

## SPIS TREŚCI

Wstęp .....	11
-------------	----

### CZĘŚĆ I

#### ROLA SAMORZĄDU TERYTORIALNEGO I PRZEDSIĘBIORSTW TURYSTYCZNYCH W ROZWOJU TURYSTYKI W REGIONIE

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

<b>Tomasz Taraszkiewicz:</b> Partnerstwo publiczno-prywatne w obsłudze ruchu turystycznego w Hongkongu .....	129
--	-----

## CZĘŚĆ II

### PROBLEMY FUNKCJONOWANIA PRZEDSIĘBIORSTW TURYSTYCZNYCH NA RYNKU

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

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

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

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

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

## PART 2

### PROBLEMS OF TOURIST ENTERPRISES FUNCTIONING ON THE MARKET

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

<b>Maja Jedlińska:</b> Cooperation in establishing tourism network products in a region .....	233
---	-----

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

**Leszek Jerzak, Paweł Czechowski**  
Państwowa Wyższa Szkoła Zawodowa w Sulechowie

## **ROZWÓJ TURYSTYKI PRZYRODNICZEJ NA PRZYKŁADZIE BOCIANIEJ WIOSKI KŁOPOT**

### **1. Wstęp**

W drugiej połowie XX w. nasiliła się krytyka ujemnego wpływu intensywnej turystyki na środowisko przyrodnicze, kulturowe i społeczne. Niekorzystny wpływ aktywności człowieka na środowisko i postępujące negatywne zmiany wywołały falę protestów wyrażającą się w rozwoju ruchu „zielonych”<sup>1</sup>. Narastający konflikt między inwestorami a „zielonymi” doprowadził do spotkania na tzw. Szczycie Ziemi w Rio (Brazylia). Doszło do porozumienia wskazującego na zrównoważony rozwój gospodarczy jako jedyną drogę zabezpieczenia potrzeb człowieka oraz środowiska. Idee te zostały zapisane w postaci dokumentu pn. Agenda XXI. Zrównoważona turystyka jest w nim wymieniona jako jeden z ważniejszych sposobów na przyjazny środowisku sposób rozwoju gospodarczego na terenach cennych przyrodniczo. Daje to nadzieję na uzyskanie poparcia środowisk lokalnych w kontynuowaniu zasad ochrony przyrody i jednocześnie zapewnienia bytu mieszkańcom tych obszarów. Wskazuje się tu głównie na turystykę jako sposób zwalczania bezrobocia na terenach o słabym rozwoju gospodarczym (szczególnie na terenach po byłych państwowych gospodarstwach rolnych). Wprowadzono także termin „turystyka łagodna i zrównoważona”, która dzięki kontrolowanej liczbie turystów uniemożliwi niszczenie środowiska przyrodniczego<sup>2</sup>.

Według danych Światowej Organizacji Turystyki (WTO) w krajach Europy Środkowej i Wschodniej nastąpi gwałtowny rozwój turystyki<sup>3</sup>, a w latach 1997-2007 –

<sup>1</sup> D. Zaręba, *Ekoturystyka – wyzwania i nadzieje*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2006, s. 31-36.

<sup>2</sup> L. Jerzak, *Muzeum Bociana Białego otwarte*, „Przyroda Polska” 2003 nr 5, s. 3.

<sup>3</sup> *Tourism and environment*, Council of Europe, Strasbourg 1997.

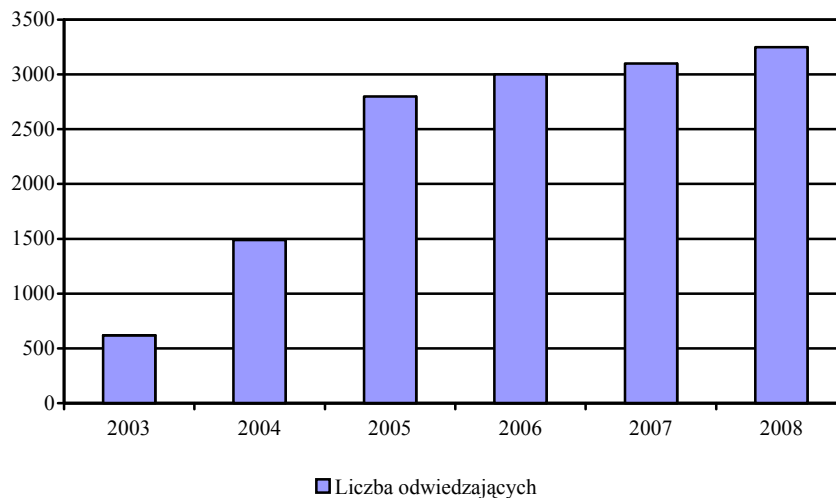
przyrost miejsc pracy wynoszący aż 37% (z 16 mln do 22 mln). Wobec takich perspektyw z jednej strony konieczne jest już obecnie takie zaprojektowanie tras turystycznych, aby spełniały one założenia turystyki łagodnej i zrównoważonej. Z drugiej strony ochrona przyrody staje się priorytetem przy podejmowaniu decyzji związanych z planowaniem przestrzennym<sup>4</sup>.

Pojawia się także konieczność współpracy z samorządem lokalnym. Zazwyczaj środowisko lokalne nie zna i/lub niedocenia posiadanych walorów przyrodniczych. Mieszkańcom mogą pomóc organizacje pozarządowe, które takie miejsca wskażą i jednocześnie pomogą im zrozumieć nową sytuację. Obiekty przyrodnicze przyciągają coraz więcej turystów, co wiąże się z intensywnym rozwojem turystyki przyrodniczej.

Celem opracowania jest przedstawienie możliwości wykorzystania walorów przyrodniczych w rozwoju turystyki na przykładzie bocianie wsi Kłopot (gmina Cybinka, województwo lubuskie).

## 2. Muzeum Bociana Białego inspiracją dla rozwoju turystyki

Tereny przygraniczne od 1945 r. były obszarami z ograniczeniami w rozwoju (kontrola ruchu, brak inwestycji). Dlatego po upadku PGR-ów w 1991 r. większość ludzi utraciło źródło zarobkowania. Brak intensywnej gospodarki w tym regionie sprzyjał jednak zachowaniu walorów środowiska przyrodniczego.



Rys. 1. Liczba turystów odwiedzających Muzeum Bociana Białego i kolonię bociana białego we wsi Kłopot w latach 2003-2008

Źródło: opracowanie własne.

<sup>4</sup> A.C. Pullin, *Naukowe podstawy ochrony przyrody*, PWN, Warszawa 2004, s. 276-295.

W trakcie badań nad awifauną na terenach gmin Cybinka i Gubin postanowiono wypromować walory tego obszaru, czyniąc z nich atrakcję turystyczną. Pierwszym krokiem było doprowadzenie do objęcia miękką formą ochroną terenu ujścia Nysy do Odry oraz suchego basenu zalewowego wraz z wioską Kłopot z kolonią bocianów<sup>5</sup>. W ramach działalności Ligi Ochrony Przyrody w 1997 r. ustanowiono Krześciński Park Krajobrazowy oraz stworzono jego dokumentację. Rozpoczęto wtedy współpracę z Urzędem Gminy w Cybince i z Urzędem Gminy w Gubinie. Gminy te wpisały do swojej strategii rozwoju turystykę i utworzenie parku krajobrazowego. Następnym krokiem było stworzenie centrum informacji przyrodniczej i turystycznej. Dzięki pozytywnemu nastawieniu i współpracy z Urzędem Gminy w Cybince Liga Ochrony Przyrody otrzymała budynek starej szkoły we wsi Kłopot, a sponsorzy sfinansowali remont budynku i stworzenie centrum edukacji przyrodniczej<sup>6</sup>.

Współpraca z gminą pozwoliła na coroczne organizowanie festynu „Święto bociana”. Impreza ta jest promowana w Polsce oraz w Niemczech. Skutkiem wspólnych działań jest wzrost liczby osób odwiedzających Muzeum Bociana Białego oraz okoliczne atrakcje przyrodnicze (rys. 1).

### **3. Atrakcje przyrodnicze Krześcińskiego Parku Krajobrazowego**

Przygotowanie oferty turystycznej dla wyspecjalizowanych turystów spowodowało konieczność promocji walorów przyrodniczych tej części doliny Odry i Nysy. Krześciński Park Krajobrazowy (KPK) to przede wszystkim dolina rzeki Odry. Z jednej strony to mozaika otwartych środowisk – pól, łąk, pastwisk i rozległych trzcinowisk z porastającymi gdzieniegdzie kępami olsów i łęgów, z drugiej strony są to nadrzeczne łągi wierzbowo-topolowe, niezliczone oczka wodne i pozostałości starorzeczy. Wszystkie te miejsca to doskonałe środowiska życia bogatej flory i fauny. Występuje tutaj wiele gatunków płazów i ptaków. Druga z wymienionych grup zwierząt – ptaki – jest szczególnie bogato reprezentowana na terenie Krześcińskiego Parku Krajobrazowego. Najbardziej charakterystyczną grupą ptaków są gatunki wodno-błotne. Nad Odrą i na jej rozlewiskach występuje wiele gatunków gęsi, kaczek, trzy gatunki łabędzi, trzcze, czaple, kormorany, perkozy, mewy, rybitwy. Regularnie i często pojawia się tu północny gatunek – łabędź krzykliwy. W ostatnich latach coraz częstszym gościem w parku jest czapla biała. W dużych stadach gęsi występują rzadsze gatunki, jak np.: bernikla białolica, gęś krótkodzioba czy gęsiówka egipska. Opadająca, odkrywająca dno woda to doskonałe miejsce żerowiskowe dla siewek. W sprzyjających warunkach żyją tutaj brodzie, biegusy, sieweczki, czajki, bekasy

---

<sup>5</sup> J. Radkiewicz, *Brutkolonien des Weissstorches der an mittleren Oder*, „Der Falke“ 1981 nr 11, s. 383-385.

<sup>6</sup> L. Jerzak, *Turystyka przyrodnicza szansą dla terenów dotychczas nieatrakcyjnych – przykład Muzeum Bociana Białego w Kłopotcie*, [w:] *Turystyka w badaniach naukowych w Polsce i na świecie*, AWF, Kraków, WSiZ, Rzeszów 2005, s. 41-43.



i bataliony. Liczne otwarte tereny przyciągają ptaki szponiaste. Wiosną i latem spotkać tu można kanie rude i czarne, błotniaki łąkowe i stawowe, kobuzy, pustułki i najliczniejsze myszołowy, jesienią i zimą zaś – błotniaki zbożowe, myszołowy włochate, drzemliki. Przez cały rok nad Odrą występuje bielik. Krzesiński Park Krajobrazowy to także miejsce rozrodu wielu gatunków ptaków, w tym kilkunastu rzadkich i cennych, m.in. gęgawy, kulika wielkiego, derkacza, żurawia, wspomnianych wcześniej obu gatunków kań, błotniaka łąkowego. W lasach gniazduje sześć gatunków dzięciołów, puszczyk, sowa uszata i lelek. Fauna ptaków Krzesińskiego Parku Krajobrazowego ma ponad 190 gatunków.

#### **4. Możliwości promocji**

Dzięki inicjatywie NGO „Euronatur” oraz inicjatywie doktora Franka Neuschultza powstała sieć europejskich bocianich wiosek. Są to miejscowości, w których znajdują się kolonie bociana białego: Malpartida de Caceres w Hiszpanii, Ruestadt w Niemczech, Marcheg w Austrii, Mała i Wielka Polana w Słowenii, Cicag w Chorwacji, Nadbajom na Węgrzech oraz Tykocin w Polsce. Kłopot został uznany za wioskę stowarzyszoną z siecią. Obecnie trwają intensywne prace nad podpisywaniem deklaracji współpracy między przedstawicielami samorządów (gmin). Istnieje realna możliwość wspólnego występowania po fundusze europejskie wspomagające rozwój turystyki.

Regularnie odbywają się spotkania wiosek, co rok są one organizowane w innej miejscowości (w 2005 r. w hiszpańskiej Malpartida de Caceres, w 2006 r. w Kłopotcie, w 2007 r. w Velkiej Polanie w Słowenii, w 2008 r. w Nadbajom na Węgrzech i w roku 2009 w Cicag w Chorwacji).

W strategii rozwoju turystyki dla gminy konieczne jest uwzględnienie takich ramowych działań, jak:

- wydanie materiałów informacyjnych o bocianie białym i atrakcjach przyrodniczych;
- wydanie map turystycznych z naniesionymi obiektami;
- stworzenie ścieżek rowerowych;
- popieranie rozwoju komercyjnej bazy turystycznej (szczególnie agroturystyki, sprzedaży pamiątek, lokalnych produktów żywnościowych).

Te działania doskonale nadają się do prowadzenia przez lokalne towarzystwa pozarządowe (NGO), które we współpracy z lokalnymi urzędami mogą realizować wspólne projekty. Finansowanie tych działań powinno być prowadzone przez gminne i powiatowe fundusze ochrony środowiska.

#### **Literatura**

- Jerzak L., *Muzeum Bociana Białego otwarte*, „Przyroda Polska” 2003 nr 5.  
Jerzak L., *Neues Storchenmuseum in Kłopot*, Oder-Rundbrief, 2003.

Jerzak L., *Turystyka przyrodnicza szansą dla terenów dotychczas nieatrakcyjnych – przykład Muzeum Bociana Białego w Kłopotcie*, [w:] *Turystyka w badaniach naukowych w Polsce i na świecie*, AWF, Kraków, WSiLiZ, Rzeszów 2005.

Pullin A.C., *Naukowe podstawy ochrony przyrody*, PWN, Warszawa 2004.

Radkiewicz J., *Brutkolonien des Weissstorches der an mittleren Oder*, „Der Falke“ 1981 nr 11, s. 383-385.

*Tourism and environment*, Council of Europe, Strasbourg 1997.

Zaręba D., *Ekoturystyka – wyzwania i nadzieje*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2006.

## **PROMOTION OF THE ECO-TOURISTIC – CASE FROM STORKS’ VILLAGE IN KŁOPOT**

### **Summary**

The article describes the case of co-operation between NGO and district authorities concerning the protection of nature and the development of “soft” tourism. The white stork colony in village Kłopot (district Cybinka, Poland) is a great tourist attraction. In 2003 the Museum of White Stork was built and now it is a centre for nature and tourist information. Growing number of tourists has an impact on the increasing number of new farm tourism in this region.