

Nr 1067

PRACE NAUKOWE

Akademii Ekonomicznej
im. Oskara Langego we Wrocławiu

Gospodarka turystyczna Wybrane problemy współpracy w turystyce w euroregionie Nysa

Redaktor naukowy
Andrzej Rapacz

Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej
im. Oskara Langego we Wrocławiu
Wrocław 2005



Komitet Redakcyjny
*Andrzej Matysiak (przewodniczący),
Tadeusz Borys, Andrzej Gospodarowicz, Jan Lichtarski,
Adam Nowicki, Zdzisław Pisz, Teresa Znamierowska*

Recenzent
Aleksander Panasiuk

Redaktor Wydawnictwa
Aleksandra Śliwka

Korektor
Teresa Wilniewicz

Projekt okładki
Beata Dębska

Kopiowanie i powielanie w jakiegokolwiek formie
wymaga pisemnej zgody Wydawcy

Niniejszy dokument powstał przy wsparciu finansowym Unii Europejskiej.
Wyłącznie odpowiedzialność za treść niniejszego dokumentu ponosi
Fundacja Rozwoju Wydziału Gospodarki Regionalnej i Turystyki w Jeleniej Górze
Akademii Ekonomicznej we Wrocławiu i w żadnym razie nie może być ona utożsamiana
z oficjalnym stanowiskiem Unii Europejskiej.
Wydanie publikacji sfinansowane ze środków Unii Europejskiej
w ramach projektu PHARE PL 2002/000-607/9
realizowanego przez Fundację Rozwoju Wydziału GRiT w Jeleniej Górze



© Copyright by Akademia Ekonomiczna we Wrocławiu
Wrocław 2005

PL ISSN 0324-8445

Druk i oprawa: Zakład Graficzny AE we Wrocławiu. Zam. 327/05

Spis treści

Wstęp	9
Piotr Gryszel, Daria E. Jaremen, Elżbieta Nawrocka: Polityka turystyczna Czech, Polski i Niemiec a możliwości rozwoju współpracy transgranicznej w zakresie turystyki na pograniczu polsko-czesko-niemieckim	13
Renata Przeorek-Smyka, Małgorzata Januszewska: Formalnoprawne podstawy działania samorządu terytorialnego jako podmiotu kształtującego warunki rozwoju turystyki w krajach euroregionu Neisse-Nisa-Nysa	26
Małgorzata Januszewska, Renata Przeorek-Smyka: Ocena atrakcyjności turystycznej euroregionu Neisse-Nisa-Nysa	41
Piotr Zawadzki: Analiza SWOT produktu turystycznego regionu na przykładzie euroregionu Nysa	56
Daria E. Jaremen, Maja Jedlińska, Elżbieta Nawrocka: Walory i produkt turystyczny euroregionu Neisse-Nisa-Nysa w opinii odwiedzających go turystów	69
Maja Jedlińska, Izabela Michalska-Dudek: Euroregion Neisse-Nisa-Nysa w percepcji liderów społeczności lokalnych	93
Andrzej Rapacz, Daria E. Jaremen: Znaczenie segmentacji rynku w procesie formułowania strategii rozwoju produktu turystycznego miasta Zgorzelec	109
Andrzej Rapacz, Daria E. Jaremen: Rola opinii konsumentów w formułowaniu celów rozwoju turystyki obszaru recepcji ruchu turystycznego	122
Daria E. Jaremen, Elżbieta Nawrocka: Kategoryzacja obiektów noclegowych zlokalizowanych na obszarach wiejskich w polskiej części euroregionu Nysa	130

Sylvia Oparka: Wpływ ruchu przygranicznego na aktywizację polskiej części euroregionu Glacensis	141
Piotr Gryszel: Możliwości kreowania markowych produktów turystycznych na Dolnym Śląsku	158
Aleksander Szwichtenberg: Promocja turystyczna w działalności bieszczadzkich jednostek samorządowych	170
Arkadiusz Dołęga: Turystyka weekendowa mieszkańców Wrocławia ..	182

Summary

Piotr Gryszel, Daria E. Jaremen, Elżbieta Nawrocka: Czech, Polish And German Tourist Policy vs. Opportunities for Cross-Border Cooperation in Tourism in Polish-Czech-German Border Areas	24
Renata Przeorek-Smyka, Małgorzata Januszewska: Formal and Legal Basis for the Territorial Government Activities as the Organ Influencing Tourism Development Conditions in the Euroregion Countries	40
Renata Przeorek-Smyka, Małgorzata Januszewska: Neisse-Nisa-Nysa Euroregion Tourist Appeal Assessment	55
Piotr Zawadzki: Tourist Product SWOT Analysis of a Region Based on the Example of Nysa Euroregion	68
Daria E. Jaremen, Maja Jedlińska, Elżbieta Nawrocka: Advantages and the Neisse-Nisa-Nysa Euroregion Tourist Product According to Opinions of Visiting Tourists	92
Maja Jedlińska, Izabela Michalska-Dudek: The Perception of Neisse-Nisa-Nysa Euroregion by the Local Community	108
Andrzej Rapacz, Daria E. Jaremen: Market Segmentation Significance in the Process of Creating Tourist Product Development Strategy for the Town of Zgorzelec	121
Andrzej Rapacz, Daria E. Jaremen: The Role of Consumers' Opinion in Defining Tourism Development Objectives for the Area of Tourist Movement Reception	129

Daria E. Jaremen, Elżbieta Nawrocka: Grading of Accommodation Facilities Situated in Rural Areas in the Polish Part of Nysa Euroregion	140
Sylwia Oparka: The Influence of the Border Area Traffic on Activating Polish Part of Glacensis Euroregion	157
Piotr Gryszel: Opportunities for Creating Brand Tourist Products in Lower Silesia Region	169
Aleksander Szwichenberg: Tourism Promotion in the Activities of Local Selfgovernment Units in the Region of Bieszczady	180
Arkadiusz Dołęga: Weekend Tourism among Inhabitants of Wrocław	193

Wstęp

Turystyka i gospodarka turystyczna to pojęcia integralnie związane z przestrzenią geograficzną przekształcaną pod wpływem oddziaływania różnorodnych czynników decydujących o rozwoju ruchu turystycznego. W takim wypadku mamy do czynienia z przestrzenią turystyczną.

Ze względu na stopień dominacji turystyki w działalności gospodarczej jednostek przestrzennych, mający swoje uzasadnienie w koncentracji walorów turystycznych oraz określonym poziomie zagospodarowania turystycznego, wyodrębnia się m.in.: miejscowości, regiony i obszary turystyczne. Przyciągają one turystów, którzy korzystając z istniejącej infrastruktury turystycznej oraz aktywności działających podmiotów gospodarczych (głównie branży turystycznej), wykorzystują walory konkretnej przestrzeni turystycznej. Między poszczególnymi jednostkami tej przestrzeni (np. miejscowościami i regionami) dochodzi do coraz silniejszej konkurencji. Nie może zatem dziwić to, iż działające w ramach tych jednostek przestrzennych podmioty gospodarki turystycznej (np. właściciele obiektów hotelarskich, zakładów gastronomicznych, obiektów sportowych, rekreacyjnych itp.), organizacje samorządu gospodarczego w turystyce oraz władze lokalne (gmin, powiatów) podejmują działania mające na celu wzmocnienie pozycji konkretnej miejscowości czy też regionu w stosunku do obszarów konkurencyjnych. Przejawem tej aktywności może być tworzenie lokalnych i regionalnych organizacji turystycznych czy też wykorzystywanie struktur euroregionalnych do współpracy transgranicznej, m.in. w sferze turystyki, a także podejmowanie działań prowadzących np. do opracowania strategii rozwoju turystyki w konkretnej miejscowości, gminie czy powiecie. To z kolei aktywizuje podmioty sektora turystycznego, organizacje branżowe oraz władze samorządowe w takich dziedzinach, jak np. tworzenie atrakcyjnych ofert obszaru i marketing (zwłaszcza promocja produktu turystycznego obszaru i kreowanie jego wizerunku).

Artykuły proponowane w niniejszym kolejnym zeszycie Prac Naukowych, dotyczącym problematyki funkcjonowania gospodarki turystycznej, poruszają tylko niektóre zagadnienia. Omówiono m.in.:

- współpracę transgraniczną obszarów przygranicznych (euroregionów), której ważnym obszarem jest turystyka,
- wykorzystanie określonych metod badań marketingowych i stosowanie instrumentarium marketingowego przez jednostki samorządu terytorialnego,
- użyteczność badań marketingowych w procesie opracowywania strategii rozwoju turystyki obszarów turystycznych (np. miast, gmin itp.),
- tworzenie markowych produktów turystycznych przez obszary recepcji ruchu turystycznego (tzw. destynacje),
- aktywność turystyczną ludności (na przykładzie mieszkańców Wrocławia).

Prezentowane w artykułach zagadnienia stanowiły, lub nadal stanowią, przedmiot zainteresowań badawczych ich autorów. Nie wyczerpują one problemów związanych z poruszaną tematyką, często mają również charakter dyskusyjny. W tym sensie mogą stanowić przyczynek do lepszego poznania prezentowanej w artykułach problematyki.

Wspomnienie o Profesorze Aleksandrze Stefanie Kornaku



Profesora Aleksandra Stefana Kornaka (1920-2005), wieloletniego pracownika Akademii Ekonomicznej im. Oskara Langego we Wrocławiu, nie ma już między nami. Odszedł od nas człowiek pełen entuzjazmu, energii, czasami wzbudzający emocje, ale zawsze życzliwy dla tych, którzy potrzebowali pomocy i wsparcia.

Z Akademią Ekonomiczną we Wrocławiu prof. A.S. Kornak związał się w 1972 r. Wówczas to rozpoczął się proces tworzenia specjalności ekonomika i organizacja turystyki oraz uruchomienia w 1973 r. pierwszych w kraju zaocznych studiów na tej właśnie specjalności. W roku 1974 prof. zw. dr hab.

A.S. Kornak podjął obowiązki kierownika Zakładu Ekonomiki i Organizacji Turystyki. Zakładem tym, a od 1982 r. Katedrą Ekonomiki i Organizacji Turystyki kierował do 1991 r. Po przejściu na emeryturę prof. A.S. Kornak pracował na Wydziale Gospodarki Regionalnej i Turystyki w Jeleniej Górze AE we Wrocławiu do czerwca 1999 r. Aktywność zawodowa prof. A.S. Kornaka nie ograniczała się wyłącznie do prowadzenia zajęć dydaktycznych i badań naukowych w Akademii Ekonomicznej we Wrocławiu. Prof. A.S. Kornak prowadził wykłady z zakresu marketingu, rynku, ekonomiki turystyki, uzdrowisk, zarządzania w turystyce także w Akademii Wychowania Fizycznego we Wrocławiu, Wyższej Szkole Pedagogicznej w Bydgoszczy (gdzie założył Katedrę Wychowania Fizycznego i Ochrony Środowiska), Państwowej Wyższej Szkole Zawodowej w Jarosławiu oraz Wyższej Szkole Zarządzania i Bankowości w Poznaniu.

Prof. A.S. Kornak należał do grona osób współtworzących w szkolnictwie wyższym studia o profilu turystycznym. W dorobku naukowym Profesora znajduje się ponad 300 artykułów i doniesień naukowych oraz 30 książek (z tego zdecydowana większość wydanych samodzielnie). Spośród najważniejszych publikacji w dorobku prof. A.S. Kornaka należy wymienić m.in. *Ekonomikę turystyki* (wielokrotnie wznawianą), *Marketing usług turystycznych*, *Vademecum managera turystyki*, *Zarządzanie turystyką*, *Biura podróży na rynku*, *Zarządzanie i marketing*. Dorobek ten potwierdza znaczący udział prof. A.S. Kornaka w kształtowaniu polskiej szkoły turystyki. W okresie transformacji polskiej gospodarki prof. A.S. Kornak zwracał uwagę na pilną potrzebę zmian, które uczyniłyby turystykę i gospodarkę turystyczną konkurencyjną na międzynarodowym rynku. Formułował wów-

czas tezy i propozycje programowe dotyczące reform gospodarki turystycznej w Polsce, które u niektórych osób spotkały się z niezrozumieniem, ale życie potwierdziło słuszność poglądów i opinii prof. A.S. Kornaka.



Przez ponad 30 lat prof. A.S. Kornak był także dydaktykiem i opiekunem naukowym kilkuset magistrantów oraz promotorem kilkunastu doktorów.

Nie sposób nie wspomnieć znaczącej aktywności prof. A.S. Kornaka w życiu politycznym kraju. Jako młody prof. A.S. Kornak uczestniczył w kampanii wrześniowej 1939 r. i w ruchu oporu. Przez wiele lat zajmował stanowisko sekretarza wojewódzkiego Stronnictwa Demokratycznego w Rzeszowie, Gdańsku, Zielonej Górze i Bydgoszczy. Za swoją aktywność w życiu społeczno-gospodarczym był wielokrotnie odznaczany wysokimi odznaczeniami: Krzyżem Kawalerskim Orderu Odrodzenia Polski (1957), Krzyżem Oficerskim Orderu Odrodzenia Polski (1964), Medalem 30-lecia PRL (1974).

Prof. zw. dr hab. A.S. Kornak utrzymywał ożywione kontakty z zagranicznymi uczelniami kształcącymi kadre dla gospodarki turystycznej (Niemiec, Austrii, Szwajcarii, Węgier, Słowacji, Bułgarii). Służyły one umacnianiu pozycji Katedry EiOT w środowisku naukowym Europy.

Z żalem żegnamy wybitnego naukowca, człowieka życzliwego, współtwórcę polskiego szkolnictwa wyższego o profilu turystycznym, ale także przyjaciela. Człowiek nie wybiera sobie terminu spotkania z majestatem śmierci, dlatego odejście do wieczności osoby dobrej wszystkich nas zasmuciło. Opuścił nas człowiek szlachetny, naukowiec i przyjaciel, ale On i Jego dorobek zostaną w naszych sercach i wspomnieniach.

Andrzej Rapacz