

PRACE NAUKOWE

Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu

RESEARCH PAPERS

of Wrocław University of Economics

303

Gospodarka turystyczna w regionie

**Wybrane problemy funkcjonowania regionów,
gmin i przedsiębiorstw turystycznych**

Redaktor naukowy

Andrzej Rapacz



Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu
Wrocław 2013

Redaktor Wydawnictwa: Jadwiga Marcinek
Redaktor techniczny: Barbara Łopusiewicz
Korektor: Barbara Cibis
Łamanie: Małgorzata Czupryńska
Projekt okładki: Beata Dębska

Projekt współfinansowany z budżetu województwa dolnośląskiego



**DOLNY
ŚLĄSK**

Publikacja jest dostępna w Internecie na stronach:
www.ibuk.pl, www.ebscohost.com,
The Central and Eastern European Online Library www.ceeol.com,
a także w adnotowanej bibliografii zagadnień ekonomicznych BazEkon
http://kangur.uek.krakow.pl/bazy_ae/bazekon/nowy/index.php

Informacje o naborze artykułów i zasadach recenzowania znajdują się
na stronie internetowej Wydawnictwa
www.wydawnictwo.ue.wroc.pl

Kopiowanie i powielanie w jakiegokolwiek formie
wymaga pisemnej zgody Wydawcy

© Copyright by Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu
Wrocław 2013

ISSN 1899-3192
ISBN 978-83-7695-362-5

Wersja pierwotna: publikacja drukowana
Druk: Drukarnia TOTEM

Spis treści

Wstęp.....	9
Iwona Bąk , Badanie poziomu atrakcyjności turystycznej powiatów województwa zachodniopomorskiego z wykorzystaniem wielowymiarowej analizy korespondencji.....	11
Marlena Bednarska , Budowanie wizerunku pracodawcy z wyboru – wyzwanie dla przedsiębiorstw turystycznych.....	22
Krzysztof Borodako, Jadwiga Berbeka, Michał Rudnicki , Analiza wykorzystywania wybranych usług biznesowych przez polskie przedsiębiorstwa turystyczne.....	31
Krzysztof Borodako , Konsultacje biznesowe w kontekście współpracy małopolskich firm turystycznych.....	41
Jacek Borzyszkowski , Współczesne wyzwania <i>destination management organizations</i> (DMO).....	49
Maciej Dębski , Wpływ postrzegania działań proekologicznych hotelu przez turystów na skłonność do wdrażania zasad zrównoważonego rozwoju.....	58
Diana Dryglas , Analiza SWOT w obszarze funkcji uzdrowskiej Krynicy-Zdroju jako instrument kształtowania strategii marketingu terytorialnego.....	67
Grzegorz Golebski , Kondycja finansowa organizatorów turystyki w Polsce w latach 2007-2011.....	78
Aleksandra Grobelna , Uwarunkowania kreatywności czynnika ludzkiego w przedsiębiorstwie hotelowym.....	93
Marian Gúčik, Tomáš Gajdošík , Vzťahy spolupráce v cestovnom ruchu v regióne Vysoké Tatry.....	105
Małgorzata Januszewska , Proces prywatyzacji przedsiębiorstw uzdrowskich w Polsce.....	116
Maja Jedlińska , Strategie rozwoju w systemach hotelowych.....	127
Małgorzata Jędrasiak , Innowacyjność w hotelarstwie na przykładzie wybranych hoteli Dolnego Śląska.....	140
Joanna Kizielewicz , Współpraca na rzecz rozwoju turystyki morskiej w województwie pomorskim.....	150
Renata Krukowska, Ewa Skowronek, Andrzej Tucki , Działania innowacyjne branży turystycznej województwa lubelskiego w zakresie rozwoju oferty turystycznej.....	161
Beata Meyer , Funkcja turystyczna a zrównoważony rozwój obszarów nadmorskich na przykładzie gmin województwa zachodniopomorskiego ..	170

Jolanta Mirek , Rola marketingu terytorialnego we wdrażaniu koncepcji zrównoważonego rozwoju w polskich uzdrowiskach	179
Marcin Molenda , Narzędzia motywowania pracowników w przedsiębiorstwie gastronomicznym	188
Arkadiusz Niedziółka , Współpraca instytucjonalna w zakresie promocji agroturystyki w województwie małopolskim	196
Marcin Olszewski , Strategie zarządzania wiedzą w przedsiębiorstwach hotelarskich – implikacje dla konkurencyjności przez jakość	205
Aleksander Panasiuk , Ocena zaangażowania gmin w pozyskiwanie środków Unii Europejskiej w zakresie gospodarki turystycznej	214
Daniel Puciato , Uwarunkowania wdrażania innowacji w przedsiębiorstwach hotelowych z Wrocławia	223
Michał Rudnicki , Wykorzystanie aplikacji mobilnej jako innowacyjnego kanału komunikacji przedsiębiorstw rynku turystycznego z konsumentami na przykładzie Kopalni Soli „Wieliczka”	235
Kristina Šambronská , GAP model as one possibility of evaluating hotel service quality	247
Bogusław Stankiewicz, Julia J. Sienkiewicz , Kluczowe czynniki pozycji konkurencyjnej przedsiębiorstw sektora turystyki uzdrowiskowej w Polsce – studium na przykładzie województwa zachodniopomorskiego ...	255
Łukasz Stokłosa, Jan Krupa, Łukasz Wątroba , Portal internetowy jako narzędzie komunikacji i promocji obszarów recepcji turystycznej – analiza porównawcza na przykładzie województwa podkarpackiego i szwajcarskiego kantonu Ticino	265
Tomasz Studzieniecki , Współpraca na rzecz rozwoju turystyki na pograniczu polsko-rosyjskim	276
Joanna Szczęsa , Możliwości rozwoju turystyki zrównoważonej na obszarze województwa lubelskiego	285
Dawid Szutowski , Generatory wartości w przedsiębiorstwach hotelowych ...	297
Elżbieta Szymańska , Innowacyjność procesowa organizatorów turystyki w świetle badań jakościowych	307
Agnieszka Ulfik , Rola samorządów terytorialnych w kształtowaniu turystyki w regionach	316
Edward Wiśniewski , Ocena atrakcyjności turystycznej powiatów województwa zachodniopomorskiego	324
Zbigniew Zontek , Źródła innowacyjności przedsiębiorstw turystycznych w regionie	335
Michał Żemła , Konkurencyjność obszarów turystycznych – od współpracy wewnątrzregionalnej do współpracy międzyregionalnej. Aspekty teoretyczne	345

Summaries

Iwona Bąk , Application of correspondence analysis in the analysis of tourist attractiveness of counties of West Pomeranian Voivodeship.....	21
Marlena Bednarska , Employer branding as a challenge for tourism enterprises	30
Krzysztof Borodako, Jadwiga Berbeka, Michał Rudnicki , The analysis of use of selected business services by Polish tourism enterprises.....	40
Krzysztof Borodako , Business consultations among Małopolska's tourism firms	48
Jacek Borzyszkowski , Present-day challenges for Destination Management Organizations (DMO).....	57
Maciej Dębski , Hotels and sustainable development of the region-fiction, possibility or necessity	66
Diana Dryglas , SWOT analysis in the area of Krynica-Zdrój spa function as an element of the territorial marketing strategy formation.....	77
Grzegorz Golebski , Financial condition of tourism organisers in Poland in the period 2007-2011	92
Aleksandra Grobelna , Determinants of the human resources' creativity in the hotel enterprise	104
Marian Gúčík, Tomáš Gajdošík , Tourism cooperative relations in the region of high Tatras	115
Małgorzata Januszewska , The process of spa enterprises privatization in Poland.....	126
Maja Jedlińska , Development strategies in hotel systems.....	138
Małgorzata Jędrasiak , Innovation in Polish hotel business on a basis of Lower Silesia hotels	149
Joanna Kizielewicz , Cooperation for the development of marine tourism in Pomeranian Voivodeship	160
Renata Krukowska, Ewa Skowronek, Andrzej Tucki , Innovation of the tourism stakeholders in product development as exemplified by Lublin Voivodeship	169
Beata Meyer , Tourism function and sustainable development of the seaside areas on the example of West Pomeranian Voivodeship's communes	178
Jolanta Mirek , Role of territorial marketing in implementing the concept of sustainable development in Polish health resorts	187
Marcin Molenda , Tools for motivating employees in a gastronomic company.	195
Arkadiusz Niedziółka , Institutional cooperation in the range of agritourism promotion in Małopolska Voivodeship.....	204
Marcin Olszewski , Knowledge management strategies in hospitality enterprises – implications for competing by quality	213

Aleksander Panasiuk , Evaluation of engagement of municipalities in raising European Union funds for tourism economy	222
Daniel Puciato , Determinants of innovation implementation in hotel enterprises located in Wrocław	234
Michał Rudnicki , Use of mobile applications as an innovative channel of communication between tourism businesses and consumers. Case study: Wieliczka Salt Mine's mobile apps.....	245
Kristina Šambronská , Model GAP jako jedna z możliwości szacowania jakości usług hotelowych	254
Bagusław Stankiewicz, Julia J. Sienkiewicz , Key factors of competitive position of health tourism enterprises in Poland – study on the example of West Pomeranian Voivodeship.....	264
Łukasz Stokłosa, Jan Krupa, Łukasz Wątroba , Internet portal as a communication and promotion tool of tourism destinations – a comparative analysis on the example of Subcarpathian Voivodeship and the Canton of Ticino.....	275
Tomasz Studzeniecki , Cooperation for tourism development on Polish Russian border.....	284
Joanna Szczęsna , Capabilities of sustainable tourism development Lublin Voivodeship	296
Dawid Szutowski , Value drivers in hotel companies	306
Elżbieta Szymańska , Process innovativeness of tour operators in the light of qualitative surveys.....	315
Agnieszka Ulfik , The role of local governments in the creation of tourism in regions	323
Edward Wiśniewski , Evaluation of tourist attractiveness of West Pomerania counties.....	334
Zbigniew Zontek , Sources of innovation of tourist enterprises in a region	344
Michał Żemła , Competitiveness of tourist areas – from intra to inter-destination cooperation. Theoretical aspects.....	355

Edward Wiśniewski

Spoleczna Akademia Nauk w Łodzi

OCENA ATRAKCYJNOŚCI TURYSTYCZNEJ POWIATÓW WOJEWÓDZTWA ZACHODNIOPOMORSKIEGO

Streszczenie: W artykule przedstawiono wyniki badań atrakcyjności turystycznej obszaru województwa zachodniopomorskiego. Atrakcyjność turystyczna określana jest poprzez wiele czynników, które w pracy zostały pogrupowane na trzy działy: walory turystyczne, stan i ochrona środowiska oraz dostępność komunikacyjna [Rogalewski 1974]. Każdy z działów opisano zmiennymi ważonymi. Celem pracy jest analiza stopnia atrakcyjności turystycznej powiatów tego regionu. Jako podstawową wykorzystano metodę wskaźnika syntetycznego, uzupełniając analizę metodą wzorca Z. Hellwiga. Analiza wykazała duże zróżnicowanie terytorialne atrakcyjności turystycznej, z generalną przewagą obszarów nadbałtyckich. W uzupełnieniu zaprezentowano najbardziej markowe produkty turystyczne regionu, określając miejsca ich występowania.

Słowa kluczowe: atrakcyjność turystyczna, region, powiat, wskaźnik syntetyczny, metoda wzorca.

1. Wstęp

Atrakcyjność turystyczna jest pojęciem złożonym, a określenie jej poziomu dla regionu wymaga uwzględnienia znacznej liczby czynników przyrodniczych, kulturowych, społecznych, psychologicznych i innych [Warszyńska 1970]. Literatura przedmiotu zawiera wiele podejść do oceny atrakcyjności turystycznej, a w szczególności: metodę bonitacji punktowej [Bartkowski 1971; Warszyńska, Jackowski 1978; Radziejowski 1979; Sołowiej 1992] i grupę metod matematyczno-statystycznych [m.in.: Jankowski 1981; Nowak 1990; Kowalczyk 2000; Gołembski 2002; Tomczyk 2005; Kruczek 2005; Bąk 2011].

Miejsca o szczególnej atrakcyjności turystycznej są z reguły częścią większych obszarów [Gołembski 2002]. Do szczegółowej analizy wybrano powiaty, aczkolwiek nie zawsze walory turystyczne muszą pokrywać się z granicami administracyjnymi. Region zachodniopomorski składa się z 18 powiatów i trzech miast na prawach powiatów: Szczecina, Koszalina i Świnoujścia, które włączono do analizy. Jest to ob-

szar położony na Pobrzeżach Południobałtyckich: Szczecińskim i Koszalińskim oraz na Pojezierzu Pomorskim – części Pojezierzy Południobałtyckich. Województwo położone jest w północno-zachodniej Polsce, nad Bałtykiem, graniczy na zachodzie z Niemcami (landami Meklemburgia-Pomorze Przednie i Brandenburgia), a w Polsce z trzema województwami: pomorskim, wielkopolskim i lubuskim. Dane empiryczne do obliczeń wykorzystano z materiałów Wojewódzkiego Urzędu Statystycznego w Szczecinie [*Województwo Zachodniopomorskie...* 2012].

2. Zmienne diagnostyczne dla analizy atrakcyjności turystycznej powiatów

Na podstawie dostępnej literatury przedmiotu [m.in.: Gołębski 1999; *Metody stymulowania...* 2002; Jarecka, Glińska 2011] oraz obserwacji i doświadczeń własnych wytypowano zbiór zmiennych odpowiadających trzem działom. Zmiennym przypisano rangi prezentujące stopień ważności w ramach działu i jego istotnych części. Układ strukturalny wag oparto na uzupełniającym badaniu ankietowym wśród respondentów z sektora turystycznego. Pierwszy dobór zmiennych został zweryfikowany wyrugowaniem zmiennych nadmiarowych, ze względu na ich wartość informacyjną i silną korelację z innymi zmiennymi [Panek 2008].

Zestawienie wszystkich zmiennych przyjętych w badaniu przedstawia tabela 1.

Tabela 1. Zmienne diagnostyczne dla analizy stopnia atrakcyjności turystycznej powiatów województwa zachodniopomorskiego

Dział	Nazwa zmiennej (jednostka)	Ranga (waga)
1	2	3
<u>I. Walory turystyczne (0,55)</u>		
1. Zasoby i walory turystyczne (0,25)	X1 – Powierzchnia obszarów chronionych (ha) X2 – Rzeki według klasy czystości* X3 – Jeziora według klasy czystości* X4 – Udział lasów (%) X5 – Powierzchnia parków wypoczynkowych (ha) X6 – Powierzchnia walorów wypoczynkowych (km ²) X7 – Ukształtowanie terenu (m) X8 – Liczba miejscowości uzdrowiskowych X9 – Dostęp do morza***	0,10 0,08 0,12 0,15 0,10 0,10 0,05 0,10 0,20
2. Zasoby i walory kulturowe (0,15)	X10 – Liczba ważniejszych zabytków** X11 – Liczba muzeów X12 – Liczba kin i ośrodków kultury X13 – Liczba imprez kulturalnych o charakterze ponadlokalnym X14 – Wydatki na kulturę i ochronę dziedzictwa narodowego (tys. zł)	0,30 0,15 0,10 0,20 0,25

Tabela 1, cd.

1	2	3
3. Baza noclegowa i gastronomiczna [0,10]	X15 – Liczba hoteli, pensjonatów, ośrodków spa	0,30
	X16 – Liczba miejsc noclegowych	0,30
	X17 – Liczba restauracji	0,25
	X18 – Liczba urzędzeń sportowo-rekreacyjnych w obiektach noclegowych turystyki	0,15
4. Baza towarzysząca [0,05]	X19 – Liczba szlaków turystycznych lądowych	0,25
	X20 – Liczba organizatorów i pośredników turystyki	0,15
	X21 – Liczba punktów IT	0,15
	X22 – Liczba kąpielisk/basenów	0,25
	X23 – Dostęp do Internetu w miejscach noclegowych	0,15
<u>II. Stan i ochrona środowiska [0,25]</u>	X24 – Emisja zanieczyszczeń pyłowych i gazowych (tys. t/km ²)	0,20
	X25 – Ścieki nieoczyszczone (dm ³ /km ²)	0,16
	X26 – Odpady nagromadzone (tys. t/km ²)	0,12
	X27 – Udział gruntów zdegradowanych (%)	0,16
	X28 – Stopień obciążenia oczyszczalni komunalnych (%)	0,12
	X29 – Relacja ścieków oczyszczonych do ścieków wymagających oczyszczenia (%)	0,08
	X30 – Odpady zagospodarowane/odpady wytworzone (%)	0,16
<u>III. Dostępność komunikacyjna [0,20]</u>	X31 – Długość dróg lokalnych o nawierzchni twardej (km/km ²)	
	X32 – Długość dróg wojewódzkich (km/km ²)	0,10
	X33 – Długość dróg krajowych (km/km ²)	0,15
	X34 – Liczba tras kolejowych z co najmniej jedną stacją	0,20
	X35 – Częstotliwość zatrzymywania się pociągów	0,15
	X36 – Firmy osobowego transportu publicznego/ tys. mieszkańców	0,15
	X37 – Parkingi/km ²	0,10

Źródło: opracowanie własne (* – I klasa czystości = 3, II klasa czystości = 2, III klasa czystości = 1; ** – punkty w zależności od znaczenia zabytku; *** – metoda 0/1).

3. Ocena atrakcyjności turystycznej metodą wskaźnika syntetycznego

Większość zmiennych (cech) ma charakter stymulant, natomiast pewne zmienne w dziale „stan i ochrona środowiska” są destymulantami. Transformacja danych wstępnych jest realizowana metodą przesunięcia względem maksimum [Bednarska i in. 2002]:

– jeżeli cecha wstępna jest stymulantą, to przejście jest bezpośrednie:

$$y_{ij} = x_{ij} \quad (1)$$

– jeżeli cecha wstępna jest destymulantą, to:

$$y_{ij} = x_{j \max} - x_{ij} \quad (2)$$

- gdzie: i – numer powiatu w zbiorze regionalnym ($i = 1, 2, \dots, n$),
 j – numer cechy (zmiennnej) ($j = 1, 2, \dots, n$),
 x_{ij} – wartość j -tej cechy wstępnej w i -tym powiecie,
 y_{ij} – wartość j -tej cechy o charakterze stymulanty w i -tym powiecie,
 $x_{j \max}$ – maksymalna wartość j -tej cechy wstępnej w zbiorze powiatów.

Normalizację cech realizuje się poprzez porównanie danego powiatu do najlepszych w regionie pod względem analizowanej cechy. Cecha znormalizowana określa stopień realizacji w danym powiecie najkorzystniejszej wartości cechy. W efekcie zastosowania metody uzyskuje się syntetyczne wskaźniki atrakcyjności turystycznej dla powiatów (zob. tab. 2). Syntetyczny wskaźnik dla działu jest średnią ważoną znormalizowanych cech tworzących dział.

Tabela 2. Wskaźniki atrakcyjności turystycznej JST w województwie zachodniopomorskim

Podregion – NTS3 powiat – NTS4	Wskaźnik syntetyczny	Ranking
Podregion koszaliński		
1. powiat białogardzki	0,3597	14
2. powiat drawski	0,3727	10
3. powiat kołobrzeski	0,3921	4
4. powiat koszaliński	0,3734	9
5. powiat sławieński	0,3778	6
6. powiat szczeciński	0,3666	12
7. powiat świdwiński	0,3346	21
8. powiat wałecki	0,3879	5
9. miasto Koszalin	0,4210	2
Podregion stargardzki		
10. powiat choszczeński	0,3533	16
11. powiat gryficki	0,3788	7
12. powiat łobeski	0,3364	17
13. powiat myśliborski	0,3742	8
14. powiat pyrzycki	0,3245	20
15. powiat stargardzki	0,3349	18
Podregion miasto Szczecin		
16. miasto Szczecin	0,3600	13
Podregion szczeciński		
17. powiat goleniowski	0,3574	15
18. powiat gryfiński	0,3671	11
19. powiat kamieński	0,4178	3
20. powiat policki	0,3197	19
21. miasto Świnoujście	0,5198	1

Źródło: opracowanie własne.

Wykonano ponadto kilka innych klasyfikacji stopnia atrakcyjności turystycznej. Przy podziale województwa na pasy równoleżnikowe: powiaty nadmorskie (miasto

Świnoujście, powiaty kamieński, gryficki, kołobrzeski, koszaliński, miasto Koszalin, powiat sławieński) mają średni wskaźnik syntetyczny 0,4130, pas środkowy (powiat policki, miasto Szczecin, powiaty goleniowski, łobeski, świdwiński, białogardzki) – 0,3446, pas środkowo-południowy (powiaty gryficki, pyrzycki, stargardzki, drawski, szczecinecki) – 0,3532, natomiast pas południowy (powiaty myśliborski, choszczeński, wałecki) – 0, 3718.

Pas nadmorski jest w regionie najatrakcyjniejszy turystycznie.

Interesująca jest klasyfikacja miast. Czołowe pozycje zajmują: Kołobrzeg (0,5285), Świnoujście (0,5198), Koszalin (0,4210), Wałcz (0,3962), Darłowo (0,3847). Natomiast metropolitarny Szczecin jest w tej klasyfikacji na dziewiątym miejscu ze wskaźnikiem syntetycznym 0,3600.

W klasyfikacji atrakcyjności turystycznej gmin dominują położone nad Bałtykiem: gmina miejska Kołobrzeg (0,5285), gmina miejsko-wiejska Międzyzdroje (0,5157), miasto Świnoujście (0,5198), gmina miejsko-wiejska Wolin (0,4979) oraz gmina wiejska Rewal (0,4741).

Rozkład wskaźników syntetycznych dla powiatów jest charakterystyczny i przypomina rozkład normalny wokół dominujących wartości wskaźnika: 0,3600-0,3800 (siedem powiatów), sąsiednie przedziały: 0,3400-0,3600 oraz 0,3800-0,4000 (po trzy powiaty), na prawym i lewym krańcu rozkładu – pojedyncze powiaty. Wyjątkiem jest przedział 0,3200-0,3400, gdzie zaobserwowano wartości dla czterech powiatów.

4. Ocena atrakcyjności turystycznej powiatów metodą taksonomiczną Hellwiga

W celu porównania metodologii średnich ważonych (wskaźnik syntetyczny) pomiaru atrakcyjności turystycznej powiatów województwa zachodniopomorskiego wykorzystano procedurę taksonomiczną Hellwiga [Hellwig 1968], zwaną metodą wzorca.

Metoda składa się z kilku etapów:

- a) określenie charakteru zmiennych: stymulant i destymulant;
- b) standaryzacja wartości wstępnych według formuły:

$$z_{ij} = \frac{x_{ij} - \bar{x}_j}{Sx_j} \quad (3)$$

gdzie: \bar{x}_j – wartość empiryczna j -tej zmiennej w i -tym powiecie,

x_j – średnia arytmetyczna w rozkładzie zmiennej x_j ,

Sx_j – odchylenie standardowe w rozkładzie zmiennej x_j ;

c) taksonomiczny miernik Hellwiga oparty na pojęciu wzorca, którym jest obiekt abstrakcyjny (powiat) lub realnie istniejący o zestandaryzowanych współrzędnych [Nowak 1990]:

$$Z_{01}, Z_{02}, Z_{03}, \dots, Z_{0n}$$

$$Z_{ij} = \begin{cases} \max (Z_{ij}) & \text{jeżeli } j \in S (j = 1, 2, \dots, n) \text{ dla stymulant} \\ \min (Z_{ij}) & \text{jeżeli } j \in D (j = 1, 2, \dots, n) \text{ dla destymulant} \end{cases}$$

Z_{ij} – zunitaryzowana wartość j -tej cechy w i -tym obiekcie;

d) odległość między poszczególnymi obiektami a obiektem wzorcowym P_0 oblicza się według wzoru:

$$D_{i0} = \sqrt{\sum_{j=1}^n (Z_{ij} - Z_{0j})^2} \quad (4)$$

e) miara rozwoju obiektu (tu: atrakcyjności turystycznej powiatu) wynosi:

$$d_i = 1 - \frac{D_{i0}}{D_0} \quad (5)$$

gdzie:

$$D_0 = \bar{D}_0 + 2S_0 \quad (6)$$

$$\bar{D}_0 = m^{-1} \sum_{i=1}^m D_{i0} \quad (7)$$

$$S_0 = \sqrt{m^{-1} \sum_{i=1}^m (D_{i0} - \bar{D}_0)^2} \quad (8)$$

Syntetyczna miara rozwoju obiektu d_i przybiera wartości od 0 do 1. Im bardziej wartość d_i zbliża się do 1, tym bardziej badany powiat jest atrakcyjny turystycznie.

W tabeli 3. przedstawiono wyniki obliczeń miar Hellwiga z wykorzystaniem zbioru zmiennych (tab. 1) dla powiatów województwa zachodniopomorskiego. Zasadniczo pokrywają się one z rezultatami osiągniętymi metodą średnich ważonych: najbardziej atrakcyjne są powiaty nadmorskie, które mają naturalną przewagę konkurencyjną.

Analizując zmiany w pozycji rankingowej, można zauważyć, że:

a) w obu metodach liderem atrakcyjności turystycznej jest miasto Świnoujście,

b) outsiderami są powiaty: świdwiński, pyrzycki, stargardzki i policki,

c) swoją pozycję o co najmniej dwa miejsca zmieniły powiaty *in plus* – miasto Szczecin (z 13 na 8), powiaty kołobrzeski (z 4 na 2) i koszaliński (z 9 na 7), natomiast *in minus* – powiaty wałecki (z 5 na 9), drawski (z 10 na 12), myśliborski (z 8 na 10), gryfiński (z 11 na 13) i białogardzki (z 14 na 16 pozycję rankingową).

Tabela 3. Miary stopnia atrakcyjności turystycznej dla powiatów

Podregion – NTS3 powiat – NTS4	d_i	Ranking
Podregion koszaliński		
1. powiat białogardzki	0,387	16
2. powiat drawski	0,431	12
3. powiat kołobrzeski	0,595	2
4. powiat koszaliński	0,558	7
5. powiat sławieński	0,570	5
6. powiat szczecinecki	0,432	11
7. powiat świdnicki	0,317	20
8. powiat wałecki	0,521	9
9. miasto Koszalin	0,591	3
Podregion stargardzki		
10. powiat choszczeński	0,399	15
11. powiat gryficki	0,565	6
12. powiat łobeski	0,361	17
13. powiat myśliborski	0,510	10
14. powiat pyrzycki	0,307	21
15. powiat stargardzki	0,355	18
Podregion miasto Szczecin		
16. miasto Szczecin	0,547	8
Podregion szczeciński		
17. powiat goleniowski	0,418	14
18. powiat gryfiński	0,425	13
19. powiat kamieński	0,582	4
20. powiat policki	0,325	19
21. miasto Świnoujście	0,624	1

Źródło: opracowanie własne.

5. Turystyczne produkty markowe regionu zachodniopomorskiego

W 2006 r. Sejmik Województwa Zachodniopomorskiego przyjął Strategię Rozwoju Turystyki w Województwie Zachodniopomorskim do roku 2015 [Uchwała Nr XXX/346/06]. W grudniu 2008 r. została ona zaktualizowana, a następnie, w sierpniu 2010, dostosowana do zapisów obecnej Strategii Rozwoju Województwa Zachodniopomorskiego do 2020 r. Kluczową rolę w Strategii Rozwoju Turystyki przypisuje się zagadnieniom budowy, rozwoju i promocji silnych, zintegrowanych produktów turystycznych regionu:

- obszar priorytetowy 1 – rozwój markowych produktów turystycznych,
- obszar priorytetowy 3 – wsparcie marketingowe.

Region zachodniopomorski posiada duży pakiet charakterystycznych produktów. Interesujące będzie skojarzenie najciekawszych z nich z omawianym rozkładem geograficznym atrakcyjności turystycznej.

Golf – produkt turystyczny Pomorza Zachodniego

W województwie działają trzy kluby golfowe: Modry Las Golf Club w Choszcznie, AmberBaltic Club w Kołczewie koło Międzyzdrojów i Binowo Park Golf Club w Binowie koło Szczecina. Pola te są miejscem wielu znanych turniejów golfowych, m.in.: Polonia Cup, Kettler Open, World Golfers Poland Championship. Władze województwa intensywnie promują golf jako produkt turystyczny regionu na rynkach zagranicznych, m.in. w Motzen koło Berlina, Malmö, Göteborgu, Oslo i Londynie.

Uzdrowiska

Magnesem dla turystów krajowych i zagranicznych są zachodniopomorskie kurorty: Kołobrzeg, Świnoujście, Kamień Pomorski, Połczyn-Zdrój i Dąbki. Walory klimatyczne regionu oraz pokłady leczniczej borowiny i solanki są podstawą rozwiniętej sieci usług, zabiegów leczniczych, rehabilitacji oraz wellnes i spa świadczonych przez cały rok. Dodatkową atrakcją są wyselekcjonowane pakiety usług, np.: „Aktywny wypoczynek”, „Slime Line”, „Smukła sylwetka”, „Kuracja dla seniora”, „Weekendowy Mini Relaks”. Zachodniopomorskie uzdrowiska odznaczają się bogatą bazą noclegową oraz diagnostyczno-leczniczą.

Centrum Słowian i Wikingów

Jest to produkt turystyczny o uznanej renomie w skali kraju i za granicą: rekonstrukcja zabudowań mieszkalnych i rzemieślniczych z okresu wczesnego średniowiecza (od IX do XI w.). Osada, ciągle rozbudowywana na wyspie Wolin, co roku oferuje nowe atrakcje, m.in. Festiwal Słowian i Wikingów, Warsztaty Archeologii Eksperymentalnej, Półmaraton Historyczny.

Nordic Walking

Jest to kompleksowy produkt i oferta turystyczna: na terenie Barlinka znajdują się 54 km oznakowanych tras o różnych poziomach trudności. Barlinek jest miejscem wielu rozgrywek sportowych organizowanych wspólnie z Polską Federacją Nordic Walking, będącą przedstawicielem Międzynarodowej Organizacji Nordic Walking (INWA).

Zachodniopomorski Szlak Żeglarski – sieć portów turystycznych Pomorza Zachodniego

Jest to infrastrukturalno-inwestycyjny projekt realizowany przez Zachodniopomorską Organizację Turystyczną w Szczecinie ze środków Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka w ramach działania 6.4. Inwestycje w produkty turystyczne o znaczeniu ponadregionalnym. Szlak obejmuje: Szczecin, Wapnicę, Wolin, Kamień Pomorski, Niechorze, Kołobrzeg, Mielno i Darłowo, a jego efektami będą: budowa i modernizacja infrastruktury portów i przystani jachtowych, powstanie sieci portów turystycznych, rozszerzenie oferty turystycznej Pomorza Zachodniego w zakresie turystyki wodnej.

Złoty pojazdów militarnych

Jest to oferta turystyczna i promocja wydarzeń związanych z ochroną zabytków techniki wojskowej i z edukacją historyczną. Znalazły się tam takie wydarzenia, jak: Międzynarodowy Zlot Pojazdów Wojskowych w Darłowie, Kołobrzeski Piknik Wojskowy i Służb Mundurowych, Międzynarodowy Zlot Pojazdów Militarnych w Bornem Sulinowie, Zlot Pojazdów Militarnych i Motocykli w Lipianach.

Inne produkty turystyczne też mają dołączyć do markowych, a w szczególności: Szczecińskie Podziemne Trasy Turystyczne, Szlak wodny Berlin–Szczecin–Bałtyk, Ogrody tematyczne Hortulus w Dobrzycy czy Szczeciński Tramwaj Wodny „Bayern”.

6. Podsumowanie

Ocena atrakcyjności turystycznej określonych obszarów jest zasadniczo zawsze obciążona błędami, szczególnie w kontekście subiektywnej wyceny rang zmiennych. Nie powinno to jednak być przeszkodą w podejmowaniu prób badawczych, a raczej skłaniać ku poprawie metodologii. W pracy wykorzystano dwie metody:

- metodę wskaźnika syntetycznego,
- metodę taksonomiczną Z. Hellwiga

w celu oszacowania poziomu atrakcyjności turystycznej powiatów województwa zachodniopomorskiego. Atrakcyjność turystyczną analizowano w trzech aspektach: walorów turystycznych, stanu i oceny środowiska oraz dostępności komunikacyjnej. Region jest znacznie zróżnicowany pod względem atrakcyjności. Uzyskane wyniki potwierdzają pewne wcześniejsze spostrzeżenia. Oto ważniejsze wnioski:

1. Powiaty nadmorskie mają zdecydowaną przewagę w zakresie atrakcyjności turystycznej w regionie: w kilku rankingach zajmują czołowe miejsca (według powiatów, gmin, miast). Czynnikiem mającym największy wpływ na wysokie wartości wskaźników są walory turystyczne tych obszarów.

2. Powiaty leżące na południe od Bałtyku przyjmują zróżnicowane wartości wskaźnika atrakcyjności turystycznej. W ich przypadku obserwuje się znacznie większy wpływ na wartości pozostałych działów analizy: stanu i ochrony środowiska oraz dostępności komunikacyjnej.

3. Relatywnie wysokie poziomy atrakcyjności notuje się w większych miastach, a szczególnie wzrasta w tym zakresie rola metropolii Szczecina.

4. W kilku powiatach występuje znaczne zróżnicowanie atrakcyjności turystycznej pomiędzy głównym ośrodkiem turystycznym a pozostałymi gminami; dotyczy to w największym stopniu powiatu kołobrzeskiego.

5. Uzyskane rezultaty cechuje wystarczająca wiarygodność statystyczna.

6. Na uzyskane rezultaty pewien wpływ ma przyjęty układ zmiennych diagnostycznych: struktura wag elementów atrakcyjności turystycznej zdecydowanie preferuje walory turystyczne 0,55, przy stanie i ochronie środowiska 0,25 oraz dostępności komunikacyjnej 0,20; ponadto wysokie rangi nadano takim zmiennym, jak: do-

stęp do morza (0,20), liczba zabytków i muzeów (0,30), liczba imprez kulturalnych (0,20), liczba hoteli i centrów spa (0,30). Można stwierdzić, że w wiodących powiatach, miastach czy pasach obszarów geograficznych właśnie te zmienne mają dominujące znaczenie, a ich dodatnia korelacja z ogólnym stanem atrakcyjności turystycznej przyjmuje największe wartości.

7. Istnieje dodatnia korelacja pomiędzy obszarami o większej atrakcyjności turystycznej a rozkładem geograficznym występowania markowych produktów turystycznych w regionie.

Autor wielokrotnie realizował już badania w zakresie oceny zróżnicowania jednostek terytorialnych, w tym w aspekcie problematyki turystycznej, stosując głównie metody taksonomiczne [Wiśniewski 1999; Wiśniewski 2004; Figurska, Wiśniewski 2008].

Zastosowanie prezentowanej metodologii w dużej mierze potwierdzają wyniki badań metodą Hellwiga.

Wydaje się, że pozytywnym uzupełnieniem przedstawionej analizy byłaby kompletna analiza oceny atrakcyjności inwestycyjnej powiatów (infrastruktura usługowa, infrastruktura techniczna, stosunki ludnościowe oraz finanse lokalne). Zsumowanie efektów atrakcyjności turystycznej i atrakcyjności inwestycyjnej może dać kompletny obraz atrakcyjności, gdyż polityka inwestycyjna władz samorządowych ma ścisły wpływ na gospodarkę turystyczną.

Literatura

- Bartkowski T., *O metodyce oceny środowiska geograficznego*, „Przegląd Geograficzny” 1971, R. XLIII, nr 3.
- Bąk I., *Ocena stopnia atrakcyjności podregionów w Polsce*, „Folia Pomeranae Universitatis Technologiae Stetinensis. Oeconomica” 2011, nr 285 (62).
- Bednarska M., Gołębski G., Holderna-Mielcarek B., *Przesłanki i metody wyodrębniania miejsc o szczególnej atrakcyjności turystycznej*, [w:] *Metody stymulowania rozwoju turystyki w ujęciu przestrzennym*, red. G. Gołębski, Wydawnictwo AE w Poznaniu, Poznań 2002.
- Figurska I., Wiśniewski E., *Wybrane problemy konkurencyjności regionów na przykładzie Pomorza Środkowego*, Wydawnictwo Wyższej Hanzeatyckiej Szkoły Zarządzania w Słupsku, Słupsk 2008.
- Gołębski G. (red.), *Regionalne aspekty rozwoju turystyki*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa–Poznań 1999.
- Gołębski G., *Kompendium wiedzy o turystyce*, PWN, Warszawa 2002.
- Hellwig Z., *Zastosowanie metody taksonomicznej do typologicznego podziału ze względu na poziom rozwoju*, „Przegląd Statystyczny” 1968, nr 4.
- Jankowski I., *Próba oceny walorów turystycznych metodami matematycznymi na przykładzie województwa kieleckiego*, „Studia Kieleckie” 1981, nr 4(32).
- Jarecka M., Glińska E., *Tworzenie rankingów atrakcyjności turystycznej obszarów z wykorzystaniem analizy porównawczej (na przykładzie powiatów województwa podlaskiego)*, Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu nr 157, Wydawnictwo UE we Wrocławiu, Wrocław 2011.
- Kowalczyk A., *Geografia turystyki*, PWN, Warszawa 2000.

- Kruczek Z., *Metody badań atrakcji turystycznych*, [w:] *Turystyka w badaniach naukowych*, red. R. Winiarski, W. Alejski, AWF w Krakowie i WZiZ Rzeszów, Kraków–Rzeszów 2005.
- Nowak E., *Metody taksonomiczne w klasyfikacji obiektów społeczno-gospodarczych*, PWE, Warszawa 1990.
- Metody stymulowania rozwoju turystyki w ujęciu przestrzennym*, red. G. Gołębski, Wydawnictwo AE w Poznaniu, Poznań 2002.
- Panek T., *Statystyczne metody wielowymiarowej analizy porównawczej*, SGH, Warszawa 2008.
- Rogalewski O., *Zagospodarowanie turystyczne*, WSiP, Warszawa 1974.
- Radziejowski J., *Problemy oceny środowiska geograficznego dla potrzeb turystyki*, „Przegląd Geograficzny” 1979, R. LI, nr 4.
- Sołowiej D., *Podstawy metodyki oceny środowiska przyrodniczego człowieka*, Wydawnictwo Naukowe UAM w Poznaniu, Poznań 1992.
- Tomczyk A., *Atrakcyjność turystyczna regionu – aspekt teoretyczny oraz praktyczne zastosowanie jednej z metod jej oceny*, „Problemy Turystyki” 2005, t. 28, nr 3-4.
- Uchwała Nr XXX/346/06 Sejmiku Województwa Zachodniopomorskiego – *Zaktualizowana Strategia Rozwoju Turystyki w Województwie Zachodniopomorskim do 2015 roku*, Szczecin 2008.
- Warszyńska J., *Waloryzacja miejscowości z punktu widzenia atrakcyjności turystycznej*, „Prace Geograficzne” 1970, nr 27.
- Warszyńska J., Jackowski A., *Podstawy geografii turystyki*, PWN, Warszawa 1978.
- Wiśniewski E., *Analiza dystansu ekonomicznego pomiędzy obszarami dawnych województw: koszalińskiego i szczecińskiego w nowym województwie zachodniopomorskim*, Zeszyty Naukowe Politechniki Koszalińskiej, Koszalin 1999.
- Wiśniewski E., *Weryfikacja poziomu dystansu społeczno-ekonomicznego pomiędzy subregionami województwa zachodniopomorskiego*, [w:] *Integracja i rozwój Pomorza Środkowego*, red. A. Sośzyński, Prace Naukowe Politechniki Koszalińskiej, Koszalin 2004.
- Województwo Zachodniopomorskie. Podregiony. Powiaty. Gminy. 2012*, Szczecin 2012.

EVALUATION OF TOURIST ATTRACTIVENESS OF WEST POMERANIA COUNTIES

Summary: The paper presents the results of tourist attractiveness of West Pomeranian Voivodeship. Tourist attractiveness is determined by many factors which are grouped at work into three sections: tourist attractions, the state and the protection of the environment and communication availability [Rogalewski 1974]. Each of the sections describes the weighted variables. The aim of this study is to analyze the degree of attractiveness of the region counties. Synthetic index method was used as a basis in addition to the standard method of analysis by Z. Hellwig. The analysis showed large variations of territorial attractiveness of the region, with the general predominance of the Baltic Sea area. At the end the most branded tourist products of Western Pomerania are presented, with their geographical distribution.

Keywords: tourism attractiveness, region, county, synthetic index, pattern method.