



POMOC TECHNICZNA
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI FUNDUSZ
ROZWOJU REGIONALNEGO



Streszczenie raportu w języku nietechnicznym

Praca badawcza pt.

„Analiza walorów turystycznych powiatów i ich bezpośredniego otoczenia na podstawie danych statystycznych m.in. z zakresu bazy noclegowej, kultury i dziedzictwa narodowego oraz przyrodniczych obszarów chronionych”

Praca powstała w ramach Projektu „Wsparcie systemu monitorowania polityki spójności w perspektywie finansowej 2007-2013 oraz programowania i monitorowania polityki spójności w perspektywie finansowej 2014–2020”

Projekt współfinansowany przez Unię Europejską ze środków Programu Operacyjnego Pomoc Techniczna 2007–2013

Nazwa jednostki opracowującej raport:

Centrum Badań i Edukacji Statystycznej GUS

Mariusz Kraj – Dyrektor Centrum Badań i Edukacji Statystycznej GUS

Kierownik merytoryczny projektu:

Piotr Łysoń

Koordynator projektu:

Wacława Kraśniewska

Opracował zespół badawczy:

Dorota Foremska, Anna Grabowska, Tomasz Józefowski, Agata Kielczykowska, Wacława Kraśniewska, Piotr Łysoń, Andrzej Młodak, Stanisław Radkowski, Marcin Szymkowiak, Łukasz Wawrowski, Marek Więckowski, Szymon Wozniak



1. Cel pracy

Celem głównym badania jest identyfikacja obszarów o największej atrakcyjności turystycznej według opracowanej w ramach projektu metodologii i koncepcji uwzględniania zasobów otoczenia poszczególnych powiatów¹ oraz na podstawie zebranej zbiorczej informacji nt. występowania i wykorzystania dla celów turystycznych: bazy noclegowej oraz zasobów środowiskowych i kulturowych w Polsce na poziomie powiatów (NTS 4) oraz w zagregowanej formie dla 16 województw (NTS 2). Umowa Partnerstwa określająca kierunki interwencji funduszy europejskich w Polsce w latach 2014 -2020, w tym polityki spójności, wskazuje na istotną rolę potencjału środowiskowego i związanego z dziedzictwem kulturowym.

Niniejsza praca wpisuje się w cele tematyczne polityki spójności. Jej wyniki ściśle wiążą się z celem tematycznym 6. „Zachowanie i ochrona środowiska naturalnego oraz wspieranie efektywnego gospodarowania zasobami”, który zakłada m.in. wzrost efektywności wykorzystania potencjałów środowiskowego i dziedzictwa kulturowego. Praca jest również powiązana z celem tematycznym 8. obejmującym promowanie trwałego i wysokiej jakości zatrudnienia oraz wsparcie mobilności pracowników, co jest szczególnie ważne w rozwijającej się w szybkim tempie branży turystycznej.

Zgodnie z Krajową Strategią Rozwoju Regionalnego 2010–2020, jednym z istotnych wyzwań polityki regionalnej do roku 2020 jest wykorzystanie potencjału kulturowego i turystycznego dla rozwoju regionalnego.

Praca jest silnie ukierunkowana na wymiar terytorialny. Będzie użyteczna w procesie zarządzania programami polityki spójności, zarówno na poziomie regionalnym, jak i krajowym. Stanowi materiał kompleksowy i nowatorski ze względu na: analizę wieloaspektową wiążącą kwestie zasobów środowiskowych i kulturowych ze wskaźnikami bazy noclegowej i jej wykorzystania oraz analizę zmiennych dla obszarów wyznaczonych w oparciu o jednolite kryteria (powiaty i ich otoczenie). W pracy wykorzystano metodologię określania otoczenia powiatów² i zliczania składników miar atrakcyjności turystycznej nie tylko z obszaru analizowanego powiatu, ale także z jego otoczenia.

¹ Łysoń P., Szymkowiak M., Wawrowski Ł., 2015

² Ibidem.

2. Zakres pracy

- 1) **Zakres czasowy** informacji wykorzystanych do wykonania analiz dotyczy danych rocznych za lata 2012–2014 z uwzględnieniem sezonowości wykorzystania obiektów noclegowych. Ze względu na konieczność przygotowania zbiorów na potrzeby opracowania map, przeprowadzono analizę korelacji r-Pearsona pomiędzy danymi dla tych zmiennych, dla których wyniki były dostępne dla więcej niż jednego roku i przy odnotowaniu istotnego, dodatniego związku, przyjęto do obliczeń dane pochodzące z badań najnowszych tj. z 2014 r.
- 2) **Zakres przedmiotowy:**
 - a) we **wskaźniku atrakcyjności kulturowej** uwzględniono:
liczbę pielgrzymów, zwiedzających muzea i instytucje paramuzealne, liczbę zabytków ogółem; liczbę zabytków powstałych przed XVI w., obiekty z listy światowego dziedzictwa Organizacji Narodów Zjednoczonych do Spraw Oświaty, Nauki i Kultury (UNESCO), obiekty wpisane przez Prezydenta RP na listę Pomników Historii, liczbę miejsc na widowni w teatrach i instytucjach muzycznych, liczbę uczestników zorganizowanych imprez masowych;
 - b) we **wskaźniku atrakcyjności środowiskowej** ujęto:
długość morskiej linii brzegowej na terenie powiatów, powierzchnię wewnętrznych wód morskich, powierzchnię dużych jezior, powierzchnię gruntów pod wodami na terenie powiatów; występowanie gór na terenie powiatów według klas ich wysokości oraz procent górskich obszarów na terenie powiatów, powierzchnię obszarów chronionych w tym powierzchnię: parków narodowych, parków krajobrazowych, rezerwatów przyrody; obszarów Natura 2000;
 - c) we **wskaźniku atrakcyjności biznesowo-hotelowej** uwzględniono:
liczbę miejsc noclegowych w obiektach hotelowych oraz liczbę sal konferencyjnych; trzeba podkreślić, że baza noclegowa w obiektach hotelowych jest wykorzystywana nie tylko na potrzeby turystyki biznesowej, ale także przez zamożniejsze gospodarstwa domowe do prywatnych wyjazdów turystycznych.
- 3) **Zakres terytorialny:** NTS 4 - powiaty i miasta na prawach powiatu oraz na ich podstawie województwa (NTS 2).

3. Opracowanie metodologii pomiaru atrakcyjności turystycznej

Zidentyfikowane i zinwentaryzowane dane podzielono na trzy grupy:

- dane środowiskowe,
- dane z zakresu statystyki kultury,
- dane służące wypracowaniu wskaźnika biznesowo-hotelowego.

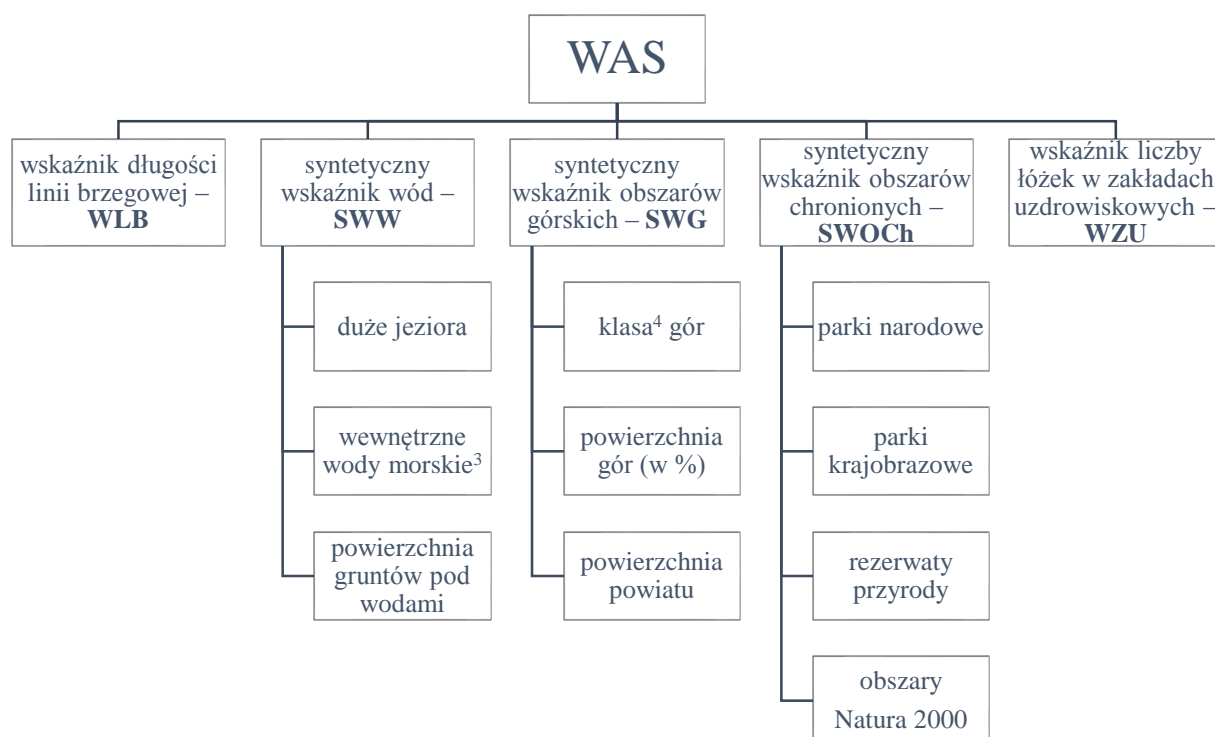
3.1. Wskaźnik Atrakcyjności Kulturowej (WAK)

WSKAŹNIK ATRAKCYJNOŚCI KULTUROWEJ	<ul style="list-style-type: none">• zwiedzający – WZW• zabytki (ogółem) – WZO• zabytki powstałe przed XVI w. – WZX• obiekty z listy UNESCO – WUN• obiekty z listy prezydenckiej (pomniki historii) – WLP• liczba pielgrzymów – WPI• liczba miejsc na widowni w teatrach – WMW• liczba uczestników imprez masowych – WUI
---	--

3.2. Wskaźnik atrakcyjności środowiskowej (WAS)

Wskaźnik atrakcyjności środowiskowej zbudowany został w oparciu o 5 wskaźników w tym 3 syntetyczne.

Rysunek 1. Schemat budowy wskaźnika atrakcyjności środowiskowej



Źródło: opracowanie własne.

³ Zgodnie z Ustawą z dnia 21 marca 1991 r. o obszarach morskich Rzeczypospolitej Polskiej i administracji morskiej, morskimi wodami wewnętrznymi są:

- 1) część Jeziora Nowowarpieńskiego i część Zalewu Szczecińskiego wraz ze Świną i Dziwną oraz Zalewem Kamieńskim, znajdująca się na wschód od granicy państwowej między Rzeczpospolitą Polską a Republiką Federalną Niemiec, oraz rzeka Odra pomiędzy Zalewem Szczecińskim a wodami portu Szczecin;
- 2) część Zatoki Gdańskiej zamknięta linią podstawową biegnącą od punktu o współrzędnych 54°37'36" szerokości geograficznej północnej i 18°49'18" długości geograficznej wschodniej (na Mierzei Helskiej) do punktu o współrzędnych 54°22'12" szerokości geograficznej północnej i 19°21'00" długości geograficznej wschodniej (na Mierzei Wiślanej);
- 3) część Zalewu Wiślanego, znajdująca się na południowy zachód od granicy państwowej między Rzeczpospolitą Polską a Federacją Rosyjską na tym Zalewie;
- 4) wody portów określone od strony morza linią łączącą najdalej wysunięte w morze stałe urządzenia portowe, stanowiące integralną część systemu portowego.

Na potrzeby projektu, w celu zapewnienia spójności z szacowaniem długości linii brzegowej (podrozdział 3.2.2.1), uwzględniono dane dotyczące wód wewnętrznych wymienione w pkt 1 i 3 ww. ustawy. Nie uwzględniono wód Zatoki Puckiej ze względu na otwarty charakter tego akwenu, odmienny od wód Zalewu Szczecińskiego i Zalewu Wiślanego.

⁴ Obszarom górskim i podgórskim przypisano odpowiednio wartości w zależności od wysokości obszarów na terenie powiatu.

3.3. Wskaźnik Atrakcyjności Biznesowo - Hotelowej (WAB)

Wskaźnik atrakcyjności biznesowo-hotelowej dopełnia dwa opisane powyżej wskaźniki: WAK i WAS i został zbudowany w oparciu o wskaźnik miejsc noclegowych w obiektach hotelowych (WMN) i wskaźnik sal konferencyjnych (WSK)

3.4. Wskaźnik Atrakcyjności Turystycznej (WAT)

Skonstruowanie WAK, WAS i WAB umożliwiło wypracowanie wskaźnika syntetycznego łączącego wyżej wymienione wskaźniki i charakteryzującego atrakcyjność turystyczną tj. **Wskaźnika Atrakcyjności Turystycznej (WAT)**.

Przyjęte wagi odzwierciedlają równoprawny wkład walorów środowiskowych i kulturowych (po 40%) do wskaźnika atrakcyjności turystycznej i uzupełniającą rolę wskaźnika biznesowo-hotelowego (20%). Oczywiście turyści mają zróżnicowane preferencje co do walorów, które ich najbardziej interesują, jak i różnorodny bywa także cel wyjazdu turystycznego. Przeważał jednak pogląd, że jeden wskaźnik syntetyczny będący sumą ważoną wskaźników: kulturowego (WAK), środowiskowego (WAS) i biznesowo-hotelowego (WAB) pozwala na łatwiejsze porównania pomiędzy powiatami i jest czytelniejszy niż byłoby to w przypadku stosowania wielu równoprawnych miar.

W dalszej części prac analizie poddany został zarówno wskaźnik syntetyczny atrakcyjności turystycznej (WAT), jak i jego składowe: kulturowa - WAK, środowiskowa – WAS i biznesowo-hotelowa - WAB.

4. Wyznaczanie i pomiar otoczenia powiatów oraz wprowadzenie poprawek transgranicznych

Kolejny etap prac związany był z utworzeniem funkcji opisującej wpływ sąsiadów na dany powiat i opracowaniem poprawki transgranicznej związanej z wpływem obszarów przygranicznych sąsiadujących krajów UE na polskie powiaty graniczne. W obu przypadkach wykorzystano funkcję odległości malejącą liniowo od wartości 1 dla odległości równej zero do wartości 0 przy maksymalnej branej pod uwagę odległości $R=48,564$ km wyznaczonej jako trzykrotność promienia koła, którego obszar oznacza 1/380 pow. terytorium Polski, a liczba 380 jest sumą liczby powiatów ziemskich i miast na prawach powiatu.

5. Rozkład atrakcyjności powiatów

5.1. Rozkład atrakcyjności kulturowej - wskaźnik WAK

Wśród powiatów z górnej grupy decylowej przeważają powiaty ziemskie (25), ale warto podkreślić, że w pierwszej dziesiątce jest osiem miast na prawach powiatu. Powiaty ziemskie zyskują dzięki wskaźnikowi liczby zabytków (np. kłodzki, nyski, świdnicki, żarski), zwiedzających muzea (np. wielicki i oświęcimski) i liczbie pielgrzymów (np. wadowicki - Kalwaria Zebrzydowska). Wskaźnik liczby pielgrzymów bardzo silnie wpłynął na wartości WAK dla Częstochowy (Jasna Góra). Podkreślić również trzeba, że składniki wskaźnika atrakcyjności kulturowej takie, jak liczba uczestników imprez masowych czy liczba miejsc w teatrach premiuje miasta na prawach powiatu. Warto podkreślić dominującą pozycję liderów: Warszawy i Krakowa oraz bardzo wyraźną trzecią lokatę Wrocławia. Kolejne 4 pozycje z bardzo podobną wartością WAT zajmują Gdańsk i Toruń oraz powiaty ziemskie krakowski i wielicki, które obok własnych zasobów korzystają z bliskości bogatych zasobów kulturowych Krakowa.

5.2. Rozkład atrakcyjności środowiskowej - wskaźnik WAS

Analizując wartości wskaźnika atrakcyjności środowiskowej z uwzględnieniem otoczenia i korekty transgranicznej wzięto pod uwagę 38 powiatów z górnej grupy decylowej. W zbiorze tym znalazły się głównie powiaty z północnej i południowej części kraju, tj. tereny nadmorskie i górskie. Trzy powiaty o najwyższej wartości WAS (bieszczadzki, nowosądecki i nowotarski) osiągnęły bardzo podobny wynik. Kolejną grupę, o tylko nieco niższej wartości WAS, tworzą kolejno powiaty leski, tatrzański i kłodzki.

W pierwszej dwunastce znajdują się powiaty, dysponujące więcej niż jednym elementem wpływającym na atrakcyjność środowiskową o wysokich wartościach wskaźników cząstkowych (np. gór, obszarów chronionych i miejsc w zakładach uzdrowiskowych albo linii brzegowej, wód i obszarów chronionych).

5.3. Rozkład atrakcyjności biznesowo-hotelowej - wskaźnik WAB

Wskaźnik atrakcyjności biznesowo-hotelowej został uznany za czynnik o mniejszym znaczeniu w stosunku do pozostałych wskaźników wykorzystanych do wypracowania syntetycznego wskaźnika atrakcyjności turystycznej i przyznano mu wagę 20%. Został wprowadzony w celu odzwierciedlenia faktu, że turystyka biznesowa jest segmentem, który opiera się na udziale w szkoleniach i konferencjach. Wykazuje ona istotną koncentrację wokół największych centrów administracyjnych i gospodarczych w kraju. Również część ruchu turystycznego generowana przez gospodarstwa domowe wiąże się z wykorzystaniem bazy noclegowej o wyższym standardzie, a taki mają obiekty hotelowe.

Liderami co do wartości WAB, obok najwyższej notowanych także według WAK, Warszawy i Krakowa są powiaty jeleniogórski i legionowski oraz miasta na prawach powiatu: Gdańsk, Wrocław i Poznań (wartości wskaźnika 28-31).

6. Rozkład atrakcyjności turystycznej

Kluczowym elementem pracy było stworzenie rankingu i mapy powiatów ze względu na atrakcyjność turystyczną. Jak to zostało wcześniej zasygnalizowane wskaźnik atrakcyjności turystycznej liczony był jako suma ważona wskaźników atrakcyjności kulturowej (z wagą 0,4), atrakcyjności środowiskowej (z wagą 0,4) oraz atrakcyjności biznesowo-hotelowej (z wagą 0,2) i przy uwzględnieniu poprawki transgranicznej. W poniższej tabelicy przedstawiono wartości wskaźnika atrakcyjności turystycznej po uwzględnieniu poprawki transgranicznej dla górnej grupy decylowej atrakcyjnych turystycznie powiatów według WAK.

Tablica 1. Górna grupa decylowa powiatów uszeregowana względem wskaźnika WAT uwzględniającego wpływ otoczenia i poprawkę transgraniczną oraz udziały poszczególnych wskaźników (WAK, WAS, WAB z odpowiednimi wagami) w wartości wskaźnika WAT

Lp.	Powiat	Województwo	WAT	WAK	WAS	WAB	Udział WAK	Udział WAS	Udział WAB
1	Warszawa	mazowieckie	41,7	58,4	5,3	81,0	56%	5%	39%
2	Kraków	małopolskie	36,5	52,3	5,7	66,5	57%	6%	36%
3	tatrzański	małopolskie	21,9	13,2	29,5	24,0	24%	54%	22%
4	nowosądecki	małopolskie	21,7	12,6	34,2	15,0	23%	63%	14%
5	nowotarski	małopolskie	20,1	11,0	33,2	12,0	22%	66%	12%

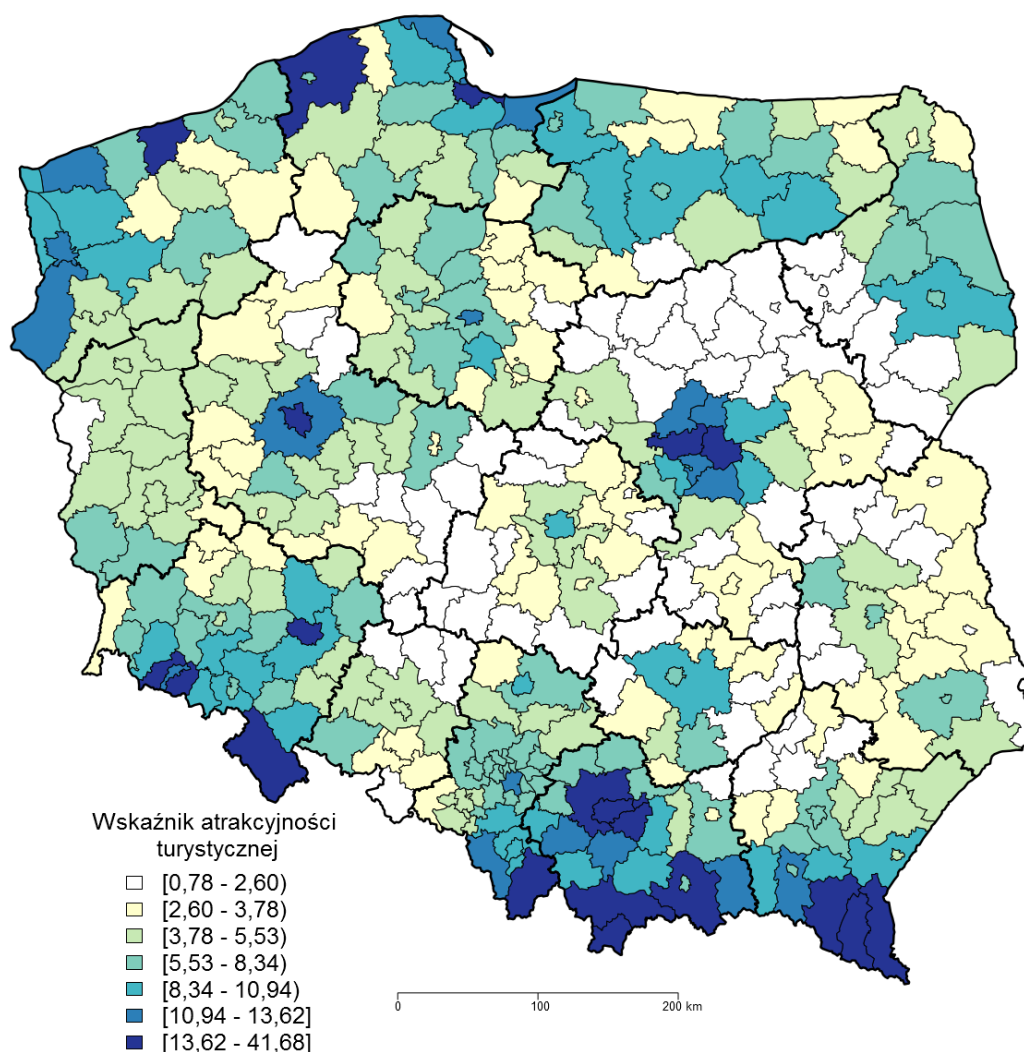
Lp.	Powiat	Województwo	WAT	WAK	WAS	WAB	Udział WAK	Udział WAS	Udział WAB
6	Wrocław	dolnośląskie	19,8	32,0	2,8	29,5	65%	6%	30%
7	kłodzki	dolnośląskie	19,2	12,2	29,5	12,6	25%	61%	13%
8	Gdańsk	pomorskie	18,7	23,0	8,7	30,4	49%	19%	32%
9	krakowski	małopolskie	18,4	22,9	10,0	26,3	50%	22%	29%
10	jeleniogórski	dolnośląskie	18,4	14,1	16,5	30,8	31%	36%	33%
11	bieszczadzki	podkarpackie	17,6	5,7	35,9	4,6	13%	82%	5%
12	warszawski zachodni	mazowieckie	16,0	17,4	9,1	27,2	43%	23%	34%
13	leski	podkarpackie	15,5	5,3	30,9	5,0	14%	80%	6%
14	wielicki	małopolskie	15,5	22,5	4,9	22,5	58%	13%	29%
15	żywiecki	śląskie	15,3	6,3	28,1	7,6	16%	74%	10%
16	sanocki	podkarpackie	15,0	10,2	25,7	3,2	27%	69%	4%
17	Poznań	wielkopolskie	15,0	20,0	3,4	28,1	53%	9%	37%
18	kołobrzeski	zachodniopomorskie	13,9	2,3	23,2	18,5	7%	67%	27%
19	słupski	pomorskie	13,6	3,0	27,9	6,2	9%	82%	9%
20	pruszkowski	mazowieckie	13,6	16,8	4,6	25,0	50%	14%	37%
21	Toruń	kujawsko-pomorskie	13,3	22,4	5,5	10,5	68%	17%	16%
22	cieszyński	śląskie	13,1	4,0	17,3	22,8	12%	53%	35%
23	wadowicki	małopolskie	13,0	16,8	10,0	11,6	52%	31%	18%
24	gorlicki	małopolskie	13,0	16,8	14,2	3,2	52%	43%	5%
25	legionowski	mazowieckie	13,0	12,6	5,6	28,2	39%	17%	44%
26	nowodworski	pomorskie	12,9	7,8	20,4	8,4	24%	63%	13%
27	krośnieński	podkarpackie	12,9	9,6	20,8	3,4	30%	65%	5%
28	Jelenia Góra	dolnośląskie	12,7	13,4	11,2	14,3	42%	35%	23%
29	kamiński	zachodniopomorskie	12,6	4,8	21,7	9,7	15%	69%	15%
30	poznański	wielkopolskie	12,6	13,6	8,4	18,9	43%	27%	30%
31	myślenicki	małopolskie	12,6	13,2	10,6	15,2	42%	34%	24%
32	piaseczyński	mazowieckie	12,5	15,5	4,9	21,7	50%	16%	35%
33	Katowice	śląskie	12,2	18,9	2,6	17,7	62%	9%	29%
34	pucki	pomorskie	11,6	4,6	16,3	15,9	16%	56%	28%
35	Szczecin	zachodniopomorskie	11,4	9,4	12,8	12,5	33%	45%	22%
36	gryfiński	zachodniopomorskie	11,1	10,1	15,7	3,8	36%	57%	7%
37	Sopot	pomorskie	11,0	9,5	8,5	19,0	35%	31%	35%
38	nowodworski	mazowieckie	10,9	10,1	8,6	17,3	37%	31%	32%

Źródło: opracowanie własne.

Zdecydowanymi liderami atrakcyjności turystycznej są dwa największe miasta Warszawa i Kraków, dla których źródłem atrakcyjności są przede wszystkim walory kulturowe. Kolejne 3 lokaty zajmują powiaty górskie woj. małopolskiego: tatrzański, nowosądecki i nowotarski, które obok bogatych zasobów własnych, nie tylko

środowiskowych, ale i kulturowych, zyskują dodatkowo na wzajemnej bliskości i bogatych zasobach środowiskowych i kulturowych na Słowacji, tuż za granicą. Kolejne dwie lokaty zajmują Wrocław (6) i pow. kłodzki (7) najwyżej lokowane w woj. dolnośląskim, które jest szczególnie bogate w zasoby kulturowe, wysoką lokatę zajmuje także pow. jeleniogórski (10). Spośród powiatów nadmorskich najwyższą pozycję ma Gdańsk (8), który swoją atrakcyjność czerpie zarówno z walorów kulturowych, jak i nadmorskiego położenia. Kolejne pod względem atrakcyjności z powiatów nadmorskich są powiaty kołobrzeski (18) i słupski (19), które także dysponują innymi walorami poza nadmorskim położeniem.

Rysunek 2. Wskaźnik atrakcyjności turystycznej uwzględniający otoczenie i poprawkę transgraniczną



Źródło: opracowanie własne.

Warto również zwrócić uwagę na niedoceniane do tej pory górskie powiaty: bieszczadzki (11), leski (13), sanocki (16) i żywiecki (15), których wysoka lokata jest wynikiem bardzo wysokiej pozycji według wskaźnika atrakcyjności środowiskowej WAS (lokaty między 1 a 9). Dodatkowym atutem w ich przypadku jest również bliskość atrakcyjnych turystycznie obiektów na Słowacji.

Wśród 38 powiatów z górnej grupy decylowej aż 9 należy do woj. małopolskiego, w tym aż 4 są wśród 5 najwyższej lokowanych powiatów i miast na prawach powiatów.

Obok wymienionych już liderów atrakcyjności turystycznej: Warszawy, Krakowa i Wrocławia oraz również wysoko notowanego Gdańska na uwagę zasługuje również wysoka pozycja Poznania (17) i Torunia (21).

Interesujące wnioski można również wysnuć z analizy klasyfikacji powiatów według dominującego rodzaju walorów turystycznych. Powiaty o dominującym udziale wskaźnika środowiskowego (ponad 50%) w wartości WAT dominują w północnej części Polski oraz pasie wzdłuż granicy ze Słowacją i z Ukrainą. Powiaty o dominującym (ponad 50%) udziale wskaźnika kulturowego w wartości WAT są obecne przede wszystkim na terenie historycznego Śląska obejmującego południową część woj. lubuskiego, woj. dolnośląskiego, woj. opolskiego i środkowo-zachodniej części woj. śląskiego. Podobny charakter mają także m.in. powiaty w zachodniej części historycznej Małopolski w woj. śląskim i woj. małopolskim, w okolicy Lublina, Torunia, Gniezna oraz w południowej Wielkopolsce. Wśród powiatów bez dominującego rodzaju walorów turystycznych warto zwrócić uwagę na powiaty o relatywnie silnej funkcji biznesowo-hotelowej (ponad 25% wartości WAT pochodzi od WAB). Powiaty tego typu są skoncentrowane przede wszystkim wokół Warszawy, Poznania i Łodzi, ale występują także w większej liczbie w okolicy Gdańska, Krakowa, Bielska-Białej i Rzeszowa. Trzeba jednak podkreślić, że wśród tego typu powiatów są zarówno powiaty wysoko notowane pod względem atrakcyjności turystycznej (m.in. jeleniogórski i powiaty wokół Warszawy, jak i notowane znacznie niżej np. te w woj. łódzkim czy podkarpackim. Podobna uwaga dotyczy powiatów o dominujących walorach kulturowych i środowiskowych. Trzeba zatem łącznie analizować klasyfikację powiatów według dominującego rodzaju walorów turystycznych i rozkład powiatów według wartości miar atrakcyjności turystycznej: WAT, WAS, WAK i WAB.

7. Atrakcyjność turystyczna powiatów a wykorzystanie bazy noclegowej

Pod względem liczby turystów i noclegów udzielonych w turystycznych obiektach noclegowych przodują powiaty: Warszawa, Kraków, Wrocław, Gdańsk, kołobrzeski, tatrzański, cieszyński i jeleniogórski. Turyści zagraniczni najchętniej wybierają na miejsce zakwaterowania duże miasta oraz powiaty: kołobrzeski, mrągowski i tatrzański, a ich udział w liczbie udzielonych noclegów ogółem jest najwyższy w powiatach: m. Kraków, złotoryjskim i oświęcimskim. Stopień wykorzystania miejsc noclegowych, za sprawą uzdrowisk, jest najwyższy w powiatach: aleksandrowskim, inowrocławskim, buskim, kołobrzeskim oraz włocławskim. Największą sezonowością, tzn. udziałem noclegów udzielonych w lipcu i sierpniu w ogólnej liczbie noclegów, charakteryzują się powiaty: radziejowski, włodawski, nowodworski (pomorskie), łęczyński, grudziądzki i wschowski.

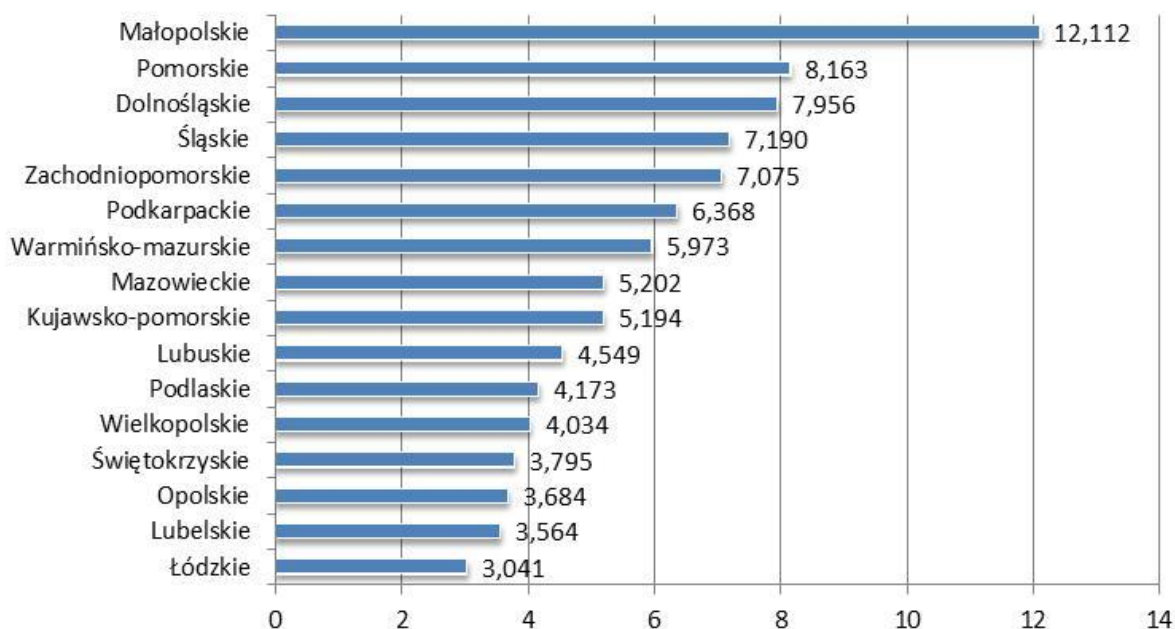
Porównując informacje o atrakcyjności turystycznej powiatów z wynikami z badania bazy noclegowej można stwierdzić, że dla powiatów z górnej grupy decylowej wartości WAT (38 najwyższej lokowanych powiatów):

1. dla 13 powiatów i m.n.p.p.⁵ lokaty według wartości WAT i według liczby udzielonych noclegów ogółem w roku 2014 nie różnią się o więcej niż 5 miejsc.
2. dla 19 powiatów i m.n.p.p. lokata według wartości WAT jest wyższa o ponad 5 miejsc niż lokata wg liczby udzielonych noclegów ogółem w roku 2014.
3. dla 6 powiatów i m.n.p.p. lokata według wartości WAT jest niższa o ponad 5 miejsc niż lokata według liczby udzielonych noclegów ogółem w roku 2014.
4. bez względu na przyjęty rok 2014, 2013 czy 2012 współczynnik korelacji pomiędzy WAT a liczbą udzielonych noclegów ogółem w powiatach wyniósł 0,72 zarówno dla wskaźnika WAT z poprawką transgraniczną, jak i bez jej uwzględnienia.

⁵ m.n.p.p. – miasto na prawach powiatu

8. Atrakcyjność turystyczna województw

Rysunek 3. Atrakcyjność turystyczna województw



Źródło: opracowanie własne.

Analiza danych pozwala zauważyć, że do jednych z najbardziej atrakcyjnych pod względem turystycznym województw należą te leżące w północnej Polsce w pasie nadbrzeżnym Morza Bałtyckiego (zachodnio-pomorskie, pomorskie oraz w mniejszym stopniu warmińsko-mazurskie) a także te leżące w Polsce południowej (dolnośląskie, śląskie, małopolskie oraz podkarpackie – z wyjątkiem województwa opolskiego). Z kolei województwa, które należą do mniej atrakcyjnych pod względem turystycznym, leżą w środkowym pasie kraju, począwszy od województwa lubuskiego, poprzez wielkopolskie, kujawsko-pomorskie, łódzkie, mazowieckie, świętokrzyskie a na województwach leżących przy granicy wschodniej kończąc (podlaskie oraz lubelskie).

9. Wnioski, rekomendacje oraz kierunki dalszych prac

Celem opracowania jest m.in. pomoc w prowadzeniu polityki rozwoju turystyki (w tym w ramach polityki rozwoju) na różnych poziomach terytorialnych. Niniejsza praca daje podstawę do wyciągnięcia przez decydentów wniosków odnośnie do pozycji, jaką dana jednostka terytorialna zajmuje pod względem atrakcyjności turystycznej przy wykorzystaniu syntetycznego wskaźnika atrakcyjności turystycznej opartego na różnorodnych subwskaźnikach opisujących wieloaspektowo poszczególne cechy tego złożonego zjawiska społeczno – gospodarczego. Opracowanie pokazuje zróżnicowanie potencjału rozwoju turystyki w poszczególnych powiatach i województwach. Dzięki uwzględnieniu w pracy wpływu otoczenia na daną jednostkę terytorialną szczebla powiatowego obraz staje się ciekawszy i prawdziwszy, wykracza poza ograniczenia wynikające z granic administracyjnych powiatów.

Kierunki dalszych prac powinny dążyć do wypracowania dokładniejszych i bardziej aktualnych źródeł informacji tam, gdzie obecnie zaszła konieczność posługiwania się szacunkami danych bądź danymi sprzed paru lat. Dotyczyło to m.in. zmiennych, gdzie występowały rozbieżności dotyczące informacji pochodzących z różnych źródeł np. odnośnie do długości morskiej linii brzegowej, powierzchni jezior, powierzchni obszaru górskiego na terenie powiatów, a także ruchu pielgrzymkowego.

Wyniki pracy badawczej powinny zostać wykorzystane w dalszych pracach nad modernizacją statystyki publicznej, jak również do monitorowania polityki rozwoju, a także do podejmowania przez podmioty publiczne i prywatne decyzji dotyczących inicjowania bądź rozwijania przedsięwzięć z zakresu turystyki.

Wskazane byłoby kontynuowanie prac związanych z analizą atrakcyjności powiatów wraz z otoczeniem przy zastosowaniu wypracowanej metodologii. Pozwoliłoby to na monitorowanie dynamiki zjawisk wiążących się z turystyką, które są ważnym składnikiem rozwoju regionalnego i lokalnego.