



PROGRAM REGIONALNY
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



Podlaskie

UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI FUNDUSZ
ROZWOJU REGIONALNEGO



Wpływ projektów z zakresu turystyki i kultury na rozwój społeczno-gospodarczy regionu



tom I

Potencjał turystyczny
województwa podlaskiego



Podlaskie
Regionalne Obserwatorium
Terytorialne



WPŁYW PROJEKTÓW Z ZAKRESU TURYSTYKI I KULTURY NA ROZWÓJ SPOŁECZNO-GOSPODARCZY REGIONU

Potencjał turystyczny województwa podlaskiego

Redakcja naukowa: **Eugenia Panfiluk**



PROGRAM REGIONALNY
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



Podlaskie

UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI FUNDUSZ
ROZWOJU REGIONALNEGO



Recenzent: prof. dr hab. inż. Janusz Leszek Sokół

Zespół autorski:

dr hab. Elżbieta Szumańska – *kierownik zespołu badawczego*

dr hab. Ewa Dziedzic (prof. SGH)

dr Eugenia Panfiluk – *opracowanie metodyki badań*

dr Katarzyna Dębowska – *analiza statystyczna badań*

dr Andrzej Kamocki – *wykonanie map*

mgr Danuta Szpilko – *koordynacja badań ilościowych i jakościowych*

Autorstwo przypisano do każdego rozdziału

ISBN kompletu online: 987-83-62528-85-1

ISBN online: 987-83-62528-57-8

Białystok 2015

Copyright: Województwo Podlaskie
Urząd Marszałkowski Województwa Podlaskiego

Zamawiający / Wydawca:

Urząd Marszałkowski Województwa Podlaskiego,
Departament Rozwoju Regionalnego
ul. Poleska 89, 15-874 Białystok



Wykonawca: Stowarzyszenie Upowszechniania Wiedzy i Innowacji
ul. Kwiatowa 6, 17-200 Hajnówka

Projekt badawczy został zrealizowany w ramach badania ewaluacyjnego:

„Wpływ projektów z zakresu turystyki i kultury na rozwój społeczno-gospodarczy regionu”, nr umowy: DDR/26/14

„Badanie ewaluacyjne finansowane przez Unię Europejską z Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego, w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Podlaskiego na lata 2007–2013”.

Projekt i skład: Agencja Wydawnicza Ekopress / 601 311 838 (fot. okładka: Andrzej Beręsewicz)

Korekta językowa: dr Andrzej Rutkowski



Spis treści

STRESZCZENIE (Eugenia Panfiluk)	6
SUMMARY	10
WSTĘP (Eugenia Panfiluk)	14
1. INSTRUMENTARIUM BADAWCZE (Eugenia Panfiluk, Elżbieta Szymańska)	17
1.1. CELE I PROBLEMY BADAWCZE	17
1.2. PRZEDMIOT I ZAKRES BADAŃ	19
1.3. SZCZEGÓŁOWY OPIS KONCEPCJI BADANIA	20
1.3.1. Metody i techniki gromadzenia i analizy danych	20
1.3.2. Zastosowane metody i techniki badawcze	21
1.3.3. Struktura wykorzystanych danych	23
1.3.4. Pojęcia i definicje	28
2. PODSTAWOWE INFORMACJE Z ZAKRESU POTENCJAŁU TURYSTYCZNEGO (Eugenia Panfiluk)	30
3. ZASOBY STRUKTURALNE WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO I ICH PRZESTRZENNE ROZMIESZCZENIE (Eugenia Panfiluk)	37
3.1. WALORY TURYSTYCZNE WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO	37
3.1.1. Walory naturalne województwa podlaskiego	37
3.1.2. Walory utworzone przez człowieka	38
3.1.3. Walory antropogeniczne województwa podlaskiego	39
3.2. ZAGOSPODAROWANIE TURYSTYCZNE	42
3.3. DOSTĘPNOŚĆ KOMUNIKACYJNA	48
PODSUMOWANIE	53
4. ZASOBY FUNKCJONALNE WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO I ICH PRZESTRZENNE ROZMIESZCZENIE (Eugenia Panfiluk)	54
4.1. ZASOBY EKONOMICZNE	54
4.2. ZASOBY ORGANIZACYJNE	58
PODSUMOWANIE	65

5.	PRZYDATNOŚĆ POTENCJAŁU TURYSTYCZNEGO WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO DO ROZWOJU WYBRANYCH FORM TURYSTYKI (Eugenia Panfiluk, Katarzyna Dębowska, Andrzej Kamocki, Danuta Szpilko)	67
5.1.	ATRAKCYJNOŚĆ WYPOCZYNKOWA	67
5.2.	ATRAKCYJNOŚĆ KRAJOZNAWCZA.....	69
5.3.	DOMINUJĄCE RODZAJE WALORÓW WYPOCZYNKOWYCH.....	72
5.4.	DOMINUJĄCY RODZAJ WYPOCZYNKU TURYSTYCZNEGO	72
5.5.	OBSZARY ATRAKCYJNE TURYSTYCZNIE O ZNACZENIU MIĘDZYNARODOWYM	75
5.6.	OBSZARY ATRAKCYJNE TURYSTYCZNIE O ZNACZENIU KRAJOWYM.....	78
5.7.	OCENA POTENCJAŁU TURYSTYCZNEGO DO ROZWOJU TURYSTYKI WYPOCZYNKOWEJ I KRAJOZNAWCZEJ	81
5.8.	PRZYDATNOŚĆ POTENCJAŁU TURYSTYCZNEGO WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO DO ROZWOJU POZOSTAŁYCH FORM TURYSTYKI.....	84
5.8.1.	Potencjał rozwoju turystyki biznesowej.....	85
5.8.2.	Potencjał rozwoju turystyki zdrowotnej.....	86
5.8.3.	Potencjał rozwoju turystyki na terenach wiejskich.....	87
5.8.4.	Turystyka kwalifikowana (rekreacyjna, specjalistyczna, aktywna).....	88
5.8.5.	Potencjał rozwoju turystyki kulturowej i w miastach.....	89
5.8.6.	Potencjał rozwoju turystyki religijnej.....	90
5.8.7.	Potencjał rozwoju turystyki przygranicznej i tranzytowej	91
	PODSUMOWANIE	95
6.	OCENA WYBRANYCH CZYNNIKÓW POTENCJAŁU TURYSTYCZNEGO WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO – RANKING (Katarzyna Dębowska)	98
6.1.	METODYKA BADANIA.....	98
6.2.	OCENA CZYNNIKÓW PRZYRODNICZYCH	102
6.3.	OCENA CZYNNIKÓW ANTROPOGENICZNYCH.....	105
6.4.	OCENA CZYNNIKÓW INFRASTRUKTURALNYCH.....	109
6.5.	OCENA CZYNNIKÓW DOSTĘPNOŚCI KOMUNIKACYJNEJ.....	112
6.6.	OCENA CZYNNIKÓW SPOŁECZNO-DEMOGRAFICZNYCH.....	116
6.7.	OCENA CZYNNIKÓW EKONOMICZNYCH.....	120
6.8.	OGÓLNA OCENA POTENCJAŁU TURYSTYCZNEGO WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO.....	123
6.9.	RANKING ATRAKCYJNOŚCI GMIN WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO	130

7. PRODUKTY TURYSTYCZNE I ICH WYKORZYSTANIE (Eugenia Panfiluk, Danuta Szpilko)	135
7.1. OCENA ATRAKCYJNOŚCI PRODUKTÓW TURYSTYCZNYCH W REGIONIE I ICH ROZKŁAD PRZESTRZENNY WEDŁUG POWIATÓW I GMIN	135
7.2. IDENTYFIKACJA PRODUKTÓW TURYSTYCZNYCH I NAJCHĘTNIEJ ODWIEDZANYCH MIEJSC W REGIONIE ZE WZGLĘDU NA GENEROWANIE RUCHU TURYSTYCZNEGO I ICH ROZKŁAD PRZESTRZENNY WEDŁUG POWIATÓW I GMIN	140
PODSUMOWANIE	148
8. AKTYWNOŚĆ TURYSTYCZNA MIESZKAŃCÓW WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO (Danuta Szpilko) ...	149
8.1. MIESZKAŃCY WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO UCZESTNICZĄCY W KRAJOWYM RUCHU TURYSTYCZNYM	153
8.2. MIESZKAŃCY WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO UCZESTNICZĄCY W MIĘDZYNARODOWYM RUCHU TURYSTYCZNYM	157
9. SEGMENTY TURYSTYCZNE ODWIEDZAJĄCYCH WOJEWÓDZTWO PODLASKIE (Danuta Szpilko)	161
9.1. TYPOWE ODWIEDZAJĄCY WOJEWÓDZTWO PODLASKIE	162
9.2. PODZIAŁ NA TYPOWE SEGMENTY OSÓB ODWIEDZAJĄCYCH WOJEWÓDZTWO PODLASKIE	172
9.2.1. Uczestnicy turystyki wypoczynkowej	173
9.2.2. Uczestnicy turystyki kulturowej	176
9.2.3. Uczestnicy turystyki kwalifikowanej i rekreacji	178
9.2.4. Odwiedzający krewnych i znajomych	181
9.3. NISZOWE SEGMENTY TURYSTYCZNE WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO	184
9.3.1. Uczestnicy turystyki religijnej	185
9.3.2. Uczestnicy turystyki zdrowotnej	187
9.3.3. Uczestnicy turystyki biznesowej	190
9.3.4. Uczestnicy turystyki na obszarach wiejskich	193
9.3.5. Uczestnicy turystyki zakupowej	196
9.3.6. Uczestnicy turystyki tranzytowej	199
9.4. PRZYSZŁOŚCIOWY ODWIEDZAJĄCY WOJEWÓDZTWO PODLASKIE	202
PODSUMOWANIE	205
10. OCENA POZIOMU USŁUG TURYSTYCZNYCH (Eugenia Panfiluk)	211
PODSUMOWANIE	214
ZAKOŃCZENIE (Eugenia Panfiluk)	215
LITERATURA	220



Streszczenie

Opracowanie *potencjał turystyczny województwa podlaskiego* powstało w wyniku projektu badawczego realizowanego na zlecenie Departamentu Rozwoju Regionalnego Urzędu Marszałkowskiego Województwa Podlaskiego, pn.: *Wpływ projektów z zakresu turystyki i kultury na rozwój społeczno-gospodarczy regionu*. Głównym celem projektu badawczego była ocena wpływu projektów z zakresu turystyki i kultury na rozwój społeczno-gospodarczy województwa podlaskiego. W ramach realizacji celu głównego dokonano oceny potencjału turystycznego województwa podlaskiego, powiatów i gmin województwa podlaskiego, oceny miejsca sektora turystyki w gospodarce województwa podlaskiego, oceny dotychczasowych i szacowanych efektów projektów RPO WP oraz sformułowano rekomendacje na przyszły okres finansowania.

Efektom realizacji projektu są dwie odrębne monografie, z których każda prezentuje wyniki badań z różnych obszarów. Pierwsza część prezentuje wyniki analiz potencjału turystycznego województwa podlaskiego, powiatów i gmin województwa podlaskiego, część druga prezentuje wyniki miejsca potencjału turystycznego na tle regionów UE na poziomie NUTS 2 oraz wpływu Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Podlaskiego na rozwój turystyki w regionie. Nieodłącznym elementem opracowania jest załącznik w postaci płyty CD, zawierający szczegółowe zestawienia danych pochodzących z badań, zaprezentowane w formie zestawień tabelarycznych, w specjalnie dedykowanych załącznikach posiadających postać plików elektronicznych.

W niniejszym tomie, w ramach analiz potencjału turystycznego regionu, zaprezentowano wyniki identyfikacji zasobów strukturalnych i funkcjonalnych województwa podlaskiego, powiatów i gmin województwa podlaskiego oraz ocenę ich przydatności do rozwoju wybranych form turystyki (wypoczynkowej, krajoznawczej, kulturowej, w miastach, na terenach wiejskich, biznesowej, zdrowotnej, kwalifikowanej i pozostałych). Dokonano określenia profilu uczestników ruchu turystycznego w województwie podlaskim oraz oceny poziomu świadczonych usług turystycznych na terenie województwa. Porównania przeprowadzone zostały na poziomach: regionalnym, powiatowym i gminnym.

Dane statystyczne do porównań i oceny potencjału turystycznego województwa podlaskiego, powiatów i gmin województwa podlaskiego, zaczerpnięte z Banku Danych Lokalnych zostały przedstawione na poziomie NUTS 4 oraz NUTS 5. Zostały one przetworzone metodą porządkowania liniowego, wzorcową metodą Hellwiga, która pozwoliła na utworzenie rankingów oraz ratingów powiatów i gmin ze względu na poszczególne czynniki przyjęte do analizy, wpływające na ocenę potencjału turystycznego badanego obszaru.

Wyniki analiz zaprezentowano graficznie w układzie przestrzennym na mapach oraz w układzie tabel i wykresów. Łącznie do wszystkich analiz potencjału turystycznego w różnych kombinacjach wykorzystano 48 zmiennych na poziomie NUTS 4 oraz NUTS 5.

Do zgromadzenia danych pozwalających na określenie profilu uczestników ruchu turystycznego, determinant i barier rozwoju, oceny jakości i poziomu usług turystycznych świadczonych na obszarze województwa podlaskiego zastosowano metodę ankietową i techniki PAPI i CAWI. Łącznie badaniami PAPI objęto 1045 odwiedzających i turystów oraz 384 mieszkańców województwa podlaskiego. Badania CAWI objęły 13 organizacji pozarządowych, 75 podmiotów publicznych i jednostek im podległych oraz 34 przedsiębiorstwa turystyczne.

Wyniki przeprowadzonych analiz wskazują, iż województwo podlaskie posiada unikatowe, rzadkie i cenne walory turystyczne o randze międzynarodowej i krajowej umożliwiające rozwój wybranych form aktywności turystycznej. Wokół obszarów występowania cennych walorów turystycznych rozwijają się, na wysokim poziomie i o wysokim standardzie, usługi noclegowe i gastronomiczna baza turystyczna. Istotnym wyróżnikiem oferty gastronomicznej regionu jest kuchnia regionalna oferująca unikalny i bogaty asortyment kulinarny różnych kultur zamieszkujących analizowany region. Potencjał turystyczny tych obszarów stanowi podstawę do budowy produktów turystycznych. Największy ruch turystyczny generuje 35 typów produktów turystycznych. Dominują produkty obszarowe zbudowane w oparciu o walory kulturowe, miasto lub miejscowość oraz produkty typu obiekt zbudowane w oparciu o walor kulturowy. W niewielkim stopniu walory przyrodnicze są podstawą budowy produktów turystycznych. Mimo iż szczegółowe badania prowadzone na obszarach turystycznych województwa podlaskiego wskazują, że rdzeniem produktów turystycznych powinny być walory przyrodnicze, gdyż to one są identyfikowane z regionem.

Ponadto, tylko w nieznacznym stopniu potencjał turystyczny jest motorem rozwoju działalności *stricte* turystycznej. W jeszcze mniejszym stopniu rozwija się na tym obszarze działalność okołoturystyczna. Barierą ograniczającą rozwój działalności *stricte* turystycznej jest rozproszenie szczególnie cennych walorów turystycznych w przestrzeni zarówno regionu, jak i poszczególnych powiatów.

Ogólnie na wartość potencjału turystycznego województwa podlaskiego najwyższy wpływ mają czynniki przyrodnicze (zespół walorów przyrodniczych), w dalszej kolejności zespół walorów kulturowych określonych, jako czynniki antropogeniczne. Czynniki ekonomiczne, infrastrukturalne uplasowały się w dalszej kolejności, a jeszcze mniejszy wpływ na ocenę potencjału turystycznego mają czynniki dostępności komunikacyjnej oraz czynniki społeczno-demograficzne.

W wyniku badania stwierdzono, że infrastruktura zagospodarowania turystycznego, w szczególności sportowo-rekreacyjna, jest mało zróżnicowana. Niewiele jest wypożyczalni sprzętu sportowo-rekreacyjnego, odnotowuje się niski stopień zagospodarowania przestrzeni turystycznej w obiekty małej infrastruktury turystycznej, w tym zagospodarowania terenów kąpielisk i brzegów jezior, szlaków turystycznych i ścieżek rowerowych, brakuje szczegółowego oznakowania terenów rekreacyjno-turystycznych, ponadto obszary turystyczne cechuje niski poziom higieny publicznych urządzeń sanitarnych.

W zakresie czynników komunikacyjnych ważnym elementem wspierającym, zwłaszcza rozwój turystyki transgranicznej, jest występowanie międzynarodowych pieszych, kajakowych i rowerowych przejść granicznych z Białorusią, natomiast ze względu na brak lotniska i dróg ekspresowych, województwo posiada

niską dostępność komunikacyjną do krajów Europy Zachodniej. Tym samym obszary województwa, w których zidentyfikowano wysoki potencjał turystyczny, cechuje niska jakość połączeń komunikacyjnych.

Zaobserwowano, że na niski poziom czynników ekonomicznych i społeczno-demograficznych wpływa brak systemu zarządzania turystyką na poziomie lokalnym, brak współpracy pomiędzy podmiotami działającymi w sektorze turystycznym, w szczególności pomiędzy sektorem prywatnym i publicznym, a niewielkie znaczenie organizacji pozarządowych nie wpływa pozytywnie na te procesy. Słabe zaangażowanie samorządów w rozwój turystyki potwierdza niski poziom wydatków na turystykę, w tym na działania promocyjne. Podstawową wadą systemu zarządzania jest prowadzenie działań promocyjnych przede wszystkim na rynku lokalnym, a nie krajowym i międzynarodowym. Za najbardziej pożądane kierunki współpracy podmioty publiczne uznają wspólną realizację projektów, między innymi w zakresie budowy infrastruktury turystycznej i promocji oraz sporadycznie, w zakresie tworzenia strategii rozwoju.

Uogólniając należy stwierdzić, że walory potencjału turystycznego województwa podlaskiego są zróżnicowane rodzajowo i najczęściej na obszarze gminy nie występują łącznie. Są rozproszone przestrzennie na poziomie lokalnym. Rozproszenie przestrzenne walorów prowadzi do rozproszenia ruchu turystycznego i jednocześnie, ze względu na wysokie koszty wejścia na rynek podmiotów *stricto* turystycznych wpływa na niską aktywność tej formy działalności.

Analizy na poziomie powiatów pozwalają na wyodrębnienie przestrzeni turystycznych o wysokim potencjale turystycznym. Skupiają się one wokół głównych ośrodków turystycznych. Największą przestrzeń turystyczną, ze względu na wysoką atrakcyjność potencjału turystycznego (wypoczynkową, krajoznawczą, międzynarodową i krajową) i występujący ruch turystyczny, należy wyodrębnić wokół miasta Białystok. Potencjał turystyczny występuje w powiecie białostockim, na obszarach gmin: Tykocin i Choroszcz, Michałowo, Gródek, Supraśl, Czarna Białostocka i od zachodniej strony Białegostoku. Cechują go bardzo dobre i dobre warunki do rozwoju większości analizowanych form turystyki. Ze względu na centralne położenie Białegostoku rozwój turystyki na tym obszarze, należy traktować jako integralną część całego obszaru metropolitarne.

Ważną częścią uzupełniającą potencjał turystyczny obszaru metropolitarne Białegostoku jest potencjał turystyczny powiatów: sokólskiego, monieckiego i hajnowskiego. W powiecie sokólskim, w gminie Sokółka, potencjał turystyczny na jej terenie wykazuje bardzo dobre i dobre warunki do uprawiania większości analizowanych form turystyki. Nieco niższą przydatnością do rozwoju turystyki, głównie wiejskiej, zdrowotnej, religijnej i wypoczynkowej cechuje się potencjał turystyczny na terenie gminy Krynki. W powiecie monieckim, w gminie Trzcianna i Goniądz możliwe jest, rozwijanie większości z analizowanych form turystyki. W powiecie hajnowskim ważnym ośrodkiem rozwoju turystyki, ze względu na dużą atrakcyjność turystyczną, jest gmina Białowieża. Nieco niższą atrakcyjność turystyczną mają gminy: Narewka oraz Dubicze Cerkiewne.

Następną przestrzeń turystyczną o dużej atrakcyjności potencjału turystycznego należy wyodrębnić w powiecie augustowskim, w gminach: Augustów miasto, Nowinka, Płaska i Sztabin. Działalność *stricto* turystyczna jest silnie rozwinięta w Augustowie i gminie Płaska. Potencjał turystyczny tych gmin wykazuje jednocześnie bardzo dobre warunki do rozwoju większości analizowanych form turystyki (poza turystyką tranzytową i turystyką w miastach, w gminie Nowinka).

Istotnym elementem potencjału turystycznego województwa podlaskiego jest potencjał turystyczny występujący wokół miasta Suwałki. Łączy on przestrzeń trzech powiatów (sejneńskiego: Giby i Sejny,

suwalskiego z gminą Jeleniewo i miasta Suwałki), na terenie których potencjał cechuje wysoka atrakcyjność walorów wypoczynkowych, krajoznawczych o randze międzynarodowej i krajowej. Potencjał ten stwarza bardzo dobre i dobre warunki do większości analizowanych form turystyki.

Poza dużymi skupiskami atrakcyjnej przestrzeni turystycznej w województwie podlaskim występują dwie odrębne przestrzenie turystyczne znajdujące się na terenach powiatów siemiatyckiego i łomżyńskiego oraz kilku atrakcyjnych punktów turystycznych.

W celach turystycznych do województwa podlaskiego przyjeżdżają w głównej mierze cztery typowe segmenty turystyczne, zbieżne z typowymi segmentami odwiedzających inne województwa Polski. Należą do nich odwiedzający wypoczynkowi, a także kulturowi, ponadto uprawiający turystykę kwalifikowaną i rekreację oraz przybywający w celu odwiedzin rodzin i znajomych. Oprócz typowych segmentów, do województwa podlaskiego przybywają również turyści uprawiający, niszowe w przypadku tego regionu formy turystyki, takie jak: religijna, biznesowa, tranzytowa, zdrowotna, zakupowa oraz na terenach wiejskich. Segmenty te stanowią niewielki odsetek ogółu odwiedzających województwo podlaskie w celach turystycznych. Mimo to, w przypadku gmin o zidentyfikowanych bardzo dobrych i dobrych warunkach do rozwoju tych form turystyki, przy podjęciu odpowiednich działań (rekomendowanych w niniejszym raporcie), mogą się one w przyszłości stać typowymi formami turystyki dla województwa podlaskiego. Z przeprowadzonych analiz wynika, iż struktura odwiedzających województwo podlaskie nie odbiega od struktury odwiedzających inne województwa w kraju.

Wyniki analiz zaprezentowanych w tomie I stały się podstawą sformułowania 5 tez do badania *Delphi*, którego przebieg i wyniki zostały zaprezentowane w tomie II.



Summary

The report “Tourism Potential of the Podlaskie Voivodeship” is a result of a research project entitled “Impact of projects in the areas of tourism and culture on the socio-economic development of the region” carried out on behalf of the Department of Regional Development of the Marshal’s Office of Podlaskie Voivodeship. The main aim of the research project was to evaluate the impact of projects in the areas of tourism and culture on the socio-economic development of Podlaskie Voivodeship. In order to fulfill the main objective of the project the following analyses were carried out: assessment of the tourism potential of the Voivodeship and its counties and communes¹, evaluation of the importance of the tourism sector in Voivodeship’s economy, evaluation of past and projected results of the Podlaskie Regional Operational Programme (RPO) projects, and formulation of recommendations for the next financial perspective.

Project findings are described in two distinct monographs each of which presents the results in different areas of research. First monograph contains the results of the analysis of Voivodeship’s and its counties and communes tourism potential. The second monograph presents the tourism potential in comparison with NUTS 2 EU regions and the impact of RPO projects on the development of tourism in the region. Enclosed CD containing detailed data sets resulting from carried out research constitutes an inherent part of the report. Given the substantial volume of the report the lists of: tables, figures, and graphs were also included on the CD.

As a part of regional tourism potential analysis, this report presents the results of identification of structural and functional resources of the Voivodeship and its counties and communes and the evaluation of their usefulness in the development of particular forms of tourism (leisure, sightseeing, cultural and urban tourism, countryside, business, health, qualified and others). The report determines the profile of tourists in the Voivodeship and evaluates the quality of tourism services offered in the region. Comparisons have been carried out at: regional, county, and commune levels.

Statistical data used for comparisons and the evaluation of tourism potential of Podlaskie Voivodeship, counties and communes have been obtained from Local Data Bank and have been presented at NUTS 4 and NUTS 5 levels. Data has been transformed with the linear ordering method – Hellwigs method, which allows to formulate rankings and ratings of counties and communes according to each factor included in the

¹ Powiats and gminas

analysis that affects the tourism potential of the studied territorial unit. The results of data analysis have been presented visually and spatially in the form of maps and in the form of graphs and tables. Jointly 48 variables in different configurations have been used in the analyses of the tourism potential at NUTS 4 and NUTS 5 levels.

PAPI and CAWI survey methods have been used in order to gather data that would allow to determine: the profiles of tourists in the Voivodeship, and factors and barriers to the development of tourism and would allow to evaluate the quality and level of tourism services offered in the region. PAPI surveys have been conducted among 1045 tourists and visitors and 384 inhabitants of Podlaskie Voivodeship. CAWI surveys were conducted among: 13 NGOs, 75 public institutions, and 34 private companies from the tourism sector.

The analysis revealed that the Voivodeship possesses tourist attractions that are unique, rare and valuable at national and international level that allow for the development of certain forms of tourist activities. High quality accommodation and gastronomy services are developing in the areas with valuable tourist attractions. An important factor that differentiates the local gastronomy services is the regional cuisine offering a unique and rich variety of culinary dishes of many cultures that once inhabited our region. Potential of those areas constitutes the basis for creating tourism products. The highest volume of tourism is generated by 35 types of tourism products dominated by territorial products build on the basis of cultural values, cities or settlements or object type products build on the basis of cultural values. Although, detailed studies reveal that nature and natural values should serve as the core of tourism products of the Voivodeship (as they are most associated with the region), they serve as a basis for creating tourism products only to a limited extent.

Furthermore, the attractiveness of tourism potential is marginally a symptom of the development of core tourism industry. Tourism-related services develop in this area to an even lesser extent. One barrier that blocks the development of tourism industry is the high territorial dispersion of valuable tourist attractions within the Voivodeship and within the counties.

In general, the environmental aspects have the biggest impact on the tourism potential of Podlaskie Voivodeship, subsequently important are the cultural values that can be defined as anthropogenic factors. Economic and infrastructural factors are of lesser significance and even less significant where the aspects of transport accessibility and socio-demographic factors.

During the course of research it was determined that certain aspects of tourism infrastructure exhibit low levels of diversity. Especially the sports-leisure infrastructure. The number of sport and leisure equipment rentals is small. The level of development of small tourism infrastructure is low with little bathing areas and landscaped lake-shores, tourist tracks, bicycle roads and not sufficient signage of tourist and recreational areas. Furthermore tourist area's public sanitary facilities exhibit a low level of hygiene.

When it comes to transport availability an important factor that bolsters, in particular the cross-border tourism, is the availability of international pedestrian, kayak, and bicycle border crossings with Belarus, whereas due to lack of airports or expressways the Voivodeship is poorly communicated with the countries of western Europe. The areas of Voivodeship with identified high tourism potential exhibit low quality of transport connections.

It has been observed that low level of socio-economic and demographic factors is influenced by: lack of tourism management system on a local level, lack of cooperation between tourism stakeholders in

particular between the private and public sector, and the low number of NGOs does not influence those processes in a positive way. Low level of engagement in tourism on the part of local governments is visible also through low level of spending on tourism including spending on promotion. The main flaw of the management system is the fact that most promotional activities are conducted on local market instead of the national or international market. Public institutions recognize: common implementation of projects in the areas of tourism infrastructure and promotion and occasionally common formulating of a development strategy as the most desirable forms of cooperation.

By generalization one might say that assets of the tourist potential of Podlaskie Voivodeship are diverse and rarely occur jointly in a given commune. They are territorially dispersed at a local level. Territorial dispersion of tourist attractions leads to the dispersion of tourist traffic and simultaneously high costs to enter the market influence low activity of tourism industry.

County-level analyses allow to separate areas with high tourism potential. Those are clustered around main tourist centers. Main tourist areas, due to high attractiveness of tourism potential (leisure, sightseeing, international and national) and high volume of tourists can be identified around Białystok city. Tourism potential exists in the Białostocki county in the following communes: Tykocin, Choroszcz, Michałowo, Gródek, Supraśl, Czarna Białostocka and Białystok. Tourism potential of those communes exhibit good or very good conditions for the development of most of the analyzed types of tourism. Due to the central location of Białystok in this area the development of tourism should be considered as an integral part of the metropolitan area.

An important part that supplements the tourism potential of Białystok metropolitan area is the tourism potential of Sokółski, Moniecki and Hajnowski counties. Sokółka commune in the Sokółski County exhibits very good and good conditions for most of the analyzed forms of tourism. The tourism potential of Krynki commune exhibits a slightly lower usefulness for the development of tourism (mostly countryside tourism, health tourism, religious tourism and leisure tourism). It is possible to develop most analyzed forms of tourism in Trzcianne and Goniądz counties. Białowieża commune, due to high tourist attractiveness, is the most important center for the development of tourism in the Hajnowski county. Narewka and Dubicze Cerkiewne communes exhibit a somewhat lower tourist attractiveness.

Next area with high or very high tourist attractiveness can be found in the Augustowski county in the following communes: Augustów city, Nowinka, Płaska, and Sztabin. Tourism industry is well developed in Augustów and Płaska commune. At the same time the tourism potential of those communes exhibits very good conditions for the development of most forms of tourism (excluding the transit tourism and urban tourism in Nowinka commune).

An important element of tourism potential of Podlaskie Voivodeship is the tourism potential centered around the city of Suwałki. It exists in the area of three counties (Sejneński: Giby and Sejny, Suwalski with Jeleniewo commune and Suwałki city) with spots that exhibit high attractiveness of leisure and sightseeing at a national and international level. This potential creates very good and good conditions for the development of most of the analyzed forms of tourism.

Apart from the big clusters of areas with high level of tourist attractiveness there exist two separate tourist areas in Siemiatycki and Łomżyński counties and a couple of attractive tourist spots.

Podlaskie Voivodeship is visited, for the most part, by tourists from four typical segments, analogous with typical segments that visit other Voivodeships of Poland. Those are: leisure tourists, cultural tourists, tourists that perform qualified and recreational tourism and people visiting relatives and friends. Apart from the typical segments, Podlaskie Voivodeship is also visited by tourists representing niche types of tourism (from the perspective of the region), those are: religious tourism, business tourism, transit tourism, health tourism, shopping tourism and countryside tourism. Those segments constitute a small percentage of people who visit Podlaskie Voivodeship as tourists. Nonetheless in the case of communes that exhibit very good and good conditions for the development of those forms of tourism, they can become typical forms of tourism for the Voivodeship in the future, given adequate activities and efforts are undertaken (those are recommended in this report). Conducted analyses show that the structure of tourism segments in Podlaskie Voivodeship does not differ significantly from the structures identified through research in other Voivodeships of Poland.

The results of the analyses presented in the first volume acted as the basis for the formulation of 5 hypotheses for the Delphi study which outcomes have been described in the second volume.



Wstęp

Gospodarka turystyczna to jeden z najszybciej rozwijających się segmentów gospodarki, ma też coraz większe znaczenie w procesie tworzenia dochodu narodowego oraz w podziale pracy. W krajach Unii Europejskiej szacuje się, że wytwarza łącznie 15,5% PKB, zatrudnia 24 mln osób, co stanowi 12,1% ogółu zatrudnionych. Udział gospodarki turystycznej w tworzeniu PKB powoduje, że wzrasta jej ranga w polityce gospodarczej, prowadzonej zarówno w skali globalnej, jak i regionalnej. Rozwój gospodarki turystycznej jest utrudniony z jednej strony – rozproszeniem podmiotów pomiędzy różnymi branżami, których działalność składa się na kompleksową ofertę usług turystycznych, z drugiej zaś strony – koniecznością wspólnych działań podmiotów prywatnych i publicznych w celu stworzenia kompleksowej oferty turystycznej. Trudności rozwoju gospodarki turystycznej wynikają nie tylko z utrudnień podażowych, ale też i utrudnień popytowych. Fakt, że usługi turystyczne konsumowane są w miejscu recepcji turystycznej wymaga odbycia podróży turystycznej celem skonsumowania nabytej usługi. Ponadto popyt na usługi turystyczne zależy od czynników niezależnych, np. pogodowych, mody na wybrane, atrakcyjne miejsce. Taka złożoność powoduje, że zarządzanie gospodarką turystyczną jest procesem złożonym i wieloaspektowym.

W wielu przypadkach sukces regionów turystycznych zależy od czynników endogenicznych. Do najważniejszych endogenicznych czynników, które odgrywają decydującą rolę w rozwoju gospodarki turystycznej zaliczyć należy potencjał turystyczny. Potencjał turystyczny składa się z dwóch odrębnych obszarów: zasobów strukturalnych, które rozpatrywane są w kategoriach materialnych oraz zasobów funkcjonalnych, rozpatrywanych w kategoriach funkcjonalnych. Zasoby strukturalne najczęściej analizowane są ze względu na charakter potrzeb turystycznych i czynników je tworzących. Najczęściej wyodrębnia się czynniki naturalne, którymi zależą od przeszłości geologicznej obszaru i tworzą specyficzne unikatowe warunki geomorfologiczne i przyrodnicze oraz zasoby antropogeniczne powstałe w oparciu o zasoby kultury materialnej i niematerialnej stanowiące o spuściźnie kulturowej regionu. Do tego należy dodać współczesne obiekty rozrywki (parki rozrywki, parki tematyczne) oraz zagospodarowanie turystyczne i dostępność komunikacyjną. Potencjał strukturalny wpływa na możliwości rozwoju zróżnicowanych usług turystycznych i kreowany jest głównie przez czynniki zasobów funkcjonalnych. Do najważniejszych należą czynniki ekonomiczne, takie jak: poziom przedsiębiorczości, zdolność absorpcji środków pomocowych (np. funduszy unijnych) przeznaczonych na rozwój regionalny, jakość marketingu regionalnego, wzrost kapitału zaangażowanego w gospodarkę regionalną, napływ krajowych i zagranicznych inwestycji gospodarczych, zmiany dochodów ludności, przedsiębiorstw i organów samorządu terytorialnego działających w regionie. Nie mniej

ważne są czynniki organizacyjne, między innymi: potencjał intelektualny, poziom wykształcenia, stopień samoorganizacji społeczeństwa oraz jego udział w podejmowaniu decyzji lokalnych i regionalnych, warunki uczestnictwa podmiotów lokalnych w zarządzaniu regionem, struktury podmiotów lokalnych, doświadczenie lokalnych podmiotów związane ze współpracą z innymi podmiotami, sprawność funkcjonowania samorządów terytorialnych i ich organów.

Sprawność zarządzania gospodarką turystyczną wymaga przede wszystkim skierowania instrumentów na niwelowanie słabości przy jednoczesnym, coraz silniejszym wzmocnieniu silnych stron gospodarki turystycznej. Zatem najważniejszym elementem budowy skutecznego systemu zarządzania jest kompleksowe rozpoznanie stanu, zarówno przedmiotu, jak i podmiotów będących podstawą zarządzania.

Projekt obejmował szeroko zakrojone badania z zakresu stanu sektora turystycznego w województwie podlaskim. W ramach badań dokonano zdiagnozowania szeroko rozumianego potencjału turystycznego województwa podlaskiego, określenia jego miejsca na tle regionów Unii Europejskiej na poziomie NUTS 2, zdiagnozowania udziału sektora turystycznego w tworzeniu PKB województwa podlaskiego, zidentyfikowania zmian, jakie nastąpiły w sektorze turystycznym od 2007 roku w regionie oraz na tle regionów Unii Europejskiej na poziomie NUTS 2. Ostatnim, niezwykle istotnym elementem badania, była ocena wpływu instrumentów finansowych Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Podlaskiego na zachodzące zmiany.

Niniejsza monografia stanowi pierwszy tom zawierający wyniki dociekań rozwiązujących problemy badawcze, przyporządkowanych realizacji pierwszego celu szczegółowego: analizy potencjału turystycznego województwa podlaskiego, powiatów i gmin województwa podlaskiego. Poszczególne jego rozdziały dedykowane są prezentacji wyników badań służących realizacji poszczególnych szczegółowych problemów. Nieodłącznym elementem opracowania jest załącznik w postaci płyty CD, zawierający szczegółowe zestawienia danych pochodzących z badań, zaprezentowane w formie zestawień tabelarycznych, w specjalnie dedykowanych załącznikach posiadających postać plików elektronicznych. Ze względu na znaczną objętość raportu na płycie CD umieszczono również spisy tabel, wykresów i rysunków.

Monografię tworzą trzy części. W pierwszej części omówiono cele i problemy badawcze, przedmiot i zakres prezentowanych badań oraz zastosowane metody badawcze. Druga część poświęcona jest omówieniu potencjału turystycznego województwa podlaskiego. Całość badań oparto na analizach wskaźnikowych danych statystycznych. Dokonano charakterystyki zasobów strukturalnych i zasobów funkcjonalnych województwa podlaskiego, w ten sposób identyfikując potencjał turystyczny województwa. Następnie dokonano oceny potencjału turystycznego ze względu na jego przydatność do rozwoju wybranych form turystyki. Oceniono atrakcyjność wypoczynkową i krajoznawczą potencjału turystycznego według gmin województwa podlaskiego oraz zidentyfikowano dominujące rodzaje walorów turystycznych i dominujący rodzaj wypoczynku oraz atrakcyjność potencjału turystycznego ze względu na jego rangę. Wynikiem oceny była klasyfikacja gmin województwa podlaskiego, które posiadają potencjał turystyczny o randze międzynarodowej oraz gmin, które posiadają potencjał turystyczny o randze krajowej. Istotnym elementem niniejszej analizy była ocena przydatności potencjału turystycznego do rozwoju turystyki biznesowej, zdrowotnej, turystyki na terenach wiejskich, kwalifikowanej, kulturowej i turystyki w miastach oraz turystyki religijnej, przygranicznej i tranzytowej. Ostatni element analiz potencjału turystycznego stanowi ocena potencjału turystycznego według czynników przyrodniczych, antropogenicznych, infrastrukturalnych, dostępności komunikacyjnej, czynników społeczno-demograficznych oraz ekonomicznych. W trzeciej części monografii zaprezentowano wyniki badań ankietowych. Omówiono wyniki oceny badań produktów

turystycznych województwa podlaskiego oraz poziom ich wykorzystania w układzie przestrzennym, aktywność turystyczną mieszkańców województwa podlaskiego oraz zidentyfikowano segmenty turystyczne odwiedzających województwo podlaskie. Określono profil turystyczny typowego odwiedzającego województwo podlaskie oraz profile turystyczne odwiedzających województwo podlaskie ze względu na formy turystyki: wypoczynkowej, kulturowej, kwalifikowanej i rekreacyjnej oraz osób odwiedzających krewnych i znajomych. Ponadto zidentyfikowano profil turystyczny odwiedzających dla niszowych segmentów turystyki, uprawiających turystykę religijną, zdrowotną, biznesową, na obszarach wiejskich, zakupową oraz przygraniczną i tranzytową. Istotnym elementem niniejszych badań było wyznaczenie profilu przyszłościowego odwiedzającego województwo podlaskie. Całość analiz zakończono oceną poziomu usług turystycznych świadczonych w województwie podlaskim oraz identyfikacją ich słabych stron.

W zakończeniu zawarto podsumowanie, zaś wnioski szczegółowe przedstawiono w formie podsumowania każdej ze szczegółowych analiz. Dogłębna analiza potencjału turystycznego województwa podlaskiego stanowi solidny wstęp dla porównań potencjału regionu podlaskiego z potencjałem innych regionów w kraju i Europie, oraz matrycę dla analiz ewaluacyjnych w zakresie oceny efektów projektów z zakresu turystyki i kultury, wspartych w ramach Działań 3.1, 3.2 i 6.3 RPOWP 2007-2013.

Nieodłącznym elementem monografii jest załącznik w postaci płyty CD, zawierający szczegółowe zestawienia danych pochodzących z badań, zaprezentowane w formie zestawień tabelarycznych, w specjalnie dedykowanych załącznikach posiadających postać plików elektronicznych.

Autorzy opracowania mają nadzieję, że zaprezentowana dogłębna analiza potencjału turystycznego pozwoli na opracowanie skutecznych instrumentów zarządzania, które z jednej strony pomogą niwelować słabe strony potencjału turystycznego, z drugiej zaś będą skierowane na obszary o wysokim potencjale turystycznym pozwalając na jego wzmocnienie.

Eugenia Panfiluk



1. Instrumentarium badawcze

1.1. Cele i problemy badawcze

Niniejsza monografia stanowi część badań ewaluacyjnych realizowanych na zlecenie Urzędu Marszałkowskiego Województwa Podlaskiego pod tytułem: *Wpływ projektów z zakresu turystyki i kultury na rozwój społeczno-gospodarczy regionu*. Głównym celem tych badań była:

Ocena wpływu projektów z zakresu turystyki i kultury na rozwój społeczno-gospodarczy województwa podlaskiego

Cel główny projektu został określony czterema celami szczegółowymi:



Rys. 1. Procedura realizacji celów szczegółowych

Źródło: opracowanie na podstawie OPZ, UMWP 2014, s. 3.

Niniejsza monografia poświęcona jest przedstawieniu wyników badań służących realizacji pierwszego celu szczegółowego. Omówieniu metodyki realizacji pierwszego celu szczegółowego podporządkowano dalszą część rozdziału.

Punktem wyjścia badań oceny potencjału turystycznego województwa podlaskiego, powiatów i gmin województwa podlaskiego było przeprowadzenie trzech etapów badań, które sformułowano w postaci problemów badawczych:

1. Identyfikacja zasobów strukturalnych i funkcjonalnych województwa podlaskiego, powiatów i gmin województwa podlaskiego oraz ocena ich przydatności do rozwoju wybranych form turystyki.
2. Określenie profilu uczestników ruchu turystycznego w województwie podlaskim.
3. Ocena poziomu świadczonych usług turystycznych na terenie województwa podlaskiego.

W nawiązaniu do problemów badawczych sformułowano szczegółowe pytania badawcze. Zestawienie problemów pytań badawczych zawarto w tab.1.

Tabela 1. **Problemy i szczegółowe pytania badawcze**

Problem badawczy	Szczegółowe pytania badawcze
Identyfikacja zasobów strukturalnych i funkcjonalnych województwa podlaskiego, powiatów i gmin województwa podlaskiego oraz ocena ich przydatności do rozwoju wybranych form turystyki	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Jaki jest potencjał turystyczny województwa, tj. jakie zasoby strukturalne i funkcjonalne posiada województwo (walory turystyczne, krajobrazowe, wypoczynkowe), infrastruktura turystyczna, dostępowa i inne? ▪ Jakie czynniki, i w jakim stopniu, wpływają na ogólną ocenę potencjału turystycznego województwa podlaskiego, powiatów województwa podlaskiego i gmin województwa podlaskiego? ▪ Jaki jest rozkład przestrzenny tego potencjału wg powiatów (na poziomie powiatów ziemskich, a w przypadku m. Białegostoku, m. Łomża i m. Suwałki – powiatów grodzkich i ziemskich łącznie) i gmin województwa podlaskiego? ▪ Czy w gminie i powiecie rozwijane są formy turystyki w oparciu o dominujące kategorie potencjału turystycznego?
Określenie profilu uczestników ruchu turystycznego w województwie podlaskim	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Jak wygląda profil uczestników ruchu turystycznego w województwie podlaskim (typowy turysta odwiedzający województwo podlaskie) / z województwa podlaskiego (typowy mieszkaniec województwa poszukujący wrażeń turystycznych poza regionem)? ▪ Czy i jakie zidentyfikowane segmenty turystyczne województwa podlaskiego (typowy turysta odwiedzający województwo podlaskie)/z województwa podlaskiego (typowy mieszkaniec województwa poszukujący wrażeń turystycznych poza regionem) wykazują cechy dominacji jak i rozbieżności na bazie, których można budować nowe oferty turystyczne ?
Ocena poziomu świadczonych usług turystycznych na terenie województwa podlaskiego	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Jak oceniany jest poziom usług turystycznych świadczonych na obszarze województwa podlaskiego? ▪ Jakie są pożądane kierunki i możliwości rozszerzenia oferty turystycznej województwa podlaskiego pod kątem zaspokojenia wymagań jej odbiorców i podniesienia wartości potencjału turystycznego województwa podlaskiego?

Źródło: opracowanie własne.

1.2. Przedmiot i zakres badań

Badania ujmowały zakres przestrzenny, czasowy, przedmiotowy oraz podmiotowy (tab. 2).

Tabela 2. Zakres badań

Zakres badań	
Przestrzenny	<p>W ramach prowadzonych badań dokonano porównań na poziomach:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ województwa podlaskiego, ▪ powiatów województwa podlaskiego, w przypadku powiatów ziemskich oraz m. Białystok, m. Łomża i m. Suwałki powiaty grodzkie i ziemskie łącznie, ▪ gmin województwa podlaskiego.
Czasowy	<ul style="list-style-type: none"> ▪ badaniami zostały objęte lata 2007 i 2013, dane aktualne (bieżące) pozyskane w trakcie badań – 2014 rok, oraz tam, gdzie to konieczne – dynamika z lat poprzednich.
Przedmiotowy	<ul style="list-style-type: none"> ▪ dane o rozwoju społeczno-gospodarczym województwa podlaskiego, powiatów i gmin województwa podlaskiego.
Podmiotowy	<ul style="list-style-type: none"> ▪ przedsiębiorstwa turystyczne oraz jednostki samorządu terytorialnego i inne podmioty (np. związki wyznaniowe, organizacje i stowarzyszenia, nadleśnictwa) ▪ uczestnicy ruchu turystycznego w województwie podlaskim, ▪ mieszkańcy województwa podlaskiego, ▪ eksperci w dziedzinie turystyki, ▪ turystyczne organizacje pozarządowe posiadające siedzibę na terenie województwa podlaskiego.

Źródło: opracowanie własne.

1.3. Szczegółowy opis koncepcji badania

W badaniu wyróżnia się etap wstępny, etap gromadzenia danych oraz etap analiz i wnioskowania (rys. 2).



Rys. 2. Przebieg badań

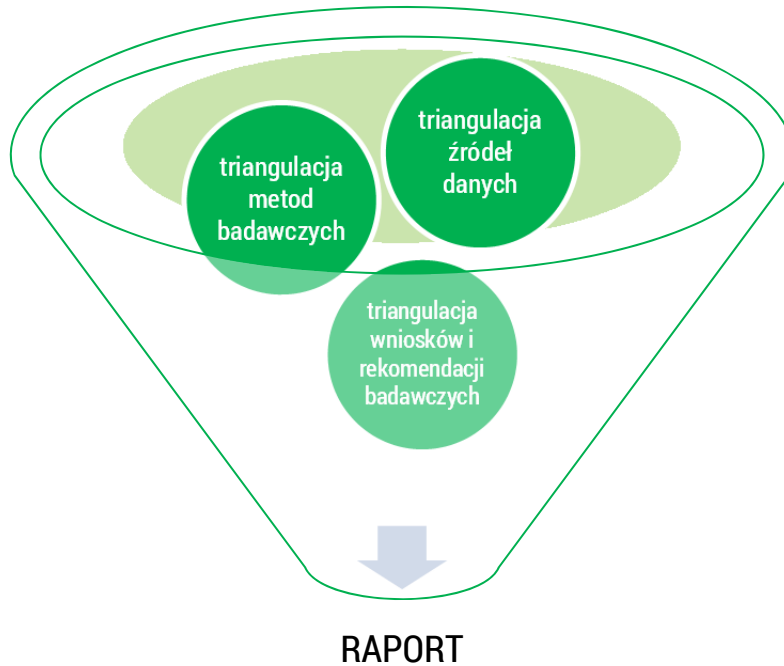
Źródło: opracowanie własne.

1.3.1. Metody i techniki gromadzenia i analizy danych

■ Zróżnicowanie zagadnień badawczych oraz zakres prac niezbędnych do udzielenia odpowiedzi na sformułowane problemy badawcze wymagało zastosowania na potrzeby raportu różnych danych oraz zróżnicowanych metod badawczych. Wprowadzono więc triangulację metodyczną. Podejście to umożliwiło wieloaspektową obserwację o analizę złożonego przedmiotu badawczego. Została zastosowana:

- triangulacja źródeł danych, tj: przeanalizowano dane zastane, (dane statystyczne ze źródeł GUS oraz dane pierwotne pochodzące z badań terenowych przeprowadzonych różnymi metodami),

- triangulacja metod badawczych polega na połączeniu różnych metod w badaniu tych samych zagadnień, co pozwoliło na uchwycenie różnych aspektów badanego przedmiotu (metody statystyczne, metoda ankietowa, metody taksonomiczne),
- triangulacja perspektyw badawczych polegała na włączeniu do zespołu badawczego w charakterze niezależnych ekspertów w liczbie przewyższającej liczbę członków zespołu badawczego, co pozwoliło na bogatszy i bardziej wiarygodny obraz badanego przedmiotu (rys 3).



Rys. 3. Triangulacja metodyczna

Źródło: opracowanie własne na podstawie *Badanie potrzebowania przedsiębiorstw województwa warmińsko-mazurskiego* ..., op.cit., UM WW-M Olsztyn 2010, s. 25.

1.3.2. Zastosowane metody i techniki badawcze

■ W trakcie badań zastosowano liczne metody i narzędzia badawcze, zarówno o charakterze ilościowym jak i jakościowym:

- a) **metody jakościowe**
 - metoda *desk research*,
 - metoda analizy porównawczej,
 - metoda rangowania,
 - benchmarking.
- b) **metody ilościowe**
 - ankietowa z wykorzystaniem kwestionariuszy CAWI i PAPI,
 - parametryczna metoda Z. Hellwiga,

- metoda taksonomii numerycznej,
- metoda porządkowania liniowego,
- analiza wskaźników.

Poszczególne metody wykorzystano na różnych etapach prowadzonych badań.

Dane statystyczne do porównań i oceny potencjału turystycznego województwa podlaskiego, powiatów i gmin województwa podlaskiego zostały zaczerpnięte z Banku Danych Lokalnych i zostały przedstawione na poziomie NUTS 4 oraz NUTS 5. Dane zastane zostały przetworzone metodą porządkowania liniowego, wzorcową metodą Hellwiga, która pozwoliła na utworzenie rankingów oraz ratingów powiatów i gmin ze względu na poszczególne czynniki tworzące potencjał turystyczny. Biorąc pod uwagę wszystkie czynniki i zmienne diagnostyczne je określające, utworzono również ogólny ranking i rating powiatów i gmin województwa podlaskiego ze względu na potencjał turystyczny.

W procesie badawczym wykorzystano metody konstrukcji analizy SWOT i benchmarkingu.

Do zgromadzenia danych pozwalających na określenie profilu uczestników ruchu turystycznego, determinant i barier rozwoju, ocenę jakości i poziomu usług turystycznych świadczonych na obszarze województwa podlaskiego zastosowano metodę ankietową i techniki PAPI i CAWI.

Badanie potencjału turystycznego ze względu na szeroki zakres omawianej problematyki i liczby zastosowanych narzędzi badawczych, zostało podzielone na dwa nurty. Pierwszy z nich dotyczył analiz z wykorzystaniem danych zastanych, z kolei drugi obejmował analizę ilościową wyników badań ankietowych. Analiza nasycenia potencjału turystycznego powiatów i gmin województwa podlaskiego przeprowadzona została z wykorzystaniem 48 zmiennych diagnostycznych ujętych w VII grupach (obszarach) czynników: przyrodniczych, antropogenicznych, infrastrukturalnych, dostępności komunikacyjnej i recepcji turystycznej, społeczno-demograficznych, ekonomicznych i popytowych. Dobrany zestaw zmiennych potrzebnych do budowy uogólnionej miary potencjału województw spełnia następujące kryteria statystyczne:

- uniwersalność (wybrane cechy posiadają uznaną powszechnie wagę i znaczenie),
- porównywalność (cechy przedstawiono w postaci wskaźników natężenia),
- zmienność (cechy nie są do siebie podobne w sensie informacji o obiektach, czyli współczynnik zmienności jest wyższy od wartości krytycznej równej 10%),
- ważność (cechy stymulanty posiadają wyraźnie zaznaczoną asymetrię prawostronną).

Dodatkowym obszarem objętym badaniami na wniosek Wykonawcy jest grupa turystycznych organizacji pozarządowych działających w województwie podlaskim. Badania NGO prowadzone w ramach niniejszego projektu opierały się na niżej dostępnej literaturze przedmiotu, a przede wszystkim na wynikach badań ankietowych, z wykorzystaniem kwestionariusza PAPI.

Kartograficzne opracowania tematyczne w zakresie przedmiotowego opracowania wykonano z zastosowaniem technik z zakresu Geograficznych Systemów Informacyjnych (GIS). Podstawowym elementem składowym projektu są numeryczne mapy tematyczne z zaimplementowaną, w systemie wieloatrybutowych tablic bazodanowych, informacją opisową. Dane wyjściowe wykorzystane do ostatecznego opracowania map opracowano w formie baz danych przestrzennych w formacie SHP (ArcGIS).

Szczegółowy opis zastosowanych metod i technik badawczych został zaprezentowany na wstępie każdego z rozdziałów dedykowanych poszczególnym problemom badawczym.

1.3.3. Struktura wykorzystanych danych

Dane statystyczne

Do analizy potencjału turystycznego województwa podlaskiego oraz oceny czynników wpływających na jego ocenę wykorzystano w różnych konfiguracjach 48 zmiennych diagnostycznych ujętych w VII grupach (obszarach) czynników: przyrodniczych, antropogenicznych, infrastrukturalnych, dostępności komunikacyjnej i recepcji turystycznej, społeczno-demograficznych, ekonomicznych i popytowych (tab. 3).

Tabela 3. Zmienne diagnostyczne do oceny potencjału poszczególnych gmin województwa podlaskiego

Czynnik	Zmienne diagnostyczne
Czynniki przyrodnicze	P1 obszary prawnie chronione – parki narodowe i krajobrazowe (w ha) P2 urozmaicenie rzeźby terenu P3 jeziorność P4 powierzchnia lasów w % P5 długość rzek powyżej 30 km
Czynniki antropogeniczne	A1 liczba muzeów i oddziałów muzealnych A2 liczba zabytków A3 liczba galerii i salonów sztuki A4 liczba teatrów, filharmonii, oper A5 liczba obiektów sakralnych
Czynniki infrastrukturalne	I1 liczba obiektów sanatoryjnych i uzdrowiskowych I2 liczba wellness i spa I3 liczba obiektów konferencyjnych (centrów konferencyjnych) I4 liczba sklasyfikowanych obiektów noclegowych(hotele i obiekty noclegowe) I5 liczba gospodarstw agroturystycznych I6 liczba miejsc noclegowych I7 liczba placówek gastronomicznych na 100 km ² I8 liczba wypożyczalni sprzętu rekreacyjnego I9 Liczba miejscowości powyżej 1 tys. miejsc noclegowych I10 liczba podmiotów gospodarczych sklasyfikowanych według PKD S_I.55 zakwaterowanie I11 liczba podmiotów gospodarczych sklasyfikowanych według PKD S_I.56 działalność usługowa związana z żywnością I12 liczba podmiotów gospodarczych sklasyfikowanych według PKD S_R 93 działalność sportowa, rozrywkowa i rekreacyjna
Czynniki dostępności komunikacyjnej i recepcji turystycznej	K1 długość dróg K2 liczba dworców autobusowych i PKP K3 liczba linii komunikacji miejskiej K4 liczba punktów informacji turystycznej K5 liczba biur podróży K6 liczba szlaków turystycznych

Czynnik	Zmienne diagnostyczne
	K7 liczba podmiotów gospodarczych sklasyfikowanych według PKD S_H 49 transport lądowy K8 liczba podmiotów gospodarczych sklasyfikowanych według PKD S_H 50 transport wodny K9 liczba podmiotów gospodarczych sklasyfikowanych według PKD S_N 79 organizatorzy turystyki K10 liczba podmiotów gospodarczych sklasyfikowanych według PKD S_R91 działalność organizatorów turystyki, pośredników i agentów turystycznych oraz pozostała działalność usługowa w zakresie rezerwacji i działalności z nią związana K11 liczba podmiotów gospodarczych sklasyfikowanych według PKD S_G 45,46,47 handel hurtowy i detaliczny, naprawa pojazdów samochodowych, włączając motocykle
Czynniki społeczno-demograficzne	S1 liczba zespołów artystycznych – folklorystycznych (ludowe, pieśni i tańca, kapele) S3 liczba organizacji wspierających rozwój turystyki (stowarzyszenia, fundacje) S4 liczba komórek organizacyjnych ds. turystyki w urzędzie gminy/miasta
Czynniki ekonomiczne	E1 wydatki budżetów gmin i miast na prawach powiatu na transport i łączność na 1 mieszkańca E2 wydatki budżetów gmin i miast na prawach powiatu na gospodarkę komunalną i ochronę przyrody na 1 mieszkańca E3 wydatki budżetów gmin i miast na prawach powiatu na turystykę na 1 mieszkańca E4 wydatki budżetów gmin i miast na prawach powiatu na kulturę na 1 mieszkańca E5 liczba obowiązujących dokumentów strategicznych odnoszących się <i>stricto</i> do rozwoju turystyki
Czynniki popytu	T1 liczba korzystających z noclegów, ogółem T2 korzystający z noclegów cudzoziemcy w korzystających z noclegów, ogółem – % T3 korzystający z noclegów krajowi w korzystających z noclegów, ogółem – % T4 liczba korzystających z noclegów cudzoziemców, ogółem T5 liczba korzystających z noclegów turystów krajowych, ogółem T6 liczba uczestników imprez masowych

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeglądu literatury.

Dane pierwotne

Dane pierwotne zostały zebrane metodą ankietową z wykorzystaniem technik badawczych: PAPI oraz CAWI. Badaniu poddano turystów i odwiedzających województwo podlaskie, mieszkańców województwa podlaskiego oraz beneficjentów programu RPO WP 2007-2013 skutecznych, jak i nieskutecznych.

Przyjeżdżających turystów i odwiedzających jednodniowych do województwa podlaskiego przebadano w celu:

- określenia profilu turystycznego,
- oceny jakości usług turystycznych oraz jakości wypoczynku,
- określenia struktury wielkości wydatków turystycznych,
- czynników decydujących o wyborze miejsca podróży turystycznej,
- zidentyfikowania regionów konkurujących z województwem podlaskim.

Przeprowadzono bezpośrednie badania ankietowe w terenie z wykorzystaniem kwestionariusza ankiety. Wzór kwestionariusza ankiety znajduje się na płycie CD. Kwestionariusz składał się z preambuły, części merytorycznej zawierającej 16 pytań i metryczki. Badania bezpośrednie przeprowadzili w terminie od 19.08.2014 do 15.09.2014 przeszkoleni ankierzy – studenci kierunku turystyka i rekreacja Wydziału Zarządzania Politechniki Białostockiej. Próbę badawczą podzielono na warstwy. Liczebność warstw została uzależniona od liczby miejsc noclegowych w powiatach województwa podlaskiego. Biorąc pod uwagę wskaźnik zagospodarowania, dotyczący miejsc noclegowych przypadających na 1000 mieszkańców (ludności), wyznaczono liczebność próby dla poszczególnych powiatów województwa podlaskiego (tab. 4).

Tabela 4. Liczebność próby odwiedzających (turystów i odwiedzających jednodniowych) województwo podlaskie z podziałem na powiaty

Powiaty	Miejsca noclegowe na 1000 ludności	Liczebność próby
Powiat augustowski	45,33	204
Powiat suwalski wraz z m. Suwałki	36,94	166
Powiat sejneński	34,45	155
Powiat hajnowski	27,5	124
Powiat białostocki wraz m. Białystok	15,7	71
Powiat grajewski	13,77	62
Powiat łomżyński wraz z m. Łomża	13,56	61
Powiat moniecki	12,72	57
Powiat siemiatycki	6,94	31
Powiat bielski	5,17	23
Powiat sokólski	3,65	16
Powiat wysokomazowiecki	2,88	13
Powiat kolneński	2,64	12
Powiat zambrowski	0,98	5
Ogółem		1000

Źródło: opracowanie własne.

Badania ankietowe były przeprowadzone w miejscach o wysokim natężeniu ruchu turystycznego. W ramach badań pozyskano 1045 uzupełnionych kwestionariuszy, wszystkie spełniały kryteria jakościowe i zostały przyjęte do analizy (tab. 5).

Tabela 5. Liczba ankiet uzyskanych z badania w poszczególnych powiatach województwa podlaskiego

Powiaty	Liczba ankiet
Powiat augustowski	204
Powiat suwalski wraz z m. Suwałki	166
Powiat sejneński	155
Powiat hajnowski	151
Powiat białostocki wraz m. Białystok	80
Powiat grajewski	63
Powiat łomżyński wraz z m. Łomża	61
Powiat moniecki	59
Powiat siemiatycki	31
Powiat bielski	25
Powiat sokólski	16
Powiat wysokomazowiecki	14
Powiat kolneński	12
Powiat zambrowski	5
Ogółem	1042

Źródło: opracowanie własne.

Badania ankietowe przeprowadzone wśród mieszkańców województwa podlaskiego służyły do:

- identyfikacji profilu turystycznego typowego mieszkańca wyjeżdżającego w celach turystycznych,
- oceny, jakości usług turystycznych oraz jakości wypoczynku na terenie województwa podlaskiego,
- czynników decydujących o wyborze miejsca podróży turystycznej,
- zidentyfikowania (najczęściej odwiedzanych miejsc) regionów konkurujących z województwem podlaskim.

Próba badawcza została podzielona na warstwy pod względem miejsca zamieszkania (miasto, wieś) oraz płeć (tab. 6). Wielkość próby badawczej w liczbie 384 mieszkańców, obliczono dla próby reprezentatywnej: populacja mieszkańców województwa podlaskiego: 1 194 965 osób, poziom ufności: 95%, wielkość frakcji: 0,5, błąd maksymalny: 5%. Wzór kwestionariusza ankiety znajduje się na płycie CD.

Tabela 6. Liczebność próby mieszkańców województwa podlaskiego z podziałem na powiaty

Powiaty	Ogółem			mężczyźni			kobiety		
	ogółem	w miastach	na wsi	ogółem	w miastach	na wsi	ogółem	w miastach	na wsi
Powiat białostocki wraz z m. Białystok	142	114	28	67	53	14	74	60	14
Powiat łomżyński wraz m. Łomża	36	21	15	18	10	8	19	10	9
Powiat suwalski wraz m. Suwałki	34	22	12	17	11	6	17	11	6
Powiat sokółski	22	9	13	13	5	8	12	5	7
Powiat bielski	19	10	9	9	5	4	9	5	4
Powiat wysokomazowiecki	19	6	13	9	3	6	9	3	6
Powiat augustowski	19	11	8	9	5	4	10	6	4
Powiat grajewski	16	9	7	8	4	4	8	5	3
Powiat siemiatycki	15	5	10	8	3	5	8	3	5
Powiat hajnowski	14	7	7	7	3	4	8	4	4
Powiat zambrowski	14	7	7	7	3	4	7	4	3
Powiat moniecki	14	5	9	6	2	4	7	3	4
Powiat kolneński	13	4	9	6	2	4	6	2	4
Powiat sejneński	7	2	5	3	1	2	3	1	2
Ogółem	384	232	152	187	110	77	197	122	75

Źródło: opracowanie i obliczenia własne na podstawie danych GUS 2013.

W fazie wstępnej wykonane zostały badania pilotażowe, następnie zaś, po dokonaniu weryfikacji kwestionariuszy ankiet w uzgodnieniu z Zamawiającym, zostały przeprowadzone badania właściwe na próbach określonych w niniejszym rozdziale.

Dobór turystycznych organizacji pozarządowych opierał się na całej populacji (liczebność została zdiagnozowana na podstawie badań), zrealizowano we współpracy z Podlaską Regionalną Organizacją Turystyczną. Z populacji, liczącej 38 organizacji pozarządowych (NGO), które zdiagnozowano w bazie organizacji pozarządowych na portalu <http://bazy.ngo.pl/>, w badaniach wzięło udział 13 podmiotów, co stanowi 34% wszystkich *stricte* turystycznych NGO posiadających siedzibę w województwie podlaskim. Podstawą badań było określenie znaczenia organizacji pozarządowych działających w województwie podlaskim w rozwoju turystyki. Zidentyfikowano obszary działań, które organizacje podejmują w zakresie

wsparcia sektora turystycznego oraz bariery, jakie występują w tym obszarze. Wzór kwestionariusza ankiet znajduje się na płycie CD.

Badanie przedsiębiorstw turystycznych, samorządów, organizacji pozarządowych, związków wyznaniowych, nadleśnictw objęto techniką CAWI.

Osiągniętą zwrotność zaprezentowano w tab. 7. Wzór kwestionariusza ankiety skierowanej do beneficjentów znajduje się na płycie CD.

Tabela 7. Wyniki badań ankietowych

lp	Podmiot badawczy	Liczba podmiotów objętych badaniem	Liczba wypełnionych ankiet	Zwrotność
1	Podmioty publiczne – gminy, powiaty, województwo, jednostki podległe samorządom, jednostki państwowe, stowarzyszenia, kościoły i inne związki wyznaniowe	135	75	55,55%
2	Podmioty prywatne	91	34*	37,36 %

* Grupę badanych stanowiły podmioty, które otrzymały dofinansowanie z RPO WP 2007 -2013 z działania 3.1 i 3.2 , podmioty, które ubiegały się o dofinansowanie ale go nie otrzymały oraz podmioty nie ubiegające się o dofinansowanie. Łącznie ankiety skierowano do 91 podmiotów (PKD sekcji I) działających w województwie podlaskim. Zwrotność uzyskano na poziomie 34 podmiotów, w tym 25 podmiotów, które otrzymały dofinansowanie z RPO WP 2007-2013 z działania 3.1 oraz 3.2.

Źródło: opracowanie własne.

Badania CAWI umożliwiły identyfikację efektów:

- aktywności podmiotów w podejmowaniu współpracy i określenie obszarów podejmowanej współpracy,
- działań promocyjnych i określenie wielkości wydatków na działania promocyjne.

1.3.4. Pojęcia i definicje

■ Podstawowe pojęcia przedstawione poniżej zostały zdefiniowane zgodnie z Rozporządzeniem Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) nr 692/2011 z dnia 6 lipca 2011 r. w sprawie europejskiej statystyki w dziedzinie turystyki (uchylające Dyrektywę Rady 95/57/WE) ukazało się w wydaniu Dziennika Urzędowego UE nr 192 z 22 lipca 2011 r.:

- **Turystyka** oznacza czynności osób podróżujących do głównego miejsca docelowego położonego poza ich „zwykłym otoczeniem”, na okres krótszy niż rok, w dowolnym głównym celu (np. służbowym, wypoczynkowym lub innym celu osobistym), innym niż zatrudnienie, przez podmiot miejscowy dla odwiedzanego miejsca.
- **Odwiedzający** to uczestnik turystyki. Określenie to dotyczy każdej osoby podróżującej do miejsca znajdującego się poza jej zwykłym otoczeniem, na czas nie dłuższy niż 12 kolejnych miesięcy, jeśli podstawowym celem podróży nie jest podjęcie działalności zarobkowej wynagradzanej ze środków

pochodzących z odwiedzanego miejsca. Kategoria „odwiedzający” (krajowi i międzynarodowi) dotyczy turystów (tzn. odwiedzających, którzy przynajmniej przez jedną noc korzystali z zakwaterowania w odwiedzanym miejscu) oraz odwiedzających jednodniowych (beznoclegowych).

- **Potencjał turystyczny** to dynamiczny system złożony z elementów statycznych i procesów funkcjonalnych. Elementy statyczne stanowią fizyczne odzwierciedlenie organizacji przestrzennej, zaś procesy funkcjonalne to zjawiska i działania pełnione na rzecz popytu (ruchu turystycznego) i podaży (rozwoju gospodarczego miejscowej ludności, przedsiębiorstw i jednostek administracyjnych). Czynniki oceny potencjału, to odpowiednik pojęcia kryterium zastosowanego w OPZ ppkt.6.1. c) czynnik odzwierciedla zbiór jednorodnych cech zasobów potencjału turystycznego sklasyfikowanych według kryterium fizjograficznego, kulturowego, funkcjonalnego i strukturalnego.
- **Atrakcyjność turystyczna** to wynik ilości zawartych transakcji rynkowych, ilości przyjazdów turystycznych i wielkości dochodów regionu z sektora turystycznego.
- **Produkt turystyczny** – cały zestaw dóbr i usług (obok walorów turystycznych) umożliwiających turystyce przybycie do miejsca występowania atrakcji turystycznych, pobyt i ich wykorzystanie. Produkt turystyczny może obejmować miejsce (obszar recepcji turystycznej), usługę (pojedynczą lub pakiet turystyczny składający się z kilku usług) i pewne produkty materialne. Należy również zwrócić uwagę, iż produkt turystyczny w miejscu recepcji obejmuje wszystkie atrakcje, świadczenia i usługi użytkowane bądź odwiedzane podczas przebywania w miejscu recepcji. Obejmuje także wszystko, czego doświadcza odwiedzający².
- **Segmenty turystyczne** – jednorodne grupy konsumenckie, w których członkowie mają wspólne cechy charakterystyczne odnoszące się do form zakupu produktu bądź usługi turystycznej³.
- **Branża/sektor turystyczny** – grupy branż, które odgrywają szczególną rolę w rozwoju zjawiska turystyki i/lub, dla których odwiedzający stanowią ważną grupę nabywców. Są to charakterystyczne branże turystyczne, czyli takie, których podstawowa produkcja dostarcza odwiedzającym produkty umożliwiające realizację celu podróży. Oznacza to, że charakterystyczne branże/rodzaje działalności to branże *stricte* turystyczne i będą one przedmiotem analizy przy badaniu.

² Panasiuk A. (red.), *Marketing usług turystycznych*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2005, s. 74.

³ Kaczmarek J., Stasiak A., Włodarczyk B., *Produkt turystyczny*, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 2005, s. 142.



2. Podstawowe informacje z zakresu potencjału turystycznego

W badaniach nad potencjałem turystycznym miejscowości, gmin i regionów większość opracowań naukowych odnosi się do badania zasobów strukturalnych i funkcjonalnych⁴. Analizy oraz oceny ich występowania wykorzystywane są m.in. do tworzenia dokumentów strategicznych, określania przydatności obszarów do recepcji ruchu turystycznego i prognozowania rozwoju funkcji turystycznej, a także jako element konkurencyjności między regionami, powiatami, gminami lub miejscowościami.

Najogólniej definiując, potencjał to całość czynników decydujących o możliwościach rozwoju turystyki na danym obszarze. Pod tym pojęciem kryją się zasoby możliwości, mocy, zdolności wytwórczej tkwiącej w czymś, sprawność, wydajność, możliwości w określonej dziedzinie. Potencjał tworzą wszystkie te elementy środowiska geograficznego oraz zachowania człowieka, które mogą być wykorzystane do uprawiania bądź zajmowania się turystyką⁵. W niniejszym raporcie przyjmuje się, że potencjał turystyczny to dynamiczny system złożony z elementów statycznych i procesów funkcjonalnych. Elementy statyczne stanowią fizyczne odzwierciedlenie organizacji przestrzennej, zaś procesy funkcjonalne to zjawiska i działania pełnione na rzecz popytu (ruchu turystycznego) i podaży (rozwoju gospodarczego miejscowej ludności, przedsiębiorstw i jednostek administracyjnych). Obie grupy elementów są niezbędne do rozwoju turystyki i tylko ich łączne występowanie może przyczynić się do jej rozwoju.

W najbardziej ogólnym ujęciu elementy potencjału turystycznego określa się mianem zasobów, czyli obiektywnie istniejących czynników, które w określonej sytuacji mogą zostać wykorzystane dla rozwoju turystyki⁶.

Wyróżnia się zasoby strukturalne i zasoby funkcjonalne.

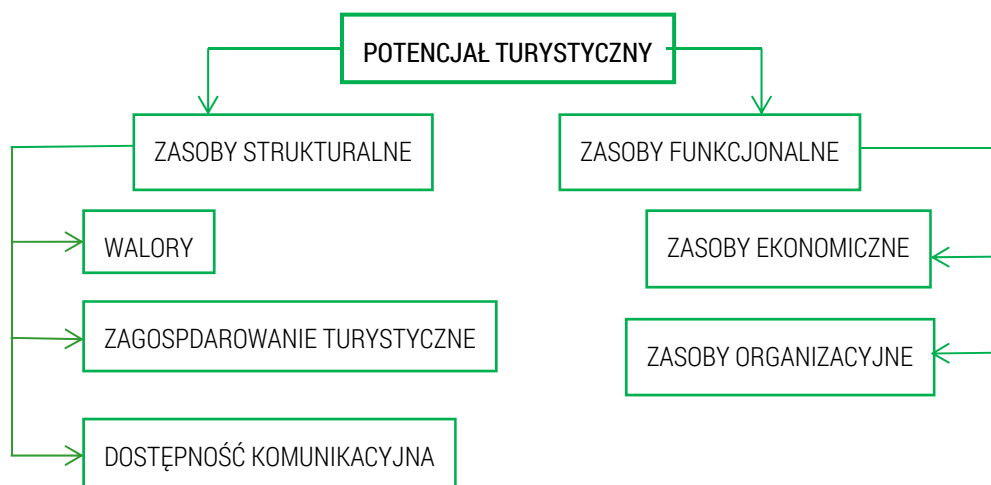
Do zasobów strukturalnych potencjału turystycznego zaliczane są walory turystyczne, zagospodarowanie oraz dostępność komunikacyjna, jak również pozostałe czynniki mogące sprzyjać rozwojowi turystyki, takie jak np. wolne tereny pod inwestycje turystyczne. Z kolei do zasobów funkcjonalnych zaliczane są zasoby ekonomiczne i najogólniej ujmując, zasoby organizacyjne. W zależności od szczegółowości badań

⁴ B. Meyer, *Aktywność samorządu lokalnego, jako element potencjału turystycznego na przykładzie wybranych gmin województwa zachodniopomorskiego*, Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego nr 590, Ekonomiczne Problemy Usług Nr 52, 2010, s. 23.

⁵ J. Kaczmarek, A. Stasiak, B. Włodarczyk, *Produkt ... op.cit.*, s. 15.

⁶ B. Meyer, *Aktywność ... op.cit.*, s. 23.

w obrębie zasobów organizacyjnych wyróżnia się zasoby społeczno-demograficzne, psychiczne, technologiczne i polityczne (rys. 4)⁷.



Rys. 4. Ogólny podział potencjału turystycznego

Źródło: opracowanie własne.

Walory turystyczne to specyficzne cechy i elementy środowiska naturalnego oraz przejawy działalności człowieka, które są przedmiotem zainteresowań turystów. Należy je rozumieć jako specyficzne cechy i elementy środowiska naturalnego oraz przejawy działalności człowieka, które są przedmiotem zainteresowania turystów i są atrakcyjne z punktu widzenia turystycznego⁸. W obrębie walorów turystycznych mieszczą się składniki środowiska geograficznego, które potrzebne są dla wypoczynku i regeneracji sił człowieka, osobliwości krajoznawczo-przyrodnicze i przejawy działalności ludzkiej, które wzbogacają wiedzę turystów o kraju⁹. Często pojęcie walorów turystycznych utożsamiane jest z atrakcjami turystycznymi (*tourism attractions*), szczególnie w literaturze anglojęzycznej, gdzie nie występuje pojęcie waloru turystycznego. W niniejszym badaniu walory turystyczne należy traktować jako kategorię bardziej obiektywną, która stanowi potencjał rozwoju zjawisk turystycznych. Atrakcje turystyczne są z kolei elementem subiektywnym i uzależnione są zarówno od indywidualnych odczuć turysty, jak i odpowiednich zabiegów organizacyjnych i promocji, na które składają trzy elementy: turyści, miejsce do obejrzenia oraz czynnik (wizerunek) sprawiający, że dane miejsce jest godne uwagi¹⁰.

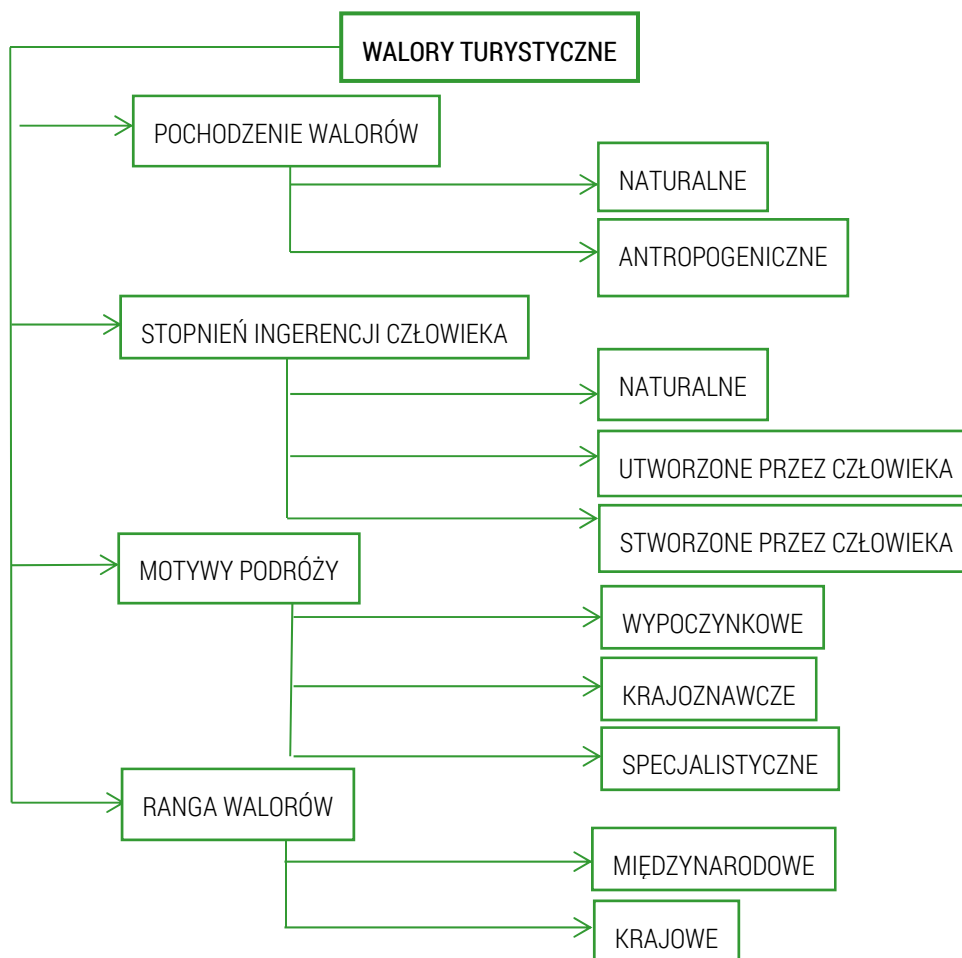
⁷ Ibidem.

⁸ T. Lijewski, B. Mikułowski, J. Wyrzykowski, *Geografia turystyki Polski*. Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 2002, s. 15-16.

⁹ Z. Kruczek, *Polska. Geografia atrakcji turystycznych*. Proksenia 2005, s. 8.

¹⁰G. Wall *Tourism Attractions: Points, Lines, and Areas*, *Annals of Tourism Research*, 1997, s. 24-31.

Walory poddawane są klasyfikacji. Najpowszechniej stosowane jest kryterium klasyfikacyjne ze względu na pochodzenie walorów, stopień ingerencji człowieka w ich powstanie, motywy podróży turystycznych oraz ranga walorów (rys.5).



Rys. 5. Kryteria podziału walorów turystycznych

Źródło: opracowanie własne.

Kryterium klasyfikacyjne walorów, ze względu na pochodzenie, dzieli walory na:

- **walory naturalne** (przyrodnicze) – stworzone przez przyrodę,
- **walory kulturowe** (antropogeniczne, pozaprzyrodnicze) – stworzone przez człowieka.

Wśród walorów przyrodniczych, satysfakcjonujących turystę wymienia się klimat, wody, ukształtowanie powierzchni i bogactwa fauny i flory, jak też inne elementy środowiska geograficznego, takie jak: jaskinie, wąwozy, pustynie. Walory te występują praktycznie wszędzie, chociaż z różnym natężeniem. Ich wykorzystanie turystyczne zależy od zagospodarowania turystycznego, a przede wszystkim od występowania wewnętrznej dostępności (np. plaże, kąpieliska, szlaki turystyczne, ścieżki rowerowe i deptaki spacerowe).

Produkty pracy ludzkiej, będące również składnikami walorów turystycznych, w literaturze nazywane są walorami turystycznymi środowiska antropogenicznego. Dzieli się je na historyczne i współczesne. Do walorów historycznych zaliczane są miejsca historyczne, dzieła architektury, urbanistyki i techniki, stanowiska archeologiczne i zbiory muzealne, miejsca kultu religijnego. W grupie walorów współczesnych zwraca się uwagę na wybitne dzieła gospodarcze, przemysłowe i komunikacyjne, jak też na interesujące obiekty współczesnej kultury – teatry, galerie, wystawy. Autor zauważa również, że przedstawiony podział jest umowny, gdyż niektóre z walorów mogą zawierać w sobie zarówno elementy historyczne, jak i współczesne¹¹.

Nieco rozszerzony podział walorów turystycznych występuje ze względu na stopień ingerencji człowieka w ich powstanie. Wyodrębnia się:

- walory naturalne,
- walory stworzone przez człowieka (antropogeniczne)¹².

W tej klasyfikacji do drugiej grupy zalicza się m.in. parki narodowe, rezerваты przyrody, ogrody zoologiczne i botaniczne, arboreta.

Ze względu na motywy podróży turystycznych walory turystyczne dzieli się na:

- walory wypoczynkowe, które służą regeneracji sił fizycznych i psychicznych,
- walory krajoznawcze, stanowiące przedmiot zainteresowań poznawczych,
- walory specjalistyczne, umożliwiające uprawianie różnych form turystyki kwalifikowanej.

W grupie walorów wypoczynkowych wyróżnić można zespół cech niezbędnych, których występowanie stanowi minimum warunków dla wypoczynku oraz zespół cech korzystnych, podnoszących wartości wypoczynkowe terenu¹³. Do cech niezbędnych zaliczyć należy czyste powietrze (wolne od zanieczyszczeń), ciszę, niski stopień urbanizacji, występowanie walorów estetycznych krajobrazu, niewystępowanie zasadniczych przeciwwskazań klimatycznych. Z kolei do cech korzystnych – szczególne walory widokowe krajobrazu, warunki do uprawiania czynnego wypoczynku. W okresie letnim jest to przydatność terenów do wędrówek pieszych, kolarskich, wodnych oraz przydatność wód do kąpeli i sportów wodnych, a w okresie zimowym – przydatność terenów do sportów zimowych i wędrówek narciarskich), korzystne warunki bioklimatyczne oraz tzw. walory lecznicze (wody lecznicze, peloidy, gazy lecznicze).

Do walorów krajoznawczych zalicza się¹⁴:

- charakterystyczne lub unikatowe zespoły krajobrazowe i osobliwości przyrody, określane terminem walorów środowiska przyrodniczego,
- folklor, obrzędy ludowe, dzieła ludowej sztuki plastycznej, relikty ludowej kultury materialnej, nazywane walorami tradycyjnej kultury ludowej,
- zabytki budownictwa i architektury, sztuk plastycznych, kultury materialnej, pamiątki historyczne, tj. walory dóbr kultury,

¹¹ W. W. Gaworecki, *Turystyka*, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 2007, s. 104-105.

¹² A. A. Lew, *A framework of tourist attraction research*, *Annals of Tourism Research*, 14, 1987.

¹³ J. Wyrzykowski, *Geograficzne uwarunkowania rozwoju urlopowej turystyki wypoczynkowej w Polsce*, *Acta Universitatis Wratislaviensis nr 935, „Studia Geograficzne”*, XLIV, Wrocław 1986.

¹⁴ O. Rogalewski, *Podstawy gospodarki przestrzennej w turystyce*, „Ruch Turystyczny – Monografie”, z. 13, SGPiS, Warszawa, 1972; T. Lijewski, B. Mikułowski, J. Wyrzykowski, *Geografia ... op.cit.*

- charakterystyczne obiekty i przejawy współczesnej gospodarki, techniki, nauki i kultury, noszące nazwę walorów współczesnych osiągnięć człowieka.

Na walory specjalistyczne składają się te cechy i elementy środowiska naturalnego, które umożliwiają uprawianie żeglarstwa, myślistwa, jeździectwa, wędkarstwa itp.

Innym kryterium, porządkującym walory pod względem ich zdolności do przyciągania turystów, jest ranga. Wyodrębnią się walory o randze międzynarodowej, krajowej, regionalnej i lokalnej¹⁵. W teorii wartości szkoły zasobowej uznaje się, że o randze walorów decydują takie cechy jak: cennaść, rzadkość, niesubstytucyjność, niepodleganie imitacji, inaczej zbyt kosztowne do podrobienia¹⁶. Cechy te należy rozszerzyć także o unikatowość.

W ostatnim okresie potencjał turystyczny ocenia się również z punktu widzenia posiadanych produktów turystycznych. Produkt turystyczny to zestaw dóbr i usług (obok walorów turystycznych) umożliwiających turystyce przybycie do miejsca występowania atrakcji turystycznych oraz pobyt i ich wykorzystanie. Produkt turystyczny może obejmować miejsce (obszar recepcji turystycznej), usługę (pojedynczą lub pakiet turystyczny składający się z kilku usług) i pewne produkty materialne. Należy również zwrócić uwagę, iż produkt turystyczny w miejscu recepcji obejmuje wszystkie atrakcje, świadczenia i usługi użytkowane, bądź odwiedzane podczas przebywania w miejscu recepcji. Obejmuje także wszystko, czego doświadcza odwiedzający¹⁷.

Produkty turystyczne dzieli się, według następującej klasyfikacji¹⁸:

- **rzecz** – wszystkie rzeczy materialne. Może występować samodzielnie, ale najczęściej jest wyłącznie dodatkiem do innych produktów. Są to m.in. przewodniki, mapy, sprzęt niezbędny podczas wyjazdu – np. wiosła, pamiątki,
- **usługa** – pojedyncza usługa, np. transportowa, noclegowa, gastronomiczna, przewodnicka,
- **wydarzenie** – charakteryzuje się spójnością i określoną tematyką, występuje w ustalonym miejscu i czasie. Wydarzenie powinno charakteryzować się wyjątkowością, niezwykłością,
- **impreza** – jest to zestaw kilku usług (muszą to być co najmniej dwie usługi), które są oferowane przez organizatorów turystyki i agentów turystycznych. Przykładami są wycieczki, wczasy, rajdy,
- **obiekt** – występuje jedna, główna atrakcja, której mogą towarzyszyć dodatkowe usługi lub inne produkty. Ma charakter punktowy. W Polsce przykładem może być dąb Bartek, czy też zamek krzyżacki w Malborku,
- **szlak** – składa się z wielu miejsc lub obiektów, które są powiązane jedną nadrzędną ideą. Zwykle połączone są wyznaczoną i oznakowaną trasą. Wzdłuż szlaku można zazwyczaj znaleźć różnorodną infrastrukturę turystyczną. Przykładami są: Szlak Orlich Gniazd, Szlak Piastowski, Szlak Kopernikowski,
- **obszar** – zdefiniowany obszar geograficzny, w którym znajdują się atrakcje turystyczne, usługi.

¹⁵ I. Potocka, *Walory turystyczne*, w: *Uwarunkowania i plany rozwoju turystyki*, red. Z. Młynarczyk, A. Zajadacz, T.3.

¹⁶ J.B. Barney, *Bringing Managers Back In: A resource-Based Analysis of the Role of Managers in Creating and Sustaining Competitive Advantages for Firms, Does management metter? On competencies and competitive advantage*, The 1994 Crafoord lectures, pp. 1-36, za: B. Stankiewicz, *Nauka o turystyce w XXI wieku – strategia, obszar i metodologia badań, dylematy*, *Przedsiębiorczość i Zarządzanie*, Tom XV, Zeszyt 4 cz. 3, s. 11.

¹⁷ A. Panasiuk red., *Marketing ... op.cit.*, s. 74.

¹⁸ J. Kaczmarek, A. Stasiak, B. Włodarczyk, *Produkt ... op.cit.*, s. 45.

Dostępność komunikacyjna oznacza możliwość dojazdu środkami komunikacji do celu podjętej podróży, czyli istniejącą sieć połączeń komunikacyjnych między miejscem stałego zamieszkania turysty, a celem jego podróży. A także system połączeń komunikacyjnych, szlaków i wyciągów turystycznych, umożliwiających turystyce odbywanie wycieczek w obrębie wybranego regionu turystycznego do określonych miejsc.

Zagospodarowanie turystyczne czy też infrastruktura turystyczna to zespół obiektów i urządzeń stanowiących wyposażenie określonego terenu, umożliwiających zaspokojenie potrzeb ruchu turystycznego. Obejmuje ono wszystkie te elementy, które zapewniają prawidłowe funkcjonowanie miejsca recepcyjnego, przy założeniu maksymalnego zaspokojenia potrzeb turystów. Elementy zagospodarowania turystycznego mogą wspomagać, bądź wzbogacać walory turystyczne (szlaki turystyczne, baseny, urządzenia sportowe i rekreacyjne, obiekty noclegowe o oryginalnej architekturze).

Zagospodarowanie turystyczne tworzą:

- **baza noclegowa** – są to hotele, jak i inne obiekty o charakterze hotelarskim (motele, pensjonaty, zajazdy, schroniska, gospodarstwa agroturystyczne, sanatoria, kwatery prywatne, kempingi, pola biwakowe),
- **baza gastronomiczna** – tworzą ją wszelkie punkty gastronomiczne zlokalizowane samodzielnie lub w obiektach noclegowych (puby, restauracje, bary, kawiarnie, herbaciarnie, pizzerie, piekarnie, winiarnie, smażalnie ryb, stołówki z zapleczem kuchennym),
- **baza towarzysząca** – są to urządzenia, których podstawową funkcją jest obsługa ruchu turystycznego. Zostały one wybudowane z przeznaczeniem dla turystów (baseny, kąpieliska, wypożyczalnie sprzętu sportowego, urządzenia sportowe, sieć komunikacyjna, sieć szlaków turystycznych, przystanie i wioski żeglarskie, wyciągi narciarskie, pijalnie wód, tarasy widokowe, miejsca piknikowe, mini ekspozycje przyrodnicze, sale dydaktyczne, ścieżki dydaktyczne, wielofunkcyjne pomieszczenia piwniczne, kąpieliska, wypożyczalnie sprzętu wodnego, rowerów, przechowalnie bagażu),
- **baza paraturystyczna** – są to obiekty przeznaczone do obsługi innych potrzeb społeczno-gospodarczych, wynikających głównie z funkcjonowania lokalnych społeczności na obszarach odwiedzanych przez turystów (sklepy, kina, teatry, filharmonie, ośrodki zdrowia, placówki pocztowe, banki, biblioteki, ogólnodostępne place zabaw dla dzieci).

Uznaje się, że potencjały o bardziej zróżnicowanych walorach turystycznych mają większe możliwości rozwoju turystyki. Wynika to z możliwości różnicowania ofert turystycznych skierowanych do konkretnych grup odbiorców, związanych np. z turystyką aktywną, wypoczynkową czy zdrowotną. Z jednej strony – infrastruktura regionu jest niezbędna, aby turysta mógł zaspokoić swoje podstawowe potrzeby bytowe, z drugiej zaś – może stać się podstawą samodzielnych atrakcji turystycznych lub produktów turystycznych dla takich rodzajów turystyki, jak turystyka biznesowa czy konferencyjna. Kombinacja występujących w przestrzeni elementów związanych z walorami turystycznymi i infrastrukturą turystyczną oraz paraturystyczną powoduje zróżnicowanie przestrzenne potencjału turystycznego.

Zasoby funkcjonalne są związane z działaniami podmiotów bezpośrednio i pośrednio zaangażowanych w działalność turystyczną.

Wśród zasobów funkcjonalnych wyróżnia się¹⁶:

- **uwarunkowania ekonomiczne** związane z rozwiązaniami prawnymi i finansowymi, wpływającymi na podejmowanie decyzji o prowadzeniu działalności turystycznej oraz jej efektywności. Uwarunkowania te mogą mieć zarówno charakter wewnętrzny (np. ułatwienia stwarzane przedsiębiorcom turystycznym w regionie), jak i zewnętrzny (np. możliwości kredytowania inwestycji turystycznych),
- **uwarunkowania organizacyjne**,
- **uwarunkowania demograficzne** wynikające z cech społeczności lokalnej. Dotyczą one takich aspektów, jak wolne zasoby siły roboczej czy struktury demograficzne, jak i aktywności w zakresie podejmowania działalności o charakterze turystycznym,
- **uwarunkowania psychologiczne** dotyczące percepcji regionu przez potencjalnych turystów oraz tradycji wypoczynku na danym obszarze,
- **uwarunkowania technologiczne i ekologiczne** związane z możliwościami lepszego przystosowania walorów turystycznych w celu ich wykorzystywania przez turystów, przy jednoczesnym zachowaniu warunków do ich ochrony przed degradacją. W szerszym ujęciu oznacza to czynniki warunkujące sprawne funkcjonowanie systemu turystycznego przy zachowaniu zasad rozwoju zrównoważonego,
- uwarunkowania polityczne obejmujące działania podejmowane przez władze państwowe i samorządowe na rzecz rozwoju turystyki na właściwym poziomie decyzyjnym.

Często spotyka się podejście, że podstawowe znaczenie w rozwoju turystycznym obszaru mają elementy strukturalne, które stanowią podstawę dla wykreowania regionu, jako miejsca atrakcyjnego turystycznie. A elementom funkcjonalnym przypisuje się działania związane z promocją i kreowaniem pozytywnego wizerunku regionu, które mogą mu zapewnić wysoką pozycję konkurencyjną. Jednak międzynarodowe badania nad rozwojem sektora turystycznego regionów wskazują, że zasoby funkcjonalne posiadają zdolności, które umożliwiają przekształcenie zasobów strukturalnych w nowe wartości¹⁹. Do istotnych elementów funkcjonalnych, które decydują o szybkim rozwoju sektora turystycznego zalicza się: zdolność regionu do rozwoju infrastruktury turystycznej i jej różnorodne wykorzystanie, zdolność lokalnej branży turystycznej i władz do współpracy w dążeniu do utrzymania przewagi konkurencyjnej, kreatywność systemów zarządzania oraz istnienie wizji rozwoju przyszłości turystyki²⁰.

Zgodnie z powyższą klasyfikacją przeprowadzona została, w dalszej części opracowania, charakterystyka potencjału turystycznego województwa podlaskiego. Dokonana została analiza jakościowa zasobów strukturalnych, w tym walorów turystycznych ze względu na stopień ingerencji człowieka, zagospodarowanie turystyczne i dostępność komunikacyjną oraz zasobów funkcjonalnych: ekonomicznych i organizacyjnych.

¹⁹ J. R. Ritchie, B. Crouch, G. I. Crouch 2000, *The Competitive Destination: A Sustainability Perspective*, Tourism Management, Vol. 21.

²⁰ S. Wilde, C. Cox, 2008, *Linking Destination Competitiveness and Destination Development: Findings from a Mature Australian Tourism Destination*, Conference Paper presented at the Travel and Tourism Research Association (TTRA) European Chapter Conference – Competition in Tourism: Business and Destination Perspectives, Helsinki (Finland), April 23-25, pp. 467-478.



3. Zasoby strukturalne województwa podlaskiego i ich przestrzenne rozmieszczenie

3.1. Walory turystyczne województwa podlaskiego

3.1.1. Walory naturalne województwa podlaskiego

Obszar województwa podlaskiego posiada bogate walory naturalne. Na tle kraju województwo wyróżniają walory przyrodnicze o szczególnie cennych wartościach i wysokim poziomie naturalności. Świadczą o tym między innymi:

- wysoki stopień lesistości – blisko 30% – co daje 0,49 ha na osobę w województwie,
- znaczny obszar objęty ochroną prawną – około 32%,
- wysoki udział powierzchni wód – 1,8% w skali województwa,
- unikatowe w skali Europy obiekty przyrodniczo-krajobrazowe z terenami bagiennymi i puszczańskimi,
- bogate zasoby przyrodnicze – wody mineralne, borowiny, obszary o unikalnych walorach klimatycznych.

Zbiorowiska roślinności naturalnej lub zbliżonej do naturalnej (lasy, bagna, torfowiska i naturalne łąki) obejmują łącznie około 40% powierzchni województwa podlaskiego, co stawia je pod tym względem na pierwszym miejscu w kraju. Obszary naturalnej flory współistnieją z obfitością fauny. Występują tu ostoje licznych gatunków zwierząt, rzadkich i ginących w Europie. Dodatkowym turystycznym atutem województwa jest powietrze i woda należące do najczystszych w skali kraju oraz relatywnie niskie zagrożenie hałasem. Do najbardziej cennych obszarów zbiorowisk leśnych należy Puszcza Białowieska, Puszcza Augustowska, Puszcza Knyszyńska, Puszcza Kurpiowska. Do obszarów o wybitnych walorach przyrodniczych i krajobrazowych należy Pojezierze Augustowsko-Suwalskie i pojezierze Rajgrodzkie. Na Pojezierzu Augustowsko-Suwalskim występuje przeszło 300 jezior o powierzchni ponad 1 ha, wraz z najgłębszym na niżu europejskim jeziorem Hańcza, oraz około 200 mniejszych zbiorników wodnych. Większość z nich ma charakter rynnowy, o kształtach wydłużonych, bardzo często o brzegach poszarpanych licznymi zatokami. Wiele jezior układa się w zwarte grupy. W północnej części województwa występuje obfitość niezwykle interesujących i unikatowych form rzeźby polodowcowej, wałów morenowych, falistych moren dennych, ozów, kemów, drumlinów, mis i rynien jeziornych, wąwozów i jarów rzecznych oraz głązowisk. Stanowi to o dużej atrakcyjności krajobrazo-

wej, rekreacyjnej i turystycznej tego regionu. Z kolei obszar Pojezierza Rajgrodzkiego zajmowany jest przez morenowe Jezioro Rajgrodzkie otoczone licznymi obszarami leśnymi i rolniczymi.

Do obszarów przyrodniczych szczególnego rodzaju należą doliny największych rzek, które stanowią naturalne korytarze ekologiczne. Zalicza się do nich środkowa część doliny Bugu, dolina Narwi i Biebrzy, a także doliny mniejszych cieków: Nurca, Pisy, Supraśli, Świsłoczy, Czarnej Hańczy i Rospudy.

3.1.2. Walory utworzone przez człowieka

Do walorów utworzonych przez człowieka w województwie podlaskim zalicza się szczególnie cenne w skali światowej obszary chronione. Na obszarze województwa znajdują się cztery parki narodowe, których obszar obejmuje 92188,4 ha, trzy parki krajobrazowe rozciągające się na powierzchni 88142,3 ha, 83 rezerwy przyrody o powierzchni 13473 ha, obszary NATURA 2000, 13 obszarów chronionego krajobrazu obejmujących 462717,3 ha, 262 użytki ekologiczne na powierzchni 1921,5 ha, jeden zespół przyrodniczo-krajobrazowy o powierzchni 59,6 ha, trzy stanowiska dokumentacyjne i 1932 pomniki przyrody²¹.

Wysoką rangę tych obszarów ilustruje międzynarodowy status nadany czterem z nich. Są to:

- **Białowiecki Park Narodowy** – obszar ochrony ścisłej, w tym rezerwat biosfery będący obiektem przyrodniczym Światowego Dziedzictwa Ludzkości UNESCO,
- **Biebrzański Park Narodowy** – obiekt chroniony w ramach międzynarodowej konwencji Ramsar (ochrona najcenniejszych obszarów podmokłych). Jest to największy i najbardziej naturalny w Europie Środkowej kompleks torfowisk niskich, przejściowych i wysokich. Na terenie parku odnotowano obecność 263 gatunków ptaków. Warto zaznaczyć, iż spośród 56 gatunków uznanych w Polsce za zagrożone, aż 21 gnieździ się właśnie na terenie parku²²,
- **Narwiański Park Narodowy** obejmujący ochroną Dolinę Górnej Narwi, dolina zwana potocznie polską Amazonią. Obiekt zgłoszony przez Polskę do ochrony w ramach konwencji Ramsar. Głównym walorem parku jest unikalny ekosystem z silnie rozczłonkowanym systemem koryt rzecznych. Oprócz różnorodnej szaty roślinnej spotykamy tu liczne gatunki ptaków. Ogółem występuje tu około 200 gatunków ptaków, z czego 154 stanowią gatunki lęgowe.
- **Wigierski Park Narodowy**, powołany na dobrze zachowanych terenach ostatniego zlodowacenia, posiada dobrze zachowany krajobraz pojezierny z formami morenowymi, ozami, kemami i drumlinami, co powoduje jego silne zróżnicowanie geomorfologiczne. Wyróżnia się rozróżnienie jezior i rzek oraz licznie występujących ekosystemów leśnych, wodnych i torfowiskowych. Osobliwością parku są, otoczone torfowiskami, dystroficzne jeziora śródlądne, zwane sucharami. Najważniejszym walorem parku jest najgłębsze tu Jezioro Wigry.

Ponadto na terenie województwa występuje trzy cenne przyrodniczo parki krajobrazowe:

²¹ I. Bielawska, H. Kiryluk, K. Michałowski G. Rąkowski, R. Ziółkowski, *Turystyka w województwie podlaskim*, Wydawnictwo Politechniki Białostockiej, Białystok 2001, s. 272.

²² Ibidem, s. 80.

- **Łomżyński Park Krajobrazowy Doliny Narwi.** Celem utworzenia parku była ochrona zalewowych terenów doliny Narwi oraz unikalnych wartości krajobrazowych z występującymi tu rzadkimi i zagrożonymi wyginięciem gatunkami roślin i zwierząt²³. Obecny wygląd doliny Narwi na tym odcinku wynika z zachowania naturalnego biegu rzeki, z licznymi meandrami i odnogami. Dodatkowych walorów dodają strome stoki wzniesień morenowych osiągające miejscami wysokość 40–50 m ponad poziom rzeki. W parku występuje 735 gatunków roślin naczyniowych, z których 32 są objęte ochroną, zaś 94 to gatunki rzadkie. Fauna jest najliczniej reprezentowana przez 180 gatunków ptaków, z których aż 137 ma tutaj miejsce lęgowe. Z innych zwierząt na uwagę zasługują bardzo liczne ssaki z rodziny łasicowatych: gronostaj, łasica, wydra, borsuk²⁴.
- **Park Krajobrazowy Puszczy Knyszyńskiej,** to największy park krajobrazowy w Polsce. Nadrzędnym celem jego powołania była ochrona terenów Puszczy Knyszyńskiej i dolin rzecznych oraz różnych form geomorfologicznych charakterystycznych dla polodowcowego krajobrazu tego obszaru²⁵. 80% powierzchni parku zajmują lasy zamieszkiwane przez wiele gatunków zwierząt takich jak: jelenie, łosie, żubry, sarny, rysie, wilki oraz 150 gatunków ptaków. Najcenniejszym gatunkiem drzewostanu puszczy jest tzw. sosna supraska.
- **Suwalski Park Krajobrazowy,** nadrzędnym celem utworzenia parku było zachowanie urozmaiconego krajobrazu polodowcowego rozpościerającego się wokół najgłębszego w Polsce jeziora Hańcza i zagłębienia rzeki Szeszupy. W granicach parku znajdują się 22 malownicze jeziora oraz liczne źródła, wijące się rzeczki i strumienie.

3.1.3. Walory antropogeniczne województwa podlaskiego

■ Równie ważne znaczenie w turystyce obok walorów środowiska przyrodniczego mają walory poza-przyrodnicze będące wytworami działalności człowieka. Województwo podlaskie uważane jest za jeden z najciekawszych kulturowo regionów w kraju. Decyduje o tym położenie na polsko-białorusko-litewskim pograniczu etnicznym, z czym związana jest różnorodność kulturowa regionu i bardzo dobrze zachowany tradycyjny krajobraz wiejski. Występują tu główne skupiska i ośrodki kulturalne polskich Białorusinów, Ukraińców, Litwinów, Tatarów, Rosjan, staroobrzędowców i Romów. Szczególną wartość turystyczną mają zabytkowe świątynie i cmentarze różnych wyznań, kapliczki i krzyże oraz charakterystyczne dla poszczególnych grup etnicznych budownictwo wiejskie. Największa ich różnorodność występuje na terenie powiatów: hajnowskiego, białostockiego i sejneńskiego.

Do najcenniejszych zabytków architektury na terenie województwa podlaskiego należą: Pałac Branickich w Białymstoku wraz z otaczającym go ogrodem francuskim oraz unikatowy Kanał Augustowski z zespołem śluz i związanych z nimi zabudowań oraz otaczającym go krajobrazem²⁶. Istotne, choć w niewielkim

²³ I. Bielawska, H. Kiryluk, K. Michałowski, G. Rąkowski, R. Ziółkowski, *Turystyka ... op.cit.*, s. 88.

²⁴ A. Sadowski, *Turystyka*, w: *Województwo podlaskie u progu XXI wieku*, red. R. Horodeński, C. Sadowska-Snarska Wydawnictwo Wyższej Szkoły Ekonomicznej w Białymstoku, Białystok 2001, s. 276.

²⁵ I. Bielawska H. Kiryluk, K. Michałowski, G. Rąkowski, R. Ziółkowski, *Turystyka ... op. cit.*, s. 86.

²⁶ *Ibidem*, s. 96.

stopniu upowszechnione są zabytki drewnianego budownictwa wiejskiego województwa, które należą do najbogatszych tego typu w kraju. Jest to jedyny w Polsce region, gdzie można zobaczyć w całości zachowane zespoły starej drewnianej zabudowy wsi (region Puszczy Białowieskiej i Knyszyńskiej, w dolinie górnej Narwi i Świsłoczy oraz na terenach przygranicznych).

Oryginalnymi zabytkami budownictwa obronnego są twierdze w Osowcu nad Biebrzą (z końca XIX wieku) i w Piątnicy nad Narwią, wzniesione na przełomie XIX i XX wieku oraz zabytki techniki wojennej, m.in. bunkry i umocnienia obronne z okresu II wojny. Wzdłuż dolin Narwi i Biebrzy zachowały się polskie bunkry sprzed 1939 r. Z kolei na skraju Puszczy Augustowskiej, nad Wołkuszanką w dolinie Bugu oraz wzdłuż granicy niemiecko-sowieckiej z okresu 1939-1941, znajdują się, zbudowane w 1940 roku, bunkry posowieckie, tworzące tzw. linię Mołotowa²⁷.

Łącznie na terenie województwa podlaskiego zinventaryzowano 2231 zabytków. Największa ich liczba występuje w gminie Białowieża (87), Supraśl (41), Goniądz (16) i Suraż (14) oraz miastach: Białystok (270), Suwałki (232), Łomża (86) i Augustów (37)²⁸.

Szczególnie cenne zabytki o dużej atrakcyjności turystycznej i krajoznawczej to: w powiecie augustowskim i w Augustowie: Kanał Augustowski, śluzy, bulwary, Port Żeglugi Augustowskiej w Studzienicznej, kościoły, kaplica Najświętszej Maryi Panny w Studzienicznej, molenna staroobrzędowców w Gabowych Grądach. W powiecie hajnowskim, w Białowieży: Park Pałacowy wraz z Bramą Pałacową. W powiecie białostockim, w Białymstoku: kościoły, cerkwie, Rynek Kościuszki i ratusz, Pałac Branickich, w Różanymstoku – Sanktuarium Maryjne. W Supraślu – Monaster Zwiastowania Najświętszej Marii Panny, w Tykocinie – Wielka synagoga, w Świętej Wodzie – Sanktuarium Matki Boskiej Bolesnej i w Osowiczach – Białostockie Muzeum Wsi. W powiecie bielskim – synagoga w Orli. W powiecie wysokomazowieckim, w Hodyszewie – sanktuarium maryjne. W powiecie siemiatyckim – Św. Góra Grabarka i Klasztor Prawosławny Św. Marty i Marii, w Drohiczyne – Góra Zamkowa, w Mielniku – wzgórze zamkowe i ruiny kościoła zamkowego. W powiecie monieckim, w Goniądzu – Twierdza Osowiec. W powiecie sokólskim, w Kruszynianach i Bohonikach znajdują się meczety muzułmańskie, w Sokółce – Kościół pw. Św. Antoniego. W powiecie suwalskim, na wyspie jeziora Wigry – Klasztor Pokamedulski. W powiecie sejneńskim, w Sejnach – Biała Synagoga²⁹.

²⁷ A. Bogucka, *Turystyka w liczbach – analiza ruchu i zagospodarowania turystycznego w województwie podlaskim*. Wydawnictwo Politechniki Białostockiej, Białystok 2005, s. 21.

²⁸ Dane pozyskane w ramach badań własnych na podstawie analizy: stron internetowych poszczególnych gmin, powiatów, strony: <http://mapy.zabytek.gov.pl/nid/>, Informatora turystycznego Województwa Podlaskiego, Białystok 2014, inwentaryzacji terenu przeprowadzonej w październiku 2014 r.

²⁹ Dane pozyskane w ramach badań własnych na podstawie analizy: „*Kultura Województwa Podlaskiego*” wydany przez Urząd Marszałkowski oraz www.wrotapodlasia.pl/pl/kultura/kalendarz_impres_kulturalnych/Rok+2014/ oraz www.podlaskieit.pl/index.php?page=katalog-produktow-turystycznych; stron internetowych poszczególnych gmin, powiatów, strony: <http://mapy.zabytek.gov.pl/nid/>, Informatora turystycznego Województwa Podlaskiego, Białystok 2014, inwentaryzacji terenu przeprowadzonej w październiku 2014 r.

Zabytki stanowiące o walorach antropogenicznych wzbogacają współczesne obiekty. Są to np.: w powiecie hajnowskim, w Białowieży – Rezerwat Ścisły Białowieskiego Parku Narodowego, Rezerwat Pokazowy Żubrów, w Hajnówce – Sobór Św. Trójcy, w powiecie białostockim – Opera i Filharmonia Podlaska (Europejskie Centrum Sztuki) oraz rekonstrukcja zamku Zygmunta Augusta, w powiecie wysokomazowieckim, w gminie Sokoły, w Waniewie – kładka przyrodnicza Waniewo-Śliwno, w powiecie sokólskim, w Poczopku, gmina Szudziałowo – Silvarium, Galeria na Skraju Puszczy, w powiecie łomżyńskim – Bulwary nad Narwią, w powiecie suwalskim – Wojewódzki Ośrodek Sportu i Rekreacji Szelment.

Istotnym elementem potencjału turystycznego województwa podlaskiego są muzea i skanseny. Do najcenniejszych ze względu na posiadane zbiory i sposób ich ekspozycji należy zaliczyć: w powiecie hajnowskim – Muzeum Przyrodniczo-Leśne Białowieskiego Parku Narodowego oraz w Hajnówce – Muzeum i Ośrodek Kultury Białoruskiej, w powiecie białostockim – muzeum ikon w Supraślu, Muzeum Judaizmu zlokalizowane w tykocińskiej synagodze, Muzeum Podlaskie, Centrum Rękodzieła Ludowego w Niemczynie, w powiecie bielskim, w Studziwodach – Muzeum Małej Ojczyzny oraz muzeum Ziemi Bielskiej w Bielsku Podlaskim, w Ciechanowcu, w powiecie wysokomazowieckim – Muzeum Rolnictwa im. ks. Krzysztofa Kluka, w powiecie łomżyńskim, w Nowogrodzie – Skansen Kurpiowski, w Drozdowie – Muzeum Przyrody. W powiecie suwalskim – Muzeum im. Marii Konopnickiej i Muzeum Wigier im. Alfreda Lityńskiego w Starym Folwarku, w powiecie sejneńskim, w Puńsku – Litewskie Centrum Kultury Ludowej (skansen)³⁰. Łącznie na terenie województwa zinwentaryzowano 102 muzea i oddziały muzealne. Najwięcej muzeów występuje w gminach: Białowieża (5), Supraśl (8), Suraż (4), Goniądz (2) oraz w miastach: Białystok (6), Suwałki (5), Augustów (3), Hajnówka (3), Łomża (2).

■ Załącznik 1. Wykaz muzeów województwa podlaskiego według powiatów i gmin (płyta CD)

Uzupełnieniem walorów antropogenicznych są wydarzenia kulturalne (usługi kulturowe), które oferują instytucje usytuowane w Białymstoku – Filharmonia Białostocka, Teatr Dramatyczny i Teatr Lalek, w Łomży – Dom Środowisk Twórczych, w Suwałkach – Regionalny Ośrodek Kultury i Sztuki oraz instytucje w mniejszych miastach, np.: Ośrodek Pogranicze w Sejnach, Muzeum Rolnictwa w Ciechanowcu czy Dom Pracy Twórczej w Wigrach.

W województwie podlaskim na stałe wpisało się już do kalendarza wydarzeń artystycznych kilkanaście imprez o zasięgu międzynarodowym i krajowym³¹. Do najważniejszych należą odbywające się w Augustowie Mistrzostwa Polski w Pływaniu na Byle Czym „Co ma pływać nie utonie” oraz Augustowskie Motonoce, w Białymstoku – Halfway Festival oraz Międzynarodowy Festiwal Muzyki, Sztuki i Folkloru „Podlaska Oktawa Kultur” oraz Jarmark na Jana, w Supraślu odbywają się Spotkania z naturą i sztuką „Uroczysko”, zaś w Gródku – Festiwal Muzyki Młodej Białorusi „Basowiszczka”. W Hajnówce odbywa się Międzynarodowy Festiwal „Hajnowskie Dni Muzyki Cerkiewnej”, Ogólnopolski konkurs Rozgłośni Regionalnych Polskiego Radia „Przebojem na Antenę” oraz festiwal teatralny „WERTEP”. Corocznie w powiecie sokólskim, w Krynkach odbywa się Festiwal Kultury i Tradycji Tatarów Polskich. W powiecie siemiatyckim wydarzeniem turystycznym

³⁰ I. Bielawska, H. Kiryluk, K. Michałowski, G. Rąkowski, R. Ziółkowski, *Turystyka ... op. cit.*, s. 99.

³¹ O klasyfikacji zasięgu festiwalu zdecydowały następujące czynniki: zasięg pochodzenia uczestników (widzów) wydarzenia z wyłączeniem wykonawców i/lub kraj pochodzenia sponsorów wydarzenia.

jest „Promocyjny Spływ kajakowy rzeką Bug”. W Mońkach organizowany jest „Festiwal Rock na bagnie”, a w Suwałkach – „Suwałki Blues Festiwal”³².

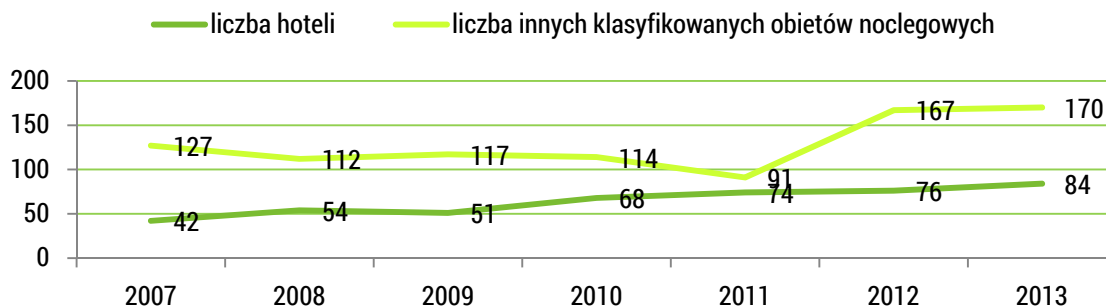
Szczegółowa inwentaryzacja przeprowadzona dla występujących i zidentyfikowanych produktów turystycznych w województwie podlaskim wykazała występowanie 68 produktów turystycznych. Wśród nich znajdują się produkty obszarowe, obiekty, wydarzenia, usługi. szczególnie cenne, wyróżnione Złotym certyfikatem POT w 2009 to: Kanał Augustowski – Szlak Papieski, wyróżnienie POT w 2007 roku uzyskał produkt wydarzenie: Mistrzostwa Polski w Pływaniu na Byle Czym „Co ma pływać nie utonie”. Ponadto produkty certyfikowane przez POT: w 2003 to: Wśród Żubrów – 7-dniowa wycieczka po Puszczy Białowieskiej, Podlaski Szlak Bociani. W 2005 roku certyfikat POT uzyskał produkt: Sieć ścieżek edukacyjnych Biebrzańskiego Parku Narodowego, w 2006 Szlak tatarski, Jarmark Folkloru i Jadła Kresowego bliny, cepeliny, pierogi... W 2007 roku na liście certyfikowanych produktów przez POT znalazł się Gościnny Białystok, w 2008 Białowieski Szlak Transgraniczny, w 2011 roku produkt: Wojewódzki Ośrodek Sportu i Rekreacji Szelment.

- Załącznik 2. Wykaz produktów turystycznych według powiatów i gmin województwa podlaskiego (płyta CD)

3.2. Zagospodarowanie turystyczne

Podstawą zagospodarowania turystycznego jest baza noclegowa, baza gastronomiczna i infrastruktura rekreacyjna. Na terenie województwa podlaskiego usytuowanych było w roku 2013 ogółem 269 obiektów noclegowych sklasyfikowanych oraz 788 gospodarstw agroturystycznych, które świadczą usługi noclegowe. Łącznie zinwentaryzowano 12 896 miejsc noclegowych sezonowych i całorocznych. Od 2007 roku obserwuje się dynamiczny wzrost skategoryzowanej bazy noclegowej, w szczególności dynamicznie wzrasta liczba hoteli (rys. 6). W 2007 roku w bazie BDL znajdowały się 42 hotele, zaś w 2013 roku było ich 84. Odnotowano zatem dwukrotny wzrost liczby hoteli w województwie. Zauważa się też dynamiczny wzrost liczby obiektów noclegowych o średnim standardzie. W 2007 roku było pięć hoteli trzy gwiazdkowych, zaś w 2013 czternaście. O sto procent wzrosła liczba hoteli dwu gwiazdkowych – z sześciu (2007) do dwunastu (2013). Ponadto w 2013 roku cztery hotele były w trakcie kategoryzacji.

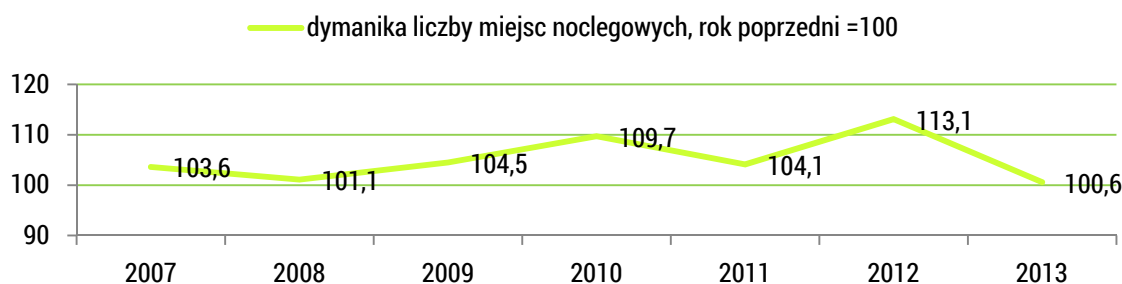
³² *Kultura podlasia...* op.cit.



Rys. 6. Liczba hoteli oraz innych obiektów noclegowych w województwie podlaskim w latach 2007-2013

Źródło: opracowanie własne, własne na podstawie BDL, 2013.

Równoległe ze wzrostem liczby obiektów noclegowych zaobserwowano również dynamikę wzrostu liczby miejsc noclegowych. Najwyższy wskaźnik zanotowano w roku 2012 (o 13 pp.) (rys. 7).

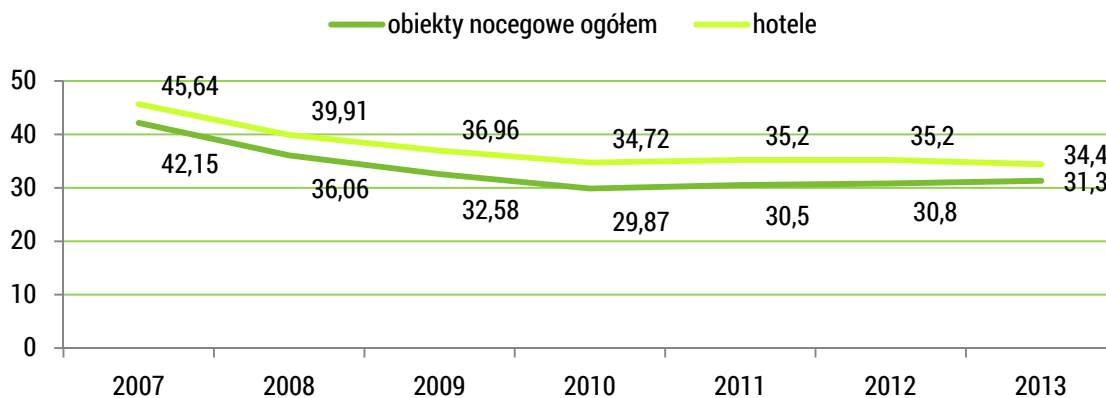


Rys. 7. Dynamika liczby miejsc noclegowych w województwie podlaskim w latach 2007-2013

Źródło: opracowane własne, własne na podstawie BDL, 2013.

Analiza stopnia wykorzystania miejsc noclegowych ogółem wskazuje, że średnio w województwie wskaźnik ten wynosi 29,1%, znacznie wyższy jest wskaźnik wykorzystania miejsc noclegowych w klasyfikowanych obiektach noclegowych i wynosił on 31,3% w 2013 roku, zaś dla hoteli – 34,4%. Analiza stopnia wykorzystania miejsc noclegowych w latach 2007 – 2013 wykazuje znaczny spadek (rys. 8), ma to bezpośredni związek z dynamicznym wzrostem liczby klasyfikowanych obiektów noclegowych (rys. 7).

Dla hoteli 3*** zanotowano spadek (5,24 pp.) wykorzystania miejsc noclegowych z 41,04% w 2007 roku do 35,8% w 2013 roku, zaś dla hoteli 2**, (12,48 pp.) z 56,18% w 2007 roku do 43,7% w 2013 roku. Porównując poziom wzrostu liczby obiektów hotelowych i poziom spadku wykorzystania miejsc noclegowych należy zauważyć, że dla 3*** hoteli, których ilość wzrosła o 280% zanotowano blisko 13-procentowy spadek wykorzystania miejsc, zaś w hotelach 2**, których ilość wzrosła o 100% zanotowano ponad 22-procentowy spadek.



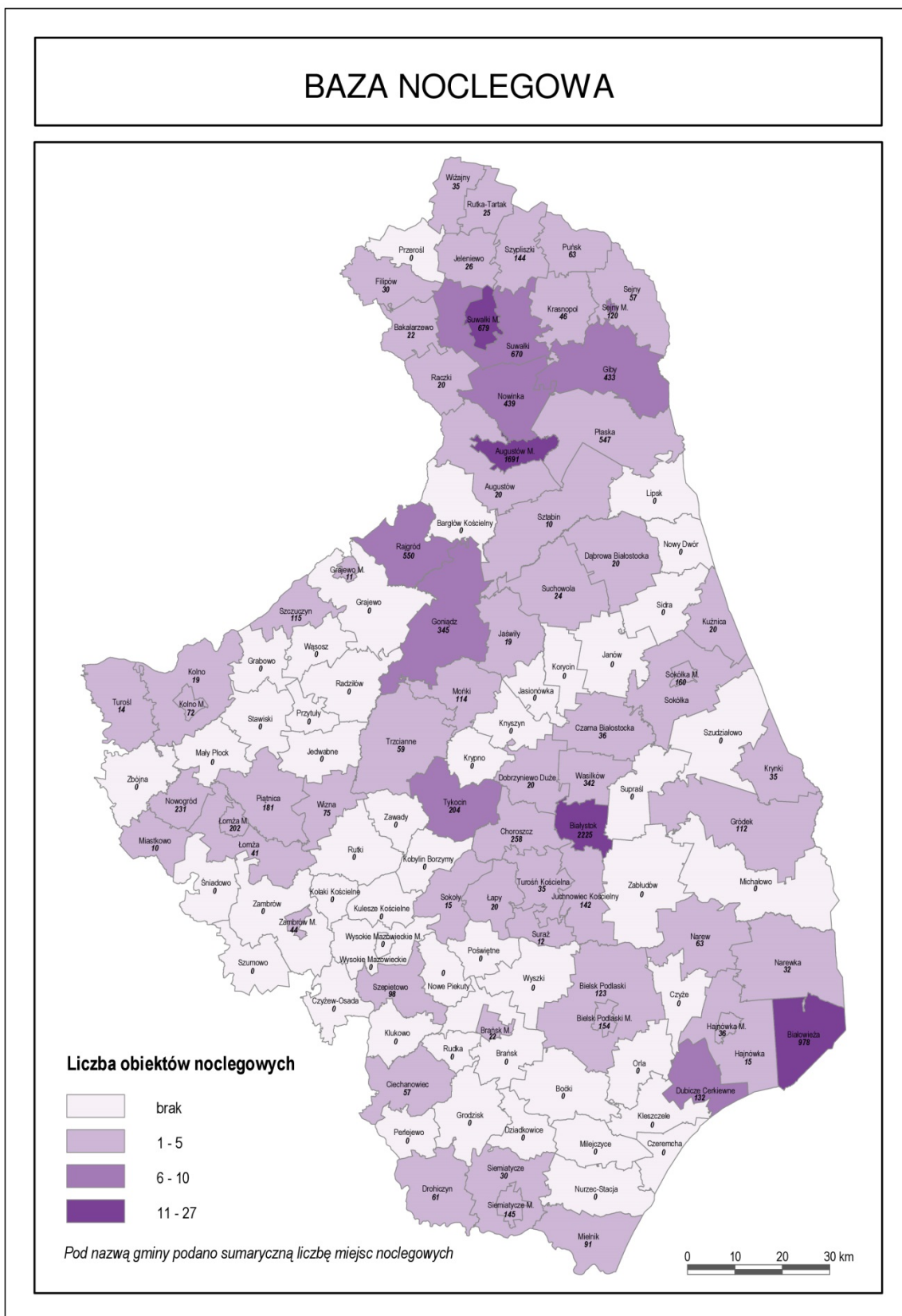
Rys. 8. Stopień wykorzystanie miejsc noclegowych w hotelach w województwie podlaskim w latach 2007-2013

Źródło: opracowanie własne na podstawie BDL, 2013.

78 obiektów noclegowych posiada sale konferencyjne, łącznie obiekty noclegowe dysponują 167 salami konferencyjnymi z 14 342 miejscami. Znacznie słabiej są one wyposażone. Z BDL wynika, że w 61 obiektach sale konferencyjne wyposażone są w rzutniki, zaś tylko w 49 obiektach jest zestaw wideo.

Największa liczba obiektów noclegowych sklasyfikowanych występuje w powiatach: augustowskim – Augustów miasto oraz Nowinka, białostockim – Tykocin i miasto Białystok, hajnowskim – Białowieża, Dubicze Cerkiewne, monieckim – Goniądz, sejneńskim – Giby, suwalskim – Suwałki miasto i grajewskim – Rajgród (mapa 1).

- Załącznik 3. Zestawienie danych liczbowych wykorzystanych do wykonania mapy: baza noclegowa w województwie podlaskim (płyta CD)



Mapa 1. Baza noclegowa w województwie podlaskim w 2013 roku

Źródło: opracowanie własne na podstawie BDL 2013 r.

Najliczniej gospodarstwa agroturystyczne występują w powiatach: hajnowskim, suwalskim, sejneńskim i siemiatyckim.

W powiecie hajnowskim łącznie są 112 gospodarstwa skupione przede wszystkim w gminach: Biało-wieża, Narewka, Dubicze Cerkiewne i Hajnówka wieś. W powiecie suwalskim znajduje się łącznie 126 gospodarstw agroturystycznych skupionych w gminach: Wizajny, Suwałki wieś, Rutka Tartak oraz Jeleniewo. W powiecie sejneńskim jest łącznie 76 gospodarstw agroturystycznych, równomiernie w każdej z gmin. W powiecie siemiatyckim funkcjonuje 86 gospodarstw agroturystycznych, przede wszystkim w gminach: Siemiatycze wieś i Siemiatycze miasto oraz w gminie Mielnik.

W 2013 roku województwo podlaskie odwiedziło 594 454 turystów, którzy skorzystali z noclegów, w tym 163 893 turystów zagranicznych³³.

Analiza danych w obszarze turyści zagraniczni korzystający z noclegów wskazuje, że od 2007 roku ich liczba stale wzrasta (tab. 8). Jednak porównanie z liczbą udzielonych noclegów wskazuje na niepokojące zjawisko skracania długości pobytu w regionie.

Tabela 8. Turyści zagraniczni korzystający z noclegów w województwie podlaskim w latach 2007-2013

Lp.	Lata	Turyści zagraniczni korzystający z noclegów	Udzielone noclegi	Średnia dni pobytu
1	2007	90984	135913	1,49
2	2008	68737	106185	1,54
3	2009	68892	106571	1,55
4	2010	72141	108038	1,50
5	2011	90293	136448	1,51
6	2012	135898	186111	1,37
7	2013	163893	209579	1,28

Źródło: opracowanie własne na podstawie BDL, 2013.

Liczba obiektów bazy gastronomicznej spadła od 2007 roku z 348 obiektów do 201. Szczegółowa analiza wskazuje, że spadek odnotowuje się w przypadku barów i kawiarni, stołówek i punktów gastronomicznych. Zauważa się stały wzrost restauracji. Analiza liczby obiektów gastronomicznych w turystycznych obiektach noclegowych wykazuje podobną tendencję. Rośnie liczba restauracji, spadek następuje w przypadku barów i kawiarni oraz punktów gastronomicznych, natomiast liczba stołówek pozostała na tym samym poziomie (tab. 9).

³³ BDL, 2013.

Tabela 9. Liczba obiektów bazy gastronomicznej w województwie podlaskim w latach 2007-2013

Lp.	Lata	ogółem		restauracje		bary i kawiarnie		stołówki		punkty gastronomiczne	
		ogółem	w tym w obiektach noclegowych	ogółem	w tym w obiektach noclegowych	ogółem	w tym w obiektach noclegowych	ogółem	w tym w obiektach noclegowych	ogółem	w tym w obiektach noclegowych
1	2007	348	167	81	56	99	70	95	30	73	11
2	2008	330	155	87	57	95	64	93	30	55	4
3	2009	303	154	90	65	99	54	53	28	61	7
4	2010	334	144	107	68	108	45	53	18	66	13
5	2011	291	152	107	71	84	49	48	24	52	8
6	2012	275	142	101	73	80	42	42	21	52	6
7	2013	301	159	114	74	91	49	33	29	63	7

Źródło: opracowanie własne na podstawie BDL, 2013.

W ofercie gastronomicznej szczególnie cenna jest kuchnia regionalna województwa, która stanowi świadectwo wielonarodowości społeczności województwa. Kuchnia oferuje unikalny i bogaty asortyment kulinarny różnych kultur. W północno-wschodniej Polsce potrawą regionalną jest m.in. babka ziemniaczana, kartacze, sękacze, mrowiska, na północy regionu (w Sejnach i Puńsku) – potrawy litewskie. Natomiast w Bohonikach i Kruszynianach serwowana jest tradycyjna kuchnia tatarska: kołduny tatarskie, pieriekaczewniki, trybouszki. Wśród lokali gastronomicznych wciąż niedostateczna jest liczba obiektów kreujących swe produkty w oparciu o dziedzictwo kulinarne regionu oraz obiektów tematycznych³⁴.

Zagospodarowanie turystyczne, umożliwiające budowę zróżnicowanych produktów turystycznych oraz pozwalające na aktywne spędzanie czasu wolnego, stanowi infrastruktura turystyczna. W województwie podlaskim, w każdym mieście powiatowym, występuje park wodny z kompleksem basenów, saun i usługami Spa, umożliwiający rekreację turystom w dni deszczowe. Ponadto, miasta powiatowe wyposażone są w kompleksy boisk przystosowanych do gier zespołowych w piłkę nożną, siatkową, koszykową, a także korty tenisowe, hale sportowe oraz skate parki. Na terenie województwa, w Augustowie i Szelmencie, ulokowane są wyciągi nart wodnych. Wyciągi narciarskie znajdują się w Szelmencie (powiat suwalski) oraz Rybnie (powiat łomżyński). Obszary wypoczynkowe wyposażone są w czynne kąpieliska (39), przy czym największa ich liczba skupiona jest w powiecie białostockim, augustowskim i grajewskim³⁵. Ponadto na terenie województwa, na podstawie danych Banku Danych Lokalnych, w 2013 roku zinwentaryzowano 202 wypożyczalnie sprzętu rekreacyjnego. Wypożyczalnie sprzętu turystycznego występują w powiecie augustowskim – 41 punktów, w powiecie białostockim, łącznie z miastem Białystok – 30 punktów, w powiecie grajewskim – 4 punkty,

³⁴ Analiza kluczowych sektorów Województwa Podlaskiego. Sektor turystyki – analiza uczestników ruchu turystycznego, Białystok 2010, s. 11.

³⁵ Ibidem, s. 40.

w hajnowskim – 14, w kolneńskim – 7, w łomżyńskim – 14, w monieckim – 14, w sejneńskim – 24, w siemiatyckim – 18 oraz w suwalskim – 35 punktów.

3.3. Dostępność komunikacyjna

W zakresie dostępności komunikacyjnej podstawową sieć drogową w regionie stanowią³⁶:

- drogi krajowe – 915 km,
- drogi wojewódzkie – 1 179 km,
- drogi powiatowe – 7 274 km

Przez teren województwa przebiegają ważne szlaki komunikacyjne ze wschodu na zachód i z północy na południe. Pierwszy z nich biegnie z Berlina przez Warszawę i Grodno do Sankt Petersburga, a drugi – z Warszawy do Helsinek. To przyszła droga tranzytowa szybkiego ruchu, która połączy kraje bałtyckie z Europą Zachodnią.

Główne europejskie drogi tranzytowe to³⁷:

- S 19, Kuźnica Białostocka (granica państwa) – Sokółka – Białystok Lublin – Rzeszów – Barwinek (granica państwa),
- S 8, Białystok – Warszawa – Wrocław,
- S 61, Budzisko (granica państwa) – Suwałki – Augustów – Grajewo – Łomża – Warszawa.

Funkcjonuje tu dziesięć przejść granicznych, w tym pięć drogowych, cztery kolejowe i jedno piesze.

Drogowe przejścia graniczne na granicy polsko-białoruskiej to:

- Kuźnica Białostocka – Bruzgi, dla ruchu towarowo-osobowego, bez ograniczeń. Jedno z najnowocześniejszych przejść granicznych w kraju o przepustowości 8000 pojazdów osobowych i 1500 towarowych na dobę,
- Bobrowniki – Bierestowica, ogólnodostępne dla ruchu towarowo-osobowego, bez ograniczeń, o przepustowości 500 pojazdów towarowych i 3000 pojazdów osobowych na dobę,
- Połowce – Pieszczatka, tylko dla ruchu osobowego obywateli Polski i Białorusi, o przepustowości 700 pojazdów, z wyłączeniem autokarów,
- Białowieża – Piererow, przejście piesze (rowerowe).

Drogowe przejścia graniczne na granicy polsko-litewskiej:

- Ogrodniki – Lazdijaj, dla ruchu towarowo-osobowego (samochody do 3,5 ton), o przepustowości 500-700 pojazdów na dobę,
- Budzisko – Kalvarija, dla ruchu towarowo-osobowego, bez ograniczeń, o przepustowości 1000 pojazdów towarowych i 3000 pojazdów osobowych na dobę³⁸.

³⁶ Plan działania systemu. Państwowe ratownictwo medyczne w województwie podlaskim, Podlaski Urząd Wojewódzki, Białystok 2011.

³⁷ Strategia rozwoju Województwa Podlaskiego do roku 2020, Urząd Marszałkowski Województwa Podlaskiego, 2013, s. 22.

³⁸ Plan działania systemu..., op. cit., s. 6.

W wymiarze krajowym i regionalnym strategiczne znaczenie odgrywają drogi:

- Nr 8, Warszawa – Białystok – Augustów – Suwałki – Budzisko – granica państwa,
- Nr 16, Olsztyn – Elk – Augustów – Pomorze – Poćkuny – Ogrodniki – granica państwa,
- Nr 19, granica państwa – Kuźnica – Białystok – Bielsk Podlaski – Siemiatycze – Lublin – Rzeszów,
- Nr 61, Warszawa – Ostrołęka – Łomża – Grajewo – Augustów,
- Nr 63, Pisz – Kolno – Kisielnica – Łomża – Zambrów – Czyżew – Sokółów Podlaski,
- Nr 65, granica państwa – Gołdap – Elk – Grajewo – Mońki – Białystok – Bobrowniki – granica państwa,
- Nr 66, Zambrów – Wysokie Mazowieckie – Brańsk – Bielsk Podlaski – Kleszczele – Czeremcha – granica państwa³⁹.

Sieć kolejową na terenie województwa tworzy 760 km eksploatowanych linii normalnotorowych (w tym zaledwie 220 km jest zelektryfikowanych), co stanowi około 3,4% łącznej ich długości w całym kraju. Przez województwo przebiega także 55 km linii szerokotorowych (granica państwa – Kuźnica Białostocka – Gieniusze oraz granica państwa – Siemianówka – Chryzanów), które łączą się z białoruską siecią kolejową. Wskaźnik gęstości linii kolejowych wynosi 3,4 km/100 km² (w kraju 7,1 km/100 km²), co daje 15 miejsce w zestawieniu ogólnopolskim. Przez województwo podlaskie przebiega korytarz sieci TEN-T tj. E 75 (RAIL BALTICA) objęty międzynarodowymi umowami AGC/AGTC, w szczególności liniami Warszawa – Białystok – Sokółka – Suwałki – Trakiszki – granica państwa z Litwą⁴⁰. Brak jest jednak szybkiej kolei umożliwiającej skrócenie czasu dojazdu z głównych ośrodków miejskich regionu oraz do Warszawy i innych miast.

Komunikacja lotnicza w województwie podlaskim nie istnieje. Na terenie województwa znajduje się lotnisko sanitarno-sportowe „Krywlany”, którego teren stanowi własność komunalną gminy Białystok. Istniejące tam urządzenia nie pozwalają aktualnie na realizację komunikacji pasażerskiej. Suwałki posiadają lotnisko sportowe Aeroklubu Suwalskiego, które pozwala na przyjmowanie niedużych awionetek pasażerskich oraz śmigłowców. W *Strategii Rozwoju województwa podlaskiego do 2020 roku* zapisano: *istnieją plany budowy regionalnego portu lotniczego na terenie województwa podlaskiego, którego uruchomienie planowane jest na 2018 rok*⁴¹. W chwili obecnej najbliższymi portami lotniczymi od województwa podlaskiego są: Warszawa–Okęcie (193 km od Białegostoku), Modlin (200 km od Białegostoku) oraz wojskowe lotnisko Szczytno-Szymany, w odległości 150 km od stolicy województwa.

³⁹Regionalny Program Operacyjny Województwa Podlaskiego na lata 2007 – 2013, Urząd Marszałkowski Województwa Podlaskiego, Białystok 2007, s. 32.

⁴⁰Plan działania systemu..., op. cit., s. 35.

⁴¹Strategia rozwoju Województwa Podlaskiego do 2020 ..., op. cit., s. 26.



Tabela 10. Szlaki turystyczne w Polsce (w km)

Wyszczególnienie	razem	piesze				narciarskie	rowerowe	konne	kajakowe	inne
		górskie	nizinne	dydaktyczne	spacerowe					
Polska	74486,00	11088,60	38101,70	177,20	627,20	428,70	18481,60	3557,80	1113,3	909,90
dolnośląskie	6206,30	4586,70	1269,00	38,00		14,50	168,00			130,10
kujawsko-pomorskie	5731,90		3386,30		55,80		1677,80		362,00	250,00
lubelskie	4447,60		3581,20	16,00	55,40		724,00	59,00		12,00
lubuskie	6180,80		2815,00		63,80		2595,10	580,00	73,30	53,60
łódzkie	2540,40		1604,40		23,70		739,30	173,00		
małopolskie	9332,10	3324,20	1146,80	7,50	102,00	218,00	2214,60	2308,00		11,00
mazowieckie	4219,10		3234,90	85,00	51,00		808,20	40,00		
opolskie	1497,60	157,10	941,50	18,70	7,90	28,20	228,00			116,20
podkarpackie	2246,10	1577,60	552,00		12,50		104,00			
podlaskie	4398,00		3329,10		3,00		1065,90			
pomorskie	3171,10		2818,40	5,50	37,70		300,50			9,00
śląskie	6186,60	1138,00	3353,50	6,50	148,50	168,00	1285,10	5,00		82,00
świętokrzyskie	2699,10	305,00	1056,60		50,00		1087,50			200,00
warmińsko-mazurskie	3011,80		2026,10				412,70	17,00	556,00	
wielkopolskie	5584,30		3367,20				2171,10			46,00
zachodniopomorskie	7033,20		3619,70		15,90		2899,80	375,80	122,00	

Źródło: *Turystyka w 2013 roku*, Główny Urząd Statystyczny, Warszawa 2013, s. 176.

Województwo podlaskie posiada dobrze rozwiniętą sieć szlaków turystycznych, głównie pieszych i rowerowych. Długość szlaków w 2010 roku, według danych Głównego Urzędu Statystycznego, wynosiła 4398 km, co stanowi 5,9% ogólnej długości szlaków w całym kraju. Pod tym względem podlaskie zajmuje 9 miejsce w rankingu województw⁴².

Inwentaryzacja gmin z wykorzystaniem stron internetowych prowadzonych przez gminy województwa podlaskiego, przeprowadzona na potrzeby niniejszego badania wskazuje, że łącznie przez obszary gmin przechodzi 579 odcinków szlaków turystycznych. Największe ilościowe zróżnicowanie szlaków turystycznych występuje w gminie Sejny – 22, Białymstoku i Krasnopolu – po 20, w Suwałkach – 19, Goniądzu – 17, Gródku, Jeleniewie, Nowince – po 16, w gminie Białowieża i Puńsk – po 15, w Augustowie i gminie Płaska – po 13. Liczną sieć szlaków (powyżej 10) posiadają też gminy: Płaska, Suraż, Wiżajny, Drohiczyn, Hajnówka, Narewka, Siemiatycze, Sokółka i Supraśl.

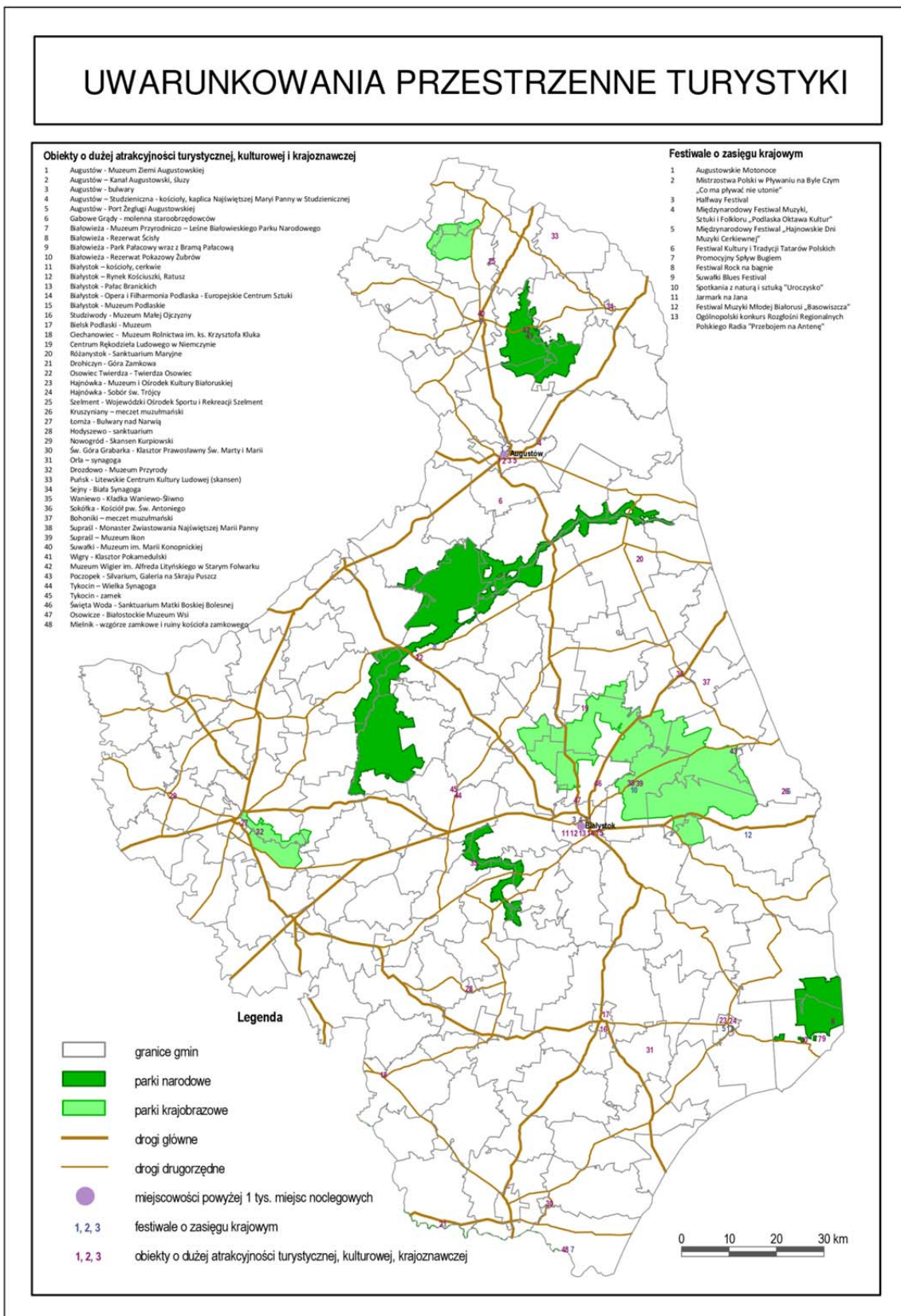
Przez teren województwa podlaskiego przebiega międzynarodowy szlak turystyczny (300 km), łączący Ateny z północnym przyłądkiem Norwegii. Ponadto na terenach leśnych występuje liczna sieć ścieżek edukacyjnych, które cieszą się ogromną popularnością wśród turystów preferujących krótkie wycieczki piesze⁴³. Najpopularniejsze ścieżki występują na terenie Puszczy Białowieskiej oraz w Wigierskim Parku Narodowym. Wewnętrzna dostępność komunikacyjną uzupełniają szlaki wodne umożliwiające rozwój turystyki kajakowej i żeglarskiej. Do najważniejszych i najczęściej odwiedzanych przez turystów są szlaki biegnące nurtem rzek: Czarna Hańcza, Biebrza, Rospuda, Narew, Narewka, Supraśl i Pisa. Istotnym elementem są szlaki żeglugi śródlądowej na Kanale Augustowskim, jeziorach: Wigry, Necko, Białe.

Największa koncentracja szlaków pieszych występuje w północnej części województwa, w Puszczy Knyszyńskiej oraz w dolinach rzek: Biebrzy, Narwi i Bugu. Szlaki rowerowe występują w rejonie Wigierskiego Parku Narodowego, Narwiańskiego Parku Narodowego, Puszczy Knyszyńskiej, Bagien Biebrzańskich. W podlaskim występuje znaczna ilość rzek i jezior znakomicie nadających się do uprawiania turystyki kajakowej. Najbardziej znane szlaki kajakowe zlokalizowane są na rzekach: Czarna Hańcza, Rospuda, Biebrza, Narew, Supraśl, Pisa i na Kanale Augustowskim. Zagospodarowanie szlaków turystycznych w regionie jest jednak słabe oraz brakuje systemu powiązań między nimi (wewnątrzregionalnych i zewnętrznych)⁴⁴.

⁴² *Turystyka w 2013 r.*, Główny Urząd Statystyczny, Warszawa 2013, s. 176.

⁴³ E. Panfiluk, *Zagospodarowanie turystyczne Puszczy Białowieskiej na przykładzie szlaków turystyki kwalifikowanej*, w: *Turystyka i Rekreacja na obszarach przyrodniczo cennych w regionach transgranicznych północno – wschodniej Polski*, red. W. Chiżniak, T. Ołdytowski, E. Szymańska, Wydawnictwo Politechniki Białostockiej, Białystok 2009, s.121.

⁴⁴ *Analiza kluczowych sektorów województwa ... op. cit.*, s. 12.



Mapa 2. Uwarunkowania przestrzenne turystyki

Źródło: opracowanie własne na podstawie BDL, 2013 r.

Uwarunkowania przestrzenne przedstawiono na mapie 2 Zestawienie danych wykorzystanych do opracowania mapy: *Uwarunkowania przestrzenne* zawiera załącznik nr 4.

- Załącznik 4. Zestawienie danych wykorzystanych do wykonania mapy: Uwarunkowania przestrzenne (płyta CD)

Podsumowanie

Wyniki przeprowadzonych analiz każą sformułować następujące wnioski:

- w województwie dominują zasoby leśne, w mniejszym stopniu występują zasoby wodne – jeziora i rzeki, które mogą być wykorzystane do rozwoju turystyki wypoczynkowej,
- region posiada cenne, rzadkie i unikatowe walory naturalne wpływające na zróżnicowanie krajobrazowe regionu, w tym rzeźby terenu,
- w województwie występują cenne i rzadkie walory przyrodnicze objęte różnymi formami ochrony w oparciu o które możliwy jest rozwój różnych form turystyki kwalifikowanej i specjalistycznej,
- spośród walorów antropogenicznych dominują te świadczące o różnorodności kulturowej i religijnej regionu (kościół, cerkwie, synagogi, meczety),
- ważnymi walorami antropogenicznymi są wydarzenia, w tym imprezy artystyczne o skali krajowej,
- województwo cechuje niewielkie zróżnicowanie wewnętrzne walorów, dominują zasoby przyrodnicze leśne (urozmaicone obszarami wodnymi w północnej części województwa),
- walory naturalne są przystosowane do rozwoju turystyki poprzez rozwiniętą sieć szlaków turystycznych,
- wokół obszarów występowania cennych przyrodniczo walorów turystycznych rozwija się baza turystyczna,
- istotne znaczenie mają szybko rozwijające się obiekty noclegowe, w szczególności hotele oraz gospodarstwa agroturystyczne,
- zaobserwowano niski poziom rozwoju infrastruktury rekreacyjnej oraz wypożyczalni sprzętu turystycznego,
- zauważa się zmiany w bazie gastronomicznej na rzecz wzrostu liczby restauracji,
- istotnym wyróżnikiem oferty gastronomicznej regionu jest kuchnia regionalna województwa oferująca unikalny i bogaty asortyment kulinarny różnych kultur zamieszkujących w przeszłości nasz region,
- ze względu na przygraniczne położenie region posiada dogodne połączenia komunikacyjne z krajami Europy Wschodniej.
- szczególnym wyróżnikiem regionu jest występowanie turystycznego pieszego, kajakowego i rowerowego przejścia granicznego z Białorusią.
- słabą stroną województwa jest mała dostępność komunikacyjna z krajami Europy Zachodniej ze względu na brak lotniska.



4. Zasoby funkcjonalne województwa podlaskiego i ich przestrzenne rozmieszczenie

4.1. Zasoby ekonomiczne

Wśród zasobów ekonomicznych należy zaliczyć działalność przedsiębiorstw *stricte* turystycznych i paraturystycznych oraz podmiotów publicznych na rzecz podnoszenia jakości otoczenia. Na potrzeby Zamawiającego w zakresie badania oceny znaczenia sektora turystycznego na rozwój społeczno-gospodarczy regionu analizie poddane zostaną wybrane rodzaje działalności turystycznej w podziale na branże *stricte* turystyczne i branże powiązane (okołoturystyczne). Za podmioty *stricte* turystyczne przyjęto działalność w obrębie następujących grup PKD 2007⁴⁵:

- zakwaterowanie (sekcja I dział 55),
- działalność usługowa związana z wyżywieniem w obiektach noclegowych (sekcja I dział 56),
- działalność organizatorów turystyki, pośredników i agentów turystycznych oraz pozostała działalność usługowa w zakresie rezerwacji i działalność z nią związana (sekcja N dział 79),
- transport lądowy (sekcja H dział 49)⁴⁶,
- transport wodny (sekcja H dział 50).

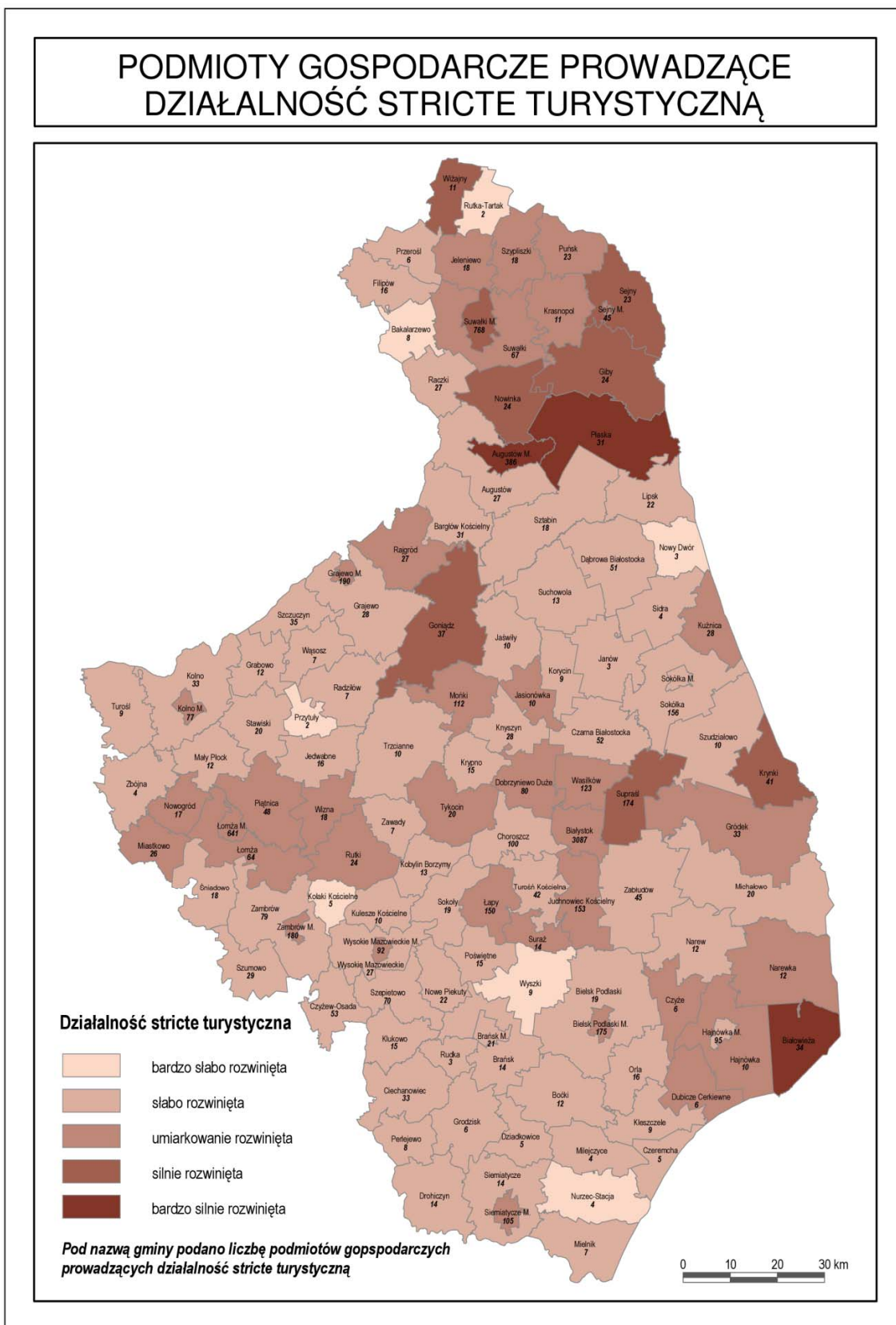
Za podmioty branż powiązanych (okołoturystycznych) przyjęto:

- działalność bibliotek, archiwów, muzeów oraz pozostałą działalność związaną z kulturą (sekcja R, dział 91),
- działalność sportowa, rozrywkowa i rekreacyjna (sekcja R, dział 93)
- handel hurtowy i detaliczny pojazdów samochodowych i naprawa pojazdów samochodowych (sekcja G dział 45),
- handel hurtowy z wyłączeniem handlu pojazdami samochodowymi (sekcja G dział 46),
- handel detaliczny z wyłączeniem handlu pojazdami samochodowymi (sekcja G dział 47).

W 2013 roku w Urzędzie Statystycznym zarejestrowanych było 447 podmiotów w sekcji I dziale 55 (zakwaterowanie) oraz 1717 podmiotów w dziale 56 (restauracje i pozostałe placówki gastronomiczne). Ponadto w dziale 50 (działalność transportu wodnego) zarejestrowane były 24 podmioty.

⁴⁵ Rozporządzenie Rady Ministrów z dnia 24.12.2007 r. w sprawie Polskiej Klasyfikacji Działalności (PKD), Dz. U. z 2007 r. nr 251, poz. 1885 oraz z 2009 r. nr 59, poz. 489.

⁴⁶ Wstępne obliczenia statystyczne ze względu na spłaszczenie wyników wykluczyły w dalszej analizie branży *stricte* turystycznej transport lądowy.



Mapa 3. Podmioty gospodarcze prowadzące działalność *stricte* turystyczną w województwie podlaskim

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych z BDL 2013.

W kodzie PKD dział 76: działalność organizatorów turystyki, pośredników i agentów turystycznych oraz pozostała działalność usługowa w zakresie rezerwacji i działalności z nią związane, zarejestrowanych było 278 podmiotów. Łącznie w 2013 roku działalność *stricte* turystyczną (według PKD) zarejestrowało w GUS 2 466 podmioty. Przestrzenny rozkład zaprezentowano na mapie 3.

■ Załącznik 5. Zestawienie danych do mapy: Podmioty *stricte* turystyczne (płyta CD)

Do gmin o dużej liczbie podmiotów *stricte* turystycznych należą gminy Augustów miasto, Białowieża oraz Płaska (Giby, Goniądz, Krynki, Nowinka, Sejny wieś, Supraśl, Suwałki wieś oraz Wiżajny. Są to gminy z silnie rozwiniętą działalnością *stricte* turystyczną. 35 gmin posiada umiarkowanie rozwiniętą działalność *stricte* turystyczną (szczegółowy rozkład przestrzenny zaprezentowano na mapie 3, wartości liczbowe zawiera załącznik nr 7).

Działalność usługową wspierało w województwie w 2013 roku 101 biur podróży⁴⁷. Największa ich ilość skupiona jest w Białymstoku (38), Suwałkach (13), Łomży (11), Augustowie (8), Hajnówce (8), pozostałe biura działają na innych obszarach turystycznych (Łapy, Sokółka, Siemiatycze, Bargłów Kościelny, Białowieża, Dziadkowice, Giby, Goniądz Grajewo, Krasnopol, Mońki, Nowinka, Nurzec-Stacja, Nowinka, Płaska, Raczki, Supraśl, Wąsosz i Zambrów). Biura te sprzedają usługi turystyczne zarówno do zewnętrznych destylacji, jak i zajmują się obsługą turystów na terenie województwa podlaskiego. Wykaz aktualnie działających biur podróży zawiera załącznik nr 6.

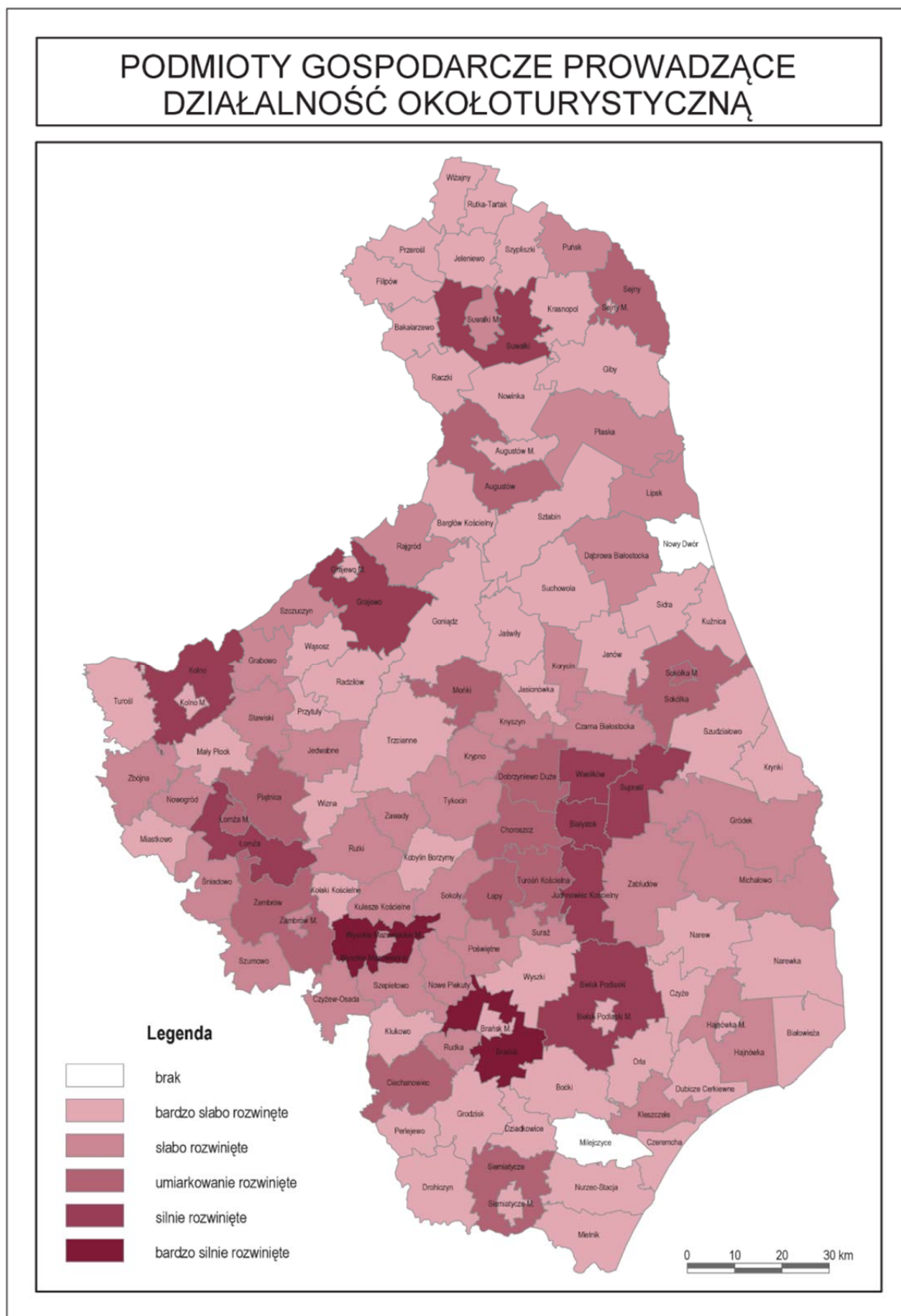
■ Załącznik 6. Wykaz aktualnie działających biur podróży w województwie podlaskim (płyta CD)

Działalność branż powiązanych z turystyką obejmowała w 2013 roku następujące liczby zarejestrowanych podmiotów poszczególnych – dział 91: Działalność bibliotek, archiwów, muzeów oraz pozostała działalność związana z kulturą – 148 podmiotów, w dziale 93: Działalność sportowa, rozrywkowa i rekreacyjna – 1116 podmiotów, w dziale 45: Handel hurtowy i detaliczny oraz naprawa pojazdów samochodowych – 3596 podmiotów, w dziale 46: Handel hurtowy, z wyłączeniem handlu pojazdami samochodowymi – 5544 podmioty, zaś w dziale 47: Handel detaliczny z wyłączeniem handlu pojazdami samochodowymi – 16 417 podmiotów. Szczegółowy rozkład przestrzenny zaprezentowano na mapie 4, szczegółowe dane zawarto w załączniku nr 7.

■ Załącznik 7. Wykaz danych wykorzystanych do wykonania mapy: Podmioty gospodarcze prowadzące działalność okołoturystyczną (płyta CD)

Analiza zbieżności obszarów ze zidentyfikowaną, od bardzo silnie do umiarkowanie rozwiniętej, działalnością *stricte* turystyczną i działalnością powiązaną, wskazuje, że tylko 10 gminom ze zidentyfikowaną bardzo silnie do umiarkowanie rozwiniętą działalnością *stricte* turystyczną towarzyszy rozwinięta działalność okołoturystyczna. Są to gminy: Białystok miasto, Brańsk miasto, Juchnowiec Kościelny, Bielsk Podlaski miasto, Grajewo miasto, Kolno miasto, Augustów, Choroszcz, Dobrzyniewo Duże, Ciechanowiec.

⁴⁷ Dane pozyskane w ramach badań własnych na podstawie analizy: stron internetowych poszczególnych gmin, powiatów; Informatora turystycznego Województwa Podlaskiego, Białystok 2014, oraz inwentaryzacji terenu przeprowadzonej w październiku 2014 r.



Mapa 4. Podmioty gospodarcze prowadzące działalność okołoturystyczną w województwie podlaskim

Źródło: opracowanie własne.

4.2. Zasoby organizacyjne

Zasoby organizacyjne mają istotny wpływ nie tylko na wzrost atrakcyjności potencjału turystycznego, ale również na osiągnięcie przewagi konkurencyjnej na rynku turystycznym. Zasoby funkcjonalne inaczej określane jako zasoby dynamiczne, odpowiadają za związki i relacje zachodzące pomiędzy zasobami strukturalnymi. Należą do nich inicjatywy podejmowane przez władze państwowe i samorządowe na rzecz rozwoju turystyki na właściwym poziomie decyzyjnym oraz aktywność społeczna. Najistotniejsze znaczenie w tym obszarze mają samorządy szczebla powiatowego i gminnego, gdyż rozwój turystyki na ich terytorium uzależniony jest od istniejących tam walorów turystycznych oraz elementów zagospodarowania turystycznego⁴⁸. Właściwe zarządzanie opiera się na odpowiednio opracowanej i konsekwentnie wdrażanej polityce turystycznej. Działania te mają za zadanie kompleksowe oddziaływanie władz (przy pomocy dostępnych metod i instrumentów determinujących decyzje podmiotów gospodarczych). Badania z zakresu konkurencyjności prowadzone w ośrodkach turystycznych Australii o różnym poziomie rozwoju sektora turystycznego wskazują, że na osiągnięcie przewagi konkurencyjnej regionu turystycznego wpływają czynniki wewnętrzne zależne i czynniki zewnętrzne niezależne. Dla potrzeb niniejszych badań istotne znaczenie mają czynniki wewnętrzne zależne i należą do nich działania dotyczące przestrzegania czterech głównych zasad: ochrony środowiska, dominującego udziału sektora turystycznego w regionie, wzmocnienie kanałów dystrybucji oraz kreowanie przedsiębiorczości⁴⁹. Ponadto konkurowanie regionu turystycznego i osiągnięcie pozycji zależy od już osiągniętej pozycji na rynku turystycznym, etapu rozwoju i pozycji przewagi komparatywnej przestrzeni turystycznej. Wyniki badań dowodzą, iż w ośrodkach turystycznych, w których sektor turystyczny jest w pierwszej fazie rozwoju, do najistotniejszych działań wspierających działalność turystyczną należą zadania z zakresu polityki informacyjno-promocyjnej, działalność wspierająca rekreację, w szczególności tworzenie ogólnodostępnej infrastruktury sportowo-rekreacyjnej, podejmowanie działań w zakresie ochrony środowiska oraz kultury. W dalszej kolejności w regionach, które już osiągnęły wysoką pozycję na rynku turystycznym, najwyższą siłę oddziaływania na pozycję konkurencyjności obszaru recepcji turystycznej odgrywają trzy elementy: zdolność regionu do rozwoju infrastruktury turystycznej i jej różnorodne wykorzystanie, zdolność lokalnej branży turystycznej i władz do współpracy w dążeniu do utrzymania przewagi konkurencyjnej oraz kreatywność systemów zarządzania i istnienie wizji rozwoju przyszłości turystyki⁵⁰. W niniejszej części analizie poddane zostaną cztery czynniki zasobów organizacyjnych: prowadzenie polityki informacyjno-promocyjnej, zdolność podmiotów recepcji turystycznej do współpracy oraz polityka turystyczna, w tym zasady organizacyjne zarządzania turystyką na szczeblu gminy, dokumenty strategiczne świadczące o istnieniu wizji rozwoju sektora turystycznego oraz wydatki gmin na turystykę, kulturę i ochronę środowiska.

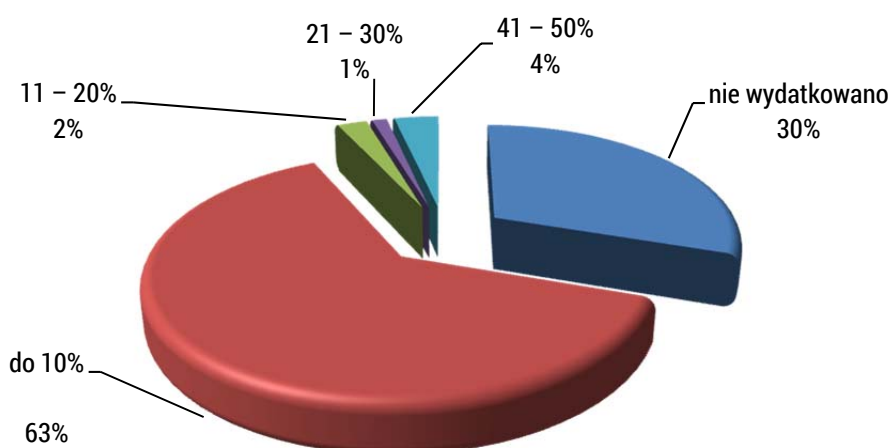
⁴⁸ A. Rapacz, *Organizacja i zarządzanie turystyką w Polsce na szczeblach lokalnym i regionalnym*. w: *Gospodarka turystyczna. Wybrane zagadnienia jej funkcjonowania*, red. A. Rapacz, Wydawnictwo AD REM, Jelenia Góra 2009, s.16.

⁴⁹ A. Poon 1993, *Tourism, Technology, and Competitive Strategy*. CAB International: Wallingford, s.24.

⁵⁰ S. Wilde, C. Cox, 2008, *Linking Destination Competitiveness and Destination Development: Findings from a Mature Australian Tourism Destination*, Conference Paper presented at the Travel and Tourism Research Association (TTRA) European Chapter Conference – Competition in Tourism: Business and Destination Perspectives, Helsinki (Finland), April 23-25, pp. 467-478.

W 2013 roku, w obszarze polityki informacyjno-promocyjnej, w regionie działało 59 punktów informacji turystycznej, łącznie w 25 miejscowościach. Najwięcej punktów Informacji Turystycznej (IT) działało w Białowieży (7 punktów), Hajnówce (7 punktów), Sejnach (3), Suwałkach (4) oraz w Goniądzu 2 punkty i w Białymstoku 3 punkty. Pozostałe punkty występują pojedynczo. Ważną inicjatywą pojętą przez Podlaska Regionalną Organizację Turystyczną (PROT) jest certyfikacja punktów informacji turystycznej od jednej gwiazdki do czterech. Łącznie na liście PROT-u znajduje się 28 punktów informacji, w tym osiem, którym nadano jedną gwiazdkę, jedenaście z nadanymi dwoma gwiazdkami, pięć punktów IT trzygwiazdkowych oraz cztery punkty IT czterogwiazdkowe. Czterogwiazdkowe punkty IT to: Centrum Informacji Turystycznej w Augustowie, Punkt Informacji Turystycznej Biebrzańskiego Parku Narodowego w Goniądzu oraz Centrum Informacji Turystycznej Wigierski park Narodowy w Krzywe, gmina Suwałki. W zakresie zintegrowanego systemu informacji turystycznej funkcjonuje platforma internetowa „Turystyczne Wrota” na portalu „Wrota Podlasia”⁵¹.

Wyniki badań ankietowych przeprowadzone wśród podmiotów jednostek samorządowych (badania całościowe – zwrotność 81 uzyskanych odpowiedzi) i przedsiębiorstw branży turystycznej (skierowane do podmiotów aplikujących o środki unijne z działania 3.2; 3.1. oraz 6.3., badania całościowe – zwrotność 25 uzyskanych odpowiedzi), pozwalają stwierdzić, że nadziałania promocyjne zdecydowana większość podmiotów (63% badanych) przeznaczają do 10% wydatków inwestycyjnych, tylko niewielki odsetek jednostek publicznych (2%) wydaje na promocje do 20% środków inwestycyjnych, 1% – do 30% środków inwestycyjnych, zaś 4% – od 41 do 50% wydatków inwestycyjnych, a 30% badanych jednostek samorządowych nie wydaje środków finansowych na działania promocyjne swojego obszaru (rys. 9).

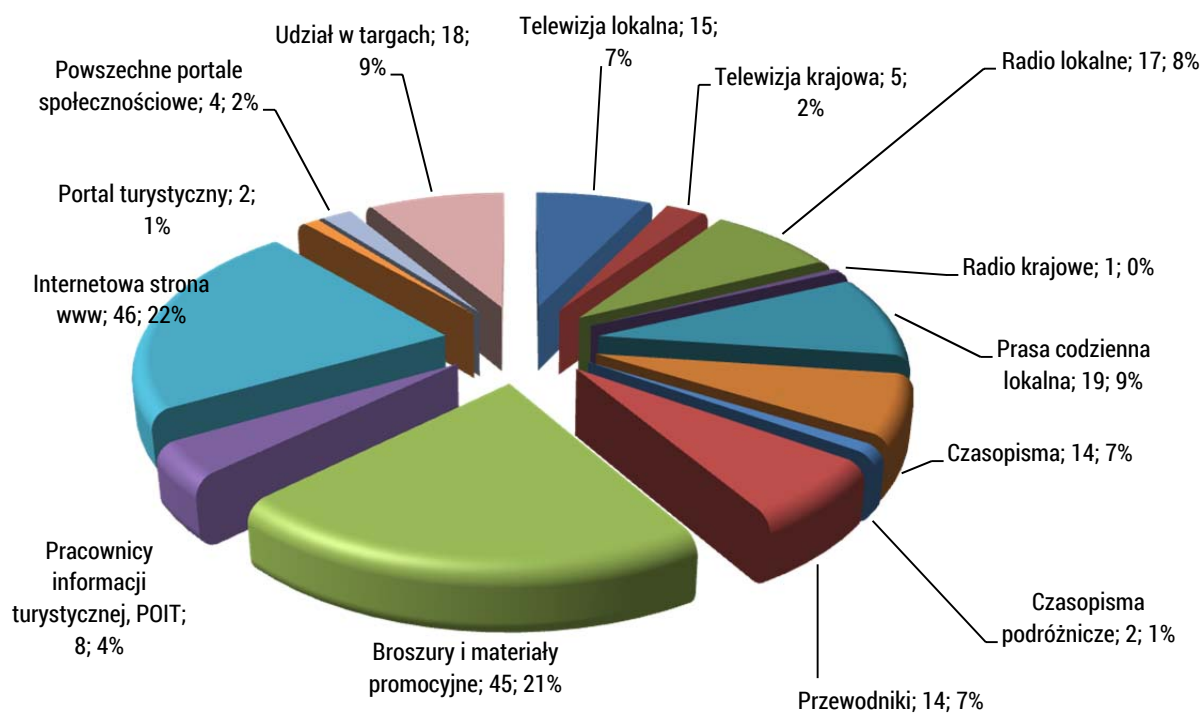


Rys. 9. Wielkość wydatków na działania promocyjne przez jednostki samorządowe (% ogólnych wydatków przeznaczonych na działania inwestycyjne)

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ankietowych (grudzień 2014 – luty 2015).

⁵¹ Dane pozyskane w ramach badań własnych na podstawie analizy: stron internetowych poszczególnych gmin, powiatów; Informatora turystycznego Województwa Podlaskiego, Białystok 2014, oraz inwentaryzacji terenu przeprowadzonej w październiku 2014 r..

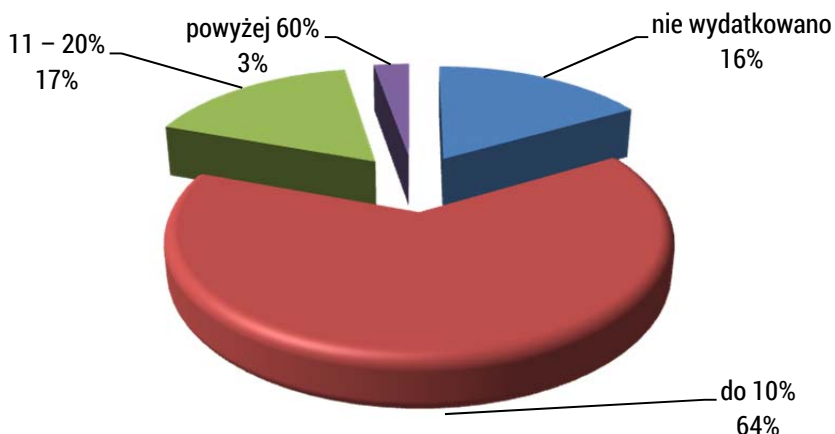
Szczegółowa analiza form promocji wskazuje, że większość promujących się gmin wykorzystuje stronę www do promocji swojego obszaru, spośród pozostałych form promocji dominują lokalne formy promocji w prasie i lokalnym radiu i telewizji. 21% podmiotów przeznaczają swoje środki na wydanie broszur i materiałów promocyjnych. Tylko pięć podmiotów wykorzystuje krajową telewizję, a jeden podmiot – krajowe radio (rys. 10).



Rys. 10. **Formy promocji obszaru stosowane przez jednostki samorządowe woj. podlaskiego w latach 2007-2013**

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ankietowych (grudzień 2014 – luty 2015).

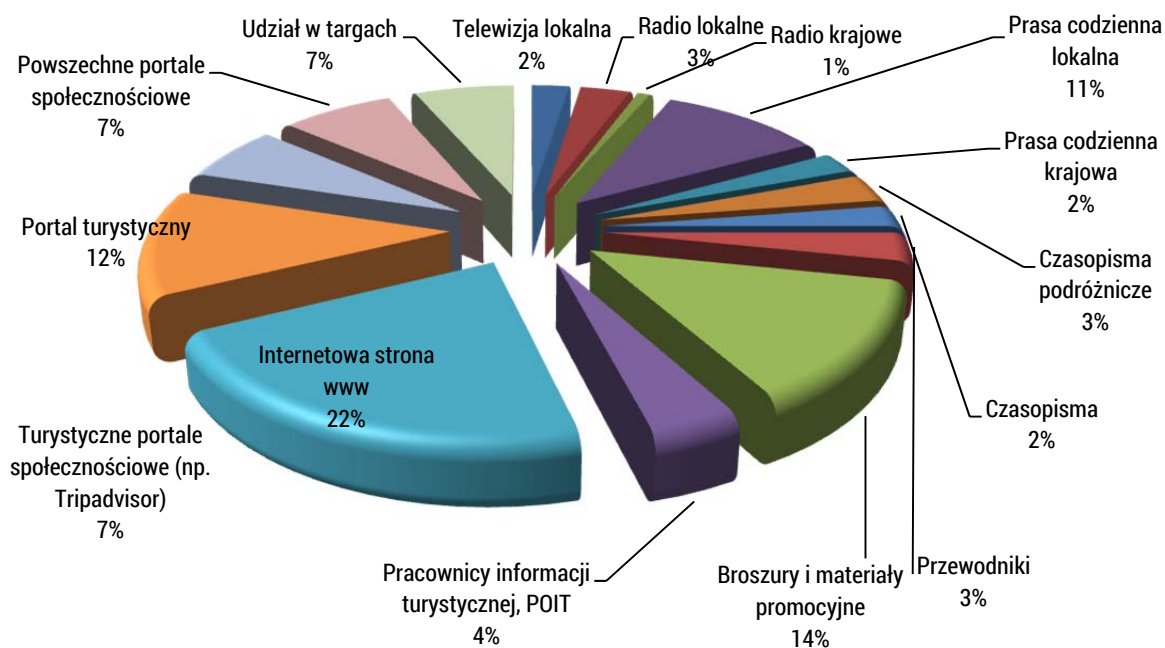
Analiza aktywności działań promocyjnych prowadzonych przez podmioty prywatne wskazuje, że 16% badanych nie inwestuje środków pieniężnych w działania promocyjne. Z wywiadów wynika, że często podmioty prowadzą promocje, np. w formie vouchera na bezpłatny pobyt w obiekcie. Formę tę traktują jako bezkosztową. 64% badanych na promocję przeznaczają do 10% środków inwestycyjnych, od 11% do 20% środków wydaje 17% badanych, zaś powyżej 60% środków inwestycyjnych wydaje tylko 3% badanych (rys.11).



Rys. 11. Wielkość wydatków przeznaczanych na działania promocyjne przez podmioty prywatne (% ogólnych wydatków przeznaczonych na działania inwestycyjne)

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ankietowych (grudzień 2014 – luty 2015).

Analiza form promocji wskazuje na dominację promocji z wykorzystaniem narzędzi internetowych, oprócz stron www wykorzystywanych przez 22% badanych, 12% badanych wykorzystuje portale turystyczne, odpowiednio po 7% popularne portale społecznościowe i turystyczne portale społecznościowe. Niewielki odsetek badanych promuje swoje usługi na rynku krajowym z wykorzystaniem telewizji (2%), radia (1%) czy czasopism podróźniczych (3%) (rys.12).

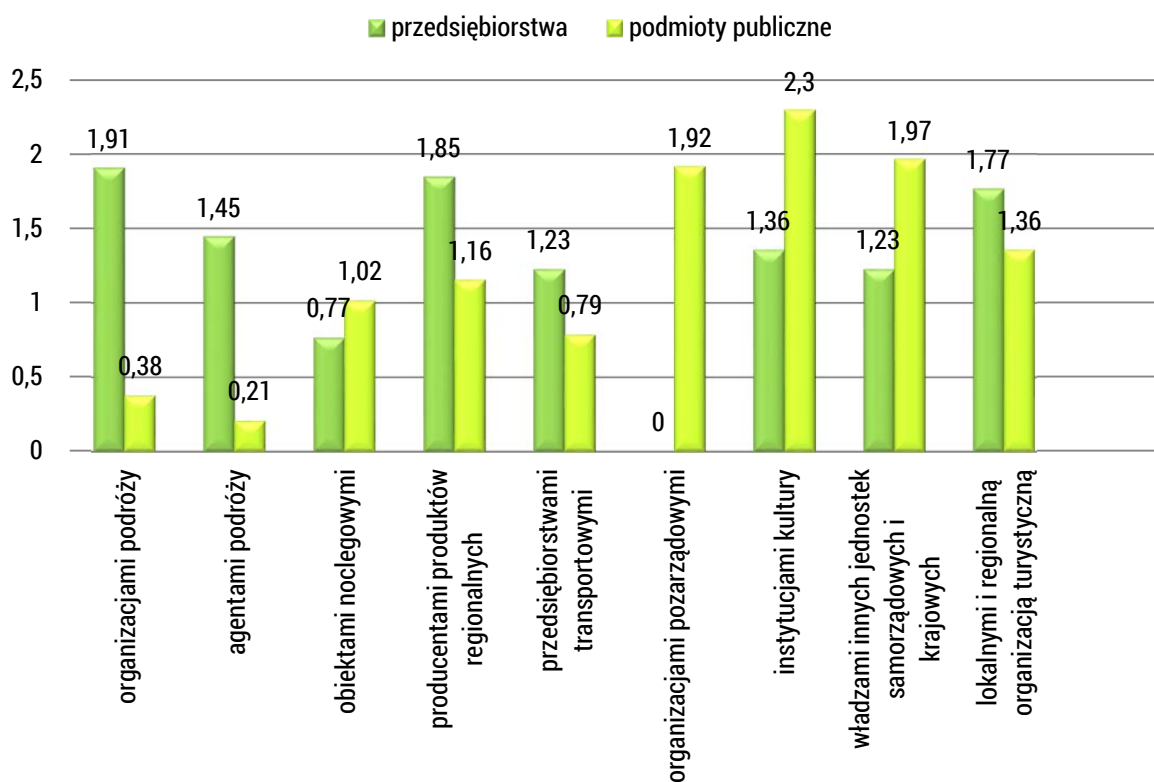


Rys. 12. Formy promocji stosowane w promocji obszaru przez podmioty prywatne w latach 2007-2013

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ankietowych (grudzień 2014 – luty 2015).

Zdolność podmiotów do współpracy obliczono, jako średnią ważoną wartości odpowiedzi uzyskanych z badań ankietowych. Respondenci dla wskazanych ewentualnych partnerów współpracy określali częstotliwość podejmowanej współpracy. Słowo „wcale” odpowiadało – nie podejmuję współpracy i sklasyfikowane zostało, jako 0 punktów w ocenie. Słowo „sporadycznie” sklasyfikowane zostało jak 1 pkt, słowu „często” przypisano 2 pkt, słowu „bardzo często” – 3 pkt, zaś słowu „stale” przypisano 4 pkt. Liczbę odpowiedzi przeskalowano według rangi odpowiedzi, a następnie obliczono średnią ważoną i wyznaczono z pomocą skali od 1 do 4 zdolność podmiotów do współpracy. W wyznaczonej skali 1 oznacza minimalną zdolność, 2 – zdolność na średnim poziomie, 3 korzystny poziom współpracy, zaś wartości 4 przypisano aktywną współpracę o wysokim poziomie zaangażowania.

Badania przeprowadzone wśród samorządów i przedsiębiorców branży turystycznej w obszarze zdolności podmiotów do współpracy wskazują, że ich zdolność w kategorii punktów od 1 do 4 mieści się poniżej średniej zarówno wśród podmiotów prywatnych, jak i publicznych. Podmioty publiczne współpracują na średnim poziomie z instytucjami kultury, organizacjami samorządowymi oraz innymi jednostkami władzy samorządowej i krajowej. Podmioty prywatne podejmują współpracę na średnim poziomie z organizacjami podróży, producentami produktów regionalnych oraz lokalnymi i regionalnymi organizacjami turystycznymi (rys. 13).



Rys. 13. Aktywność współpracy przedsiębiorstw i podmiotów publicznych z wybranymi instytucjami (średnia ważona w skali od 0 – brak współpracy do 4 aktywna współpraca)

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ankietowych.

Przedsiębiorcy podejmują współpracę w obszarze promocji usług, udziału w targach turystycznych, organizacji imprez, koncertów i festynów, sprzedaży produktów różnych producentów produktów regionalnych w różnych sklepach firmowych. Na uwagę zasługuje obszar współpracy stałej podejmowanej z większością wskazanych podmiotów tj.: „*Nawiązanie współpracy z firmami z branży szkoleniowej takimi jak np. ...⁵² (efektem współpracy w 2014 roku był pobyt 32 dzieci na 10 dniowych koloniach); Pozyskanie klientów na imprezy integracyjne dla pracowników firm m.in.:; Nawiązanie bezpośredniej współpracy z Krajowymi biurami Podróży Efektem współpracy była organizacja pobytu dla grup polskich i zagranicznych; Nawiązanie bezpośredniej współpracy z Zagranicznymi biurami Podróży Efektem współpracy są przyjazdy grup zagranicznych (np. ornitologów); inne formy promocji: np. organizacja wizyt studyjnych...”.* To najczęściej wskazywane pożądane obszary współpracy w zakresie promocji i wsparcia w tworzeniu infrastruktury, w tym komunikacyjnej.

Podmioty publiczne podejmują współpracę w obszarze promocji regionu, w zakresie wsparcia realizowanych projektów z zakresu kultury i turystyki, pozyskiwania środków finansowych na realizację zadań z zakresu promocji, turystyki i kultury, organizacji wydarzeń artystycznych i turystycznych, wspólne opracowywanie i wydawanie materiałów promocyjnych, w tym folderów. Za najbardziej pożądane kierunki współpracy uznaje się wspólną realizację projektów, m.in. w zakresie budowy infrastruktury turystycznej i promocji oraz sporadycznie, w zakresie tworzenia strategii rozwoju.

Szczegółowa analiza polityki turystycznej na poziomie lokalnym wskazuje, że 28 gmin posiada wyodrębnione komórki organizacyjne do spraw turystyki. Ponadto tylko gminy: Czarna Białostocka i Suwałki, posiadają odrębne dokumenty strategiczne. Na uwagę też zasługują działania zarządzające turystyką w gminach: Sokoły, Hajnówka, Łapy, Nowogród, Szypliszki, w których wyodrębniono komórki organizacyjne do spraw turystyki działające na rzecz rozwoju tego sektora.

Istotnym wskaźnikiem, który odzwierciedla system zarządzania przestrzenią turystyczną⁵³ jest też wielkość wydatków przeznaczonych na działania związane ze wsparciem turystyki. Tylko dziewięć gmin przeznacza na turystykę i kulturę ponad 150 zł w przeliczeniu na 1 mieszkańca. Należą do nich gminy: Suwałki miasto, Augustów miasto, Jeleniewo, Narewka, Płaska, Rutka-Tartak, Szypliszki, Raczki, Przerósł⁵⁴.

Istotne znaczenie mają wydatki gmin na kulturę. Analiza zależności pomiędzy wydatkami na kulturę przeznaczanymi na 1 mieszkańca, a liczbą uczestników imprez turystycznych, wskazuje na wyraźny związek w tym obszarze. W gminach na terenie, których odbywają się imprezy o przynajmniej zasięgu regionalnym wydatki na kulturę wzrastają. Taką tendencję zaobserwowano w przypadku gmin: Korycin, Filipów, Tykocin, Michałowo, Kleszczele⁵⁵.

⁵² Wielokropek w cytowanych wypowiedziach zastosowano ze względu na zachowanie anonimowości i oznacza, że wypełniający ankietę wpisał konkretne nazwy podmiotów, z jakimi współpracuje.

⁵³ Przestrzeń turystyczna to przestrzeń na obszarze, której występują zjawiska procesów gospodarczych wywołanych ruchem turystycznym. Składa się z obszarów, w obrębie, których świadczone są usługi rekreacyjne, gdzie może być realizowany jeden lub kilka programów rekreacyjnych zainicjowanych przez turystów, za: Butler R., *The concept of a tourism and cycle of evolution*, „Canadian Geographer” 1980, nr 24.

⁵⁴ BDL, 2013.

⁵⁵ Ibidem.

Ważną dla rozwoju sektora turystycznego jest aktywność społeczna. Przejawia się ona liczbą organizacji pozarządowych. Łącznie w województwie podlaskim zidentyfikowano 38 organizacji wspierające rozwój turystyki.

Organizacje pozarządowe działające w sferze turystyki to przede wszystkim stowarzyszenia (92%), których członkami są osoby fizyczne (92%), znacznie mniej liczną grupę stanowią osoby prawne (23%) oraz samorządy terytorialne (również 23%). Struktura członkowska świadczy o niskim poziomie współpracy pomiędzy sektorem organizacji pozarządowych, przedsiębiorcami i samorządami. Można, zatem stwierdzić, że NOG-sy nie stanowią dostatecznie silnie rozbudowanej struktury by stać się platformą łączącą podmioty prywatne, osoby fizyczne i podmioty publiczne działające w sferze turystyki. Są to przede wszystkim organizacje młode. Zaledwie 23% badanych organizacji powstało przed rokiem 2000, pozostałe zaś 77% powstałe działają od 14 do 8 lat na rynku turystycznym. Ich działalność opiera się na funduszach pozyskanych z budżetów gmin i składek członkowskim. Tylko 38% organizacji posiadają wpis do rejestru przedsiębiorców, co może prowadzić do wniosków, że są one stabilne finansowo i mogą w sposób ciągły realizować swoje cele.

Analiza potencjału kapitału ludzkiego, jakim dysponują organizacje wskazuje, że ich liczebność jest bardzo zróżnicowana. Od organizacji jednoosobowej (przedsiębiorstwo), do organizacji liczącej 510 członków. Większość badanych organizacji zrzesza nie więcej jak 50 członków. Należy tu zaznaczyć, że za aktywnych uznaje się średnio 64% członków poszczególnych organizacji. Na niskim poziomie plasuje się też zatrudnienie w organizacjach. Tylko 38% posiada zatrudnionych pracowników na przynajmniej jednym etacie, w tym połowa z tych organizacji zatrudnia tylko jednego pracownika. Tylko w największej spośród badanych, liczącej sobie 510 członków, zatrudnionych jest 9 pracowników. Podobnie niską aktywność wykazują organizacje w zakresie wolontariatu. Większości (54%) NGO nie udało się pozyskać ani jednego wolontariusza. Jedna z nich ma 3 wolontariuszy, dwie – po 2 wolontariuszy, w jeszcze jednej działa 4 wolontariuszy. Analiza kapitału ludzkiego organizacji pozarządowych wskazuje, że większość z nich nie posiada wystarczających zasobów kapitału ludzkiego by móc realizować w sposób ciągły swoje cele statutowe i wpływać na procesy zmian zachodzących w sektorze turystycznym.

Pomimo niestabilności zarówno finansowej jak i kapitału ludzkiego organizacje działają na rynku ogólnokrajowym (69%), niewiele mniej – na rynku lokalnym (62%). Zdecydowanie mniej badanych prowadzi działalność tylko na skalę międzynarodową (23%) i regionalną – (23%).

Analiza form aktywności organizacji pozarządowych wskazuje, że większość z nich mimo deklaracji celów w zakresie rozwoju turystyki swoje działania koncentruje na organizacji spotkań integracyjnych (92%), dopiero kolejnym celem są cele turystyczne jest opracowywanie ofert turystycznych (85%) oraz działalność promocyjna (69%). Tylko nieliczne organizacje wspierają sektor turystyczny poprzez takie formy aktywności jak organizacja szkoleń (38%) i konferencji (31%) oraz lobbing na rzecz swoich członków (23%).

Z przeprowadzonych badań można sformułować następujące wnioski:

- turystyczne NGO nie posiadają dostatecznego kapitału ludzkiego do realizacji swoich celów statutowych, są niestabilne finansowo, co dodatkowo utrudnia ciągłość ich działalności,
- pomimo trudności podejmują działania na rynku krajowym (69%) i lokalnym (62%), jednak ich działania są niestabilne, jednorazowe i przede wszystkim niskobudżetowe ze względu na brak stałego źródła finansowania,

- zgodnie z celami statutowymi organizacje wspierają działania w zakresie rozwoju turystyki, jednak w niewielkim stopniu oddziałują na wzrost kapitału ludzkiego na rynku lokalnym poprzez szkolenia, konferencji czy lobbing na rzecz swoich członków,
- decydujący udział osób fizycznych w strukturach organizacji powoduje, że nie mogą one pełnić w regionie pomostu integrującego współpracę w sektorze turystyki pomiędzy różnymi interesariuszami,
- krótki okres działalności organizacji powoduje, że nie posiadają one dostatecznego doświadczenia w zakresie realizacji celów statutowych.

Reasumując, należy uznać, że badane organizacje mimo swojego krótkiego działania znalazły swoje trwałe miejsce na rynku turystycznym województwa podlaskiego, a ich aktywność w każdej z proponowanych form działalności jest niska, lecz stosunkowo stabilna. Jednak należy stwierdzić, że wpływ turystycznych organizacji pozarządowych na rozwój gospodarczy regionu, a także na regionalny rynek turystyczny, jest raczej niewielki.

Podsumowanie

Przegląd zasobów funkcjonalnych potencjału turystycznego województwa pozwala na wskazanie następujących wniosków:

- słabą stroną systemu zarządzania na poziomie lokalnym jest brak programów rozwoju turystyki oraz brak wyodrębnionych referatów zarządzania turystyką w strukturze samorządowej na poziomie gminy i powiatu,
- słabe strony systemu zarządzania turystyką pozwalają na sformułowanie wniosku o braku jednolitej polityki turystycznej na poziomie lokalnym, co potwierdza też niski poziom wydatków gmin na turystykę,
- na działania promocyjne przeznaczają się średnio do 10% wydatków inwestycyjnych, poza stroną internetową, w większości promocja obszaru prowadzona jest na rynku lokalnym, a nie krajowym i międzynarodowym,
- wydatki gmin na kulturę wykazują zależności pomiędzy wielkością wydatków na kulturę przeznaczoną na 1 mieszkańca, a liczbą uczestników imprez turystycznych,
- w gminach na terenie, których odbywają się imprezy o przynajmniej zasięgu regionalnym wydatki na kulturę wzrastają.
- podmioty publiczne współpracują na średnim poziomie z instytucjami kultury, organizacjami samorządowymi oraz innymi jednostkami władzy samorządowej i krajowej w obszarze promocji regionu, w zakresie wsparcia realizowanych projektów z zakresu kultury i turystyki, pozyskiwania środków finansowych na realizację zadań z zakresu promocji, turystyki i kultury, organizacji wydarzeń artystycznych i turystycznych, wspólne opracowywanie i wydawanie materiałów promocyjnych, w tym folderów,
- za najbardziej pożądane kierunki współpracy podmioty publiczne uznają wspólną realizację projektów, m.in. w zakresie budowy infrastruktury turystycznej i promocji oraz sporadycznie, w zakresie tworzenia strategii rozwoju,

- podmioty prywatne podejmują współpracę na średnim poziomie z organizacjami podróży, producentami produktów regionalnych oraz lokalnymi i regionalnymi organizacjami turystycznymi w obszarze promocji usług, udziału w targach turystycznych, organizacji imprez, koncertów i festynów, sprzedaży produktów różnych producentów produktów regionalnych w różnych sklepach firmowych,
- zaobserwowano niski poziom współpracy, w szczególności niska aktywność występuje w sferze współpracy przedsiębiorców – system zarządzania przestrzenią turystyczną,
- łącznie w województwie podlaskim zidentyfikowano 34 organizacje wspierające rozwój turystyki, w szczególności w środkowej i południowej części województwa,
- organizacje mimo swojego krótkiego działania znalazły swoje trwałe miejsce na rynku turystycznym województwa podlaskiego, a ich aktywność w każdej z proponowanych form działalności jest niska, lecz stosunkowo stabilna. Jednak należy stwierdzić, że wpływ turystycznych organizacji pozarządowych na rozwój gospodarczy regionu, a także na regionalny rynek turystyczny, jest raczej niewielki.



5. Przydatność potencjału turystycznego województwa podlaskiego do rozwoju wybranych form turystyki

W niniejszym rozdziale ocenie poddano zidentyfikowane zasoby potencjału turystycznego występujące na terenie województwa podlaskiego. Oceniono przydatność walorów potencjału turystycznego ze względu na motyw podróży krajoznawczej. Zidentyfikowano dominujący walor wypoczynkowy oraz dominujący rodzaj wypoczynku turystycznego, jaki może rozwijać się w oparciu o występujące walory turystyczne. Ponadto ocenie poddano potencjał turystyczny ze względu na jego rangę, wyodrębniono potencjał o randze międzynarodowej i krajowej. Ostatnim elementem oceny była ocena przydatności potencjału turystycznego województwa podlaskiego w odniesieniu do rozwoju wybranych form turystyki. Dokonano oceny przydatności potencjału w odniesieniu do rozwoju turystyki biznesowej, turystyki kulturowej, turystyki miejskiej i wiejskiej, turystyki kwalifikowanej, turystyki przygranicznej i tranzytowej oraz turystyki zdrowotnej.

5.1. Atrakcyjność wypoczynkowa

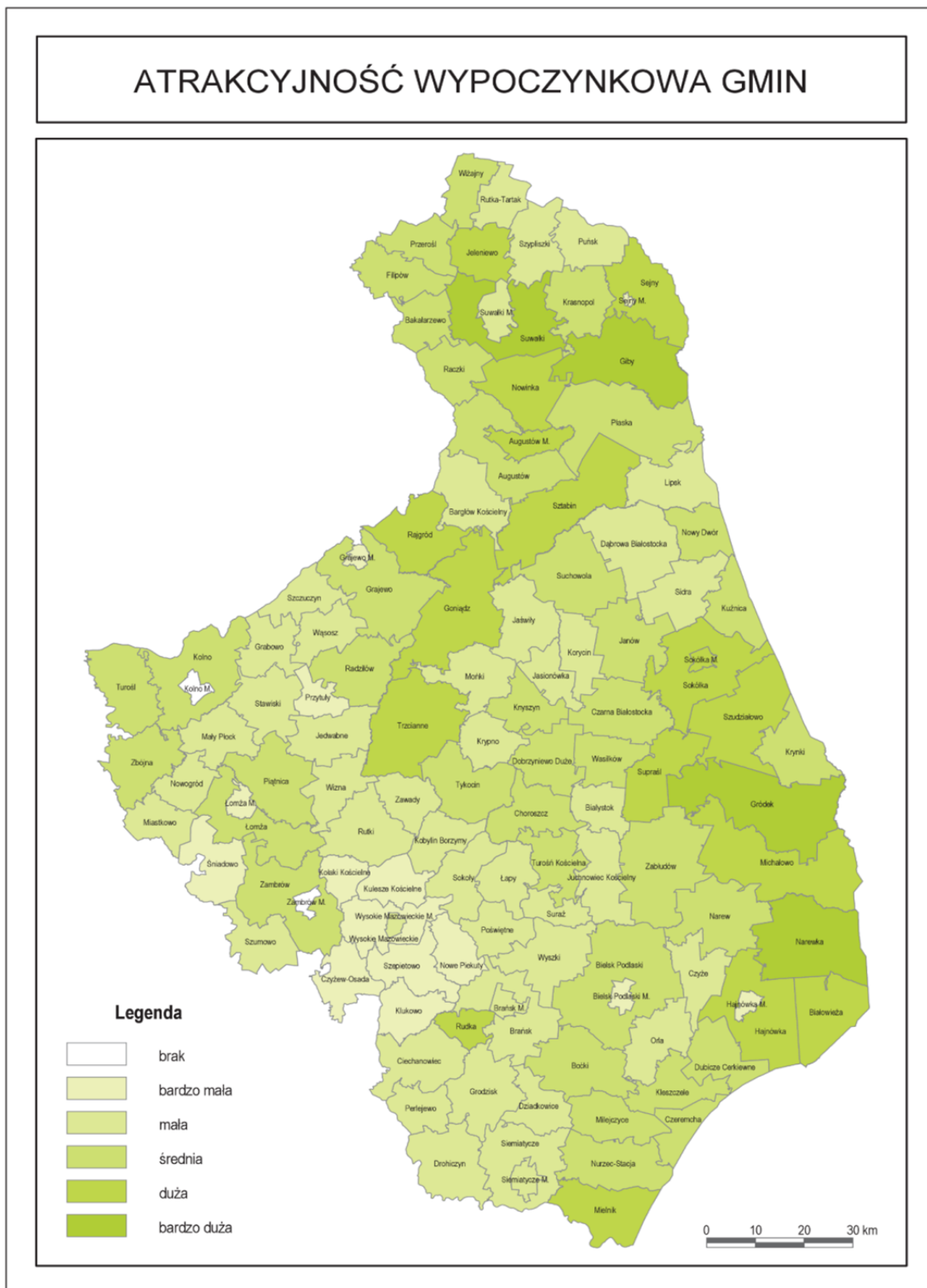
W ocenie atrakcyjności wypoczynkowej potencjału turystycznego wzięto pod uwagę walory naturalne, takie jak:

- powierzchnia obszarów leśnych (% powierzchni),
- zróżnicowanie rzeźby terenu (wysokość względna w m),
- powierzchnia jezior (% powierzchni),
- długość rzek powyżej 30 km (w m).

Wyodrębnione walory poddano porządkowaniu liniowemu i obliczono wskaźnik syntetyczny. Wartości wskaźnika pogrupowano na sześć klas i utworzono ratingi atrakcyjności wypoczynkowej potencjału turystycznego poszczególnych gmin. Wyniki przedstawiono na mapie 5, obliczenia zawiera załącznik 8).

- **Załącznik 8. Wykaz danych wykorzystanych do wykonania mapy: Atrakcyjność wypoczynkowa gmin (płyta CD)**

Wyniki dokonanych rankingów wskazują, że na terenie województwa podlaskiego 57 gmin, na ogólną liczbę 118, posiada bardzo dużą, dużą i średnią atrakcyjność wypoczynkową.



Mapa 5. Atrakcyjność wypoczynkowa gmin województwa podlaskiego

Źródło: opracowanie własne.

Najwyższą atrakcyjność wypoczynkową mają obszary, na których dominują, co najmniej dwa walory naturalne w kombinacji lasy i rzeki (gminy Giby, Gródek, Narewka) oraz rzeki i jeziora (Suwałki wieś). Dużą atrakcyjność wypoczynkową posiadają obszary, gdzie występują w średnim natężeniu, co najmniej trzy walory naturalne.

Odpowiednio duża powierzchnia lasów, długość sieci rzecznej uzupełniona o wysokie wskaźniki urzeźbienia terenu decydują o atrakcyjności wypoczynkowej Goniądza, Trzciannego, Szudziałowa, Sokółki, Rudki, Mielnika. Z kolei w gminie Jeleniewo, Rajgród o atrakcyjności wypoczynkowej decydują obszary jezior, długość rzek i urozmaicona rzeźba terenu. Niektóre obszary województwa posiadają atrakcyjne walory wypoczynkowe, o czym decyduje występowanie rzek, jezior i lasów (Michałowo, Sejny, Augustów miasto, Rajgród i Nowinka) oraz dominujące obszary leśne i rzeki (Hajnówka wieś, Sztabin, Supraśl i Białowieża).

Łącznie bardzo duża i duża atrakcyjność wypoczynkowa występuje na obszarze 20 gmin. Na średnim poziomie zidentyfikowano atrakcyjność wypoczynkową w kolejnych 37 gminach. O ich wysokiej atrakcyjności decyduje występowanie jednego waloru wypoczynkowego o dużym nasyceniu w skali województwa.

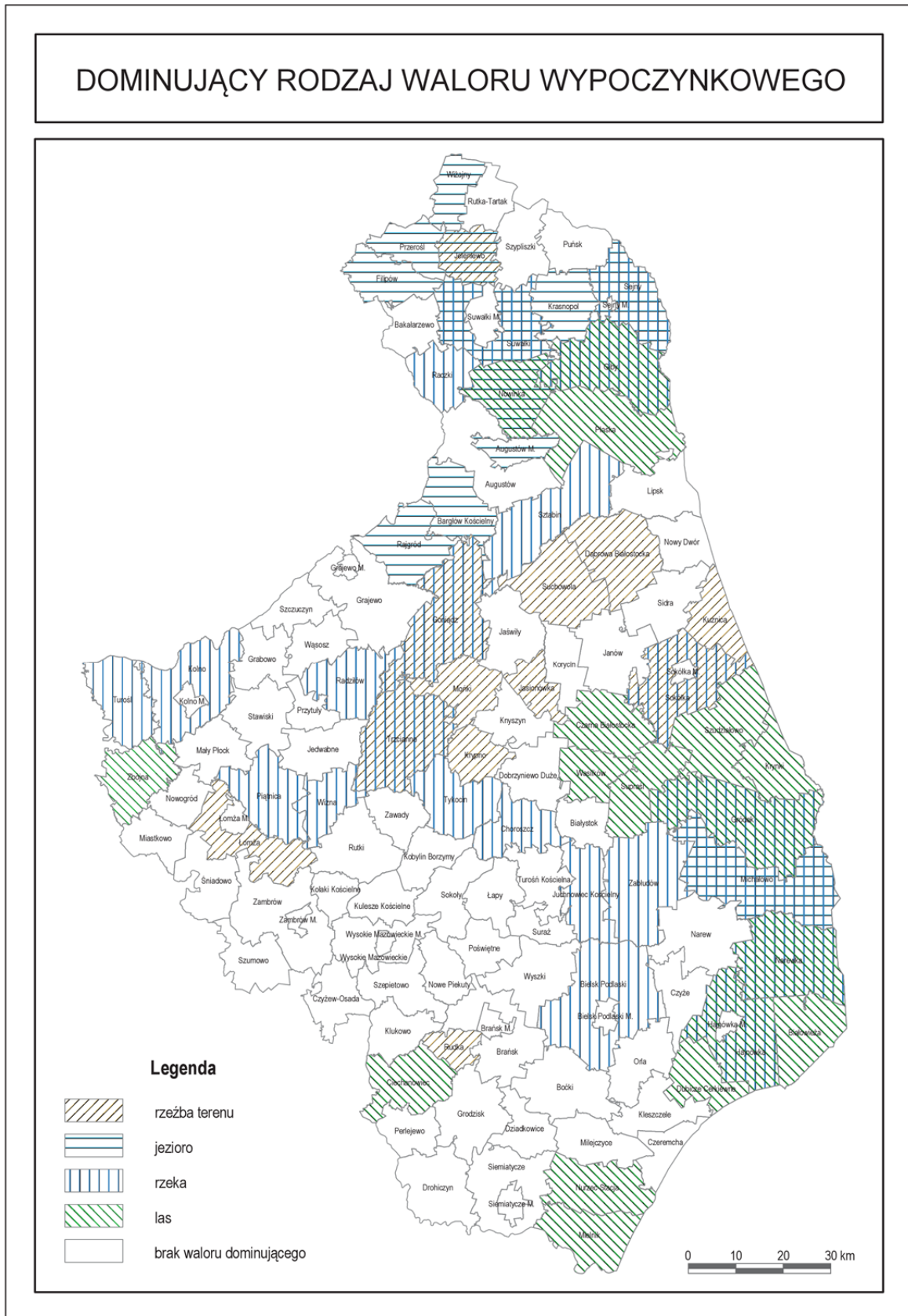
5.2. Atrakcyjność krajoznawcza

W ocenie atrakcyjności krajoznawczej potencjału turystycznego wzięto pod uwagę walory, które wyróżniają się w województwie ze względu na swoją cenność, rzadkość i unikatowość w skali kraju i świata oraz wartość poznawczą:

- obszary chronione (% powierzchni),
- zabytki (liczba).

Wyodrębnione walory poddano porządkowaniu liniowemu i obliczono wskaźnik syntetyczny. Wartości wskaźnika pogrupowano na cztery klasy i utworzono ratingi atrakcyjności krajoznawczej potencjału turystycznego poszczególnych gmin. Wyniki przedstawiono na mapie 6, wysokiej atrakcyjności krajoznawczej decydują powierzchnie obszarów chronionych, występujące na obszarach gmin: Trzciannie, Goniądz i Sztabin, objęte ochroną w ramach Biebrzańskiego Parku Narodowego, gmin: Gródek Supraśl, Szudziałowo i Czarna Białostocka, objęte ochroną w ramach Parku Krajoznawczego Puszczy Knyszyńskiej oraz gmina Białowieża na terenie, której występują cenne i rzadkie ekosystemy leśne objęte ochroną Białowieskiego Parku Narodowego. Ponadto wysoką atrakcyjność krajoznawczą ekosystemów leśnych uzupełniają cenne i rzadkie zabytki świadczące o wielokulturowości regionu w gminach Białowieża i Supraśl. Wysoką atrakcyjność krajoznawczą posiadają też obszary na terenie, których występują liczne cenne zabytki kultury materialnej. Są to miasta: Łomża, Białystok i Suwałki. Nieco niższą atrakcyjność krajoznawczą zaobserwowano na obszarach, gdzie występuje mniejsza powierzchnia obszarów chronionych lub niższa liczba zabytków (mapa 6).

- Załącznik 9. Wykaz danych wykorzystanych do wykonania mapy: Atrakcyjność krajoznawcza gmin (płyta CD)



Mapa 7. Dominujący rodzaj waloru wypoczynkowego gmin województwa podlaskiego

Źródło: opracowanie własne.

5.3. Dominujące rodzaje walorów wypoczynkowych

Szczegółowa analiza dominujących rodzajów wypoczynku w skali województwa wskazuje, że województwo podlaskie posiada mało zróżnicowane walory wypoczynkowe. Na większości obszarów dominuje tylko jeden walor przyrodniczy (rzeka, jezioro, las bądź urozmaicona rzeźba terenu). Dominującą rolę o walorach wypoczynkowych spełniają obszary leśne. Na niewielkich obszarach zidentyfikowano występowanie łącznie dwóch walorów wypoczynkowych. Często są to obszary leśne urozmaicone liczną siecią rzeczną (gminy Giby, Gródek, Narewka, Hajnówka wieś) lub obszary gdzie występują jeziora i rzeki (gminy Michałowo, Sejny i Suwałki wieś). W północnej części województwa występują łącznie, jako dominujące walory wypoczynkowe, rzeki i urozmaicona rzeźba terenu (gmina Jeleniewo), zaś w środkowej części województwa o walorach wypoczynkowych decyduje występowanie rzek i urozmaiconej rzeźby (Goniądz, Trzcianne, Sokółka) – mapa nr 7.

- Załącznik 10. Zestawienie danych do obliczenia atrakcyjności wypoczynkowej województwa podlaskiego według gmin (płyta CD)

5.4. Dominujący rodzaj wypoczynku turystycznego

W związku z tym, że dominującymi w województwie są walory wypoczynkowe, przede wszystkim lasy, rzeki i jeziora, dalszej analizie poddano potencjał turystyczny, która umożliwiła określenie dominującego rodzaju wypoczynku i zidentyfikowanie obszarów, na których dany rodzaj wypoczynku się rozwija. Wyznaczenia obszarów występowania dominującego rodzaju wypoczynku wodnego przeprowadzono z zastosowaniem oceny nasycenia walorów turystycznych umożliwiających rozwój tego rodzaju wypoczynku, to jest:

- powierzchnia jezior (% powierzchni),
- długość rzek powyżej 30 km (w m),

Ponadto by zidentyfikować obszary jej występowania do oceny włączono elementy zagospodarowania turystycznego umożliwiające jego uprawianie, to jest:

- hotele i obiekty noclegowe (liczba),
- placówki gastronomiczne (liczba),
- wypożyczalnie sprzętu rekreacyjnego (liczba).

Obszary występowania i rozwoju wypoczynku nadwodnego wyznaczono poprzez ocenę nasycenia walorów turystycznych i elementów zagospodarowania turystycznego, takich jak:

- powierzchnia jezior (% powierzchni),
- długość rzek powyżej 30 km (w m)
- hotele i obiekty noclegowe (liczba),
- placówki gastronomiczne (liczba).

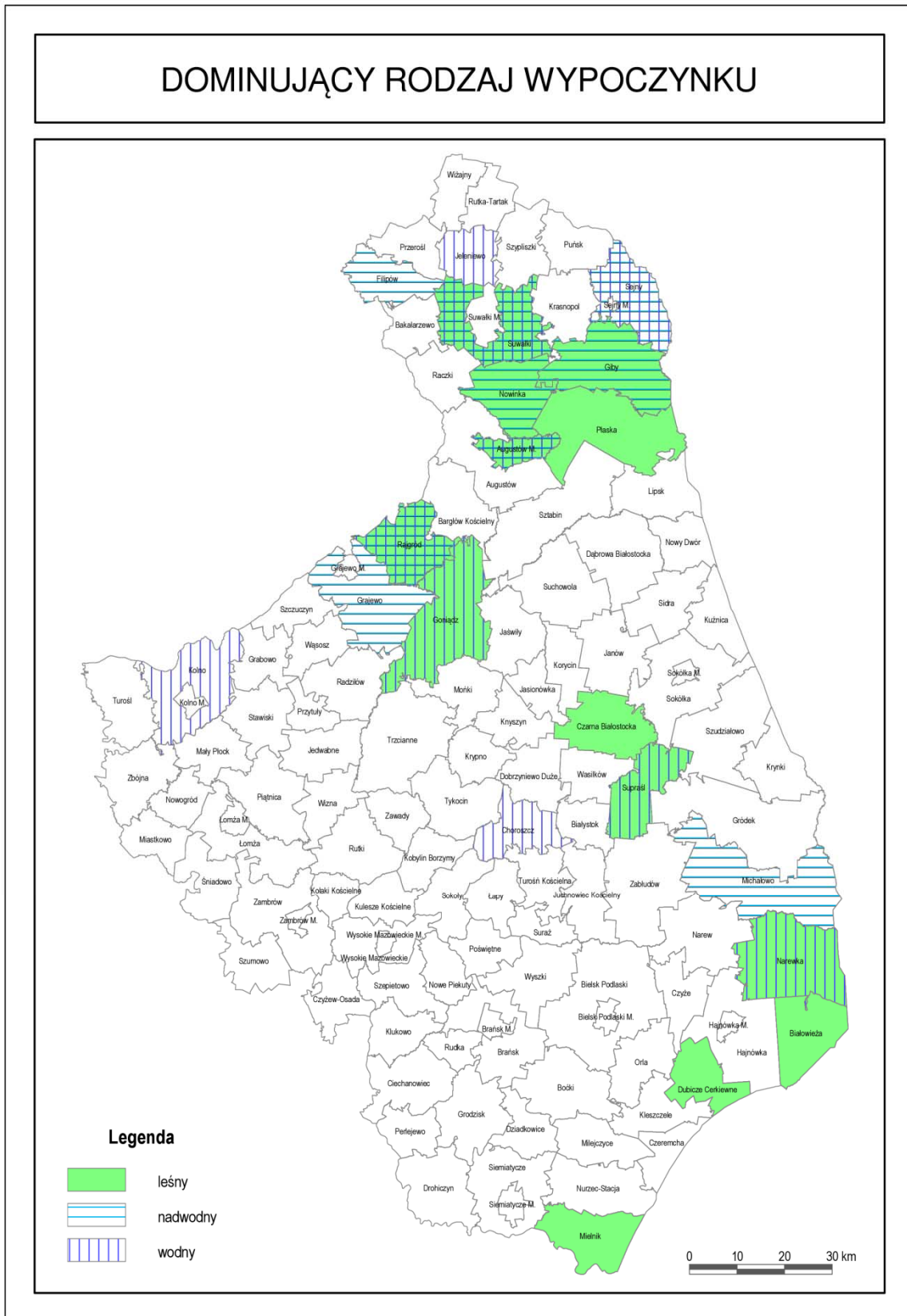
Obszary występowania i rozwoju wypoczynku leśnego wyznaczono poprzez ocenę nasycenia walorów turystycznych i elementów zagospodarowania turystycznego, takich jak:

- powierzchnia lasów (%),
- hotele i obiekty noclegowe (liczba),
- placówki gastronomiczne (liczba).

Zebrane dane poddano agregacji metodą porządkowania liniowego oraz analizie eksperckiej i wyznaczono obszary w podziale na gminy o najwyższej przydatności.

Łącznie na terenie województwa podlaskiego występuje potencjał umożliwiający rozwój wypoczynku leśnego, wodnego i nadwodnego. Są to tereny gmin: Suwałki, Augustów miasto i Rajgród. Decyduje o tym zarówno dominacja poszczególnych walorów wypoczynkowych umożliwiających rozwój tych form wypoczynku, jak i rozwinięte zagospodarowanie turystyczne. Ponadto potencjał turystyczny województwa umożliwia rozwój wypoczynku leśnego i nadwodnego w gminach Giby i Nowinka, leśnego i wodnego na terenie gmin: Goniądz, Supraśl, Narewka oraz wypoczynku nadwodnego i wodnego w gminie Sejny. Ponadto potencjał turystyczny gmin: Białowieża, Mielnik i Czarna Białostocka umożliwia rozwój wypoczynku leśnego, gmin: Grajewo, Michałowo, Filipów wypoczynku nadwodnego oraz gmin: Choroszcz, Kolno i Jeleniewo wypoczynku wodnego (mapa 8).

- **Załącznik 11. Wykaz danych wykorzystanych do wykonania mapy: Dominujący rodzaj wypoczynku (płyta CD)**



Mapa 8. Dominujący rodzaj wypoczynku w gminach województwa podlaskiego

Źródło: opracowanie własne.

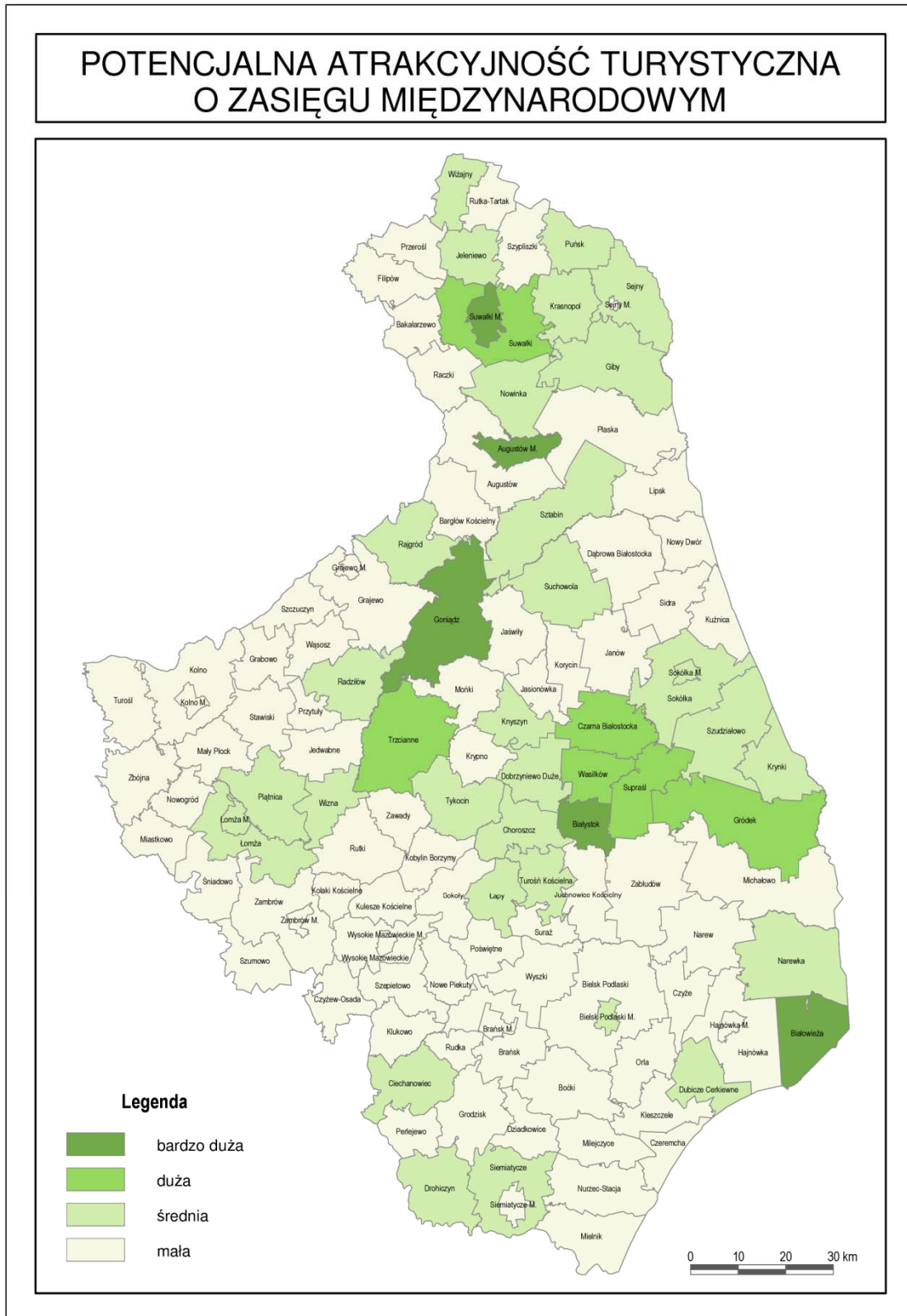
5.5. Obszary atrakcyjne turystycznie o znaczeniu międzynarodowym

Analizę potencjału turystycznego województwa podlaskiego ze względu na rangę międzynarodową przeprowadzono z uwzględnieniem walorów turystycznych, które charakteryzują się cennością i unikatowością w skali świata – obszary prawnie chronione statusem parku narodowego oraz parku krajobrazowego (udział w powierzchni gminy) oraz zabytki (w liczbach), ponadto obiekty noclegowe: hotele i inne obiekty noclegowe skategoryzowane. Przyjęto też założenie, że walory o randze międzynarodowej stanowią cel przyjazdów turystów zagranicznych. Stąd też, jako zmienną wyróżniającą te obszary przyjęto liczbę turystów zagranicznych korzystających z noclegów. Walory poddano porządkowaniu liniowemu i wyróżniono cztery klasy atrakcyjności międzynarodowej: bardzo duża, duża, średnia oraz mała. Zasięg przestrzenny przedstawiono na mapie 9.

■ Załącznik 12. Zestawienie danych wykorzystanych do oceny atrakcyjności walorów turystycznych o randze międzynarodowej (płyta CD)

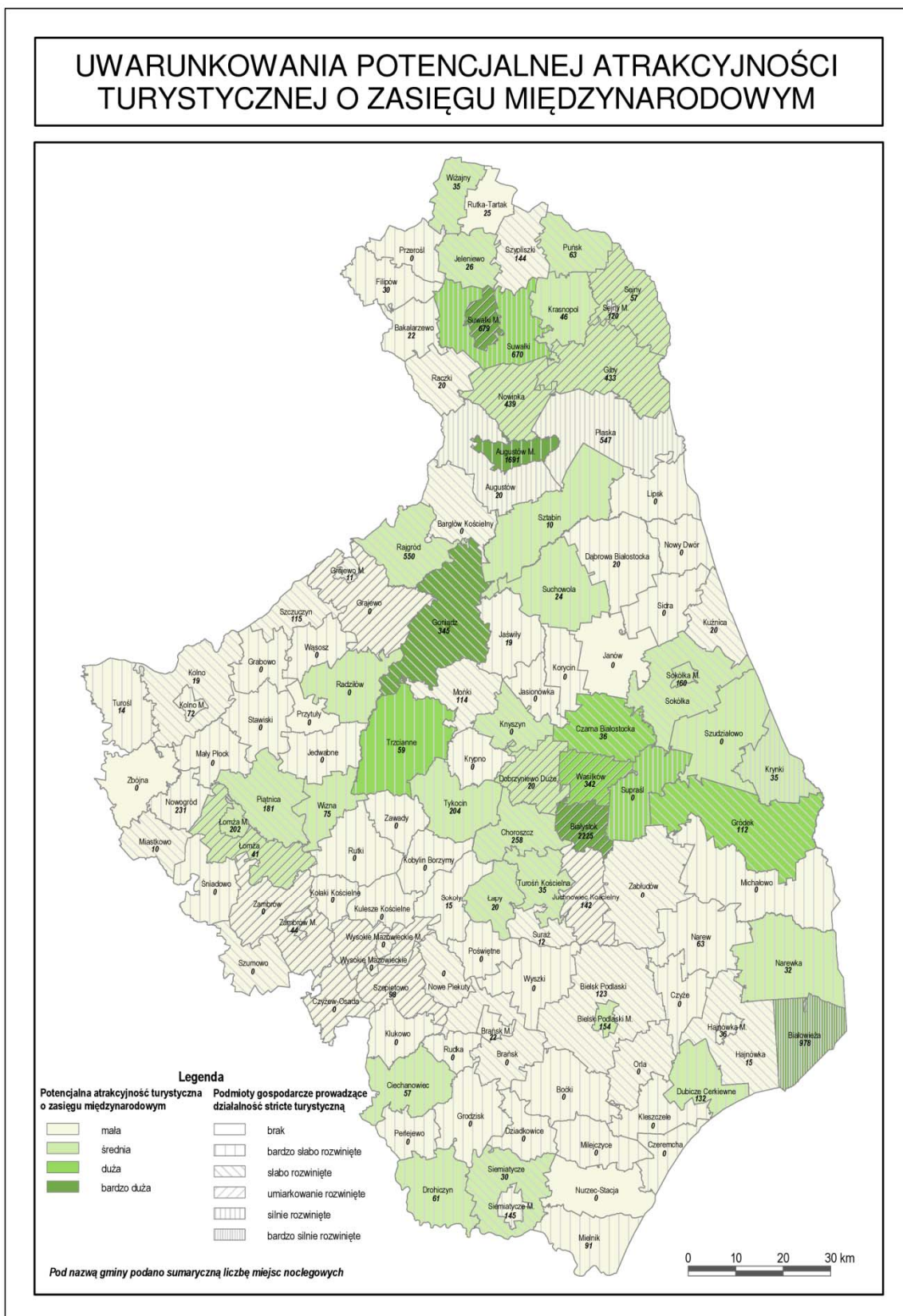
Bardzo dużą i dużą atrakcyjnością turystyczną o zasięgu międzynarodowym cechują się obszary województwa, na terenie których występują unikatowe i cenne walory przyrodnicze. Występują one w powiatach: białostockim (Czarna Białostocka, Gródek, Supraśl i Wasilków), hajnowskim (Białowieża), monieckim (Goniądz, Trzcianne) i suwalskim (Suwałki wieś). Ponadto duża i bardzo duża atrakcyjność potencjału o randze międzynarodowej występuje w mieście Augustów, Białystok i Suwałki. Wynika to z faktu, że obszary te posiadają liczne obiekty noclegowe oraz zabytki. Wszystkie one położone są w sąsiedztwie walorów cennych przyrodniczo. Tereny o randze umiarkowanej występują w powiecie hajnowskim (w gminach: Narewka i Dubicze Cerkiewne), w powiecie białostockim (w Choroszczu), w powiecie augustowskim (w gminach: Nowinka i Płaska), w powiecie suwalskim (w gminach: Jeleniewo oraz Wiżajny), w powiecie sejneńskim (Giby, Krasnopol i Sejny), w powiecie sokólskim (w gminach: Sokółka, Suchowola i Szudziałowo), w powiecie łomżyńskim (w mieście Łomża i gminie Łomża). Należy zauważyć też, że w województwie występuje obszar, gdzie o statusie międzynarodowym decydują walory przyrodnicze, zabytki i występujące tam liczne obiekty noclegowe (powiat hajnowski, gmina Białowieża).

Porównanie poziomu atrakcyjności potencjału turystycznego o zasięgu międzynarodowym, z poziomem rozwoju działalności *stricte* turystycznej na poziomie gmin wskazuje, że 29 gmin, o od bardzo dużej do średniej atrakcyjności potencjału turystycznego o zasięgu międzynarodowym, prowadzi też działalność *stricte* turystyczną – od bardzo silnie do umiarkowanie rozwiniętej. Są to gminy: Augustów miasto, Nowinka, Płaska, Białystok miasto, Białowieża, Dubicze Cerkiewne, Narewka, Dobrzyniewo Duże, Gródek, Łapy, Tykocin, Wasilków, Krynki, Bielsk Podlaski, Rajgród, Łomża miasto i wieś, Jeleniewo, Suwałki gmina i miasto oraz Wiżajny, Piątnica, Wizna, Goniądz, Giby, Krasnopol, Sejny, Siemiatycze miasto, (mapa 1.9). Ponadto na terenach tych gmin, poza gminą Siemiatycze miasto i Wizną, występuje potencjał o bardzo dużej, dużej lub średniej atrakcyjności wypoczynkowej i /lub krajoznawczej.



Mapa 9. Potencjalna atrakcyjność turystyczna o zasięgu międzynarodowym w gminach województwa podlaskiego

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych BDL, 2013.



Mapa 10. Uwarunkowania potencjalnej atrakcyjności turystycznej o zasięgu międzynarodowym z rozwojem działalności *strictly* turystycznej

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych BDL, 2013.

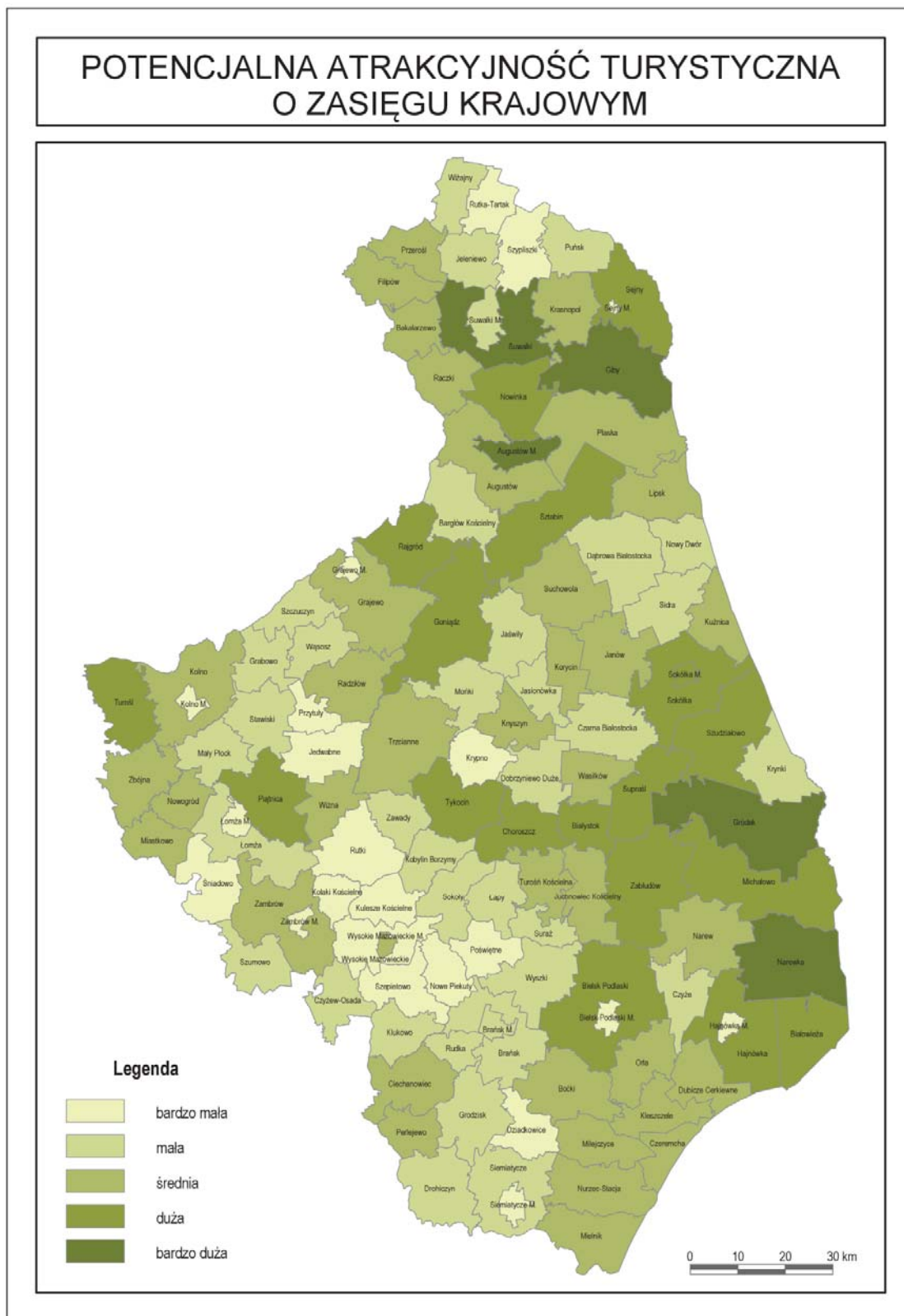
5.6. Obszary atrakcyjne turystycznie o znaczeniu krajowym

Identyfikację rangi krajowej potencjału turystycznego województwa podlaskiego przeprowadzono biorąc pod uwagę walory turystyczne, które umożliwiają turystom wypoczynek. Kryterium to wynikało z faktu, że podstawowym celem podróży turystycznej turystów krajowych do województwa podlaskiego jest wypoczynek. W analizie uwzględniono występowanie walorów wodnych i leśnych związanych z możliwością uprawiania turystyki kwalifikowanej, jak i wypoczynku biernego, a także liczbę zabytków, dzięki którym odwiedzający mogą realizować dodatkowy (poznawczy) cel podróży turystycznej. Przyjęto też założenie, że walory o randze krajowej stanowią cel przyjazdów turystów krajowych, dlatego też, jako zmienną wyróżniającą te obszary przyjęto liczbę korzystających z noclegów turystów krajowych.

W wyniku analizy stwierdzono, że o krajowej randze walorów turystycznych decydują w równym stopniu: atrakcyjność walorów wypoczynkowych, jak i atrakcyjność walorów krajoznawczych. Występują one na terenie gmin: Augustów miasto, Suwałki, Białowieża, Giby, Sejny, Supraśl, Tykocin. Z kolei walory wypoczynkowe o randze krajowej występują na terenie gmin: Narewka, Michałowo, Gródek, Nowinka, Płaska, Hajnówka, Sztabin i Goniądz, a walory krajoznawcze o randze krajowej występują na terenie miast: Białystok i Suwałki. Szczegółowy rozkład przestrzenny walorów o randze krajowej przedstawia mapa 11.

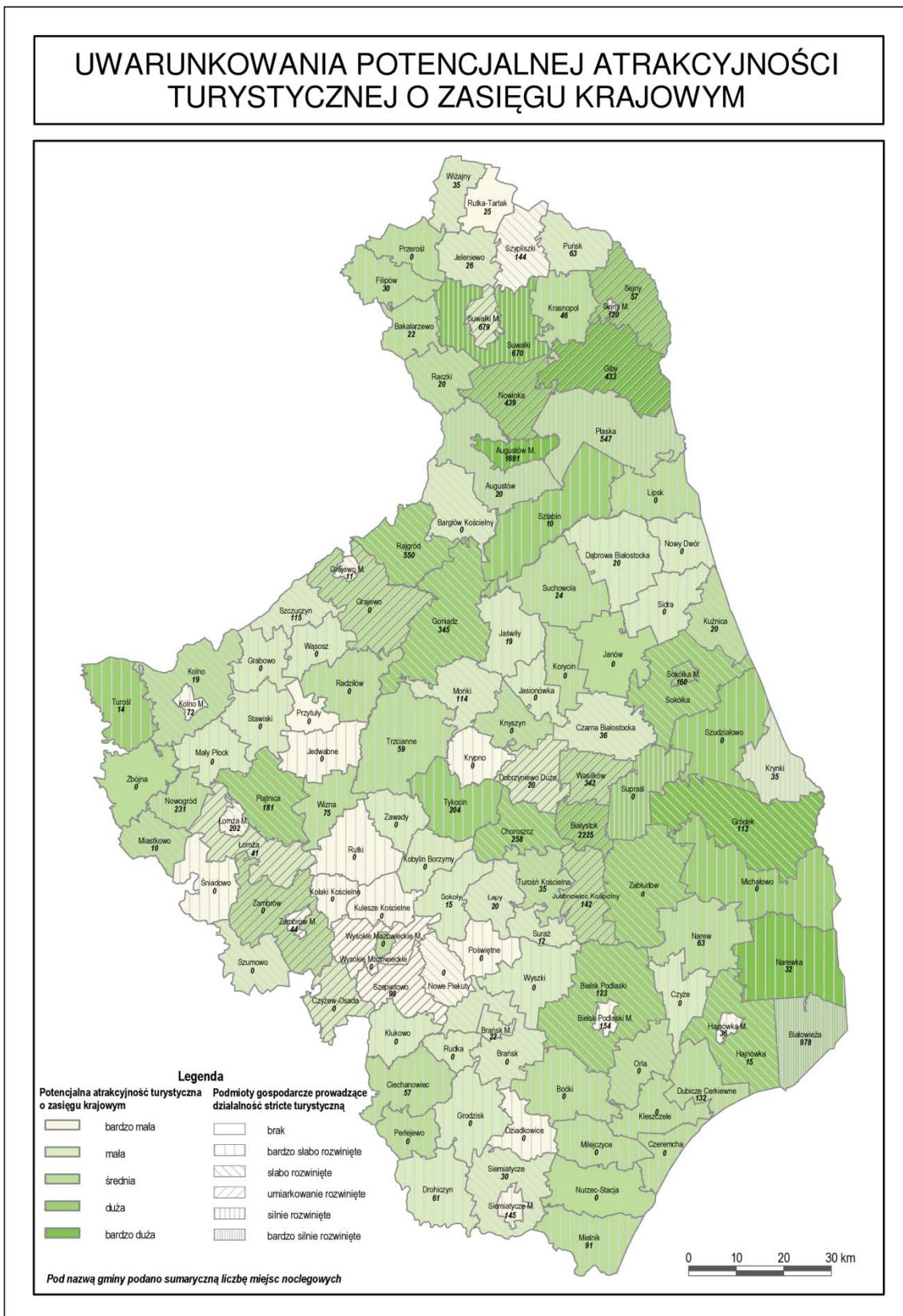
■ Załącznik 13. Zestawienie danych wykorzystanych do oceny atrakcyjności walorów turystycznych o randze krajowej (płyta CD)

Porównanie poziomu atrakcyjności potencjału turystycznego o zasięgu krajowym z poziomem rozwoju działalności *stricte* turystycznej wskazuje, że 25 gmin posiadających od bardzo dużej do średniej atrakcyjności potencjału turystycznego o zasięgu krajowym prowadzi też działalność *stricte* turystyczną – od bardzo silnie do umiarkowanie rozwiniętej. Są to gminy: Augustów miasto, Nowinka, Płaska, Białystok miasto, Białowieża, Dubicze Cerkiewne, Narewka, Juchnowiec Kościelny, Gródek, Łapy, Tykocin, Wasilków, Kuźnica, Rajgród, Suwałki gmina i miasto, Piątnica, Wizna, Goniądz, Giby, Krasnopol i Sejny, Miastkowo, Nowogród i Wysokie Mazowieckie (mapa 12). Ponadto na terenach tych gmin, poza Juchnowcem Kościelnym, Nowogrodem, Miastkowem, Wizną i Wysokiem Mazowieckiem, występuje potencjał o bardzo dużej, dużej lub średniej atrakcyjności wypoczynkowej i/lub krajoznawczej.



Mapa 11. Atrakcyjność turystyczna walorów turystycznych o randze krajowej

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych BDL.



Mapa 12. Potencjalna atrakcyjność turystyczna o zasięgu krajowym w gminach województwa podlaskiego oraz działalność podmiotów *strictly* turystycznych

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych z BDL, 2013.

- Załącznik 14. Zestawienie danych wykorzystanych do oceny atrakcyjności walorów turystycznych o randze krajowej oraz działalność podmiotów *stricto* turystycznych (płyta CD)

5.7. Ocena potencjału turystycznego do rozwoju turystyki wypoczynkowej i krajoznawczej

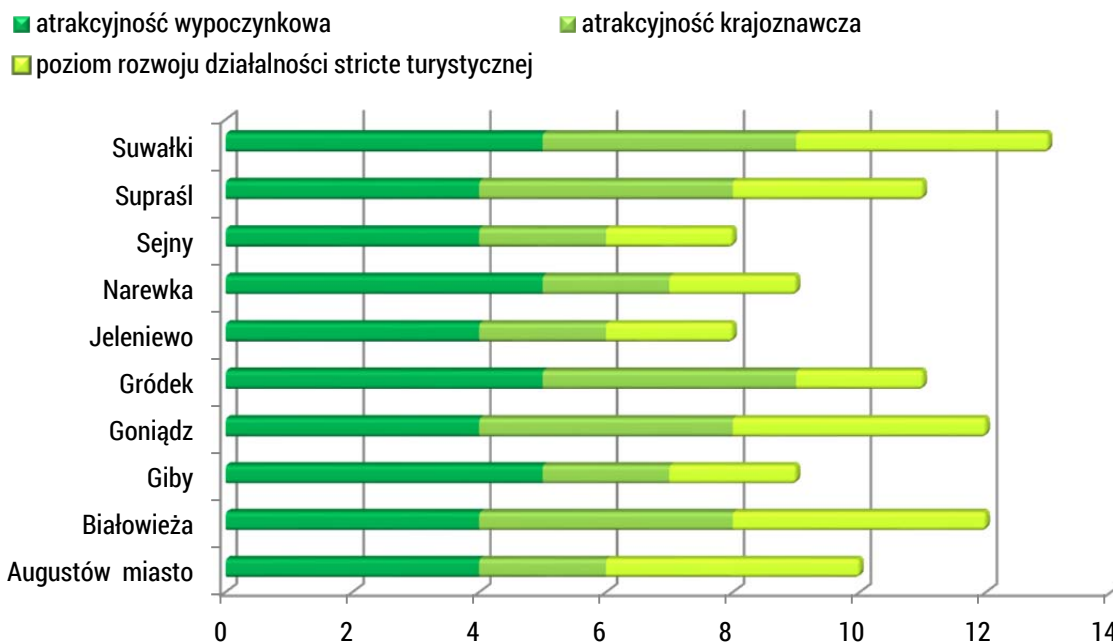
■ Analiza atrakcyjności wypoczynkowej wykazała, że 4 gminy posiadają bardzo wysoką atrakcyjność wypoczynkową, a 16 – wysoką atrakcyjność wypoczynkową (mapa 5). Analiza atrakcyjności krajoznawczej potencjału regionu w układzie przestrzennym wykazała, że bardzo wysoką atrakcyjność krajoznawczą posiada 10 gmin, zaś wysoką – 2 gminy (mapa 6). Porównanie obu kategorii pozwala na stwierdzenie, że bardzo atrakcyjny potencjał (bardzo duża lub duża atrakcyjność wypoczynkowa oraz bardzo duża lub duża atrakcyjność krajoznawcza) występuje na terenie ośmiu gmin (Białowieża, Goniądz, Gródek, Supraśl, Sztabin, Szudziałowo, Suwałki wieś, Trzcianne). Potencjał tych obszarów łączy w sobie cechy atrakcyjności wypoczynkowej i krajoznawczej o bardzo dużej lub dużej randze międzynarodowej i/lub krajowej.

Równie wysoką atrakcyjnością zarówno wypoczynkową, jak i nieco niższą atrakcyjnością krajoznawczą, cechują się obszary kolejnych 7 gmin (Augustów miasto, Giby, Jeleniewo, Michałowo, Narewka, Sejny, Sokółka) i nieco niższą atrakcyjnością wypoczynkową, gmina Czarna Białostocka. Potencjał również tych obszarów łączy w sobie cechy atrakcyjności wypoczynkowej i krajoznawczej o bardzo dużej lub dużej randze międzynarodowej i/lub krajowej.

Łącznie wysoką atrakcyjność potencjału wypoczynkowego i krajoznawczego o bardzo dużej i dużej randze międzynarodowej i/lub krajowej zaobserwowano na obszarze 16 gmin w powiatach: hajnowskim, białostockim, suwalskim i augustowskim.

Porównanie atrakcyjności wypoczynkowej gmin województwa podlaskiego (mapa 5) i atrakcyjności krajoznawczej gmin województwa podlaskiego (mapa 6) z poziomem rozwoju działalności *stricto* turystycznej według gmin w województwie podlaskim (mapa 3) na wyodrębnionych 16 obszarach gmin wskazuje, że tylko na terenie 10 tych gmin: Augustów (miasto), Białowieża, Giby, Gródek, Jeleniewo, Sejny, Supraśl, Suwałki, Goniądz, Narewka, potencjał ten jest symptomem rozwoju działalności *stricto* turystycznej – od bardzo silnie rozwiniętej do umiarkowanie rozwiniętej (rys. 14)⁵⁶. Zaś działalność około turystyczną, spośród 16 analizowanych gmin, od bardzo silnie do umiarkowanie rozwiniętej, zaobserwowano tylko w gminach: Suwałki-wieś, Supraśl, Sejny, Płaska.

⁵⁶ Przedstawienie powyższej analizy w formie graficznej atrakcyjności potencjału wymaga nadania wartości liczbowych z uwzględnieniem liczby klas, odpowiednio: atrakcyjność wypoczynkowa bardzo duża (5 pkt) duża (4 pkt), średnia (3 pkt), mała (2 pkt), bardzo mała (1 pkt). Atrakcyjność krajoznawcza: bardzo duża (4 pkt), duża (3 pkt), średnia (2 pkt) mała (1 pkt). Poziom rozwoju działalności *stricto* turystycznej: bardzo silnie rozwinięta (4 pkt), silnie rozwinięta (3 pkt), umiarkowanie rozwinięta (2 pkt), słabo rozwinięta (1 pkt).

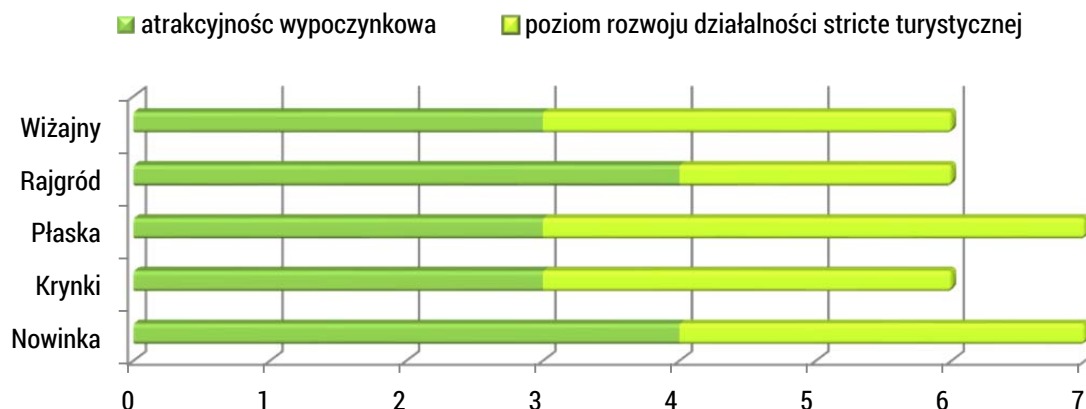


Rys. 14. Gminy o bardzo wysokiej i wysokiej atrakcyjności wypoczynkowej i krajoznawczej oraz o bardzo wysokiej i wysokiej randze międzynarodowej i/lub krajowej potencjału turystycznego z bardzo silnie i silnie rozwiniętą działalnością *stricte* turystyczną

Źródło: opracowanie własne na podstawie analiz statystycznych.

- Załącznik 15. Zestawienie danych wykorzystanych do klasyfikacji gmin o bardzo wysokiej i wysokiej atrakcyjności wypoczynkowej i krajoznawczej oraz o bardzo wysokiej i wysokiej randze międzynarodowej i/lub krajowej potencjału turystycznego z bardzo silnie i silnie rozwiniętą działalnością *stricte* turystyczną (płyta CD)

W pozostałych gminach o wysokiej atrakcyjności wypoczynkowej i krajoznawczej, o randze międzynarodowej i /lub krajowej, zaobserwowano niewystarczający poziom rozwoju działalności *stricte* turystycznej (gminy: Sokółka, Sztabin, Szudziałowo, Trzcianna, Czarna Białostocka oraz Michałowo (rys. 15). Oznacza to, że pozostałe gminy powinny być wsparte w zakresie rozwoju gospodarczego. Preferowane wsparcie w zakresie usług *stricte* turystycznych dotyczy m.in. gmin: Sokółka, Michałowo, Narewka, Czarna Białostocka, Szudziałowo, Trzcianna. W gminach tych działalność okołoturystyczna jest niska lub bardzo niska.

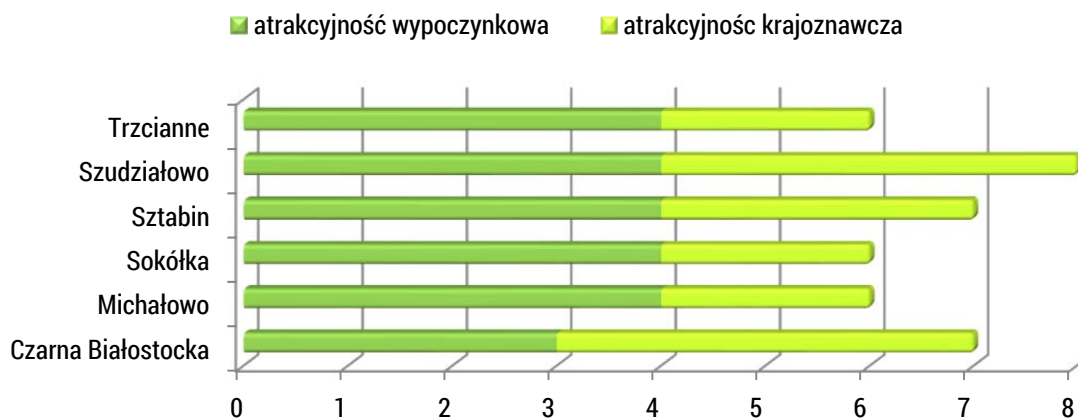


Rys. 15. Gminy o wyróżniającym się nasyceniu potencjału turystycznego do rozwoju turystyki wypoczynkowej

Źródło: opracowanie własne na podstawie analiz statystycznych porównania rankingów atrakcyjności wypoczynkowej i działalności *stricte* turystycznej.

- Załącznik 16. Zestawienie danych wykorzystanych do klasyfikacji gmin o bardzo wysokiej i wysokiej atrakcyjności wypoczynkowej z bardzo silnie i silnie rozwiniętą działalnością *stricte* turystyczną (płyta CD)

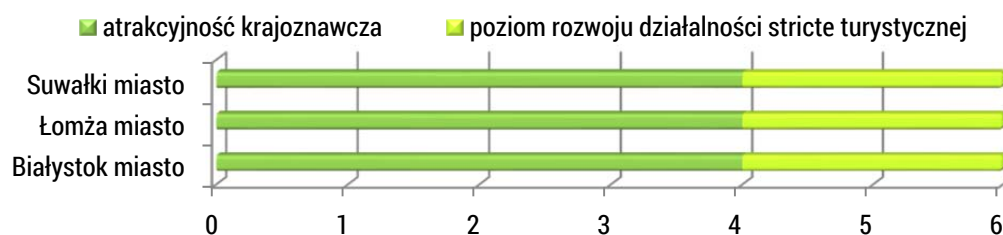
Ponadto na obszarze pięciu gmin: Płaska, Krynki, Wiżajny, Nowinka oraz Rajgród, rozwija się bardzo silnie i silnie działalność *stricte* turystyczna w oparciu tylko o dużą i średnią atrakcyjność wypoczynkową (rys. 16). Jednak na bardzo niskim poziomie jest tam działalność około turystyczna. Na obszarze trzech miast (Białystok, Łomża i Suwałki), w oparciu o dużą atrakcyjność krajoznawczą, rozwijana jest działalność *stricte* turystyczna i około turystyczna (rys. 17).



Rys. 16. Gminy o wyróżniających się walorach wypoczynkowych i krajoznawczych

Źródło: opracowanie własne na podstawie analiz statystycznych porównania rankingów atrakcyjności wypoczynkowej i krajoznawczej gmin.

- Załącznik 17. Zestawienie danych wykorzystanych do klasyfikacji gmin o bardzo wysokiej i wysokiej atrakcyjności krajoznawczej (płyta CD)



Rys. 17. Gminy o wyróżniającym się nasyceniu potencjału turystycznego do rozwoju turystyki krajoznawczej

Źródło: opracowanie własne na podstawie analiz statystycznych porównania rankingu atrakcyjności krajoznawczej i działalności *strictly* turystycznej.

- Załącznik 18. Zestawienie danych wykorzystanych do klasyfikacji gmin o bardzo wysokiej i wysokiej atrakcyjności krajoznawczej z bardzo silnie i silnie rozwiniętą działalnością *strictly* turystyczną (płyta CD)

5.8. Przydatność potencjału turystycznego województwa podlaskiego do rozwoju pozostałych form turystyki

Wobec postępujących zjawisk globalizacji, społeczności stają przed coraz większym wyzwaniem. Istotnym zadaniem regionów jest umiejętne wykorzystanie nowych trendów, by użytkując istniejące zasoby, zapewnić mieszkańcom danego regionu dobrobyt ekonomiczny. W obszarze turystyki, ze względu na występujące trendy społeczne, należy zwrócić uwagę na rozwój turystyki biznesowej i zdrowotnej. Są to dwie formy turystyki, których rozwój związany jest z tworzeniem dużej liczby miejsc pracy. Ponadto obie formy przynoszą najwyższe zyski w sektorze turystycznym. Ze względu na występowanie atrakcyjnego potencjału wypoczynkowego i krajoznawczego możliwy jest rozwój turystyki na terenach wiejskich. Ta forma turystyki jest współcześnie jedną z trzech najbardziej popularnych i najszybciej rozwijających się form spędzania czasu wolnego przez mieszkańców miast. Jej rozwój zależy od walorów wypoczynkowych regionu i nawiązującej do „wiejskości” bazy noclegowej. Dlatego turyści wypoczywający na terenach wiejskich korzystają z gospodarstw agroturystycznych lub drugich domów⁵⁷. Turystyka wiejska staje się szansą rozwoju społeczności lokalnych, szczególnie na obszarach, gdzie występują cenne i unikatowe walory przyrodnicze. Kolejną aktywnie rozwijającą się formą turystyki jest turystyka kwalifikowana związana

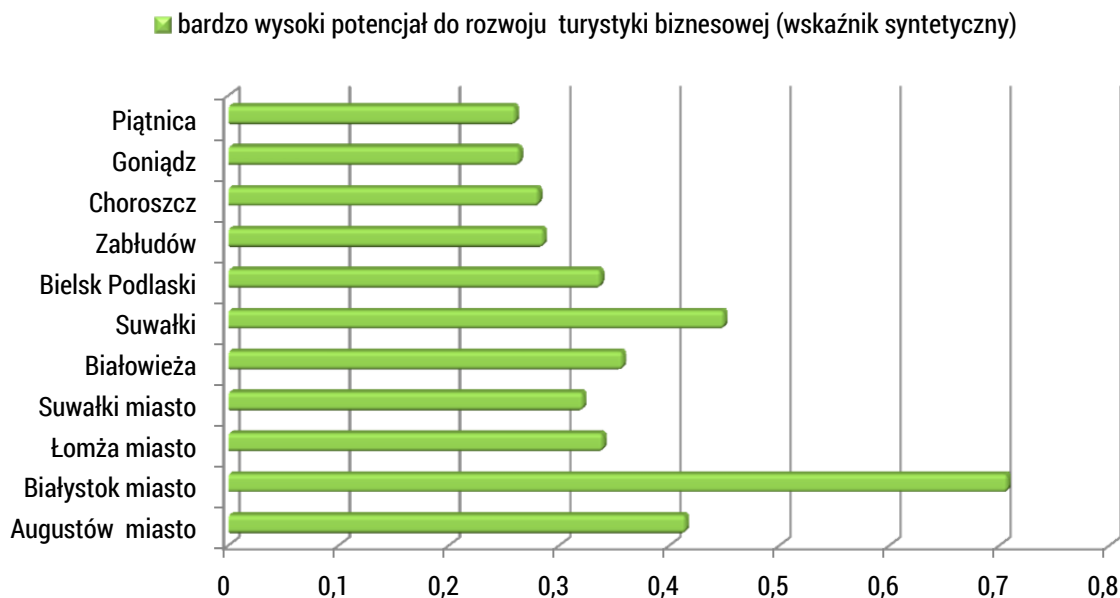
⁵⁷ W. Kurek, *Turystyka, ...* op. cit., s. 470.

z aktywnymi formami spędzania czasu wolnego. Jej rozwój jest ściśle związany z infrastrukturą sportowo-rekreacyjną, baza noclegowa jest tu drugorzędnym elementem. Kolejną szybko rozwijającą się formą turystyki jest turystyka kwalifikowana. Ze względu na występujące walory turystyczne regionu możliwy jest rozwój turystyki żeglarskiej, kajakowej, pieszej i rowerowej. Do rozwoju pozostałych aktywnych form turystyki region nie posiada dostatecznie rozwiniętej infrastruktury. Trzecią, coraz szybciej rozwijającą formą, jest turystyka kulturowa i turystyka miejska. Biorąc pod uwagę położenie transgraniczne regionu możliwy jest też rozwój turystyki tranzytowej. Analiza walorów turystycznych pozwala na stwierdzenie, że w regionie możliwy jest również rozwój turystyki religijnej.

W związku z powyższym w badaniu analizie poddano przydatność walorów turystycznych do rozwoju wybranych form turystyki, takich jak przydatność walorów do rozwoju turystyki biznesowej, turystyki w miastach i kulturowej, turystyki na obszarach wiejskich, turystyki kwalifikowanej (rekreacyjnej, aktywnej i specjalistycznej), turystyki zdrowotnej, turystyki religijnej oraz turystyki przygranicznej i tranzytowej.

5.8.1. Potencjał rozwoju turystyki biznesowej

■ Rozwój turystyki biznesowej, szczególnie w ostatnich latach, jest bardzo dynamiczny i nabiera coraz większego znaczenia. Na światowy rynek tej turystyki oddziałuje wiele czynników, które mają wpływ na kierunek rozwoju i tendencje popytowe, a także podażowe w tym sektorze usług. Do czynników decydujących o rozwoju turystyki biznesowej należy zaliczyć infrastrukturę konferencyjno-noclegową oraz dostępność komunikacyjną, coraz częstszym czynnikiem różnicującym jest wyposażenie sal konferencyjnych jak również otoczenie, w jakim położony jest obiekt konferencyjny. Położenie obiektu decyduje w tych przypadkach, gdy organizatorzy imprez konferencyjnych decydują się na organizację programu rekreacyjnego połączonego z elementami krajoznawczymi. W ocenie przydatności potencjału turystycznego województwa podlaskiego wzięto pod uwagę liczbę obiektów konferencyjnych (centrów konferencyjnych), liczbę sklasyfikowanych obiektów noclegowych (hotele i obiekty noclegowe), długość dróg, jako czynnik odzwierciedlający dostępność komunikacyjną oraz wydatki budżetów gmin i miast na prawach powiatu na transport i łączność na 1 mieszkańca. Zidentyfikowane elementy potencjału turystycznego w podziale na gminy poddano porządkowaniu liniowemu i podzielono na klasy o bardzo dobrych, dobrych i złych warunkach do rozwoju turystyki biznesowej. Łącznie 11 gmin posiada bardzo dobry potencjał do rozwoju turystyki biznesowej oraz 36 gmin dobry potencjał do rozwoju turystyki. Decydujące znaczenie o bardzo dobrym potencjale do rozwoju turystyki biznesowej miały przede wszystkim liczba centrów konferencyjnych i liczba obiektów noclegowych, zaś czynnikiem różnicującym pomiędzy bardzo dobrym potencjałem a dobrym potencjałem do rozwoju turystyki biznesowej była dostępność komunikacyjna (rys. 18).



Rys. 18. Zestawienie gmin o bardzo wysokim potencjale do rozwoju turystyki biznesowej

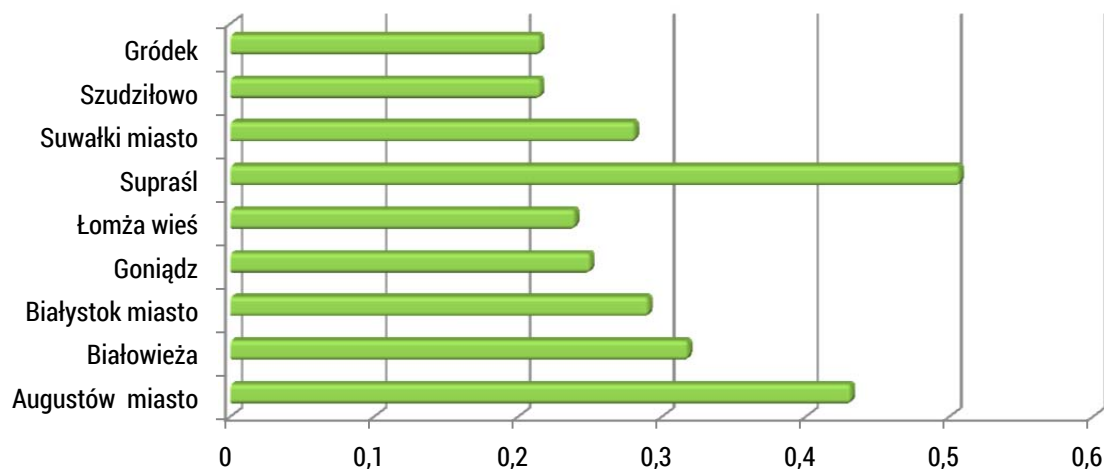
Źródło: opracowanie własne.

- Załącznik 19. Zestawienie wartości wskaźnika syntetycznego danych wykorzystanych do klasyfikacji gmin o bardzo dobrych warunkach do rozwoju turystyki biznesowej (płyta CD)

5.8.2. Potencjał rozwoju turystyki zdrowotnej

■ Rozwój turystyki zdrowotnej uzależniony jest od szczególnych walorów zdrowotnych występujących w ekosystemach przyrodniczych oraz występowaniu infrastruktury uzdrowiskowej, obiektów odnowy biologicznej (spa&wellness). W analizie przydatności potencjału województwa uwzględniono walory naturalne (obszary prawnie chronione – parki narodowe i krajobrazowe (w ha), występowanie obiektów sanatoryjnych i uzdrowiskowych oraz spa&wellness (w liczbach) oraz jako wyznacznik kierunków zarządzania wydatki z budżetów gmin i miast na prawach powiatu na gospodarkę komunalną i ochronę przyrody (na 1 mieszkańca). Elementy potencjału poddano porządkowaniu liniowemu i grupowaniu w klasy. W regionie wyodrębniono 9 gmin o bardzo dobrych oraz 27 gmin o dobrych i złych warunkach do rozwoju turystyki zdrowotnej. Gminy o bardzo dobrych warunkach do rozwoju turystyki zdrowotnej wskazano na rys. 19.

■ bardzo wysoki potencjał do rozwoju turystyki zdrowotnej (wskaźnik syntetyczny)



Rys. 19. Zestawienie gmin o bardzo wysokim potencjale do rozwoju turystyki zdrowotnej

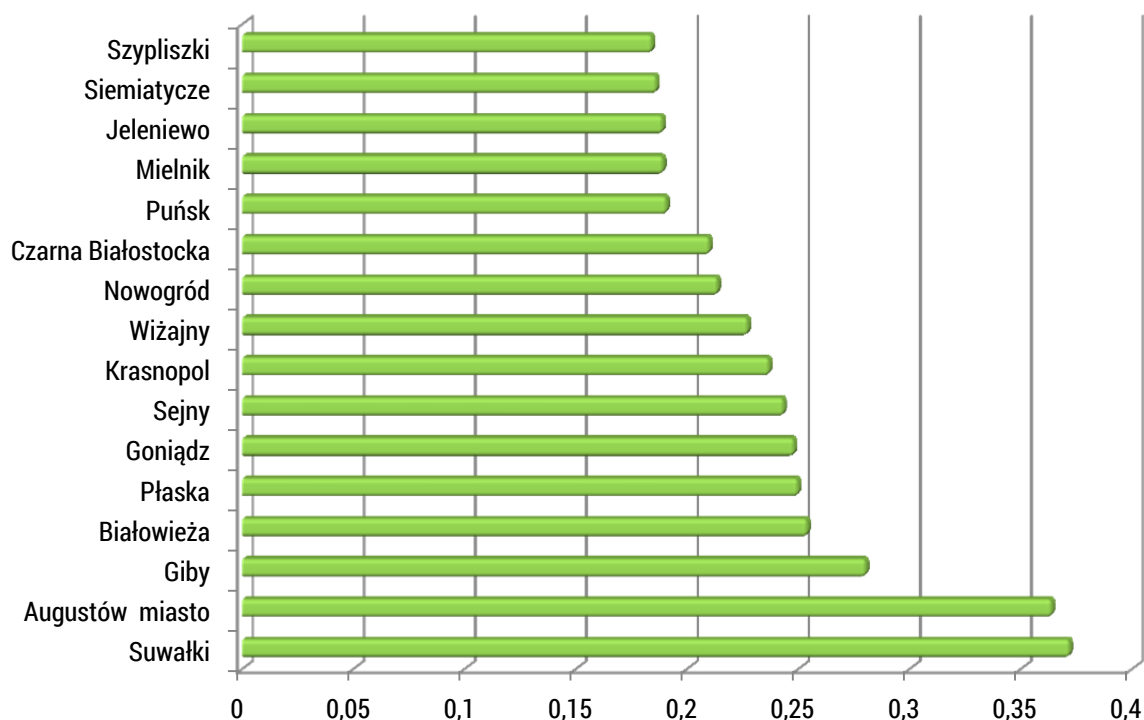
Źródło: opracowanie własne.

- Załącznik 20. Zestawienie wartości wskaźnika syntetycznego danych wykorzystanych do klasyfikacji gmin o bardzo dobrych warunkach do rozwoju turystyki zdrowotnej (płyta CD)

5.8.3. Potencjał rozwoju turystyki na terenach wiejskich

■ Do zidentyfikowania obszarów, podatnych do rozwoju turystyki wypoczynkowej przyjęto walory umożliwiające realizowanie wypoczynku na terenach wiejskich, tj. występowanie lasów (w % powierzchni), wód (w % powierzchni) oraz gospodarstwa agroturystyczne (w liczbach), wypożyczalnie sprzętu rekreacyjnego (w liczbach). Do oceny przyjęto wskaźnik organizacji systemu zarządzania oraz dokumenty strategiczne odnoszące się *stricto* do rozwoju turystyki (w liczbach). Występujący potencjał do rozwoju turystyki wypoczynkowej (w podziale na gminy) poddano porządkowaniu liniowemu oraz podzielono na klasy o bardzo dobrych i złych warunkach do rozwoju turystyki na terenach wiejskich. Decydujące znaczenie o wysokim potencjale miały przede wszystkim walory przyrodnicze, ale czynnikiem różnicującym obszary był czynnik występowania gospodarstw agroturystycznych, a przede wszystkim uregulowanej dokumentami programowymi, polityki turystycznej prowadzonej przez samorządy lokalne. Wyodrębniono 16 gmin o bardzo dobrych warunkach i 31 gmin o dobrych warunkach rozwoju turystyki na terenach wiejskich. Gminy o bardzo dobrych warunkach do rozwoju turystyki na terenach wiejskich zaprezentowano na rys. 20.

■ bardzo wysoki potencjał do rozwoju turystyki na terenach wiejskich (wskaźnik syntetyczny)



Rys. 20. Zestawienie gmin o bardzo wysokim potencjale do rozwoju turystyki na terenach wiejskich

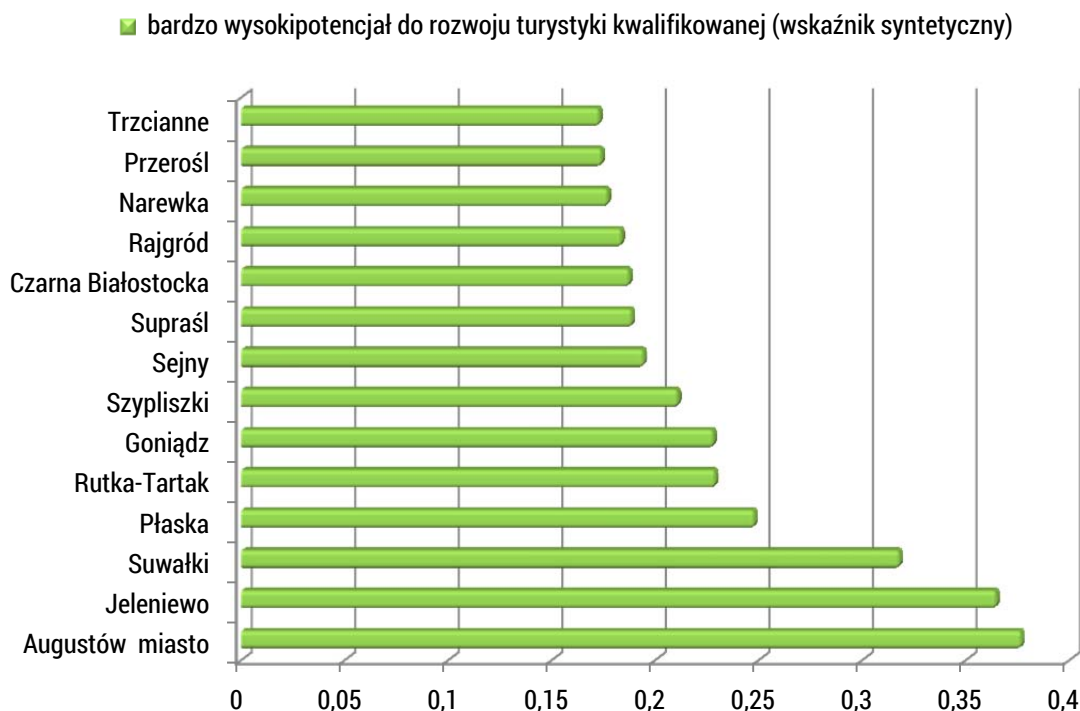
Źródło: opracowanie własne.

■ Załącznik 21. Zestawienie wartości wskaźnika syntetycznego danych wykorzystanych do klasyfikacji gmin o bardzo dobrych warunkach do rozwoju turystyki na terenach wiejskich (płyta CD)

5.8.4. Turystyka kwalifikowana (rekreacyjna, specjalistyczna, aktywna)

■ Rozwój turystyki kwalifikowanej związany jest zarówno z walorami umożliwiającymi aktywne formy wypoczynku, jak też realizację szczególnych zainteresowań i hobby. Do wyodrębnienia obszarów regionu o szczególnie wysokim potencjale do rozwoju tych form turystyki wybrano unikatowe i cenne walory przyrodnicze (obszary prawnie chronione – parki narodowe i krajobrazowe (w ha), urozmaicenie rzeźby terenu, występowanie jezior (w % powierzchni) oraz wypożyczalnie sprzętu turystycznego (w liczbach). Do oceny systemu zarządzającego przyjęto wydatki budżetów gmin i miast na prawach powiatu na turystykę (na 1 mieszkańca) oraz liczbę obowiązujących dokumentów strategicznych odnoszących się *stricte* do rozwoju turystyki. Zidentyfikowane walory poddano analizie i porządkowaniu liniowemu, pogrupowano w klasy o bardzo dobrych, dobrych i złych warunkach do rozwoju turystyki. W wyniku klasyfikacji wyodrębniono

14 gmin o bardzo dobrych warunkach i 30 gmin o dobrych warunkach do rozwoju turystyki kwalifikowanej. Gminy o bardzo dobrych warunkach do rozwoju turystyki kwalifikowanej zaprezentowano na rys. 21.



Rys. 21. Zestawienie gmin o bardzo wysokim potencjale do rozwoju turystyki kwalifikowanej

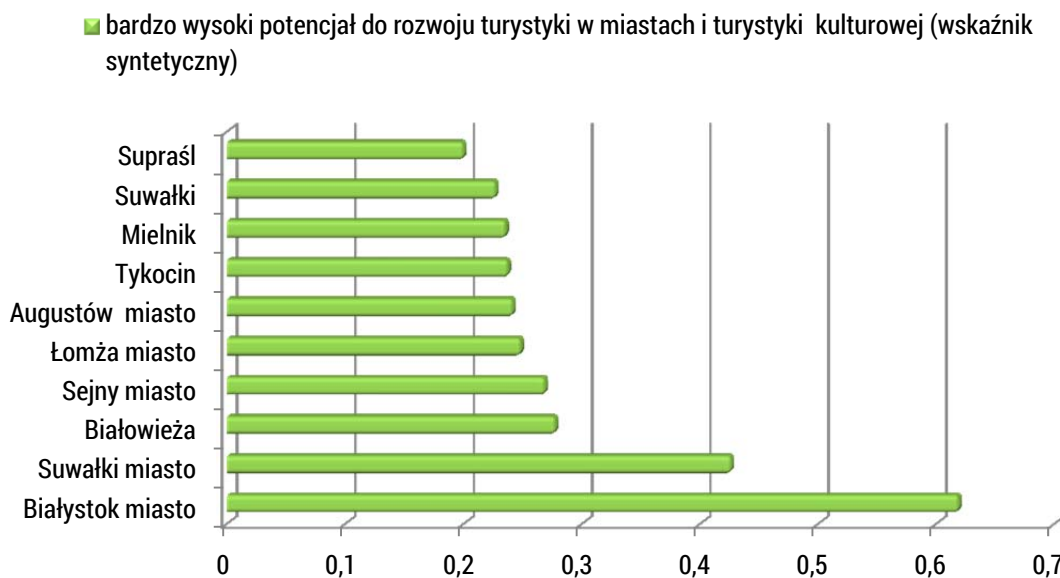
Źródło: opracowanie własne.

- Załącznik 22. Zestawienie wartości wskaźnika syntetycznego danych wykorzystanych do klasyfikacji gmin o bardzo dobrych warunkach do rozwoju turystyki kwalifikowanej (płyta CD)

5.8.5. Potencjał rozwoju turystyki kulturowej i w miastach

■ O rozwoju turystyki kulturowej i turystyki w miastach decydują przede wszystkim walory antropogeniczne: zabytki, muzea, galerie i salony sztuki. Zgodnie z najnowszymi badaniami światowymi istotny wpływ na rozwój turystyki kulturowej mają walory niematerialne tkwiące społecznościach lokalnych. Odzwierciedleniem tych wartości są kultywowane tradycje, najczęściej przez zespoły artystyczno-folklorystyczne (ludowe, pieśni i tańca, kapele). Ponadto ważnym elementem potencjału turystycznego, różnicującym go na potrzeby turystyki kulturowej, jest system zarządzania, który można ocenić na podstawie wielkości wydatków budżetów gmin i miast na prawach powiatu na kulturę (na 1 mieszkańca). Wszystkie te najistotniejsze elementy potencjału turystycznego, łącznie z ofertą bazy noclegowej (liczba sklasyfikowanych obiektów noclegowych – hotele i obiekty noclegowe), wzięto pod uwagę w ocenie przydatności potencjału turystycznego do rozwoju turystyki kulturowej i w miastach. Zidentyfikowany potencjał do rozwoju turystyki kulturowej i w miastach (w podziale na gminy) poddano porządkowaniu liniowemu i pogrupowano w klasy o bardzo dobrych, dobrych i złych

warunkach do rozwoju turystyki. W wyniku klasyfikacji wyodrębniono 10 gmin o bardzo dobrych warunkach i 27 gmin o dobrych warunkach do rozwoju turystyki kulturowej i w miastach. Decydujące znaczenie o wysokim potencjale miały przede wszystkim walory antropogeniczne i liczba sklasyfikowanych obiektów noclegowych. Czynnikiem różnicującym jest liczba zespołów folklorystycznych (ludowe, pieśni i tańca, kapele). Gminy o bardzo dobrych warunkach do rozwoju turystyki kulturowej i w miastach zaprezentowano (rys. 22).



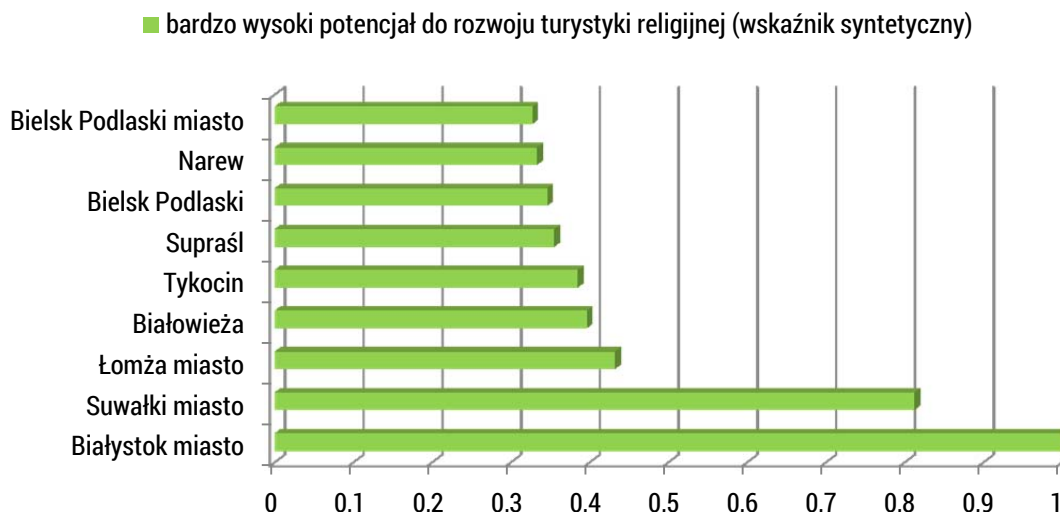
Rys. 22. Zestawienie gmin o bardzo wysokim potencjale do rozwoju turystyki w miastach i turystyki kulturowej

Źródło: opracowanie własne.

- Załącznik 23. Zestawienie wartości wskaźnika syntetycznego danych wykorzystanych do klasyfikacji gmin o bardzo dobrych warunkach do rozwoju turystyki w miastach i turystyki kulturowej (płyta CD)

5.8.6. Potencjał rozwoju turystyki religijnej

■ Ważną formą turystyki jest turystyka religijna. Rozwija się ona wokół centrów kultu religijnego o szczególnych cechach i znaczeniu dla wyznawców poszczególnych religii. Częste odwiedzanie miejsc kultu połączone jest ze zwiedzaniem innych miejsc i obiektów sakralnych. Dlatego też w ocenie potencjału do rozwoju turystyki religijnej wzięto pod uwagę walory antropogeniczne, obiekty sakralne (w liczbach) oraz sklasyfikowane obiekty noclegowe. Zidentyfikowany potencjał do rozwoju turystyki religijnej i w miastach (w podziale na gminy) poddano porządkowaniu liniowemu i podzielono na klasy o bardzo dobrych, dobrych i złych warunkach do rozwoju turystyki. W wyniku klasyfikacji wyodrębniono 9 gmin o bardzo dobrych warunkach i 31 gmin o dobrych warunkach do rozwoju turystyki religijnej. Gminy o bardzo dobrych warunkach do rozwoju turystyki religijnej przedstawiono na rys. 23.



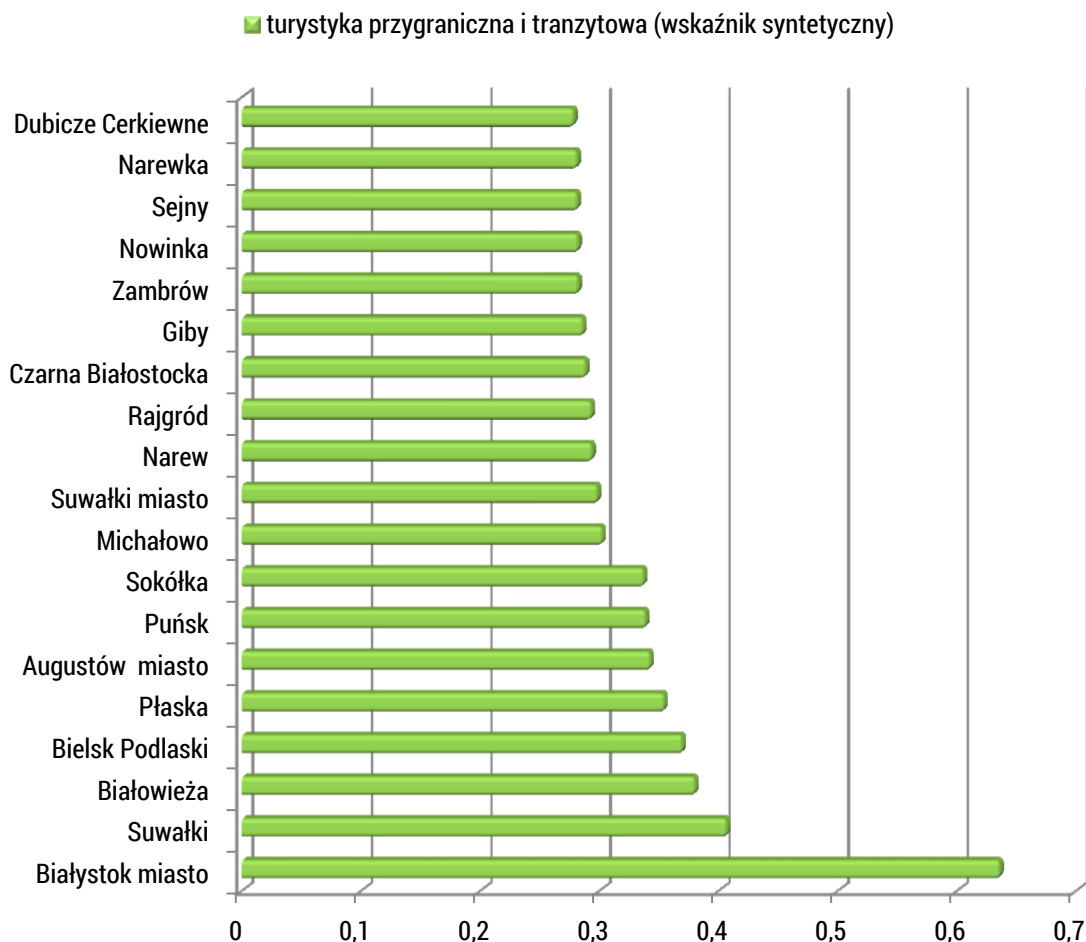
Rys. 23. Zestawienie gmin o bardzo wysokim potencjale do rozwoju turystyki religijnej

Źródło: opracowanie własne.

- Załącznik 24. Zestawienie wartości wskaźnika syntetycznego danych wykorzystanych do klasyfikacji gmin o bardzo dobrych warunkach do rozwoju turystyki religijnej (płyta CD)

5.8.7. Potencjał rozwoju turystyki przygranicznej i tranzytowej

■ Region posiada duży potencjał do rozwoju turystyki tranzytowej i transgranicznej, co wynika z transgranicznego położenia i przebiegu przez teren województwa większości szlaków komunikacyjnych łączących Europę Zachodnią z Europą Wschodnią. Istotność rozwoju tej formy turystyki ma związek z długością dróg (w km), liczbą sklasyfikowanych obiektów noclegowych (hotele i obiekty noclegowe) oraz wydatkami budżetów gmin i miast na prawach powiatu na transport i łączność (na 1 mieszkańca), które poprawiają dostępność regionu i jakość przejazdu. Występujące elementy potencjału turystycznego przydatnego do rozwoju turystyki tranzytowej i przygranicznej (w podziale na gminy) poddano porządkowaniu liniowemu i podzielono na klasy o bardzo dobrych, dobrych i złych warunkach do rozwoju turystyki przygranicznej i tranzytowej. W wyniku analizy wyodrębniono 19 gmin o bardzo dobrych warunkach i 33 gminy o dobrych warunkach do rozwoju turystyki tranzytowej i przygranicznej i trzydzieści trzy gminy o dobrych warunkach do rozwoju tej formy turystyki. Gminy o bardzo dobrych warunkach do rozwoju turystyki tranzytowej i przygranicznej przedstawiono na rys 24.



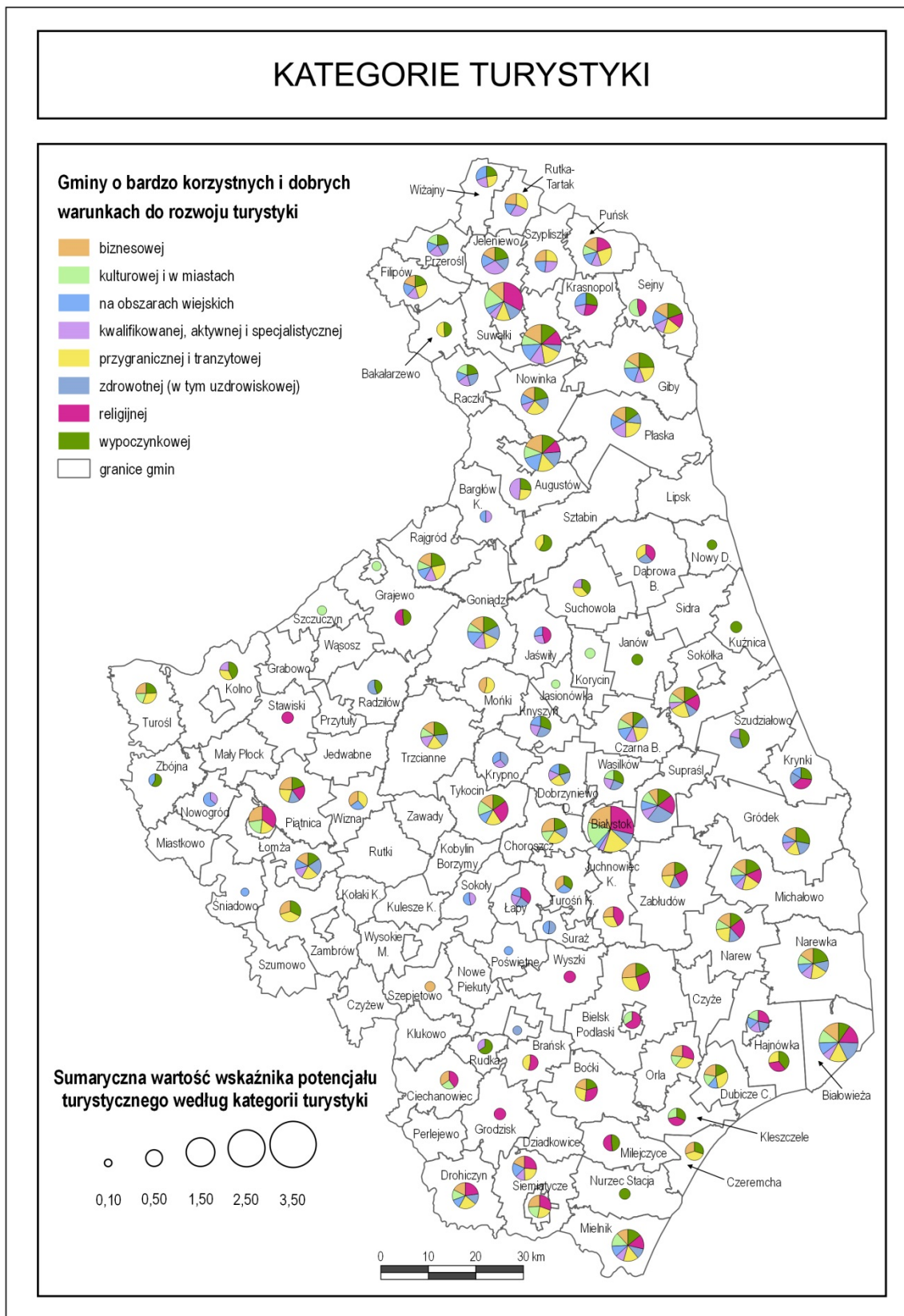
Rys. 24. Zestawienie gmin o bardzo wysokim potencjał do rozwoju turystyki przygranicznej i tranzytowej

Źródło: opracowanie własne.

■ Załącznik 25. Zestawienie wartości wskaźnika syntetycznego danych wykorzystanych do klasyfikacji gmin o bardzo dobrych warunkach do rozwoju turystyki przygranicznej i tranzytowej (płyta CD)

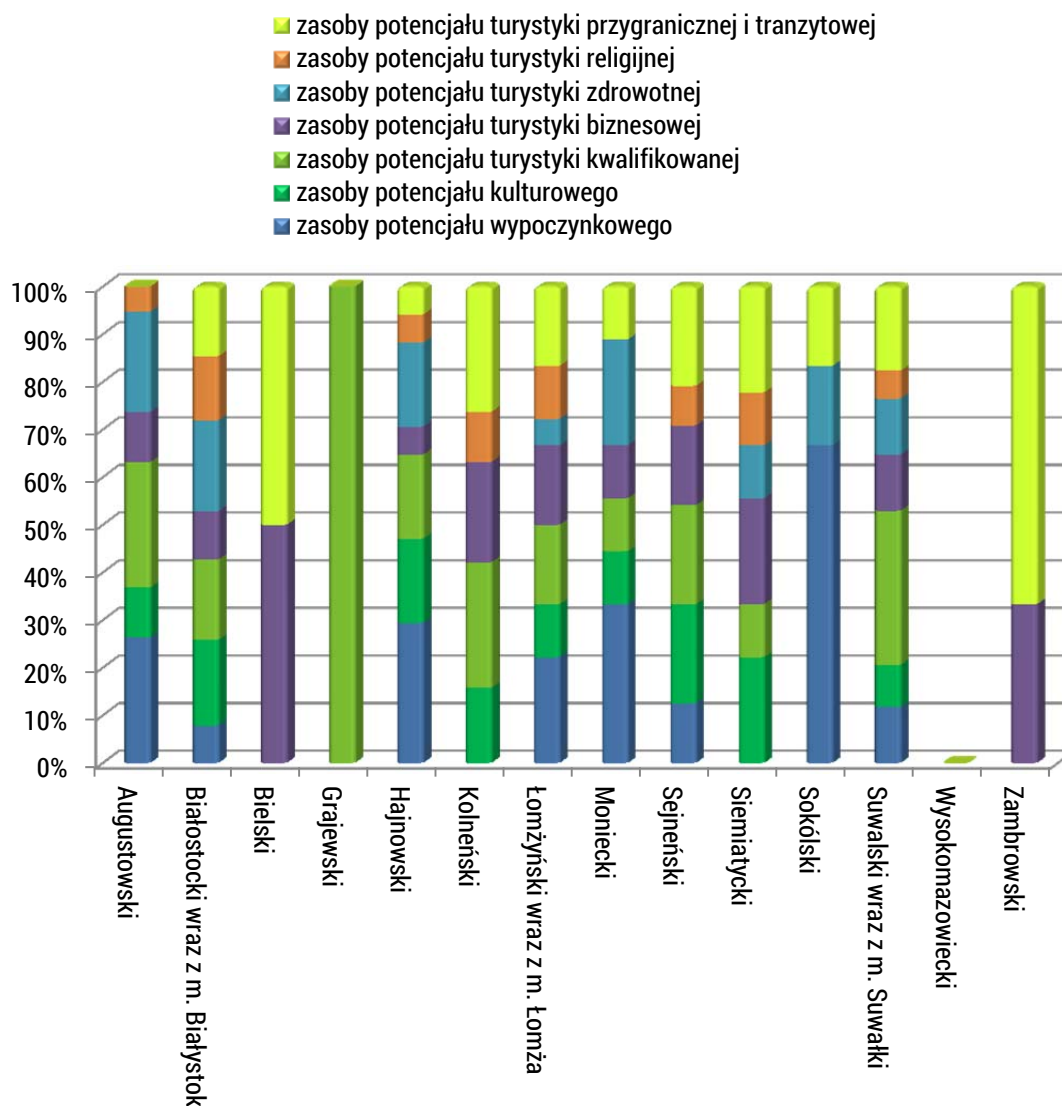
Szczegółowe zestawienie gmin o bardzo dobrych i dobrych warunkach do rozwoju wybranych form turystyki zaprezentowano na mapie 13. Wielkość diagramów odpowiada wielkości uzyskanych wartości wskaźników syntetycznych.

W wyniku przeprowadzonej analizy przydatności potencjałów turystycznych występujących na terenie gmin województwa podlaskiego do rozwoju wybranych form turystyki należy wskazać, że dominują potencjały miast, na terenie których występują dobre warunki do rozwoju większości analizowanych form turystyki, poza turystyką wypoczynkową. Na terenie pozostałych gmin potencjał przydatny jest do rozwoju od dwóch do sześciu z analizowanych form turystyki. Szczegółowy rozkład zaprezentowano na mapie 13.



Mapa 13. Potencjał do rozwoju wybranych form turystyki w gminach województwa podlaskiego

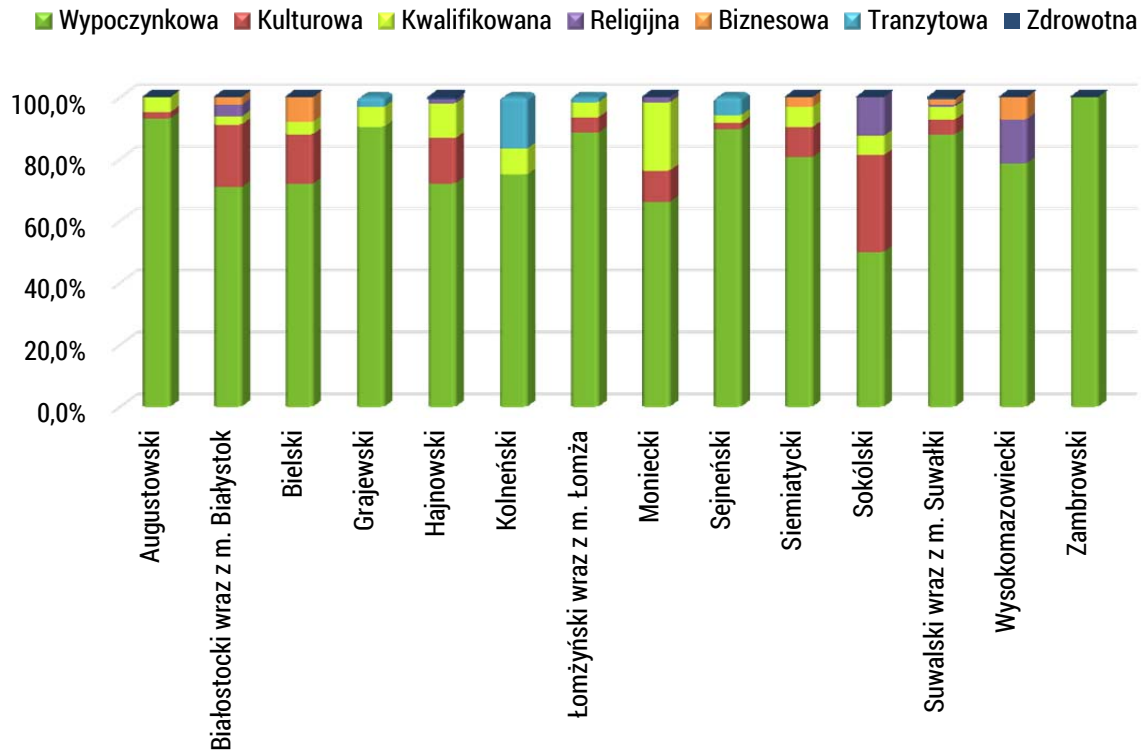
Źródło: opracowanie własne.



Rys. 25. Potencjał turystyczny według form turystyki w powiatach województwa podlaskiego

Źródło: opracowanie własne.

Analiza przydatności potencjału według form turystyki wskazuje na duże możliwości rozwoju analizowanych form turystyki na obszarze większości powiatów województwa podlaskiego (rys. 25). Ze względu na liczbę gmin największy obszar przestrzenny posiadają powiaty: białostocki, suwałski, sejneński i łomżyński, a w dalszej kolejności – augustowski i hajnowski. Jednak badanie ruchu turystycznego wskazuje, że większość powiatów wykorzystuje swój potencjał głównie do rozwoju turystyki wypoczynkowej, a w nieznaczącej części do rozwoju turystyki kulturowej, kwalifikowanej i biznesowej (rys. 26). Należy zatem podejmować działania zmierzające do rozwoju zróżnicowanych form turystyki.



Rys. 26. Dominujące formy turystyki w najbardziej atrakcyjnych powiatach województwa podlaskiego w opinii turystów

Źródło: opracowanie własne.

Podsumowanie

Szczegółowa ocena atrakcyjności potencjału turystycznego i jego przydatności do rozwoju określonych form turystyki pozwala na sformułowanie następujących wniosków:

- potencjał turystyczny w poszczególnych gminach cechuje wysoka atrakcyjność wypoczynkowa oraz krajoznawcza, w większości obszarów potencjał ten nie występuje łącznie,
- większość obszarów atrakcyjnych wypoczynkowo i krajoznawczo posiada słabo rozwiniętą działalność *stricte* turystyczną,
- na terenie województwa występują walory o randze międzynarodowej, o randze tej decydują unikatowe i cenne walory przyrodnicze utworzone przez człowieka, pozwalają też one na rozwój turystyki kwalifikowanej,
- na terenie województwa występują walory o randze krajowej, o czym walory naturalne, jak i antropogeniczne. Pozwalają one na rozwój turystyki wypoczynkowej na obszarach wiejskich, turystyki kwalifikowanej, turystyki kulturowej w miastach,

- szybko rozwijająca się sieć obiektów noclegowych wyposażonych w sale konferencyjne umożliwia rozwój turystyki biznesowej. Słabą stroną sal konferencyjnych jest ich standardowe wyposażenie, nie pozwalające np. na realizację telekonferencji,
- transgraniczne położenie województwa sprzyja rozwojowi turystyki transgranicznej i tranzytowej wokół głównych szlaków komunikacyjnych,
- potencjał województwa umożliwia rozwój zróżnicowanych form turystyki. Jest on jednak wykorzystywany w niewielkim stopniu, dominuje turystyka wypoczynkowa.

Uogólniając należy stwierdzić, że walory potencjału turystycznego województwa podlaskiego są zróżnicowane rodzajowo i najczęściej na obszarze gminy nie występują łącznie. Można zatem stwierdzić, że są rozproszone przestrzennie na poziomie lokalnym. Rozproszenie przestrzenne walorów prowadzi do rozproszenia ruchu turystycznego i jednocześnie, ze względu na wysokie koszty wejścia na rynek podmiotów *stricto* turystycznych. Odnotowuje się niską aktywność tej formy działalności. Analiza na poziomie powiatu pozwala na wyodrębnienie przestrzeni turystycznych o wysokim potencjale turystycznym. Skupia się ona wokół głównych ośrodków turystycznych.

Największą przestrzeń turystyczną, ze względu na wysoką atrakcyjność potencjału turystycznego (wypoczynkową, krajoznawczą, międzynarodową i krajową) i występujący ruch turystyczny, należy wyodrębnić wokół miasta Białostok. Potencjał turystyczny występuje w powiecie białostockim, na obszarach gmin: Tykocin i Choroszcz, Michałowo, Gródek, Supraśl, Czarna Białostocka i od zachodniej strony Białegostoku⁵⁸. Potencjał turystyczny występujący na terenie tych gmin wykazuje również bardzo dobre i dobre warunki do rozwoju większości analizowanych form turystyki. Ze względu na centralne położenie Białegostoku rozwój turystyki należy traktować jako integralną część całego obszaru metropolitarne. Przy czym należy pamiętać o niskim poziomie działalności *stricto* turystycznej w gminach: Choroszcz, Czarna Białostocka i Michałowo.

Ważną częścią uzupełniającą potencjał turystyczny obszaru metropolitarne Białegostoku jest potencjał turystyczny powiatów: sokólskiego, monieckiego i hajnowskiego. W powiecie sokólskim, w gminie Sokółka, potencjał turystyczny położony na jej terenie wykazuje bardzo dobre i dobre warunki do uprawiania większości analizowanych form turystyki. Nieco niższą przydatnością do rozwoju turystyki, głównie wiejskiej, zdrowotnej, religijnej i wypoczynkowej cechuje się potencjał turystyczny występujący na terenie gminy Krynki. W powiecie monieckim, w gminie Trzcianne i Goniądz możliwe jest, na bazie tego potencjału, rozwijanie większości z analizowanych form turystyki. W powiecie hajnowskim ważnym ośrodkiem rozwoju turystyki, ze względu na dużą atrakcyjność turystyczną, jest gmina Białowieża. Nieco niższą atrakcyjność turystyczną mają gminy: Narewka oraz Dubicze Cerkiewne. Potencjał turystyczny tych gmin wykazuje również bardzo dobre i dobre warunki do rozwoju większości analizowanych form turystyki.

Drugą przestrzenią turystyczną o bardzo dużej o dużej atrakcyjności potencjału turystycznego należy wyodrębnić w powiecie augustowskim, w gminach: Augustów miasto, Nowinka, Płaska i Sztabin. Działalność *stricto* turystyczna jest silnie rozwinięta w Augustowie i gminie Płaska. Potencjał turystyczny tych gmin wykazuje jednocześnie bardzo dobre warunki do rozwoju większości analizowanych form turystyki (poza turystyką tranzytową i turystyką w miastach w gminie Nowinka).

⁵⁸ W dalszej analizie pomija się potencjał turystyczny gminy Turośl Kościelna, gdyż na jej terenie większość analizowanych form turystyki nie ma warunków do ich rozwoju.

Istotnym elementem potencjału turystycznego województwa podlaskiego jest potencjał turystyczny występujący wokół miasta Suwałki. Potencjał ten łączy przestrzeń trzech powiatów, na terenie, których potencjał cechuje wysoka atrakcyjność walorów wypoczynkowych, krajoznawczych, ranga międzynarodowa i krajowa. Potencjał ten stwarza bardzo dobre i dobre warunki do większości analizowanych form turystyki. Przestrzeń turystyczną tego obszaru tworzą potencjały występujące na terenie gmin powiatu sejneńskiego: Giby i Sejny, na terenie powiatu suwalskiego: Suwałki miasto i wieś oraz gmina Jeleniewo.

Poza dużymi skupiskami atrakcyjnej przestrzeni turystycznej w województwie podlaskim występują dwie odrębne przestrzenie turystyczne znajdujące się na terenach powiatów siemiatyckiego i łomżyńskiego oraz kilku atrakcyjnych punktów turystycznych. Potencjały gminy Mielnik cechuje wysoka atrakcyjność wypoczynkowa o randze krajowej, co stwarza warunki do rozwoju większości analizowanych form turystyki. Potencjał gminy Siemiatycze cechuje wysoka atrakcyjność o randze międzynarodowej. Ponadto położenie tej gminy na styku trzech województw, w odległości nie większej niż 120 km od trzech stolic województw (lubelskiego, mazowieckiego i podlaskiego), stwarza niepowtarzalne warunki do rozwoju turystyki biznesowej. Analiza przydatności potencjału gminy Siemiatycze do rozwoju wybranych form turystyki wykazała, że potencjał stwarza warunki do rozwoju turystyki biznesowej, turystyki w miastach i turystyki religijnej.

Wyodrębnione obszary należy traktować integralnie, jako jedną całość, skupiając się na utworzeniu wewnętrznych korytarzy ruchu turystycznego⁵⁹.

⁵⁹ Teoretyczne rozwiązanie problematyki wewnętrznych korytarzy turystycznych opisano w artykule: M. Smoleński, *Modelowanie przestrzeni turystycznej peryferyjnych regionów turystycznych*, *Ekonomia i Zarządzanie* Nr 1, 2012, s. 64-91.



6. Ocena wybranych czynników potencjału turystycznego województwa podlaskiego – ranking

6.1. Metodyka badania

Analiza potencjału turystycznego powiatów i gmin województwa podlaskiego przeprowadzona została z wykorzystaniem zmiennych diagnostycznych ujętych w VI grupach (obszarach) czynników: przyrodniczych, antropogenicznych, infrastrukturalnych, dostępności komunikacyjnej i recepcji turystycznej, społeczno-demograficznych, ekonomicznych i popytowych.

Do oceny potencjału turystycznego wykorzystano metodę porządkowania liniowego – wzorcową metodę Hellwiga, która pozwoliła, na utworzenie rankingów oraz ratingów powiatów i gmin ze względu na poszczególne czynniki tworzące potencjał turystyczny. Biorąc pod uwagę wszystkie czynniki i wszystkie zmienne diagnostyczne je określające, utworzono również ogólny ranking i rating powiatów i gmin województwa podlaskiego, ze względu na potencjał turystyczny.

Metoda porządkowania liniowego prowadzi do utworzenia, na podstawie zmiennych diagnostycznych, zmiennej syntetycznej, której malejące wartości dla poszczególnych jednostek (powiatów lub gmin) zamieniane są na kolejne liczby naturalne. W ten sposób tworzy się ranking badanych jednostek ze względu na obszar określony za pomocą zmiennej syntetycznej, która zastępuje kilka zmiennych diagnostycznych.

Po wyliczeniu podstawowych statystyk zmiennej syntetycznej – średniej arytmetycznej oraz odchylenia standardowego, możliwy jest podział na rozłączne grupy badanych jednostek, które kwalifikowane są do czterech przedziałów:

$$< x_{min}; \bar{x} - S_x >$$

$$< \bar{x} - S_x; \bar{x} >$$

$$< \bar{x}; \bar{x} + S_x >$$

$$< \bar{x} + S_x; x_{max} >$$

gdzie:

x_{min} – minimalna wartość zmiennej syntetycznej,

x_{max} – maksymalna wartość zmiennej syntetycznej,
 \bar{x} – średnia arytmetyczna zmiennej syntetycznej,
 S_x – odchylenie standardowe zmiennej syntetycznej.

Na podstawie powyższych przedziałów tworzony jest rating badanych jednostek (powiatów lub gmin) na cztery grupy.

Pierwszym krokiem w metodach porządkowania liniowego jest merytoryczna i statystyczna analiza zmiennych diagnostycznych. W przypadku niniejszego opracowania dobór merytoryczny zmiennych diagnostycznych opierał się na literaturze przedmiotu oraz wiedzy eksperckiej. Statystyczny dobór zmiennych polegał na sprawdzeniu zmienności poszczególnych zmiennych za pomocą współczynnika zmienności, którego wartość krytyczną ustalono na poziomie 15%. To założenie miało na celu dobór takich zmiennych, które przyjmują wystarczająco zróżnicowane wartości dla badanych jednostek i nie można ich określić jako zmienne prawie stałe. Ponadto dokonano analizy korelacji pomiędzy zmiennymi w celu uniknięcia powielania informacji przez zmienne silnie ze sobą skorelowane. Pomyślną weryfikację statystyczną przeszły wszystkie zmienne diagnostyczne czynników przyrodniczych, społeczno-demograficznych oraz ekonomicznych. W przypadku pozostałych czynników zbior zmiennych uległ zmniejszeniu. Zestaw zmiennych diagnostycznych z przed i po weryfikacji statystycznej przedstawiono w tabeli 11.

Istotną kwestią w porządkowaniu liniowym jest rodzaj oddziaływania zmiennej na dany obszar (stymulanta, destymulanta). W badaniu wszystkie zmienne diagnostyczne miały charakter stymulant, co oznacza, że wraz ze wzrostem danej zmiennej rośnie znaczenie danego czynnika.

Zmienne diagnostyczne wyrażone w liczbach bezwzględnych poddane zostały zamianie na wskaźniki, a następnie poddane standaryzacji. Takie zabiegi umożliwiły porównywalność zmiennych diagnostycznych i utworzenie na ich podstawie zmiennej syntetycznej z wykorzystaniem metody wzorcowej Hellwiga.

Tabela 11. Zmienne diagnostyczne zastosowane do oceny potencjału turystycznego województwa podlaskiego

Lp.	Kategoria czynników	Zmienne statystyczne po doborze merytorycznym	Zmienne diagnostyczne po doborze statystycznym
1	Czynniki przyrodnicze	P1 – powierzchnia obszarów prawnie chronionych – parki narodowe i krajobrazowe (w % ogółem) P2 – wysokość względna P3 – wskaźnik jeziorności P4 – powierzchnia lasów (w % powierzchni ogółem)	P1 – powierzchnia obszarów prawnie chronionych – parki narodowe i krajobrazowe (w % ogółem) P2 – wysokość względna P3 – wskaźnik jeziorności P4 – powierzchnia lasów (w % powierzchni ogółem)
2	Czynniki antropogeniczne	A1 liczba muzeów i oddziałów muzealnych A2 liczba zabytków A3 liczba galerii sztuki i salonów sztuki A4 liczba teatrów, filharmonii, oper A5 liczba obiektów sakralnych	A1 – liczba muzeów i oddziałów muzealnych A2 – liczba zabytków A3 – liczba obiektów sakralnych

Lp.	Kategoria czynników	Zmienne statystyczne po doborze merytorycznym	Zmienne diagnostyczne po doborze statystycznym
3	Czynniki infrastrukturalne	I1 liczba obiektów sanatoryjnych i uzdrowiskowych I2 liczba wellnes i spa I3 liczba obiektów konferencyjnych (centrów konferencyjnych) I4 liczba hoteli i obiektów noclegowych I5 liczba gospodarstw agroturystycznych I6 liczba korzystających z noclegów ogółem I7 liczba cudzoziemców korzystających z noclegów I8 liczba placówek gastronomicznych I9 liczba wypożyczalni sprzętu rekreacyjnego	I1 – liczba hoteli i obiektów noclegowych, I2 – liczba gospodarstw agroturystycznych, I3 – liczba korzystających z noclegów ogółem I4 – liczba cudzoziemców korzystających z noclegów I5 – liczba placówek gastronomicznych I6 – liczba wypożyczalni sprzętu rekreacyjnego
4	Czynniki dostępności komunikacyjnej i recepcji turystycznej	K1 długość dróg K2 liczba dworców autobusowych i PKP K3 liczba linii komunikacji miejskiej K4 liczba punktów informacji turystycznej K5 liczba biur podróży K6 liczba szlaków turystycznych	K1 – długość dróg w km K2 – liczba dworców autobusowych i PKP K3 – liczba punktów informacji turystycznych K4 – liczba szlaków turystycznych
5	Czynniki społeczno – demograficzne	S1 – liczba uczestników imprez masowych S2 – liczba zespołów artystyczno-folklorystycznych S3 – liczba organizacji wspierających rozwój turystyki S4 – liczba komórek organizacyjnych do spraw turystyki	S1 – liczba uczestników imprez masowych S2 – liczba zespołów artystyczno-folklorystycznych S3 – liczba organizacji wspierających rozwój turystyki S4 – liczba komórek organizacyjnych do spraw turystyki
6	Czynniki ekonomiczne	E1 – wydatki na transport i łączność na 1 mieszkańca E2 – wydatki na gospodarkę komunalną i ochronę przyrody na 1 mieszkańca E3 – wydatki na turystykę na 1 mieszkańca E4 – wydatki na kulturę na 1 mieszkańca E5 – liczba dokumentów strategicznych odnoszących się <i>stricto</i> do rozwoju turystyki	E1 – wydatki na transport i łączność na 1 mieszkańca E2 – wydatki na gospodarkę komunalną i ochronę przyrody na 1 mieszkańca E3 – wydatki na turystykę na 1 mieszkańca E4 – wydatki na kulturę na 1 mieszkańca E5 – liczba dokumentów strategicznych odnoszących się <i>stricto</i> do rozwoju turystyki

Źródło: opracowanie własne.

Po zastosowaniu metody porządkowania liniowego dla każdej grupy czynników uzyskano 6 zmiennych syntetycznych, których wartości liczbowe pozwoliły na utworzenie rankingu powiatów oraz gmin (zawierającego wszystkie analizowane kategorie czynników). Łącznie utworzono 6 rankingów dla powiatów oraz 6 rankingów dla gmin. Dodatkowo, w obrębie każdej grupy czynników określono rating powiatów i gmin, co pozwoliło na podział badanych jednostek na cztery klasy: o bardzo korzystnych, korzystnych,

niekorzystnych i bardzo niekorzystnych czynnikach. W końcowej analizie dokonano oceny wpływu poszczególnych czynników na ogólną ocenę potencjału turystycznego województwa podlaskiego. Do oceny wykorzystano model regresji wielorakiej.

$$PT_i = \alpha_0 + \alpha_1 CP_i + \alpha_2 CA_i + \alpha_3 CI_i + \alpha_4 CD_i + \alpha_5 CSD_i + \alpha_6 CE_i + \varepsilon_i$$

gdzie:

PT_i – zmienna syntetyczna potencjału turystycznego gmin

CP_i – zmienna syntetyczna czynników przyrodniczych gmin

CA_i – zmienna syntetyczna czynników antropogenicznych gmin

CI_i – zmienna syntetyczna czynników infrastrukturalnych gmin

CD_i – zmienna syntetyczna czynników odstępności komunikacyjnej i recepcji turystycznej gmin

CSD_i – zmienna syntetyczna czynników społeczno-demograficznych gmin

CE_i – zmienna syntetyczna czynników ekonomicznych gmin

α_i , gdzie $i = 1, 2, \dots, 6$ – parametry strukturalne modelu

ε_i – składnik losowy modelu

Model zbudowano na danych odnoszących się do 118 gmin województwa podlaskiego. Parametry modelu zostały poddane estymacji i statycznej weryfikacji.

Ostatnim założeniem tego etapu badawczego była analiza prawidłowości założeń oceny atrakcyjności gmin zgodnej z Załącznikiem 2 do OPZ (korekta rankingu atrakcyjności gmin na podstawie wyników analiz przeprowadzonych przez Wykonawcę). Porównując ranking atrakcyjności gmin (Załącznik 2 do OPZ), z uzyskanym podczas badania rankingiem gmin ze względu na potencjał turystyczny, trzeba podkreślić, że zestawienia te uzyskiwane były innymi metodami, zatem ich porównywanie może budzić pewne zastrzeżenia. W rankingu atrakcyjności gmin stanowiącym Załącznik 2 OPZ gminy województwa podlaskiego zostały podzielone na trzy kategorie atrakcyjności – I, II, III. W czwartej grupie znalazły się gminy, którym nie nadano kategorii atrakcyjności (ND). W rankingu potencjału turystycznego gmin przygotowanym przez Wykonawcę wyłoniono cztery klasy potencjału turystycznego – bardzo wysoki, wysoki, niski, bardzo niski. Porównania rankingów dokonano na podstawie porównywalności klas atrakcyjności i oceny potencjału, co przedstawiono w poniższej tabeli.

Tabela 12. Założenia oceny prawidłowości atrakcyjności gmin województwa podlaskiego

Klasa atrakcyjności	Ocena potencjału
I klasa atrakcyjności	bardzo wysoki potencjał turystyczny
II klasa atrakcyjności turystycznej	wysoki potencjał turystyczny
III klasa atrakcyjności turystycznej	niski potencjał turystyczny
ND	bardzo niski potencjał turystyczny

Źródło: opracowanie własne.

6.2. Ocena czynników przyrodniczych

Analiza przydatności potencjału turystycznego określonego czynnikami przyrodniczymi wykazała, że bardzo korzystnymi walorami przyrodniczymi charakteryzują się trzy powiaty województwa podlaskiego: suwalski z miastem Suwałki, sejneński oraz białostocki z miastem Białystok. W grupie powiatów o korzystnych walorach przyrodniczych znalazły się powiaty: moniecki, augustowski, sokólski oraz grajewski. Szczegółowe zestawienie przedstawiono w tabeli 13.

Tabela 13. Ranking powiatów ze względu na czynniki przyrodnicze

Lp.	Powiat	Zmienna syntetyczna nasycenia walorów przyrodniczych	Ranking według walorów przyrodniczych	Rodzaj walorów przyrodniczych
1	Suwalski i miasto Suwałki	0,4532	1	bardzo korzystne
2	Sejneński	0,4337	2	bardzo korzystne
3	Białostocki i miasto Białystok	0,3922	3	bardzo korzystne
4	Moniecki	0,3830	4	korzystne
5	Augustowski	0,3169	5	korzystne
6	Sokólski	0,2979	6	korzystne
7	Grajewski	0,2894	7	korzystne
8	Łomżyński i Łomża	0,2426	8	niekorzystne
9	Hajnowski	0,2300	9	niekorzystne
10	Siemiatycki	0,1564	10	niekorzystne
11	Zambrowski	0,1356	11	niekorzystne
12	Kolneński	0,1116	12	bardzo niekorzystne
13	Bielski	0,0826	13	bardzo niekorzystne
14	Wysokomazowiecki	0,0537	14	bardzo niekorzystne

Źródło: opracowanie własne.

Zestawienie gmin o korzystnych walorach przyrodniczych przedstawiono w tabeli 14.

Tabela 14. Ranking gmin województwa podlaskiego ze względu na czynniki przyrodnicze (walory korzystne i bardzo korzystne)

Lp.	Gmina	Powiat	Zmienna syntetyczna nasycenia walorów przyrodniczych	Ranking według walorów przyrodniczych	Rodzaj walorów przyrodniczych
1	Suwałki	Suwalski	0,3432	1	bardzo korzystne
2	Augustów miasto	Augustowski	0,3248	2	bardzo korzystne
3	Jeleniewo	Suwalski	0,3227	3	bardzo korzystne
4	Trzcianne	Moniecki	0,2572	4	bardzo korzystne
5	Knyszyn	Moniecki	0,2545	5	bardzo korzystne
6	Rajgród	Grajewski	0,2457	6	bardzo korzystne
7	Goniądz	Moniecki	0,2409	7	bardzo korzystne
8	Czarna Białostocka	Białostocki	0,2380	8	bardzo korzystne
9	Supraśl	Białostocki	0,2299	9	bardzo korzystne
10	Gródek	Białostocki	0,2298	10	bardzo korzystne
11	Szudziałowo	Sokólski	0,2227	11	bardzo korzystne
12	Nowinka	Augustowski	0,2226	12	bardzo korzystne
13	Wiżajny	Suwalski	0,2194	13	bardzo korzystne
14	Krasnopol	Sejneński	0,2171	14	bardzo korzystne
15	Michałow	Białostocki	0,2124	15	bardzo korzystne
16	Białowieża	Hajnowski	0,2084	16	bardzo korzystne
17	Rudka	Bielski	0,2066	17	bardzo korzystne
18	Narewka	Hajnowski	0,2060	18	bardzo korzystne
19	Giby	Sejneński	0,2055	19	bardzo korzystne
20	Wasilków	Białostocki	0,1990	20	bardzo korzystne
21	Sejny	Sejneński	0,1974	21	bardzo korzystne
22	Filipów	Suwalski	0,1883	22	korzystne
23	Łomża	Łomżyński	0,1877	23	korzystne
24	Dobrzyniewo Duże	Białostocki	0,1772	24	korzystne
25	Przerośl	Suwalski	0,1756	25	korzystne
26	Sokółka	Sokólski	0,1678	26	korzystne
27	Krynki	Sokólski	0,1636	27	korzystne
28	Mielnik	Siemiatycki	0,1627	28	korzystne
29	Płaska	Augustowski	0,1567	29	korzystne
30	Rutka-Tartak	Suwalski	0,1551	30	korzystne
31	Sztabin	Augustowski	0,1513	31	korzystne

Lp.	Gmina	Powiat	Zmienna syntetyczna nasycenia walorów przyrodniczych	Ranking według walorów przyrodniczych	Rodzaj walorów przyrodniczych
32	Suchowola	Sokólski	0,1496	32	korzystne
33	Kuźnica	Sokólski	0,1461	33	korzystne
34	Bargłów Kościelny	Augustowski	0,1457	34	korzystne
35	Bakałarzewo	Suwalski	0,1422	35	korzystne
36	Dąbrowa Białostocka	Sokólski	0,1414	36	korzystne
37	Janów	Sokólski	0,1394	37	korzystne
38	Krypno	Moniecki	0,1344	38	korzystne
39	Mońki	Moniecki	0,1342	39	korzystne
40	Jasionówka	Moniecki	0,1325	40	korzystne
41	Puńsk	Sejneński	0,1310	41	korzystne
42	Siemiatycze miasto	Siemiatycki	0,1306	42	korzystne

Źródło: opracowanie własne.

Bardziej przejrzysty i szczegółowy obraz ukazuje ranking gmin województwa podlaskiego ze względu na czynniki przyrodnicze (tab. 15), bowiem w powiatach często występują gminy o zróżnicowanych walorach przyrodniczych. W województwie podlaskim 36% gmin charakteryzuje się bardzo korzystnymi lub korzystnymi walorami przyrodniczymi. Najwięcej gmin o bardzo korzystnych czynnikach przyrodniczych zlokalizowanych jest w powiecie białostockim, ale równocześnie w powiecie tym znajduje się 10 gmin o niekorzystnych lub bardzo niekorzystnych walorach przyrodniczych. Należy zauważyć, że w powiatach suwalskim, augustowskim i sokólskim aż 70% gmin posiada bardzo korzystne lub korzystne walory przyrodnicze, a w powiatach sejneńskim i monieckim odsetek takich gmin jest jeszcze wyższy i wynosi odpowiednio 80% i 86%.

- Załącznik 26. Ranking wszystkich 118 gmin województwa podlaskiego ze względu na czynniki przyrodnicze (walory korzystne i bardzo korzystne) (płyta CD)

Tabela 15. Zróżnicowanie gmin w powiatach ze względu na walory przyrodnicze

Lp.	Powiat	Walory przyrodnicze				Razem
		bardzo korzystne	korzystne	niekorzystne	bardzo niekorzystne	
1	Suwalski i miasto Suwałki	3	4	3	0	10
2	Sejneński	3	1	1	0	5
3	Białostocki i miasto Białystok	5	1	9	1	16
4	Moniecki	3	3	1	0	7
5	Augustowski	2	3	2	0	7
6	Sokółski	1	6	3	0	10
7	Grajewski	1	0	5	0	6
8	Łomżyński i miasto Łomża	0	1	9	0	10
9	Hajnowski	2	0	7	0	9
10	Siemiatycki	0	2	6	1	9
11	Zambrowski	0	0	4	1	5
12	Kolneński	0	0	4	2	6
13	Bielski	1	0	7	0	8
14	Wysokomazowiecki	0	0	6	4	10
15	Razem	21	21	67	9	118

Źródło: opracowanie własne.

6.3. Ocena czynników antropogenicznych

W

wyniku zastosowania porządkowania liniowego czynników antropogenicznych utworzono zmienną syntetyczną, która pozwoliła na stworzenie rankingu i ratingu powiatów (tabela 16) i gmin (tabela 17) województwa podlaskiego ze względu na te czynniki.

Tabela 16. Ranking powiatów ze względu na czynniki kulturowe

Lp.	Powiat	Zmienna syntetyczna nasycenia walorów kulturowych	Ranking według walorów kulturowych	Rodzaj walorów kulturowych
1	Białostocki i miasto Białystok	1	1	bardzo korzystne
2	Hajnowski	0,550	2	korzystne
3	Suwalski i miasto Suwałki	0,504	3	korzystne
4	Bielski	0,424	4	korzystne
5	Siemiatycki	0,415	5	korzystne
6	Moniecki	0,350	6	niekorzystne
7	Łomżyński i miasto Łomża	0,346	7	niekorzystne
8	Sokólski	0,344	8	niekorzystne
9	Sejneński	0,325	9	niekorzystne
10	Augustowski	0,280	10	niekorzystne
11	Wysokomazowiecki	0,276	11	niekorzystne
12	Grajewski	0,266	12	niekorzystne
13	Kolneński	0,219	13	niekorzystne
14	Zambrowski	0,181	14	bardzo niekorzystne

Źródło: opracowanie własne.

Tabela 17. Ranking gmin ze względu na czynniki kulturowe (walory kulturowe korzystne i bardzo korzystne)

Lp.	Gmina	Powiat	Zmienna syntetyczna nasycenia walorów kulturowych	Ranking według walorów kulturowych	Rodzaj walorów kulturowych
1	Białystok miasto	Białostocki	0,8720	1	bardzo korzystne
2	Suwałki miasto	Suwalski	0,7463	2	bardzo korzystne
3	Supraśl	Białostocki	0,4959	3	bardzo korzystne
4	Białowieża	Hajnowski	0,4650	4	bardzo korzystne
5	Tykocin	Białostocki	0,4133	5	bardzo korzystne
6	Łomża miasto	Łomżyński	0,4013	6	bardzo korzystne
7	Bielsk Podlaski miasto	Bielski	0,3890	7	bardzo korzystne
8	Suwałki	Suwalski	0,3642	8	bardzo korzystne
9	Narew	Hajnowski	0,3592	9	bardzo korzystne
10	Bielsk Podlaski	Bielski	0,3322	10	bardzo korzystne

Lp.	Gmina	Powiat	Zmienna syntetyczna nasycenia walorów kulturowych	Ranking według walorów kulturowych	Rodzaj walorów kulturowych
11	Hajnówka miasto	Hajnowski	0,3078	11	korzystne
12	Hajnówka	Hajnowski	0,3018	12	korzystne
13	Augustów miasto	Augustowski	0,2940	13	korzystne
14	Wasilków	Białostocki	0,2939	14	korzystne
15	Suraż	Białostocki	0,2902	15	korzystne
16	Siemiatycze miasto	Siemiatycki	0,2902	16	korzystne
17	Sejny miasto	Sejneński	0,2741	17	korzystne
18	Sokółka	Sokólski	0,2723	18	korzystne
19	Jaświły	Moniecki	0,2652	20	korzystne
20	Kleszczele	Hajnowski	0,2652	19	korzystne
21	Zabłudów	Białostocki	0,2650	21	korzystne
22	Juchnowiec Kościelny	Białostocki	0,2576	22	korzystne
23	Puńsk	Sejneński	0,2571	23	korzystne
24	Orla	Bielski	0,2524	24	korzystne
25	Narewka	Hajnowski	0,2513	25	korzystne
26	Goniądz	Moniecki	0,2506	26	korzystne
27	Mielnik	Siemiatycki	0,2500	27	korzystne
28	Giby	Sejneński	0,2428	28	korzystne
29	Drohiczyn	Siemiatycki	0,2424	29	korzystne
30	Brańsk	Bielski	0,2365	30	korzystne
31	Grajewo miasto	Grajewski	0,2359	31	korzystne
32	Jasionówka	Moniecki	0,2331	32	korzystne
33	Knyszyn	Moniecki	0,2322	33	korzystne
34	Ciechanowiec	Wysokomazowiecki	0,2322	34	korzystne
35	Szczuczyn	Grajewski	0,2314	35	korzystne
36	Krynki	Sokólski	0,2293	36	korzystne
37	Czarna Białostocka	Białostocki	0,2261	37	korzystne
38	Piątnica	Łomżyński	0,2205	38	korzystne
39	Boćki	Bielski	0,2197	39	korzystne
40	Nurzec-Stacja	Siemiatycki	0,2171	40	korzystne
41	Michałow	Białostocki	0,2162	41	korzystne

Źródło: opracowanie własne.

Jedynie powiat białostocki z miastem Białystok charakteryzuje się bardzo korzystnymi walorami kulturowymi i zajmuje on pierwsze miejsce w rankingu. W grupie powiatów o korzystnych warunkach antropogenicznych znalazły się powiaty: hajnowski, suwalski i miasto Suwałki, bielski i siemiatycki.

W przypadku szczegółowego rankingu gmin ze względu na czynniki kulturowe okazuje się, że najwyższe miejsca zajmują trzy największe miasta województwa podlaskiego: Białystok, Suwałki i Łomża. Ponadto w grupie gmin o bardzo korzystnych czynnikach antropogenicznych znalazły się takie gminy jak: Supraśl, Białowieża czy Tykocin.

■ Załącznik 27. Ranking wszystkich 118 gmin województwa podlaskiego ze względu na czynniki kulturowe (płyta CD)

W województwie podlaskim 35% gmin charakteryzuje się korzystnymi lub bardzo korzystnymi warunkami kulturowymi. Zlokalizowane są one głównie w powiatach: białostocki, hajnowski i bielski. Należy również zauważyć, że ponad połowa gmin powiatów sejneńskiego i monieckiego posiada korzystne warunki kulturowe. Równocześnie zauważamy, że w powiatach zambrowskim i kolneńskim wszystkie gminy posiadają niekorzystne czynniki kulturowe (tabela 18).

Tabela 18. **Zróżnicowanie gmin w poszczególnych powiatach ze względu na czynniki kulturowe**

Lp.	Powiat	Czynniki kulturowe			Razem
		bardzo korzystne	korzystne	niekorzystne	
1	Suwalski i miasto Suwałki	2	0	8	10
2	Sejneński	0	3	2	5
3	Białostocki i miasto Białystok	3	6	7	16
4	Moniecki	0	4	3	7
5	Augustowski	0	1	6	7
6	Sokółski	0	2	8	10
7	Grajewski	0	2	4	6
8	Łomżyński i miasto Łomża	1	1	8	10
9	Hajnowski	2	4	3	9
10	Siemiatycki	0	4	5	9
11	Zambrowski	0	0	5	5
12	Kolneński	0	0	6	6
13	Bielski	2	3	3	8
14	Wysokomazowiecki	0	1	9	10
	Razem	10	31	76	118

Źródło: opracowanie własne.

6.4. Ocena czynników infrastrukturalnych

Dołączając merytorycznej i statystycznej weryfikacji zmiennych diagnostycznych dotyczących warunków infrastrukturalnych, porządkowanie powiatów województwa podlaskiego pozwala stwierdzić, że najlepiej rozwinięte czynniki infrastrukturalne zlokalizowane są w największych miastach województwa i w powiatach je otaczających. Ponadto korzystne czynniki infrastrukturalne dotyczą powiatów: augustowskiego, sejneńskiego i siemiatyckiego (tabela 19). Szczegółowy obraz czynników infrastrukturalnych przedstawiono za pomocą rankingu gmin (tabela 20). Najwyższe miejsca w rankingu zajmują: miasto Białystok, Białowieża i miasto Augustów.

Tabela 19. Ranking powiatów ze względu na czynniki infrastrukturalne

Lp.	Powiat	Zmienna syntetyczna czynników infrastrukturalnych	Ranking powiatów według czynników infrastrukturalnych	Rodzaj czynników infrastrukturalnych
1	Białostocki i miasto Białystok	0,5787	1	bardzo korzystne
2	Suwalski i miasto Suwałki	0,4903	2	bardzo korzystne
3	Łomżyński i miasto Łomża	0,3550	3	korzystne
4	Augustowski	0,3441	4	korzystne
5	Sejneński	0,3399	5	korzystne
6	Siemiatycki	0,2807	6	korzystne
7	Hajnowski	0,2348	7	niekorzystne
8	Moniecki	0,2016	8	niekorzystne
9	Grajewski	0,2414	9	niekorzystne
10	Sokółski	0,2130	10	niekorzystne
11	Wysokomazowiecki	0,1478	11	niekorzystne
12	Kolneński	0,1538	12	niekorzystne
13	Bielski	0,1236	13	bardzo niekorzystne
14	Zambrowski	0,0833	14	bardzo niekorzystne

Źródło: opracowanie własne.

Tabela 20. Ranking gmin ze względu na czynniki infrastrukturalne (czynniki korzystne i bardzo korzystne)

Lp.	Gmina	Powiat	Zmienna syntetyczna czynników infrastrukturalnych	Ranking według czynników infrastrukturalnych	Rodzaj czynników infrastrukturalnych
1	Białystok miasto	Białostocki	0,5454	1	bardzo korzystne
2	Białowieża	Hajnowski	0,3446	2	bardzo korzystne
3	Augustów miasto	Augustowski	0,3052	3	bardzo korzystne
4	Suwałki	Suwalski	0,2935	4	bardzo korzystne
5	Giby	Sejneński	0,2098	5	bardzo korzystne
6	Płaska	Augustowski	0,2087	6	bardzo korzystne
7	Goniądz	Moniecki	0,1898	7	bardzo korzystne
8	Sejny	Sejneński	0,1895	8	bardzo korzystne
9	Wizajny	Suwalski	0,1853	9	bardzo korzystne
10	Suwałki miasto	Suwalski	0,1812	10	bardzo korzystne
11	Siemiatycze	Siemiatycki	0,1807	11	bardzo korzystne
12	Mielnik	Siemiatycki	0,1784	12	korzystne
13	Sokółka	Sokólski	0,1617	13	korzystne
14	Łomża miasto	Łomżyński	0,1615	14	korzystne
15	Rajgród	Grajewski	0,1598	15	korzystne
16	Czarna Białostocka	Białostocki	0,1594	16	korzystne
17	Nowogród	Łomżyński	0,1582	17	korzystne
18	Grajewo	Grajewski	0,1560	18	korzystne
19	Jeleniewo	Suwalski	0,1558	19	korzystne
20	Puńsk	Sejneński	0,1552	20	korzystne
21	Jaświły	Moniecki	0,1539	21	korzystne
22	Choroszcz	Białostocki	0,1473	22	korzystne
23	Dubicze Cerkiewne	Hajnowski	0,1471	23	korzystne
24	Krasnopol	Sejneński	0,1453	24	korzystne
25	Wizna	Łomżyński	0,1439	25	korzystne
26	Supraśl	Białostocki	0,1432	26	korzystne
27	Tykocin	Białostocki	0,1431	27	korzystne
28	Siemiatycze miasto	Siemiatycki	0,1344	28	korzystne
29	Wasilków	Białostocki	0,1343	29	korzystne
30	Rutka-Tartak	Suwalski	0,1315	30	korzystne
31	Drohiczyn	Siemiatycki	0,1310	31	korzystne

Lp.	Gmina	Powiat	Zmienna syntetyczna czynników infrastrukturalnych	Ranking według czynników infrastrukturalnych	Rodzaj czynników infrastrukturalnych
32	Narewka	Hajnowski	0,1285	32	korzystne
33	Szypliszki	Suwalski	0,1269	33	korzystne
34	Piątnica	Łomżyński	0,1265	34	korzystne
35	Nowinka	Augustowski	0,1255	35	korzystne
36	Łapy	Białostocki	0,1254	36	korzystne
37	Kolno	Kolneński	0,1237	37	korzystne
38	Łomża	Łomżyński	0,1221	38	korzystne
39	Filipów	Suwalski	0,1216	39	korzystne
40	Suraż	Białostocki	0,1210	40	korzystne
41	Gródek	Białostocki	0,1207	41	korzystne
42	Raczki	Suwalski	0,1200	42	korzystne

Źródło: opracowanie własne.

Załącznik 28. Ranking wszystkich 118 gmin województwa podlaskiego ze względu na czynniki infrastrukturalne (płyta CD)

Blisko 35% gmin województwa podlaskiego posiada korzystne lub bardzo korzystne warunki infrastrukturalne. Po 80% gmin powiatów sejneńskiego i suwalskiego posiada korzystne lub bardzo korzystne warunki infrastrukturalne. Jednak większość powiatów posiada na swoim terenie zaledwie po jednej lub dwie gminy o bardzo korzystnych czynnikach infrastrukturalnych. Należy zauważyć, że na obszarze powiatów zambrowskiego, bielskiego i wysokomazowieckiego nie odnotowano żadnej gminy o bardzo korzystnej infrastrukturze (tabela 21).

Tabela 21. Zróżnicowanie gmin w powiatach ze względu na czynniki infrastrukturalne

Lp.	Powiat	Czynniki infrastrukturalne			Razem
		bardzo korzystne	korzystne	niekorzystne	
1	Suwalski i miasto Suwałki	3	5	2	10
2	Sejneński	2	2	1	5
3	Białostocki i miasto Białystok	1	8	7	16
4	Moniecki	1	1	5	7
5	Augustowski	2	1	4	7
6	Sokólski	0	1	9	10
7	Grajewski	0	2	4	6
8	Łomżyński i miasto Łomża	0	5	5	10
9	Hajnowski	1	2	6	9
10	Siemiatycki	1	3	5	9
11	Zambrowski	0	0	5	5
12	Kolneński	0	1	5	6
13	Bielski	0	0	8	8
14	Wysokomazowiecki	0	0	10	10
	Razem	10	31	76	118

Źródło: opracowanie własne.

6.5. Ocena czynników dostępności komunikacyjnej

Wartości zmiennej syntetycznej, poprzez ocenę dostępności komunikacyjnej i recepcji turystycznej, pozwoliły na utworzenie rankingu powiatów (tabela 22) i gmin (tabela 23) ze względu na badany obszar.

Powiatami o najbardziej korzystnych czynnikach dostępności komunikacyjnej charakteryzują się: powiat Suwalski wraz z powiatem grodzkim, powiat hajnowski oraz powiat białostocki z powiatem grodzkim. Bardzo niekorzystne czynniki dostępności komunikacyjnej odnotowano w powiecie kolneńskim.

Analizując ranking gmin województwa podlaskiego ze względu na dostępność komunikacyjną, można stwierdzić, że w 15 gminach czynniki dostępności komunikacyjnej są bardzo korzystne. Wśród nich znaczną część stanowią miasta, takie jak Białystok, Augustów, Suwałki czy Hajnówka.

Tabela 22. Ranking powiatów ze względu na czynniki dostępności komunikacyjnej i recepcji turystycznej

Lp.	Powiat	Zmienna syntetyczna czynników dostępności komunikacyjnej	Ranking powiatów według czynników dostępności komunikacyjnej	Rodzaj czynników dostępności komunikacyjnej
1	Suwalski i miasto Suwałki	0,4632	1	bardzo korzystne
2	Hajnowski	0,4491	2	bardzo korzystne
3	Białostocki i miasto Białystok	0,4331	3	bardzo korzystne
4	Sejneński	0,3370	4	korzystne
5	Augustowski	0,2515	5	korzystne
6	Wysokomazowiecki	0,2453	6	korzystne
7	Łomżyński i miasto Łomża	0,2386	7	niekorzystne
8	Siemiatycki	0,2081	8	niekorzystne
9	Grajewski	0,1574	9	niekorzystne
10	Zambrowski	0,1543	10	niekorzystne
11	Sokólski	0,1433	11	niekorzystne
12	Moniecki	0,1261	12	niekorzystne
13	Bielski	0,1233	13	niekorzystne
14	Kolneński	0,1016	14	bardzo niekorzystne

Źródło: opracowanie własne.

Tabela 23. Ranking gmin ze względu na czynniki dostępności komunikacyjnej i recepcji turystycznej (czynniki dostępności korzystne i bardzo korzystne)

Lp.	Gmina	Powiat	Zmienna syntetyczna czynników dostępności komunikacyjnej	Ranking według czynników dostępności komunikacyjnej	Rodzaj czynników dostępności komunikacyjnej
1	Białystok miasto	Białostocki	0,5668	1	bardzo korzystne
2	Augustów miasto	Augustowski	0,3601	2	bardzo korzystne
3	Goniądz	Moniecki	0,3582	3	bardzo korzystne
4	Suwałki miasto	Suwalski	0,3361	4	bardzo korzystne
5	Hajnówka	Hajnowski	0,3246	5	bardzo korzystne
6	Suwałki	Suwalski	0,3154	6	bardzo korzystne
7	Sokółka	Sokólski	0,3089	7	bardzo korzystne
8	Michałow	Białostocki	0,2982	8	bardzo korzystne
9	Białowieża	Hajnowski	0,2941	9	bardzo korzystne

Lp.	Gmina	Powiat	Zmienna syntetyczna czynników dostępności komunikacyjnej	Ranking według czynników dostępności komunikacyjnej	Rodzaj czynników dostępności komunikacyjnej
10	Czarna Białostocka	Białostocki	0,2925	10	bardzo korzystne
11	Hajnówka miasto	Hajnowski	0,2723	11	bardzo korzystne
12	Łapy	Białostocki	0,2663	12	bardzo korzystne
13	Mońki	Moniecki	0,2575	13	bardzo korzystne
14	Grajewo	Grajewski	0,2516	14	bardzo korzystne
15	Wasilków	Białostocki	0,2463	15	bardzo korzystne
16	Krasnopol	Sejneński	0,2417	16	korzystne
17	Knyszyn	Moniecki	0,2285	17	korzystne
18	Giby	Sejneński	0,2279	18	korzystne
19	Gródek	Białostocki	0,2257	19	korzystne
20	Narewka	Hajnowski	0,2229	20	korzystne
21	Puńsk	Sejneński	0,2194	21	korzystne
22	Płaska	Augustowski	0,2193	22	korzystne
23	Sejny	Sejneński	0,2189	23	korzystne
24	Siemiatycze miasto	Siemiatycki	0,2176	24	korzystne
25	Ciechanowiec	Wysokomazowiecki	0,2172	25	korzystne
26	Supraśl	Białostocki	0,2155	26	korzystne
27	Choroszcz	Białostocki	0,2117	27	korzystne
28	Kleszczele	Hajnowski	0,2092	28	korzystne
29	Sejny miasto	Sejneński	0,2077	29	korzystne
30	Nowinka	Augustowski	0,2070	30	korzystne
31	Jeleniewo	Suwalski	0,2041	31	korzystne
32	Sokoły	Wysokomazowiecki	0,2040	32	korzystne
33	Łomża miasto	Łomżyński	0,2035	33	korzystne
34	Narew	Hajnowski	0,1970	34	korzystne
35	Drohiczyn	Siemiatycki	0,1946	35	korzystne
36	Tykocin	Białostocki	0,1886	36	korzystne
37	Nurzec-Stacja	Siemiatycki	0,1881	37	korzystne
38	Siemiatycze	Siemiatycki	0,1767	38	korzystne
39	Kolno	Kolneński	0,1745	39	korzystne
40	Czeremcha	Hajnowski	0,1727	40	korzystne
41	Bielsk Podlaski miasto	Bielski	0,1724	41	korzystne

Lp.	Gmina	Powiat	Zmienna syntetyczna czynników dostępności komunikacyjnej	Ranking według czynników dostępności komunikacyjnej	Rodzaj czynników dostępności komunikacyjnej
42	Dąbrowa Białostocka	Sokólski	0,1704	42	korzystne
43	Sidra	Sokólski	0,1664	43	korzystne
44	Lipsk	Augustowski	0,1659	44	korzystne
45	Czyże	Hajnowski	0,1657	45	korzystne
46	Bielsk Podlaski	Bielski	0,1656	46	korzystne
47	Kuźnica	Sokólski	0,1633	47	korzystne
48	Mielnik	Siemiatycki	0,1626	48	korzystne
49	Sztabin	Augustowski	0,1613	49	korzystne
50	Szepietowo	Wysokomazowiecki	0,1611	50	korzystne
51	Grajewo miasto	Grajewski	0,1600	51	korzystne

Źródło: opracowanie własne.

Załącznik 29. Ranking wszystkich 118 gmin województwa podlaskiego ze względu na czynniki dostępności komunikacyjnej (płyta CD)

Większość gmin województwa podlaskiego charakteryzuje się niekorzystnymi lub bardzo niekorzystnymi czynnikami dostępności komunikacyjnej. Najgorsza sytuacja w tym obszarze występuje w 7 gminach powiatu wysokomazowieckiego, w 6 gminach powiatu bielskiego czy 9 gminach powiatu łomżyńskiego. Natomiast większość gmin powiatów: sejneńskiego, białostockiego, augustowskiego, hajnowskiego i siemiatyckiego wykazuje wysoką dostępność komunikacyjną i recepcje turystyczną (tabela 24).

Tabela 24. Zróżnicowanie gmin w powiatach ze względu na czynniki dostępności komunikacyjnej i recepcji turystycznej

Lp.	Powiat	Czynniki dostępności komunikacyjnej				Razem
		bardzo korzystne	korzystne	niekorzystne	bardzo niekorzystne	
1	Suwalski i miasto Suwałki	2	1	7	0	10
2	Sejneński	0	5	0	0	5
3	Białostocki i miasto Białystok	5	4	6	1	16
4	Moniecki	2	1	3	1	7
5	Augustowski	1	4	2	0	7
6	Sokółski	1	3	5	1	10
7	Grajewski	1	1	4	0	6
8	Łomżyński i miasto Łomża	0	1	7	2	10
9	Hajnowski	3	5	1	0	9
10	Siemiatycki	0	5	2	2	9
11	Zambrowski	0	0	4	1	5
12	Kolneński	0	1	5	0	6
13	Bielski	0	2	5	1	8
14	Wysokomazowiecki	0	3	4	3	10
	Razem	10	36	55	12	118

Źródło: opracowanie własne.

6.6. Ocena czynników społeczno-demograficznych

Kolejnym obszarem wpływającym na potencjał turystyczny są czynniki społeczno-demograficzne. Ich ranking zaprezentowano – dla powiatów w tabeli 1.18 oraz dla gmin – w tabeli 25.

Tabela 25. Ranking powiatów ze względu na czynniki społeczno-demograficzne

Lp.	Powiat	Zmienna syntetyczna czynników społeczno-demograficznych	Ranking powiatów według czynników społeczno-demograficznych	Rodzaj czynników społeczno-demograficznych
1	Białostocki i miasto Białystok	1,0000	1	bardzo korzystne
2	Suwalski i miasto Suwałki	0,4556	2	korzystne
3	Łomżyński i miasto Łomża	0,3772	3	korzystne
4	Moniecki	0,3769	4	korzystne
5	Hajnowski	0,3717	5	korzystne
6	Sejneński	0,3185	6	niekorzystne
7	Bielski	0,3161	7	niekorzystne
8	Sokółski	0,3083	8	niekorzystne
9	Grajewski	0,2992	9	niekorzystne
10	Siemiatycki	0,2953	10	niekorzystne
11	Wysokomazowiecki	0,2930	11	niekorzystne
12	Augustowski	0,2801	12	niekorzystne
13	Kolneński	0,2424	13	niekorzystne
14	Zambrowski	0,2255	14	niekorzystne

Źródło: opracowanie własne.

Zdecydowanie najlepszą sytuacją, ze względu na czynniki społeczno-demograficzne, charakteryzuje się powiat białostocki wraz z miastem Białystok. Dwa kolejne miejsca w rankingu zajmują powiaty suwalski i łomżyński wraz z miastami na prawach powiatu. Ponadto za korzystne czynniki społeczno-demograficzne można uznać warunki panujące w powiatach monieckim i hajnowskim. Pozostałe 9 powiatów charakteryzuje się niekorzystnymi czynnikami społeczno-demograficznymi. Bardzo korzystne czynniki społeczno-demograficzne występują najczęściej w miastach: Białystok, Suwałki, Hajnówka, Grajewo, Augustów, Łomża. Należy jednak zauważyć, że tylko w 35 gminach (ok. 30%) panują korzystne lub bardzo korzystne warunki społeczno-demograficzne (tab. 26).

Tabela 26. Ranking gmin ze względu na czynniki społeczno-demograficzne (czynniki korzystne i bardzo korzystne)

Lp	Gmina	Powiat	Zmienna syntetyczna czynników społeczno-demograficznych	Ranking według czynników społeczno-demograficznych	Rodzaj czynników społeczno-demograficznych
1	Białystok miasto	Białostocki	0,6722	1	bardzo korzystne
2	Suwałki miasto	Suwałski	0,4447	2	bardzo korzystne
3	Hajnówka miasto	Hajnowski	0,2422	3	bardzo korzystne
4	Goniądz	Moniecki	0,2150	4	bardzo korzystne
5	Grajewo miasto	Grajewski	0,2140	5	bardzo korzystne
6	Augustów miasto	Augustowski	0,2126	6	bardzo korzystne
7	Łomża miasto	Łomżyński	0,2087	7	bardzo korzystne
8	Michałow	Białostocki	0,1796	8	korzystne
9	Puńsk	Sejneński	0,1795	9	korzystne
10	Bielsk Podlaski miasto		0,1754	10	korzystne
11	Sejny miasto	Sejneński	0,1733	11	korzystne
12	Czarna Białostocka	Białostocki	0,1720	12	korzystne
13	Sokółka	Sokólski	0,1680	13	korzystne
14	Wysokie Mazowieckie – miasto	Wysokomazowiecki	0,1654	14	korzystne
15	Siemiatycze miasto	Siemiatycki	0,1629	15	korzystne
16	Mońki	Moniecki	0,1622	16	korzystne
17	Białowieża	Hajnowski	0,1589	17	korzystne
18	Turośl Kościelna	Białostocki	0,1588	18	korzystne
19	Tykocin	Białostocki	0,1588	19	korzystne
20	Łapy	Białostocki	0,1569	20	korzystne
21	Zabłudów	Białostocki	0,1562	21	korzystne
22	Wizna	Łomżyński	0,1523	22	korzystne
23	Mielnik	Siemiatycki	0,1517	23	korzystne
24	Zawady	Białostocki	0,1503	24	korzystne
25	Krypno	Moniecki	0,1439	25	korzystne
26	Zbójna	Łomżyński	0,1392	26	korzystne
27	Drohiczyn	Siemiatycki	0,1389	27	korzystne
28	Zambrów miasto	Zambrowski	0,1380	28	korzystne
29	Narewka	Hajnowski	0,1370	29	korzystne

Lp	Gmina	Powiat	Zmienna syntetyczna czynników społeczno-demograficznych	Ranking według czynników społeczno-demograficznych	Rodzaj czynników społeczno-demograficznych
30	Orla	Bielski	0,1363	30	korzystne
31	Korycin	Sokólski	0,1362	31	korzystne
32	Knyszyn	Moniecki	0,1334	32	korzystne
33	Janów	Sokólski	0,1334	33	korzystne
34	Sokoły	Wysokomazowiecki	0,1334	34	korzystne
35	Gródek	Białostocki	0,1310	35	korzystne

Źródło: opracowanie własne.

- Załącznik 30. Ranking wszystkich 118 gmin województwa podlaskiego ze względu na czynniki społeczno-demograficzne (płyta CD)

Tabela 27. Zróżnicowanie gmin w powiatach ze względu na czynniki społeczno-demograficzne

Lp.	Powiat	Czynniki społeczno-demograficzne			Razem
		bardzo korzystne	korzystne	niekorzystne	
1	Suwalski i miasto Suwałki	1	0	9	10
2	Sejneński	0	2	3	5
3	Białostocki i miasto Białystok	1	8	7	16
4	Moniecki	1	3	3	7
5	Augustowski	1	0	6	7
6	Sokólski	0	3	7	10
7	Grajewski	1	0	5	6
8	Łomżyński i miasto Łomża	1	2	7	10
9	Hajnowski	1	2	6	9
10	Siemiatycki	0	3	6	9
11	Zambrowski	0	1	4	5
12	Kolneński	0	0	6	6
13	Bielski	0	1	6	8
14	Wysokomazowiecki	0	2	8	10
	Razem	7	27	83	118

Źródło: opracowanie własne.

Powiatem o największej liczbie gmin o korzystnych lub bardzo korzystnych czynnikach społeczno-demograficznych jest powiat białostocki wraz z miastem Białystok. Ponad połowa gmin powiatu monieckiego również charakteryzuje się korzystną sytuacją w obszarze społeczno-demograficznym. Blisko połowa gmin powiatów sejneńskiego i sokólskiego odznacza się korzystnymi czynnikami społeczno-demograficznymi. Natomiast w powiecie kolneńskim nie odnotowano żadnej gminy o korzystnych czynnikach społeczno-demograficznych (tab. 27).

6.7. Ocena czynników ekonomicznych

Oceny czynników ekonomicznych dokonano porównując ze sobą wyniki uzyskane dla poszczególnych powiatów i gmin województwa podlaskiego. Zdecydowanie najbardziej korzystne warunki ekonomiczne panują w powiatach: suwalskim i mieście Suwałki oraz w hajnowskim. Korzystne czynniki ekonomiczne odnotowano w powiatach: siemiatyckim, augustowskim, monieckim i białostockim wraz z miastem Białystok (tab. 28).

Tabela 28. Ranking powiatów ze względu na czynniki ekonomiczne

Lp.	Powiat	Zmienna syntetyczna czynników ekonomicznych	Ranking powiatów według czynników ekonomicznych	Rodzaj czynników ekonomicznych
1	Suwalski i miasto Suwałki	0,5581	1	bardzo korzystne
2	Hajnowski	0,4696	2	bardzo korzystne
3	Siemiatycki	0,3584	3	korzystne
4	Augustowski	0,2796	4	korzystne
5	Moniecki	0,2726	5	korzystne
6	Białostocki i miasto Białystok	0,2532	6	korzystne
7	Bielski	0,2398	7	niekorzystne
8	Sokólski	0,2213	8	niekorzystne
9	Wysokomazowiecki	0,2157	9	niekorzystne
10	Sejneński	0,1957	10	niekorzystne
11	Łomżyński i miasto Łomża	0,1503	11	niekorzystne
12	Grajewski	0,1284	12	niekorzystne
13	Zambrowski	0,1279	13	niekorzystne
14	Kolneński	0,0897	14	bardzo niekorzystne

Źródło: opracowanie własne.

Na pierwszym miejscu w rankingu gmin, ze względu na czynniki ekonomiczne, znajduje się gmina Mielnik, a zaraz po niej gmina Płaska i miasto Suwałki. Bardzo korzystne czynniki ekonomiczne odnotowano ponadto w gminach: Rutka-Tartak, Narewka, Korycin, Raczki, Szypliszki, Orla, Jeleniewo, Puńsk oraz w mieście Augustów (tab. 29).

Tabela 29. Ranking gmin ze względu na czynniki ekonomiczne (czynniki korzystne i bardzo korzystne)

Lp.	Gmina	Powiat	Zmienna syntetyczna czynników ekonomicznych	Ranking według czynników ekonomicznych	Rodzaj czynników ekonomicznych
1	Mielnik	Siemiatycki	0,4193	1	bardzo korzystne
2	Płaska	Augustowski	0,3413	2	bardzo korzystne
3	Suwałki miasto	Suwalski	0,2874	3	bardzo korzystne
4	Rutka-Tartak	Suwalski	0,2714	4	bardzo korzystne
5	Narewka	Hajnowski	0,2545	5	bardzo korzystne
6	Korycin	Sokólski	0,2401	6	bardzo korzystne
7	Raczki	Suwalski	0,2170	7	bardzo korzystne
8	Szypliszki	Suwalski	0,2161	8	bardzo korzystne
9	Orla	Bielski	0,1964	9	bardzo korzystne
10	Jeleniewo	Suwalski	0,1857	10	bardzo korzystne
11	Puńsk	Sejneński	0,1783	11	bardzo korzystne
12	Augustów miasto	Augustowski	0,1761	12	bardzo korzystne
13	Dubicze Cerkiewne	Hajnowski	0,1710	13	korzystne
14	Krypno	Moniecki	0,1685	14	korzystne
15	Przerośl	Suwalski	0,1675	15	korzystne
16	Drohiczyn	Siemiatycki	0,1619	16	korzystne
17	Narew	Hajnowski	0,1617	17	korzystne
18	Czeremcha	Hajnowski	0,1582	18	korzystne
19	Turośl	Kolneński	0,1546	19	korzystne
20	Białystok miasto	Białostocki	0,1457	20	korzystne
21	Czyżew	Wysokomazowiecki	0,1416	21	korzystne
22	Hajnówka miasto	Hajnowski	0,1410	22	korzystne
23	Trzcianne	Moniecki	0,1399	23	korzystne
24	Bielsk Podlaski	Bielski	0,1391	24	korzystne
25	Białowieża	Hajnowski	0,1380	25	korzystne
26	Czarna Białostocka	Białostocki	0,1374	26	korzystne
27	Michałow	Białostocki	0,1368	27	korzystne

Lp.	Gmina	Powiat	Zmienna syntetyczna czynników ekonomicznych	Ranking według czynników ekonomicznych	Rodzaj czynników ekonomicznych
28	Łomża miasto	Łomżyński	0,1367	28	korzystne
29	Łapy	Białostocki	0,1322	29	korzystne
30	Goniądz	Moniecki	0,1298	30	korzystne
31	Zambrów	Zambrowski	0,1290	31	korzystne
32	Filipów	Suwalski	0,1286	32	korzystne
33	Knyszyn	Moniecki	0,1283	33	korzystne
34	Nowinka	Augustowski	0,1270	34	korzystne
35	Sokoły	Wysokomazowiecki	0,1267	35	korzystne
36	Nowogród	Łomżyński	0,1247	36	korzystne
37	Dąbrowa Białostocka	Sokólski	0,1241	37	korzystne
38	Szczuczyn	Grajewski	0,1214	38	korzystne
39	Czyże	Hajnowski	0,1158	39	korzystne
40	Wąsosz	Grajewski	0,1153	40	korzystne
41	Brańsk miasto	Bielski	0,1147	41	korzystne

Źródło: opracowanie własne.

■ Załącznik 31. Ranking wszystkich 118 gmin województwa podlaskiego ze względu na czynniki ekonomiczne (płyta CD)

W większości gmin powiatów: suwalskiego, monieckiego i hajnowskiego obserwujemy korzystne lub bardzo korzystny poziom czynników ekonomicznych. Biorąc jednak pod uwagę wszystkie gminy województwa podlaskiego zauważamy, że jedynie 35% gmin charakteryzuje się korzystnymi lub bardzo korzystnymi warunkami ekonomicznymi, które mogą przyczyniać się do rozwoju turystyki (tab. 30).

Tabela 30. Zróżnicowanie gmin w powiatach ze względu na czynniki ekonomiczne

Lp.	Powiat	Czynniki ekonomiczne				Razem
		bardzo korzystne	korzystne	niekorzystne	bardzo niekorzystne	
1	Suwalski i miasto Suwałki	5	2	3	0	10
2	Sejneński	1	0	4	0	5
3	Białostocki i miasto Białystok	0	4	12	0	16
4	Moniecki	0	4	3	0	7
5	Augustowski	2	1	3	1	7
6	Sokólski	1	1	8	0	10
7	Grajewski	0	2	4	0	6
8	Łomżyński i miasto Łomża	0	2	8	0	10
9	Hajnowski	1	6	2	0	9
10	Siemiatycki	1	1	7	0	9
11	Zambrowski	0	1	4	0	5
12	Kolneński	0	1	5	0	6
13	Bielski	1	2	5	0	8
14	Wysokomazowiecki	0	2	5	0	10
	Razem	12	29	75	2	118

Źródło: opracowanie własne.

6.8. Ogólna ocena potencjału turystycznego województwa podlaskiego

W tej części przedstawiono ogólną ocenę potencjału turystycznego. Ranking powiatów ze względu na ogólny potencjał turystyczny przedstawiono w tabeli 6.21. Pierwsze miejsca w rankingu zajmują powiaty białostocki i suwalski wraz z miastami Białystok i Suwałki. Jednocześnie w tych jednostkach terytorialnych można określić potencjał turystyczny, jako bardzo wysoki. Pięć powiatów województwa wykazuje wysoki potencjał turystyczny. Do tej grupy jednostek zaliczyć można powiaty: hajnowski, sejneński, augustowski, siemiatycki i moniecki. Pozostałe powiaty charakteryzują się niskim lub bardzo niskim potencjałem turystycznym, dwa ostatnie miejsca w rankingu zajmują powiaty o bardzo niskim potencjale turystycznym. Są to powiaty: kolneński i zambrowski (tab. 31).

Tabela 31. Ranking powiatów ze względu na potencjał turystyczny

Lp.	Powiat	Zmienna syntetyczna potencjału turystycznego	Ranking ze względu na potencjał turystyczny	Rodzaj potencjału turystycznego
1	Białostocki i miasto Białystok	0,6095	1	bardzo wysoki
2	Suwalski i miasto Suwałki	0,4874	2	bardzo wysoki
3	Hajnowski	0,3842	3	wysoki
4	Sejneński	0,3250	4	wysoki
5	Augustowski	0,2920	5	wysoki
6	Siemiatycki	0,2857	6	wysoki
7	Moniecki	0,2850	7	wysoki
8	Łomżyński i miasto Łomża	0,2850	8	niski
9	Sokółski	0,2546	9	niski
10	Grajewski	0,2303	10	niski
11	Bielski	0,2182	11	niski
12	Wysokomazowiecki	0,2053	12	niski
13	Kolneński	0,1530	13	bardzo niski
14	Zambrowski	0,1513	14	bardzo niski

Źródło: opracowanie własne.

Szczegółowy ranking gmin ze względu na potencjał turystyczny przedstawiono w tabeli 1.31. Bardzo wysokim potencjałem turystycznym charakteryzuje się 15 gmin województwa podlaskiego. Pierwsze miejsca w rankingu zajmują gminy, w których turystyka rozwija się najbardziej. Są to: miasto Białystok, miasto i gmina Suwałki, miasto Augustów i Białowieża. W pierwszej dziesiątce gmin, oprócz wskazanych wyżej, znalazły się także: Goniądz, Mielnik, Supraśl, Czarna Białostocka i Narewka. Odnotować można również gminy, w których turystyka nie jest bardzo rozwinięta, ale jak pokazuje ranking gminy te posiadają bardzo wysoki potencjał rozwoju. Należą do nich: Sokółka, miasto Łomża, Płaska, Michałowo, Hajnówka miasto (tab. 32).

Tabela 32. Ranking gmin ze względu na potencjał turystyczny (bardzo wysoki i wysoki)

Lp.	Gmina	Powiat	Zmienna syntetyczna potencjału turystycznego	Ranking według potencjału turystycznego	Rodzaj potencjału turystycznego
1	Białystok miasto	Białostocki	0,4816	1	bardzo wysoki
2	Suwałki miasto	Suwalski	0,3459	2	bardzo wysoki
3	Augustów miasto	Augustowski	0,2788	3	bardzo wysoki
4	Białowieża	Hajnowski	0,2682	4	bardzo wysoki
5	Suwałki	Suwalski	0,2573	5	bardzo wysoki
6	Goniądz	Moniecki	0,2307	6	bardzo wysoki
7	Mielnik	Siemiatycki	0,2208	7	bardzo wysoki
8	Supraśl	Białostocki	0,2200	8	bardzo wysoki
9	Czarna Białostocka	Białostocki	0,2042	9	bardzo wysoki
10	Narewka	Hajnowski	0,2000	10	bardzo wysoki
11	Sokółka	Sokólski	0,1975	11	bardzo wysoki
12	Łomża miasto	Łomżyński	0,1954	12	bardzo wysoki
13	Płaska	Augustowski	0,1944	13	bardzo wysoki
14	Michałow	Białostocki	0,1927	14	bardzo wysoki
15	Hajnówka miasto	Hajnowski	0,1900	15	bardzo wysoki
16	Tykocin	Białostocki	0,1885	16	wysoki
17	Puńsk	Sejneński	0,1868	17	wysoki
18	Jeleniewo	Suwalski	0,1861	18	wysoki
19	Wasilków	Białostocki	0,1785	19	wysoki
20	Giby	Sejneński	0,1780	20	wysoki
21	Hajnówka	Hajnowski	0,1765	21	wysoki
22	Knyszyn	Moniecki	0,1763	22	wysoki
23	Siemiatycze miasto	Siemiatycki	0,1742	23	wysoki
24	Narew	Hajnowski	0,1728	24	wysoki
25	Krasnopol	Sejneński	0,1670	25	wysoki
26	Bielsk Podlaski miasto	Bielski	0,1642	26	wysoki
27	Łapy	Białostocki	0,1631	27	wysoki
28	Gródek	Białostocki	0,1617	28	wysoki
29	Trzcianne	Moniecki	0,1614	29	wysoki
30	Sejny	Sejneński	0,1589	30	wysoki
31	Drohiczyn	Siemiatycki	0,1568	31	wysoki

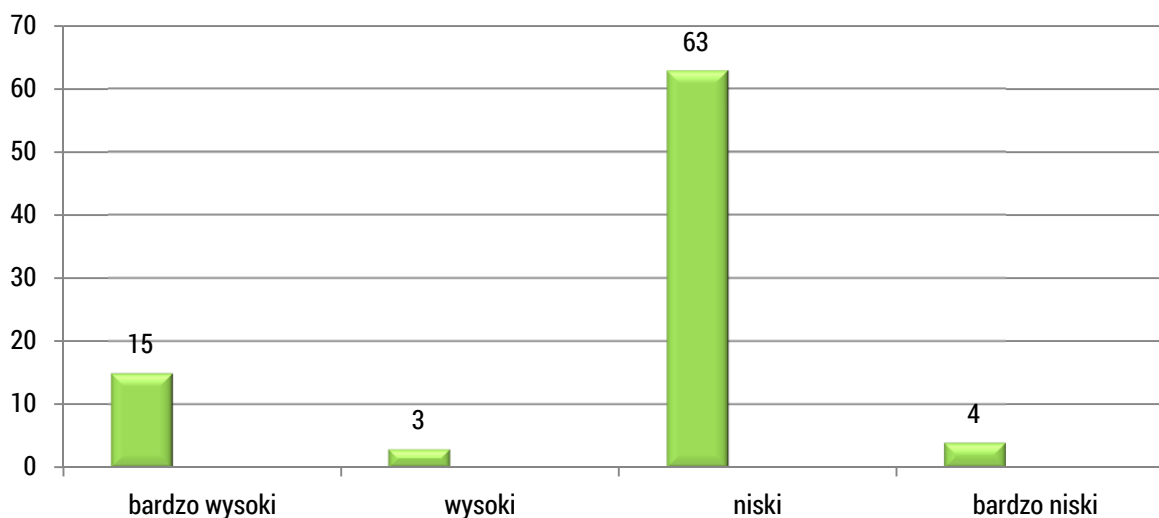
Lp.	Gmina	Powiat	Zmienna syntetyczna potencjału turystycznego	Ranking według potencjału turystycznego	Rodzaj potencjału turystycznego
32	Rajgród	Grajewski	0,1562	32	wysoki
33	Bielsk Podlaski	Bielski	0,1557	33	wysoki
34	Mońki	Moniecki	0,1542	34	wysoki
35	Nowinka	Augustowski	0,1521	35	wysoki
36	Rutka-Tartak	Suwalski	0,1507	36	wysoki
37	Sejny miasto	Sejneński	0,1496	37	wysoki
38	Choroszcz	Białostocki	0,1486	38	wysoki
39	Siemiatycze	Siemiatycki	0,1473	39	wysoki
40	Dubicze Cerkiewne	Hajnowski	0,1466	40	wysoki
41	Wiżajny	Suwalski	0,1459	41	wysoki
42	Kleszczele	Hajnowski	0,1456	42	wysoki
43	Ciechanowiec	Wysokomazowiecki	0,1446	43	wysoki
44	Grajewo miasto	Grajewski	0,1428	44	wysoki
45	Grajewo	Grajewski	0,1420	45	wysoki
46	Zabłudów	Białostocki	0,1416	46	wysoki
47	Dąbrowa Białostocka	Sokólski	0,1416	47	wysoki
48	Szudziałowo	Sokólski	0,1412	48	wysoki
49	Suraż	Białostocki	0,1409	49	wysoki
50	Jaświły	Moniecki	0,1409	50	wysoki
51	Filipów	Suwalski	0,1406	51	wysoki

Źródło: opracowanie własne.

■ Załącznik 32. Ogólna ocena potencjału turystycznego – ranking (płyta CD)

W województwie podlaskim 44% gmin charakteryzuje się wysokim albo bardzo wysokim potencjałem turystycznym. Ponad połowa gmin posiada niski potencjał turystyczny, a 3% bardzo niski potencjał (rys. 27).

Analizując zróżnicowanie potencjału turystycznego gmin ze względu na ich położenie w powiatach, można zauważyć, że jedynie w powiecie sejneńskim wszystkie gminy mają ten sam rodzaj potencjału turystycznego, czyli wysoki. Inne powiaty różnicują się ze względu na potencjał turystyczny. Ponad połowa gmin o wysokim i bardzo wysokim potencjale znajduje się w powiatach: białostockim, hajnowskim, suwalskim i monieckim. Powiaty, w których wszystkie gminy mają niski lub bardzo niski potencjał to: kolneński i zambrowski (tab. 33).



Rys. 27. Rozkład gmin według rodzaju potencjału turystycznego

Źródło: opracowanie własne.

Tabela 33. Zróżnicowanie gmin w powiatach ze względu na potencjał turystyczny

Lp.	Powiat	Potencjał turystyczny				Razem
		bardzo wysoki	wysoki	niski	bardzo niski	
1	Białostocki i miasto Białystok	4	7	5	0	16
2	Hajnowski	3	4	2	0	9
3	Augustowski	2	1	4	0	7
4	Suwałski i miasto Suwałki	2	4	4	0	10
5	Sejneński	0	5	0	0	5
6	Moniecki	1	4	2	0	7
7	Siemiatycki	1	3	4	1	9
8	Sokólski	1	2	7	0	10
9	Łomżyński i miasto Łomża	1	0	9	0	10
10	Grajewski	0	3	3	0	6
11	Kolneński	0	0	6	0	6
12	Wysokomazowiecki	0	1	7	2	10
13	Bielski	0	2	6	0	8
14	Zambrowski	0	0	4	1	5
	Razem	15	36	63	4	118

Źródło: opracowanie własne.

Wpływ poszczególnych czynników na ogólną ocenę potencjału turystycznego województwa podlaskiego zbadano za pomocą modelu regresji wielorakiej. Model zbudowano na danych odnoszących się do 118 gmin województwa podlaskiego. Parametry modelu zostały poddane estymacji i weryfikacji statycznej. Wyniki przedstawiono w tabeli 34.

Tabela 34. Ocena parametrów modelu potencjału turystycznego województwa podlaskiego

Zmienna	Ocena parametru	Błąd oceny parametru	Istotność parametru (p)
CP	0,083	0,005	0,0000
CA	0,073	0,012	0,0000
CI	0,242	0,010	0,0000
CD	0,261	0,017	0,0000
CSD	0,181	0,007	0,0000
CE	0,106	0,006	0,0000
Wyraz wolny	-0,034	0,001	0,0000

Źródło: opracowanie własne.

gdzie:

CP – czynniki przyrodnicze

CA – czynniki antropogeniczne

CI – czynniki infrastrukturalne

CD – czynniki dostępności komunikacyjnej

CSD – czynniki społeczno-demograficzne

CE – czynniki ekonomiczne

Wyniki ocen parametrów uzyskane podczas estymacji wskazują, że na potencjał turystyczny gmin województwa podlaskiego najsilniej wpływają czynniki dostępności komunikacyjnej (ocena 0,261) i czynniki infrastrukturalne (ocena 0,242). Nieco słabiej – czynniki społeczno-demograficzne (ocena 0,181), a jeszcze mniejszy wpływ mają czynniki ekonomiczne (ocena 0,106), zaś najśłabszy wpływ mają czynniki przyrodnicze (ocena 0,083) oraz antropogeniczne (ocena 0,073). Wszystkie oszacowania wykazują statystyczną istotność, bowiem poziom prawdopodobieństwa odrzucenia hipotezy o braku istotności parametrów modelu jest każdorazowo bliski zeru ($p=0,0000$).

Kompleksowa ocena potencjału turystycznego województwa podlaskiego dokonana została z wykorzystaniem metody rangowania. Dla każdego analizowanego, czynnika zsumowano łączną liczbę gmin o bardzo korzystnych czynnikach, korzystnych czynnikach, niekorzystnych czynnikach i bardzo niekorzystnych czynnikach i przeliczono według siły ich oddziaływania na badany czynnik potencjału turystycznego (według wzoru 1).

Wskaźnik ważności danego czynnika województwie obliczono za pomocą wzoru (1):

$$W_C = \frac{n_{BK} \cdot 100 + n_K \cdot 75 + n_N \cdot 25 + n_{BN} \cdot 0}{n}$$

gdzie:

W_C – wskaźnik ważności czynnika

n_{BK} – liczba gmin o bardzo korzystnych czynnikach

n_K – liczba gmin o korzystnych czynnikach

n_N – liczba gmin o niekorzystnych czynnikach

n_{BN} – liczba gmin o bardzo niekorzystnych czynnikach

n – liczba wszystkich gmin

Wskaźnik może przyjąć wartości od 0 do 100. Im wyższa wartość wskaźnika, tym ważność danego czynnika jest większa.

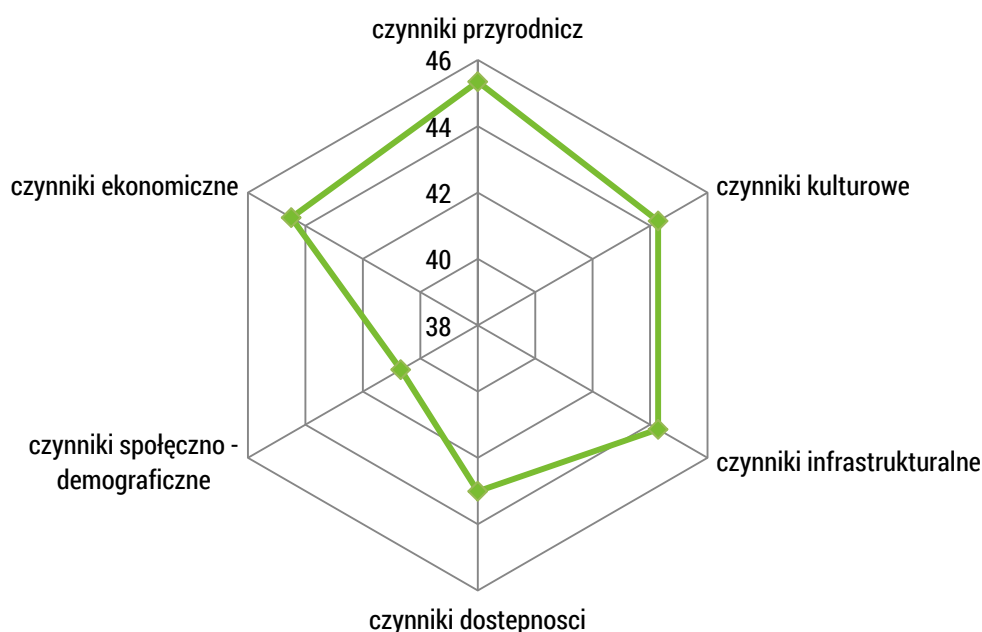
Łączną liczbę gmin dla poszczególnych czynników i ich wpływ na potencjał turystyczny przedstawiono w tabeli 35.

Tabela 35. **Ważność czynników określających potencjał turystyczny województwa podlaskiego**

Czynniki	n_{BK}	n_K	n_N	n_{BN}	W_C
Przyrodnicze	21	21	67	9	45,34
Antropogeniczne	10	31	76	10	44,28
Infrastrukturalne	10	31	76	10	44,28
Dostępności komunikacyjnej	10	36	55	12	43,01
Społeczno-demograficzne	7	27	83	0	40,68
Ekonomiczne	12	29	75	2	44,49
Potencjał turystyczny	15	36	63	4	48,94

Źródło: opracowanie własne.

Najwyższy poziom wskaźnika odnotowano dla czynników przyrodniczych i wynosił on 45,34. W dalszej kolejności na poziom potencjału turystycznego wpływają czynniki ekonomiczne (44,49) oraz czynniki kulturowe i infrastrukturalne (odpowiednio po 44,28), niżej uplasowały się czynniki dostępności komunikacyjnej (43,01) oraz czynniki społeczno-demograficzne (40,68)



Rys. 28. Rangi czynników potencjału turystycznego województwa podlaskiego

Źródło: opracowanie własne.

Wskaźnik obliczono również dla potencjału turystycznego województwa podlaskiego. Jego poziom liczbowy 48,94 świadczy o umiarkowanym potencjale turystycznym województwa podlaskiego. Należy jednak zauważyć, że w skład województwa wchodzi gminy o bardzo zróżnicowanym potencjale i rozpatrywanie województwa jako całości nie daje rzetelnych i precyzyjnych wyników.

6.9. Ranking atrakcyjności gmin województwa podlaskiego

Analiza prawidłowości założeń oceny atrakcyjności gmin zgodnej z Załącznikiem 2 do OPZ (korekta rankingu atrakcyjności gmin stanowiącego Załącznik 2 do OPZ na podstawie wyników analiz przeprowadzonych przez Wykonawcę) i porównanie obu rankingów zaprezentowano w tabeli 6.26. W pierwszej grupie gmin, I kategorii atrakcyjności, charakteryzujących się bardzo wysokim potencjałem turystycznym, zgodność rankingów wynosi 47%. Na 15 gmin, które według opracowanego rankingu charakteryzują się bardzo wysokim potencjałem turystycznym, 7 zostało zakwalifikowanych do I kategorii atrakcyjności (według załącznika 2 OPZ). W drugiej grupie gmin o wysokim potencjale turystycznym 53% z nich charakteryzuje się II klasą atrakcyjności turystycznej. Na 62 gminy o niskim potencjale turystycznym zidentyfikowano 20 gmin z III kategorią atrakcyjności turystycznej. A zatem zgodność wynosi 32%. W ostatniej, najmniej licznej grupie (4 gminy) o bardzo niskim potencjale, 2 gminy nie miały przyznanej kategorii atrakcyjności turystycznej.

Tabela 36. Porównanie rankingu gmin potencjału turystycznego z kategorią atrakcyjności

Lp.	Gmina	Powiat	Ranking gmin według potencjału turystycznego	Rodzaj potencjału turystycznego	Kategoria atrakcyjności wg Załącznik 2 OPZ	Zgodność
1.	Białystok miasto	Białostocki	1	bardzo wysoki	II	brak
2.	Suwałki miasto	Suwalski	2	bardzo wysoki	II	brak
3.	Augustów miasto	Augustowski	3	bardzo wysoki	I	jest
4.	Białowieża	Hajnowski	4	bardzo wysoki	I	jest
5.	Suwałki	Suwalski	5	bardzo wysoki	I	jest
6.	Goniądz	Moniecki	6	bardzo wysoki	II	brak
7.	Mielnik	Siemiatycki	7	bardzo wysoki	II	brak
8.	Supraśl	Białostocki	8	bardzo wysoki	I	jest
9.	Czarna Białostocka	Białostocki	9	bardzo wysoki	II	brak
10.	Narewka	Hajnowski	10	bardzo wysoki	I	jest
11.	Sokółka	Sokólski	11	bardzo wysoki	II	brak
12.	Łomża miasto	Łomżyński	12	bardzo wysoki	II	brak
13.	Płaska	Augustowski	13	bardzo wysoki	I	jest
14.	Michałow	Białostocki	14	bardzo wysoki	II	brak
15.	Hajnówka miasto	Hajnowski	15	bardzo wysoki	I	jest
16.	Tykocin	Białostocki	16	wysoki	II	brak
17.	Puńsk	Sejneński	17	wysoki	II	brak
18.	Jeleniewo	Suwalski	18	wysoki	II	jest
19.	Wasilków	Białostocki	19	wysoki	II	jest
20.	Giby	Sejneński	20	wysoki	I	brak
21.	Hajnówka	Hajnowski	21	wysoki	I	brak
22.	Knyszyn	Moniecki	22	wysoki	II	jest
23.	Siemiatycze miasto	Siemiatycki	23	wysoki	ND	brak
24.	Narew	Hajnowski	24	wysoki	II	jest
25.	Krasnopol	Sejneński	25	wysoki	II	jest
26.	Bielsk Podlaski miasto	Bielski	26	wysoki	ND	brak
27.	Łapy	Białostocki	27	wysoki	II	jest
28.	Gródek	Białostocki	28	wysoki	II	jest
29.	Trzcianne	Moniecki	29	wysoki	II	jest
30.	Sejny	Sejneński	30	wysoki	II	jest
31.	Drohiczyn	Siemiatycki	31	wysoki	II	jest

Lp.	Gmina	Powiat	Ranking gmin według potencjału turystycznego	Rodzaj potencjału turystycznego	Kategoria atrakcyjności wg Załącznik 2 OPZ	Zgodność
32.	Rajgród	Grajewski	32	wysoki	II	jest
33.	Bielsk Podlaski	Bielski	33	wysoki	III	brak
34.	Mońki	Moniecki	34	wysoki	ND	brak
35.	Nowinka	Augustowski	35	wysoki	I	brak
36.	Rutka-Tartak	Suwalski	36	wysoki	II	jest
37.	Sejny miasto	Sejneński	37	wysoki	II	jest
38.	Choroszcz	Białostocki	38	wysoki	II	jest
39.	Siemiatycze	Siemiatycki	39	wysoki	II	jest
40.	Dubicze Cerkiewne	Hajnowski	40	wysoki	I	brak
41.	Wiżajny	Suwalski	41	wysoki	II	jest
42.	Kleszczele	Hajnowski	42	wysoki	III	brak
43.	Ciechanowiec	Wysokomazowiecki	43	wysoki	II	jest
44.	Grajewo miasto	Grajewski	44	wysoki	III	brak
45.	Grajewo	Grajewski	45	wysoki	III	brak
46.	Zabłudów	Białostocki	46	wysoki	III	brak
47.	Dąbrowa Białostocka	Sokólski	47	wysoki	III	brak
48.	Szudziałowo	Sokólski	48	wysoki	II	jest
49.	Suraz	Białostocki	49	wysoki	II	jest
50.	Jaświły	Moniecki	50	wysoki	III	brak
51.	Filipów	Suwalski	51	wysoki	III	brak
52.	Orla	Bielski	52	niski	ND	brak
53.	Krynki	Sokólski	53	niski	II	brak
54.	Czeremcha	Hajnowski	54	niski	III	jest
55.	Krypno	Moniecki	55	niski	III	jest
56.	Korycin	Sokólski	56	niski	III	jest
57.	Piątnica	Łomżyński	57	niski	II	brak
58.	Szypliszki	Suwalski	58	niski	II	brak
59.	Sokoły	Wysokomazowiecki	59	niski	II	brak
60.	Przerośl	Suwalski	60	niski	II	brak
61.	Dobrzyniewo Duże	Białostocki	61	niski	II	brak
62.	Łomża	Łomżyński	62	niski	I	brak
63.	Nurzec-Stacja	Siemiatycki	63	niski	ND	brak

Lp.	Gmina	Powiat	Ranking gmin według potencjału turystycznego	Rodzaj potencjału turystycznego	Kategoria atrakcyjności wg Załącznik 2 OPZ	Zgodność
64.	Suchowola	Sokólski	64	niski	III	jest
65.	Raczki	Suwalski	65	niski	III	jest
66.	Nowogród	Łomżyński	66	niski	II	brak
67.	Szczuczyn	Grajewski	67	niski	III	jest
68.	Juchnowiec Kościelny	Białostocki	68	niski	III	jest
69.	Sztabin	Augustowski	69	niski	II	brak
70.	Kuźnica	Sokólski	70	niski	ND	brak
71.	Sidra	Sokólski	71	niski	ND	brak
72.	Turośń Kościelna	Białostocki	72	niski	II	brak
73.	Kolno	Kolneński	73	niski	III	jest
74.	Czyżew	Wysokomazowiecki	74	niski	ND	brak
75.	Wyszki	Bielski	75	niski	III	jest
76.	Turośl	Kolneński	76	niski	III	jest
77.	Brańsk	Bielski	77	niski	III	jest
78.	Augustów	Augustowski	78	niski	II	brak
79.	Wizna	Łomżyński	79	niski	II	brak
80.	Brańsk miasto	Bielski	80	niski	III	brak
81.	Radziłów	Grajewski	81	niski	II	brak
82.	Lipsk	Augustowski	82	niski	II	brak
83.	Milejczyce	Siemiatycki	83	niski	ND	brak
84.	Zawady	Białostocki	84	niski	III	jest
85.	Boćki	Bielski	85	niski	III	jest
86.	Bakałarzewo	Suwalski	86	niski	III	jest
87.	Jasionówka	Moniecki	87	niski	III	jest
88.	Janów	Sokólski	88	niski	III	jest
89.	Szepietowo	Wysokomazowiecki	89	niski	ND	brak
90.	Czyże	Hajnowski	90	niski	ND	brak
91.	Zambrów	Zambrowski	91	niski	ND	brak
92.	Grodzisk	Siemiatycki	92	niski	ND	brak
93.	Bargłów Kościelny	Augustowski	93	niski	II	brak
94.	Rudka	Bielski	94	niski	ND	brak
95.	Zbójna	Łomżyński	95	niski	III	jest

Lp.	Gmina	Powiat	Ranking gmin według potencjału turystycznego	Rodzaj potencjału turystycznego	Kategoria atrakcyjności wg Załącznik 2 OPZ	Zgodność
96.	Wysokie Mazowieckie miasto	Wysokomazowiecki	96	niski	ND	brak
97.	Poświętne	Białostocki	97	niski	ND	brak
98.	Dziadkowice	Siemiatycki	98	niski	ND	brak
99.	Stawiski	Kolneński	99	niski	ND	brak
100.	Jedwabne	Łomżyński	100	niski	III	jest
101.	Szumowo	Zambrowski	101	niski	ND	brak
102.	Śniadowo	Łomżyński	102	niski	ND	brak
103.	Zambrów miasto	Zambrowski	103	niski	ND	brak
104.	Kolno miasto	Kolneński	104	niski	ND	brak
105.	Wąsosz	Grajewski	105	niski	ND	brak
106.	Nowy Dwór	Sokólski	106	niski	ND	brak
107.	Rutki	Zambrowski	107	niski	ND	brak
108.	Kobylin-Borzymy	Wysokomazowiecki	108	niski	III	jest
109.	Grabowo	Kolneński	109	niski	ND	brak
110.	Wysokie Mazowieckie	Wysokomazowiecki	110	niski	ND	brak
111.	Miastkowo	Łomżyński	111	niski	III	jest
112.	Przytuły	Łomżyński	112	niski	ND	brak
113.	Nowe Piekuty	Wysokomazowiecki	113	niski	ND	brak
114.	Mały Płock	Kolneński	114	niski	ND	brak
115.	Perlejewo	Siemiatycki	115	bardzo niski	II	brak
116.	Klukowo	Wysokomazowiecki	116	bardzo niski	III	brak
117.	Kołaki-Kościelne	Zambrowski	117	bardzo niski	ND	jest
118.	Kulesze-Kościelne	Wysokomazowiecki	118	bardzo niski	ND	jest

Źródło: opracowanie własne.



7. Produkty turystyczne i ich wykorzystanie

7.1. Ocena atrakcyjności produktów turystycznych w regionie i ich rozkład przestrzenny według powiatów i gmin

Kolejnym krokiem badawczym w ocenie potencjału turystycznego była ocena atrakcyjności produktów turystycznych występujących w województwie podlaskim. Badanie produktów turystycznych województwa podlaskiego przeprowadzono metodą ankietową. Badania objęły 1000 turystów i odwiedzających w miejscu recepcji turystycznej oraz 384 mieszkańców województwa podlaskiego w miejscu zamieszkania.

W myśl podejścia badawczego za produkty turystyczne uznano w niniejszym badaniu wszystkie odpowiedzi jakościowe wskazujące z nazwy miejscowości i miejsca na terenie województwa podlaskiego odwiedzane w trakcie podróży (już odwiedzone i planowane do odwiedzenia) oraz miejsca przeprowadzenia ankiety, a także wymienione z nazwy atrakcje (miejsce, obiekt, szlak, wydarzenie, impreza, usługa, rzecz) odwiedzane podczas wyjazdów turystycznych. Ponadto na podstawie liczby wskazań zidentyfikowano produkty turystyczne generujące największy ruch turystyczny, określony w dalszej analizie jako poziom wykorzystania produktu turystycznego. W celu szczegółowego określenia wykorzystywanych walorów, do budowy produktów turystycznych, dla każdego z produktów zidentyfikowanych jako produkt obszarowy oraz produkt obiekt, rozszerzono klasyfikację. Są to produkty turystyczne budowane w oparciu o walory naturalne: wodne i przyrodnicze (leśne), produkty turystyczne budowane na bazie walorów kulturowych, miasta czy miejscowości, produkty turystyczne budowane w oparciu o walor (obiekt) muzealny, rekreacyjny, naturalny wodny czy przyrodniczy. Zgodnie z przyjętą klasyfikacją w niniejszym badaniu wyodrębniono następujące produkty turystyczne:

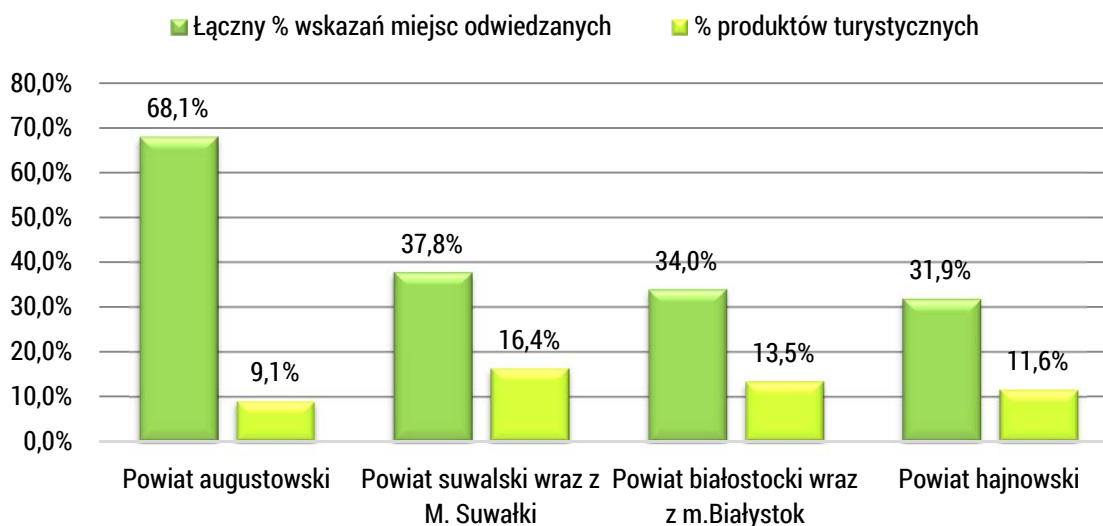
1. **obszarowe** – zbudowane w oparciu o:
 - walor naturalny, (wodny, przyrodniczy),
 - walor kulturowy,
 - miasto czy miejscowość,
2. **obiekt** – zbudowane w oparciu o:
 - punktowy, pojedynczy walor naturalny, (wodny, przyrodniczy),
 - punktowy, pojedynczy walor kulturowy (np. muzeum, kościół),

- punktowy, pojedynczy obiekt zagospodarowania turystycznego (np. rekreacyjny).
- 3. usługa
- 4. wydarzenie
- 5. szlak

Na terenie województwa podlaskiego respondenci zidentyfikowali w trakcie badań ankietowych 276 produktów turystycznych, w tym 137 produktów obszarowych, 89 produktów turystycznych w kategorii obiektu, 36 produktów turystycznych zakwalifikowanych jako usługa, 9 produktów turystycznych zidentyfikowano jako wydarzenie, a 5 produktów turystycznych jako szlak. Pełny wykaz produktów turystycznych według powiatów i gmin zawarto w załączniku nr 33.

■ **Załącznik 33. Zestawienie produktów turystycznych według powiatów i gmin (płyta CD)**

Łącznie największa liczba produktów turystycznych występuje w powiecie suwalskim wraz z miastem Suwałki (45). Dominują one w 5 gminach: m. Suwałki, gmina Suwałki, gmina Jeleniewo, gmina Rutka-Tartak, gmina Bakałarzewo i nieco mniej, w gminie Szypliszki. W powiecie białostockim, wraz z miastem Białystok, zidentyfikowano 37 produktów turystycznych, rozmieszczonych głównie w mieście Białystok oraz gminach: Supraśl, Tykocin i Wasilków. W powiecie hajnowskim zidentyfikowano 32 produkty turystyczne. Występują one z gminach: Białowieża, Narewka, Dubicze Cerkiewne oraz mieście-gminie Hajnówka. W powiecie augustowskim występuje 25 produktów turystycznych. Zlokalizowane są one przede wszystkim w gminie Augustów, w gminie Nowinka oraz okolicznych gminach. W powiecie sejneńskim zidentyfikowano 24 produkty turystyczne rozmieszczonych w gminach: Sejny, Krasnopol, Giby oraz Puńsk. Analiza powiatu łomżyńskiego, wraz z miastem Łomża, wskazuje na występowanie 23 produktów turystycznych w mieście Łomża, gminach: Łomża, Nowogród i Piątnica (rys. 29).



Rys. 29. Rozkład produktów turystycznych i poziom ich wykorzystania według powiatów

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań ankietowych.

Analiza najczęściej wskazywanych produktów turystycznych ze względu na rodzaj potencjału, jaki jest wykorzystany do jego budowy pozwoliła na wyodrębnienie 35 produktów turystycznych, w tym: 16 produktów obszarowych (zdefiniowany obszar geograficzny, w którym znajdują się atrakcje turystyczne, usługi), gdzie 9 produktów to obszar miasta, 3 produkty turystyczne powstały z wykorzystaniem naturalnych walorów przyrodniczych, 2 produkty powstały z wykorzystaniem naturalnych walorów wodnych, a 2 produkty obszarowe – z wykorzystaniem walorów kulturowych, 4 produkty turystyczne typu usługa (pojedyncza usługa, np. transportowa, noclegowa, gastronomiczna, przewodnicka), w tym 1 produkt turystyczny zbudowany z wykorzystaniem walorów naturalnych wodnych oraz 3 produkty zbudowane z wykorzystaniem obiektu rekreacyjnego, 14 produktów turystycznych – obiekt (występuje jedna, główna atrakcja, której mogą towarzyszyć dodatkowe usługi lub inne produkty, ma ona charakter punktowy), w tym 12 produktów to obiekt kulturalny, 1 produkt to obiekt zbudowany z wykorzystaniem naturalnych walorów wodnych oraz 1 produkt turystyczny – muzeum, 1 produkt turystyczny typu wydarzenie (charakteryzuje się spójnością i określoną tematyką, występuje w ustalonym miejscu i czasie).

Analiza najczęściej wskazywanych produktów turystycznych ze względu na rodzaj wykorzystywanego potencjału wykazuje, że dominują produkty turystyczne obszarowe typu miasto oraz obiekty kulturowe. Można zatem wnioskować, że potencjał turystyczny naturalny, który stanowi istotny element przewagi komparatywnej regionu jest tylko w niewielkim stopniu wykorzystywany do budowy produktów turystycznych. Szczegółowy wykaz produktów turystycznych najczęściej wskazywanych przez badanych zaprezentowano w tabeli 37.

Tabela 37. Wykaz produktów turystycznych najczęściej wskazywanych przez badanych

Lp.	Produkt turystyczny	Typ produktu	Gmina	Powiat	Liczba wskazań	
1	Augustów	obszar miasto	Augustów	Powiat augustowski	12,23%	189
2	Augustów – jeziora, plaża miejska, kąpielisko	obszar, walory przyrodnicze wodne	Augustów	Powiat augustowski	10,74%	166
3	Augustów – Studzieniczna – kościoły, kaplica Najświętszej Maryi Panny w Studzienicznej, Szlak Jana Pawła II	obszar – walory kulturowe	Augustów	Powiat augustowski	9,90%	153
4	Augustów – Port Żeglugi Augustowskiej (rejsy, katamarany, gondole), – wyciąg nart wodnych, wypożyczalnia motorówek	usługa – w oparciu o walory naturalne wodne	Augustów	Powiat augustowski	9,90%	153
5	Białowieża – Rezerwat Pokazowy Żubrów, Białowieżski Park Narodowy, Rezerwat Ścisły	obszar – walory naturalne – przyrodnicze	Białowieża	Powiat hajnowski	9,58%	148
6	Białystok – Pałac Branickich, Rynek Kościuszki, Ratusz	obiekt walory kulturowe	Białystok	Powiat m.Białystok	8,93%	138



Lp.	Produkt turystyczny	Typ produktu	Gmina	Powiat	Liczba wskazań	
7	Suwałki	obszar miasto	Suwałki miasto	Powiat m.Suwałki	8,48%	131
8	Białystok	obszar miasto	Białystok	Powiat m.Białystok	6,47%	100
9	Augustów – Rynek Zygmunta Augusta (pomnik)	obiekt – walor kulturalny	Augustów	Powiat augustowski	5,31%	82
10	Augustów – Kanał Augustowski, śluzy	obiekt w oparciu o walory naturalne wodne	Augustów	Powiat augustowski	4,60%	71
11	Łomża	obszar miasto	Łomża	Powiat m. Łomża	4,14%	64
12	Augustów – amfiteatr miejski	obiekt – rekreacyjny	Augustów	Powiat augustowski	4,14%	64
13	Sejny	obszar miasto	Sejny	Powiat sejneński	4,08%	63
14	Supraśl – Muzeum Ikon	obiekt – walor kulturalny	Supraśl	Powiat białostocki	3,82%	59
15	Krzywe – Wigierskie Park Narodowy	obszar walory naturalne przyrodnicze	Suwałki	Powiat suwalski	2,91%	45
16	Wigry – Klasztor Pokamedulski	obiekt – walor kulturalny	Suwałki gmina	Powiat suwalski	2,85%	44
17	Hajnówka – Park Wodny	usługa rekreacyjna	Hajnówka miasto	Powiat hajnowski	2,78%	43
18	Białowieża – Muzeum Przyrodniczo – Leśne Białowieskiego Parku Narodowego	obiekt – muzeum	Białowieża	Powiat hajnowski	2,72%	42
19	Krasnopol	obszar miejscowość	Krasnopol	Powiat sejneński	2,39%	37
20	Św. Góra Grabarka – Klasztor Prawosławny Św. Marty i Marii	obiekt – walor kulturalny	Nurzec-Stacja	Powiat siemiatycki	2,27%	35
21	Hajnówka – Sobór św. Trójcy	obiekt – walor kulturalny	Hajnówka miasto	Powiat hajnowski	2,14%	33
22	Białowieża – Park Pałacowy wraz z Bramą Pałacową	obszar – walor kulturowy	Białowieża	Powiat hajnowski	1,94%	30
23	Kruszyniany – meczet muzułmański	obiekt – walor kulturalny	Krynki	Powiat sokólski	1,88%	29
24	Tykocin – zamek	obiekt – walor kulturalny	Tykocin (3)	Powiat białostocki	1,75%	27

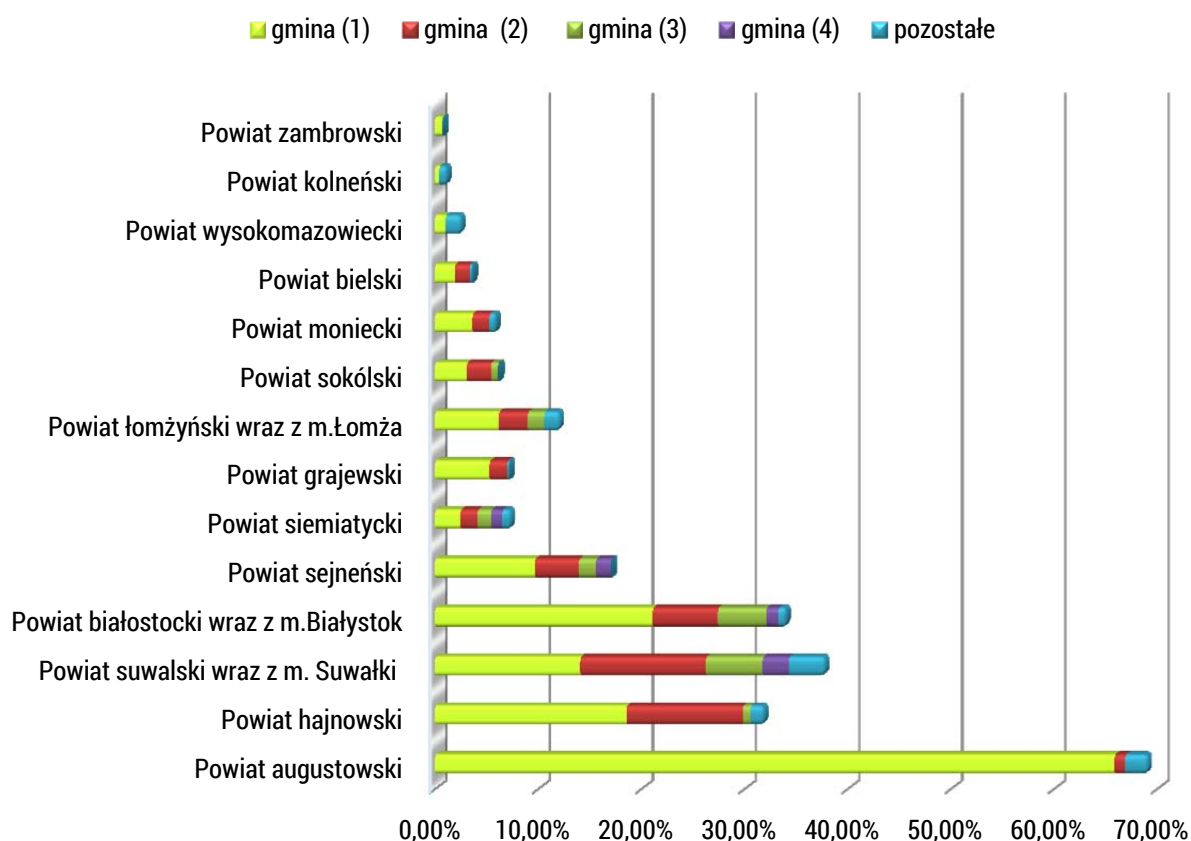
Lp.	Produkt turystyczny	Typ produktu	Gmina	Powiat	Liczba wskazań	
25	Osowiec Twierdza – Twierdza Osowiec	obiekt – walor kulturalny	Goniądz (3)	Powiat moniecki	1,68%	26
26	Gulbieniszki – Góra Cisowa	obszar walor naturalny przyrodniczy	Jeleniewo (2)	Powiat suwalski	1,68%	26
27	Suwałki – aquapark	usługa rekreacyjna	Suwałki (1)	Powiat m. Suwałki	1,68%	26
28	Białowieża	obszar miejscowość	Białowieża (2)	Powiat hajnowski	1,62%	25
29	Wigry	obszar walor naturalny wodny	Suwałki (2)	Powiat suwalski	1,62%	25
30	Stary Folwark	obszar walor kulturowy	Suwałki (2)	Powiat suwalski	1,55%	24
31	Jeleniewo – Wojewódzki Ośrodek Sportu i Rekreacji „Szelmant”	usługa rekreacyjna	Jeleniewo (2)	Powiat suwalski	1,49%	23
32	Nowogród – Skansen Kurpiowski	obiekt – walor kulturalny	Nowogród (3)	Powiat łomżyński	1,42%	22
33	Łomża – Bulwary nad Narwią	obszar miasto	Łomża (1)	Powiat m. Łomża	1,42%	22
34	Supraśl	obszar miasto	Supraśl (3)	Powiat białostocki	1,36%	21
35	Augustów – imprezy, koncerty, „Pływanie na byle czym”, Projekt „Plaża” TVN	Wydarzenie	Augustów (1)	Powiat augustowski	1,36%	21
Razem turystów i odwiedzających jednodniowych spoza województwa podlaskiego i województwa podlaskiego oraz mieszkańców podróżujących po województwie podlaskim						1454

Źródło: opracowanie własne.

■ Załącznik 34. Zestawienie produktów turystycznych według powiatów i gmin (płyta CD)

7.2. Identyfikacja produktów turystycznych i najchętniej odwiedzanych miejsc w regionie ze względu na generowanie ruchu turystycznego i ich rozkład przestrzenny według powiatów i gmin

Analiza odwiedzanych przez turystów miejsc i odwiedzających województwo podlaskie oraz mieszkańców podróżujących po województwie podlaskim wskazuje, że największy ruch turystyczny generują produkty turystyczne powiatu augustowskiego (68,09%), następnie produkty turystyczne występujące w powiecie suwalskim wraz z m. Suwałki (37,83%), w białostockim wraz z m. Białystok (34,04%), w hajnowskim (31,91%), w sejneńskim (17,06%) i łomżyńskim wraz z miastem Łomża (12,10%). Procentowy rozkład produktów turystycznych i poziom ich wykorzystania według powiatów zaprezentowano na rysunku 30. Szczegółowe zestawienie w tabeli 38.



Rys. 30. Produkty turystyczne generujące największy ruch turystyczny w poszczególnych gminach województwa podlaskiego według powiatów [w % wskazań odwiedzania]

Źródło: opracowanie własne.

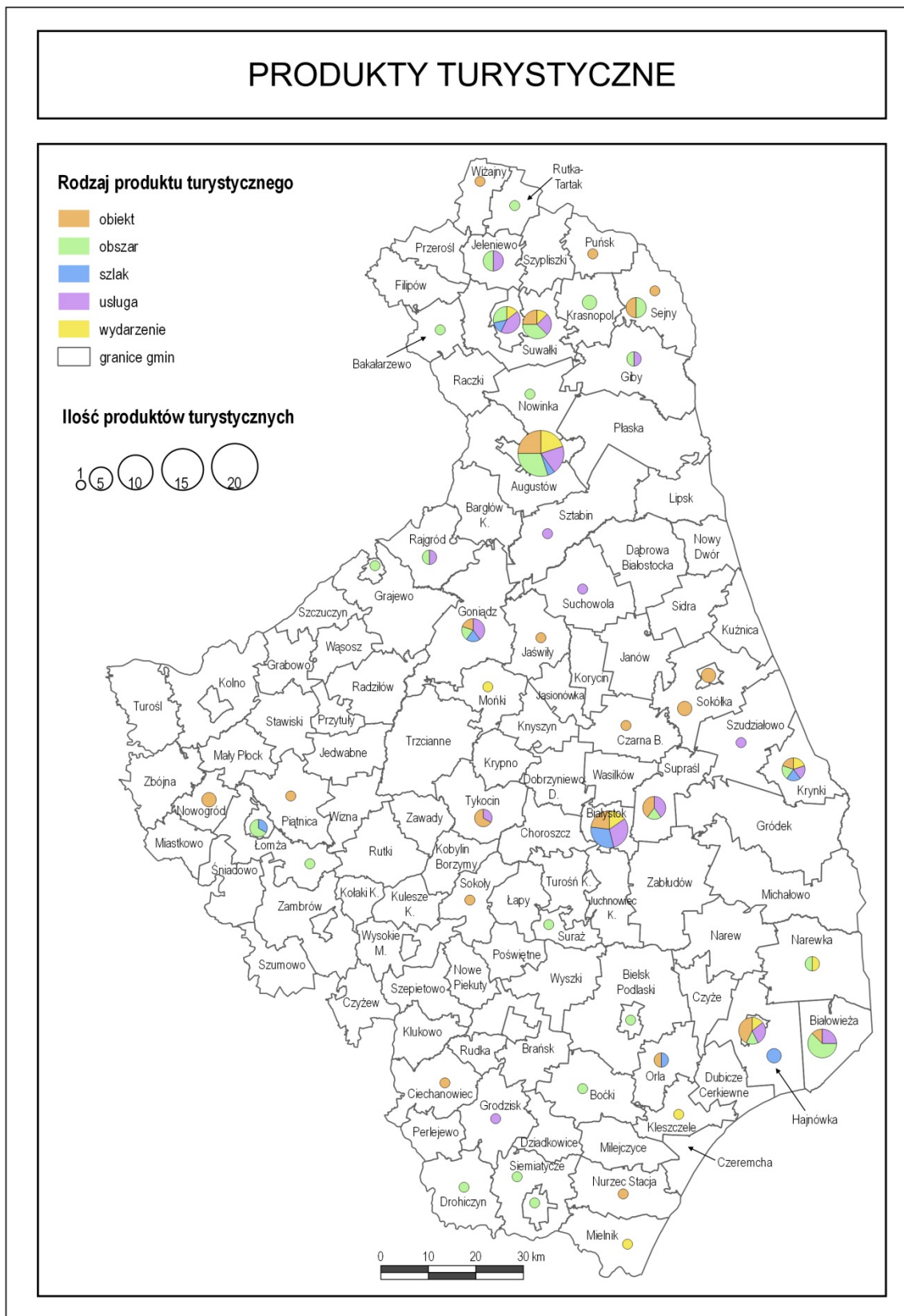
Tabela 38. Produkty turystyczne generujące największy ruch turystyczny w poszczególnych gminach województwa podlaskiego według powiatów

Lp.	Powiat	Gmina	Produkt turystyczny	Typ produktu	Wskazania % liczba	
					%	liczba
1	Powiat augustowski	Augustów	Augustów	obszar miasto	12,23%	189
2			Augustów – jeziora, plaża miejska, kąpielisko	obszar, walory przyrodnicze wodne	10,74%	166
3			Augustów – Studzieniczna – kościoły, kaplica Najświętszej Maryi Panny w Studzienicznej, Szlak Jana Pawła II	obszar – walory kulturowe	9,90%	153
4			Augustów – Port Żeglugi Augustowskiej (rejsy, katamarany, gondole), – wyciąg nart wodnych, wypożyczalnia motorówek	usługa – w oparciu o walory naturalne wodne	9,90%	153
5			Augustów – Rynek Zygmunta Augusta (pomnik)	obiekt – walor kulturalny	5,31%	82
6			Augustów – Kanał Augustowski, śluzy	obiekt w oparciu o walory naturalne wodne	4,60%	71
7			Augustów – amfiteatr miejski	obiekt – rekreacyjny	4,14%	64
8			Augustów – imprezy, koncerty, „Pływanie na byle czym”, Projekt „Plaża” TVN	wydarzenie	1,36%	21
9	Powiat hajnowski	Białowieża	Białowieża – Rezerwat Pokazowy Żubrów, Białowiecki Park Narodowy, Rezerwat Ścisły	obszar – walory naturalne – przyrodnicze	9,58%	148
10			Białowieża – Muzeum Przyrodniczo – Leśne Białowieckiego Parku Narodowego	obiekt – muzeum	2,72%	42
11			Białowieża	obszar miejscowość	1,62%	25
12			Białowieża – Park Pałacowy wraz z Bramą Pałacową	obszar – walor kulturowy	1,94%	30
13		Hajnówka	Hajnówka – Sobór św. Trójcy	obiekt – walor kulturalny	2,14%	33
14			Hajnówka – Park Wodny	usługa rekreacyjna	2,78%	43
15	Powiat suwalski wraz z miastem Suwałki	Suwałki	Suwałki	obszar miasto	8,48%	131
16			Suwałki – aquapark	usługa rekreacyjna	1,68%	26
17		Suwałki	Krzywe – Wigierskie Park Narodowy	obszar walory naturalne przyrodnicze	2,91%	45
18			Wigry – Klasztor Pokamedulski	obiekt – walor kulturalny	2,85%	44

Lp.	Powiat	Gmina	Produkt turystyczny	Typ produktu	Wskazania % liczba	
19			Wigry	obszar walor naturalny wodny	1,62%	25
20			Stary Folwark	obszar walor kulturowy	1,55%	24
21		Jeleniewo	Gulbieniszki – Góra Cisowa	obszar walor naturalny przyrodniczy	1,68%	26
22			Jeleniewo – Wojewódzki Ośrodek Sportu i Rekreacji „Szelment”	usługa rekreacyjna	1,49%	23
23	Powiat białostocki wraz z m. Białystok	Białystok	Białystok – Pałac Branickich, Rynek Kościuszki, Ratusz	obiekt walory kulturowe	8,93%	138
24			Białystok	obszar miasto	6,47%	100
25		Supraśl	Supraśl – Muzeum Ikon	obiekt – walor kulturalny	3,82%	59
26		Supraśl	Supraśl	obszar miejscowość	1,36%	21
27		Tykocin	Tykocin – zamek	obiekt – walor kulturalny	1,75%	27
28	Powiat łomżyński z m. Łomża	Nowogród	Nowogród – Skansen Kurpiowski	obiekt – walor kulturalny	1,42%	22
29		Łomża	Łomża – Bulwary nad Narwią	obszar miejscowość	1,42%	22
30			Łomża	obszar miasto	4,14%	64
31	Powiat sejneński	Sejny	Sejny	obszar miasto	4,08%	63
32		Krasnopol	Krasnopol	obszar miejscowość	2,39%	37
33	Powiat siemiatycki	Nurzec-Stacja	Św. Góra Grabarka – Klasztor Prawosławny Św. Św. Marty i Marii	obiekt – walor kulturalny	2,27%	35
34	Powiat sokólski	Krynki	Kruszyniany – meczet muzułmański	obiekt – walor kulturalny	1,88%	29
35	Powiat moniecki	Goniądz	Osowiec Twierdza – Twierdza Osowiec	obiekt – walor kulturalny	1,68%	26
Razem turystów i odwiedzających spoza województwa podlaskiego i województwa podlaskiego oraz mieszkańców podróżujących po województwie podlaskim						1454

Źródło: opracowanie własne.

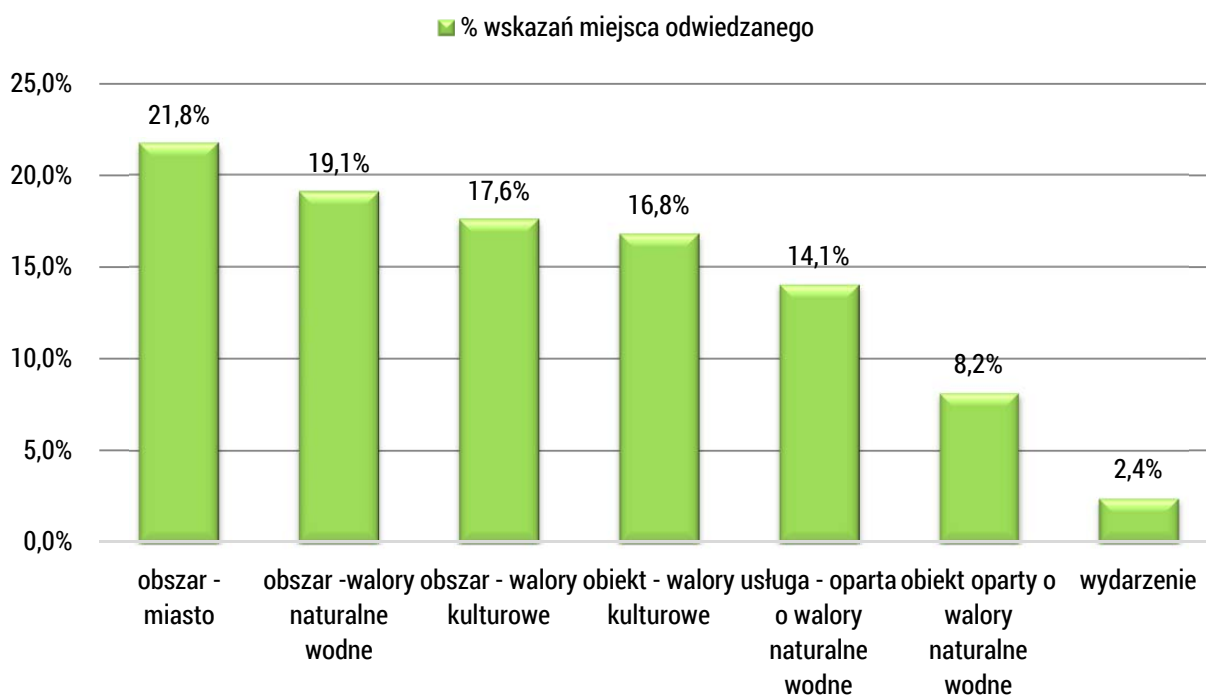
Przestrzenny rozkład produktów turystycznych zaprezentowano na mapie 14.



Mapa 14. Przestrzenny rozkład produktów turystycznych według ilości i rodzajów

Źródło: opracowanie własne.

Analiza wewnętrznego rozkładu przestrzennego produktów turystycznych w powiatach według gmin i poziomu ich wewnętrznego wykorzystania wskazuje, że w powiecie augustowskim zdecydowana większość produktów turystycznych występuje w gminie Augustów. Obszarowy produkt turystyczny, jakim jest miasto Augustów, generuje 20% turystów i odwiedzających powiat augustowski. Z kolei produkty budowane w oparciu o walory naturalne wodne (obszar, usługa, obiekt) generują, odpowiednio 20%, 14%, 8% turystów oraz odwiedzających powiat augustowski. Produkty turystyczne budowane w oparciu o walory kulturowe generują odpowiednio: obszarowe 22%, obiekt 21%. Najczęściej odwiedzane produkty turystyczne w gminie Augustów (powiat augustowski) przedstawiono na rysunku 31. Szczegółowe zestawienie w tabeli 39.



Rys. 31. Najczęściej odwiedzane produkty turystyczne gminy Augustów

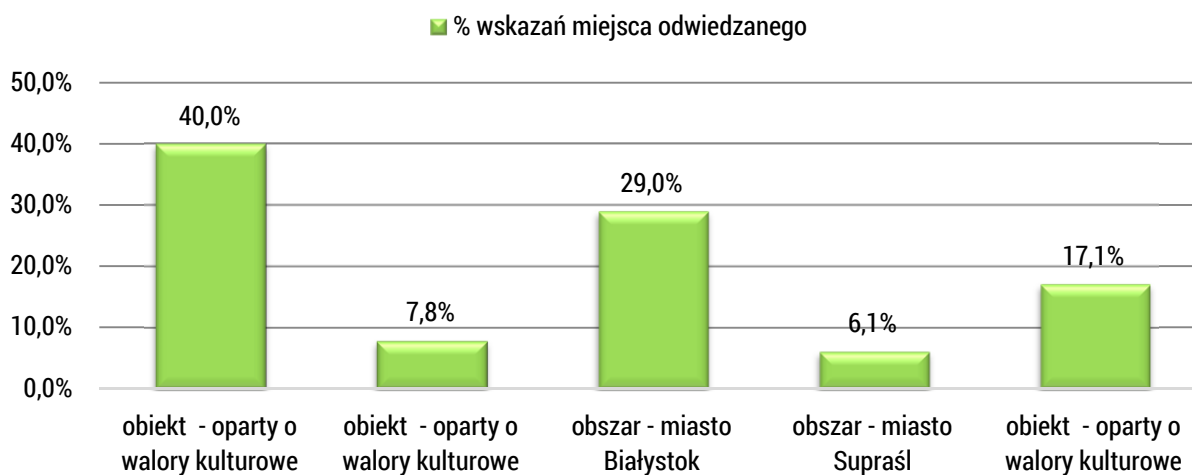
Źródło: opracowanie własne.

Tabela 39. Najczęściej odwiedzane produkty turystyczne gminy Augustów

Lp.	Produkt turystyczny	Typ produktu	% wskazań miejsca odwiedzanego	Liczba wskazań
1	Augustów	obszar – miasto	21,77%	189
2	Augustów – jeziora, Augustów – plaża miejska, kąpielisko	obszar – walory naturalne wodne	19,12%	166
3	Augustów – Studzieniczna – kościoły, kaplica Najświętszej Maryi Panny w Studzienicznej, Szlak Jana Pawła II	obszar – walory kulturowe	17,63%	153
4	Augustów – Rynek Zygmunta Augusta (pomnik), amfiteatr miejski	obiekt – walory kulturowe	16,82%	146
5	Augustów – Port Żeglugi Augustowskiej (rejsy, katamarany, gondole), Augustów – wyciąg nart wodnych, wypożyczalnia motorówek	usługa – oparta o walory naturalne wodne	14,06%	122
6	Augustów – Kanał Augustowski, śluzy	obiekt oparty o walory naturalne wodne	8,18%	71
7	Augustów – imprezy, koncerty, „Pływanie na byle czym”, Projekt „Plaża” TVN	wydarzenie	2,42%	21

Źródło: opracowanie własne.

W powiecie białostockim wraz z miastem Białystok największy ruch turystyczny generują następujące produkty turystyczne: obiekt produkt turystyczny budowany w oparciu o walory kulturowe miasta Białystok (40%) i obszar miasta Białystok (28,99%), zamek w gminie Tykocin 7,83%, zaś pozostałe dwa produkty występują w gminie Supraśl: obiekt – muzeum ikon generuje 17,10% turystów i odwiedzających, zaś miasto Supraśl – 6,07% turystów i odwiedzających. Najczęściej odwiedzane produkty turystyczne w powiecie białostockim wraz z miastem Białystok przedstawiono na rysunku 32. Szczegółowe zestawienie w tabeli 40.



Rys. 32. Najczęściej odwiedzane produkty turystyczne powiatu białostockiego wraz z miastem Białystok

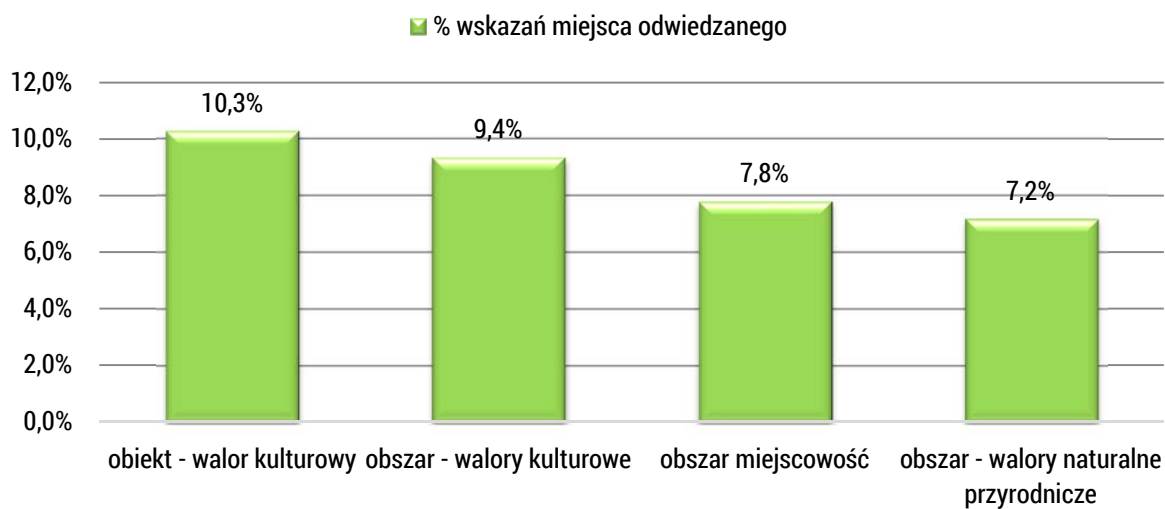
Źródło: opracowanie własne.

Tabela 40. Najczęściej odwiedzane produkty turystyczne powiatu białostockiego wraz z miastem Białystok

Lp.	Produkt turystyczny	Typ produktu	% wskazań miejsca odwiedzanego	Liczba wskazań
1	Białystok – Pałac Branickich, Rynek Kościuszki, Ratusz	obiekt – oparty o walory kulturowe	40,00%	138
2	Tykocin – zamek	obiekt – oparty o walory kulturowe	7,83%	27
3	Białystok	obszar – miasto Białystok	28,99%	100
4	Supraśl	obszar – miasto Supraśl	6,09%	21
5	Supraśl – Muzeum Ikon	obiekt – oparty o walory kulturowe	17,10%	59

Źródło: opracowanie własne.

W powiecie hajnowskim największa liczba produktów turystycznych występuje w gminie Białowieża i generują one najwyższą liczbę turystów. Łącznie produkty obszarowe powstałe w oparciu o naturalne walory przyrodnicze generują 60,41%, produkt obszarowy – miejscowość generuje 10,20% ruchu turystycznego, zaś produkty turystyczne budowane w oparciu o walory kulturowe (obszar i obiekt) wpływają na ruch turystyczny w 19,38%. W gminie miasto Hajnówka wyodrębniono dwa produkty turystyczne – obiekt powstały w oparciu o walory kulturowe (13,47%) oraz usługa – produkt powstały o obiekt rekreacyjny (17,55%). Najczęściej odwiedzane produkty turystyczne w powiecie hajnowskim przedstawiono na rysunku 33. Szczegółowe zestawienie w tabeli 41.



Rys. 33. Najczęściej odwiedzane produkty turystyczne powiatu hajnowskiego

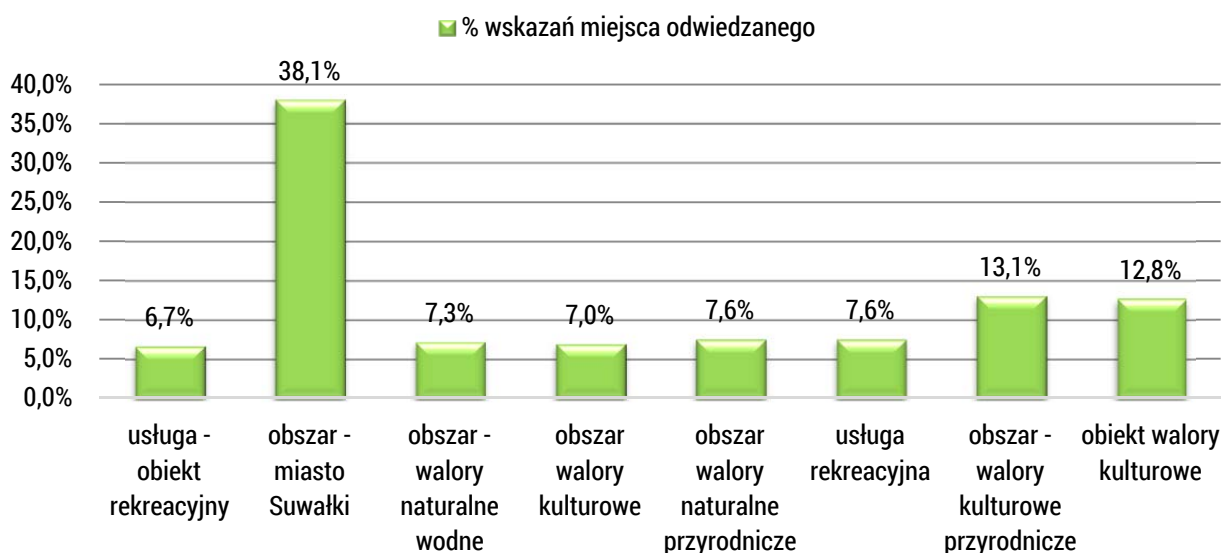
Źródło: opracowanie własne.

Tabela 41. Najczęściej odwiedzane produkty turystyczne powiatu hajnowskiego

Produkt turystyczny	Typ produktu	% wskazań miejsca odwiedzanego	Liczba wskazań
Białowieża – Park Pałacowy wraz z Bramą Pałacową	obszar – walory kulturowe	12,24%	30
Białowieża	obszar miejscowość	10,20%	25
Białowieża – Rezerwat Pokazowy Żubrów, Rezerwa Ścisły	obszar – walory naturalne przyrodnicze	35,51%	87
Białowieża – Rezerwat Ścisły	obszar – walory naturalne przyrodnicze	9,39%	23
Białowieża – Muzeum Przyrodniczo – Leśne Białowieskiego Parku Narodowego	obiekt – muzeum przyrodnicze	17,14%	42
Białowieża – Białowieski Park Narodowy	obszar – walory naturalne przyrodnicze	15,51%	38
Hajnówka – Sobór św. Trójcy	obiekt – walor kulturowy	13,47%	33
Hajnówka – Park Wodny	usługa rekreacyjna	17,55%	43

Źródło: opracowanie własne.

Najbardziej zróżnicowane w przestrzeni produkty turystyczne występują w powiecie suwalskim. Największy ruch turystyczny generuje produkt obszarowy miasto Suwałki (38,08%), według odwiedzających powiat suwalski. Produkty turystyczne budowane na bazie walorów naturalnych przyrodniczych generują 20,64% ruchu turystycznego, na bazie zasobów wodnych 7,27%, 32,85% ruchu turystycznego przyciągają produkty turystyczne budowane na bazie zasobów kulturowych, a 14,25% – produkty turystyczne obiekt, w tym przypadku rekreacyjny (rysunek 34, tabela 42).



Rys. 34. Najczęściej odwiedzane produkty turystyczne suwalskiego wraz z m. Suwałki

Źródło: opracowanie własne.

Tabela 42. Najczęściej odwiedzane produkty turystyczne powiatu suwalskiego wraz z m. Suwałki

Lp.	Produkt turystyczny	Typ produktu	% wskazań miejsca odwiedzanego	Liczba wskazań	Gmina
1	Jeleniewo – Wojewódzki Ośrodek Sportu i Rekreacji „Szelment”	usługa – obiekt rekreacyjny	6,69%	23	Jeleniewo
2	Suwałki	obszar – miasto Suwałki	38,08%	131	miasto Suwałki
3	Wigry	obszar – walory naturalne wodne	7,27%	25	Suwałki
4	Stary Folwark	obszar walory kulturowe	6,98%	24	Suwałki
5	Gulbieniszki – Góra Cisowa	obszar walory naturalne przyrodnicze	7,56%	26	Jeleniewo
6	Suwałki – aquapark	usługa rekreacyjna	7,56%	26	miasto Suwałki
7	Krzywe – Wigierski Park Narodowy	obszar – walory kulturowe przyrodnicze	13,08%	45	Suwałki
8	Wigry – Klasztor Pokamedulski	obiekt walory kulturowe	12,79%	44	Suwałki

Źródło: opracowanie własne.

W powiecie sejneńskim zidentyfikowano produkt turystyczny obszarowy w gminie Sejny i w gminie Krasnopol (Sejny i Krasnopol), zaś w powiecie łomżyńskim produkt obszarowy (Łomża i Bulwary nad Narwią w mieście Łomża) oraz produkt turystyczny obiekt w gminie Nowogród (Skansen Kurpiowski).

Podsumowanie

W województwie podlaskim respondenci zidentyfikowali 276 produktów turystycznych, w tym 137 produktów obszarowych, 89 produktów turystycznych w kategorii obiekt, 36 produktów turystycznych to usługa, 9 produktów turystycznych zidentyfikowano jako wydarzenie, a 5 produktów turystycznych jako szlak. Ze względu na typ produktów największy ruch turystyczny generuje 35 typów produktów turystycznych, dominują produkty obszarowe zbudowane w oparciu o walory kulturowe, miasto lub miejscowość oraz produkty typu obiekt zbudowane w oparciu o walor kulturowy, produkty turystyczne dominują w czterech powiatach, odpowiednio według ilości: suwalskim, białostockim, hajnowskim i augustowskim. Produkty turystyczne powiatu augustowskiego mimo najmniejszej ich liczby generują największy ruch turystyczny. Szczegółowy rozkład produktów turystycznych wskazuje, że w każdym z wymienionych powiatów produkty skupione są w jednej lub dwóch gminach.

8. Aktywność turystyczna mieszkańców województwa podlaskiego

Analizy aktywności turystycznej mieszkańców województwa podlaskiego zostały przeprowadzone na podstawie badań ankietowych zrealizowanych na próbie 514 mieszkańców regionu w 2014 roku. Zgodnie z zastosowaną metodyką badania aktywności turystycznej mieszkańcy województwa podlaskie zostali podzieleni na dwie grupy: uczestniczących i nieuczestniczących w ruchu turystycznym. Przebadano łącznie 514 mieszkańców województwa podlaskiego. Zdecydowaną większość badanych stanowili mieszkańcy uczestniczący w ruchu turystycznym w 2013 roku – 76,5%. Badani nieuczestniczący w ruchu turystycznym stanowili 23,5%. Strukturę badanych ze względu na powiaty, w których zamieszkują zaprezentowano w tabeli 43.

Tabela 43. Struktura badanych według miejsca zamieszkania (powiatu)

Lp.	Powiat	Uczestniczący		Nieuczestniczący		Łącznie	
		liczba	procent	liczba	procent	liczba	procent
1	augustowski	19	4,8%	3	2,5%	22	4,3%
2	białostocki	143	36,4%	32	26,4%	175	34,0%
3	bielski	19	4,8%	0	0,0%	19	3,7%
4	grajewski	17	4,3%	18	14,9%	35	6,8%
5	hajnowski	15	3,8%	5	4,1%	20	3,9%
6	kolneński	14	3,6%	14	11,6%	28	5,4%
7	łomżyński	37	9,4%	9	7,4%	46	8,9%
8	moniecki	14	3,6%	12	9,9%	26	5,1%
9	sejneński	7	1,8%	3	2,5%	10	1,9%
10	siemiatycki	16	4,1%	6	5,0%	22	4,3%
11	sokólski	25	6,4%	7	5,8%	32	6,2%
12	suwalski	34	8,7%	10	8,3%	44	8,6%
13	wysokomazowiecki	19	4,8%	2	1,7%	21	4,1%
14	zambrowski	14	3,6%	0	0,0%	14	2,7%
		393		121		514	

Źródło: opracowanie własne.

Wśród ankietowanych mieszkańców województwa podlaskiego uczestniczących w ruchu turystycznym 50,9% stanowiły kobiety, a 49,1% mężczyźni. Osoby do 24 roku życia stanowiły 25,4%, od 25 do 34 lat – 26,7%, od 35 do 44 lat – 19,3%, od 45 do 54 lat – 15,5%, powyżej 55 lat – 12,7%. Ze względu na miejsce zamieszkania wyszczególniono pięć grup respondentów: mieszkańców wsi – 38,9%, miast do 20 tys. – 19,8%, miast od 20 do 50 tys. – 8,4%, miast od 50 do 100 tys. – 10,2% oraz miast powyżej 100 tys. – 22,6%.

Respondenci charakteryzowali się wyższym (40,7%) i średnim wykształceniem (27,5%). Znaczna grupa wskazywała na wykształcenie zawodowe (14,5%) oraz policealne (9,7%). Prawie połowę badanych stanowili pracownicy szeregowi (44,5%). Znaczną grupę stanowili również rolnicy – 28,8%. Pozostali respondenci pracowali na stanowiskach kierowniczych (5,3%), byli samozatrudnieni (5,3%) lub uprawiali wolny zawód (2,0%). Znaczną grupę stanowili również emeryci i renciści – 7,4%, gospodynie domowe – 3,3% oraz bezrobotni lub niepracujący – 2,5% (tab. 44).

Tabela 44. Charakterystyka mieszkańców województwa podlaskiego uczestniczących w ruchu turystycznym

MIESZKAŃCY WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO UCZESTNICZĄCY W RUCHU TURYSTYCZNYM	
Płeć:	mężczyzna – 50,9%, kobieta – 49,1%
Wiek:	25-34 lata – 26,7%, do 24 lat – 25,4%, 35-44 lata – 19,3%, 45-54 lat – 15,5%, 55-64 lata – 7,9%, 65 lat i więcej – 4,8%
Miejsce zamieszkania:	wieś – 38,9%, miasto 100-500 tys. – 22,6%, miasto do 20 tys. – 19,8%, miasto 50-100 tys. – 10,2%, miasto 20-50 tys. – 8,4%
Wykształcenie:	wyższe – 40,7%, średnie – 27,5%, zawodowe – 14,5%, policealne – 9,7%, gimnazjalne – 4,1%, podstawowe – 3,3%
Aktywność zawodowa:	pracownik – 44,5%, rolnik 28,8%, emeryt/rencista – 7,4%, stanowisko kierownicze – 5,3%, samozatrudnienie – 5,3%, gospodynie domowe – 3,3%, bezrobotni/niepracujący – 2,5%, wolny zawód – 2,0%
Status rodzinny:	rodzina z dziećmi – 52,2%, dwuosobowe – 19,1%, jednoosobowe – 15,0%, rodzina wielopokoleniowa – 6,4%, rodzina bezdzietna – 6,1%
Dochód na osobę w rodzinie:	1000-1500 zł – 26,7%, 1500-2000 – 25,7%, powyżej 2000 zł – 24,4%, 500-1000 zł – 14,8%, poniżej 500 zł – 2,3%

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ankietowych wśród mieszkańców województwa podlaskiego.

Dochód brutto w rodzinie przypadający na 1 członka u 26,7% badanych kształtował się w granicach 1000-1500 zł, a u 25,7% – od 1500 zł do 2000 zł. Dochód od 500 do 1000 zł wskazywało 14,8% badanych, a powyżej 2000 zł – 24,4%. Odpowiedzi na pytanie nie udzieliło 6,1% ankietowanych.

Wskazywany status rodzinny badanych to głównie rodzina z dziećmi – 52,2%. Znaczną grupę stanowiły również dwuosobowe gospodarstwa domowe – 19,1% oraz osoby zamieszkujące indywidualnie – 15,0% (tzw. single). Rodziny wielopokoleniowe stanowiły 6,4% w strukturze respondentów, a bezdzietne – 6,1%.

Mieszkańcy województwa podlaskiego, którzy nie podróżują w celach turystycznych to zarówno kobiety (56,2%), jak i mężczyźni (43,8%). Głównie są to osoby starsze powyżej 55 roku życia (33,9%), a także

młode w wieku do 24 lat (21,5%). Pochodzą głównie ze wsi (42,1%), a także z małych miast do 20 tys. mieszkańców (23,1%). Są to pracownicy szeregowi (29,8%), a także emeryci i renciści (19,0%), posiadający wykształcenie średnie (28,1%) i zawodowe (24,8%). Mieszkają głównie samotnie (47,9%), a ich dochód kształtuje się w granicach od 500 do 1000 zł (50,4%), (tab. 45).

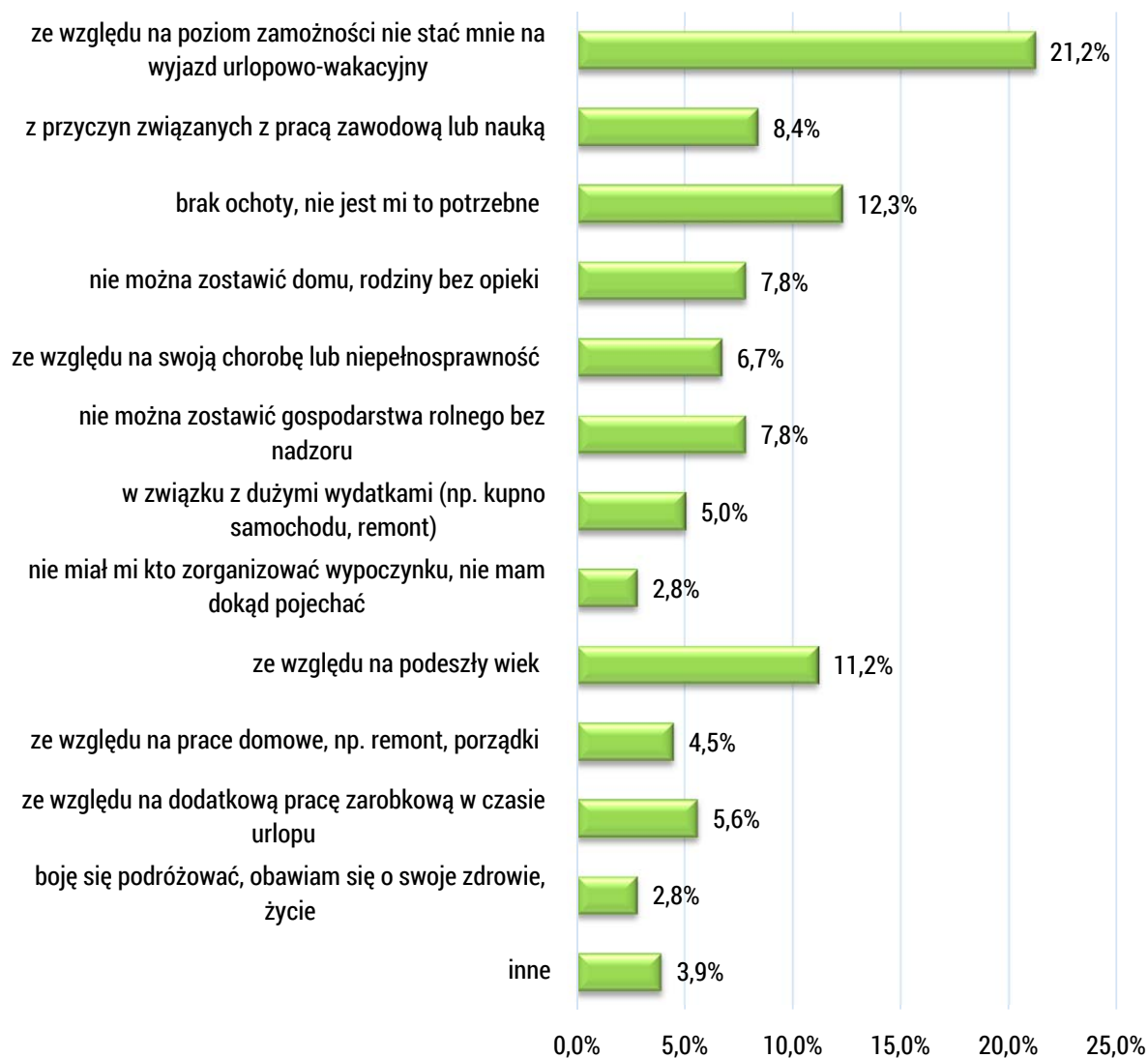
Tabela 45. Charakterystyka mieszkańców województwa podlaskiego nieuczestniczących w ruchu turystycznym

MIESZKAŃCY WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO NIEUCZESTNICZĄCY W RUCHU TURYSTYCZNYM	
Płeć:	mężczyzna – 56,2%, kobieta – 43,8%
Wiek:	do 24 lat – 21,5%, 65 lat i więcej – 18,2%, 35-44 lata – 16,5%, 45-54 lat – 16,5%, 55-64 lata – 15,7%, 25-34 lata – 11,6%
Miejsce zamieszkania:	wieś – 42,1%, miasto 100-500 tys. – 20,7%, miasto do 20 tys. – 23,1%, miasto 20-50 tys. – 7,4%, miasto 50-100 tys. – 6,6%
Wykształcenie:	średnie – 28,1%, zawodowe – 24,8%, wyższe – 16,5%, podstawowe – 14,9%, gimnazjalne – 9,1%, policealne – 6,6%
Aktywność zawodowa:	pracownik – 29,8%, emeryt/rencista – 19,0%, uczeń/student – 17,4%, gospodyni domowa – 14,0%, rolnik – 13,2%, samozatrudnienie – 2,5%, bezrobotny/niepracujący – 1,7%, stanowisko kierownicze – 0,8%
Status rodzinny:	jednoosobowe – 47,9%, rodzina z dziećmi – 19,8%, rodzina bezdzietna – 19,0%, rodzina wielopokoleniowa – 12,4%
Dochód na osobę w rodzinie:	500-1000 zł – 50,4%, 1000-1500 zł – 25,6%, 1500-2000 – 9,9%, powyżej 2000 zł – 6,6%, poniżej 500 zł – 4,1%

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ankietowych wśród mieszkańców województwa podlaskiego.

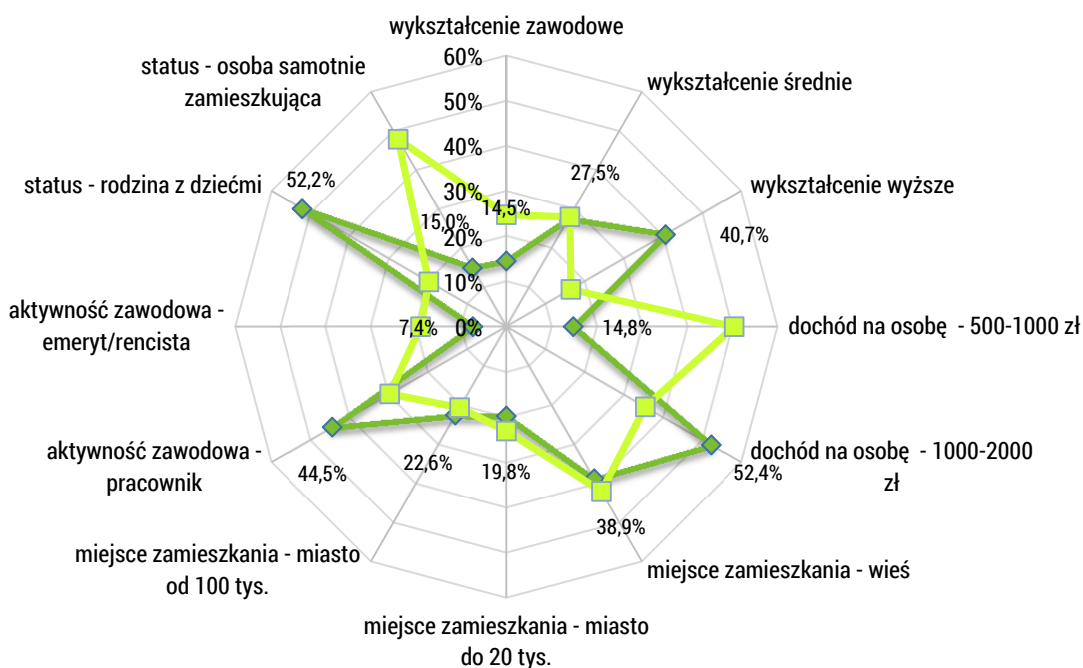
Głównymi przyczynami nie uczestniczenia w wyjazdach turystycznych są przede wszystkim względy finansowe (21,2%), brak chęci i potrzeby organizacji wyjazdu turystycznego (12,3%), a także podeszły wiek (11,2%), (rys. 35).

Podsumowując, na podstawie przeprowadzonych analiz należy stwierdzić, iż typowy mieszkaniec województwa podlaskiego uczestniczący w ruchu turystycznym zamieszkuje wieś lub miasto od 100 tys. mieszkańców. Jest to osoba w wieku do 54 lat z wykształceniem wyższym pracująca na stanowisku pracownika szeregowego. Jej dochód brutto na osobę w rodzinie z dziećmi wynosi od 1000-2000 zł (rys. 36). W celach turystycznych podróżuje głównie po Polsce, rzadziej wyjeżdża zagranicę.



Rys. 35. Przyczyny nie uczestniczenia mieszkańców województwa podlaskiego w wyjazdach turystycznych

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ankietowych wśród mieszkańców województwa podlaskiego.



Rys. 36. Porównanie mieszkańca województwa podlaskiego uczestniczącego i nieuczestniczącego w ruchu turystycznym

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ankietowych wśród mieszkańców województwa podlaskiego.

Natomiast typowy mieszkaniec województwa podlaskiego nieuczestniczący w ruchu turystycznym pochodzi również z obszarów wiejskich, jak i małych miast do 20 tys. mieszkańców. Jest to osoba w wieku do 24 lat lub powyżej 55 lat. Charakteryzuje się wykształceniem średnim lub zawodowym, zatrudniona na stanowisku szeregowego pracownika lub będąca emerytem czy też rencistą. Jej dochód brutto na osobę wynosi od 500-1000 zł (rys. 36). Powodem braku aktywności turystycznej typowego mieszkańca województwa podlaskiego są względy finansowe, brak chęci i potrzeby organizacji wyjazdu turystycznego, a także podeszły wiek.

8.1. Mieszkańcy województwa podlaskiego uczestniczący w krajowym ruchu turystycznym



aktywni turystycznie mieszkańcy województwa podlaskiego wskazywali, iż w 2013 r. odbyli co najmniej jeden jednodniowy wyjazd turystyczny: na terenie województwa podlaskiego (66,9%), krajowy poza województwo podlaskie (52,2%), zagraniczny (27,7%).

Mieszkańcy województwa podlaskiego podróżujący w celach turystycznych, wyjeżdżający poza województwem podlaskie, to w równej mierze kobiety (50,7%), jak i mężczyźni (49,3%). Są to osoby głównie w wieku od 16-34 lat (56,6%), pochodzące ze wsi (34,6%) lub miasta powyżej 100 tysięcy mieszkańców (29,8%). Są to pracownicy szeregowi (44,9%), a także rolnicy (26,4%), posiadający wyższe (48,3%) lub średnie (20,0%) wykształcenie. Ich status rodzinny to rodzina z dziećmi (53,2%), składająca się z 3 (21,5%) lub 4 osób (25,9%). Dochód brutto przypadający na jednego członka rodziny kształtuje się w granicach od 1000 do 1500 zł (28,8%) i od 1500 do 2000 zł (28,8%).

Mieszkańcy uczestniczący w krajowym ruchu turystycznym (wyjeżdżający poza województwo podlaskie) samodzielnie organizują wyjazdy (90,0%). Środkiem transportu wykorzystywanym podczas ich realizacji jest samochód osobowy (62,1%). Na miejsce zakwaterowania wybierane jest mieszkanie lub dom krewnych lub znajomych (29,7%) oraz pokoje gościnne (22,1%). Informacje o miejscu wyjazdu turystycznego czerpane są głównie od krewnych i znajomych (32,7%) oraz z własnego doświadczenia z poprzednich wizyt (25,7%), (tab. 46).

Tabela 46. Charakterystyka mieszkańców województwa podlaskiego nieuczestniczących w krajowym ruchu turystycznym

MIESZKAŃCY WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO UCZESTNICZĄCY W KRAJOWYM RUCHU TURYSTYCZNYM	
Płeć: męczyzna – 50,7%, kobieta – 49,3%	Sposób organizacji podróży: samodzielnie – 90,0%
Wiek: 25-34 lata – 28,8%, do 24 lat – 27,8%, 35-44 lata – 21,5%, 45-54 lat – 14,1%, 55-64 lata – 4,9%, 65 lat i więcej – 2,9%	Środek transportu: samochód osobowy – 62,1%, autobus, bus – 16,2%, kolej – 9,5%, autokar – 6,3%
Miejsce zamieszkania: wieś – 34,6%, miasto 100-500 tys. – 29,8%, miasto do 20 tys. – 13,2%, miasto 50-100 tys. – 12,2%, miasto 20-50 tys. – 10,2%	Zakwaterowanie: nocleg u znajomych, rodziny – 29,7%, pokoje gościnne – 22,1%, hotel – 14,5%, ośrodek wczasowy – 12,4%, pensjonat – 6,8%, pole namiotowe – 4,0%
Wykształcenie: wyższe – 48,3%, średnie – 20,0%, zawodowe – 14,1%, policealne 11,2%, podstawowe – 3,9%, gimnazjalne – 2,4%	Źródło informacji o regionie: krewni i znajomi – 32,7%, własne doświadczenia z poprzednich wizyt – 25,7%, portale turystyczne – 8,1%, przewodniki – 5,5%, telewizja – 4,8%, portale społecznościowe – 4,5%
Aktywność zawodowa: pracownik – 44,9%, rolnik 26,3%, stanowisko kierownicze – 5,9%, samozatrudnienie – 5,4%, emeryt/rencista – 4,9%, wolny zawód – 3,9%, gospodyni domowa – 3,9%, bezrobotny/niepracujący – 3,4%	Główny cel wyjazdu: zwiedzanie – 52,5%, wizyta u krewnych i znajomych – 19,6%, wypoczynek – 6,9%, kulturowy – 5,9%, biznesowy – 3,9%, religijny – 3,4%, rozrywkowy – 3,4%
	Miesiące wyjazdów: – jednodniowe: lipiec – 23,1%, sierpień – 12,3%, czerwiec – 10,8%, kwiecień 9,2%, maj – 7,7%, wrzesień – 6,2% – 2-4 dni: sierpień – 24,2%, lipiec – 21,3%, maj – 11,2%, czerwiec – 9,0%, wrzesień – 9,0%, marzec – 4,5% – 5 i więcej dni: sierpień – 36,5%, lipiec – 25,0%, styczeń – 6,3%, luty – 6,3%, wrzesień – 6,3%, grudzień – 6,3%

MIESZKAŃCY WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO UCZESTNICZĄCY W KRAJOWYM RUCHU TURYSTYCZNYM	
Status rodzinny: rodzina z dziećmi – 53,2%, dwuosobowe – 22,4%, jednoosobowe – 13,7%, rodzina bezdzietna – 5,9%, rodzina wielopokoleniowa – 4,4%	Częstotliwość wyjazdów turystycznych: – jednodniowe (16,6%): 1 raz – 9,8%, 2 razy – 3,4% – 2-4 dni (59,0%): 1 raz – 38,0%, 2 razy – 11,2% – 5 i więcej dni (43,4%): 1 raz – 37,6%, 2 razy – 3,9%
Dochód na osobę w rodzinie: 1500-2000 – 28,8%, powyżej 2000 zł – 28,8%, 1000-1500 zł – 22,9%, 500-1000 zł – 12,7%, poniżej 500 zł – 2,0%	Wydatki związane z krajową aktywnością turystyczną w 2013 roku (na osobę): 500-999 zł – 36,6%, 1-499 zł – 38,0%, 1000-1499 zł – 12,2%, 1500-1999 zł – 4,9%, 2000-2499 zł – 3,9%

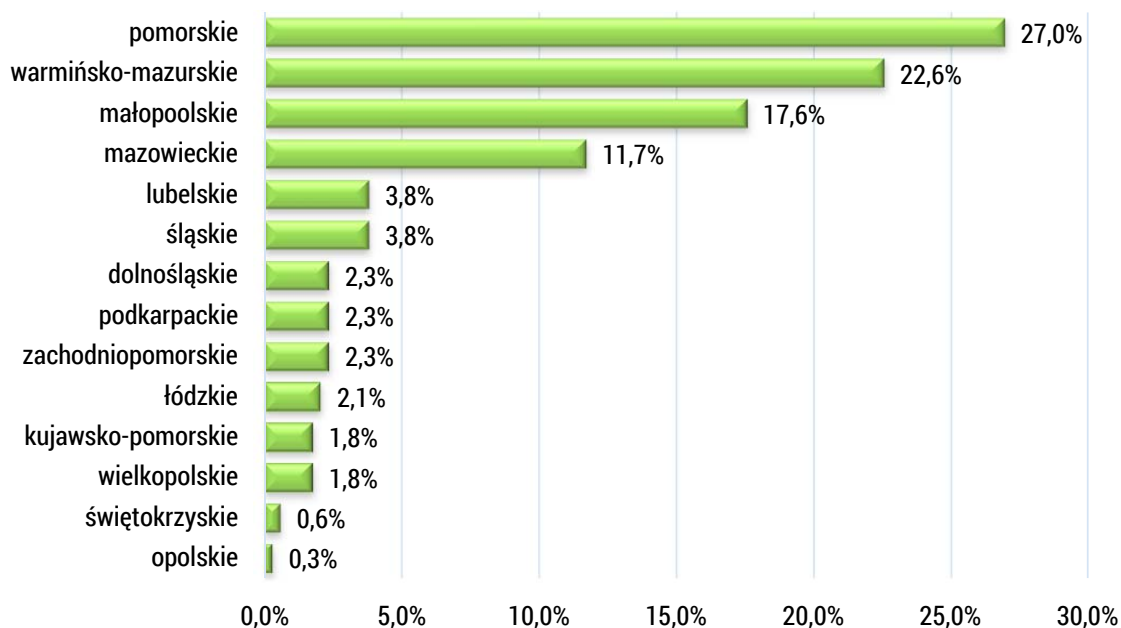
Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ankietowych wśród mieszkańców województwa podlaskiego.

Głównym celem wyjazdów turystycznych poza województwo jest chęć zwiedzania, poznania nowych miejsc (52,5%). Wydatki na podróże krajowe (poza województwo) na jedną osobę mieszczą się w granicach do 499 zł (38,0%) i od 500 do 999 zł (36,6%).

Mieszkańcy województwa podlaskiego, wyjeżdżają poza region najczęściej 1 raz w roku (65,0%), na 2-4 dni (58,5%), w miesiącach letnich – lipiec (21,3%) i sierpień (24,2%). Województwami najczęściej odwiedzanymi są: pomorskie (27,%), warmińsko-mazurskie (22,6% oraz małopolskie (17,6%), (rys. 28). Wśród polskich miast cieszących się największym zainteresowaniem wśród odwiedzających z województwa podlaskiego znajdują się: Warszawa (10,9%), Zakopane (8,8%), Gdańsk (7,0%), Kraków (6,2%), Władysławowo (3,5%), Mikołajki (3,5%), Olsztyn (3,5%), Ełk (3,2%), Giżycko (3,2%).

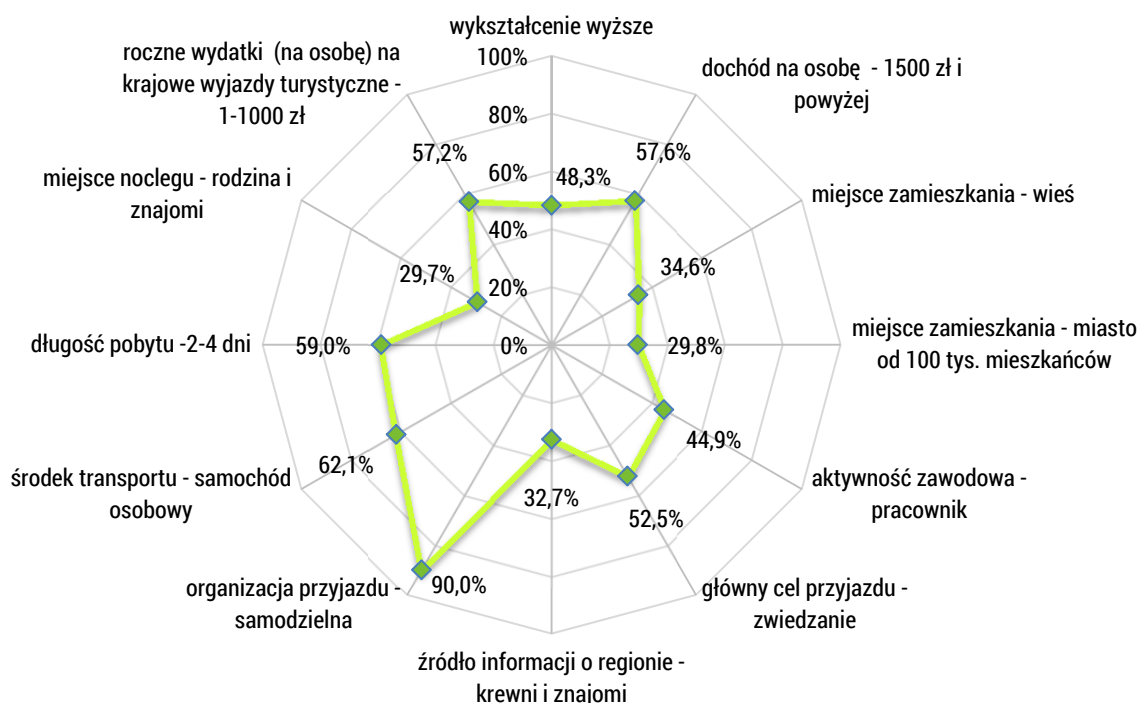
Podsumowując, na podstawie przeprowadzonych analiz, należy stwierdzić, iż typowy mieszkaniec województwa podlaskiego uczestniczący w krajowym ruchu turystycznym zamieszkuje wieś lub miasto od 100 tys. mieszkańców. Jest to osoba z wykształceniem wyższym pracująca na stanowisku pracownika szeregowego. Jej dochód brutto na osobę w rodzinie z dziećmi wynosi 1500 zł i powyżej.

Na terenie kraju (poza województwem podlaskim) mieszkaniec tego województwa podróżuje w celach turystycznych raz w roku w miesiącach letnich, głównie w lipcu i sierpniu, przeznaczając na ten cel 2-4 dni. Do miejsca docelowego przemieszcza się samochodem osobowym. Podczas samodzielnie organizowanego pobytu korzysta głównie z noclegu w rodziny i znajomych, a także z zakwaterowania w pokojach gościnnych. Jego źródłem informacji o odwiedzanym regionie jest głównie rodzina i znajomi, a także własne doświadczenia z poprzednich wizyt. Do regionu przybywa przede wszystkim w celu zwiedzania, a także odwiedzin u rodziny i znajomych. Jego roczne wydatki związane z krajową aktywnością turystyczną kształtują się w granicach do 999 zł (rys. 37). W celach turystycznych najczęściej odwiedza województwo pomorskie lub warmińsko-mazurskie.



Rys. 37. Województwa odwiedzane w celach turystycznych przez mieszkańców województwa podlaskiego

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ankietowych wśród mieszkańców województwa podlaskiego.



Rys. 38. Typowy mieszkaniec województwa podlaskiego uczestniczący w krajowym ruchu turystycznym

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ankietowych wśród mieszkańców województwa podlaskiego.

8.2. Mieszkańcy województwa podlaskiego uczestniczący w międzynarodowym ruchu turystycznym

Mieszkańcy województwa podlaskiego podróżujący w celach turystycznych za granicę to w równej mierze mężczyźni (50,5%), jak i kobiety (49,5%). Tak jak i w przypadku podróży krajowych są to głównie osoby młode w wieku od 18-34 lat (61,5%), pochodzące ze wsi (32,1%) lub miasta powyżej 100 tysięcy mieszkańców (23,9%). Są to pracownicy szeregowi (45,0%), a także rolnicy (25,7%), posiadający wyższe wykształcenie (57,8%). Ich status rodzinny to rodzina z dziećmi (49,5%), składająca się z 3 (23,9%) lub 4 osób (22,0%). Dochód przypadający na jedną osobę w rodzinie kształtuje się powyżej 2000 zł (42,2%).

Mieszkańcy uczestniczący w międzynarodowym ruchu turystycznym głównie samodzielnie organizują wyjazdy (73,3%). Środkiem transportu wykorzystywanym podczas ich realizacji jest samochód osobowy (62,1%), często także samolot (28,6%). Miejscem zakwaterowania zazwyczaj jest hotel (48,6%), a także w wielu przypadkach mieszkanie lub dom krewnych lub znajomych (32,1%). Informacje o miejscu docelowym wyjazdu turystycznego czerpane są głównie od krewnych i znajomych (33,6%) oraz z portali turystycznych (15,0%), (tab. 47).

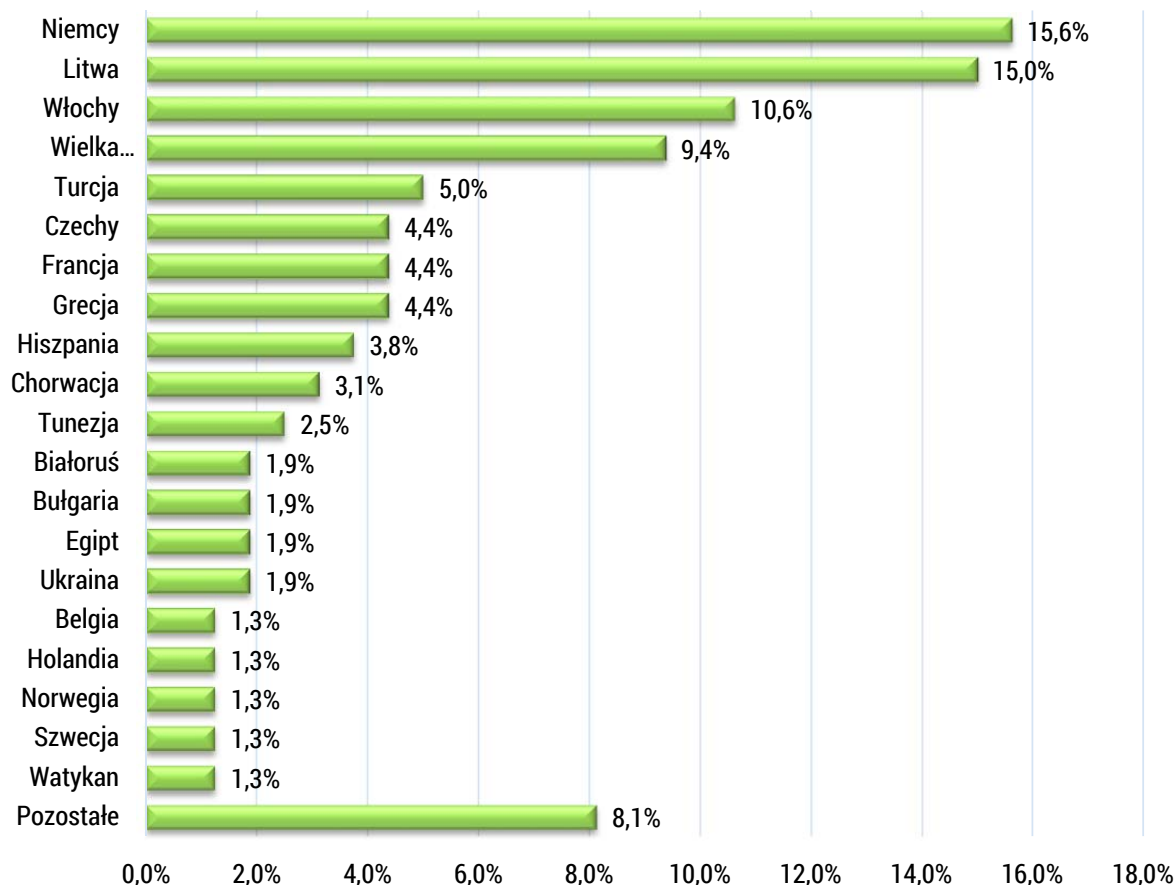
Tabela 47. Charakterystyka mieszkańców województwa podlaskiego uczestniczących w międzynarodowym ruchu turystycznym

MIESZKAŃCY WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO UCZESTNICZĄCY W MIĘDZYNARODOWYM RUCHU TURYSTYCZNYM	
Płeć: mężczyzna – 50,5%, kobieta – 49,5%	Sposób organizacji podróży: samodzielnie – 73,3%, biuro turystyczne – 21,6%
Wiek: 25-34 lata – 34,9%, do 24 lat – 26,6%, 35-44 lata – 17,4%, 45-54 lat – 11,1%, 55-64 lata – 9,2%, 65 lat i więcej – 0,9%	Środek transportu: samochód osobowy – 39,4%, samolot – 28,6%, autobus, bus – 12,2%, autokar – 12,0%, kolej – 2,9%
Miejsce zamieszkania: wieś – 32,1%, miasto 100-500 tys. – 23,9%, miasto do 20 tys. – 22,0%, miasto 50-100 tys. – 14,7%, miasto 20-50 tys. – 7,3%	Zakwaterowanie: Hotel – 48,6%, nocleg u znajomych, rodziny – 32,1%, pokoje gościnne – 5,5%, ośrodek wczasowy – 2,8%
Wykształcenie: wyższe – 58,7%, średnie – 25,7%, policealne 6,4%, zawodowe – 3,7, gimnazjalne – 4,6%, podstawowe – 0,9%	Źródło informacji o regionie: krewni i znajomi – 33,6%, portale turystyczne – 15,0%, własne doświadczenia z poprzednich wizyt – 14,0%, przewodniki – 8,4%, czasopisma podróżnicze – 6,1%, internetowe katalogi i strony biur podróży – 4,7%
Aktywność zawodowa: pracownik – 45,0%, rolnik 25,7%, stanowisko kierownicze – 11,0%, samozatrudnienie – 8,3%, emeryt/rencista – 2,8%, wolny zawód – 2,8%, gospodyni domowa – 1,8%, bezrobotny/niepracujący – 1,8%	Główny cel wyjazdu: wizyta u krewnych i znajomych – 45,9%, zwiedzanie – 32,1%, rekreacja – 11,00%, kulturowy – 3,7% Miesiące wyjazdów: – jednodniowe: październik – 15,4%, kwiecień – 11,5%, maj – 11,5%, lipiec – 11,5%, wrzesień – 11,5%

MIESZKAŃCY WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO UCZESTNICZĄCY W MIĘDZYNARODOWYM RUCHU TURYSTYCZNYM	
	– 2-4 dni: czerwiec – 17,9%, sierpień – 14,3%, wrzesień – 14,3%, maj – 14,3% – 5 i więcej dni: lipiec – 25,5%, sierpień – 19,4%, wrzesień – 16,3%, czerwiec – 11,2%, październik – 7,1%
Status rodzinny: rodzina z dziećmi – 49,5%, jednoosobowe – 21,1%, dwuosobowe – 19,3%, rodzina bezdzietna – 8,3%, rodzina wielopokoleniowa – 1,8%	Częstotliwość wyjazdów turystycznych: – jednodniowe (13,8%): 1 raz – 11,0%, 2 razy – 1,8% – 2-4 dni (17,4%): 1 raz – 10,1%, 2 razy – 6,4% – 5 i więcej dni (75,2%): 1 raz – 63,3%, 2 razy – 10,1%
Dochód na osobę w rodzinie: powyżej 2000 zł – 42,2%, 1500-2000 – 21,1%, 1000-1500 zł – 17,4%, 500-1000 zł – 11,0%, poniżej 500 zł – 1,8%	Wydatki związane z krajową aktywnością turystyczną w 2013 roku (na osobę): 500-999 zł – 23,9%, 2000-2499 zł – 14,7%, 1000-1499 zł – 13,8%, 1500-1999 zł – 13,8%, 1-499 zł – 11,0%

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ankietowych wśród mieszkańców województwa podlaskiego.

Głównym celem zagranicznych wyjazdów turystycznych mieszkańców województwa są odwiedziny u krewnych i znajomych (45,9%) i zwiedzanie (32,1%). Wydatki na podróż na jedną osobę kształtują się w granicach od 1000 do 2499 zł (42,2%). Mieszkańcy województwa podlaskiego za granicę wyjeżdżają najczęściej 1 raz w roku (84,1%), na co najmniej 5 dni (63,3%), w miesiącach letnich – lipiec (25,5%), sierpień (19,4%), wrzesień (16,3%). Do państw najchętniej odwiedzanych przez turystów z województwa podlaskiego zaliczają się: Niemcy (15,6%), Litwa (15,0%), Włochy (10,6%), Wielka Brytania (9,4%), (rys. 39).

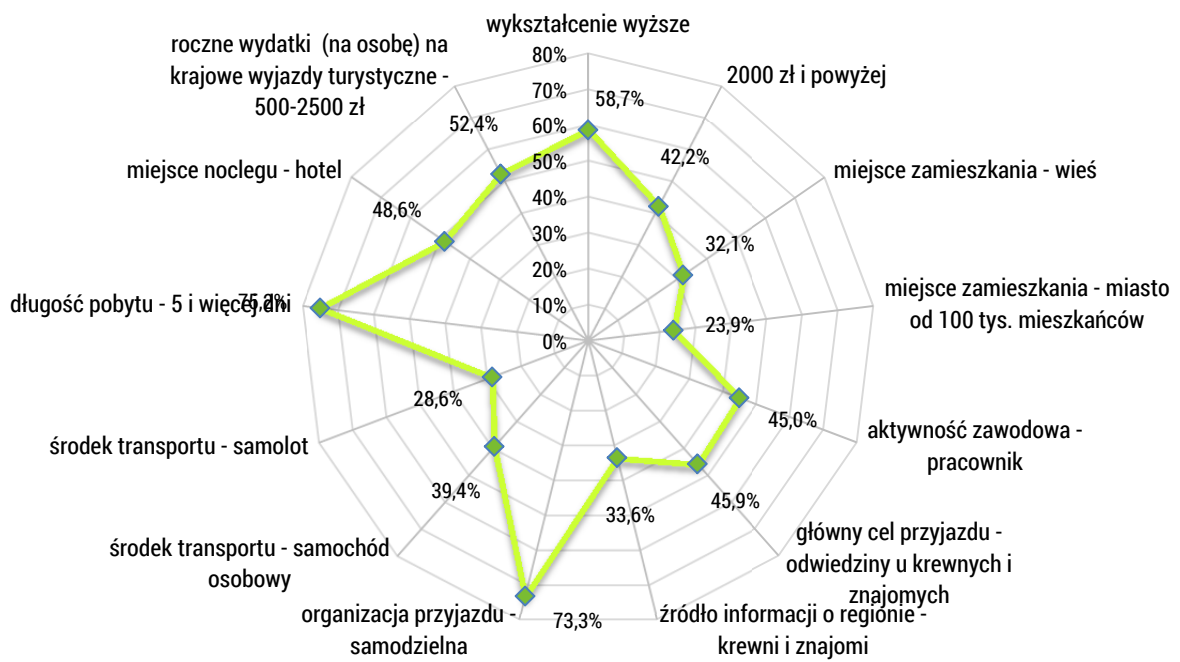


Rys. 39. Kraje odwiedzane w celach turystycznych przez mieszkańców województwa podlaskiego

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ankietowych wśród mieszkańców województwa podlaskiego.

Przeprowadzone analizy wskazują, iż typowy mieszkaniec województwa podlaskiego uczestniczący w międzynarodowym ruchu turystycznym zamieszkuje wieś lub miasto od 100 tys. mieszkańców. Jest to osoba z wykształceniem wyższym pracująca na stanowisku pracownika szeregowego. Jej dochód brutto na osobę, w rodzinie z dziećmi, wynosi 2000 zł i więcej.

Zagranicę podróżuje w celach turystycznych raz w roku w miesiącach letnich, w głównej mierze w lipcu. Do miejsca docelowego przemieszcza się samochodem osobowym lub samolotem. Jego zagraniczny wyjazd turystyczny trwa 5 lub więcej dni. Podczas samodzielnie organizowanego pobytu korzysta głównie z noclegu w hotelu, a także z zakwaterowania u rodziny i znajomych. Jego źródłem informacji o odwiedzonym regionie jest głównie rodzina i znajomi, a także portale turystyczne. Do zagranicznego regionu przybywa przede wszystkim w celu odwiedzin u rodziny i znajomych, a także zwiedzania. Jego roczne wydatki związane z międzynarodową aktywnością turystyczną kształtują się w granicach od 500 do 2500 zł (rys. 40). W celach turystycznych najczęściej wyjeżdża do Niemiec i na Litwę.



Rys. 40. Typowy mieszkaniec województwa podlaskiego uczestniczący w międzynarodowym ruchu turystycznym

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ankietowych wśród mieszkańców województwa podlaskiego.



9. Segmenty turystyczne odwiedzających województwo podlaskie

W procesie planowania i projektowania oferty turystycznej regionu, zarówno przez władze regionalne jak i przedsiębiorców, niezmiernie ważnym elementem wyjściowym jest poznanie preferencji i zachowań dotychczasowych jej odbiorców. W tym celu przeprowadzane są analizy w odniesieniu do ogółu odwiedzających dany region, jak również bardziej szczegółowe, w podziale na segmenty odbiorców, charakteryzujących się podobnymi cechami (np. demograficznymi, ekonomicznymi, społecznymi).

W ramach niniejszego badania analizy preferencji i zachowań odwiedzających województwo podlaskie zostały przeprowadzone w następującym obszarach:

- typowy odwiedzający województwo podlaskie, z wyszczególnieniem uczestników krajowych i zagranicznych,
- segmenty turystyczne w podziale na cele podróży, z wyszczególnieniem segmentów dominujących i niszowych,
- segment odwiedzającego przyszłościowego.

W opracowaniu przyjęto następujące definicje:

- **segmenty turystyczne** – jednorodne grupy konsumenckie, których członkowie mają wspólne cechy charakterystyczne odnoszące się do form zakupu produktu bądź usługi turystycznej⁶⁰.
- **odwiedzający**, to uczestnik turystyki. Określenie to dotyczy każdej osoby podróżującej do miejsca znajdującego się poza jej codziennym otoczeniem, na czas nie dłuższy niż 12 kolejnych miesięcy, jeśli podstawowym celem podróży nie jest podjęcie działalności zarobkowej wynagradzanej ze środków pochodzących z odwiedzanego miejsca⁶¹. Kategoria „odwiedzający” (krajowi i międzynarodowi) dotyczy:
 - turystów (tzn. odwiedzających, którzy przynajmniej przez jedną noc korzystali z zakwaterowania w odwiedzanym miejscu),
 - odwiedzających jednodniowych (beznoclegowych)⁶².

⁶⁰ Kaczmarek J., Stasiak A., Włodarczyk B., *Produkt ... op.cit.*, s. 142.

⁶¹ W. Kurek, *Turystyka*, Wydawnictwo PWN, Warszawa 2008, s. 14.

⁶² Ibidem.

9.1. Typowy odwiedzający województwo podlaskie

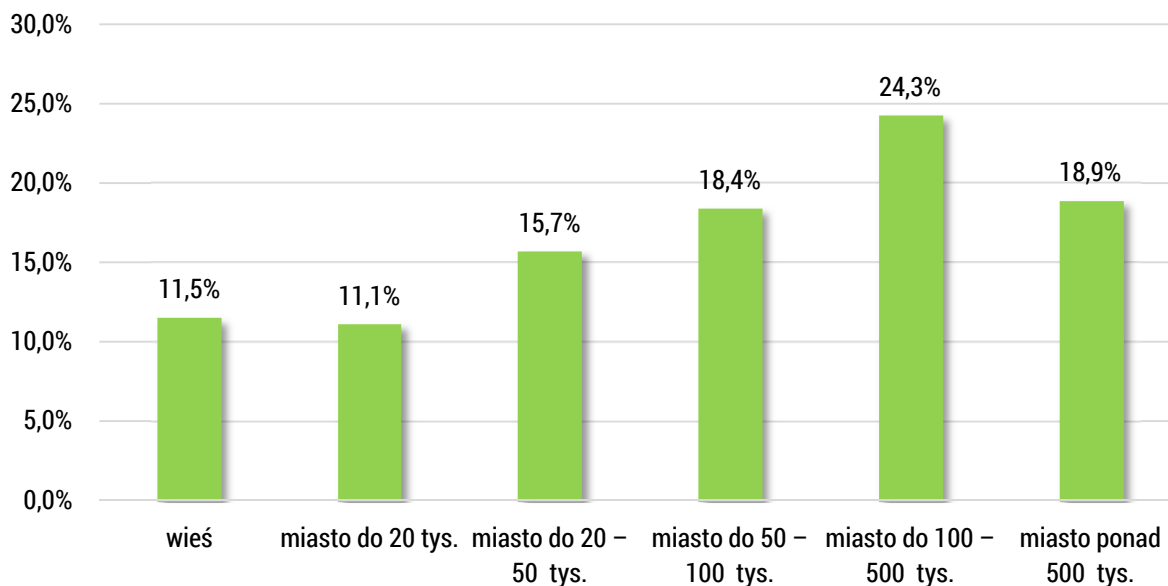
Analizy preferencji i zachowań odwiedzających województwo podlaskie został przeprowadzone na podstawie badań ankietowych zrealizowanych na próbie 1042, którzy odwiedzili region w 2014 roku. Wyniki analizy pokazały, że do województwa podlaskiego przybyło 79,5% turystów (odwiedzających korzystających z noclegów podczas wizyty w regionie) i 20,5% odwiedzających jednodniowych (niekorzystających z noclegów). W równym stopniu są to mężczyźni (50,3%), jak i kobiety (49,7%). Większość badanych (63,3%) jest w wieku od 25 do 54 lat, w tym grupa badanych w wieku: od 35 do 44 lat stanowi 23,3%, od 25 do 34 lat – 20,2%, zaś w grupie osób pomiędzy 45 a 54 rokiem życia jest 19,8% odwiedzających jednodniowych i turystów. Typową grupę odwiedzających stanowią rodziny z dziećmi – 43,9% respondentów. Ich status zawodowy na rynku pracy to głównie praca na stanowisku pracownika szeregowego (45,2%). W dalszej kolejności są to studenci i uczniowie (12,3%), samozatrudnieni (10,6%), pracownicy pełniący funkcje kierownicze (9,8%) oraz emeryci i renciści (9,6%). Najbardziej liczną grupę stanowią osoby z wykształceniem wyższym (48%). Znaczną grupę stanowią również respondenci z wykształceniem średnim (25,1%), (tab. 48).

Tabela 48. Charakterystyka odwiedzających województwo podlaskie

ODWIEDZAJĄCY WOJEWÓDZTWO PODLASKIE	
Płeć: męczyzna – 50,3%, kobieta – 49,7%	Sposób organizacji podróży: samodzielnie – 94,2%
Wiek: 35-44 lata – 23,3%, 25-34 lata – 20,2%, 45-54 lat – 19,8%	Środek transportu: samochód osobowy – 61,8%
Miejsce zamieszkania: – Polska (76,3%): podlaskie – 26,3%, mazowieckie – 18,2%, warmińsko-mazurskie – 11,1% – Białoruś – 5,0%, Niemcy – 4,6%, Litwa – 3,9%	Zakwaterowanie: nocleg u znajomych, rodziny – 19,1%, hotel – 13,5%, gospodarstwo agroturystyczne – 12,4%, pokoje gościnne – 10,1%
Wykształcenie: wyższe – 48,0%, średnie – 25,1%	Źródło informacji o regionie: krewni i znajomi – 33,9%, własne doświadczenia z poprzednich wizyt – 26,7%, portale turystyczne – 9,8%
Miejsce zamieszkania: miasto 100-500 tys. – 24,3%, powyżej 500 tys. – 18,9%, miasto 50-100 tys. – 18,4%	Częstotliwość wizyt w regionie w ciągu roku: – z noclegiem (75,2%): 1 raz – 48,4%, 2 razy – 13,6% – bez noclegu (26,2%): 1 raz – 6,6%, 2 razy – 4,1%
Aktywność zawodowa: pracownik – 45,2%	Główny cel przyjazdu do regionu: wypoczynek – 78,6%
Status rodzinny: rodzina z dziećmi – 43,9%	Długość pobytu w regionie: 2-4 dni – 33,00%, 5-7 dni – 26,4%, 1 dzień – 20,5%
Dochód na osobę: 1000-1999 zł – 39,4%, 2000-2999 zł – 18,0%	Wydatki związane z pobytem w regionie (osobodzeń): 1-49 zł – 30,2%, 50-99 zł – 15,0%, 100-149 zł – 12,0%, 200-299 zł – 11,1%

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ankietowych wśród odwiedzających województwo podlaskie.

Dominującą grupę (43,2%) stanowią mieszkańcy średnich i dużych miast (powyżej 100 tys. mieszkańców), 18,4% to mieszkańcy miast, których liczba ludności mieści się w granicach od 50 do 100 tys. mieszkańców (rys. 41).



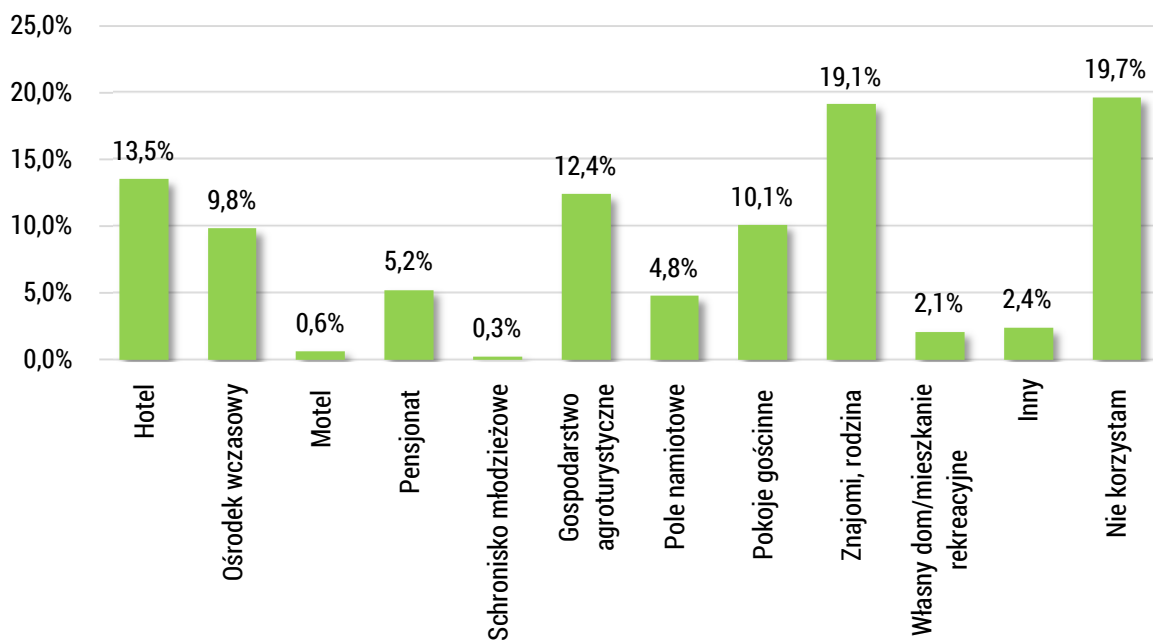
Rys. 41. **Miejsce zamieszkania odwiedzających województwo podlaskie**

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ankietowych wśród odwiedzających województwo podlaskie.

Zachowaniami lojalnościowymi charakteryzuje się 75,2% odwiedzających (ich pobyt z noclegiem w regionie jest, co najmniej drugi), w tym 48,8% badanych deklaruje drugi pobyt w 2014 roku w regionie, a dla 13,6% jest to trzecia wizyta. Dla 26,2% badanych to kolejna wizyta, jednak poprzednie wizyty były bez noclegu. Drugą jednodniową wizytę w regionie (bez noclegu) w 2014 r. deklarowało 6,6% badanych, zaś trzecią – 4,1% (tab. 48).

Od 2 do 4 dni w regionie wypoczywa 33,0% badanych, 26,4% – od 5 do 7 dni, zaś 20,5% – jeden dzień bez noclegu. Średnia długość pobytu turystycznego obliczona, jako iloraz liczby turystów i iloczynu liczby turystów według liczby dni pobytu wynosi 5 dni (5,4 dnia), (tab. 48).

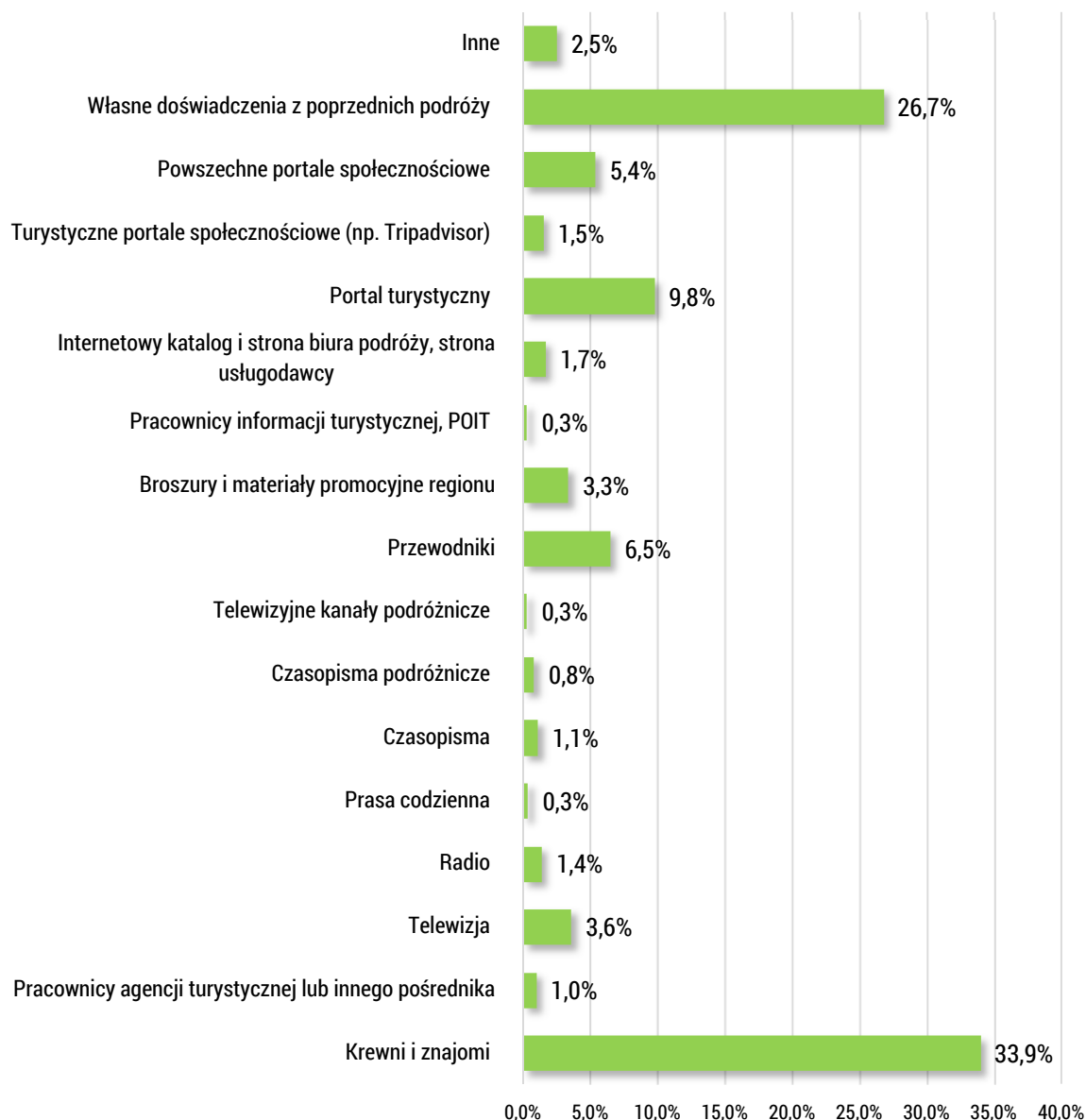
Przyjazd do województwa podlaskiego turyści i odwiedzający jednodniowi organizują we własnym zakresie (94,2%). Turyści najczęściej jako miejsce zakwaterowania wybierają nocleg u rodziny lub znajomych (19,1%), hotel (13,5%), gospodarstwo agroturystyczne (12,4%) lub pokoje gościnne (10,1%), (rys. 42).



Rys. 42. Obiekty zakwaterowania preferowane przez odwiedzających województwo podlaskie

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ankietowych wśród odwiedzających województwo podlaskie.

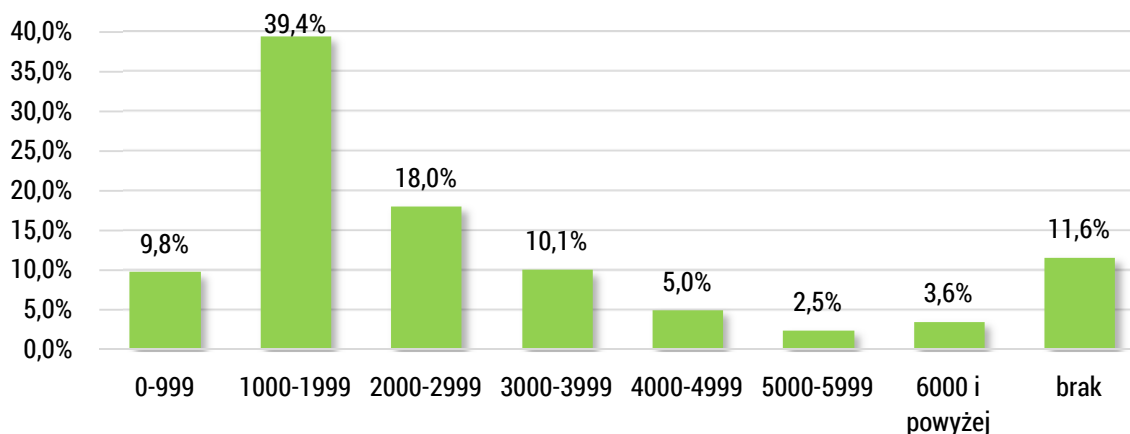
Źródłem informacji o regionie dla 33,9% są krewni i znajomi, a dla 26,7% własne doświadczenia z poprzednich wizyt. Z portali turystycznych korzysta 9,8% badanych. Szczegółowy rozkład odpowiedzi został zaprezentowany na rysunku 43.



Rys. 43. Źródła informacji o regionie wykorzystywane przez odwiedzających województwo podlaskie

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ankietowych wśród odwiedzających województwo podlaskie.

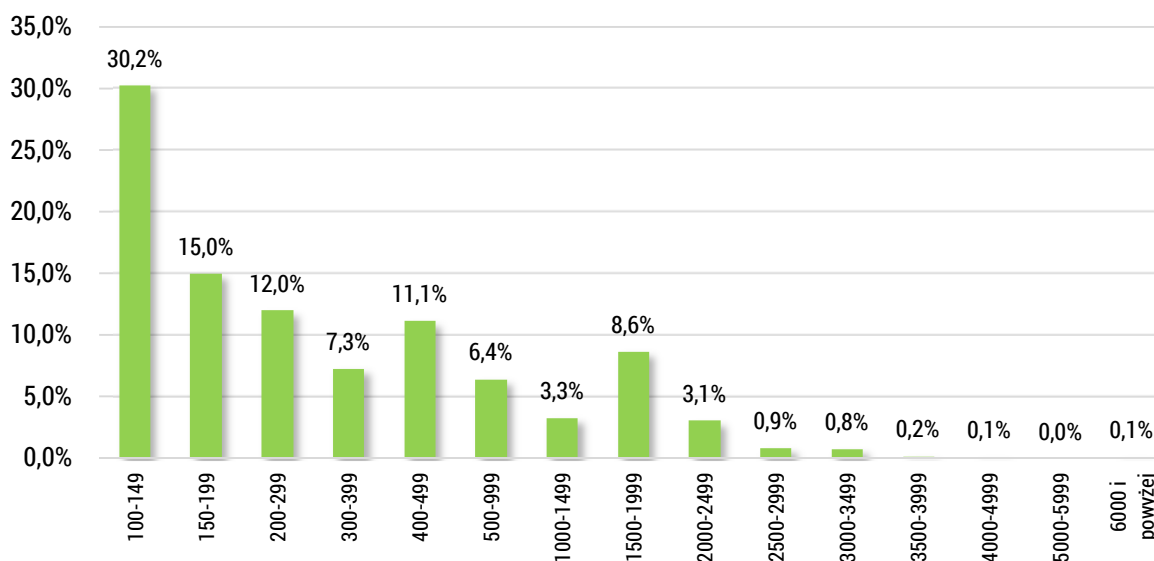
Dominująca kwota dochodu przypadająca na osobę w gospodarstwie domowym odwiedzającego województwo podlaskie kształtuje się w przedziale od 1000 do 1999 zł (39,4%). Od 2000 do 2999 zł wskazuje 18% badanych, zaś powyżej 2999 zł – 21,1%. Pozostałych 9,8% deklaruje dochód w wysokości do 999 zł (odpowiedzi na pytanie odmówiło – 11,6% ankietowanych), (rys. 44). Dochód cudzoziemców w przypadku 25,3% badanych kształtował się w przedziale 1000-1999 zł, 16,6% – od 2000-2999 zł, powyżej 2999 zł – 33,2% (odpowiedzi na pytanie nie udzieliło – 17,8% ankietowanych cudzoziemców).



Rys. 44. Dochód odwiedzających województwo podlaskie (w przeliczeniu na osobę)

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ankietowych wśród odwiedzających województwo podlaskie.

Dominująca grupa badanych (30,2%) wydatki na osobodzień ogranicza maksymalnie do 49 zł. Od 50 do 99 zł na osobodzień przeznaczają 15,0% respondentów, zaś od 100 do 149 zł – 12%, a od 200 do 299 zł – 11,1% (rys. 8.5). Średnie wydatki na osobodzień wynoszą 115,61 zł, przy czym Polacy wydają średnio 90,62 zł, zaś cudzoziemcy 195,66 zł.



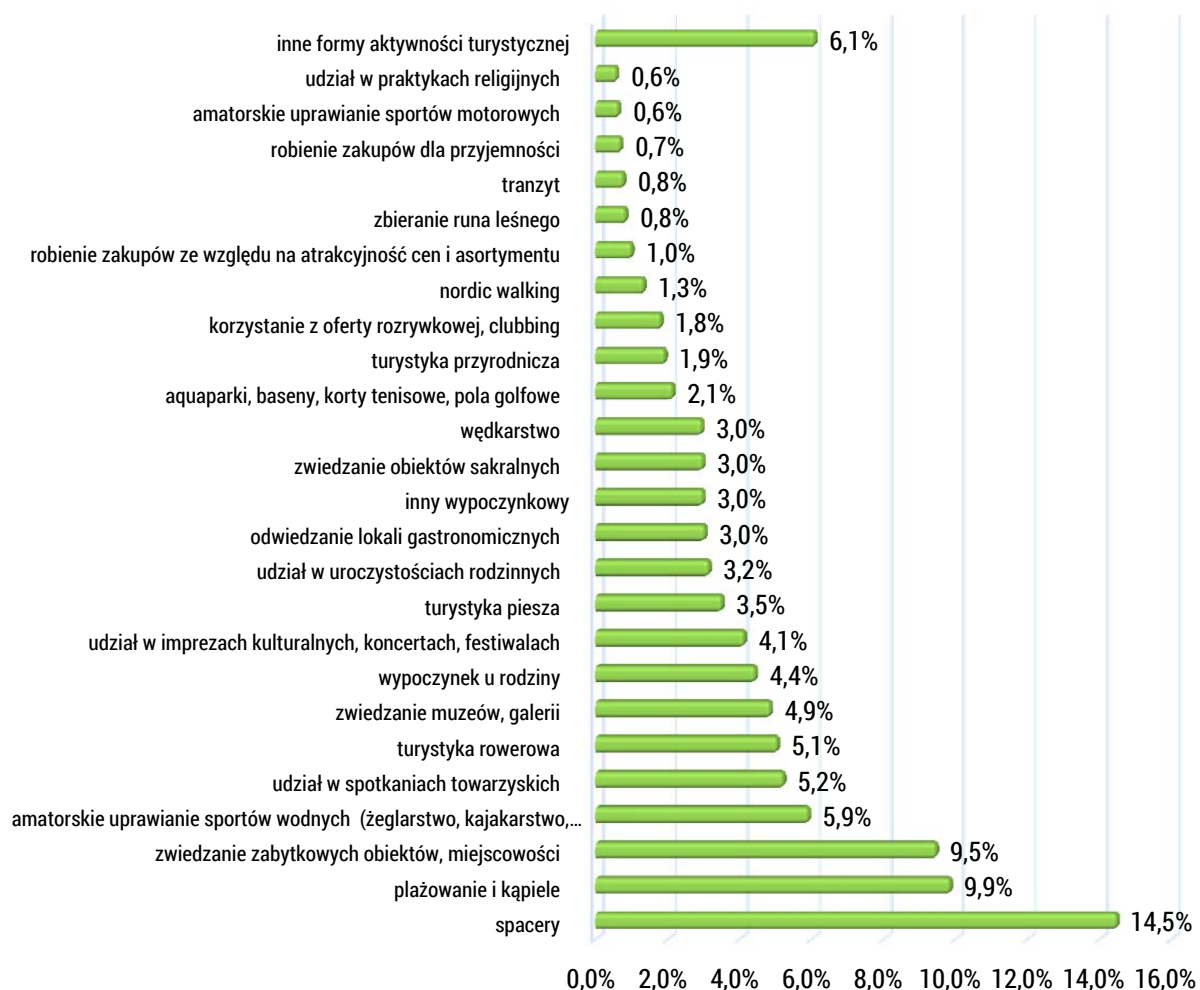
Rys. 45. Wydatki odwiedzających województwo podlaskie (w przeliczeniu na osobę na dzień)

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ankietowych wśród odwiedzających województwo podlaskie.

Głównym celem podróży typowego odwiedzającego województwo podlaskie był wypoczynek (78,6%), w tym dla 10,6% badanych była to wizyta u krewnych i znajomych. Dla 9,1% badanych celem podróży turystycznej było uprawianie turystyki kwalifikowanej i rekreacji, w celu zwiedzania i w celu kulturowym podróż do regionu odbyło 7,1%, w celach zakupowych 2,1% badanych. Do pozostałych celów należały: tranzyt – 1,3% badanych, religijny – 1,1%, biznesowy – 0,9% oraz zdrowotny – 0,2%, (tab. 45).

Jako uzupełniające cele podróży turystycznej badani wskazywali: turystykę kwalifikowaną i rekreację (32,2%), zwiedzanie i cel kulturowy (29,1%), wypoczynek (19,3%, w tym 12,5% – wizyta u krewnych i znajomych), rozrywkowy (8,7%), religijny (6,6%), zakupy (2,3%), zdrowotny (0,7%), biznesowy (0,4%), tranzyt (0,4%) oraz edukacyjny (0,3%), (tab. 40).

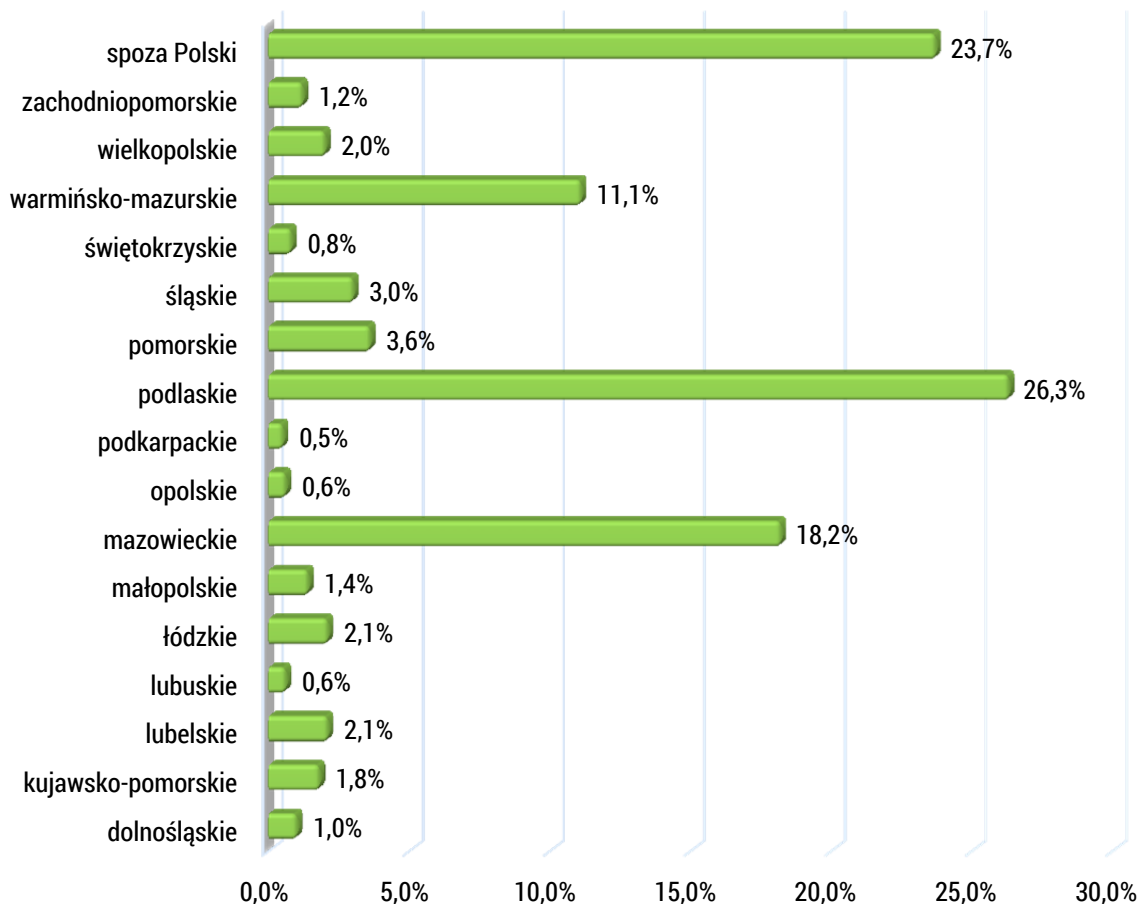
Cele te są kompatybilne z formami aktywności turystycznej realizowanymi w trakcie pobytu w regionie. Są to głównie: spacery (14,5%), plażowanie i kąpiele (9,9%), zwiedzanie zabytkowych obiektów, miejscowości (9,5%), amatorskie uprawianie sportów wodnych (żeglarstwo, kajakarstwo itd.), (5,9%), udział w spotkaniach towarzyskich (5,2%), turystyka rowerowa (5,1%), zwiedzanie muzeów, galerii (4,9%), wypoczynek u rodziny (4,4%), udział w imprezach kulturalnych, koncertach, festiwalach (4,1%). Szczegółowe formy aktywności turystycznej zaprezentowano na rysunku 46.



Rys. 46. **Formy aktywności turystycznej odwiedzających województwo podlaskie**

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ankietowych wśród odwiedzających województwo podlaskie.

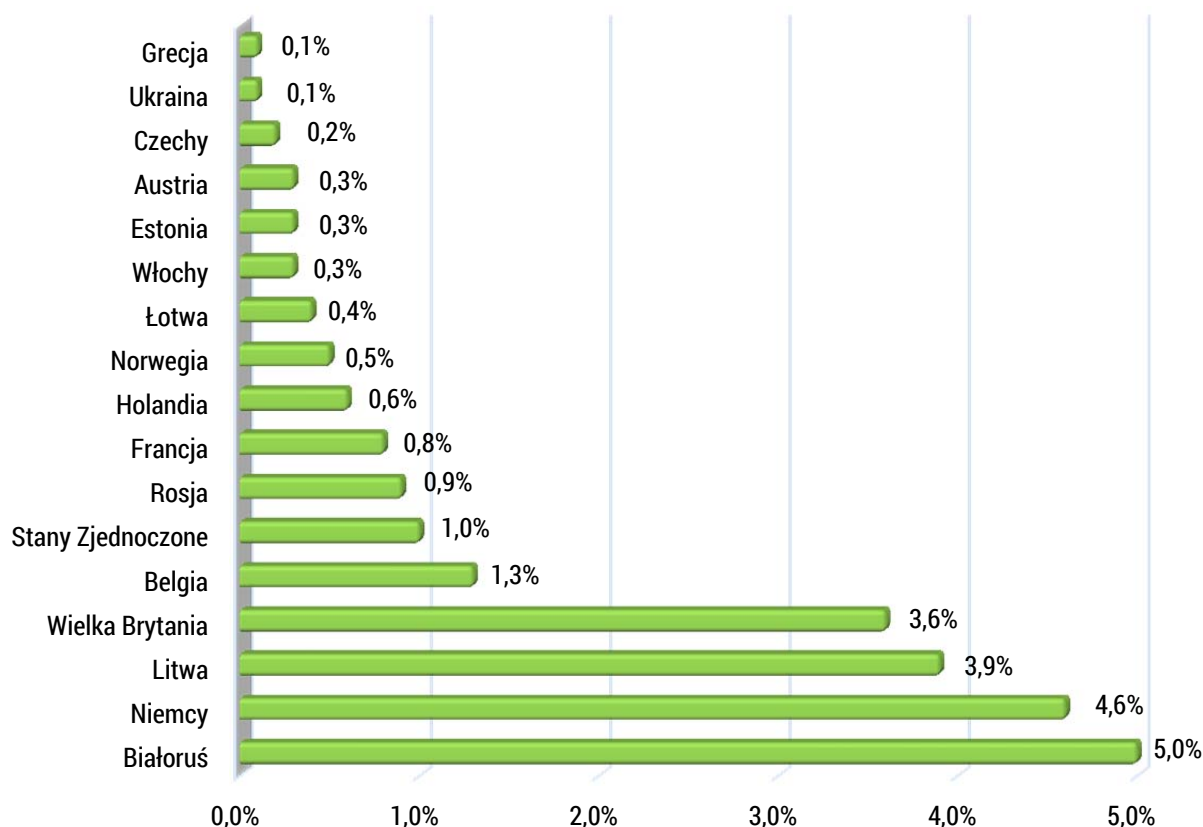
Dominują turyści i odwiedzający z województwa podlaskiego (26,3%), mazowieckiego (18,2%) i warmińsko-mazurskiego (11,1%). Szczegółowy rozkład zamieszkania badanych krajowych przedstawiono na rysunku 47.



Rys. 47. Krajowi odwiedzający województwo podlaskie w podziale na województwa

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ankietowych wśród odwiedzających województwo podlaskie.

Obcokrajowcy stanowią 23,7% badanych, wśród których dominują Białorusini (5,0%), Niemcy (4,6%) oraz Litwini (3,9%). Szczegółowy rozkład przyjeżdżających obcokrajowców według kraju pochodzenia przedstawiono na rysunku 48.

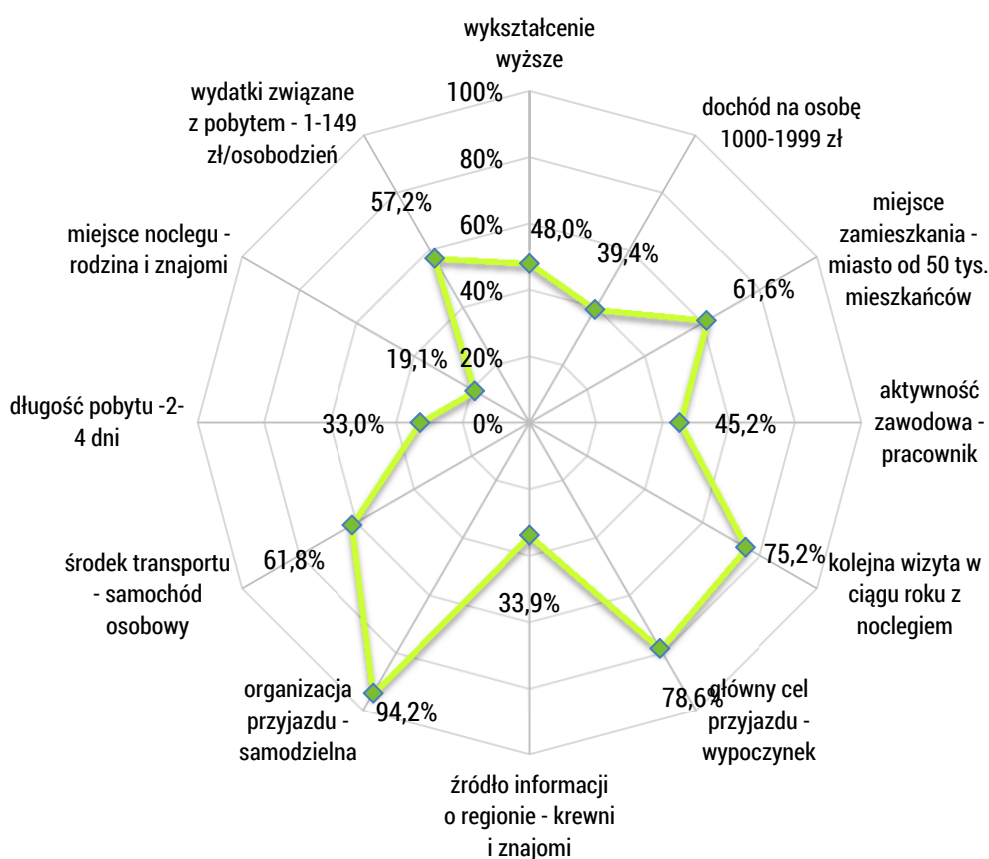


Rys. 48. **Obcokrajowcy odwiedzający województwo podlaskie w podziale na kraje**

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ankietowych wśród odwiedzających województwo podlaskie.

Podsumowując, na podstawie przeprowadzonych analiz, należy stwierdzić, że typowy odwiedzający województwo podlaskie to mieszkaniec województwa podlaskiego lub mazowieckiego. Zamieszkuje on miasta od 50 tys. mieszkańców. Jest to osoba w przedziale wiekowym od 25 do 54 lat (wiek w przypadku odwiedzających województwo podlaskie jest bardzo zróżnicowany), posiadająca wykształcenie wyższe, aktywna zawodowo, na stanowisku pracownika szeregowego. Jej dochód przypadający na osobę w rodzinie z dziećmi kształtuje się w granicach 1000-1999 zł.

Profilowy odwiedzający województwo podlaskie odwiedza je po raz kolejny, przebywając na jego terenie i korzystając z noclegu. W regionie spędza głównie od 2 do 4 dni. Swój wyjazd turystyczny organizuje samodzielnie, przy czym wykorzystywanym przez niego środkiem transportu jest samochód osobowy. Podczas pobytu korzysta głównie z noclegu u rodziny i znajomych, a także w wielu przypadkach z zakwaterowania w hotelu. Jego źródłem informacji o regionie jest głównie rodzina i znajomi, a także własne doświadczenia i wiedza nabyta podczas poprzednich wizyt. Do regionu przybywa przede wszystkim w celach wypoczynkowych, przy czym w ich trakcie chętnie spaceruje, plażuje, korzysta z kąpielisk oraz zwiedza zabytkowe obiekty i miejscowości. Jego wydatki związane z pobytem w regionie kształtują się w granicach do 149 zł w przeliczeniu na osobodzień (rys. 49).

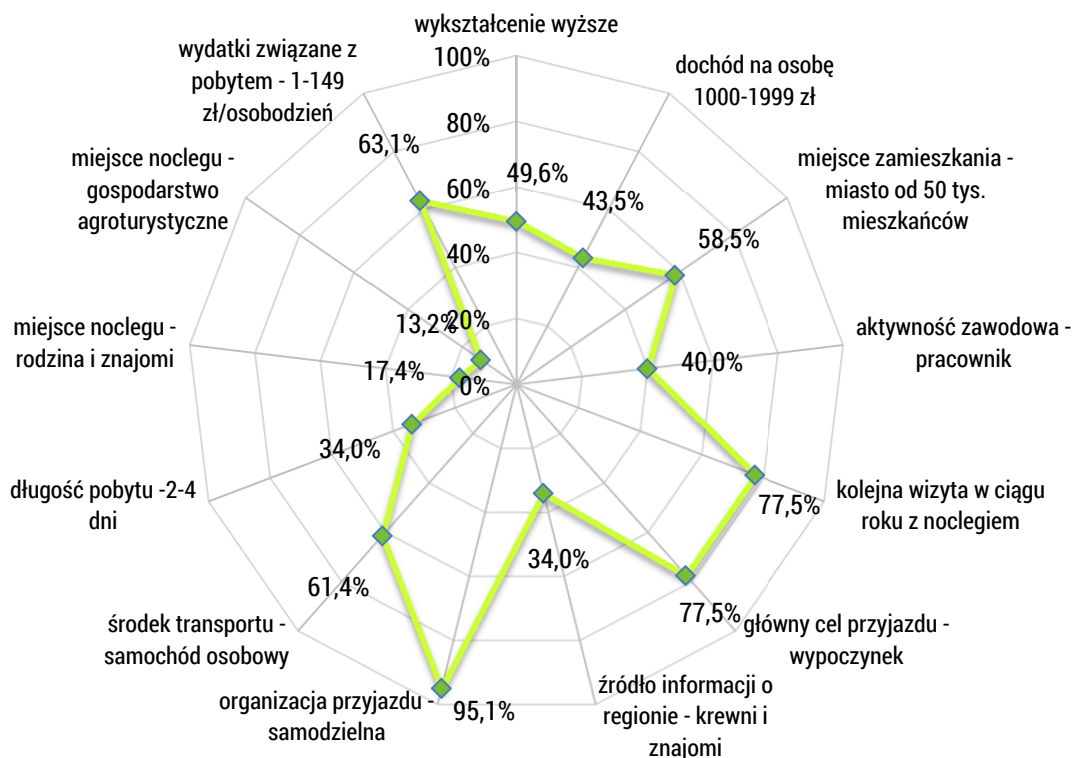


Rys. 49. Typowy odwiedzający województwo podlaskie

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ankietowych wśród odwiedzających województwo podlaskie.

W ramach przeprowadzonych analiz opracowane zostały również typowe profile turystyczne w podziale na mieszkańców Polski i obcokrajowców. Typowy krajowy odwiedzający województwo podlaskie to mieszkaniec województwa podlaskiego lub mazowieckiego. Zamieszkuje on miasta od 50 tys. mieszkańców. Jest to osoba w przedziale wiekowym od 25 do 54 lat, z wykształceniem wyższym pracująca na stanowisku pracownika szeregowego. Jej dochód na osobę w rodzinie z dziećmi kształtuje się w granicach 1000-1999 zł.

Województwo podlaskie odwiedza po raz kolejny, przebywając na jego terenie zdecydowanie z noclegiem. W regionie spędza głównie od 2 do 4 dni. Swoją wyjazd turystyczny organizuje samodzielnie, przemieszczając się do miejsca docelowego i na jego terenie samochodem osobowym. Podczas pobytu korzysta głównie z noclegu w rodziny i znajomych, a także z zakwaterowania w gospodarstwie agroturystycznym. Jego źródłem informacji o regionie jest głównie rodzina i znajomi, a także własne doświadczenia z poprzednich wizyt. Do regionu przybywa przede wszystkim w celach wypoczynkowych. Jej główne aktywności turystyczne to: spacerowanie, plażowanie i kąpiele oraz zwiedzanie zabytkowych obiektów i miejscowości. Wydatki w przeliczeniu na osobodzień związane z pobytem w regionie kształtują się w granicach do 149 zł (rys. 50).

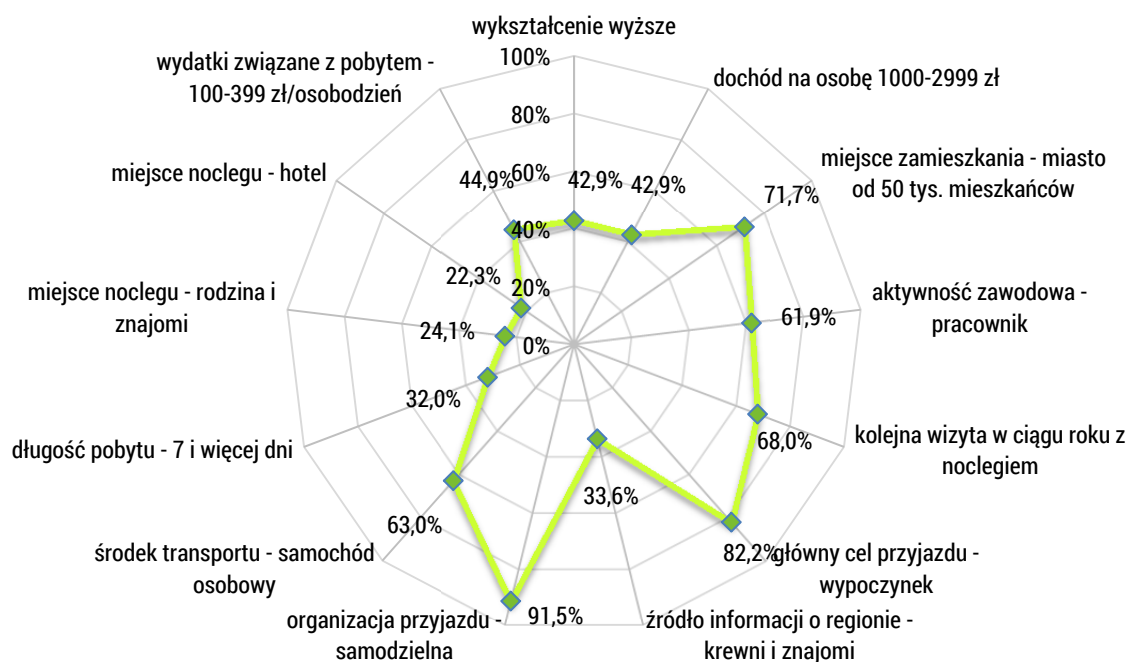


Rys. 50. Typowy krajowy odwiedzający województwo podlaskie

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ankietowych wśród odwiedzających województwo podlaskie.

Typowy międzynarodowy odwiedzający województwo podlaskie to mieszkaniec Białorusi, Niemiec lub Litwy. Zamieszkuje on średnie miasta od 50 do 100 tys. mieszkańców, jak również duże powyżej 100 tys. Jest to osoba w przedziale wiekowym od 35 do 44 lat, posiadająca wykształcenie wyższe lub średnie, zatrudniona na stanowisku pracownika szeregowego. Jej dochód na osobę w rodzinie z dziećmi kształtuje się w granicach 1000-2999 zł.

Województwo podlaskie odwiedza po raz kolejny, przebywając na jego terenie zdecydowanie z noclegiem. W regionie spędza 7 i więcej dni. Swój wyjazd turystyczny organizuje samodzielnie, przyjeżdżając samochodem osobowym. Podczas pobytu korzysta z noclegu u rodziny(znajomych) lub z zakwaterowania w hotelu. Jego źródłem informacji o regionie jest głównie rodzina i znajomi, a także własne doświadczenia z poprzednich wizyt. Bardzo często czerpie również wiedzę o województwie i jego atrakcjach z przewodników. Do regionu przybywa przede wszystkim w celach wypoczynkowych (w tym w celu wizyty u krewnych i znajomych), przy czym w trakcie pobytu chętnie spaceruje i zwiedza zabytkowe obiekty (w tym sakralne) i miejscowości, muzea i galerie. Do głównych form aktywności turystycznej należą również: plażowanie i kąpiele, udział w spotkaniach towarzyskich, wypoczynek u rodziny, a także amatorskie uprawianie sportów wodnych oraz turystyka piesza i rowerowa. Będąc w regionie uczestniczy także w imprezach kulturalnych, koncertach, festiwalach. Wydatki w przeliczeniu na osobodzień związane z pobytem w regionie wynoszą od 100 do 399 zł (rys. 51).



Rys. 51. Typowy międzynarodowy odwiedzający województwo podlaskie

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ankietowych wśród odwiedzających województwo podlaskie.

9.2. Podział na typowe segmenty osób odwiedzających województwo podlaskie

Ze względu na cele przyjazdu turystycznego wyodrębniono cztery typowe (wiodące) grupy odwiedzających, do których zaliczono:

- odwiedzających województwo podlaskie w celach wypoczynkowych (67,9% badanych),
- odwiedzających województwo podlaskie w celach uprawiania turystyki kwalifikowanej i rekreacji (cel główny – 9,1%),
- odwiedzających województwo podlaskie w celach kulturowych i zwiedzania regionu (cel główny – 7,1%),
- odwiedzających województwo podlaskie w celu odwiedzin krewnych i znajomych (cel główny – 10,6% badanych).

9.2.1. Uczestnicy turystyki wypoczynkowej

Turystykę wypoczynkową uprawiają w równym stopniu kobiety (50,9%), jak i mężczyźni (49,1%). To nieznacznie dominująca grupa osób w wieku od 35 do 44 lat – 23,9% nad osobami w wieku od 45 do 54 lat (19,7%) i 25 – 34 lat (18,8%). Dominującą grupę stanowią badani z wyższym wykształceniem (47,6%). Większość badanych (43,9%) to aktywni zawodowo pracujący i samozatrudnieni (11,1%) oraz uczniowie i studenci (12,7%). Ze względu na status rodzinny 45,7% badanych to rodziny z dziećmi. Dużą grupę stanowią też rodziny bez dzieci (31,1%).

Tabela 49. Charakterystyka uczestników turystyki wypoczynkowej

TURYSTYKA WYPOCZYNKOWA	
Płeć: kobieta – 50,9%, mężczyzna – 49,1%	Sposób organizacji podróży: samodzielnie – 95,9%
Wiek: 35-44 lata – 23,9%, 45-54 lata – 19,7%, 25-34 lata – 18,8%	Środek transportu: samochód osobowy – 64,9%, rower – 8,2%, autobus, bus – 6,9%
Miejsce zamieszkania: – Polska (77,2%): podlaskie – 26,0%, mazowieckie – 17,9%, warmińsko-mazurskie – 11,7% – Niemcy – 4,8%, Białoruś – 4,7%, Litwa – 4,1%, Wielka Brytania – 3,9%	Odległość od miejsca zamieszkania: 201-300 km – 18,6%, 51-100 km – 16,8%, 101-200 km – 15,7%, 301-500 km – 14,4%
Wykształcenie: wyższe – 45,9%, średnie – 25,7%	Zakwaterowanie: nocleg u znajomych, rodziny – 17,3%, hotel – 13,6%, gospodarstwo agroturystyczne – 12,4%, ośrodek wczasowy – 12,5%, pokoje gościnne – 11,5%
Miejsce zamieszkania: miasto 100-500 tys. – 25,6%, miasto 50-100 tys. – 19,9%, powyżej 500 tys. – 18,3%	Źródło informacji o regionie: krewni i znajomi – 32,8%, własne doświadczenia z poprzednich wizyt – 27,7%, portale turystyczne – 9,7%
Aktywność zawodowa: pracownik – 43,9%, uczeń/student – 12,7%, samozatrudnienie – 11,1%	Częstotliwość wizyt w regionie w ciągu roku: – z noclegiem (79,8%): 1 raz – 53,2%, 2 razy – 13,3% – bez noclegu (24,2%): 1 raz – 6,2%, 2 razy – 4,7%
Status rodzinny: rodzina z dziećmi – 45,7%, rodzina bez dzieci – 31,1%	Długość pobytu w regionie: 2-4 dni – 31,8%, 5-7 dni – 30,4%
Dochód na osobę: 1000-1999 zł – 38,9%, 2000-2999 zł – 18,6%	Wydatki związane z pobytem w regionie (osobodzień): 1-49 zł – 28,1%, 50-99 zł – 14,7%, 100-149 zł – 12,0%, 200-299 zł – 11,3%
Cele uzupełniające wyjazdu turystycznego: – turystyka kwalifikowana i rekreacja – 57,5% – kulturowy – 56,1% – wizyta u krewnych i znajomych – 28,7% – religijny – 9,1% – zdrowotny – 1,4%	Formy aktywności turystycznej realizowane w trakcie pobytu w regionie: – spacer – 17,1% – plażowanie i kąpiele – 11,4% – zwiedzanie zabytkowych obiektów, miejscowości – 9,5% – amatorskie uprawianie sportów wodnych (żeglarstwo, kajakarstwo itd.) – 6,3%

TURYSTYKA WYPOCZYNKOWA

- przejazd tranzytowy – 1,0%	- zwiedzanie muzeów, galerii – 4,9%
- biznesowy – 0,8%	- turystyka rowerowa – 4,6%
- edukacyjny – 0,7%	- udział w spotkaniach towarzyskich – 4,5%
	- udział w imprezach kulturalnych, koncertach, festiwalach – 3,8%
	- wypoczynek u rodziny – 3,3%
	- turystyka piesza – 3,3%
	- odwiedzanie lokali gastronomicznych – 3,3%
	- wędkarstwo – 3,1%

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ankietowych wśród odwiedzających województwo podlaskie.

Badani zamieszkują województwo podlaskie (26,0%), mazowieckie (17,9%) i warmińsko-mazurskie (11,7%). Spośród odwiedzających jednodniowych i turystów segmentu zagranicznego dominują Niemcy (4,8%), Białorusini (4,7%), Litwini (4,1%) oraz mieszkańcy Wielkiej Brytanii (3,9%). Pochodzą przede wszystkim z dużych miast powyżej 100 tys. mieszkańców (43,9%). Przybywają głównie do miejsca wypoczynku z odległości od 51 do 300 km (51,1%), (tab. 49).

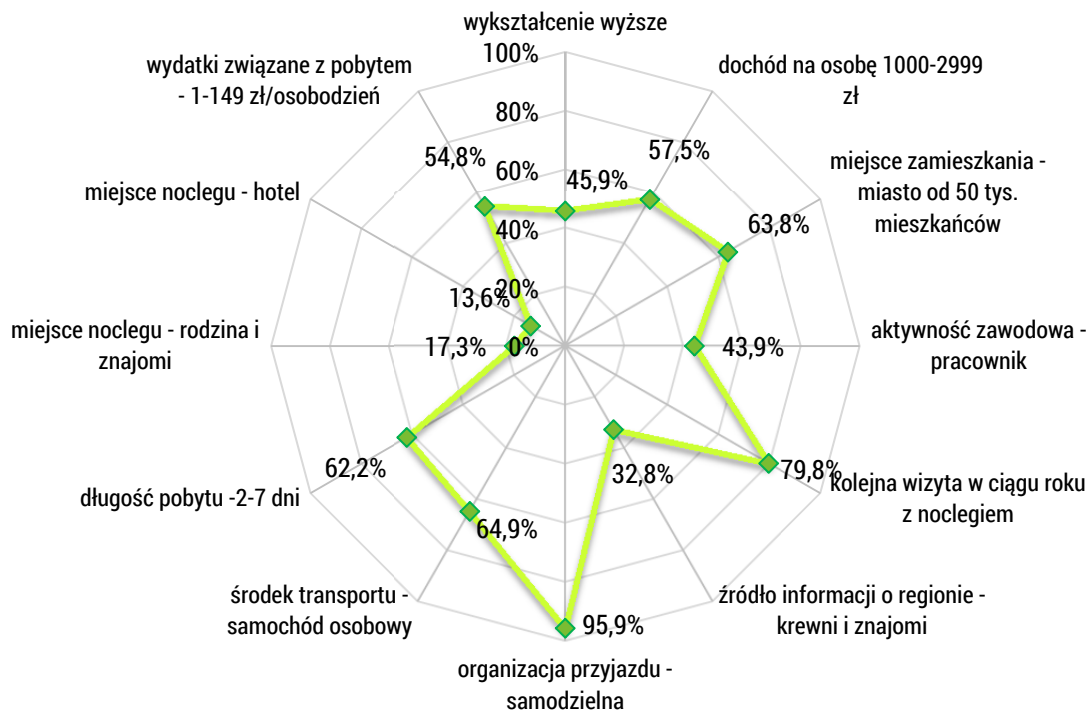
Dla zdecydowanej większości badanych (66,5%) jest to, co najmniej druga (53,2%) lub trzecia (13,3%) wizyta w regionie z noclegiem w 2014 roku. Ze względu na sposób organizacji podróży do regionu zdecydowanie dominuje segment organizujący podróż samodzielnie 95,9%, z wykorzystaniem samochodu osobowego (64,9%) roweru 8,2% oraz busa 6,9%. Podstawowe źródło informacji o regionie stanowią dla większości krewni i znajomi (32,8%), własne doświadczenie z wizyt poprzednich (27,7%) oraz portale turystyczne (9,7%). Obecna wizyta dla 31,8% to pobyt z noclegiem od 2 do 4 dni, zaś dla 30,4% badanych od 5 do 7 dni. Wśród nich dominująca grupa korzysta z noclegów w hotelu (13,6%), gospodarstwach agroturystycznych (12,4%), pokojach gościnnych (11,5%) oraz ośrodkach wczasowych (12,5%), zaś 17,3% z noclegu u krewnych i znajomych.

Jest to segment o średnim statusie materialnym. 38,9% badanych deklaruje miesięczne dochody gospodarstwa domowego od 1000 do 1999 zł w przeliczeniu na jedną osobę, zaś 18,6% od 2000 do 2999 zł na osobę. Jednodniowe wydatki na jedną osobę w trakcie obecnego pobytu 28,1% deklaruje na poziomie do 49 zł. 14,7% badanych deklaruje swoje wydatki w granicach od 50 do 99 zł, 12,0% od 100 do 149 zł, zaś 11,3% od 200 do 299 zł.

Jako cele uzupełniające wyjazdu turystycznego grupa ta wskazuje, turystykę kwalifikowaną i rekreację (57,5%), cele kulturowe (56,1%) oraz wizyty u krewnych i znajomych (28,7%). Turyści należący do segmentu turystyki wypoczynkowej uprawiają następujące formy aktywności: spacer – 17,1%, plażowanie i kąpiele – 11,4%, zwiedzanie zabytkowych obiektów, miejscowości – 9,5%, amatorskie uprawianie sportów wodnych (żeglarstwo, kajakarstwo itd.) – 6,3%, zwiedzanie muzeów, galerii – 4,9%, turystyka rowerowa – 4,6%, udział w spotkaniach towarzyskich – 4,5%, udział w imprezach kulturalnych, koncertach, festiwalach – 3,8%, wypoczynek u rodziny – 3,3%, – turystykę pieszą – 3,3%, odwiedzanie lokali gastronomicznych – 3,3%, jak również wędkarstwo – 3,1%, (tab. 49).

Podsumowując, na podstawie przeprowadzonych analiz, należy stwierdzić, że typowy uczestnik turystyki wypoczynkowej w województwie podlaskim to mieszkaniec województwa podlaskiego lub

mazowieckiego. W przypadku obcokrajowców głównie Niemiec, Białorusin i Litwin, mieszkańców miasta powyżej 50 tys. mieszkańców. Jest to osoba w przedziale wiekowym od 25 do 54 lat, posiadająca wykształcenie wyższe, aktywna zawodowo, na stanowisku pracownika szeregowego. Jej dochód przypadający na osobę w rodzinie z dziećmi kształtuje się w granicach 1000-2999 zł.



Rys. 52. Typowy uczestnik turystyki wypoczynkowej w województwie podlaskim

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ankietowych wśród odwiedzających województwo podlaskie.

Województwo podlaskie typowy uczestnik turystyki wypoczynkowej odwiedza po raz kolejny z noclegiem. W regionie wypoczywa od 2 do 7 dni. Swoją wyjazd turystyczny organizuje zdecydowanie samodzielnie, przy czym wykorzystywanym przez niego środkiem transportu jest samochód osobowy. Podczas pobytu korzysta z noclegu w rodziny i znajomych oraz z różnorodnego zakwaterowania w hotelu, gospodarstwie agroturystycznym czy też ośrodku wczasowym. Źródłem informacji o regionie jest głównie rodzina i znajomi, a także jego własne doświadczenia i wiedza nabyta podczas poprzednich wizyt. Do regionu przybywa przede wszystkim w celach wypoczynkowych, przy czym w ich trakcie chętnie spaceruje, plażuje, korzysta z kąpielisk oraz zwiedza zabytkowe obiekty i miejscowości. Niekiedy uprawia również amatorsko sporty wodne. Jego wydatki związane z pobytem w regionie kształtują się w granicach do 149 zł w przeliczeniu na osobodzień (rys. 52).

9.2.2. Uczestnicy turystyki kulturowej

Turystykę kulturową uprawia grupa o przeważającym udziale kobiet (64,4%) nad mężczyznami. Odwiedzający w wieku od 25 do 34 lat stanowią 28,8%, w wieku od 34 do 44 lat – 20,5%, w dalszej kolejności w wieku od 45-54 lata – 19,2% oraz 13,7% badanych w wieku od 55 do 64 lat. Dominują osoby z wyższym wykształceniem (63,0%). Grupę z wykształceniem średnim stanowi 21,9% badanych. Większość badanych (49,3%) to aktywni zawodowo pracujący, zajmujący stanowiska kierownicze stanowią 12,3%, a uczniowie i studenci – 11,0%. Ze względu na statut rodzinny 39,7% respondentów to rodziny bez dzieci, dużą grupę stanowią także rodziny z dziećmi (38,4%), (tab. 50).

Tabela 50. Charakterystyka uczestników turystyki kulturowej

TURYSTYKA KULTUROWA	
Płeć: kobieta – 64,4%, mężczyzna – 35,6%	Sposób organizacji podróży: samodzielnie – 86,3%, biuro turystyczne – 6,8%, zakład pracy – 5,5%
Wiek: 25-34 lata – 28,8%, 35-44 lata – 20,5%, 45-54 lata – 19,2%, 55-64 lata – 13,7%	Środek transportu: samochód osobowy – 70,5%, autobus/bus – 11,5%, autokar – 9,0%
Miejsce zamieszkania: – Polska (78,1%): mazowieckie – 28,8%, pod- laskie – 19,2%, warmińsko-mazurskie – 8,2% – Białoruś – 9,6%, Litwa – 4,1%	Odległość od miejsca zamieszkania: 101-200 km – 23,3%, 201-300 km – 21,9%, 301-500 km – 15,1%
Wykształcenie: wyższe – 63,0%, średnie – 21,9%	Zakwaterowanie: hotel – 25,3% gospodarstwo agroturystyczne – 13,3%, pensjonat – 10,7%, pokoje gościnne – 9,3%
Miejsce zamieszkania: miasto 100-500 tys. – 27,4%, miasto 50-100 tys. – 19,2%, powyżej 500 tys. – 16,4%	Źródło informacji o regionie: krewni i znajomi – 22,4%, portale turystyczne – 18,7%, własne doświadczenia z poprzednich wizyt – 17,2%, przewodniki – 14,9%
Aktywność zawodowa: pracownik – 49,3%, stanowisko kierownicze – 12,3%, uczeń/student – 11,0%	Częstotliwość wizyt w regionie w ciągu roku: – z noclegiem (50,7%): 1 raz – 20,5%, 2 razy – 11,0% – bez noclegu (32,9%): 1 raz – 16,4%, 10 razy – 5,5%
Status rodzinny: rodzina bez dzieci – 39,7%, rodzina z dziećmi – 38,4%	Długość pobytu w regionie: 2-4 dni – 53,4%, 1 dzień (bez noclegu) – 31,5%
Dochód na osobę: 1000-1999 zł – 45,2%, 2000-2999 zł – 19,2%	Wydatki związane z pobytem w regionie (osobodzień): 1-49 zł – 27,4%, 50-99 zł – 20,5%, 100-149 zł – 15,1%, 200-299 zł – 11,0%
Cele uzupełniające wyjazdu turystycznego:	Formy aktywności turystycznej realizowane w trakcie pobytu w regionie:
– wypoczynkowy – 53,0% – religijny – 42,4% – turystyka kwalifikowana i rekreacja – 36,4% – wizyta u krewnych i znajomych – 16,7%	– zwiedzanie zabytkowych obiektów, miejscowości – 18,0% – zwiedzanie muzeów, galerii – 13,1% – zwiedzanie obiektów sakralnych – 11,7% – spacer – 9,5%

– przejazd tranzytowy – 1,5%	– udział w imprezach kulturalnych, koncertach, festiwalach – 7,2%
– edukacyjny – 1,5%	– turystyka przyrodnicza – 5,0%
	– turystyka piesza – 4,1%
	– udział w spotkaniach towarzyskich – 3,6%
	– turystyka rowerowa – 2,7%

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ankietowych wśród odwiedzających województwo podlaskie.

Badani z tej grupy (segmentu) zamieszkują, odpowiednio: województwo mazowieckie – 28,8%, podlaskie – 19,2%, warmińsko-mazurskie – 8,2%. Segment zagraniczny stanowią głównie Białorusini (9,6%) oraz Litwini (4,1%). 23,3% badanych do miejsca wypoczynku przybywa z odległości 101 do 200 km, 21,3% od 201 do 300 km, stosunkowo duża grupa badanych przyjeżdża także z odległości od 301 do 500 km (15,1%). Większość badanych z segmentu turystyki kulturowej zamieszkuje miasta powyżej 100 tys. mieszkańców (43,8%) oraz od 50 do 100 tys. (19,2%).

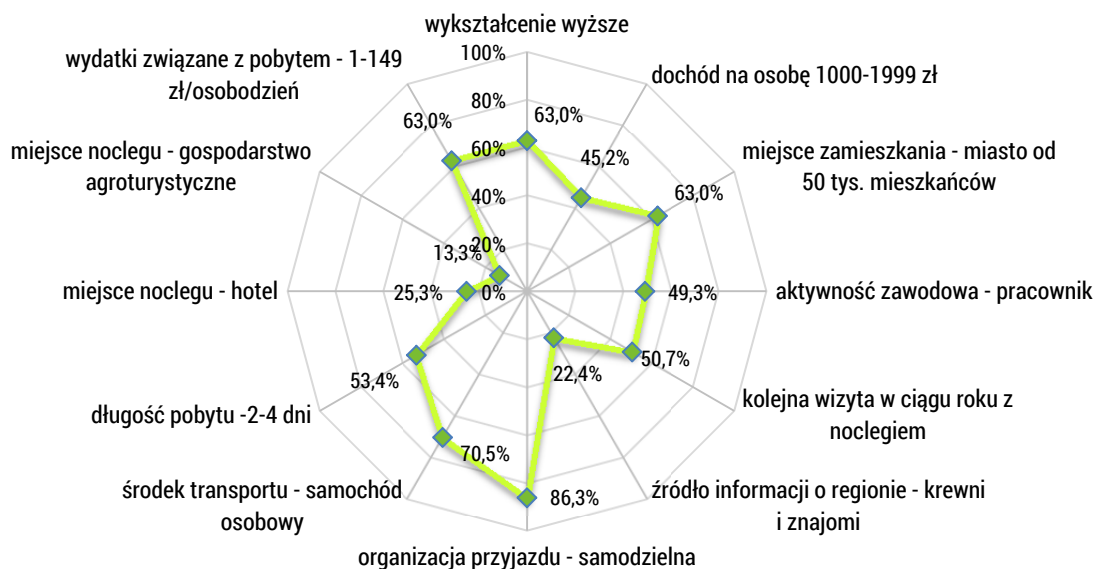
Większość z badanych (50,7%) jest w regionie z noclegiem kolejny raz, w tym 20,5% badanych, odwiedziło region po raz drugi korzystając z noclegu. W segmencie turystyki kulturowej dominują osoby organizujące samodzielnie pobyt turystyczny w regionie (86,3%). Występują także osoby organizujące pobyt przez biuro podróży (6,8%) oraz zakład pracy (5,5%). Do regionu samochodem osobowym przyjeżdża 70,5% badanych, autobusem lub busem – 11,5%, a autokarem – 9%. Źródłem informacji o regionie są dla większości krewni i znajomi (22,4%), a także portale turystyczne (18,7%), własne doświadczenie z poprzednich wizyt (17,2%) oraz przewodniki (14,9%). W regionie pozostają w zazwyczaj od 2 do 4 dni (53,4%). W przypadku 31,5% badanych jest to pobyt jednodniowy bez noclegu. Za miejsce noclegu badani zdecydowanie wybierają hotel (25,3%), gospodarstwo agroturystyczne (13,3%), pensjonat (10,7%), a także pokoje gościnne (9,3%).

Znaczną część badanych w segmencie turystyki kulturowej cechuje średni status materialny, w tym 45,2% deklaruje dochód miesięczny na jedną osobę w swoim gospodarstwie domowym na poziomie od 1000 do 1999 zł na jedną osobę, zaś dochód na poziomie od 2000 zł do 2999 zł deklaruje 19,2%. W trakcie pobytu 27,4% deklaruje wydatki do 49 zł na osobodzień, od 50 zł do 99 zł na osobodzień wydaje 20,5% badanych. Znaczącą grupę w tym segmencie stanowią też badani, którzy deklarują wydatki na osobodzień od 100 do 149 zł (15,1%) oraz od 200 do 299 zł (11,0%).

Cele uzupełniające tej grupy to dla 53% cel wypoczynkowy, dla 42,4% badanych cel religijny oraz dla 36,4% cel związany z turystyką kwalifikowaną i rekreacją. Do najczęściej realizowanych w trakcie pobytu w regionie form aktywności turystycznej tego segmentu należy odpowiednio: zwiedzanie zabytkowych obiektów, miejscowości – 18,0%, zwiedzanie muzeów, galerii – 13,1%, zwiedzanie obiektów sakralnych – 11,7%, spacer – 9,5%, udział w imprezach kulturalnych, koncertach, festiwalach – 7,2%, turystyka przyrodnicza – 5,0%, turystyka piesza – 4,1%, udział w spotkaniach towarzyskich – 3,6%, turystyka rowerowa – 2,7% (tab.50).

Podsumowując, na podstawie przeprowadzonych analiz, należy stwierdzić, że typowy uczestnik turystyki kulturowej w województwie podlaskim to mieszkaniec województwa mazowieckiego lub podlaskiego. W przypadku obcokrajowców są to głównie Białorusini i Litwini. Zamieszkuje on miasto powyżej 50 tys. mieszkańców. Jest to głównie kobieta w przedziale wiekowym od 25 do 54 lat, z wykształceniem

wyższym, zatrudniona jako pracownik szeregowy. Jej dochód przypadający na osobę w rodzinie z dziećmi kształtuje się w granicach 1000-1999 zł.



Rys. 53. Typowy uczestnik turystyki kulturowej w województwie podlaskim

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ankietowych wśród odwiedzających województwo podlaskie.

Województwo podlaskie odwiedza po raz kolejny z noclegiem. W regionie spędza od 2 do 4 dni. Swój wyjazd turystyczny organizuje samodzielnie. Do miejsca docelowego podróży turystycznej dociera samochodem osobowym. Podczas pobytu korzysta z noclegu w hotelu lub gospodarstwie agroturystycznym. Jej źródłem informacji o regionie są krewni i znajomi, portale turystyczne, a także doświadczenie z poprzednich wizyt. Podczas pobytu w regionie czas spędza na zwiedzaniu zabytkowych obiektów i miejscowości, muzeów i galerii, obiektów sakralnych, przy czym chętnie też oddaje się spacerom. Jej wydatki związane z pobytem w regionie kształtują się w granicach do 149 zł w przeliczeniu na osobodzień (rys. 53).

9.2.3. Uczestnicy turystyki kwalifikowanej i rekreacji

■ W segmencie odwiedzających uprawiających turystykę kwalifikowaną i rekreację większy udział stanowią mężczyźni (62,1%) niż kobiety (37,9%). Dominują osoby w wieku od 35 do 44 lat (28,4%), nieco mniej stanowi grupa badanych w wieku od 25 do 34 lat (22,1%) oraz w wieku do 24 lat (16,8%). Znaczną też grupę stanowią osoby w wieku od 45 do 54 lat (15,8%). Analiza struktury wykształcenia wskazuje, że dominują osoby z wykształceniem wyższym – 52,6%. Dużą grupę stanowią również osoby z wykształceniem średnim (23,2%). Dominują rodziny z dziećmi – 45,3%. Rodziny bez dzieci stanowią tylko 14,7% badanych (tab. 51).

Tabela 51. Charakterystyka uczestników turystyki kwalifikowanej i rekreacji

TURYSTYKA KWALIFIKOWANA I REKREACJA	
Płeć: męczyzna – 62,1%, kobieta – 37,9%	Sposób organizacji podróży: samodzielnie – 95,8%
Wiek: 35-44 lata – 28,4%, 25-34 lata – 22,1%, do 24 lat – 16,8%, 45-54 lata – 15,8%	Środek transportu: samochód osobowy – 47,5%, rower – 19,7%
Miejsce zamieszkania: – Polska (87,4%): podlaskie – 45,3%, mazowieckie – 13,7%, warmińsko-mazurskie – 7,4% – Niemcy – 5,3%, Białoruś – 3,2%	Odległość od miejsca zamieszkania: do 50 km – 25,3%, 51-100 km – 16,8%, 301-500 km – 15,8%, 201-300 km – 14,7%, 101-200 km – 11,6%
Wykształcenie: wyższe – 52,6%, średnie – 23,2%	Zakwaterowanie: gospodarstwo agroturystyczne – 21,2%, pokoje gościnne – 13,1%, hotel – 10,1%, pensjonat – 8,1%, ośrodek wczasowy – 6,1%
Miejsce zamieszkania: wieś – 22,1%, miasto do 20 tys. – 16,8%, miasto 50-100 tys. – 16,8%, miasto 100-500 tys. – 16,8%, powyżej 500 tys. – 16,8%	Źródło informacji o regionie: krewni i znajomi – 28,7%, własne doświadczenia z poprzednich wizyt – 28,0%, portale turystyczne – 7,0%
Aktywność zawodowa: pracownik – 42,1%, uczeń/student – 14,7%	Częstotliwość wizyt w regionie w ciągu roku: – z noclegiem (63,2%): 1 raz – 40,0%, 2 razy – 14,7% – bez noclegu (35,8%): 10 razy – 9,5%, 3 razy – 7,4%, 1 raz – 4,2%
Status rodzinny: rodzina z dziećmi – 45,3%, rodzina bez dzieci – 14,7%	Długość pobytu w regionie: 1 dzień (bez noclegu) – 33,7%, 2-4 dni – 31,6%, 5-7 dni – 26,3%
Dochód na osobę: 1000-1999 zł – 46,3%, 2000-2999 zł – 12,6%, 0-999 zł – 11,6%	Wydatki związane z pobytem w regionie (osobodziej): 1-49 zł – 44,2%, 50-99 zł – 14,7%, 100-149 zł – 12,6%
Cele uzupełniające wyjazdu turystycznego:	Formy aktywności turystycznej realizowane w trakcie pobytu w regionie:
– wypoczynkowy – 49,5% – kulturowy – 40,0% – wizyta u krewnych i znajomych – 4,2% – religijny – 12,6% – zdrowotny – 1,1%	– turystyka rowerowa – 13,0% – zwiedzanie zabytkowych obiektów, miejscowości – 9,0% – amatorskie uprawianie sportów wodnych (żeglarstwo, kajakerstwo itd.) – 8,3% – turystyka piesza – 7,7% – spacerowanie – 7,7% – plażowanie i kąpiele – 7,3% – korzystanie z usług aquaparków, basenów, kortów tenisowych, pól golfowych – 6,3% – wędkarstwo – 5,0% – turystyka przyrodnicza – 4,0% – udział w imprezach kulturalnych, koncertach, festiwalach – 3,7% – zwiedzanie obiektów sakralnych – 3,7% – zwiedzanie muzeów, galerii – 2,7% – uprawianie nordic walking – 2,3% – korzystanie z oferty rozrywkowej, clubbing – 2,3%

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ankietowych wśród odwiedzających województwo podlaskie.

Ze względu na miejsce zamieszkania dominującą grupę stanowią osoby z województwa podlaskiego – 45,3%, znacznie mniejszą grupę stanowią odwiedzający z województwa mazowieckiego 13,7% oraz z województwa warmińsko-mazurskiego (7,4%). W segmencie zagranicznym dominują Niemcy – 5,3% oraz Białorusini – 3,2%. Większość z badanych przebywa odległość do 50 km od miejsca zamieszkania do miejsca docelowego (25,3%) i od 51 do 100 km (16,8 km).

Struktura miejsca zamieszkania jest zróżnicowana. Obszar wiejski zamieszkuje 22,1% badanych, małe miasta do 20 tys. – 16,8%. Odwiedzający pochodzący z miast od 50 do 100 tys. mieszkańców stanowią 16,8% badanych, a dużych z miast o liczbie 100-500 tys. mieszkańców – 16,8%, zaś powyżej 500 tys. mieszkańców – 16,8%.

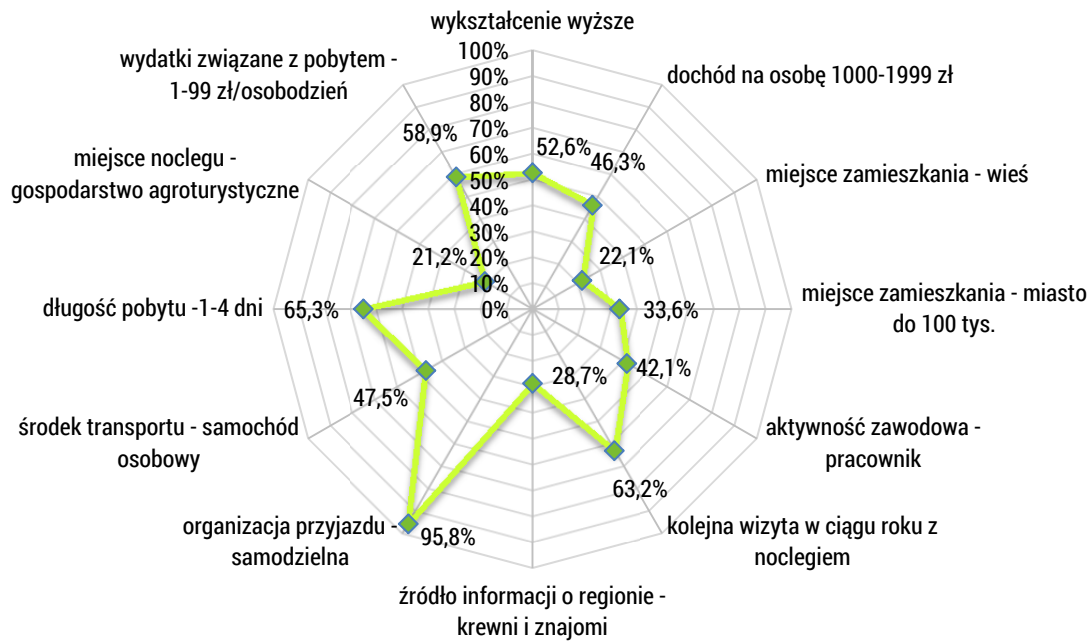
Kolejny swój pobyt w regionie z noclegiem deklaruje 63,2% badanych, w tym 40% jest po raz drugi, a 14,7% po raz trzeci. Ponadto dużą grupę (35,8%) stanowią badani, którzy przebywają kolejny raz, ale poprzednie wizyty odbyli bez noclegu, w tym 9,5% z nich odbyło wcześniej ponad 10 wizyt w regionie bez noclegu.

Ze względu na sposób organizacji wyjazdu turystycznego dominują badani organizujący przyjazd do regionu samodzielnie (95,8%), przyjeżdżając samochodem osobowym (47,5%) lub rowerem (19,7%). Źródłem informacji o regionie są dla większości krewni i znajomi 28,7%, własne doświadczenia z poprzednich wizyt – 28,0% i portale turystyczne – 7,0%. Obecny pobyt dla większości (33,7%) badanych to jednodniowy pobyt bez noclegu, dla 31,6% pobyt trwał od 2 do 4 dni, zaś od 5 do 7 dni dla 26,3% badanych. Przedstawiciele tego segmentu na miejsce noclegu wybierają przede wszystkim, odpowiednio: gospodarstwo agroturystyczne – 21,2%, pokoje gościnne – 13,1%, hotel – 10,1%, pensjonat – 8,1%, ośrodek wczasowy – 6,1%.

Badani to średnio zamożny segment, w którym dla 46,3% miesięczny dochód na osobę w gospodarstwie domowym wynosi od 1000 do 1999 zł, a dla 12,6% od 2000 do 2999 zł na osobę miesięcznie. W grupie tej 11,6% badanych deklaruje swoje miesięczne dochody w gospodarstwie domowym poniżej 999 zł na osobę. Badani stwierdzają, że na dzień pobytu na osobę przeznaczają, odpowiednio: do 49 zł – 44,2%, od 50 do 99 zł – 14,7%, od 100 do 149 zł – 12,6%.

Jako uzupełniający cel podróży turystycznej 49,5% badanych wskazuje cel wypoczynkowy, a 40% cel kulturowy. Główne formy aktywności turystycznej realizowane w trakcie pobytu turystycznego w regionie to: turystyka rowerowa – 13%, zwiedzanie zabytkowych obiektów, miejscowości – 9,0%, amatorskie uprawianie sportów wodnych (żeglarstwo, kajakarstwo itd.) – 8,3%, turystyka piesza – 7,7%, spacerowanie – 7,7%, plażowanie i kąpiele – 7,3%, korzystanie z usług aquaparków, basenów, kortów tenisowych, pól golfowych – 6,3%, wędkarstwo – 5,0%, turystyka przyrodnicza – 4,0%, udział w imprezach kulturalnych, koncertach, festiwalach – 3,7%, zwiedzanie obiektów sakralnych – 3,7%, zwiedzanie muzeów, galerii – 2,7%, uprawianie nordic walking – 2,3%, korzystanie z oferty rozrywkowej, clubbing – 2,3% (tab. 51).

Z przeprowadzonych analiz wynika, iż typowy uczestnik turystyki kwalifikowanej i rekreacji w województwie podlaskim to mieszkaniec województwa podlaskiego. Zamieszkuje wieś lub miasto do 100 tys. mieszkańców. Jest to głównie mężczyzna w przedziale wiekowym od 25 do 44 lat, z wykształceniem wyższym. Wykonuje prace na stanowisku pracownika szeregowego. Jego dochód przypadający na osobę w rodzinie z dziećmi kształtuje się w granicach 1000-1999 zł.



Rys. 54. Typowy uczestnik turystyki kwalifikowanej i rekreacji w województwie podlaskim

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ankietowych wśród odwiedzających województwo podlaskie.

Województwo podlaskie odwiedza po raz kolejny z noclegiem. W regionie w celach turystycznych przebywa od 1 do 4 dni. Wyjazd turystyczny organizuje samodzielnie, a do miejsca docelowego dociera samochodem osobowym lub rowerem. Podczas pobytu korzysta z noclegu w gospodarstwie agroturystycznym. Źródło informacji o regionie stanowią dla niego krewni i znajomi oraz doświadczenie z poprzednich wizyt. Podczas pobytu w regionie uprawia turystykę rowerową, zwiedza zabytkowe obiekty i miejscowości, uprawia amatorsko sporty wodne oraz turystkę pieszą, głównie spaceruje. Jego wydatki związane z pobytem w regionie kształtują się w granicach do 99 zł w przeliczeniu na osobodzień (rys. 54).

9.2.4. Odwiedzający krewnych i znajomych

■ Wśród podróżujących w celu wizyty u krewnych i znajomych kobiety stanowią 50,7%, zaś mężczyźni 49,3%. Dominującą grupą wiekową są odwiedzający w wieku od 45 do 54 lat stanowiący 20,6%, badanych. W wieku od 35 do 44 lata stanowią 19,4%. Zbliżoną wielkość badanych stanowią grupy turystów i odwiedzających jednodniowych w wieku do 24 lat (18,5%) oraz w wieku od 25 do 34 lat (18,2%). Dominują podróżni z wyższym wykształceniem (46,0%). Dużą grupę stanowią również respondenci z wykształceniem średnim – 23,3%, oraz zawodowym – 19,4%. Analiza aktywności zawodowej wskazuje na dominację pracowników szeregowych (45,7%). Znaczącą grupę stanowią też emeryci i renciści (12,2%). Badani to rodziny, w tym z dziećmi stanowią 42,1%, zaś bez dzieci 30,7% (tab. 52).

Tabela 52. Charakterystyka odwiedzających krewnych i znajomych

WIZYTA U KREWNYPH I ZNAJOMYPH	
Płeć: kobieta – 50,7%, mężczyzna – 49,3%	Sposób organizacji podróży: samodzielnie – 99,7%
Wiek: 45-54 lata – 20,6%, 35-44 lata – 19,4%, mniej lub równo 24 lata – 18,5%, 25-34 lata – 18,2%	Środek transportu: samochód osobowy – 58,9%, transport lokalny – 10,3%, rower – 8,9%, autobus, bus – 9,2%
Miejsce zamieszkania: – Polska (72,8%): podlaskie – 22,7%, mazowieckie – 15,8%, warmińsko-mazurskie – 14,6% – Wielka Brytania – 7,8%, Niemcy – 5,1%, Białoruś – 3,3%	Odległość od miejsca zamieszkania: ponad 1000 km – 20,9%, 201-300 km – 17,3%, 51-100 km – 16,4%, 101-200 km – 15,2%
Wykształcenie: wyższe – 46,0%, średnie – 23,3%, zawodowe – 19,4%	Zakwaterowanie: gospodarstwo agroturystyczne – 49,5%, nocleg u znajomych, rodziny – 28,2%, pokoje gościnne – 4,1%
Miejsce zamieszkania: miasto 100-500 tys. – 27,8%, powyżej 500 tys. – 24,2%, 50-100 tys. – 14,3%	Źródło informacji o regionie: krewni i znajomi – 54,6%, własne doświadczenia z poprzednich wizyt – 27,0%, portale turystyczne – 4,5%
Aktywność zawodowa: pracownik – 45,7%, emeryt/rencista – 12,2%	Częstotliwość wizyt w regionie w ciągu roku: – z noclegiem (84,2%): 1 raz – 50,7%, 2 razy – 17,3% – bez noclegu (19,4%): 2 razy – 4,5%, 1 raz – 3,9%
Status rodzinny: rodzina z dziećmi – 42,1%, rodzina bez dzieci – 30,7%	Długość pobytu w regionie: powyżej 7 dni – 37,3%, 2-4 dni – 29,0%, 5-7 dni – 21,8%
Dochód na osobę: 1000-1999 zł – 35,2%, 2000-2999 zł – 16,7%	Wydatki związane z pobytem w regionie (osobodzień): 1-49 zł – 29,0%, 50-99 zł – 14,3%, 100-149 zł – 12,5%, 200-299 zł – 12,5%
Cele uzupełniające wyjazdu turystycznego: – wypoczynkowy – 81,8% – turystyka kwalifikowana i rekreacja – 47,8% – kulturowy – 47,8% – religijny – 9,9% – zdrowotny – 1,2% – przejazd tranzytowy – 0,3% – biznesowy – 0,3%	Formy aktywności turystycznej realizowane w trakcie pobytu w regionie: – udział w spotkaniach towarzyskich – 14,1% – spacer – 12,6% – wypoczynek u rodziny – 12,0% – udział w uroczystościach rodzinnych – 8,5% – plażowanie i kąpiele – 8,2% – zwiedzanie zabytkowych obiektów, miejscowości – 6,3% – amatorskie uprawianie sportów wodnych (żeglarstwo, kajakarstwo itd.) – 4,8% – udział w imprezach kulturalnych, koncertach, festiwalach – 4,7% – turystyka rowerowa – 3,4%

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ankietowych wśród odwiedzających województwo podlaskie.

Krajowi badani pochodzą z województwa podlaskiego (22,7%), rzadziej z województwa mazowieckiego (15,8%) i warmińsko-mazurskiego (14,6%). Spośród segmentu podróżnych z zagranicy dominującą grupę stanowią przyjeżdżający z Wielkiej Brytanii (7,8%), Niemiec (5,1%) i Białorusi (3,3%). Zdecydowana większość badanych – 32,5% wskazuje na zamieszkanie w odległości od 101 do 300 km od miejsca pobytu turystycznego. Znaczną grupę stanowią także badani zamieszkujący w odległości ponad 1000 km (20,9%) oraz od 51 do 100 km (16,4%). W segmencie tym dominują mieszkańcy dużych miast, w tym z miast od 100 do 500 tys. mieszkańców pochodzi 27,8%, zaś z miast powyżej 500 tys. 24,2%. Tylko 14,3% badanych pochodzi z miast liczących od 50 do 100 tys. mieszkańców.

Zdecydowana większość badanych podróży do regionu organizuje samodzielnie – 99,7%, z wykorzystaniem samochodu osobowego – 58,9%, transportu lokalnego – 10,3%, roweru – 8,9%, autobusu lub busa – 9,2% badanych. Podstawowe źródło informacji o regionie dla większości badanych (54,6%) stanowią krewni i znajomi, informacje uzyskane w trakcie poprzednich wizyt (27,0%) oraz portale turystyczne – 4,5% badanych.

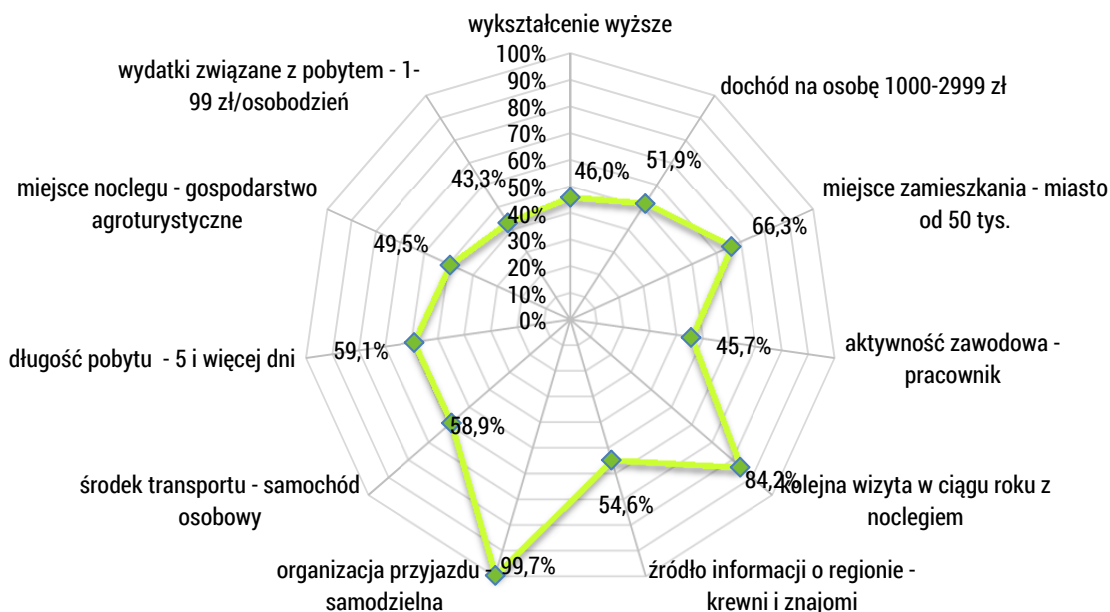
Połowa badanych, jako miejsce noclegu wskazuje gospodarstwo agroturystyczne (49,5%). Z noclegu u znajomych lub rodziny korzysta 28,2%, a z pokojów gościnnych – 4,1%.

Dla 84,2% badanych tego segmentu jest to kolejna wizyta w regionie z noclegiem w 2014 roku, w tym dla 50,7% to druga wizyta, zaś dla 17,3% trzecia. Z kolei 19,4% badanych w 2014 r. przebywało turystycznie w województwie podlaskim jeden dzień bez noclegu. W tym na trzecią wizytę wskazało 4,5% respondentów, a na drugą 3,9%.

Większość (35,2%) badanych deklaruje dochody w rodzinie na jedną osobę w miesiącu w wysokości od 1000 do 1999 zł, zaś od 2000 do 2999,00 zł – 16,7%. 29% badanych w przeliczeniu na jeden dzień pobytu na osobę wydawało do 49 zł, zaś 14,3% od 50 zł do 99 zł. Wydatki rzędu od 100 zł do 149 zł oraz od 200 zł do 299 zł deklaruje odpowiednio po 12,5% badanych.

Aż 81,8% badanych tego segmentu, jako cel uzupełniający podróży turystycznej wskazywało cel wypoczynkowy. Turystykę kwalifikowaną i rekreację oraz cele kulturowe odpowiednio po 47,8% badanych. W trakcie pobytu turystycznego badani uprawiali następujące formy aktywności turystycznej: udział w spotkaniach towarzyskich – 14,1%, spacer – 12,6%, wypoczynek u rodziny – 12,0%, udział w uroczystościach rodzinnych – 8,5%, plażowanie i kąpiele – 8,2%, zwiedzanie zabytkowych obiektów, miejscowości – 6,3%, amatorskie uprawianie sportów wodnych (żeglarstwo, kajakarstwo itd.) – 4,8%, udział w imprezach kulturalnych, koncertach, festiwalach – 4,7%, turystykę rowerową – 3,4% (tab. 52).

Przeprowadzone analizy wskazują, że typowy odwiedzający krewnych i znajomych w regionie to mieszkaniec województwa podlaskiego, mazowieckiego lub warmińsko-mazurskiego. W przypadku obco-krajowców mieszkańiec Wielkiej Brytanii lub Niemiec. Mieszka w mieście powyżej 50 tys. mieszkańców. To osoba w przedziale wiekowym od 35 do 54 lata, z wykształceniem wyższym, zatrudniona jako pracownik szeregowy. Jej dochód przypadający na osobę w rodzinie z dziećmi kształtuje się w granicach 1000-2999 zł.



Rys. 55. Typowy odwiedzający krewnych i znajomych w województwie podlaskim

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ankietowych wśród odwiedzających województwo podlaskie.

Województwo podlaskie odwiedza po raz kolejny korzystając z noclegu. W regionie spędza 5 i więcej dni. Wyjazd turystyczny organizuje samodzielnie, a do miejsca docelowego dociera samochodem osobowym. Podczas pobytu korzysta z noclegu w gospodarstwie agroturystycznym lub u rodziny i znajomych. Źródło informacji o regionie stanowią dla niego krewni i znajomi oraz własne doświadczenia z poprzednich wizyt. Podczas pobytu w regionie czas spędza uczestnicząc w spotkaniach towarzyskich i uroczystościach rodzinnych, wypoczynku u rodziny, spacerach oraz plażowaniu i kąpielach. Jego wydatki związane z pobytem w regionie kształtują się w granicach do 99 zł w przeliczeniu na osobodzień (rys. 55).

9.3. Niszowe segmenty turystyczne województwa podlaskiego

Ze względu na cele główne i uzupełniające przyjazdu turystycznego wyodrębniono pięć niszowych segmentów turystycznych, do których zaliczono:

- segment odwiedzających województwo podlaskie w celach religijnych,
- segment odwiedzających województwo podlaskie w celach zdrowotnych,
- segment odwiedzających województwo podlaskie w celach biznesowych,
- segment odwiedzających województwo podlaskie w celach zakupowych,
- segment odwiedzających województwo podlaskie w trakcie przejazdu tranzytowego,
- segment odwiedzających województwo podlaskie w celu uprawiania turystyki na terenach wiejskich.

9.3.1. Uczestnicy turystyki religijnej

Jeden z pięciu niszowych segmentów województwa podlaskiego stanowią turyści realizujący cele religijne. Większość odwiedzających, którzy uprawiają tę formę turystyki to kobiety (53,8%) w wieku 35-44 lata (25,4%). Dwukrotnie mniej liczną grupę stanowią osoby w wieku od 55 do 64 lat (20,0%) i od 45 do 54 lat (19,2%). Dominują osoby z wykształceniem wyższym (57,7%). O połowę mniejszą grupę stanowią odwiedzający z wykształceniem średnim (24,6%). Większość odwiedzających województwo podlaskie w celu religijnym to osoby aktywne zawodowo – pracownicy szeregowi (44,6%), a także emeryci lub renciści (17,7%). Badani to zdecydowanie rodziny dwuosobowe (41,5%) oraz rodziny z dziećmi (35,4%), (tab. 53).

Tabela 53. Charakterystyka uczestników turystyki religijnej

TURYSTYKA RELIGIJNA	
Płeć: kobieta – 53,8%, mężczyzna – 46,2%	Sposób organizacji podróży: samodzielnie – 89,2%
Wiek: 35-44 lata – 25,4%, 55-64 lata – 20,0%, 45-54 lata – 19,2%	Środek transportu: samochód osobowy – 66,4%
Miejsce zamieszkania: – Polska (76,2%): mazowieckie – 27,7%, podlaskie – 16,9%, pomorskie – 5,4%, śląskie – 4,6% – Niemcy – 6,2%, Białoruś – 6,2%, Belgia – 3,1%	Odległość od miejsca zamieszkania: 201-300 km – 21,5%, 301-500 km – 18,5%, 101-200 km – 13,8%
Wykształcenie: wyższe – 57,7%, średnie – 24,6%	Zakwaterowanie: hotel – 20,6%, gospodarstwo agroturystyczne – 18,4%, pokoje gościnne – 12,8%, nocleg u rodziny, znajomych – 12,1%
Miejsce zamieszkania: miasto 100-500 tys. – 26,2%, powyżej 500 tys. – 24,6%, miasto 50-100 tys. – 17,7%	Źródło informacji o regionie: krewni i znajomi – 21,3%, własne doświadczenia z poprzednich wizyt – 17,2%, portale turystyczne – 15,8%, przewodniki – 15,4%
Aktywność zawodowa: pracownik – 44,6%, emeryt/rencista – 17,7%	Częstotliwość wizyt w regionie w ciągu roku: – z noclegiem (53,8%): 1 raz – 40,0%, 2 razy – 8,5% – bez noclegu (15,4%): 1 raz – 3,8%, 2 razy – 2,3%
Status rodzinny: rodzina dwuosobowa – 41,5%, rodzina z dziećmi – 35,4%	Długość pobytu w regionie: 2-4 dni – 43,1%, 5-7 dni – 27,7%
Dochód na osobę: 1000-1999 zł – 41,5%, 2000-2999 zł – 20,8%	Wydatki związane z pobytem w regionie (osobodzień): 1-49 zł – 23,1%, 50-99 zł – 15,4%, 200-299 zł – 13,8%, 100-149 zł – 12,3%
Cele uzupełniające wyjazdu turystycznego:	Formy aktywności turystycznej realizowane w trakcie pobytu w regionie:
– wypoczynkowy – 78,5% – kulturowy – 65,4% – turystyka kwalifikowana i rekreacja – 49,2% – wizyta u krewnych i znajomych – 25,4%	– zwiedzanie obiektów sakralnych – 21,6% – spacer – 13,5% – zwiedzanie zabytkowych obiektów, miejscowości – 12,1% – turystyka piesza – 5,5%

TURYSTYKA RELIGIJNA

– przejazd tranzytowy – 3,1%	– turystyka rowerowa – 4,6%
– zdrowotny – 1,5%	– zwiedzanie muzeów, galerii – 4,6%
	– udział w praktykach religijnych – 4,2%
	– turystyka przyrodnicza – 4,2%
	– udział w spotkaniach towarzyskich – 3,6%

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ankietowych wśród odwiedzających województwo podlaskie.

Osoby, które wybierają województwo podlaskie kierując się celami religijnymi to przede wszystkim mieszkańcy Polski (76,2%), z przewagą mieszkańców województwa mazowieckiego (27,7%) oraz podlaskiego (16,9%). W segmencie odwiedzających zagranicznych najliczniejszą grupę stanowią obywatele Niemiec (6,2%) i Białorusi (6,2%), a także Belgii (3,1%). Zdecydowana większość badanych zamieszkuje miasta powyżej 100 tys. mieszkańców (50,8%). Miasta do 500 tys. mieszkańców zamieszkuje 26,2% badanych, równie liczną grupę stanowią badani zamieszkujący miasta liczące powyżej 500 tys. mieszkańców (26,4%). Odwiedzający zamieszkują głównie obszary oddalone od 201 do 300 km (21,5%), a także od 301 do 500 km (18,5%) i od 101 do 200 km (13,8%).

W 2014 roku region odwiedziło po raz kolejny 53,8% badanych, którzy wskazali pobyt z noclegiem. Drugą wizytę odbyło 40,0%, zaś trzecią – 8,5%. Bez noclegu wizyty odbyło 15,4% ankietowanych, z czego drugi raz 3,8%, a trzeci raz – 2,3%. W regionie badania przebywali głównie od 2 do 4 dni (43,1%) oraz od 5 do 7 dni (27,7%).

Zdecydowana większość respondentów z segmentu turystyki religijnej samodzielnie organizuje wyjazd (89,2%), wybierając samochód osobowy, jako środek transportu (66,4%). Źródło informacji o regionie stanowią dla nich krewni i znajomi (21,3%), własne doświadczenia z poprzednich wizyt (17,2%). Dla znacznej liczby odwiedzających istotnym źródłem informacji o regionie są także portale internetowe (15,8%) oraz przewodniki turystyczne (15,4%), (tab. 46).

Najpopularniejszą formą zakwaterowania jest hotel (20,6%) oraz gospodarstwo agroturystyczne (18,4%). Dużym zainteresowaniem cieszy się również wynajmowanie pokoi gościnnych (12,8%) oraz nocleg u krewnych i znajomych (12,1%).

Średni dochód odwiedzających na osobę to 1000-1999 zł (41,5%). Respondenci w przeliczeniu na osobodzień wydają zazwyczaj do 49 zł (23,1%) lub od 50 do 99 zł (15,4%). Znaczną grupę stanowią również badani, których wydatki kształtują się od 200 do 299 zł (13,8%), oraz od 100 do 149 zł (12,3%).

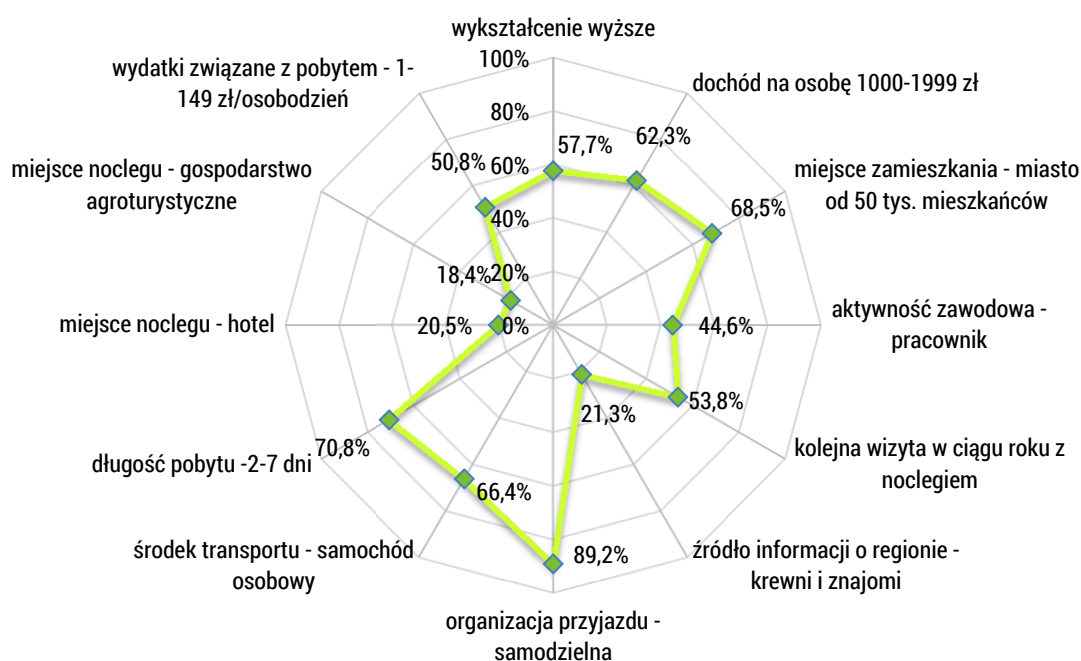
Oprócz motywu religijnego, odwiedzający wybierając region kierują się chęcią wypoczynku (78,5%), poznaniem kultury (65,4%) oraz możliwością uprawiania turystyki kwalifikowanej i rekreacji (49,2%).

Najpopularniejszą formą aktywności jest zwiedzanie obiektów sakralnych (21,6%). W wolnym czasie turyści również spacerują (13,5%), zwiedzają zabytkowe obiekty, miejscowości (12,1%), uprawiają turystykę pieszą (5,5%), rowerową (4,6%) i przyrodniczą (4,2%). Zwiedzają muzea i galerie (4,6%), a także biorą udział w praktykach religijnych (4,2%). Okazjonalnie biorą też udział w spotkaniach towarzyskich (3,6%), (tab. 53).

Podsumowując, na podstawie przeprowadzonych analiz, należy stwierdzić, że niszowy uczestnik turystyki religijnej w województwie podlaskim to mieszkaniec województwa mazowieckiego lub podlaskiego.

W przypadku obcokrajowców głównie Niemiec i Białorusin. Zamieszkuje miasto powyżej 50 tys. mieszkańców. Jest to osoba w przedziale wiekowym od 35 do 64 lat, z wykształceniem wyższym, zatrudniona jako pracownik szeregowy. Jej dochód przypadający na osobę w rodzinie z dziećmi kształtuje się w granicach 1000-2999 zł.

Województwo podlaskie odwiedza po raz kolejny z noclegiem, spędzając tu od 2 do 7 dni. Swoją wyjazd turystyczny organizuje samodzielnie, docierając do miejsca docelowego samochodem osobowym. Podczas pobytu uczestnik turystyki religijnej korzysta z noclegu w hotelu lub gospodarstwie agroturystycznym. Źródłem informacji o regionie są krewni i znajomi, a także doświadczenia z poprzednich wizyt i portale turystyczne. Podczas pobytu w regionie czas spędza na zwiedzaniu obiektów sakralnych oraz innych zabytkowych obiektów i miejscowości, przy czym chętnie oddaje się spacerom. Jego wydatki związane z pobytem w regionie kształtują się w granicach do 149 zł w przeliczeniu na osobodzień (rys. 56).



Rys. 56. Niszowy uczestnik turystyki religijnej w województwie podlaskim

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ankietowych wśród odwiedzających województwo podlaskie.

9.3.2. Uczestnicy turystyki zdrowotnej

■ Wśród odwiedzających, którzy uprawiają turystykę zdrowotną największą grupę stanowią kobiety (66,7%). Przedstawiciele tego segmentu są w wieku od 45 do 54 lat (26,7%) oraz od 55 do 64 lat (26,7%). Większość badanych pochodzi z Polski (86,7%) z województwa podlaskiego (33,3%), mazowieckiego (26,7%) oraz warmińsko-mazurskiego (13,3%). Odwiedzający zagraniczni to głównie mieszkańcy Wielkiej Brytanii (13,3%). Badani pochodzą z miast od 50-100 tys. mieszkańców (26,7%), wsi (20,0%), miast powyżej 100 tys.

mieszkańców (40%). Obszar oddalony od miejsca wypoczynku od 51 do 100 km zamieszkuje 26,7% badanych, natomiast od 201 do 300 km – 20%. Po 13,3% badanych stanowią odwiedzający przyjeżdżający z odległości do 50 km, od 301 km do 500 km oraz ponad 1000 km (tab. 54).

Tabela 54. Charakterystyka uczestników turystyki zdrowotnej

TURYSTYKA ZDROWOTNA	
Płeć: kobieta – 66,7%, mężczyzna – 33,3%	Sposób organizacji podróży: samodzielnie – 93,3%
Wiek: 45-54 lata – 26,7%, 55-64 lata – 26,7%	Środek transportu: samochód osobowy – 47,6%, rower – 14,3%
Miejsce zamieszkania: – Polska (86,7%): podlaskie – 33,3%, mazowieckie – 26,7%, warmińsko-mazurskie – 13,3% – Wielka Brytania – 13,3%	Odległość od miejsca zamieszkania: 51-100 km – 26,7%, 201-300 km – 20,0%, do 50km – 13,3%, 301-500 km – 13,3%, ponad 1000 km – 13,3%
Wykształcenie: wyższe – 60,0%, średnie – 20,0%, zawodowe – 20,0%	Zakwaterowanie: nocleg u rodziny, znajomych – 25,0%, ośrodek wczasowy – 18,8%, hotel – 12,5%
Miejsce zamieszkania: miasto 50-100 tys. – 26,7%, wieś – 20,0%, miasto 100-500 tys. – 20,0%, powyżej 500 tys. – 20,0%	Źródło informacji o regionie: krewni i znajomi – 30,4%, własne doświadczenia z poprzednich wizyt – 30,4%, portale turystyczne – 17,4%
Aktywność zawodowa: samozatrudnienie – 26,7%, rolnik – 20,0%	Częstotliwość wizyt w regionie w ciągu roku: – z noclegiem (46,7%): 1 raz – 20,0%, 2 razy – 13,3% – bez noclegu (33,3%): 1 raz – 20,0%
Status rodzinny: rodzina z dziećmi – 46,7%, rodzina dwuosobowa – 26,7%	Długość pobytu w regionie: powyżej 7 dni – 40,0%, 1 dzień (bez noclegu) – 26,7%, 5-7 dni – 20,0%
Dochód na osobę: 0-999 zł – 26,7%, 1000-1999 zł – 26,7%, 4000-5999 zł – 26,7%	Wydatki związane z pobytem w regionie (osobodzień): 1-49 zł – 26,7%, 100-299 zł – 20,0%, 400-1499 zł – 20,0%
Cele uzupełniające wyjazdu turystycznego: – wypoczynkowy – 66,7% – turystyka kwalifikowana i rekreacja – 60,0% – kulturowy – 33,3% – wizyta u krewnych i znajomych – 26,7% – religijny – 13,3% – edukacyjny – 6,7%	Formy aktywności turystycznej realizowane w trakcie pobytu w regionie: – korzystanie z zabiegów medycznych – 10,3% – korzystanie z porad medycznych – 8,6% – spacer – 5,2% – turystyka przyrodnicza – 5,2% – plażowanie i kąpiele – 5,2% – zwiedzanie zabytkowych obiektów, miejscowości – 5,2% – korzystanie z zabiegów kosmetycznych – 3,4% – wypoczynek u rodziny – 3,4% – zaopatrywanie się w wysokiej jakości rodzime produkty – 3,4% – zwiedzanie muzeów, galerii – 3,4% – amatorskie uprawianie sportów motorowych – 3,4% – udział w uroczystościach rodzinnych – 3,4% – robienie zakupów dla przyjemności – 3,4%

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ankietowych wśród odwiedzających województwo podlaskie.

Osoby uprawiające turystykę zdrowotną w województwie podlaskim posiadają wykształcenie wyższe (60%). W grupie deklarującej wykształcenie średnie i zawodowe jest odpowiednio po 20% badanych. Liczną grupę stanowią samozatrudnieni (26,7%) oraz rolnicy (20%). W większości przypadków (93,3%) odwiedzający w celach zdrowotnych samodzielnie organizują swój wyjazd, wykorzystując do tego samochód osobowy (47,6%). W niektórych przypadkach respondenci wybierają rower (14,3%) jako środek transportu.

Najczęściej respondenci wybierają nocleg u rodziny lub znajomych (25%). Dużą popularnością cieszą się także ośrodki wczasowe (18,8%) oraz hotele (12,5%).

Informacje o regionie czerpią od krewnych i znajomych (30,4%). Równie duże znaczenie mają doświadczenia z poprzednich wizyt (30,4%). Nieco mniejszą rolę odgrywają portale turystyczne (17,4%).

Odwiedzający województwo podlaskie w celach zdrowotnych korzystający z noclegu (46,7%) przybywają po raz drugi (20%) lub trzeci (13,3%). Wizyty jednodniowe bez noclegu w 2014 roku wskazuje 33,3% odwiedzających, przy czym 20% deklaruje, iż jest to ich druga tego typu wizyta w regionie. Preferują pobyty dłuższe niż 7-dniowe (40%). W wielu przypadkach są to również wizyty jednodniowe bez noclegu – 26,7%.

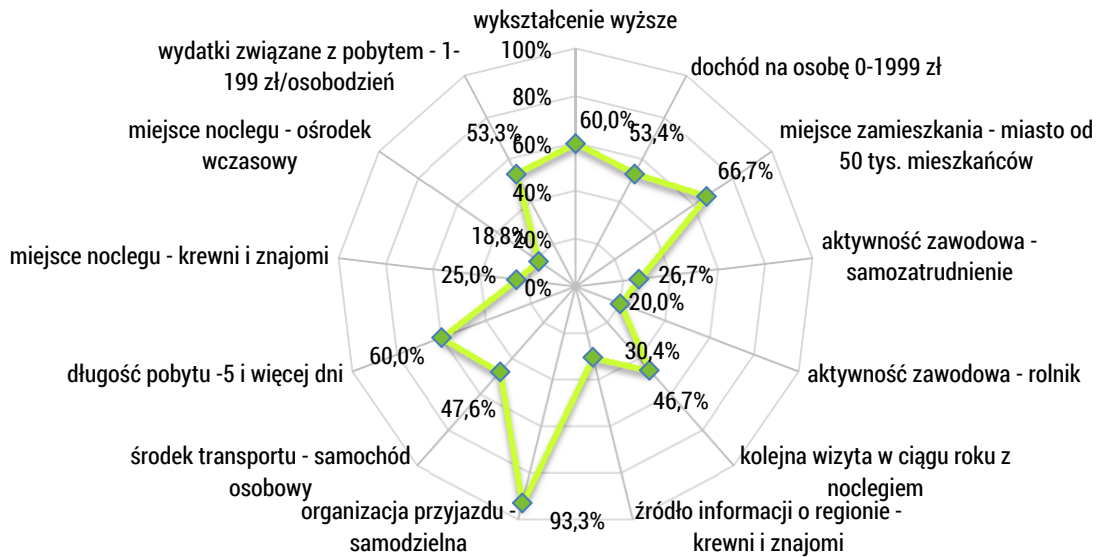
Wśród odwiedzających przeważają rodziny, w tym rodziny z dziećmi (46,7%). Dwuosobowe rodziny stanowią 26,7%. Status materialny badanych jest zróżnicowany, średni dochód na osobę wynoszący od 0 do 999 zł deklaruje 26,7%, od 1000 zł do 1999 zł – 26,7%, a od 4000 zł do 5999 zł również 26,7%.

Wydatki jednej osoby w ciągu dnia pobytu w województwie podlaskim kształtują się w przedziale od 1 do 49 zł (26,7%) oraz od 100 do 299 zł (20%) i od 400 do 1499 zł (20%).

Oprócz celu zdrowotnego odwiedzający przy wyborze województwa podlaskiego kierują się chęcią wypoczynku (66,7%), możliwością uprawiania turystyki kwalifikowanej i rekreacji (60%) oraz potrzebą poznania kultury tego regionu (33,3%).

Turyści podczas pobytu w korzystają przede wszystkim z zabiegów (10,3%) oraz porad medycznych (8,6%). Często spacerują (5,2%), uprawiają turystykę przyrodniczą (5,2%), wypoczywają nad wodą (5,2%), a także zwiedzają zabytkowe obiekty i miejscowości (5,2%). Nieco mniejsza grupa badanych dodatkowo deklaruje korzystanie z zabiegów kosmetycznych (3,4%), wypoczynek u rodziny (3,4%), zaopatrywanie się w wysokiej jakości rodzime produkty (3,4%), zwiedzanie muzeów, galerii (3,4%), amatorskie uprawianie sportów motorowych (3,4%), udział w uroczystościach rodzinnych (3,4%), robienie zakupów dla przyjemności (3,4%), (tab. 54).

Analizy wskazują, iż niszowy uczestnik turystyki zdrowotnej w województwie podlaskim to mieszkaniec województwa podlaskiego lub mazowieckiego. W przypadku obcokrajowców głównie Wielkiej Brytanii. Zamieszkuje miasto powyżej 50 tys. mieszkańców oraz wsi. Jest to głównie kobieta w przedziale wiekowym od 45 do 64 lat, z wykształceniem wyższym, samozatrudniona lub utrzymująca się z rolnictwa. Jej dochód przypadający na osobę w rodzinie z dziećmi kształtuje się w granicach do 1999 zł.



Rys. 57. Niszowy uczestnik turystyki zdrowotnej w województwie podlaskim

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ankietowych wśród odwiedzających województwo podlaskie.

Województwo podlaskie odwiedza po raz kolejny z noclegiem. W regionie spędza 5 i więcej dni. Wyjazd turystyczny organizuje samodzielnie, przy wykorzystaniu samochodu osobowego. Podczas pobytu korzysta z noclegu u rodziny i znajomych lub w ośrodku wczasowym. Jej źródłem informacji o regionie są krewni i znajomi i własne doświadczenie z poprzednich wizyt. Podczas pobytu w regionie czas spędza na korzystaniu z zabiegów i porad medycznych, spacerując i uprawiając turystykę przyrodniczą. Chętnie również plażuje i zażywa kąpiele wodnych oraz zwiedza zabytkowe obiekty i miejscowości. Jej wydatki związane z pobytem w regionie kształtują się w granicach do 199 zł w przeliczeniu na osobodzień (rys. 57).

9.3.3. Uczestnicy turystyki biznesowej

■ Wśród odwiedzających, którzy uprawiają turystykę biznesową najliczniejszą grupę stanowią kobiety (64,7%). Odwiedzający województwo podlaskie w celach biznesowych to osoby w wieku od 35 do 44 lat (47,1%). Nieco mniejszą grupę stanowią badani w wieku od 25 do 34 lat (23,5%). Posiadają oni wykształcenie wyższe (76,5%), zamieszkują miasta od 20 do 50 tys. mieszkańców (23,5%) oraz od 100 do 500 tys. mieszkańców (23,5%). W większości odwiedzający biznesowi przyjeżdżający do województwa podlaskiego to mieszkańcy Polski (82,4%) z województwa mazowieckiego (35,3%), podlaskiego (23,5%) oraz warmińsko-mazurskiego (17,6%). Turyści zagraniczni to obywatele Białorusi (5,9%), Rosji (5,9%) oraz Litwy (5,9%). Większość z nich zamieszkuje obszary oddalone od 101 do 200 km od miejsca pobytu (35,3%) oraz do 50 km (23,5%). Do regionu w celach biznesowych przybywają również osoby mieszkające w odległości od 301 do 500 km (17,6%). Badani to aktywni zawodowo pracownicy (64,7%) oraz pracujący wykonujący wolny zawód (11,8%). Ich status to rodzina z dziećmi (52,9%) lub rodzin dwuosobowa (23,5%), (tab. 55).

Tabela 55. Charakterystyka uczestników turystyki biznesowej

TURYSTYKA BIZNESOWA	
Płeć: kobieta – 64,7%, mężczyzna – 35,3%	Sposób organizacji podróży: zakład pracy – 82,4%
Wiek: 35-44 lat – 47,1%, 25-34 lata – 23,5%	Środek transportu: samochód osobowy – 44,4%, autobus/bus – 27,8%
Miejsce zamieszkania: – Polska (82,4%): mazowieckie – 35,3%, podlaskie – 23,5%, warmińsko-mazurskie – 17,6% – Białoruś – 5,9%, Rosja – 5,9%, Litwa – 5,9%	Odległość od miejsca zamieszkania: 101-200 km – 35,3%, do 50km – 23,5%, 301-500 km – 17,6%
Wykształcenie: wyższe – 76,5%	Zakwaterowanie: hotel – 33,3%, pokoje gościnne – 5,6%, pensjonat – 5,6%, nocleg u rodziny, znajomych – 5,6%
Miejsce zamieszkania: miasto 20-50 tys. – 23,5%, miasto 100-500 tys. – 23,5%	Źródło informacji o regionie: własne doświadczenia z poprzednich wizyt – 33,3%, krewni i znajomi – 14,3%
Aktywność zawodowa: pracownik – 64,7%, wolny zawód – 11,8%	Częstotliwość wizyt w regionie w ciągu roku: – z noclegiem (58,8%): 1 raz – 29,4%, 2 razy – 11,8% – bez noclegu (52,9%): 5 razy – 17,6%, 2 razy – 11,8%, powyżej 10 razy – 11,8%
Status rodzinny: rodzina z dziećmi – 52,9%, rodzina dwuosobowa – 23,5%	Długość pobytu w regionie: 2-4 dni – 58,8%, 1 dzień (bez noclegu) – 41,2%
Dochód na osobę: 1000-1999 zł – 35,3%, 2000-2999 zł – 35,5%	Wydatki związane z pobytem w regionie (osobodzień): 1-49 zł – 35,3%, 300-399 zł – 23,5%, 50-99 zł – 17,6%
Cele uzupełniające wyjazdu turystycznego: – wypoczynkowy – 35,3% – przejazd tranzytowy – 17,6% – kulturowy – 29,4% – wizyta u krewnych i znajomych – 5,9%	Formy aktywności turystycznej realizowane w trakcie pobytu w regionie: – różnorodne działania biznesowe – 18,4% – delegacja – 15,8% – udział w konferencjach, seminariach – 13,2% – poszukiwanie partnerów biznesowych, nawiązywanie kontaktów – 10,5% – spacer – 10,5% – zwiedzanie zabytkowych obiektów, miejscowości – 7,9% – udział w imprezach kulturalnych – 5,3%

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ankietowych wśród odwiedzających województwo podlaskie.

Z badań wynika, że to zakład pracy jest organizatorem podróży biznesowej (82,4%), a środkiem transportu wykorzystywanym przez odwiedzających jest samochód osobowy (44,4%) oraz autobus (27,8%). Dominującym źródłem informacji o województwie podlaskim wśród odwiedzających biznesowych jest własne doświadczenia z poprzednich wizyt (33,3%), jak również informacje uzyskiwane od krewnych i znajomych (14,3%).

Większość (58,8%) odwiedzających biznesowych deklaruje, że przyjeżdża do województwa podlaskiego już drugi (29,4%) lub trzeci (11,8%) raz w 2014 roku, korzystając przy tym z noclegu. Liczna grupa (52,9%) wskazuje również wielokrotne przyjazdy do regionu na jeden dzień bez noclegu – 6 raz (17,6%), 3 raz (11,8%) oraz ponad 11 razy (11,8%). Pobyt większości respondentów trwa od 2 do 4 dni (58,8%). Zidentyfikowano też liczną grupę przebywających jeden dzień bez noclegu (41,2%).

Najpopularniejszymi formami zakwaterowania wybieranymi przez odwiedzających biznesowych są: hotel (33,3%), pensjonat (5,6%), pokoje gościnne (5,6%) oraz nocleg u rodziny i znajomych (5,6%).

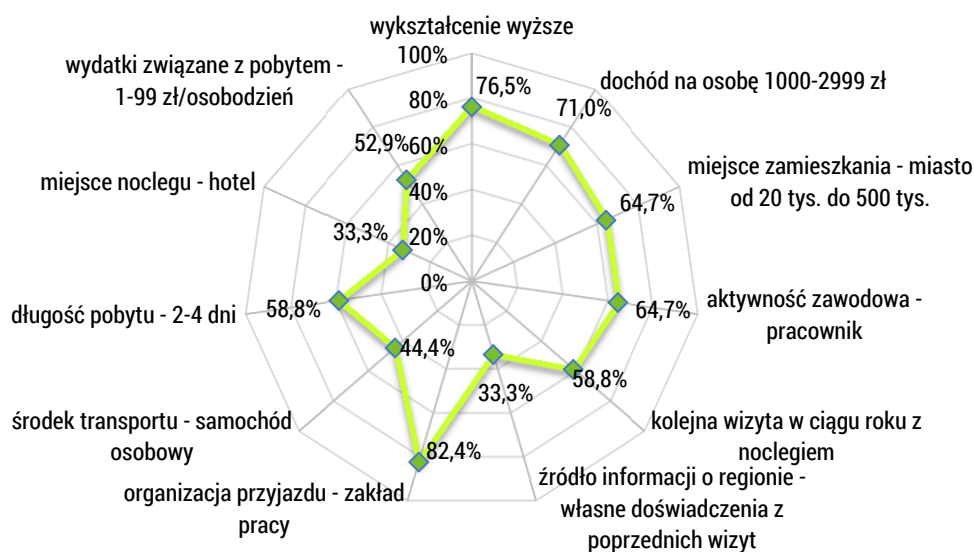
Miesięczny dochód na osobę wśród respondentów wynosi od 1000 do 1999 zł (35,5%) oraz od 2000 do 2999 zł (35,5%). Natomiast ich wydatki na osobę, na dzień pobytu w regionie plasują się na poziomie od 1 do 49 zł (35,3%), oraz od 300 do 399 zł (23,5%) i od 50 do 99 zł (17,6%).

Oprócz głównego motywu biznesowego, turyści wybierają województwo podlaskie ze względu na możliwość wypoczynku (35,3%) oraz chęć poznania kultury tego obszaru (29,4%). Wśród badanych pojawiły się również osoby, które były tu przejazdem (17,6%).

Najpopularniejszą formą aktywności odwiedzających biznesowych były różnorodne działania biznesowe (18,4%), delegacje (15,8%), udział w konferencjach, seminariach (13,2%) oraz poszukiwanie partnerów biznesowych, nawiązywanie kontaktów (10,5%). Chętnie zwiedzali również zabytkowe obiekty, miejscowości (7,9%), a także brali udział w imprezach kulturalnych (5,3%).

Z przeprowadzonych analiz wynika, że niszowy uczestnik turystyki biznesowej w województwie podlaskim to mieszkaniec województwa mazowieckiego lub podlaskiego. W przypadku obcokrajowców głównie mieszkaniec Białorusi, Litwy lub Rosji. Zamieszkuje on miasto od 20 do 500 tys. mieszkańców. Jest to głównie kobieta w przedziale wiekowym od 25 do 44 lat, z wykształceniem wyższym, zatrudniona na stanowisku pracownika szeregowego. Jej dochód przypadający na osobę w rodzinie z dziećmi kształtuje się w granicach od 1000 do 2999 zł.

Województwo podlaskie odwiedza po raz kolejny z noclegiem. W regionie spędza 2-4 dni. Wyjazd turystyczny organizowany jest przez zakład pracy. Do miejsca docelowego dociera przy wykorzystaniu samochodu osobowego. Podczas pobytu korzysta z noclegu w hotelu. Jej źródłem są własne doświadczenia z poprzednich wizyt. Podczas pobytu w regionie podejmuje różnorodne działania biznesowe, bierze udział w konferencjach i seminariach oraz poszukuje partnerów biznesowych i nawiązuje kontakty. W czasie wolnym spaceruje i zwiedza zabytkowe obiekty. Jej wydatki związane z pobytem w regionie kształtują się w granicach do 99 zł w przeliczeniu na osobodzień (rys. 58).



Rys. 58. Niszowy uczestnik turystyki biznesowej w województwie podlaskim

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ankietowych wśród odwiedzających województwo podlaskie.

9.3.4. Uczestnicy turystyki na obszarach wiejskich

■ Wśród osób preferujących uprawianie turystyki na obszarach wiejskich nieznacznie większość stanowią kobiety (54,1%). Odwiedzający to głównie osoby w wieku od 35 do 44 lat (31,1%). Nieco mniej liczne grupy stanowią osoby młodsze wieku od 25 do 34 lat (19,3%) oraz osoby w wieku od 45 do 54 lat (20%). Dominują osoby z wykształceniem wyższym (58,5%), pozostali badani posiadają wykształcenie średnie (16,3%) oraz wykształcenie policealne (15,6%). Prawie połowa odwiedzających (44,4%) to pracownicy szeregowi. Drugą najczęściej wymienianą wśród badanych aktywność zawodową stanowi samozatrudnienie (14,8%), kolejną – praca na stanowisku kierowniczym (10,4%). Większość odwiedzających to rodziny z dziećmi (43,7%). Liczną grupę stanowią również rodziny dwuosobowe (28,9%), (tab. 56).

Największą grupę wśród badanych stanowią Polacy (79,3%), mieszkańcy województw: mazowieckiego (22,2%), podlaskiego (13,3%) oraz warmińsko-mazurskiego (11,1%). Odwiedzający zagraniczni to obywatele Niemiec (8,1%), Litwy (4,4%), a także Białorusi (3,7%). Większość badanych pochodzi z miast liczących od 100-500 tys. mieszkańców (27,4%). Dużą grupę stanowią również osoby z miast od 50 do 100 tysięcy mieszkańców (20,7%) oraz ponad 500 tysięcy (20,7%). Miejsca zamieszkania respondentów oddalone są od miejsca pobytu turystycznego od 101 do 200 km (17,8%), od 201 do 300 km (23,7%) oraz od 501 do 700 km (17,0%).

Tabela 56. Charakterystyka uczestników turystyki na obszarach wiejskich

TURYSTYKA NA OBSZARACH WIEJSKICH	
Płeć: kobieta – 54,1%, mężczyzna – 45,9%	Sposób organizacji podróży: samodzielnie – 97,0%
Wiek: 35-44 lat – 31,1%, 45-54 lata – 20,0%, 25-34 lata – 19,3%	Środek transportu: samochód osobowy – 57,0%, rower – 14,5%
Miejsce zamieszkania: – Polska (79,3%): mazowieckie – 22,2%, podlaskie – 13,3%, warmińsko-mazurskie – 11,1% – Niemcy – 8,1%, Litwa – 4,4%, Białoruś – 3,7%	Odległość od miejsca zamieszkania: 201-300 km – 23,7%, 101-200 km – 17,8%, 501-700 km – 17,0%
Wykształcenie: wyższe – 58,5%, średnie – 16,3%, policalne – 15,6%	Zakwaterowanie: gospodarstwo agroturystyczne – 94,4%
Miejsce zamieszkania: miasto 100-500 tys. – 27,4%, 50-100 tys. – 20,7%, ponad 500 tys. – 20,7%	Źródło informacji o regionie: krewni i znajomi – 27,8%, własne doświadczenia z poprzednich wizyt – 17,0%, portal turystyczny – 16,2%, przewodniki – 12,9%
Aktywność zawodowa: pracownik – 44,4%, samozatrudnienie – 14,8%, stanowisko kierownicze – 10,4%	Częstotliwość wizyt w regionie w ciągu roku: – z noclegiem (83,7%): 1 raz – 61,5%, 2 razy – 17,0% – bez noclegu (7,4%): 1 raz – 3,0%, 2 razy – 2,2%, 3 razy – 1,5%
Status rodzinny: rodzina z dziećmi – 43,7%, rodzina dwuosobowa – 28,9%	Długość pobytu w regionie: 2-4 dni – 40,7%, 5-7 dni – 33,3%
Dochód na osobę: 1000-1999 zł – 36,3%, 0-999 zł – 16,3%, 2000-2999 zł – 13,3%	Wydatki związane z pobytem w regionie (osobodzień): 1-49 zł – 33,3%, 500-999 zł – 12,6%, 100-149 zł – 10,4%, 50-99 zł – 9,6%, 200-299 zł – 9,6%
Cele uzupełniające wyjazdu turystycznego:	Formy aktywności turystycznej realizowane w trakcie pobytu w regionie:
– wypoczynkowy – 91,1% – turystyka kwalifikowana i rekreacja – 65,2% – kulturowy – 43,0% – religijny – 19,3% – wizyta u krewnych i znajomych – 17,0% – edukacyjny – 0,7%	– spacerowanie – 15,0% – plażowanie i kąpiele – 15,0% – amatorskie uprawianie sportów wodnych (żeglarstwo, kajak) – 9,4% – zwiedzanie zabytkowych obiektów, miejscowości – 10,1% – turystyka rowerowa – 7,5% – zwiedzanie obiektów sakralnych – 5,2% – zwiedzanie muzeów, galerii – 3,8% – udział w spotkaniach towarzyskich – 3,5% – turystyka piesza – 3,3% – turystyka przyrodnicza – 3,1% – wędkarstwo – 3,1% – nordic walking – 2,1%

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ankietowych wśród odwiedzających województwo podlaskie.

Respondenci samodzielnie organizują swój wyjazd (97%), przy wykorzystaniu samochodu osobowego (57%) oraz roweru (14,5%), a za bazę noclegową służą im gospodarstwa agroturystyczne (94,4%). Źródłami informacji o regionie są krewni i znajomi (27,8%), własne doświadczenia z poprzednich podróży (17%), portale turystyczne (16,2%) oraz przewodniki turystyczne (12,9%).

Miesięczny dochód na osobę wśród badanych wynosi w głównej mierze od 1000 do 1999 zł (36,6%), do 999 zł (16,3%) oraz od 2000 do 2999 zł (13,3%). Wydatki ponoszone przez jednego badanego w ciągu dnia podczas pobytu w regionie to do 49 zł (33,3%), 500-999 zł (12,6%), 100-149 zł (10,4%), 50-99 zł (9,6%) i 200-299 zł (9,6%).

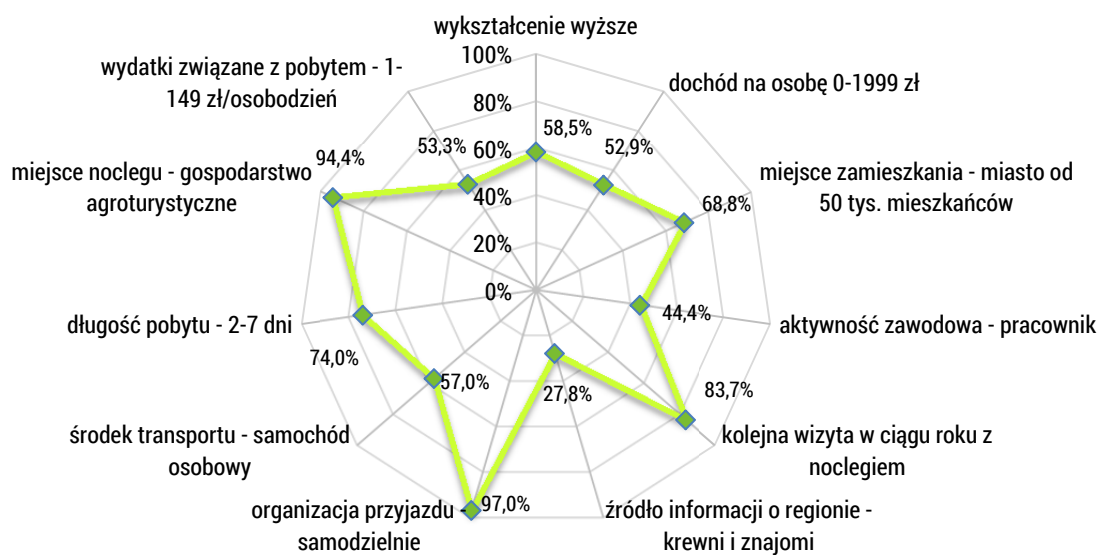
Odwiedzający deklarują, że będąc w regionie korzystają z noclegu (83,7%), co najmniej już drugi raz w ciągu 2014 roku (61,5%). Długość ich pobytu w regionie waha się od 2 do 4 dni dla 40,7% oraz od 5 do 7 dni pobytu dla 33,3% badanych.

Turyści wybierając województwo podlaskie kierują się również celami wypoczynkowymi (91,1%), możliwością uprawiania turystyki kwalifikowanej i rekreacji (65,2%) oraz możliwością poznawania kultury regionu (43,0%). Pewna grupa badanych kieruje się również celami religijnymi (19,3%) oraz wizytą u krewnych i znajomych (17%).

Najpopularniejszą formą aktywności wśród badanych z tego segmentu są spacerowanie (15%) oraz kąpielanie (15%). Turyści ci amatorsko uprawiają sporty wodne (9,4%), zwiedzają zabytkowe obiekty (10,1%), uprawiają turystykę rowerową (7,5%), zwiedzają obiekty sakralne (5,2%), muzea, galerie (3,8%) oraz uczestniczą w spotkaniach towarzyskich (3,5%). Dodatkowo nieliczni uprawiają również turystykę pieszą (3,3%), przyrodniczą (3,1%), wędkarstwo (3,1%), a także nordic walking (2,1%), (tab. 56).

Podsumowując, na podstawie przeprowadzonych badań, należy stwierdzić, że niszowy uczestnik turystyki na obszarach wiejskich w województwie podlaskim to mieszkaniec województwa mazowieckiego, podlaskiego lub warmińsko-mazurskiego. W przypadku obcokrajowców to głównie Niemiec. Zamieszkuje miasto powyżej 50 tys. mieszkańców. To osoba w przedziale wiekowym od 35 do 54 lat, z wykształceniem wyższym, zatrudniona na stanowisku pracownika szeregowego. Jej dochód przypadający na osobę w rodzinie z dziećmi kształtuje się w granicach do 1999 zł.

Województwo podlaskie odwiedza po raz kolejny z noclegiem. W regionie spędza 2-7 dni. Wyjazd turystyczny organizuje samodzielnie, a na miejsce wypoczynku dociera samochodem osobowym. Podczas pobytu uczestnik turystyki na obszarach wiejskich korzysta z noclegu w gospodarstwie agroturystycznym. Źródłem informacji dla niego są krewni i znajomi oraz własne doświadczenie z poprzednich wizyt. Podczas pobytu w regionie czas spędza na spacerach, kąpielaniu i kąpielach, amatorskim uprawianiu sportów wodnych (żeglarstwo, kajak), zwiedzaniu zabytkowych obiektów, miejscowości oraz uprawianiu turystyki rowerowej. Jego wydatki związane z pobytem w regionie kształtują się w granicach do 149 zł w przeliczeniu na osobodzień (rys. 59).



Rys. 59. Niszowy uczestnik turystyki na obszarach wiejskich w województwie podlaskim

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ankietowych wśród odwiedzających województwo podlaskie.

9.3.5. Uczestnicy turystyki zakupowej

■ Wśród osób preferujących uprawianie turystyki zakupowej nieznaczną większość stanowią kobiety (52,4%). Odwiedzający województwo podlaskie w celach zakupowych to osoby w wieku od 35 do 44 lat (31,7%). Nieco mniejszą grupę stanowią badani w wieku od 45-54 lat (23,8%) oraz od 25 do 34 lat (15,9%). Posiadają oni wykształcenie średnie (41,3%) wyższe (25,4%) lub zawodowe (20,6%). Zamieszkują miasta od 50 do 100 tys. mieszkańców (31,7%) oraz od 20 do 50 tys. mieszkańców (22,2%). Odwiedzający w celach zakupowych przyjeżdżający do województwa podlaskiego to mieszkańcy Polski (41,3%) z województwa podlaskiego (23,8%) i mazowieckiego (7,9%). Ponad połowę uczestników turystyki zakupowej stanowili także turyści zagraniczni, w szczególności z Białorusi (25,4%) oraz Litwy (22,2%). Większość z nich zamieszkuje obszary oddalone od 201 do 300 km od miejsca pobytu (20,6%), od 51 do 100 km (20,6%) oraz od 101 do 200 km (19,0%). Badani to aktywni zawodowo pracownicy (52,4%), uczniowie i studenci (12,7%) oraz samozatrudnieni (9,5%). Ich status to rodzina z dziećmi (60,3%) lub rodzin dwuosobowa (31,7%), (tab. 57).

Tabela 57. Charakterystyka uczestników turystyki zakupowej

TURYSTYKA ZAKUPOWA	
Płeć: kobieta – 52,4%, mężczyzna – 47,6%	Sposób organizacji podróży: samodzielnie – 96,8%
Wiek: 35-44 lata – 31,7%, 45-54 lata – 23,8%, 25-34 lata – 15,9%	Środek transportu: samochód osobowy – 80,0%, autokar – 6,2%
Miejsce zamieszkania: – Polska (41,3%): podlaskie – 23,8%, mazowieckie – 7,9%, warmińsko-mazurskie – 3,2%, pomorskie – 3,2% – Białoruś – 25,4%, Litwa – 22,2%	Odległość od miejsca zamieszkania: 201-300 km – 20,6%, 51-100 km – 20,6%, 101-200 km – 19,0%, do 50km – 17,5%, 301-500 km – 9,5%
Wykształcenie: średnie – 41,3%, wyższe – 25,4%, zawodowe – 20,6%	Zakwaterowanie: hotel – 17,9%, pokoje gościnne – 9,0%, gospodarstwo agroturystyczne – 9,0%, ośrodek wczasowy – 9,0%, nocleg u rodziny, znajomych – 6,0%
Miejsce zamieszkania: miasto 50-100 tys. – 31,7%, miasto 20-50 tys. – 22,2%, miasto 100-500 tys. – 17,5%	Źródło informacji o regionie: własne doświadczenia z poprzednich wizyt – 32,6%, krewni i znajomi – 17,9%, portale turystyczne – 16,8%
Aktywność zawodowa: pracownik – 52,4%, uczeń/student – 12,7%, samozatrudnienie – 9,5%	Częstotliwość wizyt w regionie w ciągu roku: – z noclegiem (44,4%): 1 raz – 28,6%, 3 razy – 7,9% – bez noclegu (52,4%): 1 raz – 14,3%, 3 razy – 12,7%, 2 razy – 7,9%, 5 razy – 4,8%
Status rodzinny: rodzina z dziećmi – 60,3%, rodzina dwuosobowa – 31,7%	Długość pobytu w regionie: 1 dzień (bez noclegu) – 46,0%, 2-4 dni – 34,9%
Dochód na osobę: 1000-1999 zł – 42,9%, 2000-2999 zł – 12,7%, 3000-3999 zł – 11,1%	Wydatki związane z pobytem w regionie (osobodzień): 1-49 zł – 20,6%, 50-99 zł – 15,9%, 100-149zł – 11,1%, 500-999 zł – 11,1%, 1000-1499 zł – 11,1%, 300-399 zł – 9,5%, 200-299 zł – 7,9%
Cele uzupełniające wyjazdu turystycznego:	Formy aktywności turystycznej realizowane w trakcie pobytu w regionie:
– wypoczynkowy – 76,2% – turystyka kwalifikowana i rekreacja – 7,9% – kulturowy – 7,9% – wizyta u krewnych i znajomych – 6,3% – przejazd tranzytowy – 1,6%	– robienie zakupów ze względu na atrakcyjność cen i asortymentu – 18,8% – robienie zakupów dla przyjemności – 13,0% – zwiedzanie zabytkowych obiektów, miejscowości – 8,3% – zaopatrywanie się w wysokiej jakości rodzime produkty podlaskie – 7,3% – spacer – 7,3% – korzystanie z usług aquaparków, basenów, kortów tenisowych, pól golfowych – 4,7% – zwiedzanie obiektów sakralnych – 4,7%

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ankietowych wśród odwiedzających województwo podlaskie.

Z badań wynika, iż samodzielnie organizują swój wyjazd turystyczny (96,4%), a środkiem transportu wykorzystywanym przez nich jest samochód osobowy (80,0%). Dominującym źródłem informacji o województwie podlaskim wśród odwiedzających zakupowych jest własne doświadczenia z poprzednich wizyt (32,6%), jak również informacje uzyskiwane od krewnych i znajomych (17,9%).

Większość (52,4%) odwiedzających zakupowych deklaruje, iż przyjeżdża do województwa podlaskiego już drugi (14,3%), trzeci (7,9%) lub 4 raz (12,7%) raz w 2014 roku, nie korzystając przy tym z noclegu. Liczna grupa (44,4%) wskazuje również przyjazdy do regionu na dłuższe pobyty z noclegiem – 2 raz (28,6%) oraz 4 raz (7,9%). Pobyt większości respondentów trwa 1 dzień bez noclegu (46,0%). Zidentyfikowano też liczną grupę przebywających od 2 do 4 dni (34,9%).

Najpopularniejszymi formami zakwaterowania wybieranymi przez odwiedzających w celach zakupowych są: hotel (17,9%), pokoje gościnne (9,0%), gospodarstwo agroturystyczne (9,0%), ośrodek wczasowy (9,0%), oraz nocleg u rodziny i znajomych (6,0%).

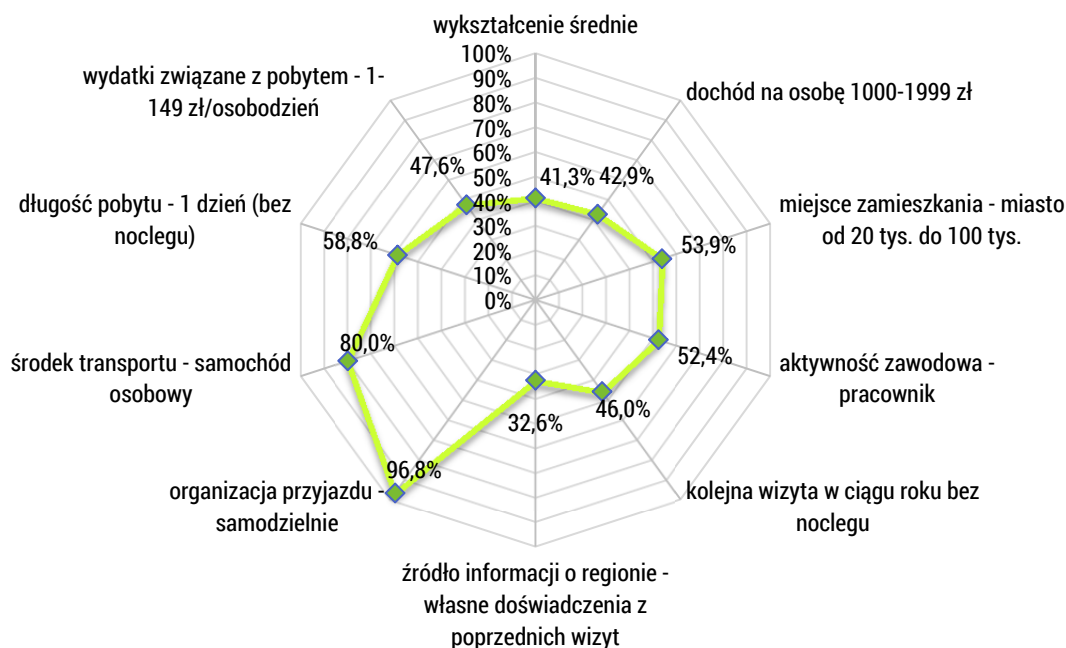
Dochód na osobę na miesiąc wśród respondentów wynosi od 1000 do 1999 zł (42,9%) oraz od 2000 do 2999 zł (12,7%). Natomiast ich wydatki na osobę na dzień podczas pobytu w regionie plasują się na poziomie od 1 do 49 zł (20,6%), oraz od 50 do 99 zł (15,9%), od 100 do 149 zł (11,1%), do 500 do 999 zł (11,1%), od 1000 do 1499 zł (11,1%).

Oprócz motywu zakupowego, turyści wybierają województwo podlaskie ze względu na możliwość wypoczynku (76,2%), a także chęć uprawiania turystyki kwalifikowanej i rekreacji (7,9%) oraz poznania kultury tego obszaru (29,4%). Wśród badanych pojawiły się również osoby, które były przejazdem w regionie (1,6%).

Najpopularniejszą formą aktywności odwiedzających zakupowych było robienie zakupów ze względu na atrakcyjność cen i asortymentu (18,8%), robienie zakupów dla przyjemności (13,0%) i zaopatrywanie się w wysokiej jakości rodzime produkty podlaskie (7,3%). Chętnie również spacerowali (7,3%), zwiedzali zabytkowe obiekty, miejscowości (8,3%), a także korzystali z usług aquaparków, basenów, kortów tenisowych, pól golfowych (4,7%).

Z przeprowadzonych analiz wynika, że niszowy uczestnik turystyki zakupowej w województwie podlaskim to mieszkaniec województwa podlaskiego, a wśród obcokrajowców głównie obywatele Białorusi i Litwy. Zamieszkuje on miasto od 20 do 100 tys. mieszkańców. Jest to osoba w przedziale wiekowym od 35 do 54 lat, z wykształceniem średnim, zatrudniona na stanowisku pracownika szeregowego. Jej dochód przypadający na osobę w rodzinie z dziećmi kształtuje się w granicach od 1000 do 1999 zł.

Województwo podlaskie odwiedza po raz kolejny bez noclegu spędzając w regionie 1 dzień. Wyjazd turystyczny organizuje samodzielnie, docierając do miejsca docelowego samochodem osobowym. Jego źródłem informacji jest dla niego własne doświadczenie z poprzednich wizyt. Podczas pobytu w regionie robi zakupy ze względu na atrakcyjność cen i asortymentu, a także dla przyjemności i zaopatruje się w wysokiej jakości rodzime produkty podlaskie. Jego wydatki związane z pobytem w regionie kształtują się w granicach do 149 zł w przeliczeniu na osobodzień (rys. 60).



Rys. 60. Niszowy uczestnik turystyki zakupowej w województwie podlaskim

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ankietowych wśród odwiedzających województwo podlaskie.

9.3.6. Uczestnicy turystyki tranzytowej

■ Wśród osób wskazujących przejazd tranzytowy, jako formę odwiedzin na terenie województwa podlaskiego, większość badanych stanowią mężczyźni (90,9%). Są to odwiedzający w wieku od 45 do 54 lat (45,5%). Mniejszą grupę stanowią osoby młodsze w wieku od 25 do 34 lat (22,7%) oraz w wieku od 35 do 45 lat (22,7%).

Ponad połowa badanych wyjazd organizuje samodzielnie (59,1%). Równie licznej grupie wyjazd organizuje zakład pracy (40,9%). Badani poruszają się samochodem osobowym (45,5%) oraz samochodem ciężarowym (36,4%).

Segment ten stanowią głównie Polacy (36,4%) z województwa mazowieckiego (22,7%) oraz Litwini (31,8%), Białorusini (18,2%) i Rosjanie (9,1%). Mieszkają głównie w miastach od 20 do 50 tys. mieszkańców (54,5%). Nieco mniejszą grupę stanowią odwiedzający z miast od 50 do 100 tys. mieszkańców (18,2%) oraz od 100 do 500 tys. mieszkańców (13,6%). Odległość od miejsca zamieszkania do miejsca pobytu, jaką przebywają odwiedzający wynosi od 201 do 300 km (36,4%) oraz od 101 do 200 km (27,3%) i od 301 do 500 km (27,3%), (tab. 58).

Tabela 58. Charakterystyka uczestników turystyki tranzytowej

TURYSTYKA TRANZYTOWA	
Płeć: mężczyzna – 90,9%, kobieta – 9,1%	Sposób organizacji podróży: samodzielnie – 59,1%, zakład pracy – 40,9%
Wiek: 45-54 lata – 45,5%, 25-34 lata – 22,7%, 35-44 lat – 22,7%	Środek transportu: samochód osobowy – 45,5%, samochód ciężarowy – 36,4%
Miejsce zamieszkania: – Polska (36,4%): mazowieckie – 22,7% – Litwa – 31,8%, Białoruś – 18,2%, Rosja – 9,1%	Odległość od miejsca zamieszkania: 201-300 km – 36,4%, 101-200 km – 27,3%, 301-500 km – 27,3%
Wykształcenie: zawodowe – 50,0%, średnie – 31,8%	Zakwaterowanie: motel – 18,2%, w samochodzie – 9,1%, pole namiotowe – 4,5%
Miejsce zamieszkania: miasto 20-50 tys. – 54,5%, 50-100 tys. – 18,2%, 100-500 tys. – 13,6%	Źródło informacji o regionie: własne doświadczenia z poprzednich wizyt – 62,5%
Aktywność zawodowa: pracownik – 77,3%, stanowisko kierownicze – 13,6%	Częstotliwość wizyt w regionie w ciągu roku: – z noclegiem (54,5%): 1 raz – 18,2%, 2 razy – 13,6% – bez noclegu (86,4%): 1 raz – 40,9%, 3 razy – 13,6%, 10 razy – 13,6%
Status rodzinny: rodzina z dziećmi – 36,4%, rodzina dwuosobowa – 31,8%, singiel – 31,8%	Długość pobytu w regionie: 1 dzień (bez noclegu) – 68,2%, 2-4 dni – 31,8%
Dochód na osobę: 2000-2999 zł – 45,5%, 1000-1999 zł – 40,9%	Wydatki związane z pobytem w regionie (osobodzień): 1-49 zł – 54,5%, 300-399 zł – 18,2%, 50-99 zł – 13,6%
Cele uzupełniające wyjazdu turystycznego:	Formy aktywności turystycznej realizowane w trakcie pobytu w regionie:
– wypoczynkowy – 36,4% – kulturowy – 45,5% – religijny – 18,2% – biznesowy – 13,6% – wizyta u krewnych i znajomych – 4,5%	– tranzyt – 44,9% – zwiedzanie zabytkowych obiektów, miejscowości – 32,1% – spacer – 25,0% – zwiedzanie obiektów sakralnych – 14,3% – robienie zakupów ze względu na atrakcyjność cen i asortymentu – 7,1% – delegacja – 7,1% – plażowanie i kąpiele – 3,6% – zwiedzanie muzeów, galerii – 3,6%

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ankietowych wśród odwiedzających województwo podlaskie.

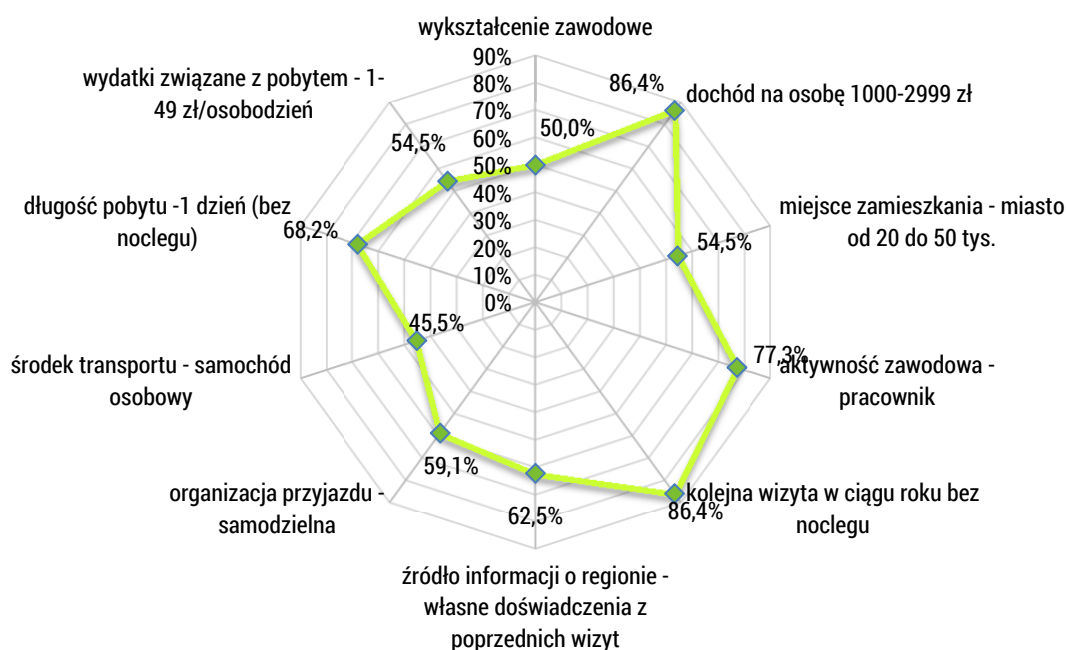
Połowa badanych legitymuje się wykształceniem zawodowym. Nieco mniejsza grupa wykształceniem średnim (31,8%). Większość respondentów (77,3%) to pracownicy, tylko nieliczni deklarują, że zajmują stanowiska kierownicze (13,6%). Status odwiedzających to rodziny z dziećmi (36,4%), rodziny dwuosobowe (31,8%) oraz single (31,8%).

W przypadku tego segmentu dochód na osobę wynosi zazwyczaj od 2000 do 2999 zł (45,5%) oraz od 1000 do 1999 zł (40,9%). Dienne wydatki związane z pobytem w regionie wynoszą głównie od 1 do 49 złotych na osobodzień (54,5%). Mniejszą grupę stanowią respondenci deklarujący wydatki na poziomie od 300 do 399 zł (18,2%) oraz od 50 do 99 zł (13,6%).

Wśród odwiedzających, jako miejsce zakwaterowania popularnością cieszy się motel (18,2%). Przedstawiciele tego segmentu często również decydują się na nocleg w samochodzie (9,1%) oraz na polu namiotowym (4,5%). Za główne źródło informacji o regionie uznają własne doświadczenia z poprzednich wizyt (62,5%).

Zazwyczaj podczas pobytu w regionie odwiedzający nie korzystają z noclegu (86,4%). W 2014 roku jest to ich druga (40,9%), czwarta (13,6%) lub kolejna z rzędu wizyta tego typu. Pobyt z noclegiem wskazuje natomiast 54,5% badanych, dla których jest to druga (18,2%) lub trzecia (13,6%) wizyta. Pobyt w przypadku 68,2% badanych ogranicza się do 1 dnia. Znacznie mniejszą grupę stanowią badani przebywający w regionie od 2 do 4 dni (31,8%).

Oprócz głównego celu, czyli przejazdu tranzytowego, odwiedzający wymieniali cel wypoczynkowy (36,4%), kulturowy (45,5%) oraz religijny (18,2%). Formami aktywności realizowanymi w trakcie ich pobytu jest przede wszystkim tranzyt (44,9%), ale także zwiedzanie zabytkowych obiektów, miejscowości (32,1%), spacer (25%) oraz zwiedzanie obiektów sakralnych (14,3%) (tab. 58).



Rys. 61. Niszowy uczestnik turystyki tranzytowej w województwie podlaskim

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ankietowych wśród odwiedzających województwo podlaskie.

Z przeprowadzonych analiz wynika, że niszowy uczestnik turystyki tranzytowej w województwie podlaskim to mieszkaniec województwa mazowieckiego. W przypadku obcokrajowców jest to obywatel Litwy

lub Białorusi. Zamieszkuje miasto od 20 do 50 tys. mieszkańców. Jest to głównie mężczyzna w przedziale wiekowym od 25 do 54 lat, z wykształceniem zawodowym. Wykonuje pracę na stanowisku pracownika szeregowego. Jego dochód przypadający na osobę w rodzinie kształtuje się w granicach 1000-2999 zł.

Województwo podlaskie odwiedza po raz kolejny nie korzystając z noclegu, przebywając 1 dzień. Wyjazd organizuje samodzielnie, a także przez zakład pracy. Źródło informacji o regionie stanowią dla niego własne doświadczenie z poprzednich wizyt. W regionie przebywa ze względu na przejazd tranzytowy. Podczas niego okazjonalnie zwiedza zabytkowe obiekty i miejscowości oraz spaceruje. Jego wydatki związane z pobytem w regionie kształtują się w granicach do 49 zł w przeliczeniu na osobodzień (rys. 61).

9.4. Przyszłościowy odwiedzający województwo podlaskie

Przyszłościowy segment turystyczny określono na podstawie zachowań osób w wieku od 25 do 34 lat. Wyselekcjonowano w tym celu dane z przeprowadzonych badań ankietowych odnoszące się do grupy respondentów w wieku od 25 do 34 lat. Następnie wykorzystując metodę analizy statystycznej określono cechy charakteryzujące omawianą grupę, w szczególności odnoszące się do preferencji i zachowań turystycznych. Uzyskane wyniki, przy założeniu, że respondenci charakteryzują się zachowaniami lojalnościowymi (o czym świadczy fakt, iż po raz kolejny odwiedzają region, tab. 59) uznano za przydatne w procesie przyszłościowego planowania i projektowania oferty turystycznej dla tej grupy odwiedzających.

Grupę przyszłościowych odwiedzających stanowią w równej mierze mężczyźni (51%), jak i kobiety (49%). Dominują osoby z wyższym wykształceniem (64,3%) zamieszkujące duże miasta od 100 do 500 tys. mieszkańców (26,2%) i powyżej (21,0%) położonych w odległości do 100 km (31,9%) do 300 km (33,8%) oraz do 500 km 14,3%. Dominują Polacy (75,2%) z województwa podlaskiego (29,0%), mazowieckiego (18,6%) i warmińsko-mazurskiego (10,5%). Wśród obcokrajowców dominują mieszkańcy Białorusi (5,2%), Litwy (5,2%) oraz Niemiec (3,8%). Zdecydowana większość to pracownicy (59,0%), samozatrudnieni (11,9%) oraz zatrudnieni na stanowiskach kierowniczych (8,6%). Ich status to rodzina dwuosobowa (33,8%), rodzina z dziećmi (29,5%) oraz osoby samotne (20,5%), (tab. 59).

Badani swoją podróż do regionu organizują samodzielnie (94,3%) wykorzystując, jako środek transportu samochód osobowy (62,7%) oraz rower (10,8%). Zdecydowaną większość odwiedzających cechują zachowania lojalnościowe. W 2014 roku odwiedzili region z noclegiem (72,9%), co najmniej jedno- (44,8%) lub dwukrotnie (12,4). Liczną grupę stanowią też odwiedzający wielokrotnie region w roku objętym badaniami (32,9%), ale niekorzystający z noclegu. Obecny pobyt dla większości trwa od 2 do 4 dni (33,8%), od 5 do 7 dni (25,7%), zaś 25,7% tej grupy to odwiedzający bez noclegu.

Status materialny badanych plasuje się na poziomie średnim, 40,0% respondentów deklaruje miesięczne dochody w rodzinie na jedną osobę w przedziale od 1000 do 1999,00 zł, 22,9% badanych deklaruje dochody od 2000 do 2999,00 zł oraz 11, % badanych dochody od 3000 do 3999 zł. Dzielne wydatki związane z pobytem w regionie na osobę 36,2% badanych deklaruje w granicach pomiędzy 1 a 49 zł, zaś 42,8% wyższe,

w tym odpowiednio po 13,3% badanych deklaruje wydatki od 50 do 99 zł oraz od 200 do 299 zł i po 8,1% badanych wydaje od 150 do 199 zł oraz od 300 do 399 zł (tab. 59).

Tabela 59. Charakterystyka przyszłościowego odwiedzającego województwo podlaskie

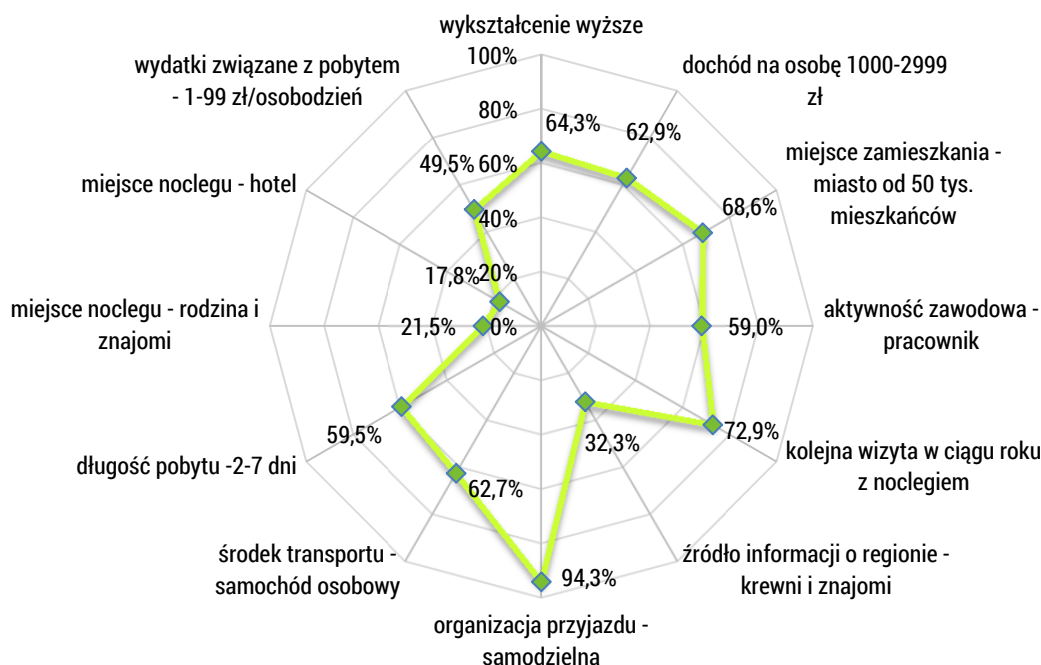
Obecnie osoby w wieku 25-34 lata	
Płeć: mężczyzna – 51,0%, kobieta – 49,0%	Sposób organizacji podróży: samodzielnie – 94,3%
Wykształcenie: wyższe – 64,3%, średnie – 16,7%	Środek transportu: samochód osobowy – 62,7%, rower – 10,8%
Miejsce zamieszkania: – Polska (75,2%): podlaskie – 29,0%, mazowieckie – 18,6%, warmińsko-mazurskie – 10,5% – Białoruś – 5,2%, Litwa – 5,2%, Niemcy – 3,8%	Odległość od miejsca zamieszkania: 101-200 km – 17,1%, 201-300 km – 16,7%, 51-100 km – 16,2%, do 50 km – 15,7%, 301-500 km – 14,3%
Miejsce zamieszkania: miasto 100-500 tys. – 26,2%, miasto 50-100 tys. – 21,4%, powyżej 500 tys. – 21,0%	Zakwaterowanie: nocleg u rodziny, znajomych – 21,5%, hotel – 17,8%, gospodarstwo agroturystyczne – 16,0%, ośrodek wczasowy – 13,5%
Status rodzinny: rodzina dwuosobowa – 33,8%, rodzina z dziećmi – 29,5%, singiel – 20,5%	Źródło informacji o regionie: krewni i znajomi – 32,3%, własne doświadczenia z poprzednich wizyt – 28,3%, portale turystyczne – 12,2%, przewodniki – 7,1%
Aktywność zawodowa: pracownik – 59,0%, samozatrudnienie – 11,9%, stanowisko kierownicze – 8,6%	Cel główny wizyty: wypoczynek – 62,4%
Dochód na osobę: 1000-1999 zł – 40,0%, 2000-2999 zł – 22,9%, 3000-3999 zł – 11,0%	Częstotliwość wizyt w regionie w ciągu roku: – z noclegiem (72,9%): 1 raz – 44,8%, 2 razy – 12,4% – bez noclegu (32,9%): 10 razy – 6,7%, powyżej 10 razy – 5,7%, 1 raz – 5,7%, 3 razy – 4,3%
Cele uzupełniające wyjazdu turystycznego: – wypoczynkowy – 81,0% – turystyka kwalifikowana i rekreacja – 57,1% – kulturowy – 51,4% – wizyta u krewnych i znajomych – 29,0% – religijny – 9,0% – przejazd tranzytowy – 2,4% – biznesowy – 1,9% – edukacyjny – 1,4% – zdrowotny – 1,0%	Długość pobytu w regionie: 2-4 dni – 33,8%, 5-7 dni – 25,7%, 1 dzień (bez noclegu) – 25,7%
	Wydatki związane z pobytem w regionie (osobodzień): 1-49 zł – 36,2%, 50-99 zł – 13,3%, 200-299 zł – 13,3%, 150-199 zł – 8,1%, 300-399 zł – 8,1%
	Formy aktywności turystycznej realizowane w trakcie pobytu w regionie: – spacer – 13,0% – plażowanie i kąpiele – 10,6% – zwiedzanie zabytkowych obiektów, miejscowości – 8,7% – amatorskie uprawianie sportów wodnych (żeglarstwo, kajakarstwo itd.) – 6,0% – turystyka rowerowa – 5,6% – wypoczynek u rodziny – 4,6% – udział w imprezach kulturalnych, koncertach, festiwalach – 4,3% – udział w spotkaniach towarzyskich – 4,3% – zwiedzanie muzeów, galerii – 4,3% – turystyka piesza – 4,1%

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ankietowych wśród odwiedzających województwo podlaskie.

Celem przyjazdu do regionu jest wypoczynek (81%), uprawianie turystyki kwalifikowanej i rekreacji (57,1%) oraz motyw kulturowy (51,4%). Badani preferują głównie plażowanie i kąpiele (10,6%), spacer (13,0%), zwiedzanie zabytkowych obiektów, miejscowości (8,7%), amatorskie uprawianie sportów wodnych (żeglarstwo, kajakarstwo, itd.), (6,0%) oraz turystykę rowerową (5,6%).

Podsumowując, na podstawie przeprowadzonych badań należy stwierdzić, że przyszłościowy uczestnik turystyki w województwie podlaskim to obecnie mieszkaniec województwa podlaskiego, mazowieckiego i warmińsko-mazurskiego. W przypadku obcokrajowców głównie Białorusi, Litwy i Niemiec. Zamieszkuje miasto powyżej 50 tys. mieszkańców. Jest to obecnie osoba w przedziale wiekowym od 25 do 34 lat, posiadająca wykształcenie wyższe, aktywna zawodowo, na stanowisku pracownika szeregowego. Jej obecny dochód przypadający na osobę kształtuje się w granicach 1000-2999 zł.

Województwo podlaskie przyszłościowy uczestnik turystyki odwiedza po raz kolejny z noclegiem. W regionie wypoczywa od 2 do 7 dni. Swoją wyjazd turystyczny organizuje zdecydowanie samodzielnie, przy czym wykorzystywanym przez niego środkiem transportu jest samochód osobowy. Podczas pobytu korzysta z noclegu u rodziny i znajomych oraz z różnorodnego zakwaterowania w hotelu, gospodarstwie agroturystycznym czy też ośrodku wczasowym. Źródłem informacji o regionie jest głównie rodzina i znajomi, a także jego własne doświadczenia i wiedza nabyta podczas poprzednich wizyt. Do regionu przybywa przede wszystkim w celach wypoczynkowych, przy czym w ich trakcie chętnie spaceruje, plażuje, korzysta z kąpielisk oraz zwiedza zabytkowe obiekty i miejscowości. Uprawia również amatorsko sporty wodne. Jego wydatki związane z pobytem w regionie obecnie kształtują się w granicach do 99 zł w przeliczeniu na osobodzień (rys. 62).



Rys. 62. Przyszłościowy uczestnik turystyki w województwie podlaskim

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ankietowych wśród odwiedzających województwo podlaskie.

Podsumowanie

W celach turystycznych do województwa podlaskiego przyjeżdżają w głównej mierze cztery typowe segmenty turystyczne, zbieżne z typowymi segmentami odwiedzających inne województwa Polski⁶³. Należą do nich odwiedzający wypoczynkowi, kulturowi, uprawiający turystykę kwalifikowaną i rekreację, oraz przybywający w celu odwiedzin u rodziny i znajomych. Prócz typowych segmentów, do województwa podlaskiego przybywają również turyści uprawiający, w przypadku niszowe formy turystyki. Udział procentowy poszczególnych segmentów w ogólnej liczbie odwiedzających wskazano w tabeli 60.

Tabela 60. Struktura segmentów odwiedzających województwo podlaskie według form turystyki

Segment odwiedzających	Udział procentowy
Turystyka wypoczynkowa	69,8
Turystyka kulturowa	7
Turystyka kwalifikowana i rekreacja	9,1
Odwiedziny u rodziny i znajomych	10,6
Turystyka religijna	1,7
Turystyka zdrowotna	0,3
Turystyka biznesowa	0,3
Turystyka zakupowa	0,8
Przejazd tranzytowy	0,4
Turystyka na terenach wiejskich	13,0*

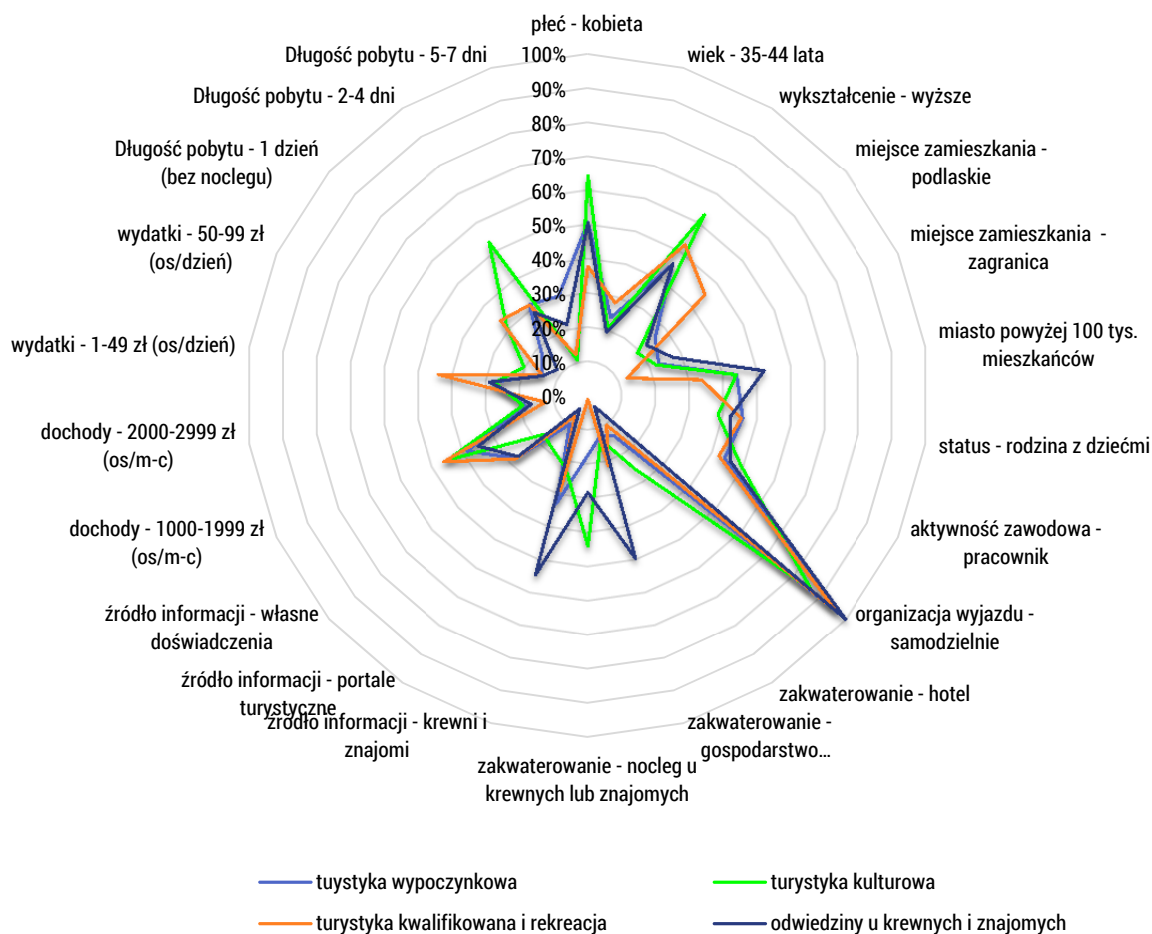
* segment turystyki na terenach wiejskich jest ściśle powiązany i zawierającym się w pozostałych segmentach, poprzez co stanowi odrębną wartość procentową. Suma udziału pozostałych segmentów równa jest 100%.

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ankietowych wśród odwiedzających województwo podlaskie.

Turystykę wypoczynkową oraz wizyty w celu odwiedzin u krewnych i znajomych preferują w równym stopniu kobiety, jak i mężczyźni. W segmencie odwiedzających uprawiających turystykę kwalifikowaną i rekreację większy udział stanowią mężczyźni (62,1%), niż kobiety (37,9%). Natomiast w przypadku uprawiających turystykę kulturową widoczna jest przewaga udziału kobiet (64,4%) nad mężczyznami.

⁶³ Na zbieżność typowych segmentów Województwa Podlaskiego z typowymi segmentami innych województw wskazuje przeprowadzona analiza literatury: *Analiza kluczowych sektorów Województwa Podlaskiego, Sektor turystyki – analiza uczestników ruchu turystycznego*, Centrum Wspierania Rozwoju Gospodarczego i Społecznego im. K. Brzostowskiego w Białymstoku, IDEA Management Consulting Sp. z o. o., Białystok 2010; R. Ziółkowski, D. Szpilko, *Regionalne badania ruchu turystycznego w województwie podlaskim*, Agencja Wydawnicza EkoPress, Białystok 2014; *Badanie ruchu turystycznego w województwie małopolskim w 2013 roku*, EuConsult, Gdańsk 2013; *Badanie przyjazdowego ruchu turystycznego w wybranych miejscach recepcji turystycznej województwa podkarpackiego w okresie V-IX 2009*, Wyższa Szkoła Informatyki i Zarządzania w Rzeszowie, Rzeszów 2009, S. Bosiacki i in., *Rozwój rynku turystycznego Poznania w latach 2000–2030*, Akademia Wychowania Fizycznego im. Eugeniusza Piaseckiego, Poznań 2011.

Dominującą grupę w przypadku osób uprawiających turystykę wypoczynkową oraz turystykę kwalifikowaną i rekreację stanowią osoby w wieku od 35 do 44 lat (23,9%, 28,4%). W przypadku turystyki kulturowej przeważają odwiedzający w wieku od 25 do 34 lat (28,8%), a odwiedzający krewnych i znajomych są przeważnie w starszej grupie wiekowej – od 45 do 54 lat (20,6%). W przypadku wszystkich typowych segmentów turystycznych dominującą grupę stanowią badani z wyższym wykształceniem (wypoczynkowy – 47,6%, kulturowy – 63,0%, kwalifikowany i rekreacyjny – 52,6%, odwiedzający krewnych i znajomych – 46%), (rys. 63).



Rys. 63. Porównanie cech charakterystycznych typowych segmentów turystycznych województwa podlaskiego

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ankietowych wśród odwiedzających województwo podlaskie.

Pod względem aktywności zawodowej we wszystkich segmentach dominującą grupę stanowią aktywni zawodowo pracownicy szeregowi. W przypadku turystyki wypoczynkowej są to również samozatrudnieni (11,1%) oraz uczniowie i studenci (12,7%), a kulturowej zajmujący stanowiska kierownicze (12,3%) i uczniowie i studenci (11,0%). Wśród odwiedzających krewnych i znajomych znaczną grupę stanowią także emeryci i renciści (12,2%), a turystykę kwalifikowaną i rekreacyjną uprawiają uczniowie oraz studenci (14,7%).

Ze względu na status rodzinny w przypadku odwiedzających krewnych i znajomych (42,1%), uprawiających turystykę wypoczynkową (45,7%), kwalifikowaną i rekreację (45,3%), dominują badani z rodzin posiadających dzieci. Zaczną grupę w tych segmentach stanowią również rodziny bez dzieci, przy czym jednocześnie są one dominujące w przypadku odwiedzających uprawiających turystykę kulturową (39,7%).

Odwiedzający w przypadku wszystkich typowych segmentów turystycznych zamieszkują województwo podlaskie, mazowieckie i warmińsko-mazurskie. Przy czym w przypadku turystyki wypoczynkowej (26,0%), kwalifikowanej i rekreacji (45,3%) oraz odwiedzin u krewnych i znajomych (22,7%) dominują osoby zamieszkujące województwo podlaskie, a w przypadku turystyki kulturowej – mieszkańcy województwa mazowieckiego (28,8%). Spośród odwiedzających cudzoziemców w przypadku turystyki wypoczynkowej dominują Niemcy (4,8%), Białorusini (4,7%), Litwini (4,1%) oraz mieszkańcy Wielkiej Brytanii (3,9%), a kulturowej Białorusini (9,6%) i Litwini (4,1%). W segmencie turystyki kwalifikowanej i rekreacji przeważają Niemcy (5,3%) oraz Białorusini (3,2%), a wśród odwiedzających krewnych i znajomych Brytyjczycy (7,8%), Niemcy (5,1%) i Białorusini (3,3%).

Odwiedzający uprawiający turystykę wypoczynkową (43,9%), kulturową (43,8%), kwalifikowaną i rekreację (33,6%) oraz odbywający wizyty u krewnych i znajomych (52%) pochodzą przede wszystkim z dużych miast powyżej 100 tys. mieszkańców. W przypadku turystyki kwalifikowanej i rekreacji odwiedzający w znacznej mierze zamieszkują także obszary wiejskie (22,1%).

Ze względu na sposób organizacji podróży do województwa podlaskiego, zdecydowanie we wszystkich segmentach, dominuje samodzielna organizacja podróży samochodem osobowym. Podstawowe źródłem informacji o regionie stanowią dla większości krewni i znajomi, własne doświadczenie z wizyt poprzednich oraz portale turystyczne. Pobyt w regionie, w przypadku segmentu turystyki wypoczynkowej, to pobyt z noclegiem od 2 do 4 dni (31,8%) lub od 5 do 7 dni (30,4%). Odwiedzający uprawiający turystykę kulturową w regionie przebywają od 2 do 4 dni (53,4%) lub jeden dzień bez noclegu (31,5%), a w przypadku turystyki kwalifikowanej i rekreacji jest to wizyta jednodniowa (33,7%), pobyt od 2 do 4 dni (31,6%) lub od 5 do 7 dni (26,3%). Najdłuższe pobyty deklarują odwiedzający krewnych i znajomych – powyżej 7 dni (37,3%), od 2 do 4 dni (29,0%) oraz od 5 do 7 dni (21,8%).

Wśród odwiedzających z segmentu turystyki wypoczynkowej dominująca grupa korzysta z noclegów w hotelach (13,6%), gospodarstwach agroturystycznych (12,4%), pokojach gościnnych (11,5%) oraz ośrodkach wczasowych (12,5%), zaś 17,3% z noclegu u krewnych i znajomych. W przypadku turystyki kulturowej badani zdecydowanie wybierają hotel (25,3%), następnie gospodarstwo agroturystyczne (13,3%), pensjonat (10,7%) oraz pokoje gościnne (9,3%). Nieco odmiennie sytuacja kształtuje się w przypadku odwiedzających uprawiających turystykę kwalifikowaną. Przedstawiciele tego segmentu na miejsce noclegu wybierają przede wszystkim gospodarstwo agroturystyczne (21,2%), a w dalszej kolejności pokoje gościnne (13,1%), hotel (10,1%), pensjonat (8,1%). Odwiedzający krewnych i znajomych natomiast, jako miejsce noclegu wskazują gospodarstwo agroturystyczne (49,5%), a także dom znajomych lub rodziny (28,2%) i pokoje gościnne (4,1%).

W przypadku wszystkich segmentów odwiedzających, deklarowany jest miesięczny dochód gospodarstwa domowego w przeliczeniu na osobę na poziomie od 1000 do 1999 zł, w dalszej kolejności od 2000 do 2999 zł na osobę. Jednodniowe wydatki na jedną osobę w trakcie pobytu w województwie podlaskim kształtują się w przedziale od 1 do 49 zł, następnie od 50 do 99 zł. Wydatki rzędu od 100 zł do 149 zł oraz od 200 zł do 299 zł deklaruje odpowiednio 10-15% respondentów w każdym z typowych segmentów.

Odwiedzający uprawiają różnorodne formy aktywności turystycznej. Odwiedzający należący do segmentu turystyki wypoczynkowej uprawiają głównie: spacery (17,1%), plażowanie i kąpiele (11,4%), zwiedzanie zabytkowych obiektów, miejscowości (9,5%), amatorskie uprawianie sportów wodnych (żeglarstwo, kajakerstwo itd.), (6,3%). W przypadku turystyki kulturowej: zwiedzanie zabytkowych obiektów, miejscowości (18,0%), zwiedzanie muzeów, galerii (13,1%), zwiedzanie obiektów sakralnych (11,7%), spacery (9,5%), udział w imprezach kulturalnych, koncertach, festiwalach (7,2%). Uprawiający turystykę kwalifikowaną i rekreację: turystykę rowerową (13%), zwiedzanie zabytkowych obiektów, miejscowości (9,0%), amatorskie uprawianie sportów wodnych (żeglarstwo, kajakerstwo itd.), (8,3%), turystykę pieszą (7,7%), spacery (7,7%), plażowanie i kąpiele (7,3%), korzystanie z usług aquaparków, basenów, kortów tenisowych, pól golfowych (6,3%). Natomiast odwiedzający krewnych i znajomych spędzają czas uczestnicząc w spotkaniach towarzyskich (14,1%), spacerując (12,6%), wypoczywając u rodziny (12,0%), uczestnicząc w uroczystościach rodzinnych (8,5%), oddając się plażowaniu i kąpielom (8,2%), zwiedzając zabytkowe obiekty, miejscowości (6,3%).

Oprócz typowych segmentów, do województwa podlaskiego przybywają również turyści uprawiający niszowe formy turystyki, takie jak: religijna, biznesowa, tranzytowa, zdrowotna, zakupowa oraz na terenach wiejskich. Segmenty te stanowią niewielki odsetek ogółu odwiedzających województwo podlaskie w celach turystycznych. Mimo to, w przypadku gmin o zidentyfikowanych bardzo dobrych i dobrych warunkach do rozwoju tych form turystyki, przy podjęciu odpowiednich działań (rekomendowanych w niniejszym raporcie), mogą się one w przyszłości stać typowymi formami turystyki dla województwa podlaskiego.

Analiza dotychczasowych badań ruchu turystycznego województwa podlaskiego prowadzona przez Główny Urząd Statystyczny (GUS, 2012), Podlaskie Obserwatorium Rynku Pracy i Prognoz Gospodarczych (PORPiPG)⁶⁴ oraz Podlaską Regionalną Organizacją Turystyczną we współpracy z Katedrą Gospodarki Turystycznej Wydziału Zarządzania Politechniki Białostockiej (PROT, PB)⁶⁵ wykazują zbliżone wyniki w zakresie profilu turystycznego dla województwa podlaskiego. Do wspólnych cech uzyskanych we wszystkich badaniach należy zaliczyć rozpiętość wieku wypoczywających wskazująca na brak dominującej grupy wiekowej w strukturze odwiedzających, gdzie dominującą grupę (63%) stanowią badani w przedziale wiekowym od 25 do 54 roku życia, posiadający wykształcenie wyższe, pochodzenie ze względu na miejsce zamieszkania. W odniesieniu do kolejności pobytów w województwie to wyniki badania prowadzone przez PROT i PB w punktach IT wskazują, że 70,9% turystów i odwiedzających jednodniowych przebywa po raz pierwszy w województwie podlaskim. Nie wpływają na taką sytuację, ani różnice w zakresie struktury wieku, ani wykształcenia. Różnice te zauważalne są w przypadku długości pobytu turystycznego. Z badań prowadzonych przez PROT i PB wynika, iż 64% respondentów to turyści przebywający w regionie powyżej 4 dni (od 4 do 7 dni – 40,9%, zaś powyżej 7 dni – 23,4%). Tożsame w stosunku do wyników badań GUS oraz PROT i PB uzyskano wyniki struktury pochodzenia badanych. Turyści i odwiedzający jednodniowi krajowi stanowią 76,3% respondentów, w tym 26,3% z województwa podlaskiego, zaś 23,7% stanowią odwiedzający zagraniczni. Średni udział turystów zagranicznych w strukturze turystów poszczególnych województw, zgodnie z badaniami GUS (turyści zagraniczni korzystający z noclegów w turystycznych obiektach

⁶⁴ Analiza kluczowych sektorów Województwa Podlaskiego, Sektor turystyki – analiza uczestników ruchu turystycznego, Centrum Wspierania Rozwoju Gospodarczego i Społecznego im. K. Brzostowskiego w Białymstoku, IDEA Management Consulting Sp. z o.o., Białystok 2010.

⁶⁵ R. Ziółkowski, D. Szpilko, *Regionalne badania ruchu turystycznego w województwie podlaskim*, Agencja Wydawnicza EkoPress, Białystok 2014.

noclegowych) wynosi 22,4%⁶⁶, w strukturze województwa podlaskiego wskaźnik ten jest wyższy i wynosi 27,6% (dane z 2013 r.).

Tabela 61. **Odwiedzający województwo podlaskie według pochodzenia**

Grupa odwiedzających	Badania własne (2014)	Badania PROT i PB (2013)	Badania GUS (2013)
Odwiedzający krajowi	76,3%	79,7%	72,4%
Odwiedzający z województwa podlaskiego	26,3%	11,1%	b.d.
Odwiedzający zagraniczni	23,7%	20,3%	27,6%

Źródło: opracowanie własne na podstawie: badań ankietowych wśród odwiedzających województwo podlaskie, 2014, R. Ziółkowski, D. Szpilko, *Regionalne badania ruchu turystycznego w województwie podlaskim*, Agencja Wydawnicza EkoPress, Białystok 2014; Bank Danych Lokalnych GUS, 2013.

Większość turystów krajowych pochodzi z województwa podlaskiego oraz sąsiadujących: mazowieckiego i warmińsko-mazurskiego. Dla porównania wyniki badań prowadzonych w województwie małopolskim, podkarpackim i dla miasta Poznań wskazują na podobne tendencje. W województwie małopolskim dominują turyści z województwa śląskiego, mazowieckiego, podkarpackiego i małopolskiego⁶⁷. W województwie podkarpackim dominują turyści z województwa małopolskiego, mazowieckiego, lubelskiego⁶⁸. W badaniach prowadzonych w Poznaniu wskazano na dominację turystów z województw: dolnośląskiego, zachodniopomorskiego, mazowieckiego i wielkopolskiego⁶⁹ (tab. 62).

Zbliżone też są wielkości udziału turystów z własnego województwa, np. dla miasta Poznań turyści i odwiedzający jednodniowi z własnego województwa stanowią 30,8% całości populacji⁷⁰, zaś dla województwa małopolskiego 20,2%⁷¹.

W zakresie statusu majątkowego do województwa podlaskiego przyjeżdżają turyści i odwiedzający, którzy deklarują zbliżony dochód na jedną osobę w rodzinie. Podobnie jak w innych województwach turyści zagraniczni dominują w grupie o dochodach powyżej 2000 zł.

⁶⁶ Obliczenia własne na podstawie: Bank Danych Lokalnych GUS, 2013.

⁶⁷ *Badanie ruchu turystycznego w województwie małopolskim w 2013 roku*, EuConsult, Gdańsk 2013, s. 39.

⁶⁸ *Badanie przyjazdowego ruchu turystycznego w wybranych miejscach recepcji turystycznej województwa podkarpackiego w okresie V-IX 2009*, Wyższa Szkoła Informatyki i Zarządzania w Rzeszowie, Rzeszów 2009, s.19.

⁶⁹ S. Bosiacki i in., *Rozwój rynku turystycznego Poznania w latach 2000–2030*, Akademia Wychowania Fizycznego im. Eugeniusza Piaseckiego, Poznań 2011, s. 124.

⁷⁰ Ibidem s. 123.

⁷¹ *Badanie ruchu turystycznego w województwie małopolskim w 2013 roku*, EuConsult, Gdańsk 2013, s. 38.

Tabela 62. **Odwiedzający krajowi dominujący w wybranych regionach Polski według województw pochodzenia**

Region/miasto	Województwa pochodzenia dominujących grup odwiedzających krajowych
podlaskie	mazowieckie, warmińsko-mazurskie, podlaskie
małopolskie	śląskie, mazowieckie, podkarpackie, małopolskie
podkarpackie	małopolskie, mazowieckiego, lubelskiego, podkarpackie
Poznań	dolnośląskie, zachodniopomorskie, mazowieckie, wielkopolskie

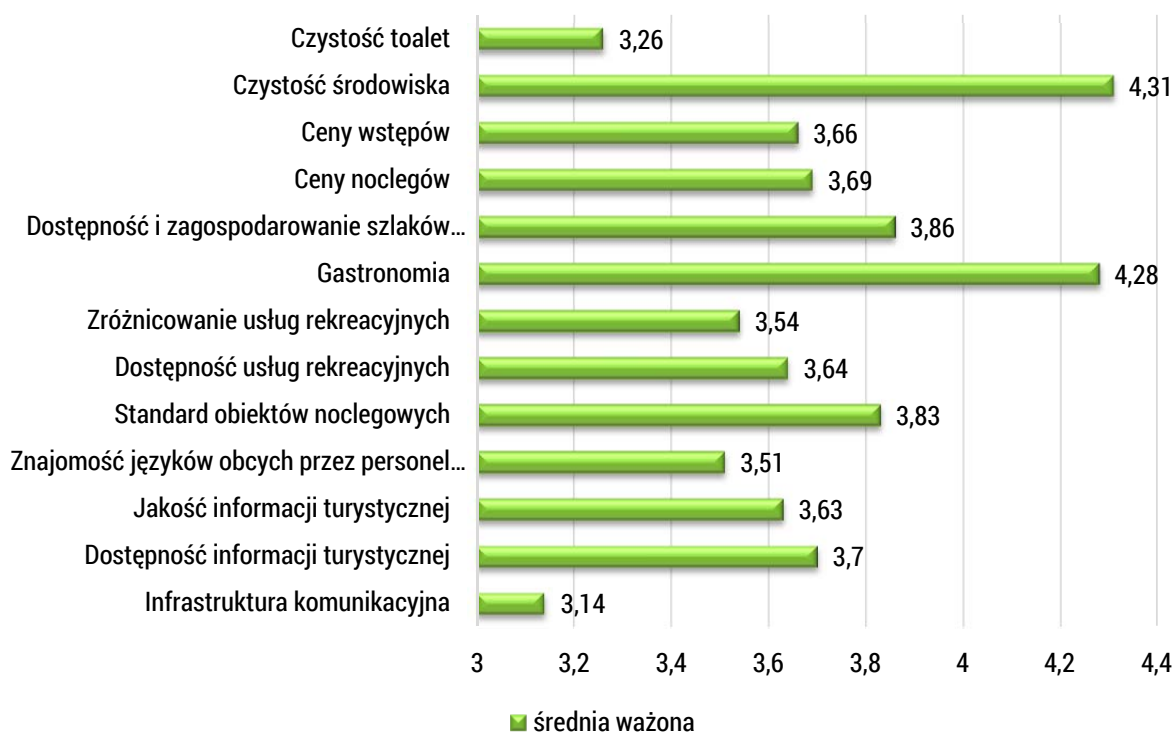
Źródło: opracowanie własne na podstawie: badań ankietowych wśród odwiedzających województwo podlaskie, 2014, R. Ziółkowski, D. Szpilko, *Regionalne badania ruchu turystycznego w województwie podlaskim*, Agencja Wydawnicza EkoPress, Białystok 2014; *Badanie ruchu turystycznego w województwie małopolskim w 2013 roku*, EuConsult, Gdańsk 2013; *Badanie przyjazdowego ruchu turystycznego w wybranych miejscach recepcji turystycznej województwa podkarpackiego w okresie V-IX 2009*, Wyższa Szkoła Informatyki i Zarządzania w Rzeszowie, Rzeszów 2009; S. Bosiacki i in., *Rozwój rynku turystycznego Poznania w latach 2000–2030*, Akademia Wychowania Fizycznego im. Eugeniusza Piaseckiego, Poznań 2011.

Porównując wyniki badań w zakresie celów podróży turystycznej należy zauważyć, że w województwie podlaskim dominuje grupa odwiedzających przyjeżdżająca w celach wypoczynkowych (76%). Podobne wyniki, wskazujące na dominujący udział segmentu wypoczynkowego uzyskano w przypadku badań jedynie w województwie małopolskim. Biorąc pod uwagę cele uzupełniające podróży, tylko w województwie podlaskim wielu odwiedzających (32,2%) preferuje turystykę kwalifikowaną i rekreację. Natomiast, porównywalna do wyników badań innych regionów, jest wielkość grupy deklarująca jako cel podróży odwiedzin u krewnych lub znajomych albo udział w imprezach rodzinnych. Należy jednak zauważyć, że w przypadku województwa podkarpackiego grupa ta wynosi około 47%. Porównywalna do Poznania struktura badanych turystów i odwiedzających preferuje zwiedzanie (ok. 30%). Z przeprowadzonych badań wynika, że struktura segmentów turystycznych województwa podlaskiego generalnie nie odbiega od struktur wskazywanych na podstawie badań w innych województwach Polski.



10. Ocena poziomu usług turystycznych

Analiza oceny poziomu usług turystycznych świadczonych na terenie województwa podlaskiego została przeprowadzona w pięciostopniowej skali od 1 do 5, gdzie wartość 5 oznaczała najwyższą jakość usługi. Badania przeprowadzono w odniesieniu do oceny poziomu zagospodarowania, jak i jakości obsługi oraz cen. Ocenie poddano jakość infrastruktury komunikacyjnej, dostępność i zagospodarowanie szlaków turystycznych, czystość środowiska i czystość toalet, standard obiektów noclegowych, jakość gastronomii, ceny noclegów, znajomość języków obcych przez personel turystyczny, dostępność i jakość usług informacji turystycznej, dostępność i zróżnicowanie usług rekreacyjnych. Wyniki obliczono jako średnią ważoną uzyskanych odpowiedzi w danej kategorii i przedstawiono graficznie na rysunku 64. Szczegółowe wyniki dla każdej kategorii zaprezentowano w załączniku.



Rys. 64. Średnia ważona ocen poziomu jakości usług turystycznych

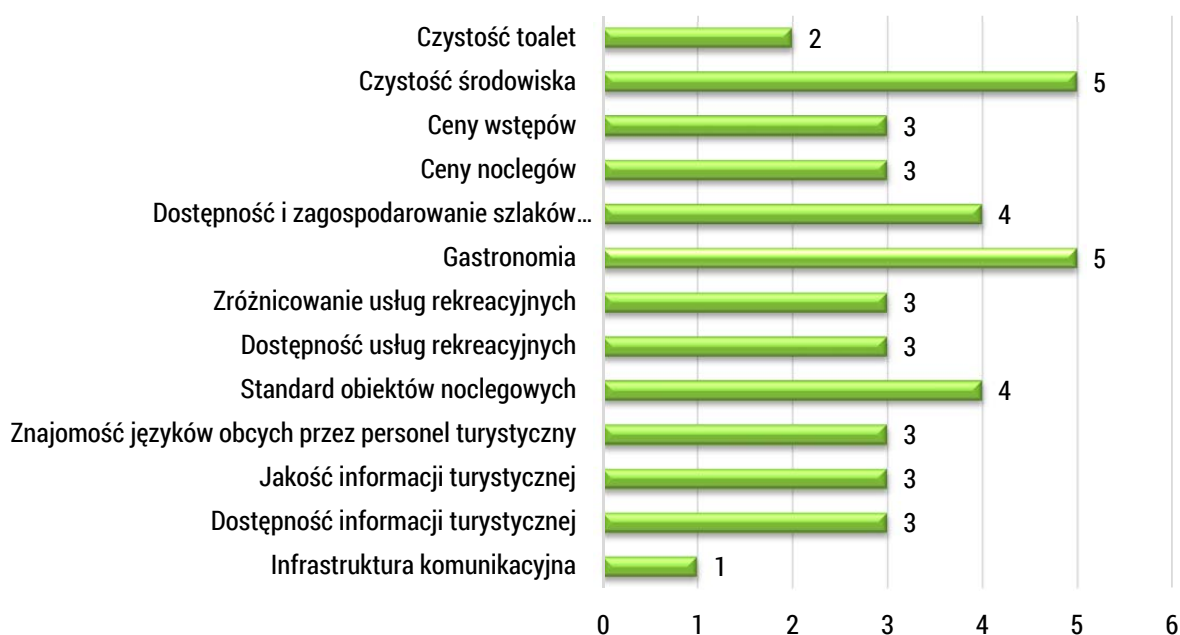
Źródło: opracowanie własne.

W celu skategoryzowania oceny w klasy wyniki średniej ważonej poddano skalowaniu w pięciostopniowej skali od 1 do 5, gdzie pięć oznacza jakość najwyższą (tab. 63).

Tabela 63. Skala oceny jakości usług turystycznych

Rozpiętość klas	Ocena jakości
4,01 – 4,25	5
3,76 – 4,00	4
3,51 – 3,75	3
3,26 – 3,50	2
3,00 – 3,25	1

Źródło: opracowanie własne.



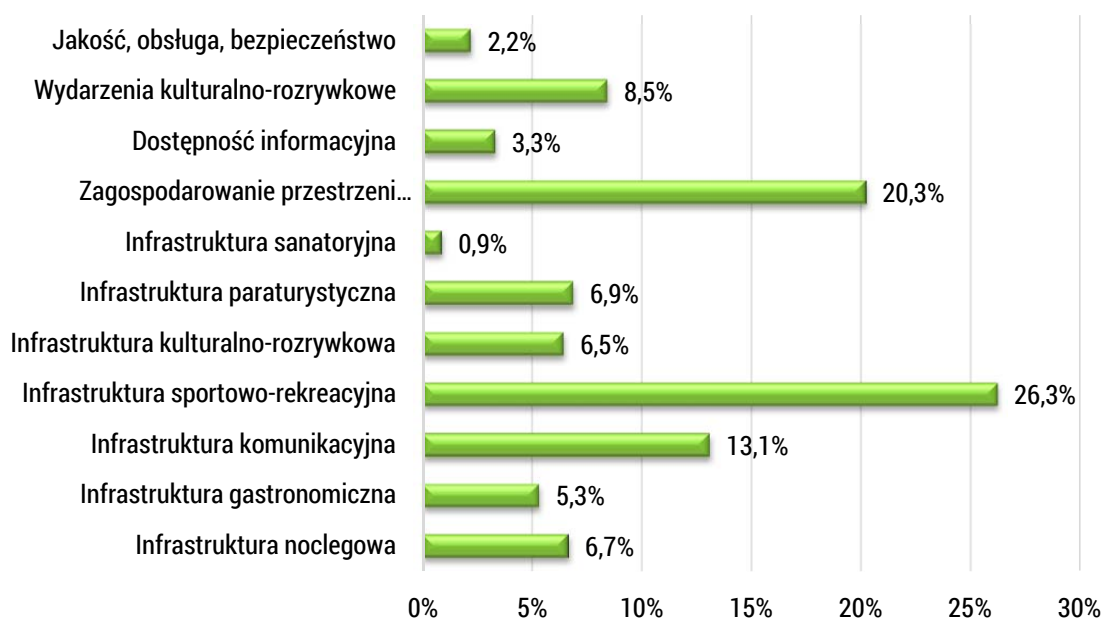
Rys. 65. Ocena poziomu jakości usług turystycznych

Źródło: opracowanie własne.

Do silnych stron regionu należy, jakość usług gastronomicznych (4,28) oraz czystość środowiska (4,31), w dalszej kolejności standard obiektów noclegowych (3,83) oraz dostępność i zagospodarowanie szlaków turystycznych (3,86). Zdaniem badanych ceny biletów wstępu i biletów noclegów są na poziomie przeciętnym. Można wnioskować, że ich wysokość plasuje się na średnim poziomie cen w kraju, co również stanowi silną stronę regionu. Ocena zróżnicowania i dostępności usług rekreacyjnych oraz jakości i dostępności informacji turystycznej również nie odbiega od wartości przeciętnych. Jednak w tym przypadku dążenie do podniesienia oceny tych wartości może prowadzić do wzrostu przewagi komparatywnej regionu. Do słabych stron usług

turystycznych zaliczono (2) usługi w zakresie czystości toalet publicznych i (1) jakość infrastruktury komunikacyjnej (rys. 65).

Analiza wyników badań w zakresie identyfikacji brakujących, lecz ważnych dla turysty obiektów, usług oraz form wypoczynku, które należałoby wprowadzić pozwala uzupełnić ocenę o wskazanie elementów decydujących o uzyskanej ocenie. Zdaniem odwiedzających najważniejsze braki występują w zróżnicowaniu infrastruktury sportowo-rekreacyjnej oraz zagospodarowaniu przestrzeni turystycznej. Do istotnych słabych stron regionu należy brak wypożyczalni sprzętu: kajaków, rowerów, łodzi, żaglówek itp., a także obiektów/ ośrodków sportowych, boisk i skate parków, kortów tenisowych. Widać niedostatki w zagospodarowaniu turystycznego terenu kąpielisk, brzegów jezior, brakuje pomostów, słabo rozwinięta jest mała infrastruktura turystyczna, m.in. miejsca odpoczynku, punkty widokowe, przystanki, oznakowanie szlaków, tablice informacyjne (z mapami), w wielu miejscach niedostatecznie rozwinięta jest sieć szlaków turystycznych (*nordic walking*, piesze, rowerowe). W tej kategorii brakuje ścieżek rowerowych. Nie widać skutecznych działań w zakresie zarybienia jezior, nad brzegami jezior widać śmieci, brakuje pojemników na nie. O słabej stronie infrastruktury komunikacyjnej decyduje brak autostrad i dróg ekspresowych oraz niska i bardzo niska jakość pozostałych dróg, brak połączeń komunikacyjnych (autobusowych, kolejowych, komunikacji miejskiej) oraz szybkiej kolei. Szczegółowy wykaz słabych stron w zakresie zagospodarowania turystycznego województwa podlaskiego przedstawiono na rysunku 66.



Rys. 66. Słabe strony zagospodarowania turystycznego

Źródło: opracowanie własne.

Łączna ocena poziomu usług turystycznych plasuje się w 3 kategorii, do najsłabszych słabe stron zagospodarowania paraturystycznego należy jakość i dostępność połączeń komunikacyjnych, zaś w obszarze zagospodarowania turystycznego największe braki występują w małej infrastrukturze turystycznej.

Podsumowanie

Na podstawie analizy oceny usług turystycznych można sformułować następujące wnioski:

- na obszarach o wysokim potencjale turystycznym usługi noclegowe i gastronomiczne świadczone są na wysokim poziomie, a obiekty noclegowe cechuje wysoki standard,
- region cechuje mało zróżnicowana infrastruktura sportowo-rekreacyjna,
- słabą stroną regionu jest mała liczba wypożyczalni sprzętu sportowo-rekreacyjnego oraz niski stopień zagospodarowania przestrzeni turystycznej w obiekty małej infrastruktury turystycznej, w tym zagospodarowanie terenów kąpielisk i brzegów jezior, szlaków turystycznych i ścieżek rowerowych oraz szczegółowego oznakowania terenów rekreacyjno-turystycznych,
- obszary turystyczne cechuje niskie poziom higieny publicznych urządzeń sanitarnych,
- obszary o wysokim potencjale turystycznym cechuje niska jakość połączeń komunikacyjnych, w szczególności dojazdu do obszaru turystycznego,
- poszczególne obszary regionu o wysokim potencjale turystycznym nie jest ze sobą odpowiednio skomunikowane, brak jest połączeń pomiędzy obszarami o bardzo korzystnym i korzystnym potencjale turystycznym pozwalających turystom na swobodne i szybkie przemieszczanie się.



Zakończenie

Województwo podlaskie posiada unikatowe, rzadkie i cenne walory turystycznej o randze międzynarodowej i krajowej umożliwiające rozwój różnych form aktywności turystycznej. Wokół obszarów występowania cennych walorów turystycznych rozwijają się na wysokim poziomie i o wysokim standardzie usługi się noclegowe i gastronomiczna baza turystyczna. W szczególności zanotowano szybkie tempo rozwoju bazy hotelowej i rozwój restauracji, istotnym wyróżnikiem oferty gastronomicznej regionu jest kuchnia regionalna województw oferująca unikalny i bogaty asortyment kulinarny różnych kultur zamieszkujących nasz region. Potencjał turystyczny tych obszarów stanowi podstawę do budowy produktów turystycznych. Największy ruch turystyczny generuje 35 typów produktów turystycznych. Dominują produkty obszarowe zbudowane w oparciu o walory kulturowe, miasto lub miejscowość oraz produkty typu obiekt zbudowane w oparciu o walor kulturowy. W niewielkim stopniu walory przyrodnicze są podstawą budowy produktów turystycznych. Szczegółowe badania prowadzone w tej kategorii wskazują, że rdzeniem produktów turystycznych powinny być walory przyrodnicze, gdyż są one identyfikowane z regionem⁷². Oznacza to, że produkty turystyczne regionu budowane są w niewłaściwy sposób.

Ponadto w nieznanym stopniu atrakcyjność potencjału turystycznego jest symptomem rozwoju działalności *stricte* turystycznej. W jeszcze mniejszym stopniu rozwija się na tym obszarze działalność okołoturystyczna. Barię ograniczającą rozwój działalności *stricte* turystycznej jest rozproszenie szczególnie cennych walorów turystycznych w przestrzeni zarówno regionu, jak i rozproszenie w powiecie.

Ogólnie na wartość potencjału turystycznego województwa podlaskiego najwyższy wpływ mają czynniki przyrodnicze (zespół walorów przyrodniczych), zaś w dalszej kolejności na poziom potencjału turystycznego wpływa zespół walorów kulturowych określonych, jako czynniki antropogeniczne. Czynniki ekonomiczne, infrastrukturalne uplasowały się w dalszej kolejności, a jeszcze niższe znaczenie na ocenę potencjału turystycznego mają czynniki dostępności komunikacyjnej oraz czynniki społeczno-demograficzne.

Wyniki te potwierdzają też inne badania prowadzone w odniesieniu do województwa podlaskiego,

⁷² E. Panfiluk, *Identyfikacja produktu turystycznego Puszczy Białowieskiej*, Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego. Ekonomiczne Problemy Usług, Szczecin Ekonomicznego we Wrocławiu, Nr 52 (2010).

Wskazują one, że wysokie walory przyrodnicze, czyste powietrze, niski poziom hałasu mają najsilniejszy wpływ na pozycję konkurencyjną i na ich bazie może być budowana przewaga konkurencyjna⁷³.

W wyniku badania stwierdzono, że infrastruktura zagospodarowania turystycznego, w szczególności sportowo-rekreacyjna jest mało zróżnicowana, mała jest liczba wypożyczalni sprzętu sportowo-rekreacyjnego oraz niski stopień zagospodarowania przestrzeni turystycznej w obiekty małej infrastruktury turystycznej, w tym zagospodarowanie terenów kąpielisk i brzegów jezior, szlaków turystycznych i ścieżek rowerowych oraz szczegółowego oznakowania terenów rekreacyjno-turystycznych, ponadto obszary turystyczne cechuje niskie poziom higieny publicznych urządzeń sanitarnych⁷⁴. Dostępne w tym obszarze inne badania wskazują, że pozytywne cechy elementów tych czynników są niskie ceny wynajmu sprzętu rekreacyjnego i usług przewodnickich⁷⁵.

Ocena elementów potencjału turystycznego pozwoliła zidentyfikować także słabości obszarów, jako bariery osiągnięcia pozycji konkurencyjnej. Zaliczono do nich słabą dostępność komunikacyjną, niski poziom czystości wód, zaśmiecenie, słabą jakość informacji turystycznej, stosunkowo wysokie ceny usług noclegowych, niezbyt wysoką atrakcyjność walorów kulturowych oraz zagospodarowania turystycznego (zwłaszcza szlaków turystycznych).

W zakresie czynników komunikacyjnych ważnym elementem wspierającym rozwój turystyki transgranicznej jest występowanie międzynarodowych pieszych, kajakowych i rowerowych przejść granicznych z Białorusią, natomiast ze względu na brak lotniska i dróg ekspresowych posiadamy niską dostępność komunikacyjną z krajami Europy Zachodniej, ponadto obszary województwa, gdzie zidentyfikowano wysoki potencjał turystyczny cechuje niska, jakość połączeń komunikacyjnych, w szczególności dojazdu do obszaru turystycznego pozwalającym turystom na swobodne i szybkie przemieszczanie się.

Zaobserwowano, że na niski poziom czynników ekonomicznych i społeczno-demograficznych wpływa brak systemu zarządzania turystyką na poziomie lokalnym, brak współpracy pomiędzy podmiotami działającymi w sektorze turystycznym, w szczególności pomiędzy sektorem prywatnym i publicznym, a niewielkie znaczenie organizacji pozarządowych nie wpływa pozytywnie na te procesy⁷⁶. Szczegółowe

⁷³ M.Borkowska-Niszczoła, *Ocena potencjału turystycznego obszarów przyrodniczo cennych województwa podlaskiego*, w: „Ekonomia i Zarządzanie”, Numer 1, Tom 6, Wyd. Politechniki Białostockiej, Białystok 2014, s. 311, 330; M.Borkowska-Niszczoła, H.Kiryłuk, *Potencjał konkurencyjności turystycznej Doliny Biebrzy*, w: *Turystyka wobec nowych zjawisk w gospodarce światowej* (red. E.Dziedzic), Wyd. SGH, Warszawa 2011, s. 206-207.

⁷⁴ Wnioski te potwierdzają też badania: M.Borkowska-Niszczoła, *Ocena potencjału turystycznego obszarów przyrodniczo cennych województwa podlaskiego*, w: „Ekonomia i Zarządzanie”, Numer 1, Tom 6, Wyd. Politechniki Białostockiej, Białystok 2014, s. 311, 330; D. Szpilko, *Zagospodarowanie turystyczne obszarów chronionych regionu metropolitarne Białegostoku*, w: *Turystyka na obszarach przyrodniczo cennych*, red. M. Jalinik, Białystok 2010; Panfiluk, E., *Zagospodarowanie turystyczne Puszczy Białowieskiej na przykładzie szlaków turystyki kwalifikowanej*, w: *Turystyka i Rekreacja na obszarach przyrodniczo cennych w regionach transgranicznych północno-wschodniej Polski*, red. W. Chiźniak, T. Ołdytowski, E. Szymańska, Wydawnictwo Politechniki Białostockiej, Białystok 2009.

⁷⁵ M.Borkowska-Niszczoła, *Ocena potencjału turystycznego... op.cit.* s.330.

⁷⁶ Wyniki te potwierdzają też prowadzone od szeregu lat szczegółowe badania na obszarach województwa podlaskiego, gdzie występuje wysoki ruch turystyczny, są to badania: J. Ejdyś, D. Szpilko, *Problems of the strategic tourism management in the regions of Poland*, Actual Problems of Economics, nr 8 (2013); E. Panfiluk, *Zaangażowanie sektora zarządzającego w działania na rzecz rozwoju turystyki. Analiza obszaru metropolitarne Białegostoku*, *Studia i Materiały Miscellanea Oeconomicae*, R. 17, nr 1 (2013); E. Panfiluk, *Strategia zarządzania turystyką na obszarach przyrodniczo cennych na przykładzie jednostek obszaru*

badania z zakresu współpracy pomiędzy przedsiębiorstwami, podmiotami publicznymi oraz organizacjami w obszarze turystyki wskazują, że analizowane podmioty czynią starania w kierunku zawiązania trwałej współpracy poprzez wstąpienie do Lokalnych Grup Działania⁷⁷. Za najbardziej pożądane kierunki współpracy podmioty publiczne uznają wspólną realizację projektów, między innymi w zakresie budowy infrastruktury turystycznej i promocji oraz sporadycznie, w zakresie tworzenia strategii rozwoju.

Niski poziom zaangażowania sektora zarządzającego potwierdza też niski poziom wydatków gmin na turystykę, w tym na działania promocyjne. Podstawową wadą systemu zarządzania jest prowadzenie działań promocyjnych (związanych z ponoszeniem kosztów na publikacje, ogłoszenia) przede wszystkim na rynku lokalnym, a nie krajowym i międzynarodowym. Pozytywną stroną podejmowaną przez system zarządzania jest budowa wizerunku turystycznego regionu z wykorzystaniem narzędzia internetowego. Kierunek rozwojowy tego narzędzia potwierdzają szczegółowe badania z zakresu możliwości kreowania i postrzegania internetowego wizerunku gospodarstw agroturystycznych z obszarów przyległych do Białowieskiego i Biebrzańskiego parków narodowych⁷⁸. Badania jakościowe wykazały, że narzędzie internetowe jest ważnym źródłem informacji o regionie.

Uogólniając należy stwierdzić, że walory potencjału turystycznego województwa podlaskiego są zróżnicowane rodzajowo i najczęściej na obszarze gminy nie występują łącznie. Można, zatem stwierdzić, że są rozproszone przestrzennie na poziomie lokalnym. Rozproszenie przestrzenne walorów prowadzi do rozproszenia ruchu turystycznego i jednocześnie, ze względu na wysokie koszty wejścia na rynek podmiotów *stricte* turystycznych, odnotowuje się niską aktywność tej formy działalności. Analiza na poziomie powiatu pozwala na wyodrębnienie przestrzeni turystycznych o wysokim potencjale turystycznym. Skupia się ona wokół głównych ośrodków turystycznych.

Największą przestrzeń turystyczną, ze względu na wysoką atrakcyjność potencjału turystycznego (wypoczynkową, krajoznawczą, międzynarodową i krajową) i występujący ruch turystyczny, należy wyodrębnić wokół miasta Białostok. Potencjał turystyczny występuje w powiecie białostockim, na obszarach gmin: Tykocin i Choroszcz, Michałowo, Gródek, Supraśl, Czarna Białostocka i od zachodniej strony Białegostoku. Potencjał turystyczny występujący na terenie tych gmin wykazuje również bardzo dobre i dobre warunki do rozwoju większości analizowanych form turystyki. Ze względu na centralne położenie Białegostoku rozwój turystyki należy traktować jako integralną część całego obszaru metropolitarne. Przy czym należy pamiętać o niskim poziomie działalności *stricte* turystycznej w gminach: Choroszcz, Czarna Białostocka i Michałowo.

Ważną częścią uzupełniającą potencjał turystyczny obszaru metropolitarne Białegostoku jest potencjał turystyczny powiatów: sokólskiego, monieckiego i hajnowskiego. W powiecie sokólskim, w gminie

metropolitarne Białegostoku, Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu, Nr 258 (2012), E. Panfiluk, *Analiza wpływu polityki i planowania rozwoju na konkurencyjność regionu turystycznego*, Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego. Ekonomiczne Problemy Usług, Szczecin Ekonomicznego we Wrocławiu, Nr 85 (2012), E. Panfiluk, *Wpływ polityki i planowania rozwoju na kreowanie konkurencyjności regionu turystycznego na przykładzie mikroregionu Puszcza Białowieska*, w: *Nowe wyzwania gospodarki turystycznej na poziomie lokalnym, regionalnym i międzynarodowym*, red. M. Jalinik, A. Sierpińska, Białostok 2011.

⁷⁷ M. Borkowska-Niszczota, *Współpraca instytucji kultury na rzecz rozwoju produktów turystyki kulturowej w ujęciu teoretycznym i praktycznym*, w: „*Ekonomia i Zarządzanie*”, Tom 4, nr 2, Wyd. Politechniki Białostockiej, Białostok 2012, s. 67-68; Panfiluk E., *Strategia zarządzania turystyką na obszarach przyrodniczo cennych na przykładzie jednostek obszaru metropolitarne...* *op.cit.*

⁷⁸ K. Stepaniuk, *Assessment of the image of tourist entities from the selected reception areas in north-eastern Poland*, *Procedia – Social and Behavioral Sciences* 156, s. 496-500.

Sokółka, potencjał turystyczny położony na jej terenie wykazuje bardzo dobre i dobre warunki do uprawiania większości analizowanych form turystyki. Nieco niższą przydatnością do rozwoju turystyki, głównie wiejskiej, zdrowotnej, religijnej i wypoczynkowej cechuje się potencjał turystyczny występujący na terenie gminy Krynki. W powiecie monieckim, w gminie Trzcianne i Goniądz możliwe jest, na bazie tego potencjału, rozwijanie większości z analizowanych form turystyki. W powiecie hajnowskim ważnym ośrodkiem rozwoju turystyki, ze względu na dużą atrakcyjność turystyczną, jest gmina Białowieża. Nieco niższą atrakcyjność turystyczną mają gminy: Narewka oraz Dubicze Cerkiewne. Potencjał turystyczny tych gmin wykazuje również bardzo dobre i dobre warunki do rozwoju większości analizowanych form turystyki.

Drugą przestrzenią turystyczną o bardzo dużej o dużej atrakcyjności potencjału turystycznego należy wyodrębnić w powiecie augustowskim, w gminach: Augustów miasto, Nowinka, Płaska i Sztabin. Działalność *stricte* turystyczna jest silnie rozwinięta w Augustowie i gminie Płaska. Potencjał turystyczny tych gmin wykazuje jednocześnie bardzo dobre warunki do rozwoju większości analizowanych form turystyki (poza turystyką tranzytową i turystyką w miastach w gminie Nowinka).

Istotnym elementem potencjału turystycznego województwa podlaskiego jest potencjał turystyczny występujący wokół miasta Suwałki. Potencjał ten łączy przestrzeń trzech powiatów, na terenie których potencjał cechuje wysoka atrakcyjność walorów wypoczynkowych, krajoznawczych, ranga międzynarodowa i krajowa. Potencjał ten stwarza bardzo dobre i dobre warunki do większości analizowanych form turystyki. Przestrzeń turystyczną tego obszaru tworzą potencjały występujące na terenie gmin powiatu sejneńskiego: Giby i Sejny, na terenie powiatu suwalskiego: Suwałki miasto i wieś oraz gmina Jeleniewo.

Poza dużymi skupiskami atrakcyjnej przestrzeni turystycznej w województwie podlaskim występują dwie odrębne przestrzenie turystyczne znajdujące się na terenach powiatów siemiatyckiego i łomżyńskiego oraz kilku atrakcyjnych punktów turystycznych. Potencjały gminy Mielnik cechuje wysoka atrakcyjność wypoczynkowa o randze krajowej, co stwarza warunki do rozwoju większości analizowanych form turystyki. Potencjał gminy Siemiatycze cechuje wysoka atrakcyjność o randze międzynarodowej. Ponadto położenie tej gminy na styku trzech województw, w odległości nie większej niż 120 km od trzech stolic województw (lubelskiego, mazowieckiego i podlaskiego), stwarza niepowtarzalne warunki do rozwoju turystyki biznesowej. Analiza przydatności potencjału gminy Siemiatycze do rozwoju wybranych form turystyki wykazała, że potencjał stwarza warunki do rozwoju turystyki biznesowej, turystyki w miastach i turystyki religijnej. Wyodrębnione obszary należy traktować integralnie, jako jedną całość, skupiając się na utworzeniu wewnętrznych korytarzy ruchu turystycznego.

W celach turystycznych do województwa podlaskiego przyjeżdżają w głównej mierze cztery typowe segmenty turystyczne, zbieżne z typowymi segmentami odwiedzających inne województwa Polski⁷⁹. Należą

⁷⁹ Na zbieżność typowych segmentów województwa podlaskiego z typowymi segmentami innych województw wskazuje przeprowadzona analiza literatury: *Analiza kluczowych sektorów województwa podlaskiego, Sektor turystyki – analiza uczestników ruchu turystycznego*, Centrum Wspierania Rozwoju Gospodarczego i Społecznego im. K. Brzostowskiego w Białymstoku, IDEA Management Consulting Sp. z o. o., Białystok 2010; R. Ziółkowski, D. Szpilko, *Regionalne badania ruchu turystycznego w województwie podlaskim*, Agencja Wydawnicza EkoPress, Białystok 2014; *Badanie ruchu turystycznego w województwie małopolskim w 2013 roku*, EuConsult, Gdańsk 2013; *Badanie przyjazdowego ruchu turystycznego w wybranych miejscach recepcji turystycznej województwa podkarpackiego w okresie V-IX 2009*, Wyższa Szkoła Informatyki i Zarządzania w Rzeszowie, Rzeszów 2009, S. Bosiacki i in., *Rozwój rynku turystycznego Poznania w latach 2000–2030*, Akademia Wychowania Fizycznego im. Eugeniusza Piaseckiego, Poznań 2011.

do nich odwiedzający wypoczynkowi, kulturowi, uprawiający turystykę kwalifikowaną i rekreację oraz przybywający w celu odwiedzin u rodziny i znajomych. Oprócz typowych segmentów, do województwa podlaskiego przybywają również turyści uprawiający, w przypadku tego regionu niszowe formy turystyki, takie jak: religijna, biznesowa, tranzytowa, zdrowotna, zakupowa oraz na terenach wiejskich. Segmenty te stanowią niewielki odsetek ogółu odwiedzających województwo podlaskie w celach turystycznych. Mimo to, w przypadku gmin o zidentyfikowanych bardzo dobrych i dobrych warunkach do rozwoju tych form turystyki, przy podjęciu odpowiednich działań (rekomendowanych w niniejszym raporcie), mogą się one w przyszłości stać typowymi formami turystyki dla województwa podlaskiego. Z przeprowadzonych analiz wynika, iż struktura segmentów turystycznych województwa podlaskiego nie odbiega od struktur wskazywanych na podstawie badań w innych województwach Polski.

Sformułowane wnioski stanowiły podstawę wyznaczenia pięciu tez badawczych w zakresie podstawowych kierunków rozwoju turystyki w województwie podlaskim.

- Teza 1.** Unikatowe walory przyrodnicze i kulturowe województwa podlaskiego będą stanowić podstawę do tworzenia zróżnicowanych produktów turystycznych warunkujących przewagę konkurencyjną regionu.
- Teza 2.** W województwie podlaskim powstaną ośrodki turystyczne z pełną infrastrukturą turystyczną, z których ruch turystyczny będzie kanalizowany na atrakcyjne turystycznie tereny przyległe.
- Teza 3.** W województwie podlaskim zrealizowane zostaną inwestycje turystyczne podwyższające poziom jakości i kompleksowości świadczenia usług dla turystów.
- Teza 4.** Aktywna współpraca pomiędzy wieloma podmiotami i instytucjami zdynamizuje rozwój turystyki w województwie podlaskim.
- Teza 5.** Szeroko zakrojona promocja oferty turystycznej województwa podlaskiego na rynkach zagranicznych przyczyni się do zwiększenia ruchu turystycznego.



Literatura

1. *Analiza kluczowych sektorów Województwa Podlaskiego. Sektor turystyki – analiza uczestników ruchu turystycznego*, Białystok 2010.
2. *Badanie przyjazdowego ruchu turystycznego w wybranych miejscach recepcji turystycznej województwa podkarpackiego w okresie V-IX 2009*, Wyższa Szkoła Informatyki i Zarządzania w Rzeszowie, Rzeszów 2009.
3. *Badanie przyjazdowego ruchu turystycznego w wybranych miejscach recepcji turystycznej województwa podkarpackiego w okresie V-IX 2009*, Wyższa Szkoła Informatyki i Zarządzania w Rzeszowie, Rzeszów 2009.
4. *Badanie ruchu turystycznego w województwie małopolskim w 2013 roku*, EuConsult, Gdańsk 2013.
5. Barney J.B., *Bringing Managers Back In: A resource-Based Analysis of the Role of Managers in Creating and Sustaining Competitive Advantages for Firms, Does management metter? On competencies and competitive advantage*, The 1994 Crafoord lectures, pp. 1-36,
6. Bielawska I., Kiryluk H., Michałowski K., Rąkowski G., Ziółkowski R., *Turystyka w województwie podlaskim*. Wydawnictwo Politechniki Białostockiej, Białystok 2001.
7. Bogucka A., *Turystyka w liczbach – analiza ruchu i zagospodarowania turystycznego w województwie podlaskim*. Wydawnictwo Politechniki Białostockiej, Białystok 2005.
8. Borkowska-Niszczoła M., Kiryluk H., *Potencjał konkurencyjności turystycznej Doliny Biebrzy*, w: *Turystyka wobec nowych zjawisk w gospodarce światowej*, red. E.Dziedzic, Wyd. SGH, Warszawa 2011.
9. Borkowska-Niszczoła M., *Ocena potencjału turystycznego obszarów przyrodniczo cennych województwa podlaskiego*, w: „*Ekonomia i Zarządzanie*”, Numer 1, Tom 6, Wyd. Politechniki Białostockiej, Białystok 2014.
10. Borkowska-Niszczoła M., *Współpraca instytucji kultury na rzecz rozwoju produktów turystyki kulturowej w ujęciu teoretycznym i praktycznym*, w: „*Ekonomia i Zarządzanie*”, Tom 4, nr 2, Wyd. Politechniki Białostockiej, Białystok 2012.
11. Bosiacki S., i in., *Rozwój rynku turystycznego Poznania w latach 2000–2030*, Akademia Wychowania Fizycznego im. Eugeniusza Piaseckiego, Poznań 2011.
12. Butler R., *The concept of a tourism and cycle of evolution*, „*Canadian Geographer*” 1980, nr 24.
13. Ejdyś J., Szpilko D., *Problems of the strategic tourism management in the regions of Poland*, *Actual Problems of Economics*, nr 8 (2013).
14. Gaworecki W. W., *Turystyka*, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 2007.
15. *Informator turystyczny Województwa Podlaskiego*, Białystok 2014.
16. Kaczmarek J., Stasiak A., Włodarczyk B., *Produkt turystyczny*, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 2005.

17. Kruczek Z., *Polska. Geografia atrakcji turystycznych*. Proksenia 2005.
18. *Kultura Województwa Podlaskiego*, Urząd Marszałkowski, Białystok 2014.
19. Kurek W., *Turystyka*, Wydawnictwo PWN, Warszawa 2008.
20. Lew A. A., *A framework of tourist attraction research*, Annals of Tourism Research, 14, 1987.
21. Lijewski T., Mikułowski B., Wyrzykowski J., *Geografia turystyki Polski*. Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 2008.
22. Meyer B., *Aktywność samorządu lokalnego, jako element potencjału turystycznego na przykładzie wybranych gmin województwa zachodniopomorskiego*, Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego nr 590, Ekonomiczne Problemy Usług Nr 52, 2010.
23. Panasiuk A. (red.), *Marketing usług turystycznych*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2005.
24. Panfiluk E., *Analiza wpływu polityki i planowania rozwoju na konkurencyjność regionu turystycznego*, Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego. Ekonomiczne Problemy Usług, Szczecin Ekonomicznego we Wrocławiu, Nr 85 (2012).
25. Panfiluk E., *Identyfikacja produktu turystycznego Puszczy Białowieskiej*, Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego. Ekonomiczne Problemy Usług, Szczecin Ekonomicznego we Wrocławiu, Nr 52 (2010).
26. Panfiluk E., *Strategia zarządzania turystyką na obszarach przyrodniczo cennych na przykładzie jednostek obszaru metropolitalnego Białegostoku*, Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu, Nr 258 (2012).
27. Panfiluk E., *Wpływ polityki i planowania rozwoju na kreowanie konkurencyjności regionu turystycznego na przykładzie mikroregionu Puszcza Białowieska*, w: *Nowe wyzwania gospodarki turystycznej na poziomie lokalnym, regionalnym i międzynarodowym*, red. M. Jalinik, A. Sierpińska, Białystok 2011.
28. Panfiluk E., *Zaangażowanie sektora zarządzającego w działania na rzecz rozwoju turystyki. Analiza obszaru metropolitalnego Białegostoku*, Studia i Materiały Miscellanea Oeconomicae, R. 17, nr 1 (2013).
29. Panfiluk E., *Zagospodarowanie turystyczne Puszczy Białowieskiej na przykładzie szlaków turystyki kwalifikowanej*, w: *Turystyka i Rekreacja na obszarach przyrodniczo cennych w regionach transgranicznych północno – wschodniej Polski*, red. W. Chiżniak, T. Ołdytowski, E. Szymańska, Wydawnictwo Politechniki Białostockiej, Białystok 2009.
30. *Plan działania systemu. Państwowe ratownictwo medyczne w województwie podlaskim*, Podlaski Urząd Wojewódzki, Białystok 2011.
31. Poon A., 1993, *Tourism, Technology, and Competitive Strategy*. CAB International: Wallingford, s.24.
32. Potocka I., *Walory turystyczne*, w: *Uwarunkowania i plany rozwoju turystyki*, red. Z. Młynarczyk, A. Zajadacz, T.3. Poznań 2009.
33. Rapacz A., *Organizacja i zarządzanie turystyką w Polsce na szczeblach lokalnym i regionalnym*. w: *Gospodarka turystyczna. Wybrane zagadnienia jej funkcjonowania*, red. A. Rapacz, Wydawnictwo AD REM, Jelenia Góra 2009.
34. *Regionalny Program Operacyjny Województwa Podlaskiego na lata 2007–2013*, Urząd Marszałkowski Województwa Podlaskiego, Białystok 2007.
35. Ritchie J. R., Crouch B., Crouch G. I., 2000, *The Competitive Destination: A Sustainability Perspective*, Tourism Management, Vol. 21.
36. Rogalewski O., *Podstawy gospodarki przestrzennej w turystyce*, „Ruch Turystyczny – Monografie”, z. 13, SGPiS, Warszawa, 1972.
37. Rozporządzenie Rady Ministrów z dnia 24.12.2007 r. w sprawie Polskiej Klasyfikacji Działalności (PKD), Dz. U. z 2007 r. nr 251, poz. 1885 oraz z 2009 r. nr 59, poz. 489.

38. Sadowski A., *Turystyka, w: Województwo podlaskie u progu XXI wieku*, red. R. Horodeński, C. Sadowska-Snarska Wydawnictwo Wyższej Szkoły Ekonomicznej w Białymstoku, Białystok 2001.
39. Smoleński M., *Modelowanie przestrzeni turystycznej peryferyjnych regionów turystycznych*, *Ekonomia i Zarządzanie* Nr 1, 2012, s. 64-91.
40. Stankiewicz B., *Nauka o turystyce w XXI wieku – strategia, obszar I metodologia badań, dylematy*, *Przedsiębiorczość i Zarządzanie*, Tom XV, Zeszyt 4 cz. 3.
41. Stepaniuk K., *Assessment of the image of tourist entities from the selected reception areas in north-eastern Poland*, *Procedia – Social and Behavioral Sciences* 156.
42. *Strategia rozwoju Województwa Podlaskiego do roku 2020*, Urząd Marszałkowski Województwa Podlaskiego, 2013, s. 22.
43. Szpilko D., *Zagospodarowanie turystyczne obszarów chronionych regionu metropolitarne Białegostoku*, w: *Turystyka na obszarach przyrodniczo cennych*, red. M. Jalinik, Białystok 2010.
44. *Turystyka w 2013 r.*, Główny Urząd Statystyczny, Warszawa 2013.
45. Wall G., *Tourism Attractions: Points, Lines, and Areas*, *Annals of Tourism Research*, 1997, s. 24-31.
46. Wilde S., Cox C., 2008, *Linking Destination Competitiveness and Destination Development: Findings from a Mature Australian Tourism Destination*, Conference Paper presented at the Travel and Tourism Research Association (TTRA) European Chapter Conference – Competition in Tourism: Business and Destination Perspectives, Helsinki (Finland), April 23-25, pp. 467-478.
47. Wyrzykowski J., *Geograficzne uwarunkowania rozwoju urlopowej turystyki wypoczynkowej w Polsce*, *Acta Universitatis Wratislaviensis nr 935, „Studia Geograficzne”, XLIV*, Wrocław 1986.
48. Ziółkowski R., Szpilko D., *Regionalne badania ruchu turystycznego w województwie podlaskim*, Agencja Wydawnicza EkoPress, Białystok 2014.

■ Spis rysunków ■

Rys. 1.	Procedura realizacji celów szczegółowych.....	17
Rys. 2.	Przebieg badań.....	20
Rys. 3.	Triangulacja metodyczna.....	21
Rys. 4.	Ogólny podział potencjału turystycznego	31
Rys. 5.	Kryteria podziału walorów turystycznych	32
Rys. 6.	Liczba hoteli oraz innych obiektów noclegowych w województwie podlaskim w latach 2007-2013	43
Rys. 7.	Dynamika liczby miejsc noclegowych w województwie podlaskim w latach 2007-2013	43
Rys. 8.	Stopień wykorzystanie miejsc noclegowych w hotelach w województwie podlaskim w latach 2007-2013	44
Rys. 9.	Wielkość wydatków na działania promocyjne przez jednostki samorządowe (% ogólnych wydatków przeznaczonych na działania inwestycyjne).....	59
Rys. 10.	Formy promocji obszaru stosowane przez jednostki samorządowe woj. podlaskiego w latach 2007-2013	60
Rys. 11.	Wielkość wydatków przeznaczanych na działania promocyjne przez podmioty prywatne (% ogólnych wydatków przeznaczonych na działania inwestycyjne)	61
Rys. 12.	Formy promocji stosowane w promocji obszaru przez podmioty prywatne w latach 2007-2013	61
Rys. 13.	Aktywność współpracy przedsiębiorstw i podmiotów publicznych z wybranymi instytucjami (średnia ważona w skali od 0 – brak współpracy do 4 aktywne współpraca).....	62
Rys. 14.	Gminy o bardzo wysokiej i wysokiej atrakcyjności wypoczynkowej i krajoznawczej oraz o bardzo wysokiej i wysokiej randze międzynarodowej i/lub krajowej potencjału turystycznego z bardzo silnie i silnie rozwiniętą działalnością <i>stricte</i> turystyczną	82
Rys. 15.	Gminy o wyróżniającym się nasyceniu potencjału turystycznego do rozwoju turystyki wypoczynkowej	83
Rys. 16.	Gminy o wyróżniających się walorach wypoczynkowych i krajoznawczych	83
Rys. 17.	Gminy o wyróżniającym się nasyceniu potencjału turystycznego do rozwoju turystyki krajoznawczej	84
Rys. 18.	Zestawienie gmin o bardzo wysokim potencjale do rozwoju turystyki biznesowej	86
Rys. 19.	Zestawienie gmin o bardzo wysokim potencjale do rozwoju turystyki zdrowotnej	87
Rys. 20.	Zestawienie gmin o bardzo wysokim potencjale do rozwoju turystyki na terenach wiejskich	88
Rys. 21.	Zestawienie gmin o bardzo wysokim potencjale do rozwoju turystyki kwalifikowanej	89
Rys. 22.	Zestawienie gmin o bardzo wysokim potencjale do rozwoju turystyki w miastach i turystyki kulturowej	90
Rys. 23.	Zestawienie gmin o bardzo wysokim potencjale do rozwoju turystyki religijnej	91
Rys. 24.	Zestawienie gmin o bardzo wysokim potencjale do rozwoju turystyki przygranicznej i tranzytowej	92
Rys. 25.	Potencjał turystyczny według form turystyki w powiatach województwa podlaskiego.....	94
Rys. 26.	Dominujące formy turystyki w najbardziej atrakcyjnych powiatach województwa podlaskiego w opinii turystów	95
Rys. 27.	Rozkład gmin według rodzaju potencjału turystycznego	127
Rys. 28.	Rangi czynników potencjału turystycznego województwa podlaskiego.....	130
Rys. 29.	Rozkład produktów turystycznych i poziom ich wykorzystania według powiatów.....	136

Rys. 30.	Produkty turystyczne generujące największy ruch turystyczny w poszczególnych gminach województwa podlaskiego według powiatów [w % wskazań odwiedzenia].....	140
Rys. 31.	Najczęściej odwiedzane produkty turystyczne gminy Augustów	144
Rys. 32.	Najczęściej odwiedzane produkty turystyczne powiatu białostockiego wraz z miastem Białystok	145
Rys. 33.	Najczęściej odwiedzane produkty turystyczne powiatu hajnowskiego.....	146
Rys. 34.	Najczęściej odwiedzane produkty turystyczne suwalskiego wraz z m. Suwałki	147
Rys. 35.	Przyczyny nie uczestniczenia mieszkańców województwa podlaskiego w wyjazdach turystycznych	152
Rys. 36.	Porównanie mieszkańca województwa podlaskiego uczestniczącego i nieuczestniczącego w ruchu turystycznym	153
Rys. 37.	Województwa odwiedzane w celach turystycznych przez mieszkańców województwa podlaskiego	156
Rys. 67.	Typowy mieszkaniec województwa podlaskiego uczestniczący w krajowym ruchu turystycznym	156
Rys. 38.	Typowy mieszkaniec województwa podlaskiego uczestniczący w krajowym ruchu turystycznym	156
Rys. 39.	Kraje odwiedzane w celach turystycznych przez mieszkańców województwa podlaskiego.....	159
Rys. 40.	Typowy mieszkaniec województwa podlaskiego uczestniczący w międzynarodowym ruchu turystycznym	160
Rys. 41.	Miejsce zamieszkania odwiedzających województwo podlaskie.....	163
Rys. 42.	Obiekty zakwaterowania preferowane przez odwiedzających województwo podlaskie	164
Rys. 43.	Źródła informacji o regionie wykorzystywane przez odwiedzających województwo podlaskie.....	165
Rys. 44.	Dochód odwiedzających województwo podlaskie (w przeliczeniu na osobę)	166
Rys. 45.	Wydatki odwiedzających województwo podlaskie (w przeliczeniu na osobę na dzień)	166
Rys. 46.	Formy aktywności turystycznej odwiedzających województwo podlaskie	167
Rys. 47.	Krajowi odwiedzający województwo podlaskie w podziale na województwa	168
Rys. 48.	Obcokrajowcy odwiedzający województwo podlaskie w podziale na kraje	169
Rys. 49.	Typowy odwiedzający województwo podlaskie	170
Rys. 50.	Typowy krajowy odwiedzający województwo podlaskie.....	171
Rys. 51.	Typowy międzynarodowy odwiedzający województwo podlaskie.....	172
Rys. 52.	Typowy uczestnik turystyki wypoczynkowej w województwie podlaskim	175
Rys. 53.	Typowy uczestnik turystyki kulturowej w województwie podlaskim	178
Rys. 54.	Typowy uczestnik turystyki kwalifikowanej i rekreacji w województwie podlaskim	181
Rys. 55.	Typowy odwiedzający krewnych i znajomych w województwie podlaskim.....	184
Rys. 56.	Niszowy uczestnik turystyki religijnej w województwie podlaskim	187
Rys. 57.	Niszowy uczestnik turystyki zdrowotnej w województwie podlaskim.....	190
Rys. 58.	Niszowy uczestnik turystyki biznesowej w województwie podlaskim.....	193
Rys. 59.	Niszowy uczestnik turystyki na obszarach wiejskich w województwie podlaskim.....	196
Rys. 60.	Niszowy uczestnik turystyki zakupowej w województwie podlaskim.....	199
Rys. 61.	Niszowy uczestnik turystyki tranzytowej w województwie podlaskim.....	201
Rys. 62.	Przyszłościowy uczestnik turystyki w województwie podlaskim	204
Rys. 63.	Porównanie cech charakterystycznych typowych segmentów turystycznych województwa podlaskiego.....	206
Rys. 64.	Średnia ważona ocen poziomu jakości usług turystycznych	211
Rys. 65.	Ocena poziomu jakości usług turystycznych	212
Rys. 66.	Słabe strony zagospodarowania turystycznego	213

■ *Spis tabel* ■

Tabela 1.	Problemy i szczegółowe pytania badawcze	18
Tabela 2.	Zakres badań	19
Tabela 3.	Zmienne diagnostyczne do oceny potencjału poszczególnych gmin województwa podlaskiego	23
Tabela 4.	Liczebność próby odwiedzających (turystów i odwiedzających jednodniowych) województwo podlaskie z podziałem na powiaty	25
Tabela 5.	Liczba ankiet uzyskanych z badania w poszczególnych powiatach województwa podlaskiego	26
Tabela 6.	Liczebność próby mieszkańców województwa podlaskiego z podziałem na powiaty	27
Tabela 7.	Wyniki badań ankietowych	28
Tabela 8.	Turyści zagraniczni korzystający z noclegów w województwie podlaskim w latach 2007-2013	46
Tabela 9.	Liczba obiektów bazy gastronomicznej w województwie podlaskim w latach 2007-2013	47
Tabela 10.	Szlaki turystyczne w Polsce (w km)	50
Tabela 11.	Zmienne diagnostyczne zastosowane do oceny potencjału turystycznego województwa podlaskiego	99
Tabela 12.	Założenia oceny prawidłowości atrakcyjności gmin województwa podlaskiego	101
Tabela 13.	Ranking powiatów ze względu na czynniki przyrodnicze	102
Tabela 14.	Ranking gmin województwa podlaskiego ze względu na czynniki przyrodnicze (walory korzystne i bardzo korzystne)	103
Tabela 15.	Zróznicowanie gmin w powiatach ze względu na walory przyrodnicze	105
Tabela 16.	Ranking powiatów ze względu na czynniki kulturowe	106
Tabela 17.	Ranking gmin ze względu na czynniki kulturowe (walory kulturowe korzystne i bardzo korzystne)	106
Tabela 18.	Zróznicowanie gmin w poszczególnych powiatach ze względu na czynniki kulturowe	108
Tabela 19.	Ranking powiatów ze względu na czynniki infrastrukturalne	109
Tabela 20.	Ranking gmin ze względu na czynniki infrastrukturalne (czynniki korzystne i bardzo korzystne)	110
Tabela 21.	Zróznicowanie gmin w powiatach ze względu na czynniki infrastrukturalne	112
Tabela 22.	Ranking powiatów ze względu na czynniki dostępności komunikacyjnej i recepcji turystycznej	113
Tabela 23.	Ranking gmin ze względu na czynniki dostępności komunikacyjnej i recepcji turystycznej (czynniki dostępności korzystne i bardzo korzystne)	113
Tabela 24.	Zróznicowanie gmin w powiatach ze względu na czynniki dostępności komunikacyjnej i recepcji turystycznej	116
Tabela 25.	Ranking powiatów ze względu na czynniki społeczno-demograficzne	117
Tabela 26.	Ranking gmin ze względu na czynniki społeczno-demograficzne (czynniki korzystne i bardzo korzystne)	118
Tabela 27.	Zróznicowanie gmin w powiatach ze względu na czynniki społeczno-demograficzne	119
Tabela 28.	Ranking powiatów ze względu na czynniki ekonomiczne	120
Tabela 29.	Ranking gmin ze względu na czynniki ekonomiczne (czynniki korzystne i bardzo korzystne)	121
Tabela 30.	Zróznicowanie gmin w powiatach ze względu na czynniki ekonomiczne	123
Tabela 31.	Ranking powiatów ze względu na potencjał turystyczny	124
Tabela 32.	Ranking gmin ze względu na potencjał turystyczny (bardzo wysoki i wysoki)	125

Tabela 33.	Zróźnicowanie gmin w powiatach ze względu na potencjał turystyczny.....	127
Tabela 34.	Ocena parametrów modelu potencjału turystycznego województwa podlaskiego.....	128
Tabela 35.	Ważność czynników określających potencjał turystyczny województwa podlaskiego.....	129
Tabela 36.	Porównanie rankingu gmin potencjału turystycznego z kategorią atrakcyjności.....	131
Tabela 37.	Wykaz produktów turystycznych najczęściej wskazywanych przez badanych.....	137
Tabela 38.	Produkty turystyczne generujące największy ruch turystyczny w poszczególnych gminach województwa podlaskiego według powiatów	141
Tabela 39.	Najczęściej odwiedzane produkty turystyczne gminy Augustów	145
Tabela 40.	Najczęściej odwiedzane produkty turystyczne powiatu białostockiego wraz z miastem Białystok.....	146
Tabela 41.	Najczęściej odwiedzane produkty turystyczne powiatu hajnowskiego.....	147
Tabela 42.	Najczęściej odwiedzane produkty turystyczne powiatu suwalskiego wraz z m. Suwałki	148
Tabela 43.	Struktura badanych według miejsca zamieszkania (powiatu)	149
Tabela 44.	Charakterystyka mieszkańców województwa podlaskiego uczestniczących w ruchu turystycznym.....	150
Tabela 45.	Charakterystyka mieszkańców województwa podlaskiego nieuczestniczących w ruchu turystycznym	151
Tabela 46.	Charakterystyka mieszkańców województwa podlaskiego nieuczestniczących w krajowym ruchu turystycznym	154
Tabela 47.	Charakterystyka mieszkańców województwa podlaskiego uczestniczących w międzynarodowym ruchu turystycznym.....	157
Tabela 48.	Charakterystyka odwiedzających województwo podlaskie	162
Tabela 49.	Charakterystyka uczestników turystyki wypoczynkowej	173
Tabela 50.	Charakterystyka uczestników turystyki kulturowej.....	176
Tabela 51.	Charakterystyka uczestników turystyki kwalifikowanej i rekreacji	179
Tabela 52.	Charakterystyka odwiedzających krewnych i znajomych.....	182
Tabela 53.	Charakterystyka uczestników turystyki religijnej.....	185
Tabela 54.	Charakterystyka uczestników turystyki zdrowotnej.....	188
Tabela 55.	Charakterystyka uczestników turystyki biznesowej	191
Tabela 56.	Charakterystyka uczestników turystyki na obszarach wiejskich	194
Tabela 57.	Charakterystyka uczestników turystyki zakupowej	197
Tabela 58.	Charakterystyka uczestników turystyki tranzytowej	200
Tabela 59.	Charakterystyka przyszłościowego odwiedzającego województwo podlaskie	203
Tabela 60.	Struktura segmentów odwiedzających województwo podlaskie według form turystyki	205
Tabela 61.	Odwiedzający województwo podlaskie według pochodzenia.....	209
Tabela 62.	Odwiedzający krajowi dominujący w wybranych regionach Polski według województw pochodzenia	210
Tabela 63.	Skala oceny jakości usług turystycznych.....	212


■ Spis map ■

Mapa 1.	Baza noclegowa w województwie podlaskim w 2013 roku	45
Mapa 2.	Uwarunkowania przestrzenne turystyki	52
Mapa 3.	Podmioty gospodarcze prowadzące działalność <i>stricte</i> turystyczną w województwie podlaskim.....	55
Mapa 4.	Podmioty gospodarcze prowadzące działalność okołoturystyczną w województwie podlaskim.....	57
Mapa 5.	Atrakcyjność wypoczynkowa gmin województwa podlaskiego	68
Mapa 6.	Atrakcyjność krajoznawcza gmin województwa podlaskiego.....	70
Mapa 7.	Dominujący rodzaj waloru wypoczynkowego gmin województwa podlaskiego	71
Mapa 8.	Dominujący rodzaj wypoczynku w gminach województwa podlaskiego	74
Mapa 9.	Potencjalna atrakcyjność turystyczna o zasięgu międzynarodowym w gminach województwa podlaskiego.....	76
Mapa 10.	Uwarunkowania potencjalnej atrakcyjności turystycznej o zasięgu międzynarodowym z rozwojem działalności <i>stricte</i> turystycznej	77
Mapa 11.	Atrakcyjność turystyczna walorów turystycznych o randze krajowej	79
Mapa 12.	Potencjalna atrakcyjność turystyczna o zasięgu krajowym w gminach województwa podlaskiego oraz działalność podmiotów <i>stricte</i> turystycznych.....	80
Mapa 13.	Potencjał do rozwoju wybranych form turystyki w gminach województwa podlaskiego	93
Mapa 14.	Przestrzenny rozkład produktów turystycznych według ilości i rodzajów	143

■ Spis załączników ■

Załącznik 1.	Wykaz muzeów województwa podlaskiego według powiatów i gmin (płyta CD).....	41
Załącznik 2.	Wykaz produktów turystycznych według powiatów i gmin województwa podlaskiego (płyta CD)	42
Załącznik 3.	Zestawienie danych liczbowych wykorzystanych do wykonania mapy: baza noclegowa w województwie podlaskim (płyta CD)	44
Załącznik 4.	Zestawienie danych wykorzystanych do wykonania mapy: Uwarunkowania przestrzenne (płyta CD)	53
Załącznik 5.	Zestawienie danych do mapy: Podmioty <i>stricte</i> turystyczne (płyta CD)	56
Załącznik 6.	Wykaz aktualnie działających biur podróży w województwie podlaskim (płyta CD).....	56
Załącznik 7.	Wykaz danych wykorzystanych do wykonania mapy: Podmioty gospodarcze prowadzące działalność okołoturystyczną (płyta CD)	56
Załącznik 8.	Wykaz danych wykorzystanych do wykonania mapy: Atrakcyjność wypoczynkowa gmin (płyta CD)	67
Załącznik 9.	Wykaz danych wykorzystanych do wykonania mapy: Atrakcyjność krajoznawcza gmin (płyta CD).....	69
Załącznik 10.	Zestawienie danych do obliczenia atrakcyjności wypoczynkowej województwa podlaskiego według gmin (płyta CD)	72
Załącznik 11.	Wykaz danych wykorzystanych do wykonania mapy: Dominujący rodzaj wypoczynku (płyta CD)	73
Załącznik 12.	Zestawienie danych wykorzystanych do oceny atrakcyjności walorów turystycznych o randze międzynarodowej (płyta CD).....	75
Załącznik 13.	Zestawienie danych wykorzystanych do oceny atrakcyjności walorów turystycznych o randze krajowej (płyta CD).....	78
Załącznik 14.	Zestawienie danych wykorzystanych do oceny atrakcyjności walorów turystycznych o randze krajowej oraz działalność podmiotów <i>stricte</i> turystycznych (płyta CD)	81
Załącznik 15.	Zestawienie danych wykorzystanych do klasyfikacji gmin o bardzo wysokiej i wysokiej atrakcyjności wypoczynkowej i krajoznawczej oraz o bardzo wysokiej i wysokiej randze międzynarodowej i/lub krajowej potencjału turystycznego z bardzo silnie i silnie rozwiniętą działalnością <i>stricte</i> turystyczną (płyta CD)	82
Załącznik 16.	Zestawienie danych wykorzystanych do klasyfikacji gmin o bardzo wysokiej i wysokiej atrakcyjności wypoczynkowej z bardzo silnie i silnie rozwiniętą działalnością <i>stricte</i> turystyczną (płyta CD).....	83
Załącznik 17.	Zestawienie danych wykorzystanych do klasyfikacji gmin o bardzo wysokiej i wysokiej atrakcyjności krajoznawczej (płyta CD).....	84
Załącznik 18.	Zestawienie danych wykorzystanych do klasyfikacji gmin o bardzo wysokiej i wysokiej atrakcyjności krajoznawczej z bardzo silnie i silnie rozwiniętą działalnością <i>stricte</i> turystyczną (płyta CD).....	84
Załącznik 19.	Zestawienie wartości wskaźnika syntetycznego danych wykorzystanych do klasyfikacji gmin o bardzo dobrych warunkach do rozwoju turystyki biznesowej (płyta CD).....	86
Załącznik 20.	Zestawienie wartości wskaźnika syntetycznego danych wykorzystanych do klasyfikacji gmin o bardzo dobrych warunkach do rozwoju turystyki zdrowotnej (płyta CD).....	87
Załącznik 21.	Zestawienie wartości wskaźnika syntetycznego danych wykorzystanych do klasyfikacji gmin o bardzo dobrych warunkach do rozwoju turystyki na terenach wiejskich (płyta CD).....	88

Załącznik 22. Zestawienie wartości wskaźnika syntetycznego danych wykorzystanych do klasyfikacji gmin o bardzo dobrych warunkach do rozwoju turystyki kwalifikowanej (płyta CD).....	89
Załącznik 23. Zestawienie wartości wskaźnika syntetycznego danych wykorzystanych do klasyfikacji gmin o bardzo dobrych warunkach do rozwoju turystyki w miastach i turystyki kulturowej (płyta CD)	90
Załącznik 24. Zestawienie wartości wskaźnika syntetycznego danych wykorzystanych do klasyfikacji gmin o bardzo dobrych warunkach do rozwoju turystyki religijnej (płyta CD).....	91
Załącznik 25. Zestawienie wartości wskaźnika syntetycznego danych wykorzystanych do klasyfikacji gmin o bardzo dobrych warunkach do rozwoju turystyki przygranicznej i tranzytowej (płyta CD).....	92
Załącznik 26. Ranking wszystkich 118 gmin województwa podlaskiego ze względu na czynniki przyrodnicze (walory korzystne i bardzo korzystne) (płyta CD).....	104
Załącznik 27. Ranking wszystkich 118 gmin województwa podlaskiego ze względu na czynniki kulturowe (płyta CD)	108
Załącznik 28. Ranking wszystkich 118 gmin województwa podlaskiego ze względu na czynniki infrastrukturalne (płyta CD)	111
Załącznik 29. Ranking wszystkich 118 gmin województwa podlaskiego ze względu na czynniki dostępności komunikacyjnej (płyta CD)	115
Załącznik 30. Ranking wszystkich 118 gmin województwa podlaskiego ze względu na czynniki społeczno-demograficzne (płyta CD).....	119
Załącznik 31. Ranking wszystkich 118 gmin województwa podlaskiego ze względu na czynniki ekonomiczne (płyta CD)	122
Załącznik 32. Ogólna ocena potencjału turystycznego – ranking (płyta CD)	126
Załącznik 33. Zestawienie produktów turystycznych według powiatów i gmin (płyta CD).....	136
Załącznik 34. Zestawienie produktów turystycznych według powiatów i gmin (płyta CD).....	139



*Badanie ewaluacyjne finansowane przez Unię Europejską
z Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego,
w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego
Województwa Podlaskiego na lata 2007-2013*

Wydawca:
Urząd Marszałkowski Województwa Polskiego
Departament Rozwoju Regionalnego
ul. Poleska 89, 15-874 Białystok

tom I

ISBN 978-83-62528-85-1

ISBN 978-83-62528-57-8

publikacja bezpłatna