

LESZEK KOZIOŁ, ZENON MUSZYŃSKI*

Determinanty rozwoju turystyki na obszarach leśnych Małopolski

Słowa kluczowe: sylwaturystyka, produkt turystyczny, determinanty rozwoju, infrastruktura

Streszczenie: W artykule został omówiony problem determinantów rozwoju turystyki na obszarach leśnych Małopolski. Zwrócono szczególną uwagę na ważniejsze walory i produkty turystyczne w leśnictwie na tle ich ogólnej charakterystyki. Omówiono również zagadnienia związane z infrastrukturą dla potrzeb turystyki w lasach, w szczególności w Małopolsce, w tym w regionie Tarnowa. Celem artykułu jest między innymi przybliżenie czytelnikowi zagadnień dotyczących atrakcyjnych aspektów turystyki na obszarach leśnych Małopolski.

1. Wprowadzenie

W minionych dekadach, zwłaszcza tych, które następowały po II wojnie światowej, obserwowano znaczący rozwój turystyki i hotelarstwa, szczególnie w krajach zamożnych, wysoko rozwiniętych. Znamiennymi determinantami tego rozwoju były i pozostają nadal: rozwój gospodarczy, poziom zamożności społeczeństwa, umiędzynarodowienie ruchu turystycznego w wyniku liberalizacji wymiany osobowej, postęp w dziedzinie obsługi ruchu turystycznego, standaryzacja, ale również dywersyfikacja produktów turystycznych, czy wreszcie podnoszenie się poziomu wykształcenia społeczeństwa i zwiększenie czasu wolnego ludności (Kozioł, Sala 2004, s. 245 i 246). Znaczącym czynnikiem rozwoju turystyki było również przyspieszenie procesów tworzenia nowych form organizacyjnych przedsiębiorstw turystycznych, a w hotelarstwie w szczególności. Krótko mówiąc rozwój ten nastę-

* Prof. dr hab. Leszek Kozioł – profesor zwyczajny, kierownik Katedry Zarządzania, Małopolska Wyższa Szkoła Ekonomiczna w Tarnowie; prof. dr hab. Zenon Muszyński – profesor zwyczajny, rektor Małopolskiej Wyższej Szkoły Ekonomicznej w Tarnowie.

pował w dużej mierze przez integrację, a więc tworzenie koncernów turystycznych, grup, łańcuchów, sieci hoteli itp. Korporacje te penetrują duże rynki, na których znajdują się atrakcyjne destynacje, tj. obszary recepcji turystycznej¹. Dysponując dużymi, unikalnymi zasobami, konsorcja te osiągają na rynku przewagę konkurencyjną nad innymi firmami, która w szczególności polega na (Gee, 1994, s. 176):

- uzyskiwaniu korzyści ze skali działania,
- wykorzystywaniu siły przetargowej umożliwiającej im dokonywanie zakupów produktów po niższych cenach,
- oferowaniu standaryzowanych i zarazem wysokiej jakości produktów,
- przyciąganiu wysoko wykwalifikowanego personelu, nadto mogą one samodzielnie kształtować potencjał pracy personelu,
- racjonalizowaniu nakładów na realizację tych funkcji, np. marketingu, finansów, księgowości, jak również sfery B + R dzięki centralizacji zarządzania obszarów funkcjonalnych.

W tej sytuacji małe firmy turystyczne mogą przetrwać dzięki obsłudze nisz rynkowych, rynków lokalnych niebędących przedmiotem zainteresowania dużych korporacji. Mogą one, w wyniku własnej działalności innowacyjnej, kreować nowe produkty turystyczne, a nawet oddziaływać na kształt produktu destynacji turystycznej.

Zdaniem badaczy zajmujących się tym zagadnieniem produkt turystyczny w szerokim znaczeniu zawiera odpowiednio dobrany zestaw dóbr materialnych i usług umożliwiających turystyce przybycie do miejsca występowania atrakcji turystycznych, pobyt i skorzystanie z tych atrakcji (Olesiuk, 2007, s. 6). Zdaniem V.T.C. Middletona (1996, s. 89) tak pojmowany produkt turystyczny tworzą następujące składniki: przede wszystkim atrakcje turystyczne oraz środowisko docelowego miejsca podróży, infrastruktura i usługi miejsca docelowego, dostępność komunikacyjna miejsca odwiedzin, wizerunek i postrzeganie miejsca docelowego, cena oferowanych produktów. Jak można zauważyć produkt turystyczny stanowi element większej całości, jaką jest produkt destynacji turystycznej. Warto dodać, że w literaturze, jak również w praktyce wyróżnia się wiele typów destynacji, które mogą przybierać formę makrodestynacji i mikrodestynacji. Jedną z ważniejszych są obszary naturalnej, często dzikiej przyrody, na których znajdują się specyficzne gatunki flory i fauny, np. Tatry i inne pasma gór, jeziora mazurskie, Puszcza Białowieska, a nawet obszary leśne przypisane do poszczególnych nadleśnictw.

¹ Obszar recepcji turystycznej oznacza miejsce, do którego kieruje się ruch turystyczny (Dziedzic, 1998, s. 9). W literaturze anglojęzycznej zagadnienie to określa się mianem *destination* – definiowane jako miejsce, fragment przestrzeni, określone przez faktyczne lub umowne granice (Hudson, 2008, s. 390). Destynacje składają się z licznych, odpowiednio skomponowanych elementów, przyciągających odwiedzających do pozostania w nich na dzień lub dłużej; najważniejsze z nich to atrakcje turystyczne, infrastruktura turystyczna wsparta przez podaż usług świadczonych przez różne podmioty sektora publicznego i prywatnego, determinanty wynikające z dziedzictwa historycznego i kulturowego, gościnności mieszkańców, atmosfery itp. (Hudson, 2008, s. 391).

Specyficznym rodzajem aktywności turystycznej, wyróżnionym ze względu na miejsce docelowe jest turystyka na obszarach leśnych, którą można określić mianem sylwaturystyki. Uwzględniając inne elementy składowe podróży, sylwaturystyka obejmuje ruch pobytowy i ruch wycieczkowy, jak też inne rodzaje ruchu turystycznego, których miejscem są obszary leśne.

Wracając jednak do instytucjonalnych kwestii rozwoju turystyki należy podkreślić, że mniejsze firmy, zwłaszcza lokalne biura podróży, mogłyby w szerszym niż dotąd stopniu organizować imprezy turystyczne w obszarach leśnych. W porozumieniu z zarządcami lasów możliwe jest przygotowanie oferty produktów turystycznych w postaci np. wędrówek, pikników, warsztatów, zbiorów płodów runa leśnego, wyjazdów edukacyjnych dzieci i młodzieży w okresie letnim, czy narciarstwa biegowego zimą. Wymaga to jednak promocji tych obszarów, reklamy oferowanych produktów, poprawy zagospodarowania i większej dostępności komunikacyjnej, w tym również dla turystów zmotoryzowanych, a więc podjęcia szeroko zakrojonych działań i współpracy między nadleśnictwami, władzą publiczną, organizacjami turystycznymi oraz firmami turystycznymi. Krótko mówiąc rozwój sylwaturystyki wymaga współdziałania, partnerstwa prywatno-publicznego. Dla przykładu można podać, że w Stanach Zjednoczonych na poziomie lokalnym, czy miejskim istnieje ponad 50 tysięcy organizacji odpowiadających za marketing destynacji i reklamę jego produktów. Funkcjonują one pod nazwą Convention and Visitor Bureaus – CVB (Hudson, 2008 s. 399).

2. Lesistość w Polsce i Małopolsce

Województwo małopolskie pod względem turystycznym, w rankingu nie tylko społeczeństwa naszego kraju, jest zaliczane do najatrakcyjniejszych regionów Europy. Świadczy o tym, wzrastająca z każdym rokiem liczba osób odwiedzających ten region, zarówno ze względu na atrakcyjność licznych obiektów muzealnych, jak również unikalny w skali światowej charakter zabytków historycznych oraz fascynujące i zarazem niepowtarzalne piękno lasów z ich arcyciekawą florą i fauną, a także z jedyne w swoim kształcie utworami skalnymi.

Powszechnie wiadomo, że las pełni wielorakie funkcje gospodarcze i w wielu przypadkach pozaprodukcyjne, w tym również turystyczne i rekreacyjne.

Lesistość w Małopolsce kształtując się na poziomie średniej krajowej wynosi około 28,9%, i jest dość silnie zróżnicowana, w poszczególnych powiatach oscylując w granicach od 1,5% w powiecie proszowickim do 48,3% w powiecie suskim. Również od wielu lat przeciętna ogólna powierzchnia lasów przypadająca na jednego statystycznego mieszkańca w Małopolsce nie jest jednakowa i wynosi od 0,01 ha/1osobę w powiecie proszowickim do 0,40 ha/1 osobę w powiecie suskim. W Polsce powyższy wskaźnik kształtuje się na poziomie 0,23 ha/1 osobę, przy

czym przeciętna jego wielkość w Małopolsce jest znacznie niższa, ponieważ dochodzi do około 0,14 ha/1 osobę (tabl. 1).

Należy również zauważyć, że w Polsce lasy niestanowiące własności Skarbu Państwa wynoszą w przybliżeniu 18% ich ogólnego areалу, natomiast w województwie małopolskim ich udział powierzchniowy jest zbliżony do 50%, przy czym charakteryzują się dużym rozdrobnieniem, ponieważ średnio na jednego statystycznego właściciela przypada około 1 ha lasów. Najwięcej lasów prywatnych nadzorowanych przez krakowską RDLP znajduje się na terenie Nadleśnictw: Nowy Targ 26,5 tys. ha, Myślenice 25,6 tys. ha i Limanowa 20,0 tys. ha. Miasto Tarnów bezpośrednio jest związane z Nadleśnictwami: Gromnik o powierzchni lasów państwowych około 8 tys. ha, Dębica o powierzchni w przybliżeniu 11 tys. ha, Dąbrowa Tarnowska o powierzchni ponad 14 tys. ha, oraz Brzesko o powierzchni około 6,8 tys. ha. Należy zauważyć, że w powyższych Nadleśnictwach powierzchnie lasów nie stanowią większych kompleksów i są stosunkowo silnie rozrzucone (rys. 1).



Rys. 1. Mapa Nadleśnictw Regionalnej Dyrekcji Lasów Państwowych w Krakowie

Źródło: *Lasy i gospodarka leśna RDLP w Krakowie*. Kraków 1997.

Tablica 1

Ważniejsze dane o leśnictwie w Małopolsce

Wyszczególnienie	Powierzchnia gleb leśnych				Lesistość
	Ogółem		Własność Skarbu Państwa		
	ha	ha/1 osobę	ha	ha/1 osobę	%
Województwo	436927,6	0,14	237817,5	0,07	28,5
Podregion					
krakowsko-tarnowski	137865,3	0,10	90089,7	0,06	18,4
Powiat					
bocheński	18784,2	0,19	11101,7	0,11	28,4
brzeski	11068,6	0,12	5392,5	0,06	18,6
chrzanowski	14082,2	0,11	12486,2	0,10	37,0
dąbrowski	5527,9	0,10	3126,7	0,05	11,1
krakowski	15321,2	0,06	11725,8	0,05	12,0
miechowski	8090,7	0,16	7150,2	0,14	11,8
olkuski	22286,2	0,20	16667,3	0,15	35,3
oświęcimski	4084,9	0,03	2914,1	0,02	9,9
proszowicki	622,6	0,01	384,0	0,01	1,5
tarnowski	30722,4	0,16	13643,2	0,07	21,5
wielicki	6579,7	0,06	5376,1	0,05	15,1
Podregion					
nowosądecki	297559,5	0,27	147418,3	0,13	39,5
Powiat					
gorlicki	42205,7	0,39	34632,9	0,32	43,2
limanowski	36928,4	0,32	13981,8	0,11	38,6
myślenicki	23962,7	0,20	6725,4	0,06	35,5
nowosądecki	66021,0	0,33	40055,4	0,20	43,3
nowotarski	54557,3	0,30	16152,3	0,09	36,8
suski	33403,3	0,40	14355,1	0,17	48,3
tatrzański	22586,9	0,35	13796,2	0,21	47,4
wadowicki	15238,2	0,11	7635,5	0,06	23,4

Źródło: opracowanie własne na podstawie *Województwo Małopolskie*, 2008, s. 268–278.

Problem udostępnienia dla potrzeb turystyki i rekreacji występuje nie tylko w odniesieniu do obszarów lasów prywatnych, ale oczywiście również, z innego punktu widzenia np. w Parkach Narodowych, gdzie w znacznie większym zakresie zwraca się uwagę na ochronę unikalnych walorów przyrodniczych.

3. Produkty sylwaturystyczne i rekreacyjne

Stosownie do podstawowych założeń i idei lasu wielofunkcyjnego, realizowane są przez Lasy Państwowe działania dotyczące ich udostępniania, w dziedzinie rozwoju turystyki i rekreacji na tych obszarach, gdzie to jest przede wszystkim celowe, atrakcyjne i możliwe oraz zgodne z potrzebami ludności.

Do najważniejszych aktów prawnych regulujących możliwość oraz zakres i sposób realizowanej sylwaturystyki i rekreacji w lasach, zalicza się Ustawę o Lasach z roku 1991, z późniejszymi zmianami, według której wstęp do lasów publicznych oraz zbiór płodów runa leśnego, tj. roślin, owoców i grzybów, jest powszechnie udostępniony, z wyjątkiem tych obszarów, które są przede wszystkim ze względów ochronnych, objęte stałym względnie okresowym zakazem wstępu.

Produktem turystycznym i rekreacyjnym jest charakteryzujące się odpowiednią specyfiką środowisko, które wabi turystów i rekreantów, między innymi bioróżnorodnością oraz różnorodnością swych specyficznych oraz jedynych i niepowtarzalnych w poszczególnych miejscach uroków.

Środowisko leśne w sposób istotny wpływa na rozwój kulturalny człowieka i jest także synonimem trudnego do opisanie piękna natury oraz źródłem pobudzającym do natchnienia i stanowi niewyczerpany temat do inspiracji twórczej, a nade wszystko wpływa korzystnie na poprawę, jakże często nadwątlonego stanu naszego zdrowia. W lesie znajdujemy miejsce do właściwego relaksu, odprężenia fizycznego i psychicznego oraz do odpoczynku po ogólnym zmęczeniu i codziennych trudach związanych zwłaszcza z uciążliwością pracy, przede wszystkim wykonywaną z dużym napięciem nerwowym, zarówno podczas obciążeń statycznych, jak i dynamicznych, a szczególnie związaną z zatrudnianiem w warunkach szkodliwych i niebezpiecznych dla zdrowia, a w ekstremalnych warunkach nawet dla życia (Muszyński, 2006).

Zazwyczaj przebywamy chętnie w środowisku leśnym w celach odpoczynkowych, w swoistym mikroklimacie, w harmonijnie zestawionej i systematycznie zmieniającej się barwie drzew, w czystym powietrzu nasyconym olejkami eterycznymi, korzystnie wpływającymi na nasze zdrowie. W lesie odzyskujemy również utraconą sprawność psychofizyczną oraz dobre samopoczucie, a także zdrowie. W zmiennych i zróżnicowanych kształtach drzew lasotwórczych dostrzega się ogromną, a zarazem tajemniczą i w wielu przypadkach dotychczas nierozpoznaną moc natury.

Niektórzy bioenergoterapeuci, nawiązując do niekonwencjonalnego leczenia, według tak zwanej medycyny ludowej, sugerują, że bezpośredni kontakt z niektórymi drzewami lasotwórczymi, może między innymi poprawić nasze nadwątlone samopoczucie, a także wpływać na wzmocnienie naszej psychiki.

Produkty turystyczne w leśnictwie ściśle nawiązują między innymi do następujących rodzajów: poznawczej, zdrowotnej, wypoczynkowej, religijnej, kwalifikowanej, indywidualnej, zbiorowej, pieszej, rowerowej, konnej, etc.

4. Infrastruktura w lasach dla potrzeb turystyki i rekreacji

Lasy państwowe są w Polsce powszechnie udostępnione, stąd też są popularnym miejscem wypoczynku. Infrastruktura dla potrzeb turystyki i rekreacji jest w sposób ciągły uzupełniana i dostosowywana do potrzeb społeczeństwa, które obecnie może podczas pobytu w lasach szczególnie atrakcyjnych na terenie całego kraju, korzystać z 2240 miejsc noclegowych w ośrodkach wypoczynkowych, z 673 pokoi gościnnych i z 957 kwater myśliwskich. Utworzone są tysiące kilometrów szlaków pieszych, rowerowych i konnych. W celu bardziej dogodnego dostępu do lasu i obiektów wypoczynkowych, niektóre drogi leśne udostępniono dla ruchu publicznego (Rutkowski, 2008).

W celu podnoszonego poziomu i jakości świadczonych usług oraz atrakcyjności i komfortu podczas pobytu, w lasach turyści mogą korzystać z:

- ośrodków turystyczno-wypoczynkowych;
- ścieżek (szlaków) dydaktycznych (przyrodniczych), spacerowych, rowerowych, konnych, etc., wyposażonych w różnego rodzaju ławki, stoły, wiaty, zadane schrony przeciwdeszczowe (rys. 2 i 3);
- miejsc do biwakowania, pól namiotowych;
- platform i wież widokowych;
- nartostrad oraz innych obiektów wykonywanych zgodnie z potrzebami ludności.



Rys. 2. Różnego rodzaju ławki oraz stoły ustawiane wzdłuż ścieżek dydaktycznych
Źródło: opracowanie własne.



Rys. 3. Wiaty ustawiane wzdłuż ścieżek dydaktycznych oraz na polach namiotowych, kempingach i innych obiektach w lasach

Źródło: opracowanie własne.

Wszystkie obiekty przeznaczone dla turystów są przede wszystkim funkcjonalne, dostosowywane do potrzeb i wymagań turystów, a ze względów estetycznych i architektonicznych są w sposób harmonijny wkomponowane w miejscowy krajobraz oraz tło otaczającego drzewostanu i charakterystycznego dla danego regionu stylu budownictwa.

Wzdłuż ścieżek dydaktycznych usytuowane są w wielu przypadkach kapliczki, obeliski, czy też pomniki (rys. 4 i 5). W systemie rozwoju sylwaturystyki, jej atrakcyjność podnoszą również szlaki turystyczne dotyczące istotnych wydarzeń związanych z historią naszego kraju.

Ważną rolę w turystyce leśnej odgrywa edukacja przyrodnicza, w której uczestniczyło w roku 2008 około 2 mln osób, a jej celem jest upowszechnienie wiedzy o środowisku leśnym, wielofunkcyjnej i zrównoważonej gospodarce leśnej.

5. Wnioski

Na podstawie analizy determinantów powszechnego rozwoju turystyki na obszarach leśnych Małopolski można sformułować następujące wnioski:

1. Atrakcyjności turystyki i rekreacji w lasach nie zagraża zapaść, ponieważ ta forma odpoczynku nadal niezmiennie cieszy się dużą popularnością.



Rys. 4. Miejsce upamiętniające męczeńską śmierć bł. Karoliny Kózkówny nieopodal Tarnowa, w Leśnictwie Wał Ruda

Źródło: opracowanie własne.



Rys. 5. Pomnik upamiętniający Akcję „III Most”, związaną z lądowaniem samolotu Dakota w 1944 r., który w brawurowej akcji zabrał na pokład, przejęty przez AK, niemiecki pocisk V-2

Źródło: opracowanie własne.

2. Między atrakcyjnością sylwaturystyki oraz rekreacji, a ograniczoną dopuszczalną dostępnością do leśnych ośrodków istnieje odpowiednie sprzężenie. Im teren leśny jest bardziej interesujący, tym większy jest w jego obrębie ruch turystyczny.

3. Przebywanie w miejscach udostępnionych dla sylwaturystyki i rekreacji nie powinno stanowić żadnego zagrożenia dla środowiska naturalnego. Turysty i rekreanci przebywający na terenie lasu muszą bezwzględnie przestrzegać ustalonych przez administrację lasów państwowych zaleceń dotyczących odpowiedniego korzystania ze środowiska leśnego.

4. Lasy państwowe z myślą o turystach, a także w pełni doceniając rolę oraz znaczenie pozaprodukcyjne lasów, poprzez nadzór i odpowiednią infrastrukturę dążą do możliwie dogodnego dla ludności ich udostępnienia, zabezpieczając je zarówno z punktu widzenia trwałości ekologicznej, jak i ochrony środowiska.

5. Do najbardziej poszukiwanych i najlepiej ocenianych przez społeczeństwo produktów sylwaturystyki powszechnie zalicza się turystykę: zdrowotną, wypoczynkową i poznawczą, a inne produkty są zazwyczaj w różnym stopniu i zakresie bezpośrednio lub pośrednio z nimi związane.

6. Specyfika atrakcyjnych produktów turystyki leśnej, uwzględniająca w większości przypadków psychofizyczne preferencje zróżnicowanych potrzeb i wymagań ludności, stanowi szczególnie istotną motywację nawet w niejednokrotnie żywiołowej oraz niezorganizowanej, powszechnie dostrzegalnej presji ruchu turystycznego w lasach.

7. Praktyczna realizacja koncepcji destynacji turystycznej prowadzi do zorganizowania uczestników rynku turystycznego, producentów dóbr materialnych i usług, a nawet urzędów dla rozwoju produktu turystycznego destynacji, jak również jego promocji.

Bibliografia

- Gee Ch. Y. 1994. *International Hotels. Development and Management*. East Lansing, Michigan: Educational Institute of the American Hotel & Motel Association.
- Hudson S. 2008. *Tourism and Hospitality Marketing*. London: SAGE Publications Ltd. ISBN 978-1412946872.
- Kozioł L., Sala J. 2004. *Wpływ globalizacji na rozwój polskiego rynku turystycznego*. "Annali della Facolta di Economia dell'Universita di Messina" – Supplemento – Anno 2004.
- Lasy i gospodarka leśna RDLP w Krakowie*. 1997. Kraków.
- Middleton V.T.C. 1996. *Marketing w turystyce*. Warszawa: Polska Agencja Promocji Turystyki. ISBN 83-8680-025-9.
- Muszyński Z. 2006. *Dynamika waloryzacji turystyki w Małopolsce*. „Zeszyty Naukowe Małopolskiej Wyższej Szkoły Ekonomicznej w Tarnowie” nr 1(9) 2006, s. 245–258.
- Olesiuk A. 2007. *Marketing usług turystycznych*. Warszawa: Difin. ISBN 978-83-7251-696-1.
- Rutkowski A. 2008. *Turystyka w LP*. [online]. Dostępny w Internecie: <http://www.lp.gov.pl/turystyka>.
- Ustawa [1991] z 28 września 1991 r. o lasach. Tekst jednolity Dz. U. z 2005 r. nr 45, poz. 435.

Determinants of Tourism Development in the Małopolska Region Forests Sites

S u m m a r y: The article discusses the determinants of development of sylvan tourism in Lesser Poland. Special attention was drawn towards major advantages of sylvan tourism and its products in the context of their general characteristic. Issues related to required infrastructure were also covered, especially those concerning forests in Lesser Poland, among others in the region of Tarnow. The aim of the article is most of all to familiarize the reader with issues regarding attractive aspects of sylvan tourism.

K e y w o r d s: sylvan tourism, tourism product, development determinants, infrastructure
