

*Halina Guzik*

*Barbara Ostrowska*

Katedra Gospodarki Regionalnej  
Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie

# Ekonomiczne aspekty gospodarowania przestrzeni turystyczną

## 1. Wprowadzenie

Rola turystyki we współczesnym świecie (mimo kryzysu) stale rośnie. Sektor ten jest czynnikiem rozwoju kultury, bodźcem do rozwoju gospodarczego, wzrostu świadomości społeczeństw. Turystyka stanowi doskonałą podstawę aktywizacji lokalnych społeczności i rozwoju regionów o szczególnych walorach turystycznych. Jest bardzo ważnym źródłem dochodów ludności, generując znaczne wpływy do budżetów. Dlatego jej starannie przemyślany rozwój jest ważny z punktu widzenia władz samorządowych odpowiedzialnych za kreowanie polityki dynamicznego rozwoju gospodarczego i społecznego w regionie. Aby osiągnąć ten cel, konieczne jest optymalne wykorzystanie wszystkich walorów i zasobów, jakie ma dana jednostka przestrzenna. Zjawiska i procesy turystyczne, które związane są z przemieszczaniem się człowieka i zmianą jego miejsca pobytu, dokonują się w określonej przestrzeni, którą kreują, powodują jej specyficzne zagospodarowanie, ale także modelują i przekształcają. Odrębności przestrzenne mogą stanowić źródło przewagi konkurencyjnej i przyczynić się do rozwoju danego terytorium. Wynika to między innymi z następujących przesłanek:

- postępuje zróżnicowanie przestrzenne środowiska człowieka,
- wzrasta złożoność i intensywność struktur przestrzennych,

- zwiększa się deficyt przestrzeni do lokalizacji wielu niezbędnych funkcji, z czego wynika zmniejszająca się elastyczność i swoboda działalności ludzkiej na danym obszarze,
- rosną koszty przystosowania ukształtowanych już struktur do różnych potrzeb,
- wyczerpuje się pojemność ekologiczna środowiska,
- pojawia się sprzeczność interesów między zasobami i walorami a rozwojem społeczno-gospodarczym i zagospodarowaniem przestrzennym.

Procesy rozwojowe we współczesnym świecie powodują, że przestrzeń jako dobro rzadkie, niepomnażane oraz ograniczone staje się coraz częściej również dobrem zagrożonym. Biorąc pod uwagę ogromne korzyści ekonomiczne, które niesie ze sobą rozwój turystyki w konkretnych jednostkach przestrzennych, należy jednocześnie pamiętać o prowadzeniu odpowiedniej przestrzennej polityki turystycznej, jak też stosowaniu wielu regulacji i instrumentów, co może zabezpieczyć przestrzeń przed nieracjonalnym zagospodarowaniem i użytkowaniem.

Celem artykułu jest ukazanie roli i znaczenia turystyki w aspekcie jej ekonomicznych efektów w kształtowaniu przestrzeni. Jednostkami przestrzennymi, stanowiącymi przedmiot badań są powiaty województwa małopolskiego. Zastosowanie analizy różnych wskaźników służących do określenia funkcji turystycznej pozwala na ocenę turystyki jako czynnika rozwoju gospodarczego w układach przestrzennych na poziomie lokalnym.

## 2. Przestrzeń turystyczna – ujęcia i typy

Głównym pojęciem związanym z ekonomicznymi aspektami turystyki w przestrzeni jest przestrzeń turystyczna, która jest pojęciem nadrzędnym w stosunku do regionu turystycznego czy obszaru recepcji turystycznej. Biorąc pod uwagę, że przestrzeń turystyczna jest wyróżniającą się funkcjonalnie częścią (podprzestrzemią) ogólnie pojętej przestrzeni geograficznej i społeczno-ekonomicznej jest zasadne zaprezentowanie i wyjaśnienie pojęcia przestrzeni.

Definicji przestrzeni jest wiele – począwszy od matematycznej przestrzeni euklidesowej z jej wektorami, funkcjami, figurami geometrycznymi, poprzez przestrzeń geograficzną, czyli powierzchnię ziemi w całym jej zróżnicowaniu, aż po przestrzeń społeczną, warunkującą istnienie społeczności i społeczeństwa, postrzeganą subiektywnie przez każdego z jej obserwatorów. Jednak żadna z dyscyplin naukowych nie daje całościowej teorii przestrzeni. A. Lisowski [2007, s. 22] pisze: „Przestrzeń to nieograniczony pojemnik wielkości i różnorodności, a zarazem instrumentalna koncepcja integracji różnych kategorii zjawisk i procesów”.

Współcześnie przestrzeń rozpatrywana jest jako jedna z podstawowych cech materii i jest zwykle charakteryzowana jako zespół stosunków zachodzących między obiektami materialnymi, czyli ich wzajemnym rozmieszczeniu, ich rozmiarach i kształtach. Francuz H. Lefebvre [Majer 2004, s. 28] jako pierwszy podkreślił w dziele „Wytwarzanie przestrzeni” (*La Production de l'Espace*) ścisły związek między przestrzenią a osadzonymi w niej „stosunkami społecznymi”, stwierdzając, że przestrzeń nie jest abstrakcją, lecz przybiera formę społeczną, wytworzoną przez społeczeństwo, będąc równocześnie jednym z czynników je tworzących.

Dynamiczny wzrost ruchu turystycznego jest nierozłącznie związany z procesem przystosowania ogólnej przestrzeni geograficznej i ekonomicznej do coraz bardziej wyspecjalizowanej oferty ze strony rynku turystycznego. Na pewnym etapie rozwoju produktu turystycznego na danej przestrzeni pod wpływem działania różnorodnych czynników decydujących o rozwoju ruchu turystycznego, a co za tym idzie, sektora gospodarki turystycznej, wykształca się charakterystyczny typ przestrzeni zwany przestrzenią turystyczną. Tak więc powstanie przestrzeni turystycznej (jak też innych przestrzeni funkcjonalno-gałęziowych) nie jest procesem samoistnym, muszą się pojawić określone motywy (strona popytowa) i warunki (strona podaźowa), aby doszło do jej powstania. Można nawet stwierdzić, że człowiek tworzy (zarówno w sensie kreacji jak i produkcji) przestrzeń turystyczną [Liszewski i Baczarow 1998, s. 56].

Wśród wielu definicji przestrzeni turystycznej wybrano najbardziej adekwatną do poruszonych zagadnień. W ujęciu bardzo ogólnym jest to część przestrzeni geograficznej i społeczno-ekonomicznej, w której zachodzą zjawiska turystyczne [Jackowski i Warszńska 1978, s. 31].

S. Liszewski za przestrzeń turystyczną uważa „funkcjonalnie wyróżniającą się część (podprzestrzeń) przestrzeni geograficznej rozumianej w sensie *largo*, to znaczy jako przestrzeń, na którą składają się elementy przyrodnicze powłoki Ziemi (środowisko naturalne – przyrodnicze), trwałe efekty działalności ludzkiej w tym środowisku (środowisko antropogeniczne – kulturowe), a także środowisko człowieka w rozumieniu społecznym”. W dalszej części rozważań autor pisze: „przestrzeń turystyczna jest wytworem człowieka użytkującego dla celów turystycznych środowisko geograficzne i społeczne, które odkrywa i zagospodarowuje, motywując to potrzebami wypoczynku, poznania i chęci dokonania przeżyć” [Liszewski 1995, s. 87–103].

W określeniach tych najważniejsze wydaje się stwierdzenie, że przestrzeń turystyczna jest częścią (w skali świata) przestrzeni geograficznej, na której rozwijają się różne formy turystyki, czyli realizowana jest funkcja turystyczna. Przestrzeń turystyczna jest więc wydzielana na podstawie kryterium funkcjonalnego, co

oznacza, że każdy obszar, w ramach którego rozwija się funkcja turystyczna lub istnieją inne przejawy turystyki, jest przestrzenią turystyczną.

Strukturę przestrzeni turystycznej tworzą następujące elementy:

- dziedzictwo przyrodnicze – budowa geologiczna, ukształtowanie terenu, wody, warunki klimatyczne oraz fauna i flora danego obszaru,

- elementy dziedzictwa kulturowego – są to te zasoby, które powstały w wyniku działalności człowieka w przestrzeni, nieraz w bardzo odległej przeszłości, mogą one mieć zarówno charakter materialny, na przykład zabytki architektury, muzea, jak i niematerialny, czyli tradycje, zwyczaje, obrzędy, czy imprezy kulturalne,

- elementy infrastruktury – jest to zagospodarowanie turystyczne danego obszaru,

- człowiek – element organizujący przestrzeń turystyczną, a także nią zarządzający.

Rozwój turystyki oraz zagospodarowania turystycznego, a także związane z tym zmiany użytkowania ziemi doprowadziły w wielu regionach do przeobrażenia przestrzeni o cechach przyrodniczych w silnie zurbanizowane. Charakterystyczne cechy procesu rozprzestrzeniania się osadnictwa turystycznego na obszarach pozamiejskich to: koncentracja, izolacja, zajmowanie obszarów cennych przyrodniczo i krajobrazowo, znaczna konsumpcja przestrzeni [Turystyka 2007, s. 470]. Efektem szybkiego rozprzestrzeniania się i znacznego skupienia obiektów turystycznych jest kurczenie się przestrzeni rekreacyjnej. Zagospodarowywanie każdego typu obszaru, tak terenów nadmorskich, jak i górzystych, może na trwałe zmienić ich cechy krajobrazowe. Paradoxem „autodestrukcji turystyki” można nazwać sytuację, gdy intensywne zagospodarowanie turystyczne staje się czynnikiem obniżenia atrakcyjności obszaru, co może zagrażać dalszemu rozwojowi turystyki. We współczesnej turystyce ważne jest więc odpowiednie gospodarowanie przestrzenią i racjonalne planowanie nowej infrastruktury turystycznej.

Turystyka ma nierozzerwalny związek z przestrzenią, na którą składają się podstawowe typy obszarów. Proces delimitacji będący podstawą ich wyodrębnienia oparty jest na bardzo wielu kryteriach, stąd też wyróżnia się znaczną liczbę (w sensie rodzajowym) turystycznych jednostek przestrzennych. W niniejszym opracowaniu przyjęto pojęcie obszaru recepcji turystycznej. Zakres tego pojęcia ma charakter ogólny i umożliwi zastosowanie go nie tylko w ujęciu geograficznym, ale również w odniesieniu do ujęć przestrzeni społeczno-ekonomicznej. Pojęcie obszar recepcji turystycznej najogólniej oznacza miejsce, do którego kieruje się ruch turystyczny. Zależnie od przedmiotu analizy w konkretnej sytuacji oznacza on miejscowość, gminę lub region, a nawet kraj [Dziedzic 1998, s. 9]. Jego zasięg może dotyczyć różnych poziomów geograficznych: kraju, regionu, małych miast, dzielnic. Granice tego obszaru mogą być określone z punktu widzenia podziału administracyjnego kraju, samorządów lokalnych,

a także granice geograficzne, czy nawet postrzegane subiektywnie przez turystę. W literaturze anglo- i niemieckojęzycznej zagadnienie to odzwierciedlone zostaje w pojęciu *destination*. Definiowane jest ono jako: „fragment przestrzeni, który turysta wybiera jako miejsce docelowe podróży. Jest ono wyposażone we wszystkie niezbędne w czasie pobytu urządzenia i usługi [Dettmer *et al.* 1999, s. 20]. Zatem pojęciem obszaru recepcji turystycznej określa się dowolnie ograniczoną przestrzeń pełniącą funkcję turystyczną. W artykule jednostką przestrzenną stanowiącą przedmiot analizy jest powiat.

### 3. Ekonomiczne skutki funkcjonowania sektora turystycznego

Turystyka w wymiarze ekonomicznym rozumiana jest przede wszystkim jako sektor gospodarki oraz jako czynnik rozwoju społeczno-gospodarczego obszarów recepcji turystycznej. Przybywając do miejscowości turystycznych, turyści wydają pieniądze w celu zaspokojenia potrzeb noclegowych, żywieniowych, komunikacyjnych, potrzeb kulturowych, rozrywkowych, zakupu pamiątek i innych towarów. Przyjazd turystów wywołuje transfer środków finansowych z obszarów emisji ruchu turystycznego do obszarów recepcji. W wymiarze międzynarodowym jest to przepływ środków finansowych między poszczególnymi państwami.

Gospodarka turystyczna rozumiana jako sektor gospodarki ma złożony charakter. Turystyka nie stanowi samoistnego działu gospodarki narodowej na wzór transportu, czy handlu. W skład turystyki wchodzi różne gałęzie gospodarki narodowej, których wspólną cechą jest to, że działające w ich obrębie podmioty oferują dobra i usługi zaspokajające szeroko rozumiane potrzeby związane z ruchem turystycznym. W efekcie mamy do czynienia z bezpośrednią i pośrednią gospodarką turystyczną.

Zasadniczym problemem związanym z funkcjonowaniem gospodarki turystycznej jest kwestia określenia rozmiarów jej wpływu na gospodarkę narodową, na różnych jej poziomach. Trudność wyliczenia wpływu turystyki na tworzenie produktu krajowego brutto wynika z faktu, że działalność gospodarcza związana z turystyką włączana jest do różnych działów gospodarki narodowej. Polska Klasyfikacja Działalności Gospodarczej wyodrębnia tylko dwie sekcje związane (choć nie w całości) z gospodarką turystyczną; są to sekcja H – Hotele i restauracje oraz sekcja I – Transport, gospodarka magazynowa i łączność [Turystyka 2007, s. 345]. Oprócz tych dwóch sekcji poziom ruchu turystycznego decyduje o rozwoju wielu innych branż gospodarki, takich jak np.: działalność produkcyjna, rolnictwo, handel, pośrednictwo finansowe. Oddziaływania turystyki na te branże trudno jest jednak jednoznacznie ocenić.

Ekonomiczne korzyści wynikające z rozwoju turystyki najlepiej są dostrzegalne na poziomie miejscowości i regionów turystycznych, gdzie wprowadzona zostaje do obiegu gospodarczego pewna suma pieniędzy pochodzących z zewnątrz, czyli z miejsc pochodzenia turystów, która przez liczne transakcje i obrót finansowy zostaje „powielana”. Zachodzi więc zjawisko określane jako efekt mnożnikowy w turystyce. Mnożnik turystyczny obejmuje całość skutków pierwszego wydatku turystycznego, a więc dochodów bezpośrednich, pośrednich oraz indukowanych, powstających w kolejnych fazach oddziaływania w obrębie gospodarki, a zatem mnożnik regionalny jest sumą dochodów:

$$M_r = \text{dochód bezpośredni} + \text{dochód pośredni} + \text{dochód indukowany}$$

Regionalny mnożnik uwzględnia efekt „wpompowywanego” strumienia pieniądza do lokalnej gospodarki, odzwierciedlającego wysokość wydatków turystów.

Bezpośredni efekt mnożnikowy wiąże się z funkcjonowaniem podmiotów bezpośredniej gospodarki turystycznej. Wielkość ich dochodów jest uzależniona od popytu na usługi i dobra turystyczne, a także od poziomu płac i kosztów produkcji. Im większy popyt, tym wyższe będą dochody podmiotów gospodarczych, co może także przełożyć się na wyższy poziom wynagrodzeń, a tym samym zwiększyć siłę efektu indukowanego.

Pośredni efekt mnożnikowy dotyczy zakupów dokonywanych przez podmioty sektora turystyki u swoich kooperantów, zlokalizowanych w obszarze recepcji turystycznej. Strumień pieniądza jest kierowany do różnych usługodawców turystycznych, a także do innych podmiotów niezwiązanych bezpośrednio z turystyką.

Indukowany efekt ekonomiczny polega na ogólnym wzroście wydatków w lokalnej gospodarce, możliwym dzięki zwiększonym dochodom ludności zatrudnionej w bezpośredniej i pośredniej obsłudze ruchu turystycznego. Rozmiary indukowanego efektu mnożnikowego są pochodną zachowań konsumpcyjnych lokalnej społeczności. Im większa skłonność do konsumpcji, tym większe efekty oddziaływania tego strumienia pieniądza w lokalnej gospodarce. Wielkość efektów mnożnikowych na danym obszarze jest zależna od możliwości powiększenia produkcji lokalnej towarów, na które wzrosło zapotrzebowanie w sezonie turystycznym.

Ekonomiczne korzyści rozwoju turystyki w miejscowościach i regionach turystycznych dotyczą [Turystyka 2007, s. 410]:

- napływu środków finansowych oraz inwestycji w zakresie tworzenia infrastruktury turystycznej, głównie bazy noclegowej, gastronomicznej i towarzyszącej,
- uzyskiwania dochodów pochodzących z wydatków turystów na zaspokojenie własnych potrzeb,

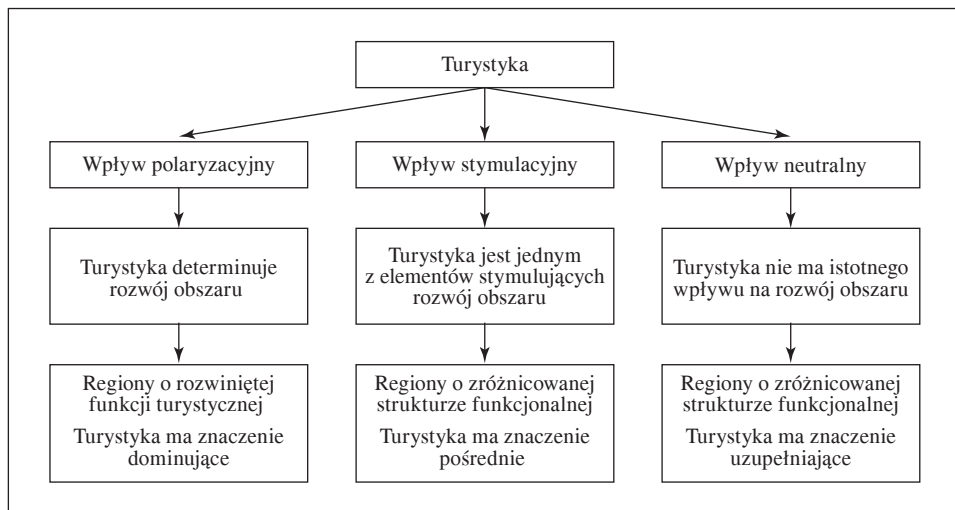
- rozwoju przedsiębiorczości w sektorze turystycznym oraz w sektorach z nim powiązanych,
- stworzenia nowych możliwości zatrudnienia.

W regionach i miejscowościach recepcji turystów występują mnożnikowe efekty dochodowe i efekty zaopatrzeniowe turystyki. Efekty dochodowe wiążą się ze zwiększeniem siły nabywczej miejscowej ludności przez globalny wzrost wynagrodzeń. Konieczność zaspokojenia potrzeb turystów wymaga stworzenia w obszarze recepcji turystycznej nowych miejsc pracy i prowadzi do wzrostu dochodów miejscowej ludności. Wzrost dochodów ludności miejscowej generuje większy popyt na dobra i usługi, co prowadzi do powstania miejsc pracy w innych sektorach lokalnej gospodarki, które zaspokajają rosnące potrzeby lokalnej społeczności. Efekty zaopatrzeniowe wynikają z dodatkowego popytu o charakterze inwestycyjnym. Ożywienie gospodarcze, rozpoczęcie nowych inwestycji, wzrost zatrudnienia i obniżenie liczby bezrobotnych, skutkuje wzrostem wpływów podatkowych do lokalnych budżetów.

Gospodarcze konsekwencje rozwoju turystyki są głównie widoczne w skali gospodarki lokalnej. Turystyka, stanowiąc jeden z głównych kierunków specjalizacji gospodarki lokalnej (np. powiatu nowosądeckiego, nowotarskiego), pełni funkcję aktywizującą całą gospodarkę danego obszaru. Rozwój turystyki jest czynnikiem wpływającym na przeobrażenia jakościowe i strukturalne w gospodarce lokalnej. Wzrost zatrudnienia w bezpośredniej gospodarce turystycznej pociąga za sobą konieczność zatrudnienia w innych działach gospodarki narodowej, np. przemyśle, rzemiośle, transporcie pasażerskim, rolnictwie, budownictwie, współdziałających w tworzeniu produktu turystycznego. Należy również pamiętać o roli turystyki w stabilizacji miejscowej ludności. Turystyka, absorbując miejscowe nadwyżki siły roboczej, zapobiega wyludnianiu się tych miejscowości, stanowi źródło dochodów dla stałych mieszkańców i wpływa na ich stabilizację. Należy jednak mieć na względzie, że turystyka ma charakter sezonowy, co stanowi problem nie tylko ze względu na zatrudnienie, lecz także ze względu na inwestycje turystyczne. Musi zatem być on brany pod uwagę w rachunku ekonomicznej efektywności gospodarki turystycznej.

Pozytywną rolę turystyki w aktywizacji gospodarki lokalnej odnotowuje się w procesie ekonomicznej urbanizacji wsi turystycznych, zwanych letniskowymi. Obserwuje się stałe zwiększanie liczby ludności zatrudnionej w zawodach pozarolniczych w stosunku do ludności utrzymującej się z rolnictwa. Zjawisko to jest szczególnie widoczne w północnych i południowych regionach turystycznych Polski. W ujęciu przestrzennym turystyka w zależności od atrakcyjności turystycznej regionów może być czynnikiem polaryzującym, stymulującym bądź neutralnym dla rozwoju regionu. Wpływ turystyki na rozwój obszaru przedstawia rys. 1.





Rys. 1. Wpływ turystyki na rozwój obszaru

Źródło: opracowanie własne na podstawie: [Meyer 2004, s. 176].

Wpływ turystyki na rozwój obszaru, mający charakter polaryzacyjny, jest typowy dla obszarów posiadających wysokiej rangi walory turystyczne i dobrze rozwiniętą infrastrukturę, gdzie występują sprzyjające warunki ekonomiczne do rozwoju innych sektorów gospodarki. Wzrastający ruch turystyczny i sfera jego obsługi powoduje rozwój wielu dziedzin gospodarczych, których funkcjonowanie jest zależne od turystyki. Tworzy to warunki do kompleksowej specjalizacji regionu, gdzie rozwój wszystkich dziedzin gospodarczych w regionie jest determinowany przez turystykę.

Stymulacyjny wpływ turystyki na rozwój społeczno-gospodarczy regionu jest typowy tam, gdzie turystyka ma jedynie pośredni wpływ na gospodarkę, obok innych sektorów gospodarki mających decydujące znaczenie w rozwoju obszaru. Gdy turystyka jest jedynie elementem uzupełniającym i nie ma istotnego wpływu na rozwój społeczno-gospodarczy regionu, to jej znaczenie określa się neutralnym.

#### 4. Ekonomiczne znaczenie turystyki w powiatach województwa małopolskiego

Województwo małopolskie zajmuje obszar 15 183 km<sup>2</sup>, obejmuje 5 podregionów, 22 powiaty, w tym 3 miasta na prawach powiatu oraz 182 gminy, w tym 14 gmin miejskich, 46 miejsko-wiejskich i 122 gminy wiejskie. Największym



powiatem jest powiat nowosądecki (1549 km<sup>2</sup>), a najmniejszym jest powiat chrzanowski (372 km<sup>2</sup>).

Liczba ludności Małopolski według stanu na koniec grudnia 2010 r. wynosiła 3310,1 tys. osób, tym samym na 1 km<sup>2</sup> powierzchni przypadało przeciętnie 218 osób. Największą gęstością zaludnienia charakteryzowały się powiaty oświęcimski (379 osób/km<sup>2</sup>) i chrzanowski (343 osoby/km<sup>2</sup>). Najslabiej zaludnione są powiaty: miechowski (74 osoby/km<sup>2</sup>) oraz proszowicki (105 osób/km<sup>2</sup>). W powiatach grodzkich poziom koncentracji ludności wynosił 2314 osób/km<sup>2</sup> w Krakowie, 1584 osób/km<sup>2</sup> w Tarnowie i 1468 osób/km<sup>2</sup> w Nowym Sączu [*Województwo małopolskie... 2011*].

Województwo małopolskie należy do najatrakcyjniejszych regionów turystycznych w Polsce o zróżnicowanych walorach zarówno przyrodniczych, kulturowych i historycznych. Szczególną atrakcją dla turystów są pasma górskie Tatr i Zakopane oraz pasmo Pienin z przełomem Dunajca. Turystów przyciągają walory przyrodnicze parków narodowych (takich jak: tatrzański, pieniński, ojcowski, gorczański, babiogórski) i licznych obszarów chronionych. Tutaj na bazie występujących źródeł mineralnych funkcjonują liczne uzdrowiska goszczące kuracjuszy z całego kraju, takie jak: Krynica Zdrój, Muszyna Zdrój, Żegiestów Zdrój, Piwniczna, Rabka Zdrój, Szczawnica, czy Swoszowice. W północnej części województwa leży miasto Kraków, dawna stolica Polski, którego zabytki przyciągają wielu turystów z całego świata. Atrakcją turystyczną są trasy podziemne kopalni soli w Wieliczce i Bochni. Szczególne walory historyczne ma nazistowski obóz koncentracyjny w Oświęcimiu.

O możliwościach wykorzystania walorów turystycznych i tym samym o rozmiarach ruchu turystycznego decyduje baza materialna turystyki, w tym szczególnie baza noclegowa. Na terenie województwa małopolskiego w końcu lipca 2010 r. funkcjonowało 875 turystycznych obiektów zbiorowego zakwaterowania, zlokalizowanych głównie w południowej części regionu (powiaty nowosądecki, nowotarski i tatrzański) oraz w Krakowie. Obiekty te dysponowały 70 tys. miejsc noclegowych, z których w ciągu roku skorzystało 2872,5 tys. turystów, w tym 896,1 tys. turystów zagranicznych. W obiektach zbiorowego zakwaterowania udzielono ogółem 7973,7 tys. noclegów, w tym 2135,3 tys. turystom zagranicznym. Średni czas pobytu wynosił około 3 dni. Turystyczne obiekty zakwaterowania zbiorowego w powiatach województwa małopolskiego w 2010 r. przedstawia tabela 1.

W Krakowie znajdowała się niemal 1/4 ogółu obiektów noclegowych, a udział miejsc noclegowych wynosił 35,3%. W stolicy Małopolski udzielono 3155,3 tys. noclegów, w tym 1812,8 tys. gościom zagranicznym, co stanowiło odpowiednio 39,6% i 84,9% ogółu w poszczególnych kategoriach. Największą ofertę noclegową miał podregion nowosądecki, dysponując 467 obiektami noclegowymi z 34,1 tys. miejsc noclegowych, w tym 30,3 tys. miejsc całorocznych. Najwięcej obiektów

Tabela 1. Turystyczne obiekty zakwaterowania zbiorowego w powiatach województwa małopolskiego w 2010 r.

Wyszczególnienie	Obiekty	Miejsca noclegowe		Korzystający z noclegów		Udzielone noclegi	
		ogółem	w tym całoroczne	ogółem	w tym turyści zagraniczni	ogółem	w tym turystom zagranicznym
<b>Województwo</b>	<b>875</b>	<b>69 959</b>	<b>61 152</b>	<b>2 872 501</b>	<b>896 116</b>	<b>7 973 724</b>	<b>2 135 297</b>
<b>Podregion krakowski</b>	<b>77</b>	<b>4 824</b>	<b>4 196</b>	<b>204 825</b>	<b>25 003</b>	<b>322 367</b>	<b>41 331</b>
Powiaty							
1) bocheński	16	1 294	998	55 615	3 197	81 132	5 553
2) krakowski	25	1 339	1 339	66 452	9 670	107 889	15 545
3) miechowski	1	40	40	3 145	631	4 507	898
4) myślenicki	14	1 066	734	16 451	1 241	41 892	2 614
5) proszowicki	3	166	166	3 083	90	4 633	254
6) wielicki	18	919	919	60 079	10 174	82 314	16 467
Miasto na prawach powiatu <b>Kraków</b>	<b>215</b>	<b>24 708</b>	<b>20 640</b>	<b>1 512 363</b>	<b>770 243</b>	<b>3 155 330</b>	<b>1 812 764</b>
<b>Podregion nowosądecki</b>	<b>467</b>	<b>34 130</b>	<b>30 309</b>	<b>939 330</b>	<b>68 362</b>	<b>4 027 872</b>	<b>207 644</b>
Powiaty							
7) gorlicki	24	1 400	1 117	36 141	843	202 984	3 129
8) limanowski	23	1 455	792	19 781	624	65 636	2 260
9) nowosądecki	142	11 923	10 516	270 410	6 654	1 544 750	34 120
10) nowotarski	109	6 658	5 961	149 677	6 238	684 555	13 523
11) tatrzański	160	12 294	11 643	446 989	52 180	1 503 633	151 465
Miasto na prawach powiatu <b>Nowy Sącz</b>	<b>9</b>	<b>400</b>	<b>280</b>	<b>16 332</b>	<b>1 823</b>	<b>26 314</b>	<b>3 147</b>

Wyszczególnienie	Obiekty	Miejsca noclegowe		Korzystający z noclegów		Udzielone noclegi	
		ogółem	w tym całoroczne	ogółem	w tym turyści zagraniczni	ogółem	w tym turystom zagranicznym
<b>Podregion oświęcimski</b>	82	4 594	4414	133 675	22 304	307 973	44 986
<b>Powiaty</b>							
12) chrzanowski	5	160	160	4328	495	7 513	998
13) olkusi	13	528	528	16 474	1 416	34 763	3 405
14) oświęcimski	8	603	603	25 031	14 999	48 813	31 534
15) suski	35	1 723	1 571	35 560	997	111 908	2 103
16) wadowicki	21	1 580	1 552	52 282	4 397	104 976	6 946
<b>Podregion tarnowski</b>	34	1 703	1 593	82 308	10 204	160 182	28 572
<b>Powiaty</b>							
17) brzeski	9	468	468	17 912	1 835	49 138	15 230
18) dąbrowski	2	60	20	408	–	578	–
19) tarnowski	12	470	470	19 885	1 119	37 991	1 812
Miasto na prawach powiatu <b>Tarnów</b>	11	705	635	44 103	7 250	72 475	11 530

Źródło: [Województwo małopolskie... s. 293].

noclegowych jest w powiecie tatrzańskim – 160 obiektów z 12,3 tys. miejsc noclegowych, w nowosądeckim – 142 obiektów z 11,9 tys. miejsc noclegowych i nowotarskim – 109 obiektów z 6,7 tys. miejsc noclegowych. W podregionie nowosądeckim z noclegów w turystycznych obiektach zakwaterowania zbiorowego skorzystało 939,3 tys. turystów, w tym 68,4 tys. turystów zagranicznych.

Najmniejszą ofertą noclegową w regionie dysponował powiat miechowski, na terenie którego działał jeden turystyczny obiekt zbiorowego zakwaterowania posiadający 40 miejsc noclegowych, z których skorzystało 3145 turystów, w tym 631 turystów zagranicznych.

W województwie małopolskim stopień wykorzystania miejsc noclegowych w turystycznych obiektach zbiorowego zakwaterowania wyniósł 35,5%, przy czym najwyższy odnotowano w powiecie gorlickim – 46,8%, a najniższy w dąbrowskim – 9,4%. Baza noclegowa jest podstawowym elementem zagospodarowania turystycznego obszaru, wyznacza rozmiary ruchu turystycznego obszarów posiadających walory turystyczne i jest czynnikiem decydującym o rozwoju destynacji turystycznych.

## 5. Wskaźniki funkcji turystycznej powiatów Małopolski

Siła twórczej funkcji turystyki jest zależna od wagi, jaką turystyka pełni w strukturze funkcjonalnej danego obszaru. Z perspektywy przedmiotu artykułu istotna jest funkcja turystyki w wymiarze stymulowania rozwoju zaplecza noclegowego. Baza noclegowa jest podstawowym elementem zagospodarowania turystycznego, zaś wielkość zaplecza noclegowego jest podstawowym miernikiem stopnia rozwoju funkcji turystycznej. Realizacja tej funkcji przejawia się we wzroście liczby miejsc noclegowych w stosunku do liczby stałych mieszkańców.

Do oceny znaczenia turystyki badanego obszaru wykorzystuje się wiele wskaźników, wśród których szczególnie popularne są wskaźniki funkcji turystycznej Baretje'a-Deferta. Jednym z nich jest wskaźnik  $T_{bd}$ , który określa się według wzoru [Lijewski, Mikułowski i Wyrzykowski 1998, s. 23]:

$$T_{bd} = \frac{100N}{L},$$

gdzie:

$N$  – liczba turystycznych miejsc noclegowych,

$L$  – liczba ludności miejscowej.

Miernik ten określa liczbę miejsc noclegowych przypadającą na 100 mieszkańców. Przyjmuje się, że dla obszarów o niewielkim stopniu zagospodarowania turystycznego wskaźnik Baretje'a-Deferta jest stosunkowo niski i wynosi od

1–100. Zgodnie z tym wskaźnikiem funkcja turystyczna obszaru zaczyna się wykształcać, gdy ma on wartość 100, a przy wskaźniku od 100 do 500 funkcja turystyczna jest już dobrze rozwinięta. Wartość 100 oznacza, że pojemność bazy noclegowej jest równa liczbie mieszkańców. Posługując się wskaźnikiem Baretje'a-Deferta dla dużych jednostek przestrzennych, uzasadnione jest obliczanie miejsc noclegowych przypadających na 1000 mieszkańców.

Najwyższy poziom wskaźnika Baretje'a-Deferta odnotowano w powiecie tatrzańskim – 187,7 oraz w powiecie nowosądeckim – 58,4 i powiecie nowotarskim – 35,8, natomiast najniższy poziom wskaźnika  $T_{bd}$  zarejestrowano w powiecie miechowskim, dąbrowskim oraz chrzanowskim.

Wśród innych popularnych wskaźników wyznaczających funkcję turystyczną obszaru wymienić należy wskaźnik Schneidera  $T_s$ , który wyrażony jest wzorem [Lijewski, Mikułowski i Wyrzykowski 1998, s. 24]:

$$T_s = \frac{100T}{L},$$

gdzie:

$T$  – liczba turystów korzystających z noclegów,

$L$  – liczba ludności miejscowej.

Wskaźnik  $T_s$ , przedstawiający liczbę turystów ogółem korzystających z noclegów w stosunku do liczby stałych mieszkańców, był najwyższy w powiecie tatrzańskim 6824, a następnie kolejno w powiatach: nowosądeckim – 1325, nowotarskim – 805,1, bocheńskim – 542,1 i wielickim – 535,5. Najniższe wartości  $T_s$  odnotowano w powiecie dąbrowskim – 7,0 oraz w powiatach chrzanowskim – 33,9 i miechowskim 62,9.

Wskaźnik  $T_s$  biorący pod uwagę liczbę turystów zagranicznych był najwyższy w powiecie tatrzańskim – 796,6, oświęcimskim – 97,6 oraz wielickim 90,7, natomiast najniższy poziom osiągnął w powiatach: dąbrowskim, proszowickim, chrzanowskim i limanowskim.

W analizie ruchu turystycznego i zagospodarowania turystycznego w odniesieniu do powierzchni stosuje się wskaźniki [Lijewski, Mikułowski i Wyrzykowski 1998, s. 25]:

$$G_b = \frac{N}{S}, \quad G_t = \frac{T}{S}.$$

gdzie:

$G_t$  – wskaźnik gęstości ruchu turystycznego na danym obszarze,

$G_b$  – wskaźnik gęstości bazy noclegowej.

$T$  – liczba osób korzystających z noclegów,

$N$  – liczba miejsc noclegowych,

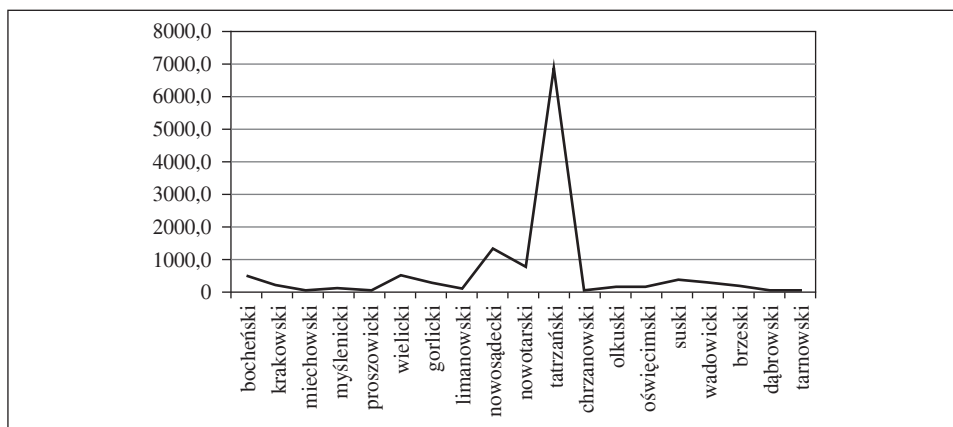
$S$  – powierzchnia w km<sup>2</sup>.

Tabela 2. Wskaźniki funkcji turystycznej powiatów Małopolski

Powiaty	$T_s$ Turyści ogółem / L	$T_{sz}$ Turyści zagraniczni ogółem / L	$T_{nd}$ Miejsca noclegowe ogółem / L	$G_i$ Turyści korzystający ogółem / S	$G_{iz}$ Turyści zagraniczni korzystający / S	$G_b$ Miejsca noclegowe ogółem / S
Podregion krakowski						
1) bocheński	542,1	31,2	12,6	85,7	4,9	2,0
2) krakowski	259,3	37,7	5,2	54,0	7,9	1,1
3) miechowski	62,9	12,6	0,8	4,7	0,9	0,1
4) myślenicki	136,1	10,3	8,8	24,4	1,8	1,6
5) proszowicki	71,0	2,1	3,8	7,4	0,2	0,4
6) wielicki	535,5	90,7	8,2	146,2	24,7	2,2
Podregion nowosądecki						
7) gorlicki	337,5	7,9	13,1	37,4	0,9	1,4
8) limanowski	158,1	5,0	11,6	20,8	0,7	1,5
9) nowosądecki	1325,0	32,6	58,4	174,6	4,3	7,7
10) nowotarski	805,1	33,6	35,8	101,5	4,2	4,5
11) tatrzański	6824,0	796,6	187,7	947,0	110,6	26,1
Podregion tarnowski						
12) chrzanowski	33,9	3,9	1,3	11,6	1,3	0,4
13) olkusi	144,8	12,4	4,6	26,7	2,3	0,8
14) oświęcimski	162,9	97,6	3,9	61,6	36,9	1,5
15) suski	428,4	12,0	20,8	51,8	1,5	2,5
16) wadowicki	334,1	28,1	10,1	81,2	6,8	2,4
17) brzeski	195,5	20,0	5,1	30,3	3,1	0,8
18) dąbrowski	7,0	-	1,0	0,8	-	0,1
19) tarnowski	101,0	5,7	2,4	14,1	0,8	0,3

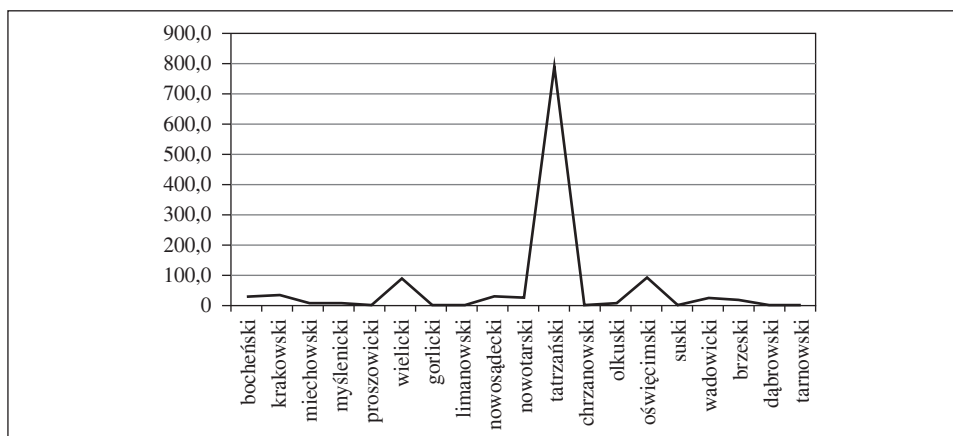
Źródło: obliczenia własne na podstawie tabeli 2.

Wskaźnik  $G_t$  obrazujący liczbę osób korzystających z noclegów na 1 km<sup>2</sup> powierzchni najwyższy był w powiecie tatrzańskim i wynosił 947,0, w nowosądeckim 174,6, wielickim 146,2 i nowotarskim 101,5, natomiast najniższy był w powiatach; dąbrowskim, miechowskim i proszowickim. Znaczenie powiatów: tatrzańskiego – 110,6, oświęcimskiego – 36,9, wielickiego – 24,7 ocenia się jako duże na podstawie wskaźnika  $G_t$ . Wskaźnik  $G_b$  wskazuje na duże znaczenie turystyki w rozwoju powiatu tatrzańskiego, nowosądeckiego i nowotarskiego. Wyliczone wskaźniki funkcji turystycznej powiatów Małopolski przedstawia tabela 2 oraz rys. 2–7.



Rys. 2. Wskaźnik  $T_s$  dla powiatów województwa małopolskiego

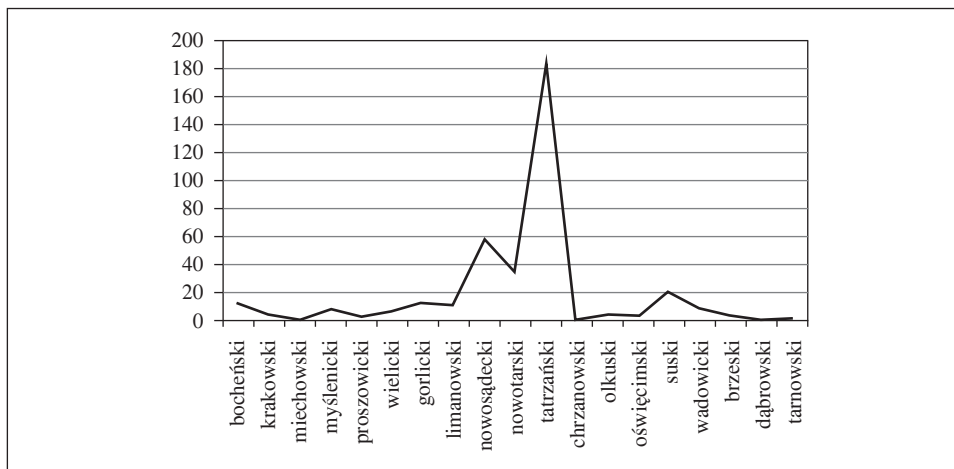
Źródło: opracowanie własne na podstawie tabeli 3.



Rys. 3. Wskaźnik  $T_s$  – turyści zagraniczni w powiatach województwa małopolskiego

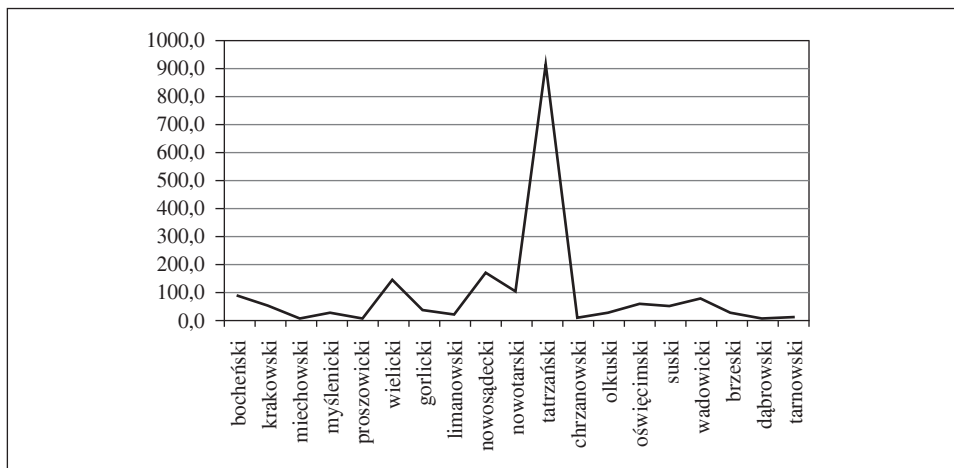
Źródło: opracowanie własne na podstawie tabeli 3.





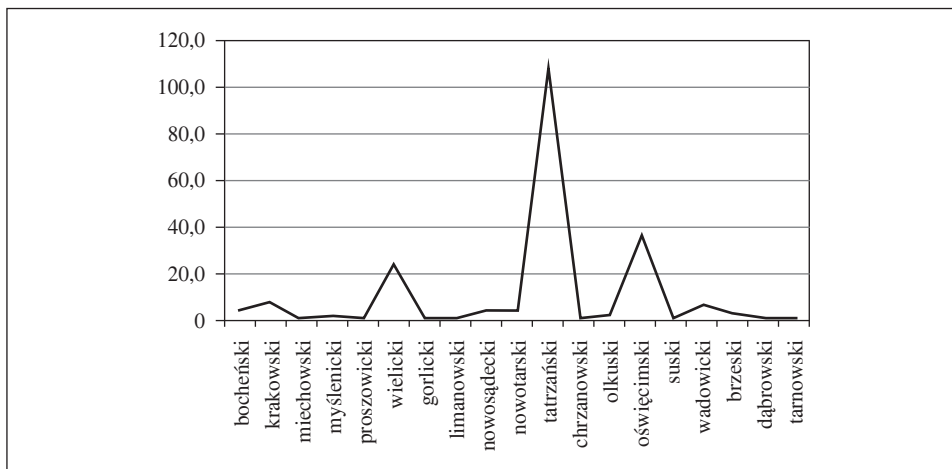
Rys. 4. Wskaźnik  $T_{bd}$  dla powiatów województwa małopolskiego

Źródło: opracowanie własne na podstawie tabeli 3.

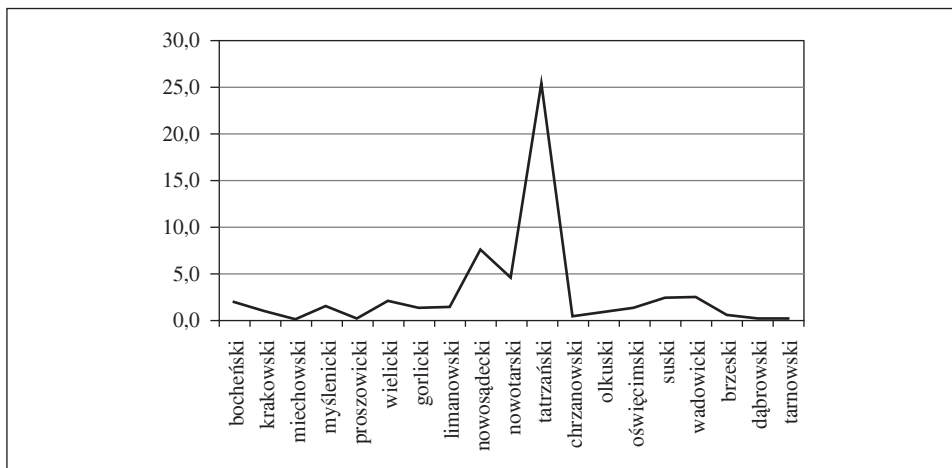


Rys. 5. Wskaźnik  $G_t$  dla powiatów województwa małopolskiego

Źródło: opracowanie własne na podstawie tabeli 3.



Rys. 6. Wskaźnik  $G_7$  – turyści zagraniczni w powiatach województwa małopolskiego  
 Źródło: opracowanie własne na podstawie tabeli 3.



Rys. 7. Wskaźnik  $G_b$  dla powiatów województwa małopolskiego  
 Źródło: opracowanie własne na podstawie tabeli 3.

## 6. Wnioski z badań

Można z dużym prawdopodobieństwem określić znaczenie turystyki w rozwoju gospodarczym badanych powiatów. Powiaty województwa małopolskiego można podzielić na cztery grupy:

1) powiat tatrzański, gdzie turystyka odgrywa bardzo istotną rolę w rozwoju ekonomicznym. Dominuje on w województwie małopolskim zarówno pod względem ruchu turystycznego krajowego, jak i zagranicznego, a wszystkie wskaźniki kilkakrotnie przewyższają wartości wskaźników dla pozostałych powiatów;

2) powiaty: bocheński, nowosądecki, nowotarski, suski, wadowicki, wielicki, gdzie turystyka odgrywa ważną rolę w rozwoju ekonomicznym regionu;

3) powiaty: brzeski, gorlicki, krakowski, limanowski, myślenicki, olkuski, oświęcimski, w których turystyka jest jedną z funkcji rozwoju;

4) powiaty: dąbrowski, chrzanowski, miechowski, proszowicki, tarnowski, gdzie turystyka w rozwoju nie odgrywa ważniejszej roli.

W powiecie tatrzańskim, oświęcimskim i wielickim wyraźnie zarysowuje się znaczenie przyjazdowej turystyki zagranicznej, decydują o tym w powiecie tatrzańskim walory przyrodnicze, w powiecie oświęcimskim walory historyczne nazistowskiego obozu, natomiast w powiecie wielickim atrakcyjność unikatowej w skali Europy kopalni soli.

Z przeprowadzonych badań wynika, że w wielu powiatach ziemi małopolskiej walory turystyczne nie są w pełni wykorzystane i turystyka jest dziedziną o niewykorzystanych w pełni możliwościach ekonomicznego rozwoju.

## 7. Zakończenie

Przestrzeń turystyczna jest częścią przestrzeni geograficznej, na której realizowana jest funkcja turystyczna. Wzrost znaczenia przestrzennych uwarunkowań rozwoju społeczno-gospodarczego wynika z kurczenia się zasobów przestrzeni i coraz silniejszą o nie konkurencją. Powoduje to, że czynnik przestrzeni częściej jest uwzględniany w ekonomii. Wśród ekonomicznych czynników kreujących przestrzeń zwiększa się znaczenie turystyki w regionalnej i lokalnej gospodarce.

Proces kształtowania przestrzeni przez turystykę rozpoczyna się w momencie, gdy pojawia się zainteresowanie turystów określonym elementem przestrzeni. Główne czynniki wyznaczające zasięg i określające strukturę przestrzeni determinowanej przez turystykę to: walory turystyczne, szeroko pojęta infrastruktura turystyczna i paraturystyczna oraz cała sfera ich właściwego funkcjonowania. Tak więc powstanie przestrzeni turystycznej nie jest procesem samoistnym, muszą

pojawić się określone motywy wyznaczone przez konieczność zaspokojenia potrzeb turystów i warunki dotyczące możliwości technicznych, ekonomicznych i innych, realizacji usług. Przestrzeń turystyczna jest wydzielona na podstawie kryterium funkcjonalnego, co oznacza, że każdy obszar, w ramach którego rozwija się funkcja turystyczna jest przestrzenią turystyczną. Warunkiem do zaklasyfikowania części przestrzeni geograficznej jako przestrzeni turystycznej jest zagospodarowanie turystyczne oraz występowanie ruchu turystycznego. We współczesnej turystyce ważne jest odpowiednie gospodarowanie przestrzenią i racjonalne planowanie infrastruktury turystycznej.

Turystyka w wymiarze ekonomicznym rozumiana jest przede wszystkim jako sektor gospodarki oraz jako czynnik rozwoju społeczno-gospodarczego obszarów recepcji turystycznej. Turystyka stanowi doskonałą podstawę aktywizacji lokalnych społeczności, będąc ważnym źródłem dochodów ludności oraz generując znaczne wpływy do budżetów destynacji o szczególnych walorach turystycznych.

Ekonomiczne korzyści z rozwoju turystyki najlepiej są dostrzegane na poziomie miejscowości i regionów turystycznych, gdzie wprowadzona zostaje do obiegu gospodarczego pewna suma pieniędzy pochodzących z zewnątrz, czyli z miejsc pochodzenia turystów, która przez liczne transakcje i obrót finansowy jest powielana. Gospodarcze i społeczne konsekwencje rozwoju turystyki są głównie widoczne w skali gospodarki lokalnej. Turystyka, stanowiąc jeden z głównych kierunków specjalizacji gospodarki lokalnej, pełni funkcję aktywizującą całą gospodarkę danego obszaru. Rozwój turystyki jest czynnikiem wpływającym na przeobrażenia jakościowe i strukturalne w gospodarce lokalnej.

Siła twórczej funkcji turystyki jest zależna od wagi, jaką turystyka pełni w strukturze funkcjonalnej danego obszaru. Przeprowadzone badania pozwoliły na ocenę turystyki jako czynnika rozwoju ekonomicznego powiatów województwa małopolskiego.

## Literatura

- Dettner H. *et al.* [1999], *Managementformen im Tourismus*, VortisVerlag, Wien.
- Dziedzic E. [1998], *Obszar recepcji turystycznej jako przedmiot zarządzania strategicznego*, Monografie i Opracowania, nr 442, Szkoła Główna Handlowa, Warszawa.
- Jackowski A., Warszzyńska J. [1978], *Podstawy geografii turystyki*, PWN, Warszawa.
- Turystyka* [2007], red. W. Kurek, PWN, Warszawa.
- Lijewski T., Mikułowski B., Wyrzykowski J. [1998], *Geografia turystyki Polski*, PWE, Warszawa.
- Lisowski A. [2007], *Przestrzeń i percepcja w transdyscyplinarnych badaniach miasta – spojrzenie geografa* [w:] *Percepcja współczesnej przestrzeni miejskiej*, red. M. Madurowicz, Wydawnictwo Uniwersytetu Warszawskiego, Warszawa.
- Liszewski S. [1995], *Przestrzeń turystyczna*, „Turyzm”, t. 5, z. 2.

- Liszewski S., Baczwiarow M. [1998], *Istota i właściwości przestrzeni rekreacyjno-turystycznej*, „Turyzm”, t. 8, z. 1.
- Majer A. [2004], *Od idei przestrzeni społecznej do koncepcji czasoprzestrzeni* [w:] *Wokół socjologii przestrzeni*, red. A. Majer, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź.
- Meyer B. [2004], *Turystyka jako ekonomiczny czynnik kształtowania przestrzeni*, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin.
- Województwo małopolskie – podregiony, powiaty, gminy [2011], Urząd Statystyczny w Krakowie, Kraków.

## Streszczenie

Kształtowanie przestrzeni współczesnego świata we wszystkich jej wymiarach jest w przeważającej mierze zdominowane przez człowieka. Wśród ekonomicznych czynników kształtujących przestrzeń zwiększa się znaczenie turystyki w regionalnej i lokalnej gospodarce. Zjawiska i procesy przestrzenne dokonują się w określonej przestrzeni, którą kreują, modelują i przekształcają, powodując jej specyficzne zagospodarowanie. Celem artykułu jest ukazanie kształtowania przestrzeni przez czynniki ekonomiczne na przykładzie oddziaływania gospodarki turystycznej na obszary recepcji turystycznej w ujęciu lokalnym. Analiza wskaźników określających funkcję turystyczną pozwoliła na ocenę wpływu turystyki na rozwój gospodarczy powiatów Małopolski.

**Słowa kluczowe:** turystyka, przestrzeń turystyczna, ekonomiczne efekty turystyki, wskaźniki funkcji turystycznej.

## Economic Aspects of Management of Tourist Space

The formation of contemporary world space in all its dimensions is dominated in large measure by humans. Tourism for regional and local economies as an economic factor in the formation of space is of increasing importance. Spatial phenomena occur in particular space, which they create, bringing about a particular form of usage, as well as shape and transform. The aim of the article is to show how space is formed by economic factors using the example of how tourist management influences tourist reception areas on a local basis. The analysis of indicators describing the function of tourism allows the author to assess the influence of tourism on economic development in the districts of Małopolska.

**Keywords:** tourism, tourist space, economic effects of tourism, indicators of tourism.