% w 2008 i 7,3% w 2010, a w rynku pracy odpowiednio 7,2% i 6,8% (za: Dziedzic i in. 2010:24). Gdyby zaś, przywołując wcześniej podane dane, iż w 2010 Polska osiągnęła dochody z turystyki rzędu 9.446 mld USD, można by szacować, że Polska Wschodnia ma w tym udział 10-20%. Jednakże różnica w jakości produktu oraz całkowity brak danych o obrotach w agroturystyce zachęca do daleko idącej wstrzemięźliwości.

Dodatkowym źródłem informacji mogą być także dane szczegółowe, pozwalające szacować np. dochody z niektórych segmentów turystyki.

Pod względem wydatków turystów zagranicznych w latach 2004-2009 na osobę we wszystkich województwach Polski Wschodniej obserwuje się wzrost. W lubelskim ze 152 do 238 USD, podkarpackim 145 do 460, podlaskim 124 do 259, świętokrzyskim 166 do 342 i warmińsko-mazurskim 177 do 209 USD (Bartoszewicz, Skalska 2010: 55). Nie jest to wzrost równomierny, a w przypadku podkarpackiego nawet zastanawiający, nie wiadomo w jakiej części wynikający z wprowadzenia od 2007 roku zmian w metodologii omawianych badań (zmiany te powinny być jednak neutralne w porównaniach międzyregionalnych). Uznając wyniki badań Instytutu Turystyki za wiarygodne, można poszukiwać źródeł różnic w przyroście wydatków w jakościowej zmianie oferty turystycznej (przy założeniu: wyższa jakość, wyższa cena usługi). Hipotetycznie moglibyśmy zatem powiedzieć, że jakościowy skok oferty (a przynajmniej ceny) dokonał się przede wszystkim w podkarpackim i świętokrzyskim, nie nastąpił niemal w ogóle w warmińsko-mazurskim, przez lata będącym ikoną polskiej turystyki. Co potwierdzałoby tezę o pułapce rozwojowej (*lock-in*), w jaką wpadły dość liczne obszary turystyczne Polski zakładające niezmienność oczekiwań (też jakościowych) i sympatii turystów. Trudno o większy błąd.

Trudno na tej podstawie wnioskować o znaczeniu turystyki dla Polski Wschodniej. Przyjmijmy, że poza co najwyżej kilkunastoma istotnie turystycznymi ośrodkami (miastami, powiatami), dominujący obszar makroregionu nie jest turystycznie rozwinięty. Przyjmijmy dalej, że większość oferty jest raczej niskiej jakości, co powoduje, że bardziej wymagający turyści wybierają

inne kierunki podróży. I wreszcie, że popyt wewnątrzregionalny na usługi turystyczne jest z braku metropolii ograniczony. I że strategie rozwoju turystyki w poszczególnych regionach Polski Wschodniej na poziomie operacyjnym odwołują się do przestarzałego paradygmatu rozwoju turystyki, nie dostrzegając zmian, jakie zaszły w społeczności turystów i ich oczekiwaniach. Biorąc to wszystko pod uwagę, posługując się danymi GUS, można szacować, że turystyka w Polsce Wschodniej daje pracę nie więcej niż 3 - 4% siły roboczej i wytwarza około 1,5 - 3% PKB makroregionu. Szacunki te mają najzupełniej zgrubny charakter, trzeba bowiem pamiętać z jednej strony nienajwyższą jakość oferty, z drugiej zaś istnienie w turystyce, częściowo dopuszczonej prawem, rozległej szarej strefy, nie dającej się wyszacować[45].

Jeśli zaś chodzi o rozkład terytorialny i poziom zróżnicowań dochodowych, zgrubnym wskaźnikiem może być liczba turystów odwiedzających lub liczba noclegów w poszczególnych destynacjach turystycznych (czasem powiatach, najczęściej gminach, a nawet pojedynczych miejscowościach – podział administracyjny słabo przystaje do analiz funkcji turystycznej w przestrzeni). Powiaty, które odznaczają się już dziś najwyższą penetracją turystyczną mogą stać się fundamentem przyspieszonego rozwoju turystyki w Polsce Wschodniej.

1.6 SWOT turystyki makroregionu

Przedstawiona tu analiza ma charakter w pełni autorski. Jak każdy SWOT.

Tabela 20. Polska Wschodnia: czynniki SWOT

Silne strony	**Słabe strony**
1. Złożone produkty turystyczne dostępne w stolicach województw (zwłaszcza w Lublinie) oraz kilku głównych ośrodkach turystycznych makroregionu 2. Dziedzictwo kulturowe przede wszystkim miast, także wielokulturowe 3. Centrum targowo-wystawiennicze w Kielcach 4. Walory przyrodnicze (Beskidy Wschodnie, Góry Świętokrzyskie, największe pojezierza makroregionu, w tym zwłaszcza Wielkie Jeziora Mazurskie, potencjalnie okolice Białowieży i Suwalszczyzna) 5. Utrwalony w Polsce wizerunek pewnych obszarów makroregionu jako atrakcyjnego	1. Na przeważającym obszarze słabe wyposażenie w bazę noclegową i gastronomiczną 2. Generalnie niska jakość oferty turystycznej (poza stolicami i niewieloma destynacjami mniejszej rangi) 3. Słabo rozwinięte formy turystyki biznesowej, kongresowej (szerzej: spotkań i wydarzeń) 4. Wysoka sezonowość turystyki 5. Tradycyjne podejście władz do rozwoju turystyki (dominacja przestarzałego paradygmatu w myśleniu o rozwoju turystyki w województwach i makroregionie (na poziomie planowanych działań analiza w kategoriach zasobów, zwłaszcza przyrodniczych, nie zaś produktów)

[45] Jeśli przyjąć, że w Polsce szara strefa wynosi około 25% PKB, jaka jej część przypada na turystykę w ogóle i turystykę makroregionu?

miejsca turystyki wypoczynkowej, aktywnej, przyrodniczej	6. Nieefektywna, słaba promocja 7. Generalnie w Polsce brak skojarzeń regionu z nowoczesnymi formami turystyki 8. Opieranie myśli strategicznej na starym paradygmacie, słabość analiz, zwłaszcza jakościowych 9. Brak projektów sieciowych
Szanse	**Zagrożenia**
1. Zmiany demograficzne: wzrost liczby turystów-emerytów (*silver tourism*) 2. Zmiany w strukturze popytu turystycznego (różnicowanie poszukiwanych form turystyki i produktów) 3. Rosnąca zamożność Europy Środkowej 4. Postępująca integracja w ramach UE 5. Ułatwienia wizowe dla obywateli Europy Wschodniej 6. Budowa nowych produktów turystycznych, jak np. centra kongresowe (dzięki programom UE)	1. Pogłębianie się, chroniczny charakter kryzysu finansowego w Europie, pogorszenie stanu finansów publicznych i prywatnych 2. Dynamiczny rozwój oferty turystycznej w państwach-konkurentach w regionie Europy Środkowej i Północnej 3. Trwanie elementów starego paradygmatu 4. Nieskoncentrowana polityka interwencji publicznej w rozwoju turystyki

Źródło: oprac. własne

O ile na poziomie silnych i słabych stron makroregionu słabości zdają się dziś przeważać nad siłami, to na poziomie szans i zagrożeń jest odwrotnie. Zmiany zachodzące w środowisku turystów, otwierają szanse przed rozwojem turystyki odwołującej się nie tylko do walorów makroregionu, ale do innowacyjności tutejszego sektora gospodarki turystycznej tworzącego nowe atrakcje i produkty. I w tym ostatnim być może tkwi największa szansa makroregionu, który pod względem zasobów nie wyróżnia się na tle kraju, ani tym bardziej Europy. Rosnący odsetek współczesnych turystów przedmiotem konsumpcji czyni nie przyrodę czy kulturę materialną, ale emocje, przeżycie, satysfakcję z pobytu i uczestnictwa. Umownie mówiąc, turystyka wyraźnie przesuwa się w stronę „być", niż „mieć". Być w miejscu wyjątkowym, uczestniczyć w wyjątkowym wydarzeniu, być świadkiem sytuacji, o której będzie można długo opowiadać po powrocie. Urry (2007) w swej wybitnej analizie „Spojrzenie turysty" podkreślał przeżywanie podróży wszystkimi zmysłami, zwłaszcza wzrokiem, wzmocnionym przez nowoczesne kamery i aparaty fotograficzne. Zdjęcie turystyczne pokazuje powierzchowność świata, nie dba o autentyczność, nie rozważa moralnej mizerii, koncentruje się na wyglądzie ludzi, miejsc, zjawisk przyrodniczych, wydarzeń. Obiektyw aparatu szuka w otoczeniu czegokolwiek, co wywołuje u właściciela emocje. Dobra oferta turystyczna działa na emocje. A żeby stworzyć dobry emocjonalnie klimat nie trzeba wiele zasobów, trzeba inwencji. Ten proces teatralizacji i komercjalizacji świetnie widoczny jest w wielu miastach,

zabiegających, by olśnić przybysza światłem, dźwiękiem, widokiem, kolorami, wielością i różnorodnością obrazów i wydarzeń, miejscami nawet zapachem (przypraw, kwiatów, perfum etc.).

Nie ma żadnych przeszkód, żeby w Polsce Wschodniej budować turystykę w oparciu o nowe rodzaje produktów, pod warunkiem, że będą to produkty innowacyjne, wysokiej jakości.

Rozdział 2. Analiza przyczyn stanu turystyki w Polsce Wschodniej

Przedstawione dotąd dane o penetracji turystycznej makroregionu dowodzą, że nasilenie tego ruchu w skali ogólnej nie jest wysokie na tle kraju (i podobnie jak kraj nie odgrywa większej roli w turystyce europejskiej i globalnej), koncentruje się w niewielu ośrodkach recepcji turystycznej. Dowodzą też, że wbrew utrwalonemu stereotypowi, kluczowymi destynacjami turystycznymi w makroregionie są miasta.

Przyczyn stosunkowo słabego rozwoju turystyki i niewielkiej – z niewieloma wyjątkami - jej roli w Polsce Wschodniej należy poszukiwać w kilku sferach. Zanim do ich omówienia przejdziemy, należy podkreślić, że Polska Wschodnia w rozumieniu przyjętym na potrzeby tej ekspertyzy przez Zlecającego to obszar duży, słabo zintegrowany gospodarczo i społecznie, ale w przypadku turystyki odznaczający się zróżnicowaniem. Dotyczy to zarówno czynników ekonomicznych i społecznych, w części także przyrodniczych, historycznie determinujących makroregionalne walory, dominujące tradycyjnie formy turystyki, jak też – co najważniejsze - rozwoju infrastruktury i oferty turystycznej. Mowa tu o aspekcie ilościowym i jakościowym. Stąd trudność w opisie zarówno stanu rzeczy, jak i jego przyczyn: mimo, że większość terytorium nie odznacza się atrakcyjnością turystyczną (niski poziom urbanizacji jest słabym czynnikiem przyciągającym), to istnieją od tego znaczące wyjątki, wymagające ostrożności w ferowaniu opinii.

Zasadnicze przyczyny można pogrupować następująco.

1. Narastający rozdźwięk pomiędzy rozumieniem turystyki w skali globalnej a dominującym podejściem do turystyki w regionach (nie tylko) Polski Wschodniej. Niestety, dotyczy to nie tylko koncepcji lokalnych i regionalnych, ale też krajowych, ujętych w „Kierunkach rozwoju turystyki na lata 2015 roku" (zob. Kozak 2009, Kozak 2010). Odmienność, czy też utrzymujące się odstawanie polskich od światowych koncepcji i nowego paradygmatu rozwoju turystyki, dotyczy w tej mierze dwóch podstawowych kwestii. Po pierwsze, identyfikacji czynników rozwoju turystyki. W Polsce, w tym Wschodniej zdecydowanie dominuje coraz mniej aktualne przekonanie, że decydują zasoby naturalne i, na ogół w drugiej kolejności, dziedzictwo kulturowe[46]. Tymczasem nowoczesna polityka rozwoju turystyki koncentruje się na budowie oferty (produktu), wobec których walory miejsca są co najwyżej czynnikiem rdzeniowym lub darmową reklamą. Nie ma produktu, nie ma turystów[47]. Po drugie, odmienność dotyczy roli jakości w turystyce: współcześni turyści poszukują możliwie najwyższej jakości przy rozsądnej cenie. Znaczna część oferty polskiej i wschodniopolskiej być może (co wątpliwe) odpowiada oczekiwaniom lokalnym, jednak rzadko przystaje jakością i ceną do oczekiwań gości spoza regionu. Przykład Warmii i Mazur, obszaru o niekwestionowanym przed laty dorobku turystycznym, przechodzącego ostatnio kryzys turystyki przyjazdowej, jest dobrą okazją do analizy przyczyn i wyciągnięcia wniosków. Województwo to jest jedynym w Polsce Wschodniej, które znalazło się w typowej sytuacji

[46] Zob. np. strategie rozwoju turystyki w omawianych województwach.

[47] Z wyłączeniem tzw. eksploratorów, na ogół niemal samowystarczalnych wędrowców z plecakiem i pustawym portfelem, liczących na tani nocleg. W większości wypadków dziś w Polsce po etapie eksploracji nie następuje już dalszy rozwój turystyki: nie ma miejsc nieodkrytych i nieopisanych w przewodnikach, a lokalne społeczności nie zawsze popierają inne produkty turystyczne, niż oferowane przez siebie. Dlatego w niektórych ośrodkach inwestorzy zewnętrzni nie mają szans na inwestycje.

lock-in (pułapki rozwojowej): niewątpliwy sukces masowej turystyki mający swe apogeum w latach 70, 80 i 90, uśpił czujność większości władz i instytucji związanych z turystyką, co spowodowało przeoczenie szybkich zmian w oczekiwaniach turystów i uporczywe w wielu przypadkach trzymanie się starego podejścia do turystyki, jako sprawdzonego w przeszłości. Tymczasem konieczna była i jest całkowita zmiana polityki rozwoju turystyki na aktywną i oferującą wysokiej jakości produkty turystyczne, możliwie uniezależniające atrakcyjność pobytu turystycznego od pogody i pory roku i tym samym wydłużające sezon i obniżające koszty recepcji (utrzymanie infrastruktury służącej głównie turystom).

2. Niski poziom rozwoju. Zacofanie strukturalne Polski Wschodniej, skutkujące niskim PKB, ma znaczny wpływ na możliwości rozwoju gospodarki turystycznej. Z jednej strony niski poziom dochodu na mieszkańca wiąże się z ograniczonością wewnętrznego popytu na usługi turystyczne, zwłaszcza te wyższego rzędu (jakości). Stolice województw (największe miasta) nie są aż tak duże, by generować dostateczny popyt na usługi turystyczne. Nie jest zresztą pewne, czy podaż usług odpowiada oczekiwaniom ich mieszkańców. Z drugiej strony niski PKB przyczynia się do ograniczonych możliwości inwestycyjnych, zwłaszcza budowania oferty wyższej jakości. Powszechność akceptacji starego paradygmatu, uporczywe widzenie źródeł atrakcyjności w zasobach przyrodniczych, jest dodatkową przeszkodą w budowie nowoczesnego produktu turystycznego i rozwoju polityki turystycznej. Mówiąc o niskim poziomie rozwoju należy także podkreślić niski poziom rozwoju państw ościennych (włącznie z północno-wschodnim obszarem Słowacji), nie generujących znaczących impulsów rozwojowych (w tym turystycznych) dla interesującego nas obszaru.
3. Konkurencja na rynku światowym. Polska po 1989 roku stała się częścią otwartej gospodarki europejskiej i globalnej, także turystycznej. Oznacza to, że oferta makroregionu nie może ustępować ofercie zagranicznej, zwłaszcza w ujęciu relacji jakość-cena) ponieważ pojęcie zagranicy od czasu wejścia do strefy Schengen zupełnie zmieniło sens w turystyce. Polscy turyści, o których może zabiegać branża turystyczna makroregionu, bez trudu, nie zawsze drożej, mogą sięgnąć po ofertę europejską i światową (na ogół na razie nad morzem Śródziemnym).
4. Dystans dzielący zdecydowaną większość obszarów Polski Wschodniej od największych polskich metropolii, generujących większość ruchu turystycznego w kraju. Dodajmy: ruchu turystycznego o niezwykle zróżnicowanych oczekiwaniach i na ogół dostatniego, zatem szczególnie pożądanego z punktu widzenia budowy sektora turystycznego jako ważnego alternatywnego źródła dochodów na obszarach słabo rozwiniętych. Dodajmy znów: ruchu mającego wyraźne oczekiwania jakościowe, zatem wymuszającego modernizację struktury produktów turystycznych. Bliskość dużych miast, ale połączona z rozwojem produktu

turystycznego (jak np. Supraśl i Białystok; Kazimierz Dolny i Nałęczów a Lublin) niewątpliwie ułatwia rozwój turystyki. Sama bliskość jednak nie wystarczy. Z drugiej strony oddalenie przestaje być przeszkodą, gdy dane miejsce dysponuje rozwiniętym produktem. Np. – wykraczając poza Polskę Wschodnią – nawet beznadziejne połączenia komunikacyjne i perspektywa 8-10 godzin jazdy nie powstrzymają Polaków od masowego odwiedzania Kołobrzegu i Podhala, zatem ośrodków oferujących – jak na polskie warunki – zróżnicowany i poszukiwany produkt turystyczny. Przykładem dającym wiele do myślenia jest peryferyjnie położony i słabo dostępny Bałtów w województwie świętokrzyskim, który mimo to w ciągu zaledwie kilku lat przyciągnął więcej turystów (ale wskutek braku bazy hotelowej, podobnie jak Święty Krzyż, głównie na pobyty jednodniowe), niż najbardziej znane ośrodki turystyczne regionu, czyli Kielce, Święty Krzyż, Sandomierz czy Busko. Przykład Bałtowa pokazuje jednak, że atrakcyjna i zróżnicowana oferta, poparta przemyślanym marketingiem, odpowiadająca rosnącemu zapotrzebowaniu Polaków na nowe formy spędzania czasu, mogą odnieść fenomenalny sukces. Zatem sukces jest możliwy, choć są i problemy. Problemem Polski Wschodniej jest z jednej strony ograniczona liczba miejsc dysponujących rozwiniętym produktem turystycznym, z drugiej zaś pogarszająca się na ogół relacja między ceną a jakością usługi i słabość marketingu, co nie dziwi, skoro zamiast reklamować usługi (imprezy, hotele, inne usługi), reklamuje się głównie lasy, jeziora, wsie i politycznie poprawne „multikulti", czasem w formie zachęcania do odwiedzania obiektów, które często są pozbawione infrastruktury (minimum to gastronomia i toalety) i niedostępne dla turystów (np. ze względów bezpieczeństwa, jak opuszczone synagogi)[48]. Dlatego należy uznać dystans od zwłaszcza wielkich metropolii (Warszawy, Krakowa i Gdańska, w pewnym stopniu także Łodzi) za utrudnienie w rozwoju turystyki, ale w żadnym wypadku nie pierwszorzędne. Główny problem to – poza najważniejszymi ośrodkami makroregionu – niska jakość i – poza największymi miastami - ubóstwo oferty. To samo można powiedzieć o turystyce polskiej w ogóle, ale w Polsce Wschodniej ma to wydatniejszy wymiar i jeśli turystyka miałaby się stać kołem napędowym dla przynajmniej części makroregionu, wymaga większej aktywności w tej sferze.

5. Polska Wschodnia jest przecięta tylko nielicznymi ważniejszymi szlakami tranzytowymi (A4 na Podkarpaciu, DK 7 na Warmii, zachodnich Mazurach i w świętokrzyskim, DK 8 i 61 na Podlasiu, DK 17 w Lubelskim, DK 12 w świętokrzyskim i lubelskim oraz południowych części DK 19), które mogłyby służyć rozwojowi turystyki bazującej na tranzycie. Niestety, zarówno

[48] Co jest materią delikatną, mając w pamięci nadal żywe w ludzkiej wydarzenia w Jedwabnem i okolicach, przedwojenną akcję wyburzeń cerkwi, powojenną akcję Wisła, czy też wydarzenia 1874 roku w Pratulinie (szerzej: następstwa nieudolnie przeprowadzonej Unii Brzeskiej).

pod względem ilościowym, jak i zwłaszcza jakościowym większość obiektów turystycznych położonych przy tychże traktach z reguły nie spełnia wymogów współczesności. A szkoda, bowiem zatrzymanie przejezdnych (pod warunkiem, że usatysfakcjonowanych efektem) dałoby dobrą okazję promowania także innych atrakcji regionalnych. Stan dróg jest niewątpliwym utrudnieniem w podróżach do i w makroregionie, ale nie jest to czynnik wyróżniający makroregion od reszty Polski.

6. Walory przyrodnicze. Zdecydowana większość Polski Wschodniej to obszary monotonnie nizinne, o jednostajnym krajobrazie, jaki charakteryzuje cały obszar Niżu Europejskiego. Do obszarów istotnie wyróżniających się urozmaiceniem krajobrazowym, co może przyciągać turystów, należą zwłaszcza „garbate" fragmenty pojezierzy Mazurskiego i Suwalskiego oraz – w znacznie mniejszym stopniu – Łęczyńskiego, a na południu Bieszczady i Beskid Niski, Góry Świętokrzyskie. Niewielka Wysoczyzna Elbląska i brzegi Zalewu Wiślanego. Doliny i zwłaszcza przełomy rzek (Wisły, Bugu, Narwi). Puszcza Białowieska. Wyłączając specyficzne Parki Narodowe, Białowieski (o bardzo ograniczonym i kontrolowanym dostępie), Świętokrzyski (niemal niedostępny dla turystów, szlaki poprowadzono obrzeżami) i Bieszczadzki (bez nadmiernej regulacji dostępu) oraz fragmenty pojezierzy, wyróżniające się obszary przyrodnicze, stanowiące w sumie niewielką część obszaru Polski Wschodniej, odgrywają niewielką i jedynie sezonową rolę w turystyce z powodu niedorozwoju bazy i produktów turystycznych. Układ południkowy od morza przez jeziora i niziny po góry w swej strukturze w niczym nie różni się od tego w Polsce Środkowej czy Zachodniej, nie wnosi zatem nic wyjątkowego do oferty turystycznej Polski. Walory przyrodnicze są czynnikiem najsłabiej odróżniającym Polskę Wschodnią od reszty kraju.
7. Walory kulturowe. Należy odróżnić walory kulturowe w formie dziedzictwa materialnego od walorów niematerialnych (imprezy, obyczaje, „klimat" miejsc itp.). Zacznijmy od dziedzictwa materialnego. Historia obszaru tu uznawanego za Polskę Wschodnią od stuleci wiązała się z niższym poziomem rozwoju, niż w Polsce zachodniej. Trudniej tu o bogate miasta, wybitne, zatem na ogół i kosztowne zabytki, rezydencje, kościoły (spichlerze kazimierskie wprawdzie urzekają renesansową urodą, ale nie dorównują wiekiem ani wielkością toruńskim czy grudziądzkim). Większe straty przynosiły wojny i uporczywe do 18 wieku najazdy tatarskie, trudniej było o odbudowę powojenną.[49] Przestarzała, zdominowana niemal całkowicie przez rolnictwo struktura gospodarcza (z wyjątkiem Zagłębia Staropolskiego i niektórych obszarów Podkarpacia), stosunkowo niska gęstość zaludnienia (z wyłączeniem przeludnionego Podkarpacia), niski poziom urbanizacji, nasilająca się od 17 wieku słabość miast, a od 19

[49] Ale wojny XVII wieku bardziej zniszczyły Niemcy, niż Polskę (Tazbir 2011).

wieku masowe zagraniczne migracje ekonomiczne (głównie tzw. *Ostflucht* z Warmii i Mazur oraz odpływ z Podkarpacia) tworzą przesłanki do wyjaśnienia, dlaczego Polska Wschodnia jako całość – w porównaniu zwłaszcza z Polską Zachodnią - nie obfituje w obiekty dziedzictwa kulturowego. Uboga w dziedzictwo materialne jest zwłaszcza część środkowo-wschodnia i północno-wschodnia makroregionu. W makroregionie znajdują się interesujące relikty mogące być podstawą rozwoju turystyki poprzemysłowej (okręg Staropolski z muzeum w Sielpi, okręg naftowy Podkarpacia ze skansenem nafciarskim w Bóbrce), ale nie towarzyszy im rozwinięta usługa turystyczna ani –w takiej sytuacji słusznie – marketing.

Symbolem wielokulturowości tego obszaru może być np. zamkowy kościół w Lublinie, łączący formą (gotyk) i wystrojem (szczere Bizancjum) kultury wschodnie i zachodnie. Także cmentarze i obiekty sakralne różnych wyznań. Reliktowa już zabudowa wiejska i struktura agrarna. Na obszarach niegdyś puszczańskich oraz dawniej zamieszkanych przez szlachtę zwaną powszechnie „zagrodową" lub „chodaczkową" zobaczymy często zabudowę rozproszoną (przysiółki, zaścianki itp.). Dworki, a na ogół pseudo-dworki o charakterystycznym układzie wnętrza domu i gospodarstwa (z obowiązkowym ogródkiem i gankiem od drogi, sadkiem oddzielającym od gumna i zabudowań gospodarczych, drewnianym lamusem, izbą reprezentacyjną w domu, na co dzień do niedawna zamkniętą na klucz). Przy granicy białoruskiej charakterystyczne domy drewniane zwrócone szczytem do drogi. Na Podkarpaciu wielokilometrowe ulicówki. W miastach i dawnych *sztetłach* synagogi upamiętniające zgładzoną populację żydowską. Na wschodzie i na południu liczne cerkwie, często – podobnie jak kościoły katolickie – obronne. Ale główne obiekty dziedzictwa kulturowego, z bardzo nielicznymi wyjątkami (np. Święty Krzyż), gromadzą największe miasta (przede wszystkim słabo promowany Lublin z wybitną starówką, Białystok z „Wersalem północy", Rzeszów kończący rewaloryzację historycznego centrum, Olsztyn, Zamość, Przemyśl, Chełm, staro-nowy Elbląg). Wśród mniejszych ośrodków wyróżnia się Kazimierz Dolny, urokliwe, ale bliskie zadeptania przez masową turystykę miasteczko, podobnie Mikołajki, Giżycko czy – w inny sposób - nieprzygotowane do obsługi ruchu turystycznego Tykocin i Frombork lub czwarte miasto koronacyjne Polski i haniebnie zapomniana stolica Podlasia - Drohiczyn[50].

8. Jeśli chodzi o niematerialne walory kulturowe, mimo utrzymującej się wielokulturowości na niektórych obszarach Polski Wschodniej, zasiedlonych przez skupiska Ukraińców i Białorusinów (i cieszące się zainteresowaniem ostanie przejawy mniejszości tatarskiej), walory te nie odgrywają znaczącej roli w rozwoju turystyki. Są od tego interesujące wyjątki,

[50] Tu, na granicy z Polską, w 1253 roku przyjął z Rzymu królewską koronę pierwszy i ostatni król Rusi, Daniel Romanowicz. Wybór miejsca koronacji na granicy sugeruje silne wsparcie polityczne ze strony Polski.

potencjalnie mogące być podstawą budowy sektora turystycznego, jednak region nie dorobił się dobrze wypromowanych choćby w skali kraju imprez w rodzaju konkursu palm na Kurpiach, a największa, przyciągająca wielu turystów impreza związana z kulturą łemkowską (Watra) organizowana jest w województwie małopolskim, nie podkarpackim. Jedyny wyjątek stanowi Święta Góra Grabarka, niegdyś sanktuarium unickie, od 19 wieku prawosławne, przyciągające co roku tysiące pielgrzymów (18-19 sierpnia). W sferze świeckiej, to np. Chmielaki Krasnystawskie, impreza raczej o znaczeniu lokalnym i regionalnym. Także inscenizacja bitwy pod Grunwaldem. Podobnie, jak na Grabarce, infrastruktura turystyczna właściwie nie istnieje, organizacja ruchu turystycznego dość żywiołowa. Żywym skansenem obyczaju ludowego są tradycyjne, biedne wsie, często o charakterystycznej dla danego obszaru formie i zabudowie, wystroju i typowych materiałach budowlanych (niegdyś niemal wyłącznie drewno, jedyny tani i dostępny materiał budowlany). Można w nich do dziś, choć coraz rzadziej, obserwować dawne sposoby uprawy i hodowli, tradycyjne obyczaje. W miarę z jednej strony wyludniania wsi i wzrostu zamożności zjawiska te w większości pod wpływem wzorców kultury globalnej i krajowej szybko zanikają, a ich pozostałości podlegają nieuchronnemu procesowi teatralizacji i komercjalizacji na potrzeby głównie turystyki wiejskiej. W województwie warmińsko-mazurskim elementy obyczajowe (śpiewy, obrzędy, kuchnia) są dodatkowo ciekawsze, że w większości przypadków, zwłaszcza na Mazurach, napłynęły wraz z nową ludnością po 1945 roku z innego kręgu kulturowego. Co jest przykładem tego, że autentyczność jest wartością względną[51]. Zdecydowanie brakuje natomiast kongresów, targów (z wyjątkiem zwłaszcza Kielc) i centrów handlowych, imprez kulturalnych o znaczeniu ponadregionalnym, mogących przyciągnąć turystów z zewnątrz. I znów jedynym bodaj wyjątkiem są znane, ale w kameralnej jednak skali, festiwale organizowane w Kazimierzu Dolnym (zespołów ludowych, filmowy, ostatnio Dwa Brzegi). Na przeszkodzie ich ekspansji leży brak bazy turystycznej odpowiedniej skali i jakości. Poprzestając na nielicznych przykładach miejskich, możemy zasadnie powiedzieć, że w zgodzie ze stanem rzeczy oraz ze współczesnymi trendami w turystyce, to w miastach regionu kryje się najwięcej możliwości rozwoju rozlicznych form turystyki. W miastach, które mogą się stać centrami rozrządowymi dla turystyki aktywnej, turystyki na wsi i coraz bardziej niszowej specjalistycznej turystyki przyrodniczej.

[51] Podczas imprez w wydaniu „ludowym" (proste, ale smaczne jedzenie, stylizowana karczma plus występy zespołu), na Warmii i Mazurach usłyszeć można muzykę i piosenki z każdego regionu Polski, ale niemal nigdy z okolic. I jakoś nikomu ten jawny zgrzyt (podobnie jak kuchnia kresowa) nie przeszkadza. Autentyczność jest naprawdę coraz bardziej umownym pojęciem (zob. Kozak 2010).

Podsumowując, na ogólnie niski (z niewieloma wyjątkami) poziom rozwoju turystyki (rozumianej jako gospodarka turystyczna) wpływa co najmniej kilka czynników, w dużej mierze sięgających korzeniami minionych wieków. Jakie są walory turystyczne, jaki jest stan rzeczy, przedstawiliśmy poprzednio. Nie przybędzie jezior, rzek, gór, zamków, pałaców czy historycznych kościołów. Nie powstaną bogate metropolie o znaczeniu europejskim. Roztoczańskie „szumy" nie przekształcą się w wielometrowe wodospady. Mamy to, co mamy.

Z drugiej jednak strony poważnym czynnikiem utrudniającym rozwój turystyki jest często odwołujące się do starego paradygmatu myślenie działaczy turystycznych, krajoznawców i władz w kategoriach starego paradygmatu, uznającego za turystykę jedynie formy aktywności bazujące na zasobach przyrodniczych, rekreacji (choćby i masowej), aktywnym wypoczynku, turystyce wiejskiej, i wychodzącej z założenia, że mieszkańcy wielkich miast szukają podczas urlopu kojącej nerwy ciszy, natury, widoku pól uprawnych i szumu wody i lasu. Tymczasem, odsyłając do dalej podanych danych o ruchu turystycznym, pojęcia turysta nie redukuje się współcześnie do osoby na urlopie wypoczywającej poza miastem, ale także obejmuje się nim urzędników w delegacji, przedsiębiorców w podróży, osób jadących z wizytą do krewnych lub przyjaciół, przyjeżdżających po zakupy, uczestników wielkich imprez typu koncerty, pokazy światło i dźwięk, festiwale itp. (zob. definicje Światowej Organizacji Turystyki ONZ). Co warto podkreślić, z punktu widzenia rozwoju produktu turystycznego łatwiej jest przygotować ofertę dla tej, bardzo licznej, zróżnicowanej i niesezonowej kategorii turystów, niż dla wbrew pozorom nie tak wielkiej, a co gorsza wybitnie sezonowej grupy turystów szukających wypoczynku „na łonie natury". Badania nad obszarami o słabych szansach rozwojowych, wymagających interwencji publicznej, niemal jednogłośnie uznają za takie całą Polskę Wschodnią. Na razie nie widać obiecujących szans rozwojowych ani łatwych pomysłów na rozwój. Czy zatem turystyka może wnieść nową wartość? Nasuwa się oczywiste pytanie, które z tych czynników są kluczowe dla przełamania obecnej sytuacji, które mogą przyspieszyć rozwój turystyki?

Ponieważ, jak stwierdziliśmy wyżej, nie rozmnożymy zasobów, jakimi dysponuje Polska Wschodnia, klucz do przyspieszonego rozwoju w turystyki w nowoczesny sektor gospodarki tkwi w zmianie myślenia o czynnikach rozwoju turystyki, w zmianie paradygmatu leżącego u podstaw i realnej, a nie pozornej zmiany obowiązujących strategii rozwojowej turystyki w regionach. Strategie te powinny mieć zdecydowaną orientację na rozwój szeroko pojmowanej turystyki kulturowej i miejskiej (zabytki, muzea, imprezy, kongresy, zakupy in.) oraz wysoką jakość (w swoich klasach) produktów turystycznych, odpowiadającą nie lokalnym wyobrażeniom o pożądanej jakości, ale badaniom grup docelowych, za jakie – dla uproszczenia – można uznać mieszkańców największych polskich metropolii, czy szerzej – klasę średnią. Główne miasta makroregionu, obok pełnienia funkcji najważniejszych ośrodków turystycznych, mogą stać się ośrodkami rozrządu ruchu turystycznego, zapleczem finansowym, organizacyjnym, promocyjnym i kadrowym także dla rozwoju turystyki

wiejskiej, przyrodniczej, specjalistycznej, składającej się na mega-produkt poszczególnych województw i – do pewnego tylko stopnia wobec rozproszenia i odmienności obszaru - Polski Wschodniej jako całości.

2.1 Wpływ kryzysu na turystykę

Ostanie lata nie przyniosły istotnych zmian w strukturze: kryzys finansowy nie sprzyja szczególnie dynamicznemu rozwojowi turystyki, a długofalowe skutki rewolt roku 2011 w krajach arabskich są na razie trudne do przewidzenia. Na razie straciły przede wszystkim one same.

Polska od kilku lat przyjmuje coraz mniejszą liczbę turystów zagranicznych, ale przedstawiane wcześniej dane dla Polski Wschodniej wskazują na spadek przyjazdów turystów zagranicznych, widoczny zwłaszcza w warmińsko-mazurskim. W ciągu ostatnich 8 lat obserwuje się także spadek wizyt turystów krajowych (w Polsce zyskują gości głównie województwa metropolitalne). Można zatem mówić o trwałym trendzie osłabiania pozycji turystyki Polski Wschodniej na tle kraju. Z drugiej strony dane o postępującym wzroście liczby podmiotów turystycznych w makroregionie sugerują optymizm branży wobec przyszłości. Trudno zatem winić za obecną trudną sytuację w np. warmińsko-mazurskim wyłącznie kryzys, aczkolwiek i on mógł tu mieć wpływ. Przyjmując, że w najbliższym czasie nie nastąpi dalsze istotne pogorszenie sytuacji gospodarczej w Polsce ani Europie, można oczekiwać kontynuacji trendu, a w reakcji nań – konsolidacji branży turystycznej i rozwoju nowych produktów turystycznych.

Rozdział 3. Czynniki integrujące (specyficzne) i różnicujące wewnętrznie makroregion Polski Wschodniej.

Z punktu widzenia turystycznego główne czynniki integrujące makroregionu Polski Wschodniej to słaba urbanizacja, niski poziom dochodów, położenie wzdłuż wschodniej granicy (z wyjątkiem Świętokrzyskiego), przestarzała struktura gospodarcza, w większości obciążona nisko- i nieproduktywnym rolnictwem (z wyjątkiem warmińsko-mazurskiego), brak dojrzałych metropolii oraz

– z nielicznymi wyjątkami - silnych (na miarę kraju, nie mówiąc o Europie) ośrodków turystycznych[52]. Czynniki te trudno zatem dosłownie uznać za integrujące, raczej chodzi o podobieństwa struktury osadniczej, ekonomicznej i społecznej. Wręcz przeciwnie, wspólnota niedostatku i kłopotów rzadko sprzyja integracji. Czynnikiem integrującym makroregion wschodniopolski może być raczej wspólna determinacja w planowaniu i realizacji działań pozwalających wyłamać się z kręgu zacofania. Nowocześnie pojmowana turystyka może być jedną z szans rozwojowych wspólnych dla wszystkich województw. Nawet jeśli dziś jeszcze z wyjątkiem największych miast i niewielu ośrodków turystycznych turystyka nie ma szczególnie wielkiego udziału ani w tworzeniu miejsc pracy, ani dochodu, nieuchronna restrukturyzacja zacofanych gospodarek regionu uwolni wiele rąk z rolnictwa, dla których szeroko pojmowana obsługa ruchu turystycznego może stać się szansą w regionie, bez potrzeby dalekich migracji. Tylko w warmińsko-mazurskim restrukturyzacja rolnictwa nie będzie miała masowego charakteru, a rozwój turystyki będzie wymagał raczej podnoszenia standardu usług, niż budowy sektora niemal od podstaw. A i to rozwój turystyki będzie się dokonywał punktowo i liniowo. Przy obecnej strukturze agrarnej, mimo niezwykłych przywilejów prawnych, podatkowych i finansowych dla rolników, na nie ma żadnych podstaw koncepcja „wielofunkcyjnego rozwoju obszarów wiejskich" (dotyczy to także rozwoju agroturystyki). Bez postępów urbanizacji, powiększania gospodarstw rolnych do rozmiarów gwarantujących ekonomiczne istnienie na co najmniej jedno pokolenie, komasacji gruntów i podnoszenia wydajności, obszary wiejskie zdominowane przez rolnictwo nie stworzą warunków dla rozwoju jakichkolwiek usług (z braku popytu lokalnego jak i braku podaży usług). Biedna wieś, a taka jest w większości oddalona od największych miast wieś wschodniopolska, dziś nie zbuduje i nie utrzyma miejsc pracy poza rolnictwem[53]. W odniesieniu zaś do agroturystyki, jej rozwój, jak wiadomo od dawna, ma miejsce jedynie w obszarach dużej atrakcyjności turystycznej. Nie przyczyni się zatem do restrukturyzacji wsi na innych obszarach.

3.1 Trendy i kierunki rozwoju 2014-2020

Jak podkreślano kilkakrotnie w tym opracowaniu, na turystykę Polski Wschodniej mają i w rosnącym stopniu mieć będą czynniki typowe dla turystyki europejskiej (i światowej) w ogóle. Zacznijmy od trendów globalnych.

Utrzyma się obserwowany od blisko dekady trend stopniowego tracenia znaczenia Europy, dotąd światowego centrum turystyki, na rzecz pozostałych światowych regionów turystycznych,

[52] Ośrodki sezonowe, choćby tłumnie, ale krótko odwiedzane, trudno uznać za silne.
[53] Do wyjątków należą niektóre obszary formalnie wiejskie, ale o wysokiej gęstości zaludnienia na Podkarpaciu, lub też wsie położone w pobliżu niewielkich miast, ale ruchliwych ośrodków turystycznych makroregionu.

przede wszystkim Azji Południowo-Wschodniej, w mniejszym stopniu pozostałych regionów (z przejściowym wyłączeniem ośrodków Afryki Północnej, Syrii i Jordanii). Prawdopodobnie nie będzie miał wpływu na pozycję Ameryki Północnej. Wynikający z globalizacji proces utraty czołowej pozycji Europy, choć powolny, ma charakter trwały i będzie miał coraz większy wpływ na zaostrzenie konkurencji w Europie i w Polsce. Wbrew obawom, akty terrorystyczne, przynajmniej jak dotąd, miały raczej krótkotrwały wpływ na ruch turystyczny. W ostatnich 3 dekadach nie zdarzył się tak głęboki i trudny do opanowania kryzys gospodarczy, zatem trudno przewidzieć, jaki będzie jego ostateczny wpływ na stopę życiową w dotkniętych nim krajach i jak to się przełoży na ruch turystyczny. Jeżeli będzie miał, odbije się przede wszystkim na klasie średniej i niższej, pozostanie zaś zapewne bez wpływu na zachowania turystyczne klasy wyższej. Na razie jednak, przyjmując do wiadomości, że w ostatnich 2-3 latach spadek ruchu turystycznego nie przekracza kilku procent, przyjmiemy, że kryzys nie będzie miał ostrzejszego, niż dotąd wymiaru i nie doprowadzi do krachu w turystyce. Przy takim założeniu, czynnikiem ważącym dla kształtowania wewnętrznego popytu dla usług turystycznych będzie wolniejsze niż średnio w Polsce tempo wzrostu, co w jakimś stopniu będzie ograniczać możliwości inwestycyjne w gospodarce makroregionu.

W najbliższych latach istotne zmiany dotyczyć będą populacji turystów, zarówno po stronie popytowej, jak i podażowej (produktów, gospodarki turystycznej). Turysta, o którego walczyć będzie gospodarka turystyczna, będą nieco bardziej zamożni, na pewno lepiej wykształceni, bardziej wymagający. Przykładający większą wagę do relacji jakość-cena i dokonujący wyboru między ofertami rynku międzynarodowego, czasem wręcz globalnego. A to oznacza, że tania, niskiej jakości oferta turystyczna nadal będzie odrzucana przez turystów (jak to się dzieje od lat z substandardowymi schroniskami młodzieżowymi, obiektami oferującymi noclegi w wieloosobowych czy pozbawionych węzła sanitarnego pokojach, czy też obiektami gastronomicznymi niskiego standardu).

Istotny wpływ na strukturę popytu mieć będą zmiany demograficzne i zwłaszcza odchodzenie na emerytury pokolenia powojennego boomu. Zwiększy to wśród potencjalnych turystów ilość ludzi dysponujących czasem wolnym, przyzwyczajonych do korzystania z usług turystycznych, wobec postępów medycyny i przedłużania się oczekiwanego czasu życia mających długą perspektywę aktywności. Jednocześnie względy zdrowotne będą powodować, że rosnącą popularnością będzie się cieszyć turystyka zdrowotna, nie tylko w tradycyjnym, siermiężnym stylu usług finansowanych przez np. NFZ, ale też wszelkiego rodzaju nowinki typu Spa itp.

Coraz bardziej zróżnicowane będą motywy i cele podróży, często współwystępujące i przenikające się. Jednocześnie rosnąć będzie znaczenie nowych, wysoce specjalistycznych form turystyki, wypływających z zainteresowań kulturowych np. turystyką w obiektach militarnych, cerkiewkach drewnianych, przemysłowych i poprzemysłowych, sportową, w tym coraz częściej

ekstremalną[54], gastronomiczną różnego rodzaju (kulinarną, enoturystyką, turystyką piwną, „żurkową" etc.), kulturą innych państw itd. Pojawią się, choć jeszcze nie w masowej skali formy podróży kosmicznej. Wzmocnią się presje na samodzielne planowanie unikalnych tras i celów podróży. Będzie się utrzymywał trend zwiększania udziału turystyki kulturowej i miejskiej w turystyce w ogóle (w tym przemysłów kultury i orientacji na przeżywanie, doświadczanie jako kryterium wyboru destynacji) oraz nacisk na indywidualizację oferty, dostosowywanie do pojedynczego turysty (zob. Ecorys 2009). Zmiany na rynku pracy, ograniczone formy stałego zatrudnienia i rosnące wymagania wobec pracowników będą też prowadzić do zmiany struktury turystyki, zwłaszcza wypoczynkowej. W miejsce tradycyjnych długich urlopów wakacyjnych przybywać będzie zapotrzebowania na krótkie, lecz względnie częste, podróże typu weekendowego (*weekend-breaks; city-breaks[55])*. A to znów sprzyjać będzie rozwojowi turystyki w obszarach zurbanizowanych, oferujących krótki, ale intensywny we wrażenia pobyt.

Powyższe zjawiska i procesy spotkają się z odpowiedzią firm turystycznych, dostosowujących swą ofertę do oczekiwań turystów, ale też oferujących nowe usługi dzięki postępowi technologicznemu (ICT) i organizacyjnemu. Przedstawione wcześniej dane dowodzą, że również w Polsce Wschodniej mamy do czynienia z procesami dostosowawczymi. Ubywa ofert niskiej jakości, dynamicznie rośnie oferta turystyczna wysokiej jakości, poszerza się i różnicuje oferta turystyczna, a w ślad za nią często postępuje rozwój infrastruktury towarzyszącej (szlaki, przystanie, parkingi, wypożyczalnie sprzętu i in.). Rozwijająca się dynamicznie i uchodząca za niezwykle przyszłościowy dział gospodarki turystycznej turystyka kongresowa, wystawiennicza i biznesowa wzmaga presje na rozwój odpowiedniej infrastruktury, której w makroregionie poza Kielcami zwyczajnie brak.

Przynajmniej w niektórych miejscowościach uzdrowiskowych następuje rozwój innych funkcji turystycznych, co dobrze odpowiada zmieniającym się oczekiwaniom i potrzebom turystów oczekujących nie tylko przywrócenia zdrowia fizycznego, ale też relaksacji, podniesienia poczucia dobrego sampoczucia (*well-beingu)*, czego tradycyjne szpitale uzdrowiskowe i sanatoria na razie nie są w stanie czynić (z przyczyn mentalnych, prawnych i charakteru umów z NFZ). Zmiany zachodzące w środowisku turystów będą premiować ośrodki recepcyjne oferujące wysokiej jakości, zróżnicowane, w miarę zindywidualizowane produkty turystyczne. Czasem oznacza to miasto z cała złożonością swej oferty dla mieszkańców i przyjezdnych, czasem prestiżowy hotel o wysoce złożonym produkcie pozwalającym interesująco spędzić czas nawet bez wychodzenia poza jego mury. Czasem

[54] Wejście na szczyt Himalajów, opłynięcie Przylądka Horn, nie wspominając o uprawianiu żeglarstwa oceanicznego, nurkowania na odległych rafach, lotniarstwa i paralotniarstwa jest tylko problemem finansowym, możliwym do rozwiązania nawet przez średnio zarabiających. O ile pogodzą się z myślą, że szanse powrotu z Mount Everestu wynoszą około 80%. Tylko.

[55] Nazwa *city-breaks* często używana wymiennie z *weekend-breaks* nie jest przypadkowa: dla wybierających się na weekend (zwłaszcza za granicę), najbardziej naturalną destynacją są ośrodki łatwo dostępne, obfitujące w zróżnicowane atrakcje i infrastrukturę. Czyli wielkie miasta (*cities*).

specjalistyczną usługę typu Spa, turystyka aktywna itp. W każdym razie tradycyjna turystyka odwołująca się jedynie do spacerów po lesie i gry w karty podczas deszczu to oferta nie do przyjęcia dla współczesnych turystów.

Ogląd danych napływających z makroregionu o pojawianiu się także poza dużymi miastami oferty wysokiej jakości dowodzi, że część branży turystyczna właściwie odczytuje sygnały rynku i dostosowuje do niej ofertę. Jednak nie cała. Także dokumenty strategiczne, mimo deklarowanej nowoczesności podejścia do rozwoju turystyki, w znacznej części tkwi w okowach starego paradygmatu i za podstawę sukcesu częściej widzi zasoby przyrodnicze, niż produkt. Dalsze podtrzymywanie tego podejścia, przełożonego też na koncentrację środków na rozwój turystyki na remonty budynków, budowę szlaków oraz tanich form turystyki na wsi, wobec przewidywanych zmian w popycie turystycznym, może powodować postępującą marginalizację sektora turystycznego makroregionu w skali kraju. Że takie zjawisko jest możliwe, świadczy obserwowany od 3 lat przez ekspertów i branżę spadek liczby przyjezdnych do województwa warmińsko-mazurskiego. Najnowsze doniesienia prasowe na podstawie rozmów z samorządami i przedstawicielami branży mówią wręcz o załamaniu w 2011, składając winę na karb pogody, kryzysu i … min. Sikorskiego, nie zauważając za to niekonkurencyjnych, zawyżonych cen usług[56]. Zresztą czego oczekiwać, skoro Polska Izba Turystyki odbywa swe walne zgromadzenia w egipskiej Hurgadzie[57], a nie w Polsce?

Jeśliby gospodarka turystyczna miała ambicje wzmacniać swą konkurencyjność na gruncie nie tylko polskim, ale też europejskim, celowe byłoby zwiększenie roli międzynarodowych sieci hotelowych w makroregionie. To ułatwi promocję produktu, a zatem także makroregionu. Polskie hotele, nawet najlepsze, bez obecności w takich sieciach międzynarodowych, musiałyby ponieść koszty wejścia na rynek międzynarodowy zapewne przekraczające ich możliwości.

Z punktu widzenia możliwości rozwoju agroturystyki należy zauważyć, że wzrost oczekiwań jakościowych w środowisku turystów może przekraczać możliwości dostosowawcze (finansowe, ale też kulturowe) agrokwaterodawców.

---

[56] *Turyści odpływają z Mazur*, http://www.tvnmeteo.pl/informacje/polska,28/turysci-odplywaja-z-mazur,773,1,0.html, pobrano 13.09.2011; zob. *To nie jest dobry rok. Branża turystyczna liczy straty*, http://www.money.pl/gospodarka/wiadomosci/artykul/to;nie;jest;dobry;rok;branza;turystyczna;na;mazurach;liczy;straty,154,0,883866.html, pobrano 13.09.2011

[57] 27.11.-04.12.2009. Sądząc z czasu, obrady musiały być niezwykle pracowite.

Rozdział 4. Rekomendacje i sugestie działań strategicznych dla Polski Wschodniej.

Zasadnicza rekomendacja dotyczy odstąpienia od dawnego podejścia do turystyki i budowania polityki rozwoju turystyki w Polsce Wschodniej w oparciu o nowy paradygmat, dostosowany do rzeczywistego charakteru współczesnej turystyki. Przyjęcie do wiadomości, że turystyka nie jest synonimem rekreacji i wypoczynku na wsi i łonie przyrody. Że konkurencja w

turystyce ma dziś charakter w rosnącym stopniu globalny, a co najmniej europejski. Że o wyborze destynacji decyduje charakter i jakość produktu, nie zaś zasoby. Że współcześni turyści dysponują coraz większymi środkami, mają też sporą wiedzę i doświadczenie i rosnące wymagania jakościowe. Mają też coraz bardziej zróżnicowane zainteresowania.

Rekomendacje dotyczące rozwoju turystyki powinny spełniać pewne podstawowe warunki. Po pierwsze, zgodnie z zasadą oparcia na dowodach i efektywności interwencji, powinny koncentrować się na rozwoju ośrodków, gdzie turystyka już odgrywa dużą rolę, a jej dalszy rozwój nie wymaga nakładów typowych dla inwestycji na surowym korzeniu. Po drugie, gdzie można wykorzystać istniejącą infrastrukturę turystyczną oraz towarzyszącą, wzbogacającą ofertę i ułatwiającą obsługę ruchu turystycznego (hotele, restauracje, muzea, instytucje kultury, banki, centra handlowe, centra usługowe, opieka medyczna, węzły komunikacyjne i telekomunikacyjne etc). Po trzecie, gdzie koncentruje się najwięcej zróżnicowanych typów turystyki (biznesowa, zakupowa, kulturowa, zdrowotna, itd.), tworzących razem złożoną ofertę nie tylko dla pojedynczych turystów, ale też dla rodzin i dużych grup turystycznych. Po czwarte, gdzie w miarę niekonfliktowo można przyjąć znaczne grupy turystów, nie szkodząc nadmiernie lokalnemu środowisku społecznemu ani naturalnemu, korzystając z istniejącej infrastruktury ochrony środowiska lub skutecznie i zawczasu kompensując szkody. Po piąte, rozwój gospodarki turystycznej nie powinien być traktowany jako instrument dla osiągania celów polityki społecznej, rolnej, czy rozwoju obszarów wiejskich. To samodzielny sektor gospodarki, o dużej dynamice, który niewątpliwie przyniesie pozytywne efekty dla makroregionu. Pod warunkiem, że kryteria alokacyjne nie będą podporządkowane celom politycznym.

Wszystkie te warunki i czynniki (społeczne, ekonomiczne i środowiskowe) przemawiają w pierwszej kolejności za koncentracją interwencji publicznej w miastach stołecznych regionów. W drugiej kolejności za mniejszymi ośrodkami o potencjale dalszego rozwoju funkcji turystycznej, dysponujących już rozwiniętą infrastrukturą turystyczną (hotele, gastronomia i in.). W trzeciej za pozostałymi obszarami makroregionu. Należy podkreślić, że uwagi te dotyczą wyłącznie celów interwencji publicznej, w niczym nie ograniczając aktywności podmiotów prywatnych.

Pierwsza rekomendacja dotyczy zatem koncentracji działań rozwojowych turystyki budowanych w oparciu o największe ośrodki turystyki w makroregionie. A są nimi stolice regionów: Lublin, Białystok, Kielce, Rzeszów i Olsztyn, w dalszej dopiero kolejności mniejsze, ale już aktywne turystycznie ośrodki miejskie. Dalej miejscowości na obszarach wiejskich, w związku z oczywistymi atrakcjami przyrodniczymi i kulturowymi, materialnymi bądź niematerialnymi, najlepiej w ośrodkach już cieszących się udokumentowaną historią turystyczną, gdzie istnieje doświadczenie obsługi ruchu turystycznego. Jest to zatem propozycja konsekwentnego tworzenia warunków dyfuzji ruchu turystycznego do obszarów mających słabiej lub w ogóle nie rozwiniętej funkcji turystycznej.

Optymalnie winno się dążyć do tworzenia sieci promocji i obsługi ruchu turystycznego. Występujące w makroregionie produkty turystyczne często w pojedynkę cieszą się umiarkowanym zainteresowaniem, połączone w sieci stałyby się znacznie bardziej konkurencyjne.

Dlatego rekomendacja druga dotyczy postulatu budowy zintegrowanych, a co najmniej komplementarnych produktów turystycznych w formule klastrów (sieci). Zakres koordynacji i współpracy może być różny, ale wymóg minimum to wspólna informacja i promocja usług (produktów). Dotyczy to zarówno współpracy ośrodków miejskich (w ujęciu międzyregionalnym, regionalnym czy subregionalnym, jak też lokalnym). Wsparcie dla pojedynczego projektu ma sens tylko wtedy, gdy jego realizacja w oczywisty sposób uzupełni, domknie ofertę na danym obszarze, lub zagwarantuje zdolność do zainicjowania rozwoju turystyki (produkt rdzeniowy). Podstawą budowy takiego sztandarowego produktu sieciowego może być zupełnie unikalna sieć gotyckich zamków ceglanych przebiegająca głównie przez województwo warmińsko-mazurskie. W wersji „sieć zamków i pałaców" można ją przedłużyć na cały makroregion, gdzie już obecnie funkcjonuje kilkadziesiąt hoteli w zabytkowych rezydencjach. Podstawy sieci (nie licząc pomorskiego Malborka) tworzą już dziś zamki w Lidzbarku Warmińskim i Rynie (hotele czterogwiazdkowe). Zamek nidzicki oraz reszelski wymagają jedynie podniesienia jakości usługi. Zamek olsztyński wprawdzie nie jest hotelem, lecz muzeum, ale w pobliżu nie brak dobrej klasy hoteli. Jedyne, co na początek należałoby wesprzeć oprócz podniesienia standardu w niektórych istniejących zamkach, to stymulacja przebudowy przez inwestorów prywatnych[58] na hotele dobrego standardu innych niewykorzystanych dotąd zamków gotyckich lub pałaców, których nie brak ani w warmińsko-mazurskim, ani w innych województwach (z wyjątkiem podlaskiego). Rolę hoteli (pensjonatów) już pełnią pałace i dwory w Bałoszycach, Sorkwitach, Nakomiadach, Jędrychowie, Osiece, Bieniaszach, Janowie, Galinach, Kaliszkach, Karnitach, Kierzbuniu, Kraplewie, Kadynach, Laśmiadach, Soplach, Stradunach, Szwałku, Pozortach czy Wojciechach. Podobny schemat można by uruchomić w innych regionach. Szczególnie w podkarpackim, gdzie istnieje kilka historycznych rezydencji służących turystyce także jako baza hotelowa i „*eventowa*" (pałace w Krasiczynie, Sieniawie, Baranowie Sandomierskim, Jasionce, Przecławiu, Dubiecku, Dębicy-Wolicy, zamek w Lesku, dwór w Komborni, Trześniowie i Woli Sękowej, nie licząc jakościowo odstającego obiektu noclegowego we dworze w Boguchwale czy też ośrodka wypoczynkowo-konferencyjnego w pałacu myśliwskim w Olszanicy). W świętokrzyskim zwracającymi uwagę obiektami są hotele-pałace w Rytwianach, Kurozwękach, Ostrowcu Świętokrzyskim, dwór w Czyżowie

[58] Urzędnicy nigdy nie będą dobrymi menedżerami, a co dopiero hotelarzami. I na odwrót, hotelarze nie będą dobrymi urzędnikami.

Szlacheckim oraz mniejszy obiekt w Sobkowie[59]. W lubelskim niewiele obiektów hotelowych w rezydencjach i na ogół dysponujących niewieloma miejscami noclegowymi, zwłaszcza w wyższym standardzie (niewielki dwór obronny w Jakubowicach Konińskich, dwór w Grabanowie, Udryczach, rządcówka w Roskoszy, oficyna dworska w Sosnowicy). W podlaskim dworek w Pentowie i pobliski częściowo zrekonstruowany zamek w Tykocinie. Stopniowo – jeśli znalazłoby to uzasadnienie przy tak wielkim terytorium – można je integrować w jeden system Polski Wschodniej. Jeden tylko warunek: w tych przypadkach, odwołujących się nieco do dobrze pojmowanego snobizmu i wyjątkowości oferty, usługa klasy 4 gwiazdek to nie za dużo.[60] To tylko przykład możliwości rozwoju turystyki, jakie już tkwią w dziedzictwie kulturowym (nie licząc obiektów służących jako muzea). Należy przypomnieć, że o ile liczba gości w typowych obiektach noclegowych ostatnio raczej nie rośnie, to Instytut Turystyki notuje w swych badaniach znaczny wzrost zainteresowania usługami noclegowymi oferowanymi w obiektach historycznych (o 15% w 2010). Moda na wyjątkowość towarzyszyła ludzkości od zarania dziejów. Snobizm nie musi być zawsze zjawiskiem negatywnym. Nie chodzi o to, by polityką turystyczną rugować mniej zamożnych turystów, lecz przyciągać do regionu także tych bardziej zamożnych i wymagających, powstrzymać ich odpływ do krajowych i zagranicznych destynacji oferujących wyższy standard produktu. Jedno z drugim się nie wyklucza. W zakresie dziedzictwa kulturowego obiekty sakralne mogłyby stać się podstawą turystyki kulturowej i pielgrzymkowej, wymagałoby to jednak znacznych dostosowań do obsługi ruchu turystycznego, jakim mogą sprostać tylko niektóre obiekty i ośrodki (np. pomijając stolice województw, Święty Krzyż, Święta Lipka, Kalwaria Pacławska, Tykocin, w mniejszym stopniu Grabarka[61]).

Rekomendacja trzecia dotyczy zatem jakości projektów wybranych do wsparcia w drodze interwencji publicznej. Projekty te winny bezwzględnie spełniać wymóg jakości uznawanej za minimum standardu w Europie. W przypadku hoteli to 3 gwiazdki, a jeśli to możliwe, więcej niż 3 gwiazdki. Podobną regułę można zastosować wobec innych obiektów noclegowych (pensjonatów, kempingów, agroturystyk). Świat zdecydowanie idzie w kierunku wysokiej jakości przy możliwie rozsądnej cenie. Większość hoteli śródziemnomorskich, zwłaszcza w krajach zabiegających o zajęcia mocnego miejsca w obsłudze ruchu turystycznego, oferuje pobyty w hotelach 4 gwiazdek a nawet

[59] Raczej nie powinien się znaleźć na tej liście zbudowany niedawno od zera „dwór" w Dwikozach (Sandomierz), z oczywistych względów pozbawiony cech historycznej rezydencji.

[60] Teoretycznie świat zna różne rozwiązania. Np. zamki nad Loarą, wspólnie promowane, ale będące odrębnymi podmiotami gospodarczymi (mniej więcej podobnie jest w Polsce w Dolinie Pałaców i Ogrodów Kotliny Jeleniogórskiej). Z kolei w Portugalii władze państwowe przekształciły szereg posiadanych zamków w sieć wysokiej klasy i drogich hoteli.

[61] Ale warto pamiętać, że Licheń Stary wyrósł na drugi ośrodek pielgrzymkowy Polski w ciągu zaledwie dwóch dekad. Nie ma rzeczy niemożliwych, ale wymaga to daleko idącej komercjalizacji przedsięwzięcia, czemu niewątpliwie sprzyja zwolnienie działalności instytucji religijnych z podatków, szkodzi zaś często konserwatywne wyobrażenie roli kościoła w życiu społecznym.

więcej. Jeśli to zaczyna być standardem w Turcji, Egipcie czy Tunezji, to tym bardziej musi być standardem w Polsce[62]. Silnym atutem w rozwoju turystyki może być istnienie sieci prestiżowych hoteli w zabytkach. Możliwie włączonych w sieci międzynarodowe, co zapewnia globalny marketing i daje potencjalnym gościom wyobrażenie standardu, jakiego mogą oczekiwać.

Rekomendacja czwarta dotyczy daleko posuniętej rozwagi w budowie szlaków i ścieżek dydaktycznych. Budować? Tak, ale tylko wtedy, gdy udowodni się służebną funkcję wobec konkretnego, istniejącego ośrodka turystycznego i dostępnych w nim usług turystycznych. W innym wypadku byłoby to marnowanie pieniędzy publicznych.[63] Tylko w niektórych parkach narodowych za wstęp (zatem i korzystanie ze szlaków turystycznych) się płaci. Poza tym z zasady powszechnie dostępne bezpłatnie szlaki nie są produktami turystycznymi, wbrew temu, co się uporczywie wypisuje w Polsce.

Rekomendacja piąta dotyczy modernizacji i rozwoju akcji promocyjnej poprzez koncentrację na ściśle określonych grupach docelowych (początkowo wielkie główne metropolie krajowe), na konkretnych produktach i ich jakości, oraz na pierwszeństwie dawanym turystyce kulturowej. Z wyjątkiem naprawdę wyjątkowych obszarów przyrodniczych, pod warunkiem, że dysponują w pobliżu dobrze rozwiniętą bazą turystyczną. Inaczej promocja nie ma najmniejszego sensu, bo po co zapraszać tam, gdzie nie można spać ani zjeść, a to przecież podstawowe potrzeby każdego człowieka? Też turysty? Podobnie jak budowa ścieżek i szlaków, promocja nie powinna poprzedzać budowy infrastruktury noclegowej i gastronomicznej. Nie ma nic gorszego, niż promować NIC, czyli obszar lub zasób, gdzie brak usług zaspokajających elementarne potrzeby turysty.

---

[62] Dotąd są elementy błędnego koła. Na pytanie dlaczego nie buduje się hoteli wyższej klasy, w wielu polskich lokalnych ośrodkach turystycznych słyszy się odpowiedź: a kogo na to stać, do nas tacy nie przyjeżdżają. I to prawda, że nie przyjeżdżają, bo po co mają przyjeżdżać, skoro nie ma hotelu wyższej klasy? Doświadczenie mówi jednoznacznie: chcesz przyciągnąć zamożnych, zatem wymagających turystów, zbuduj wysokiej klasy hotel i ofertę. Tak powstało Las Vegas. Riwiera turecka. W Polsce zbudowany na pustkowiu hotel Ossa. Luksusowy hotel Ryn w gotyckim zamku w miejscowości, gdzie sezon turystyczny kończył się dotąd w sierpniu. Nie wspominając o Dolinie Pałaców i Ogrodów w Kotlinie Jeleniogórskiej. Itd., itp. Oczywiście, nie wystarczy postawić mury, trzeba zbudować wokół oferty noclegowej atrakcyjną ofertę (kulinaria, Spa, rowery, *nordic walking*, konferencje, koncerty, wystawy, kuligi, loty helikopterem, biesiady, weekendy dla dwojga, święta rodzinne etc.). Skoro udaje się zbudować wysokiej jakości ofertę w małych ośrodkach, dlaczego nie mogłoby się to udać w większych miastach regionu? Wysoka jakość produktu ma też zaletę znaną z handlu: wysoka cena, duża marża, mało klientów, mało sprzątania. Niska cena, mała marża, wielu klientów, dużo sprzątania. A jaki ma to w obu wypadkach wpływ na koszty dodatkowe infrastrukturalne (woda, oczyszczanie ścieków, bezpieczeństwo, sprzątanie, WC, parkingi, ulice, oświetlenie itp.)?

[63] W Polsce wyznakowano sporo szlaków pieszych, rowerowych czy konnych. Wiele z nich prowadzi na znacznych odcinkach przez obszary, gdzie nie ma żadnej możliwości skorzystania z noclegu. W efekcie nikomu nie służą, bo jedzie się do celu, jakim ostatecznie jest nocleg. Ta oczywistość dotyczy każdej formy aktywności turystycznej. Nie ma bazy hotelowej, nie ma ruchu turystycznego. Co najwyżej niszowa, nieuchronnie zaspokajająca swe potrzeby kosztem środowiska. Zanieczyszczone fekaliami brzegi mazurskich jezior wzdłuż szlaków żeglarskich to bolesny przykład skutków braku infrastruktury turystycznej (i kultury).

Rekomendacja szósta wiąże się z rozwojem turystyki na wsi. Podkreślam: na wsi, zatem dowolnej formy turystyki na obszarach wiejskich. Nie musi to być wcale agroturystyka, ani turystyka wiejska (czyli skoncentrowana na materialnych i niematerialnych przejawach życia wiejskiego). Z punktu widzenia aktywizacji rozwojowej obszarów wiejskich nie powinno mieć żadnego znaczenia, realizacji jakich motywów ma służyć prowadzona tam usługa turystyczna. I przez kogo jest prowadzona. Istotne jest jedynie, czy tworzy ciekawą, choćby i niszową, ofertę, a przez to przyczynia się do wzrostu dochodów i miejsc pracy, nie niszcząc lokalnego środowiska. Jak wspomniano, stosunkowo mniej generalnych korzyści płynie z agroturystyki (inne formy turystyki na wsi są przynajmniej opodatkowane, podlegają ustawom o turystyce i ochronie konsumenckiej i przynajmniej w założeniu są dalsze od szarej strefy). W dodatku słabym punktem agroturystyki, czyli usługi realizowanej w czynnym gospodarstwie rolnym, jest oczywisty i nieuchronny konflikt funkcji produkcyjnej i turystycznej, co zwłaszcza dla wczasów rodzinnych, a takie często się wiąże z agroturystyką, oznacza istotne ograniczenie. Ale też pod szyldem agroturystyki kryje się sporo znakomitych przykładów *de facto* pensjonatów, urządzonych ze smakiem, często w zabytkowych obiektach i znakomicie prowadzonych. Z reguły są to obiekty prowadzone przez imigrantów z wielkich miast, doskonale rozumiejących oczekiwania współczesnego turysty.

Rekomendacja siódma wiąże się z postulatem ochrony najcenniejszych kulturowo i przyrodniczo miejsc makroregionu przez regulację ruchu turystycznego przy pomocy narzędzi ekonomicznych i zarządzania obszarami recepcyjnymi (destynacjami). Miejsca takie, których wbrew pozorom nie ma aż tak wiele, lub ich najbliższe okolice, powinny być chronione przed rozwojem bazy turystycznej niskiej jakości, przyciągającej masowego turystę ze wszystkimi tego konsekwencjami. Wyjątkowość tych miejsc winna być podkreślana (i chroniona) możliwie najwyższą jakością bazy turystycznej. Za przykład zagrożeń, do jakich może prowadzić niedyskryminacyjna lokalna polityka rozwoju turystyki, akceptująca każdą inicjatywę gospodarki turystycznej, może służyć przykład licznych pomniejszych ośrodków Warmii i Mazur, Pojezierza Łęczyńskiego, Tykocina, Białowieży czy – w rosnącym stopniu, mimo ochrony konserwatorskiej – Kazimierza Dolnego. Dominująca niska jakość produktów i infrastruktury sprzyja rozwojowi turystyki masowej, z jednej strony wywierającej nadmierną presję na lokalne środowisko, z drugiej zaś prędzej czy później skutkującej w odpływie bardziej wymagających klientów i upadku destynacji turystycznej. Lokalne i regionalne społeczności muszą wspólnie podjąć decyzję, co uznają za największe, wymagające ochrony dziedzictwo regionu i przyjąć strategie chroniące je przed masową, dewastującą eksploatacją. Przekształcenie ich w prestiżowe, najwyższej jakości ośrodki turystyki, zintegrowane z ofertą stolic regionów, mogą stać się ważkim czynnikiem przyciągającym turystów o wyższych wymaganiach, także zagranicznych.

Najgorsze, co można zrobić, to wzorować się na rozwoju turystycznym niektórych sezonowych ośrodków nadmorskich, już przekształconych w zespoły bazarów i tandetnych garkuchni. Jeżeli promocja Polski Wschodniej ma się opierać na jej wyjątkowości, to oferta turystyczna również musi być wyjątkowa. A w zgodzie z zasadami promocji i marketingu, najpierw należy stworzyć wyjątkową ofertę usług, potem dopiero ją promować. Tworzyć *brand* Polski Wschodniej lub jej składowych. Nie odwrotnie. Ogólna ochrona polskiej przestrzeni to zadanie państwowe. Ochrona szczególnie cennych elementów dziedzictwa regionalnego, to przede wszystkim rola władz lokalnych i wojewódzkich. Przekonanie, że wszyscy turyści marzą o wypoczynku na terenach chronionych jest nie do obrony i groźne dla przyszłości tych obszarów. Ich zagospodarowanie w wydaniu masowym może się okazać podcinaniem gałęzi, na której siedzą społeczności lokalne.

Ostatnia, siódma rekomendacja, zaleca bardzo ostrożne podejście do finansowania przedsięwzięć tylko sezonowych i nie przyczyniających się do wydłużenia sezonu turystycznego. Nie oznacza to rezygnacji z inwestycji służących turystom odwiedzającym makroregion jedynie np. w sezonie letnim (wodniacy są najlepszym tego przykładem), jednak pierwszeństwo winno być dawane obiektom i produktom służącym turystom cały rok i cały rok przynoszącym korzyści dla regionu.

Podsumowanie

Przedstawione tu rekomendacje nie wyłączają żadnego obszaru makroregionu Wschodniej Polski z możliwości rozwoju turystyki. Formułowane są w konwencji kierowania środków w pierwszej kolejności tam, gdzie najszybciej można się spodziewać wymiernego efektu w postaci nowych miejsc pracy i dochodu, wykorzystując do tego celu elementy dziedzictwa kulturowego i przyrodniczego. Rekomendacje podkreślają znaczenie czynników jakościowych i potrzebę rozwagi w wyborze sposobu (strategii) eksploatacji turystycznej najcenniejszych, zwłaszcza wrażliwych miejsc. Zgodnie z regułą kuli śnieżnej, powodzenie w rozwoju jakościowej, prestiżowej turystyki w tych ośrodkach, wzrost ruchu turystycznego oraz poprawa promocji regionów Polski Wschodniej winny przekładać się na wzrost zapotrzebowania na rozwój turystyki w innych, słabiej rozwiniętych, bardziej peryferyjnych, często głównie rolniczych obszarach. Nie należy wszakże oczekiwać, że turystyka rozwinie się wszędzie i sama z siebie. Nowoczesna interwencja publiczna nie zastąpi inicjatywy przedsiębiorców, ale może ją wspomóc i rozumnie ukierunkować, zapobiegając niewłaściwej alokacji inwestycji i chroniąc najcenniejsze zasoby makroregionu przed nadmierną eksploatacją. Ważną strategiczną funkcją takiej interwencji winno być też stanowienie (przez przykład i strukturę udzielanego wsparcia) wzoru pożądanej turystyki, jakości produktu turystycznego i infrastruktury.

Bibliografia

Alejziak W., 2000, *Turystyka w obliczu wyzwań XXI wieku*, FH-U Albis, Kraków

ASM Centrum Badań i Analiz Rynku Sp. Z o.o., 2007, *Raport z badania rolników będących użytkownikami gospodarstw rolnych, w tym rolników prowadzących dodatkowo działalność na terenie woj. podkarpackiego*, Kutno, http://www.wup-rzeszow.pl/files/1107_Raport_rolnicy.pdf, pobrano 15.09.2011

BDL (Bank Danych Lokalnych), GUS, Warszawa (internetowa baza danych)

Bartoszewicz T., Skalska T., 2010, *Zagraniczna turystyka przyjazdowa do Polski w 2009 roku*, Warszawa: Instytut Turystyki

Bauman Z., 1993, *Ponowoczesne wzory osobowe*, w: Studia Socjologiczne nr 2

Celuch K., Dziedzic E., *Raport. Przemysł spotkań i wydarzeń w Polsce 2011*, Warszawa: POT

Cohen E., 1972, *Towards a sociology of international tourism*, w : Sociological Review, 22.

Czech M., 2011, *Mazury: cud nie tylko natury*, w: Gazeta Wyborcza, 29.08.2011

Drzewiecki W., 2001, *Podstawy agroturystyki*, Bydgoszcz: OPO

Dziedzic T., Łopaciński K., Saja A., Szegidewicz J., 2010*, Polska gospodarka turystyczna w okresie świtowego kryzysu,* Warszawa: IT, PART

Dziemianowicz W., 2008, *Konkurencyjność gmin w kontekście relacji władze lokalne – inwestorzy zagraniczni*, Warszawa: Wyd. UW

EC EUROSTAT, *Tourism Statistics at Regional Level*, http://epp.eurostat.ec.europa.eu/statistics_explained/index.php/Tourism_statistics_at_regional_level, pobrano 8.10.2011

EC EUROSTAT, *Tourism Satellite Accounts (TSA) in Europe, 2010 edition*,

http://epp.eurostat.ec.europa.eu/cache/ITY_OFFPUB/KS-RA-10-031/EN/KS-RA-10-031-EN.PDF, pobrano 8.10.2011

EC EUROSTAT, *Tourism employment (data for September 2008),*

http://epp.eurostat.ec.europa.eu/statistics_explained/index.php/Tourism_employment, pobrano 8.10.2011

e-konferencje.pl, 2008, *Znaczenie turystyki biznesowej na rynku*, http://www.e-konferencje.pl/artykul/znaczenie-turystyki-biznesowej-na-rynku/74/, pobrano maj 2011

Ecorys, 2009, *Study on the Competitiveness of the EU tourism industry*, http://ec.europa.eu/enterprise/newsroom/cf/_getdocument.cfm?doc_id=5257, pobrano 13.09.2011

ESPON 1.4.5, 2007, *Final report, project 1.4.5, Preparatory study of spatially relevant aspects of tourism*, Luxembourg

Faryna-Paszkiewicz, Omilanowska M., Pasieczny R., 2001, *Atlas zabytków architektury w Polsce*, Warszawa: Wyd. Naukowe PWN

Gaworecki W. W., 1994, *Turystyka*, Warszawa: PWE

Gorzelak G., 1998, *Regional and Local Potential for Transformation in Poland*, w: Regional and Local Studies, No 14

Glinka T., Kamiński M., Piasecki M., Przygoda K., Walenciak A., 1997, *Podlasie. Przewodnik*, Warszawa: Wydawnictwo MUZA SA.

Glinka T., Walenciak A., Walenciak P., 2000, *Małopolska Północno-Wschodnia. Przewodnik*, Warszawa: Wydawnictwo MUZA SA.

Glinka T., Walenciak A., Walenciak P., 2002, *Małopolska Północno-Zachodnia, Góry Świętokrzyskie, Częstochowa-Kielce-Radom. Przewodnik*, Warszawa : Wydawnictwo MUZA SA

Gorzelak G., 1998, *Regional and Local Potential for Transformation in Poland*, w: Regional and Local Studies, No 14

Grabowski J. (koordynator) i Barteczko K., Wrzosek A., 2003, *Analiza przewag konkurencyjnych polski na europejskim rynku turystycznym,* Warszawa: Instytut Koniunktur i Cen Handlu Zagranicznego

GUS, 2010, *Rocznik statystyczny województw*, Warszawa

GUS, 2010a, *Turystyka w 2009*, Warszawa

GUS, 2011, *Działalność instytucji kultury w Polsce w 2010 r.,* informacja sygnalna, Warszawa

Herbst M., 2010, *Kapitał ludzki w polskich regionach*, w: A. Tucholska (red.), *Europejskie wyzwania dla Polski i jej regionów*, Warszawa: MRR 2010

Horner S., Swarbroke J., 2004, *International cases in tourism management*, ELSEVIER, Oxford

Hughes G., 2004, *Tourism. Sustainability and Social Theory*, w: A.A. Lew, C.M. Hall, A.M. Williams (red.), *A Companion to Tourism*, Malden-Oxford-Carlton: Blackwell Publishing

IT (Instytut Turystyki), 2008, *Charakterystyka przyjazdów turystów zagranicznych do Polski w 2006 roku*, http://www.intur.com.pl/turysci20081.htm; pobrano październik 2008

IT (Instytut Turystyki), 2009, *Wpływ światowego kryzysu gospodarczego na stan i perspektywy rozwoju sektora turystyki w Polsce*, Warszawa, http://dms.msport.gov.pl/app/document/file/1055/raport_nt_kryzysu.pdf?field=file1, pobrano 10.08.2011

IT (Instytut Turystyki), 2009 a, *Turystyka polska w 2008 roku. Układ regionalny*, Warszawa

IT (Instytut Turystyki) 2011, Statystyka Turystyki, http://www.intur.com.pl/statystyka.htm, pobrano sierpień 2011

IT (Instytut Turystyki), 2011a, *Charakterystyka przyjazdów turystów zagranicznych w 2009 r.*, http://www.intur.com.pl/turysci2009.htm#woj09 , pobrano sierpień 2011

IT (Instytut Turystyki), 2011 kwiecień, *Charakterystyka przyjazdów do Polski w 2010 roku*, http://www.intur.com.pl/inne/komunikat_roczny2010.pdf, pobrano 20.08.2011

Dziedzic T., Łopaciński K., Saja A., Szegidewicz J., 2010*, Polska gospodarka turystyczna w okresie świtowego kryzysu,* Warszawa: IT, PART

Jafari J. (ed.), 2000, *Encyclopedia of Tourism*, London and New York: Routledge.

Kowalczyk A., 2000, *Geografia turyzmu*, Warszawa: Wyd. Naukowe PWN

Kowalczyk A., Derek M., 2010, *Zagospodarowanie turystyczne*, Warszawa: Wyd. Naukowe PWN

Kozak M.W., 2006, *Rola agroturystyki w rozwoju obszarów wiejskich. Stan i rekomendacje*, grudzień 2006, ekspertyza dla Ministerstwa Rozwoju Wsi i Rolnictwa, Warszawa, http://www.bip.minrol.gov.pl/DesktopModules/Announcement/ViewAnnouncement.aspx?ModuleID=1564&TabOrgID=1683&LangId=0&AnnouncementId=8871&ModulePositionId=2199, pobrano maj 2010

Kozak M.W., 2008, *Zamki, pałace, dwory w Polsce*, Warszawa: Point-Group

Kozak M.W., 2009, *Turystyka i polityka turystyczna: między starym i nowym paradygmatem*, Warszawa: Scholar

Kozak M.W., 2009a, *Obszar chroniony: walor czy przekleństwo turystyki?*, w: M.K. Leniartek (red.), *Terra incognita w turystyce*, Wrocław: Wydawnictwo Wyższej Szkoły Zarządzania "Edukacja"

Kozak M.W., 2009b, *Agroturystyka a rozwój obszarów wiejskich. Przypadek Polski*, w: Nowe Problemy Turystyki, nr 2

Kozak M.W., 2010, *Autentyzm walorów jako mit współczesnej turystyki, w*: M.K. Leniartek (red.), *Autokreacja poprzez turystykę,* Wydawnictwo Wyższej szkoły Zarządzania „Edukacja", Wrocław

Kozak M.W., 2010a, *Mity polskiej turystyki jako przeszkoda w rozwoju gospodarki turystycznej*, w: Wilczyńska K. (red.), *Gospodarka turystyczna w XXI wieku*, Zeszyty Naukowe nr 19, Wyd. Naukowe Wyższej Szkoły Handlu i Usług w Poznaniu

Kozak M.W., 2010b, *Turystyka: niewykorzystywana szansa rozwojowa regionów?,* w: Studia Regionalne i Lokalne nr 4

Kłos S., 1998, *Małopolska Południowo-Wschodnia. Przewodnik*, Warszawa : Wydawnictwo MUZA SA

Kulinarny atlas drogowy Polski, 2011, dodatek do Gazety Wyborczej, t. 1-4.

Kurek W. (red.), 2007, *Turystyka*, Wyd. Naukowe PWN, Warszawa

Lasy Państwowe, 2007, *Raport o stanie lasów państwowych w 2007*, Warszawa, http://www.lasy.gov.pl/dokumenty/raporty/raport-o-stanie-lasow-2007.pdf/at_download/file, pobrano 3 sierpnia 2011

Mileska M.I. (red.), 1998, *Słownik geograficzno-krajoznawczy Polski*, Warszawa: Wyd. Naukowe PWN

MKiDN, 2011, Wykaz Muzeów Rejestrowanych, http://www.mkidn.gov.pl/pages/strona-glowna/kultura-i-dziedzictwo/instytucje-kultury-w-polsce/wykaz-muzeow-rejestrowanych.php, pobrano sierpień 2011

Mrozik-Kozak A., 2009, *Agroturystyka jako element rozwoju lokalnego na obszarach wiejskich na przykładzie województwa mazowieckiego - badania pilotażowe gospodarstw agroturystycznych*, Warszawa: Fundacja Programów Pomocy dla Rolnictwa FAPA

MRR (Ministerstwo Rozwoju Regionalnego), 2010, *Wpływ funduszy europejskich na gospodarkę polskich regionów i konwergencję z krajami UE*, Warszawa.

MRR (Ministerstwo Rozwoju Regionalnego), 2010 a, *Rozwój miast w Polsce*, Warszawa

MRR, 2011, kpzk (*Koncepcja przestrzennego zagospodarowania kraju 2030, projekt*), Warszawa.

MSiT, *Rachunek satelitarny turystyki dla Polski 2008*, Warszawa, http://www.msport.gov.pl/aktualnosci-turystyka/2044-Rachunek-satelitarny-turystyki-dla-Polski-w-2-8-r-wersja-uproszona?retpag=/turystyka/, pobrano lipiec 2011

MSiT, 2008, *Raport o stanie gospodarki turystycznej 2004-2006*, Warszawa

MSiT, 2008, *Kierunki rozwoju turystyki do 2015 roku*, Warszawa

MSiT, 2011, *Piękny Wschód – kampania promocyjna*, Warszawa, http://msport.gov.pl/aktualnosci-turystyka/2484--PIEKNY-WSCHOD-KAMPANIA-PROMOCYJNA-?retpag=/turystyka/, pobrano 14.09.2011

MSiT, 2011 a, Centralna Ewidencja Organizatorów i Pośredników Turystycznych, http://www.turystyka.gov.pl/raporty/render.aspx?sid=1&id=1

Naisbitt J., 1982, *Megatrends. Ten New Directions Transforming our Lives*, New York: Futura Publications

NID, 2010, *Zabytki nieruchome*, http://www.nid.pl/idm,1164,zestawienia.html, pobrano 5 sierpnia 2011

NID, 2011, *Zabytki ruchome*, http://www.nid.pl/idm,599,zabytki-ruchome.html, pobrano 9 sierpnia 2011

OECD, 2008, *Przeglądy Terytorialne OECD. Polska*, OECD Publishing

Page S.J., Connell J., 2009, *Tourism. A modern synthesis* (3rd edition), Cengage Learning EMEA

Panasiuk A., (red.), 2008, *Gospodarka turystyczna*, Warszawa: Wyd. Naukowe PWN

Plog S.C., 1987, *Understanding Psychographics in Tourism Research*, w: Goeldner C., Ritchie J.R.B (red.), *Travel, Tourism and Hospitality Research*, Wiley, New York

POT, 2011, Polska Travel, *Kalendarium Imprez*, http://www.polska.travel/pl/calendar/strona-3/, pobrano 20.08.2011

Przecławski K., 1996, *Człowiek a turystyka. Zarys socjologii turystyki*, Kraków: Albis

Raciborski J., 2003, *Uregulowania prawne agroturystyki i turystyki wiejskiej - próba ocen*, w: Turystyka wiejska w Polsce – od rozproszonych działań do kompleksowej strategii, Zeszyty Naukowe nr 90, Kraków: Akademia Rolnicza

Rohrscheidt, von, A.M., 2008, *Turystyka kulturowa. Fenomen, potencjał, perspektywy*, Gniezno: GWSHM Milenium w Gnieźnie

Selby M., 2004, *Understanding Urban tourism. Image, culture and experience*, London, New York: I.B. TAURIS

Słownik geograficzno-krajoznawczy Polski, 1998, Wydanie trzecie zmienione, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN

Swianiewicz P., 2007, *Skąd się bierze pasywność?,* w: W. Dziemianowicz, P. Swianiewicz (red.), *Gmina pasywna*. Studia, tom CXVII, Warszawa: KPZK PAN

Tazbir J., 2011, *Pokuszenie historyczne. Ze świata szabel i kontuszy*, Łomża: Oficyna Wydawnicza „Stopka"

Urry J., 2007, *Spojrzenie turysty*, Warszawa: Wyd. Naukowe PWN

UNWTO, 2011, *Tourism Highlights edition 2011*, http://mkt.unwto.org/sites/all/files/docpdf/unwtohighlights11enlr.pdf, (pobrano 6.-8.2011)

UNWTO a, 2011, World's Tourism Barometer, http://media.unwto.org/en/press-release/2011-09-07/healthy-growth-international-tourism-first-half-2011, and excerpts, http://mkt.unwto.org/sites/all/files/pdf/unwto_barom10_3_en.pdf, pobrano 12.09.2011

Wall G., Mathieson A., 2006, *Tourism. Change, impacts and opportunities*, Pearson Education Limited

WEF (World Economic Forum), 2011, *The Travel and Tourism Competitiveness Report 2011. Beyond the Downturn,* Geneva: WEF

Węcławowicz i in., 2006, *Przestrzenne zagospodarowanie Polski na początku XXI wieku*, monografie 6, Warszawa: IGiPZ PAN

Wojciechowska J., 2009, *Procesy i uwarunkowania rozwoju agroturystyki w Polsce*, Łódź: Wyd. Uniwersytetu Łódzkiego

Zarębski P., 2007, *Atrakcyjność inwestycyjna regionów w Polsce*, w: M. Stanny i M. Drygas (red.), *Przestrzenne, społeczno-ekonomiczne zróżnicowanie obszarów wiejskich w Polsce*, Warszawa: IRWiR PAN

Żelazna K., 2004, *Rola agroturystyki w rozwoju wielofunkcyjnym wsi polskiej*, w: Stasiak A. (red.), *Wieś polska w świetle wyników NSP 2002 r. i PSR 2002 r. (aspekty społeczne, ekonomiczne i przestrzenne)*, Biuletyn, zesz. 213, KPZK PAN

Yeoman I., 2008, *Tomorrow's Tourist. Scenarios & Trends*, Elsevier Ltd.

Aneks.

Tab. 1. Stary i nowy paradygmat turystyki

	stary	nowy
motywacje turysty	3S (Sun, Sand and Sea) - słońce, piasek, morze	3E (education,excitement, entertainment) - edukacja, ekscytacja, rozrywka
czynniki kulturowe: znaczenie w rozwoju	uzupełniające	dominujące
cechy turysty:	niższe wykształcenie, słaba znajomość języków, niedoświadczony, zamykający się w gronie turystów	lepiej wykształcony, doświadczony w podróżach, otwarty na społeczność recepcyjną
formy turystyki	masowa	masowa/alternatywna
polityka turystyczna w polityce rozwoju	uzupełniająca	jedno z kluczowych narzędzi restrukturyzacji i rozwoju (zwłaszcza regionalnego i lokalnego)
główny podmiot	państwo	biznes, NGO
przeważający typ podróży	*package-tour*, w pełni zorganizowany i zaplanowany	zindywidualizowany, bardziej spontaniczny, mniej planowany
zakres turystyki	wąski (wypoczynkowa, poznawcza)	szeroki (też biznesowa i zakupowa)
główne funkcje turystyki	społeczne, wychowawcze, wypoczynkowe, poznawcze	gospodarcze, rozrywkowe, poznawcze, eskapistyczne
system zarządzania turystyką	zhierarchizowany, scentralizowany	sieciowy, zdecentralizowany
zakładane czynniki rozwojowe	egzogeniczne	mieszane, zrównoważone

		(endogeniczne/egzogeniczne)
typ interwencji publicznej w turystyce	rozwój zasobów/walorów	zagospodarowanie turystyczne, rozwój produktów
podstawa promocji	zasoby (walory)	produkty
znaczenie ICT w planowaniu podróży i wyborze ofert	niewielkie	dominujące

Źródło: Kozak 2010: 45.

Aneks statystyczny: w wersji elektronicznej.