

SPIS TREŚCI

Wstęp	11
-------------	----

CZĘŚĆ I

ROLA SAMORZĄDU TERYTORIALNEGO I PRZEDSIĘBIORSTW TURYSTYCZNYCH W ROZWOJU TURYSTYKI W REGIONIE

Aleksander Panasiuk: Instrumenty polityki turystycznej w regionie	15
Stefan Bosiacki: Refleksje nad regionalnymi badaniami rynku usług turystycznych.....	24
Ewa Dziedzic: Zmiany w sprawozdawczości statystycznej a potrzeby informacyjne regionów	34
Wiesław Alejziak: Współczesne koncepcje i wybrane modele polityki turystycznej	43
Andrzej Rapacz, Piotr Gryszel, Daria E. Jaremen: Aktywność gmin jako podstawowy czynnik realizacji koncepcji turystyki zrównoważonej	54
Adam Edward Szczepanowski: Współpraca samorządów oraz innych podmiotów w tworzeniu i wdrażaniu produktów turystycznych w wybranych regionach Polski	63
Anna Przybylska: Aktywizacja rozwoju turystyki w gminach dolnego odcinka doliny Obry	72
Joanna Śniadek, Alina Zajadacz: Współpraca przedsiębiorstw turystycznych z samorządem terytorialnym jako czynnik rozwoju turystyki w regionie leszczyńskim	79
Dawid Milewski: Kooperacja w branży turystycznej na przykładzie województwa zachodniopomorskiego	88
Bożena Węcka: Dysproporcje w zagospodarowaniu turystycznym polskiej i czeskiej części euroregionu Pradziad	95
Tomasz Studzieniecki: Rozwój turystyki w regionie w aspekcie współpracy międzynarodowej samorządu terytorialnego	105
Tomasz Studzieniecki, Teresa Suchodolska: Rola projektów finansowanych z inicjatywy wspólnotowej INTERREG w rozwoju turystyki w województwie pomorskim	112
Danuta Sławska: Ruch turystyczny a rozwój bazy noclegowej i towarzyszącej na Kubie	121

Tomasz Taraszkiewicz: Partnerstwo publiczno-prywatne w obsłudze ruchu turystycznego w Hongkongu	129
--	-----

CZĘŚĆ II

PROBLEMY FUNKCJONOWANIA PRZEDSIĘBIORSTW TURYSTYCZNYCH NA RYNKU

Jadwiga Berbeka: Zachowania konsumentów indywidualnych jako podstawa strategii działania przedsiębiorstw turystycznych	141
Aleksandra Grobelna: Rola i znaczenie klienta w kształtowaniu jakości usług hotelarskich	148
Adam R. Szromek: Potencjał kadry kierowniczej polskich zakładów lecznictwa uzdrowiskowego	158
Anna Tokarz: Kwalifikacje zasobów ludzkich a wynagrodzenia w przedsiębiorstwach turystycznych w Polsce w świetle badań internetowych	168
Marlena Formella: Wielkość i struktura rynku biur podróży działających w Trójmieście	174
Małgorzata Januszewska: Uzdrowiska w obliczu procesów globalizacyjnych w turystyce	187
Mirosław Januszewski: Czynniki determinujące decyzje inwestycyjne w turystyce – ujęcie modelowe	195
Renata Przeorek-Smyka: Źródła finansowania aktywności turystycznej na obszarach wiejskich	203
Jan Sikora, Agnieszka Wartecka-Ważyńska: Turystyka jako pozarolnicza forma przedsiębiorczości na wsi w świetle badań empirycznych	212

CZĘŚĆ III

WYKORZYSTANIE MARKETINGU W DZIAŁALNOŚCI PRZEDSIĘBIORSTW TURYSTYCZNYCH I KSZTAŁTOWANIU KONKURENCYJNOŚCI OBSZARU RECEPCJI

Maja Jedlińska: Współpraca w zakresie tworzenia sieciowych produktów turystycznych w regionie	227
Katarzyna Majchrzak: Promocja produktu turystycznego „Szlak kościołów drewnianych wokół Puszczy Zielonka” na tle tendencji w turystyce europejskiej	234
Leszek Jerzak, Paweł Czechowski: Rozwój turystyki przyrodniczej na przykładzie bocianiey wioski Kłopot	241
Agata Niemczyk, Renata Seweryn: Promocja szeptana jako realne i potencjalne źródło informacji o obszarze recepcji turystycznej (na przykładzie Krakowa)	246

Piotr Zawadzki: Znaczenie turystyki industrialnej dla rozwoju oferty turystycznej na przykładzie gminy Polkowice	253
Grzegorz K. Janicki: Centra rekreacyjno-sportowe w dolinie rzeki Utraty – zaangażowanie samorządów lokalnych	261
Maciej Dębski: Marka regionu turystycznego jako źródło przewagi konkurencyjnej destynacji turystycznych	269
Michał Żemła: Nowe zastosowania marki jako narzędzia w marketingu produktu obszarów recepcji turystycznej	280
Sylwia Kuczamer-Kłopotowska, Mariola Łuczak: Kreowanie wizerunku obszaru turystycznego na przykładzie Gdańska	287
Elżbieta Nawrocka: Cykl życia wizerunku obszaru recepcji turystycznej jako narzędzie budowania jego konkurencyjności	294
Marcin Molenda: <i>Employer branding</i> jako nowe narzędzie budowania wizerunku przedsiębiorstw	304
Izabela Michalska-Dudek: Istota oraz możliwości zastosowania aromarketingu na rynku turystycznym	311

Summaries

PART 1

ROLE OF LOCAL GOVERNMENT AND TOURIST ENTERPRISES IN THE DEVELOPMENT OF TOURISM IN A REGION

Aleksander Panasiuk: Instruments of tourist policy in region	23
Stefan Bosiacki: Reflections on regional research of tourist services market .	33
Ewa Dziedzic: Changes in public statistics and information needs of regions	42
Wiesław Alejziak: Contemporary concepts and selected models of tourist policy	52
Andrzej Rapacz, Piotr Gryszel, Daria E. Jaremen: Activities of communes as the basic factor for the implementation of sustainable tourism concept	62
Adam Edward Szczepanowski: Self-governments and another entities' cooperation in creation and implementation of tourist products in selected regions of Poland	71
Anna Przybylska: The stimulation of tourism development in communities in the lower Obra valley region	78
Joanna Śniadek, Alina Zajadacz: Cooperation between local tourist sector and local government as a factor conducive to the development of tourism in the Leszno region	87
Dawid Milewski: Cooperation in tourist industry on the example of West Pomerania	94

Bożena Węcka: Disproportions in tourism development of Polish and Czech part of Pradziad Euroregion	103
Tomasz Studzieniecki: The development of tourism in the region in the aspect of international cooperation of territorial self-government	111
Tomasz Studzieniecki, Teresa Suchodolska: The role of projects financed from European Community initiative INTERREG III in the development of tourism in Pomorskie voivodeship	120
Danuta Ślawska: Tourist traffic vs. the development of accommodation and supporting facilities in Cuba	128
Tomasz Taraszkiewicz: Public-private partnership in tourist traffic service in Hong Kong	136

PART 2

PROBLEMS OF TOURIST ENTERPRISES FUNCTIONING ON THE MARKET

Jadwiga Berbeka: Consumer behaviour as a basis of tourist enterprises strategies	147
Aleksandra Grobelna: Role and significance of a customer in creating the quality of hotel services	157
Adam R. Szromek: Capacity of managers of Polish health resorts	167
Anna Tokarz: Human resources qualifications and their remuneration in tourism enterprises in Poland in a view of internet research	173
Marlena Formella: Size and structure of travel agency market operating in tri city	185
Małgorzata Januszewska: Health resorts in view of globalization processes in tourism	194
Mirosław Januszewski: Factors determining investment decisions in tourism – model presentation	202
Renata Przeorek-Smyka: Chosen sources of financing of tourist activity in rural areas	211
Jan Sikora, Agnieszka Wartecka-Ważyńska: Tourism as a non-agricultural rural entrepreneurship in the light of empirical study	223

PART 3

USE OF MARKETING IN THE TOURIST ACTIVITY OF ENTERPRISES AND IN THE CREATION OF COMPETITIVENESS OF RECEPTION AREA

Maja Jedlińska: Cooperation in establishing tourism network products in a region	233
---	-----

Katarzyna Majchrzak: Promotion of tourist product: “Wooden churches route around Zielonka forest” compared with tendencies in european tourism	240
Leszek Jerzak, Pawel Czechowski: Development of the eco-touristic – case from storks’ village in Klopot	245
Agata Niemczyk, Renata Seweryn: Word-of-mouth promotion as a real and potential source of information about the tourist reception area (on the example of Cracow)	252
Piotr Zawadzki: The significance of industrial tourism for the development of tourist offer based on the example of Polkowice commune	260
Grzegorz K. Janicki: Recreation and sport centers over the Utrata river. The role of local authorities	268
Maciej Dębski: Strong brand of tourist region as a source of competitive advantage of tourist destination	279
Michał Żemła: New application of branding as a destinations’ marketing tool	286
Sylwia Kuczamer-Kłopotowska, Mariola Łuczak: Creating the image of city brand on the example of Gdansk	293
Elżbieta Nawrocka: The image life cycle of tourism reception area as a tool for constructing its competitiveness	303
Marcin Molenda: Employer branding as a new tool for creating of market enterprises image	310
Izabela Michalska-Dudek: Importance and possibilities of scent marketing application on travel market	320

Anna Przybylska

Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu

AKTYWIZACJA ROZWOJU TURYSTYKI W GMINACH DOLNEGO ODCINKA DOLINY OBRY

1. Wstęp

Aktywizacja turystyczna regionu jest obecnie jedną z najważniejszych składowych aktywizacji gospodarczej. Traktowana jest jako wspólne działania samorządu lokalnego, środowiska przedsiębiorców i instytucji rynku pracy, w wyniku których wzrasta liczba stabilnych oraz rozwijających się podmiotów gospodarczych działających na terenie gminy. Zwiększa się liczba miejsc pracy dla mieszkańców, szczególnie w dziale turystyki, następuje także nasycenie infrastrukturą techniczną i organizacyjną, co zachęca przyszłych inwestorów do realizacji nowych przedsięwzięć na terenie gminy.

Aktywizacja turystyczna w skali gminy może się dokonywać przez przedsięwzięcia, w których inwestorem jest sama gmina lub inni inwestorzy. Możliwe są też inwestycje mieszane z udziałem gminy. Efektem tego procesu jest tworzenie sprzyjających warunków do przyszłych przedsięwzięć¹.

Polityka samorządu dotycząca rozwoju turystyki i zagospodarowania turystycznego ma najczęściej charakter dobrowolny. Znajduje to swoje odzwierciedlenie w zapisach zawartych w dokumentach strategicznych rozwoju gmin. Jej zadania mają na celu rozwój społeczno-gospodarczy gminy i jej aktywizację turystyczną.

Celem opracowania jest przedstawienie najważniejszych uwarunkowań rozwoju inwestycji turystycznych w gminach dolnego odcinka doliny Obry, ocena działań samorządów lokalnych w tworzeniu warunków do rozwoju turystyki oraz określenie ich wpływu na aktywność inwestycyjną w regionie.

¹ W. Kosiński, *Aktywizacja turystyczna małych miast (aspekty architektoniczno-krajobrazowe)*, Wydawnictwo Politechniki Krakowskiej, Kraków 2000, s. 100.

THE STIMULATION OF TOURISM DEVELOPMENT IN COMMUNITIES IN THE LOWER OBRA VALLEY REGION

Summary

The stimulation of regional tourism nowadays is one of the most important components of the economic stimulation developed by the local authorities in cooperation with business representatives and the institutions of the labour market. In view of this activity the increase of stable and developing business entities as well as new job places for the inhabitants of local communities (especially in a tourism sector) is observed. Besides that, the development of technical and organization infrastructure encourages the future investors to create new job positions.

This work presents the assessment of the activities of local authorities in the field of tourism development in the studied area. Moreover, their involvement in the economic development of this region is analyzed. The assessment is based on the analysis of the investments in tourism sector after 2000, international cooperation as well as the external fund-raising for tourism development.

Zakres przestrzenny pracy obejmuje osiem gmin położonych w dolnym odcinku rzeki Obry. Trzy z nich (Siedlec, Zbąszyń i Miedzichowo) przynależą do województwa wielkopolskiego, pozostałe, tj. Trzciel, Pszczew, Bledzew, Skwierzyna i Międzyrzecz – do województwa lubuskiego. Łączna powierzchnia obszaru badań wynosi 1793 km², co stanowi ok. 0,5% powierzchni całego kraju. Zakres czasowy pracy obejmuje okres od roku 2000, kiedy to rozpoczęto analizę stopnia zaangażowania badanych jednostek terytorialnych w rozwój turystyki w gminach dolnego odcinka doliny Obry, natomiast w latach 2005-2008 przeprowadzono badania ankietowe wśród gestorów bazy turystycznej, mieszkańców obszaru badań oraz turystów.

Osiągnięciu celów opracowania służyły m.in. badania bezpośrednie z wykorzystaniem kwestionariuszy do wywiadów z przedstawicielami władz lokalnych oraz pracownikami urzędów odpowiedzialnymi za rozwój turystyki. Dodatkowo przeprowadzono badania ankietowe wśród mieszkańców tego obszaru, turystów oraz gestorów bazy turystycznej.

2. Działalność samorządów lokalnych na rzecz rozwoju turystyki w gminach dolnego odcinka rzeki Obry

Zasoby turystyczne są podstawą rozwoju turystyki. Pozwalają wyznaczyć obszary, na których teoretycznie może się ona rozwijać. Są warunkiem koniecznym, ale nie jedynym, który przyczynia się w dużej mierze do rozwoju ruchu turystycznego, muszą bowiem być uzupełnione zespołem urządzeń i instytucji tworzących bazę materialno-organizacyjną, bez której atrakcje byłyby niewykorzystane, a nawet niedostępne. To decyduje o tym, czy dany obszar jest atrakcyjny dla inwestorów, czy też nie.

Ocena atrakcyjności inwestycyjnej dla celów turystycznych została dokonana z użyciem wielowymiarowej analizy porównawczej wykorzystanej m.in. przez G. Gołębskiego² czy R. Pawlusińskiego³.

Podstawą do określenia atrakcyjności inwestycyjnej badanych gmin była ocena uwzględniająca 34 wskaźniki odnoszące się do takich zagadnień, jak:

- infrastruktura usługowa (8 wskaźników),
- infrastruktura techniczna (4 wskaźniki),
- zatrudnienie w poszczególnych sektorach gospodarki (5 wskaźników),
- formy finansowania rozwoju lokalnego (10 wskaźników),
- sytuacja społeczna (7 wskaźników).

² M. Bednarska, G. Gołębski, B. Hołderna-Mielcarek, *Metody stymulowania rozwoju turystyki w ujęciu przestrzennym*, red. G. Gołębski, AE, Poznań 2002, s. 24.

³ R. Pawlusiński, *Samorząd lokalny a rozwój turystyki. Przykład gmin Wyżyny Krakowsko-Częstochowskiej*, Wydawnictwo IGiGP UJ, Kraków 2005, s. 107.

W każdym z przypadków danemu obszarowi i wskaźnikowi przypisano różne wagi, co wynikało z przekonania, że poszczególne zmienne będące cząstkowymi kryteriami oceny reprezentują różny stopień ważności dla kształtowania się ostatecznej oceny poszczególnych gmin. Cechy – stymulanty poddano normalizacji, a następnie wykorzystano odpowiednie wagi dla cech oraz działań. W ten sposób otrzymano syntetyczny miernik atrakcyjności inwestycyjnej będący sumą wartości wskaźników syntetycznych poszczególnych działań (obszarów).

Władze lokalne badanych gmin koncentrują się na zadaniach związanych z rozwojem infrastruktury społecznej i technicznej, co jest zauważalne na jednakowym poziomie w gminach najbardziej rozwiniętych (Międzyrzecz, Skwierzyna, Zbąszyn). Podobna sytuacja dotyczy finansowania rozwoju lokalnego.

Kolejnym etapem badań było określenie nastawienia władz lokalnych do rozwoju turystyki, czego dokonano na podstawie wywiadów kwestionariuszowych oraz analizy dokumentów programowych dotyczących ochrony środowiska, rozwoju lokalnego, strategii rozwoju, rozwoju turystyki, miejscowych planów zagospodarowania przestrzennego, a także sposobów pozyskiwania dofinansowania na rozwój turystyki ze źródeł zewnętrznych oraz poziomu współpracy z innymi jednostkami terytorialnymi w ramach szeroko pojętego rozwoju lokalnego. Na podstawie wymienionych kryteriów dokonano syntetycznej oceny działalności samorządów lokalnych na rzecz rozwoju turystyki w badanych gminach, otrzymując jednocześnie wskaźnik zaangażowania władz lokalnych w proces aktywizacji turystyki.

3. Wyniki badań

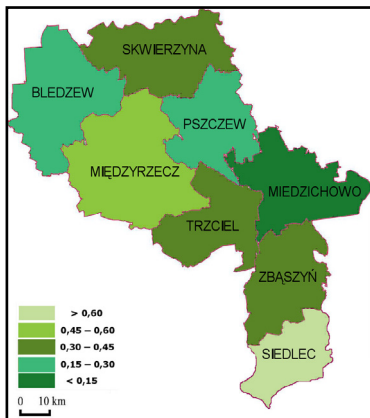
Średnia arytmetyczna syntetycznych mierników atrakcyjności inwestycyjnej wszystkich 8 gmin wynosi 0,310. Poszczególne gminy ze względu na wartość tego wskaźnika można podzielić na kilka grup, a mianowicie (rys. 1-6):

- poniżej 75% wartości średniej: gminy Miedzichowo i Bledzew,
- 75-100% wartości średniej: gminy Pszczew, Trzciel i Zbąszyn,
- powyżej 100% wartości średniej: gminy Skwierzyna, Siedlec i Międzyrzecz (159% wartości średniej badanych gmin).

Zaangażowanie władz lokalnych w rozwój turystyki zostało ocenione na podstawie sumy punktów uzyskanych za działania podejmowane w takich kwestiach, jak:

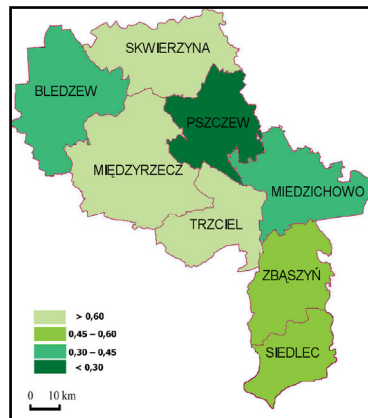
- posiadanie przez gminy dokumentów programowych: programów ochrony środowiska (A), programu rozwoju lokalnego (B), strategii rozwoju gminy (C), programu rozwoju turystyki (D), miejscowego planu zagospodarowania z wydzieloną częścią terenów do zainwestowania pod działalność turystyczną (E);
- wydzielenie w urzędach odrębnej komórki zajmującej się sportem, kulturą i turystyką (F);

- istnienie i działalność lokalnych oraz międzygminnych stowarzyszeń na rzecz rozwoju turystycznego gmin (G), jak również współpraca z zagranicą w tej kwestii (H);
- funkcjonowanie lokalnych punktów informacji turystycznej (I);
- wydzielenie środków finansowych w budżecie na aktywizację turystyczną gminy i jej promocję (J);
- pozyskiwanie dofinansowywania na rozwój turystyki ze źródeł zewnętrznych (K).



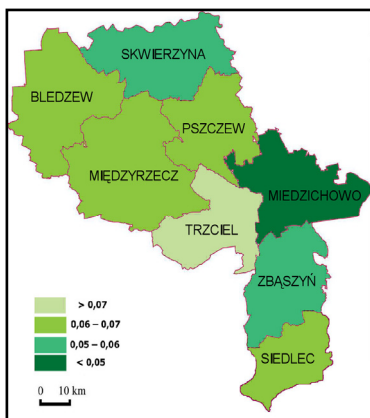
Rys. 1. Atrakcyjność obszaru ze względu na rozwój infrastruktury usługowej

Źródło: opracowanie własne.



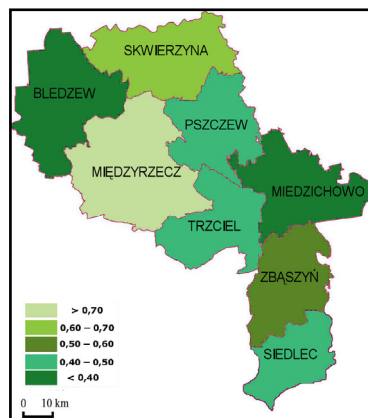
Rys. 3. Atrakcyjność obszaru ze względu na zatrudnienie miejscowej ludności w poszczególnych działach gospodarki

Źródło: opracowanie własne.



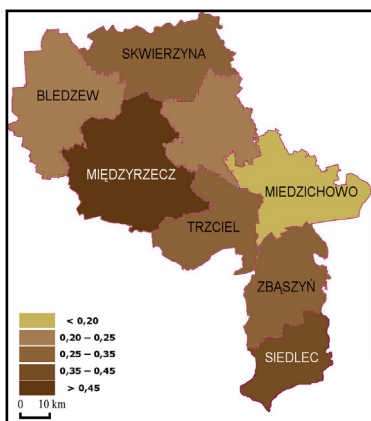
Rys. 2. Atrakcyjność obszaru ze względu na rozwój infrastruktury technicznej

Źródło: opracowanie własne.

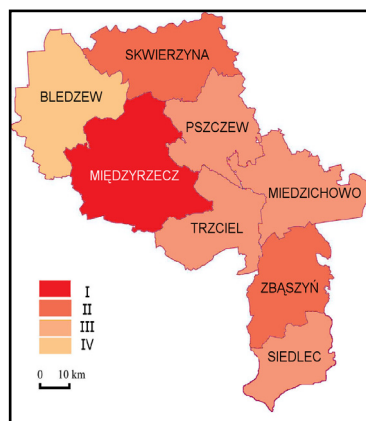


Rys. 4. Atrakcyjność obszaru ze względu na stopień dofinansowywania rozwoju lokalnego

Źródło: opracowanie własne.



Rys. 5. Mapa atrakcyjności inwestycyjnej



Rys. 6. Mapa zaangażowania władz lokalnych w proces aktywizacji turystycznej

Źródło: opracowanie własne.

Źródło: opracowanie własne.

Za wskaźnik zaangażowania (Z) przyjęto stosunek wartości sum punktów dla poszczególnych kryteriów (A-K) w stosunku do wartości wzorcowej (k), którą stanowiła maksymalna liczba punktów, jaką dana gmina mogła uzyskać:

$$Z = \frac{\sum (\Sigma A + \Sigma B + \Sigma C + \Sigma D + \Sigma E + \Sigma F + \Sigma G + \Sigma H + \Sigma I + \Sigma J + \Sigma K)}{k}$$

gdzie:

Z – wskaźnik zaangażowania władz lokalnych w aktywizację turystyczną, wartość wskaźnika kształtuje się na poziomie 0–1,

k – maksymalna liczba punktów, jaką dana gmina mogła uzyskać (wartość maksymalna to 36 punktów).

Wartości badanego wskaźnika mieszczą się w przedziale od 0,083 do 1,0, co wskazuje na bardzo duże zróżnicowanie w zaangażowanie gmin dolnego odcinka doliny Obry w proces rozwoju turystyki. Wskaźniki zaangażowania posłużyły do pogrupowania gmin w klasy. W klasie I charakteryzującej się bardzo dużym zaangażowaniem władz lokalnych w rozwój lokalny znalazła się tylko gmina Międzyrzecz. W klasie II skupiającej gminy o dużym zaangażowaniu władz lokalnych znalazły się Skwierzyna i Zbąszyń. Gminy te nie prowadzą tak aktywnej jak Międzyrzecz polityki pobudzającej rozwój społeczno-gospodarczy, ale mimo to ich działania pozwalają postrzegać prowadzoną politykę aktywizacji gospodarczej jako ponadprzeciętną. W klasie III i IV znalazły się: Miedzichowo, Pszczew, Trzciel, Siedlec i Bledzew charakteryzujące się bardzo małym zaangażowaniem w rozwój turystyki na własnym terenie (tab. 1). Przejawia się to przede wszystkim niewielkimi działaniami z zakresu szeroko pojętej promocji turystycznej, brakiem

dokumentów programowych dotyczących rozwoju turystyki w gminie bądź też niskimi nakładami finansowymi na rozwój elementów zagospodarowania turystycznego.

Tabela 1. Zaangażowanie władz lokalnych w aktywizację turystyczną gmin

Ocena działalności	Bledzew	Miedzichowo	Międzyrzecz	Siedlec	Skwierzyna	Pszczew	Trzciel	Zbąszyń
Wskaźnik zaangażowania $Z = \sum_k : k_{max}$	0,083	0,360	1,000	0,360	0,660	0,330	0,410	0,770
Klasy zaangażowania	IV	III	I	III	II	III	III	II

Źródło: opracowanie własne.

Wyniki przeprowadzonych badań ukazują, że władze lokalne są zainteresowane rozwojem społeczno-gospodarczym, a także funkcji turystycznej w swoich gminach, ale sporadycznie postrzegają turystykę jako priorytetowy kierunek rozwoju. Ograniczone środki finansowe z własnych budżetów, a tym samym małe możliwości ubiegania się o dofinansowanie ze środków Unii Europejskiej, nie pozwalają na podejmowanie działań na rzecz rozwoju infrastruktury społeczno-techniczno-usługowej.

Dotychczasowe działania samorządów lokalnych w gminach dolnego odcinka doliny Obry należy ocenić jako niewystarczające. Świadomość i chęć rozwoju turystyki na własnym terenie nie są wystarczającą mobilizacją, a rozwój innych gałęzi gospodarki jest priorytetem dla władz lokalnych tego obszaru.

Literatura

- Bednarska M., Gołembski G., Holderna-Mielcarek B., *Metody stymulowania rozwoju turystyki w ujęciu przestrzennym*, red. G. Gołembski, AE, Poznań 2002.
- Kosiński W., *Aktywizacja turystyczna małych miast (aspekty architektoniczno-krajobrazowe)*, Wydawnictwo Politechniki Krakowskiej, Kraków 2000.
- Pawlusiński R., *Samorząd lokalny a rozwój turystyki. Przykład gmin Wyżyny Krakowsko-Częstochowskiej*, Wydawnictwo IGiGP UJ, Kraków 2005.