



Fot. 1. Kamienice ormiańskie w Zamościu [8]

Joanna Hawlena, Jerzy Koproń, Rafał Rowiński

Ekonomiczno-społeczne uwarunkowania rozwoju rynku usług turystycznych w Zamościu

JEL: Z31, O18. DOI: 10.24136/atest.2019.117.

Data zgłoszenia: 20.04.2019. Data akceptacji: 01.06.2019.

Artykuł dotyczy aktualnego problemu, który można określić, jako poszukiwanie ekonomiczno-społecznych determinant umożliwiających zwiększenie ruchu turystycznego i jego efektywności na badanym obszarze. Problematyka dotyczy Zamościa, w którym zagadnienia dotyczące efektywnego zarządzania turystyką należą do priorytetowych. Celem opracowania jest zweryfikowanie i przybliżenie odbiorcy najcenniejszych walorów turystycznych tego regionu, jak i wskazanie najważniejszych uwarunkowań i źródeł determinujących lokalny rozwój turystyki oraz ekonomiczne i społeczne efekty związane z tym procesem. Ocenę oparto na aktualnych badaniach empirycznych, co zwiększa stopień przydatności opracowania do rozwiązania istotnych problemów z zakresu turystyki w mieście umieszczonym na Liście Dziedzictwa Światowego UNESCO.

Słowa kluczowe: usługi turystyczne, ruch turystyczny, zarządzanie turystyką.

Wstęp

Prawidłowa ocena i efektywne wykorzystanie istniejącego potencjału turystycznego wymaga w pierwszej kolejności zbudowania skutecznego systemu przekazu, zebrania danych oraz profesjonalnego wykorzystania źródeł informacji [17]. Potencjał turystyczny jest bowiem istotnym czynnikiem kreowania konkurencyjności miast i regionów, sprzyjając ich wzrostowi gospodarczemu oraz poprawie jakości życia mieszkańców [12]. W ocenie potencjału turystycznego miast i regionów uwzględnia się szeroko zestaw zmiennych diagnostycznych [13]. Istotnym ich czynnikiem są walory turystyczne. Konieczne jest także zapewnienie dostępności

istniejących obiektów. Nie byłoby to możliwe bez dobrze rozwiniętej infrastruktury i sprawnego systemu transportu publicznego [2].

O potencjale turystycznym Zamościa niewątpliwie świadczą jego najważniejsze, cieszące się zainteresowaniem i uznaniem turystyczne walory kulturowe, jednak bez zbudowania rozwiniętej bazy danych dotyczącej tych walorów, prawidłowej analizy zebranych informacji oraz marketingowej promocji, część z nich jest niezauważona lub źle wypromowana. Nie trzeba wyjaśniać, że walory te nie spełniają swojej roli i w takim przypadku zamiast być wzrostem atrakcyjności turystycznej miasta, przyczyniają się do zmniejszenia stopnia ich konsumpcji. Zamość posiada wiele znaczących i uznawanych w kraju i poza jego granicami produktów turystycznych i miejsc godnych zwiedzenia. Celem artykułu było określenie determinant, jakie wpływają na poziom atrakcyjności Zamościa.

Geneza i charakterystyka Zamościa

Zamość to miasto powiatowe liczące około 66,5 tys. mieszkańców. Położone jest na Padole Zamojskiej nad Łubianką w doływie Wieprza. Jest to jeden z najcenniejszych zespołów urbanistycznych w Polsce, umieszczony na Liście Dziedzictwa Światowego UNESCO. W latach 1975–98 było to miasto wojewódzkie, a od 1999 roku jest siedzibą władz miasta na prawach powiatu ziemskiego. Jest to ośrodek przemysłu spożywczego i znajdują się tu zakłady mięsne, browar, młyny i zakłady jajczarsko-drobiarskie. Rozwija się przemysł drzewny (zakłady meblowe), odzieżowy oraz metalowy. Znajduje się tu siedziba Wyższej Szkoły Humanistyczno-Ekonomicznej im. Jana Zamoyskiego oraz Wyższej Szkoły Zarządzania i Administracji. W Zamościu działa Zamojskie Towarzystwo Przyjaciół Nauk oraz Symfoniczna Orkiestra Włosciańska im. Karola Namysłowskiego. Od 1918 roku znajduje się tu (jedyny do tej pory w tej części kraju) Ogród Zoologiczny.



Fot. 3. Ratusz w Zamościu [5]

Herbem miasta Zamość jest św. Tomasz w włócznią w lewej ręce i herbem Zamojskich – Jelita u stóp. Główna informacja turystyczna mieści się tu w ratuszu [5, s. 16]. Zamość, zdaniem J. Kowalczyka, stanowi najciekawszy zespół urbanistyczno-architektoniczny powstały na ziemiach polskich w dobie późnego renesansu i często nazywa się go miastem idealnym [11, s. 5].

Zamość zrodził się z wiedzy i ambicji Jana Zamojskiego (patrona miasta), pragnącego zapisać się trwale w historii kraju. Zamojski po ukończeniu studiów na uniwersytecie we włoskiej Padwie stworzył miasto, które było odzwierciedleniem jego własnej osobowości. Akt lokacyjny został wydany 3 kwietnia 1580 roku. Miasto powstało na planie pięciokąta, wydłużonego w kierunku zachodnim o prostokątny obszar, na którym powstał pałac Zamojskich. Cała budowla otoczona jest fortyfikacjami. Do realizacji tego idealistycznego projektu Zamojski zaangażował weneckiego architekta Bernarda Morando [9, s. 8]. Wszystkie budynki – mieszkańskie kamienice na Rynku Wielkim, Ratusz, fortyfikacje, zabudowania akademickie i rezydencja rodu Zamojskich zostały wzniesione zgodnie z zasadami architektury renesansowej. Zamojski i architekt pragnęli rozdzielić miasto ducha i religii od kwartałów przeznaczonych dla kupców i rzemieślników. Najogólniej rzecz ujmując, budowle kościelne i uniwersyteckie powstały poza ścisłym centrum Zamościa, zaś kamieniczki kupców słoczyły się wokół Rynku Wielkiego, przy przylegających doń ulicach oraz w sąsiedztwie Rynku Solnego i Wodnego.

To miasto będące kiedyś twierdzą, z zespołem około 120 zabytków architektury – zostało zaliczone do zabytków grupy „0” (o najwyższej wartości artystyczno-historycznej w skali światowej i uznany za Pomnik Historii) [10, s. 179–223]. Pomimo najazdów tatarskich, szwedzkich, rosyjskich i hitlerowskich, które naruszyły harmonię niektórych obszarów miasta, cały zespół architektoniczny nadal zachwyca turystów.

Miasto zachowało renesansowy układ urbanistyczny, unikatowy w tej części Europy. Wewnątrz fortyfikacji ulice tworzą regularną szachownicę z reprezentacyjnym Rynkiem Wielkim pośrodku. Rynek przecinają dwie osie, główna łączy rezydencję Zamojskich z miastem, oś poprzeczna wiąże trzy rynki: Solny, Wielki i Wodny. Rynek Wielki tworzy kwadrat o boku 100 m i jest otoczony podcieniowymi kamienicami z XVI–XVII w.

Kamienice pierwotnie były bogato zdobione, niestety podczas nadbudowy pięter, a zwłaszcza przy przekształcaniu miasta w twierdzę w latach dwudziestych XIX w, zniszczono attyki i dekorację fasad. W północnej pierzei rynku wznosi się słynny ratusz, jedna z najpiękniejszych budowli renesansowych Polski, zbudowany w latach 1951–1966 według projektu Bernardo Morando, a rozbudowany w latach 1639–51 i 1767–70, kiedy dodano od frontu odwach i reprezentacyjne schody. Ratusz przekształcony na początku XIX wieku w budowlę w stylu klasycystycznym, odzyskał w 1937 roku dawny renesansowy kształt [3, s. 295].

Do ratusza przylega od tyłu klasycystyczny gmach dawnego więzienia z 1822 roku, obecnie siedziba Urzędu Miasta. Przylegają do niego również najpiękniejsze kamienice. Północna pierzeja rynku to ulica Ormiańska przeznaczona przez Jana Zamojskiego dla Ormian, którzy zajmowali się handlem. Pod nr 30 znajduje się kamienica zwana „Wilczkowską” od nazwiska kolejnego jej właściciela Jana Wilczka – rajcy zamojskiego. Ma ona bogatą dekorację zewnętrzną pochodzącą z drugiej połowy XVII wieku z dwuarkadowym podcieniem. Pierwotnie w początku XVII wieku należała do profesora filozofii Adama Burskiego, jednego z najwybitniejszych uczonych Akademii Zamojskiej. Wczesnobarokowa dekoracja fasad pochodzi z lat 1672–76 dokonanej przez ówczesnego właściciela Jana Wilczka. Zdobią ją także płaskorzeźby świętych – św. Ewangelisty i Jana Chrzciciela – patronów właściciela, Marii jako Madonny – patronki jego żony oraz św. Tomasza Apostoła z 3 włóczniami – herbu Zamościa. Pod nr 28 znajduje się kamienica „Rudomiczowska” wzniesiona w latach 1645–72 przez profesora Akademii Zamojskiej Hieronima Kołakowskiego, a następnie użytkowana przez Bazylego Rudomicza, medyka i kronikarza. Pod nr 26 znajduje się kamienica „Pod Aniołem” zwana także kamienicą „Bartoszewiczów”, zbudowana w latach 1632–34 przez zamożnego kupca Gabriela Bartoszewicza. Na fasadzie są płaskorzeźbione ornamenty roślinne i zwierzęce, we wnęce na I piętrze figura Archaniola Gabriela – patrona właściciela, na ścianie II piętra lwy oraz smok, natomiast nad portalem znajduje się kartusz ze św. Jerzym na koniu [15, s. 136].

Na zdjęciu 1 przedstawiono kolorowe kamienice wybudowane na rynku. Zielona, to kamienica Wilczkowska, żółta Radomiczowska. Czerwona „Pod Aniołem” (nazywana także „Pod Lwami” lub „Bartoszewiczów”). Niebieska to kamienica „Pod Małżeństwem lub Szafirowa”, kremowa – „Pod Madonną” lub „Sołtanowska”. Wszystkie budowle były bogato zdobione.



Fot. 2. Rynek Wielki w Zamościu [6].

W obrębie starego miasta zachowało się wiele zabytkowych budowli. Na głównej osi na zachód od centrum wznosi się dawny pałac Zamojskich z lat 1579–1586, rozbudowany w XVIII wieku w czworobok z dziedzińcem, po 1831 roku zamieniony w szpital wojskowy (obecnie siedziba sądu). Na północny-zachód od centrum znajduje się drugi wielki gmach czworoboczny z dziedzińcem, kiedyś arkadowym, z lat 1639–1648, był siedzibą Akademii Zamojskiej. Przebudowany w XVIII i XIX wieku, służył jako koszary (obecnie mieści filię Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej). Na południowy-zachód od Rynku Wielkiego wznosi się najokazalszy kościół Zamościa, kolegiata Zmartwychwstania Pańskiego i św. Tomasza. Odznacza się on bogatym wystrojem a w jego ramach znajdują się rzeźby frezy, obrazy i epitafia, po obu stronach rzędy kaplic. W kaplicy Zamojskich znajduje się płyta nagrobna Jana Zamojskiego. Obok kolegiaty mieści się późnobarokowa dzwonnica brama z lat 1760–1775 i „Infułatka” – rezydencja infułatów z końca XVI wieku [14, s. 295].

Stare miasto otaczają w dalszym ciągu fortyfikacje ziemne i bramy. Część z nich pochodzi z końca XVI wieku, m.in. Stara Brama Lubelska (1582–1599) i Stara Brama Lwowska (1597). Część z nich wzniesli Rosjanie po 1821 roku, np. Nową Bramę Lubelską i Starą Bramę Lwowską. Poza wałami miasta znajduje się Rotunda wzniesiona w latach 1825–1831, pierwotnie jako działobitnia, później prochownia. W latach II wojny światowej była więzieniem i miejscem masowych egzekucji. Zwłoki pomordowanych Niemcy początkowo grzebali, później palili na stosach. Dziś mieści się tu Muzeum Martyrologii Zamojszczyzny. Rotundę otacza cmentarz pomordowanych [14, s. 306].

Wokół zabytkowego starego miasta rozciąga się szeroki pas zieleni (Planty, park Miejski), a w jego ramach znajdują się między innymi: ozdobny staw, amfiteatr, stadion i hala sportowa oraz ogród zoologiczny. Zewnętrzne dzielnice mają nowszą przeważnie powojenną zabudowę.

Zamość jest tradycyjnym ośrodkiem kulturalnym południowo-wschodniej Lubelszczyzny. Świadczy o tym skupienie różnego rodzaju szkół, organizacji i muzeów, wśród których działają m.in. Kolegium Nauczycielskie, szkoły muzyczna i plastyczna. Są to m.in., własna prasa („Tygodnik Zamojski”) oraz takie instytucje jak Polska Orkiestra Włościańska im. Karola Namysłowskiego (od 1881 r.), muzeum okręgowe, Muzeum Barwy i Oręża „Arsenał”, Muzeum Diecezjalne Sztuki Sakralnej i Muzeum Martyrologii Zamojszczyzny, Rotunda oraz Pracownie Konserwacji Zabytków. Od 992 roku jest siedzibą diecezji zamojsko-lubaczowskiej Kościoła rzymskokatolickiego.

Zamość jest miejscem wielu imprez artystycznych. Od 1976 r. odbywają się tu spotkania teatralne – Zamojskie Lato Teatralne, obejmujące również niekonwencjonalne inscenizacje plenerowe. Imprezami muzycznymi są „Zamojskie Dni Muzyki” i spotkania jazzowe. Ze względu na swoje zabytki i zachowany historyczny układ urbanistyczny miasto jest licznie odwiedzane przez turystów. Po otwarciu przejścia granicznego na Ukrainę w Hrebennem jest również celem turystyki międzynarodowej.

Zamość posiada rozwiniętą infrastrukturę turystyczną. Znajdują się tu wiele obiektów noclegowych, np. hotele, m.in. Arkadia, Senator, Zamojski, Mercure, Zamość Stare Miasto, Junior, Koronny, Renesans, Carskie Koszary, liczne motele, pokoje gościnne, zajazdy i obiekty gastronomiczne przeznaczone głównie dla turystów. Na terenie Zamościa działa Zamojskie Centrum Informacji Turystycznej i Historycznej (w dwóch obiektach: w ratuszu i na Plantach), ułatwiający pobyt i zwiedzanie miasta. Atrakcją dla turystów są także dorożki, które są dostępne dla zwiedzających



Fot. 3. Rotunda [7]

od maja do września. Firma O.R.T. Obsługa Ruchu Turystycznego proponuje także turystom przybyłym do Zamościa możliwość mobilnego zwiedzania miasta przy pomocy bardzo atrakcyjnych pojazdów – meleksów. Jest to bardzo wygodna i przyjemna forma wycieczki, która zapewnia zwiedzającym w krótkim czasie poznanie historii najważniejszych i najpiękniejszych zabytków Zamościa. Miasto stanowi też bazę wypadową na Roztocze.

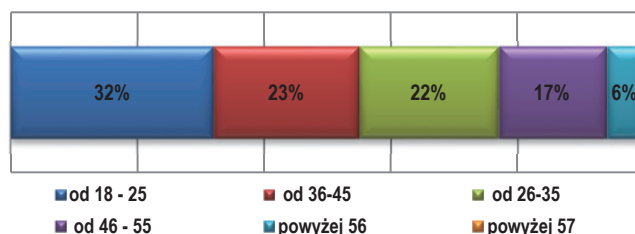
Metodologia przeprowadzonych badań i metryczka respondenta

Dla uzyskania aktualnych danych o problemach dotyczących bieżących zagadnień i możliwości dalszego rozwoju turystyki w regionie Zamościa, przeprowadzono określone badania empiryczne.

Celem badań było uzyskanie oceny turystów dotyczącej postrzegania turystycznych walorów Zamościa. Badania przeprowadzono od lipca do września 2018 roku, na 300 osobowej grupie podróżnych. Przeprowadzono je metodą sondażu diagnostycznego z wykorzystaniem autorskiego kwestionariusza ankiety. Przy wyborze próby reprezentatywnej zastosowano dobór warstwowy. Poszczególne warstwy tworzone uwzględniając miejsce pochodzenia respondentów, ich wiek, wykształcenie oraz status zawodowy i pochodzenie.

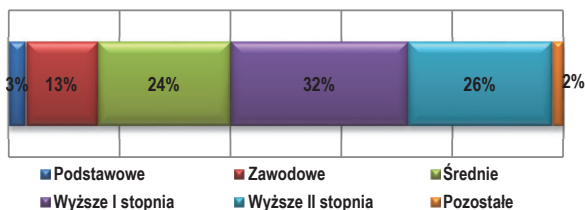
W grupie respondentów największa liczba osób była w wieku od 18 do 25 lat (32%). W dalszej kolejności były grupy wiekowe od 36 do 45 lat (23%) i od 26 do 35 lat (22%). Nieco mniej turystów plasuje się w przedziale od 46–55 lat (17%) oraz powyżej 56 roku życia (6%). Dane te zaprezentowano na rysunku 1.

Z grupy badanych największa liczba osób miała wykształcenie wyższe pierwszego stopnia (32%) i wyższe drugiego stopnia (26%). Z wykształceniem zawodowym było 13%. Nieliczna grupa

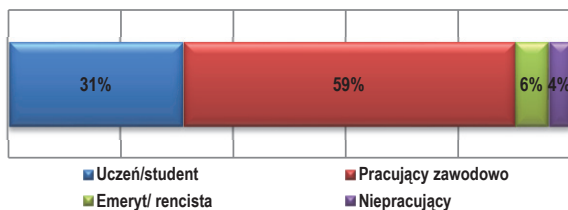


Rys. 1. Wiek respondentów

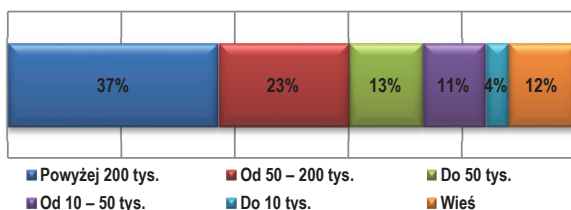
Źródło: oprac. własne na podst. badań ankietowych.



Rys. 2. Wykształcenie respondentów
Źródło: oprac. własne na podst. badań ankietowych.



Rys. 3. Status zawodowy respondentów
Źródło: oprac. własne na podst. badań ankietowych.



Rys. 4. Miejsce zamieszkania respondentów
Źródło: oprac. własne na podst. badań ankietowych.

to respondenci z wykształceniem podstawowym (3%). Tą strukturę zaprezentowano na rysunku 2.

Kryteria statusu zawodowego wykazały, że zdecydowana większość to osoby pracujące zawodowo (59%). Kolejne miejsca zajęli uczniowie i studenci (31%). Niewielką liczbę badanych stanowią renciści i emeryci (6%), natomiast 5% to osoby niepracujące.

W formie graficznej zagadnienie to zostało przedstawione na rysunku 3.

Struktura według miejsca zamieszkania wykazała, że respondenci pochodzili przede wszystkim z miast powyżej 200 tys. osób (37%). Na drugim miejscu znaleźli się zamieszkujący miasta od 50 do 200 tysięcy mieszkańców (23%). Na kolejnych miejscach uplasowali się respondenci zamieszkujący miasta liczące od 10 do 50 tysięcy osób (13%) oraz mieszkańcy wsi. Najmniejsza liczba badanych pochodziła z małych miasteczek do 10 tysięcy mieszkańców. Graficzny obraz tej struktury zaprezentowano na rysunku 4.

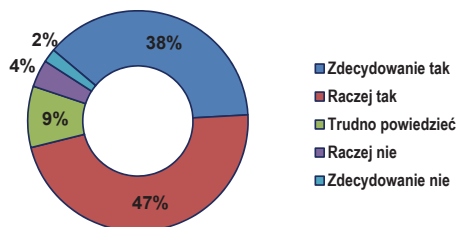
Wyniki badań

Zweryfikowane wyniki przeprowadzonych badań wykazały, że pod względem atrakcyjności turystycznej, miasto jest oceniane pozytywnie. Na pytanie czy respondent uważa Zamość za atrakcyjny, 38% odpowiedziało, zdecydowanie tak, natomiast raczej tak – 47%. Niewielka część respondentów nie wyraziła zdania. W tym zakresie badań na szczególną uwagę zasługują minimalne oceny negatywne tzn. raczej nie (4%) i zdecydowanie nie (2%). Taki wynik świadczy o pozytywnym wizerunku miasta w opinii respondentów (rys 5).

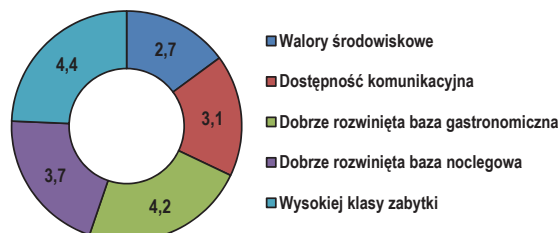
O atrakcyjności turystycznej określonego obszaru decydują jego walory. Na pytanie, co przyciąga turystów do Zamościa, respondenci odpowiadali w skali od 1 – najmniej do 5 najbardziej. Największa liczba respondentów wskazała wysokiej klasy zabytki (4,4) i dobrze rozwiniętą bazę gastronomiczną (4,2). Kolejne miejsca zajęły poprawnie rozwinięta baza noclegowa (3,7) i dostępność komunikacyjna (3,1). Najniżej respondenci ocenili walory środowiskowe (2,7). Tak kształtujące się postrzeżenie miasta świadczy o pozytywnej ocenie walorów, które przyciągają turystów (rys. 6).

Istotną determinantą rozwoju turystyki jest baza noclegowa. Większość turystów przyjeżdżających do Zamościa zatrzymywała się w hotelach i pensjonatach (36%). Z czego znaczną atrakcyjnością cieszyły się pensjonaty (21%), hostele (15%) i gospodarstwa turystyczne (14%). Mniejsza grupa turystów nocowała u rodziny (4%) i w namiocie (4%). Niektórzy turyści preferowali noclegi w domkach kempingowych lub na polu kempingowym, korzystając ze swoich kamperów, (były to odpowiedzi zawierające się w pozycji inne, jakie?). Zagadnienie to zaprezentowano na rysunku 7.

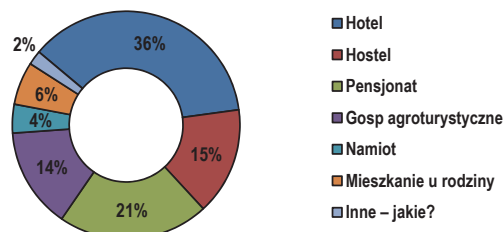
Wybór miejsca noclegowego ma ścisły związek, z jakością bazy noclegowej i wysokością ceny tej usługi. Z oceny bazy noclegowej w Zamościu wynika, że zdecydowana większość respondentów oceniła ją dobrze (53%) i bardzo dobrze (21%). Zdaniem 19% respondentów jest ona przeciętna. Tylko niewiele osób uznało jakość bazy noclegowej za złą (5%) i bardzo złą. (2%). To wskazuje, że turyści ocenili bazę noclegową pozytywnie (rys. 8).



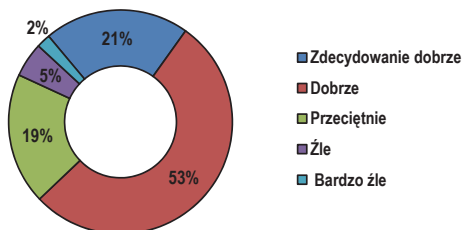
Rys. 5. Atrakcyjność turystyczna Zamościa
Źródło: oprac. własne na podst. badań ankietowych.



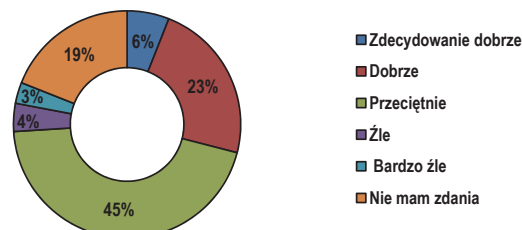
Rys. 6. Walory Zamościa, które przyciągają turystów
Źródło: oprac. własne na podst. badań ankietowych.



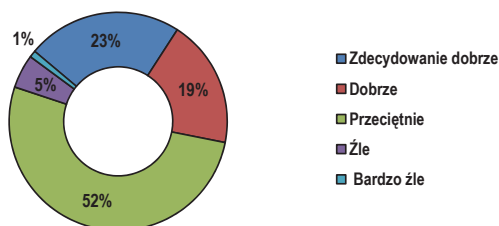
Rys. 7. Rodzaj noclegu wybieranego przez turystów
Źródło: oprac. własne na podst. badań ankietowych.



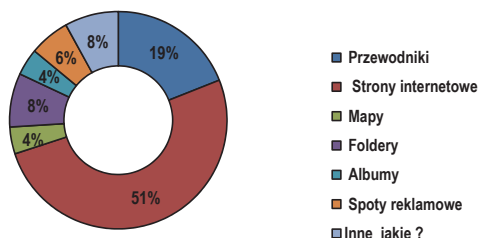
Rys. 8. Ocena bazy noclegowej w Zamościu
Źródło: oprac. własne na podst. badań ankietowych.



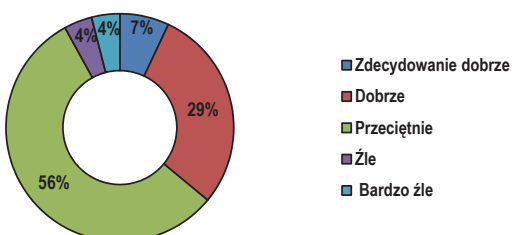
Rys. 11. Ocena bazy komunikacyjnej w Zamościu
Źródło: oprac. własne na podst. badań ankietowych.



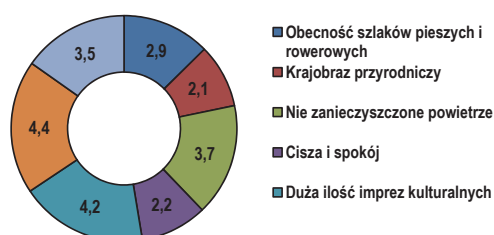
Rys. 9. Ocena bazy gastronomicznej w Zamościu
Źródło: oprac. własne na podst. badań ankietowych.



Rys. 12. Materiały promujące miasto
Źródło: oprac. własne na podst. badań ankietowych.



Rys. 10. Ocena bazy rekreacyjno-sportowej
Źródło: oprac. własne na podst. badań ankietowych.



Rys. 13. Ogólna ocena atrakcyjności miasta
Źródło: oprac. własne na podst. badań ankietowych.

Baza gastronomiczna i jakość żywienia jest zaliczana do najważniejszych determinant w rozwoju turystyki. W Zamościu baza gastronomiczna została oceniona jako przeciętna przez większość respondentów (52%), jednak należy zauważyć także znaczny odsetek odpowiedzi zdecydowanie dobrze (23%) i dobrze (19%). Niewiele odpowiedzi świadczyło o negatywnej ocenie, źle oceniło ją 5%, a bardzo źle jedynie 1%. Wyniki te wskazują, że baza gastronomiczna w Zamościu została relatywnie oceniona dobrze (rys. 9).

Znaczącą determinantą podnoszącą atrakcyjność turystyczną środowiska jest baza rekreacyjno-sportowa. Jej postrzeganie podobnie jak w poprzednim pytaniu, większość oceniła jako przeciętną (56%), ale na drugim miejscu uplasowała się odpowiedź dobrze (29%). Także część respondentów oceniła ją zdecydowanie dobrze (7%), a źle tylko (4%) i bardzo źle także (4%). Świadczy to o średniej ocenie bazy rekreacyjno – sportowej przez respondentów i wskazuje na konieczność jej udoskonalenia (rys. 10).

Dostępność komunikacyjna to fundamentalna podstawa rozwoju niemal wszystkich kierunków turystyki. Najwięcej respondentów oceniło dostępność komunikacyjną Zamościa jako przeciętną (45%), ale na drugim miejscu zanotowano stosunkowo wysoki poziom odpowiedzi dobrze (23%), przy niewielkiej, lecz znaczącej liczbie odpowiedzi – zdecydowanie dobrze (6%). Natomiast źle tą bazę komunikacyjną oceniło (4%) i bardzo źle (2%) badanych, co wskazuje, że dostępność komunikacyjna została oceniona na średnim poziomie (rys. 11).

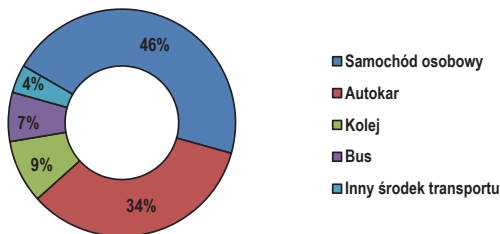
Bez profesjonalnej promocji trudno sobie wyobrazić efektywny rozwój lokalnej turystyki. Na pytanie dotyczące źródeł promujących miasto przeważająca część respondentów wybrała Internet (51%). Na kolejnej pozycji znalazły się przewodniki (19%). Dalej uplasowały się spoty reklamowe (6%), albumy (4%), foldery (8%) oraz mapy 4%. Struktura udzielonych odpowiedzi wskazuje, że dominującym źródłem promocji jest Internet (rys. 12).

Powyższe badania szczegółowe pozwalają na bardziej ogólną ocenę atrakcyjności turystycznej miasta. Na pytanie jak ważne są w skali od 1 (zupełnie nieważne) do 5 (bardzo ważne) poszczególne cechy w ogólnej ocenie atrakcyjności turystycznej Zamościa, najczęściej odpowiedzi zyskała liczba zabytków architektury (4,4) i liczba imprez kulturalnych (4,2). W dalszej kolejności respondenci wyróżnili czystość powietrza (3,7) oraz tradycję i kulturę (3,5). Na dalszych miejscach znalazła się sieć szlaków pieszych i rowerowych (2,9), cisza i spokój (2,2) oraz krajobraz przyrodniczy (2,1). Ta struktura badań wykazuje, że elementem najwyżej ocenionym są zabytki architektury (rys. 13).

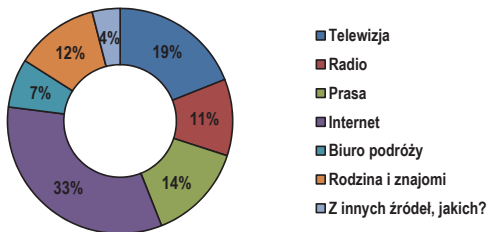
Dla kompleksowej oceny natężenia ruchu turystycznego istotne znaczenie ma informacja, jakimi środkami transportu turyści przyjeżdżają do Zamościa. Odpowiedzi na tak postawione pytanie wskazują, że turyści najczęściej przyjeżdżają samochodem osobowym (46%), a na kolejnej pozycji uplasował się autokar (36%). Znacznie mniejszą popularnością cieszy kolej (9%) i busy (7%). W punkcie inny środek transportu (jaki?) respondenci wymienili rower (rys. 14).

Dla prawidłowego prowadzenia polityki turystycznej w danym regionie istotne znaczenie ma dostępność źródeł umożliwiających uzyskanie wiedzy o atrakcjach turystycznych miasta [16]. Na pytanie skąd respondenci dowiedzieli się o atrakcjach Zamościa najczęściej badanych wskazało Internet (33%), na drugim miejscu uplasowała się telewizja (19%), a następnie miejsca zajęły: prasa (14%) oraz rodzina i znajomi (13%). Na dalszych miejscach respondenci wymienili radio (11%), biura podróży (7%), natomiast w ramach innych źródeł wskazano foldery. Wyniki przeprowadzonych badań potwierdziły tezę o przewadze Internetu, jako źródła najskuteczniejszej informacji (rys. 15).

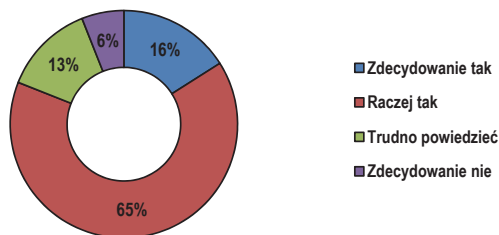
Uzupełnieniem wiedzy dotyczącej efektywnego rozwoju turystyki jest uzyskanie odpowiedzi na pytanie czy turyści posiadają znajomość stosowanych form promocji. Na to pytanie większość



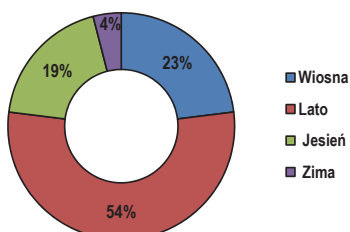
Rys. 14. Środek transportu jakim turyści przyjeżdżają do Zamościa
Źródło: oprac. własne na podst. badań ankietowych.



Rys. 15. Źródła wiedzy o atrakcjach turystycznych
Źródło: oprac. własne na podst. badań ankietowych.



Rys. 16. Stopień znajomości form promocji
Źródło: oprac. własne na podst. badań ankietowych.



Rys. 17. Pora roku w jakiej turyści przyjeżdżają do Zamościa
Źródło: oprac. własne na podst. badań ankietowych.

respondentów odpowiedziała zdecydowanie tak (65%) i raczej tak (16%). Trudno powiedzieć odpowiedziało 13% badanych, a jedynie 6% – zdecydowanie nie. Świadczy to o przekonaniu turystów, że dobrze znają formy stosowanej promocji (rys. 16).

Natężenie ruchu turystycznego jest w znacznym stopniu zależne od pory roku. Badanie tego kryterium wykazuje, że największa liczba turystów przyjeżdża do Zamościa latem (54%) oraz wiosną (23%). Znacznie mniej turystów przyjeżdża jesienią (19%), natomiast nieliczni zimą (4%). Świadczy to o przewadze gości chcących zwiedzać Zamość w porze letniej (rys. 17).

Skuteczna podaż oferty turystycznej wymaga znajomości oceny poszczególnych walorów antropogenicznych Zamościa.

Na pytanie, jaka zdaniem respondentów jest atrakcyjność tych walorów w skali 1-5, gdzie 1 – oznacza najmniej, a 5 – najbardziej atrakcyjny, na pierwszym miejscu uplasował się Rynek Wielki, a na drugim Ratusz Starego Miasta. Wysoką atrakcyjnością cieszą się też Kamienice Staromiejskie i Fortyfikacje. Na dalszych miejscach uplasowały się Kolegiata Zamojska, Rotunda, Kościół Franciszkanów, Arsenał i Synagoga (tab. 1).

Podobne znaczenia jak w poprzednim punkcie ma poziom atrakcyjności imprez kulturalnych, które odbywają się na terenie Zamościa. Odpowiedzi na ten temat sklasyfikowane według przyjętej skali kształtują się następująco

Na pytanie o atrakcyjność imprez kulturalnych Zamościa najwyżej ocenione zostały: Festiwal „Wiosna Filmów” (4,5), Zamojski Festiwal Filmowy (4,2) i Jarmark Hetmański (4,1) oraz Zamojska Arlekinada na Rynku Głównym (4,1). Na dalszym miejscu uplasowały się Szturm Twierdzy Zamość (3,9), Zamojskie Lato Teatralne (3,8), Zamojska Noc Muzeów (3,7) i Zamojski Festiwal Kultury (3,1). W przedziale od 2 do 3 uplasowały się Międzynarodowy Festiwal Zespołów Folklorystycznych i Wieczór z Muzyką Dawną. Zagadnienie to zostało zaprezentowane w tabeli 2.

Na kolejne pytanie, co sprzyja promowaniu miasta, aż 57% respondentów wymieniło informacje o Zamościu w mediach

Tab. 1. Ocena poszczególnych walorów antropogenicznych w Zamościu

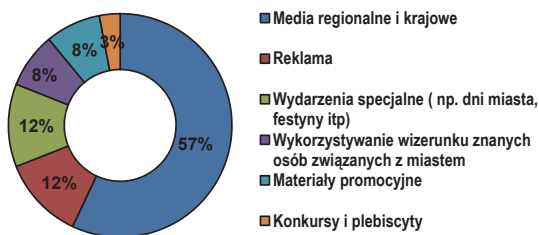
Rynek Wielki	4,9
Ratusz Starego Miasta	4,4
Kamienice staromiejskie	4,2
Fortyfikacje	3,9
Kolegiata zamojska	3,6
Rotunda	3,4
Kościół Franciszkanów	3,1
Arsenał	2,7
Synagoga	2,1

Źródło: oprac. własne na podst. badań ankietowych.

Tab. 2. Imprezy kulturalne Zamościa (ocena w skali 1-5)

Festiwal „Wiosna Filmów	4,5
Zamojski Festiwal Filmowy	4,2
Zamojska Arlekinada na Rynku Głównym	4,1
Szturm Twierdzy Zamość	3,9
Zamojskie Lato Teatralne	3,8
Zamojska Noc Muzeów	3,7
Zamojski festiwal Kultury	3,1
Międzynarodowy Festiwal Zespołów Folklorystycznych „EUROFOLK”	2,5
Wieczór z muzyką dawna	2,1

Źródło: oprac. własne na podst. badań ankietowych.



Rys. 18. Źródła promocji miasta

Źródło: oprac. własne na podst. badań ankietowych.

Tab. 3. Korzyści dla mieszkańców wynikające z promowania miasta Zamość

Zwiększenie liczby turystów	27%
Powstawanie nowych przedsiębiorstw	17%
Realizacja inwestycji infrastrukturalnych (drogi, chodniki, wodociągi, kanalizacja, itp.)	14%
Zwiększenie dochodów	14%
Tworzenie nowych miejsc pracy	13%
Rozwój miejscowych przedsiębiorstw i usług	12%
Napływ ludności (na skutek przeprowadzek do Zamościa)	3%

Źródło: oprac. własne na podst. badań ankietowych.

regionalnych i krajowych (prasa, radio, telewizja), natomiast po 12 % badanych wymieniła pewne formy reklamy takie jak ulotki, billboardy, plakaty przydrożne oraz tablice informacyjne i organizowane wydarzenia specjalne (np. dni miasta wydarzenia kulturalne i sportowe). Rozpowszechnianie materiałów promocyjnych, takich jak foldery, publikacje i gadżety z logo oraz wykorzystywanie wizerunku znanych osób mieszkających lub odwiedzających miasto (8%).

Najmniej popularne jest uczestnictwo władz w konkursach i plebiscytach 3%. Zagadnienie to zostało zaprezentowane na rysunku 18.

Kończącym etapem badań było uzyskanie opinii respondentów o wymiarze korzyści dla mieszkańców wynikających z promowania miasta. W strukturze odpowiedzi najwyższą oceniono zwiększenie liczby turystów (27%) i powstanie nowych przedsiębiorstw (17%). Nieco mniej badanych podkreśliło realizację inwestycji infrastrukturalnych, takich jak drogi, chodniki, wodociągi i kanalizacja (14%). Na podobnym poziomie znalazły się zwiększenie dochodów (14%), tworzenie nowych miejsc pracy (13%) i rozwój miejscowych przedsiębiorstw produkcyjnych i usługowych (12%). Nieliczni respondenci uważają, że korzystny dopływ ludności w wyniku przeprowadzek do Zamościa (3%). Tą problematykę zaprezentowano w tabeli 3.

W tym zakresie badań postawiono również pytanie dotyczące chęci polecenia zwiedzenia Zamościa rodzinie i przyjaciołom. Aż 81% respondentów poleciłoby odwiedzenia miasta, natomiast 15% nie wyraziło poglądu, a jedynie 4% nie poleciłoby zwiedzania.

Wnioski

Wyniki przeprowadzonych badań pozwalają na sformułowanie kilku syntetycznych wniosków:

- ◆ Miasto Zamość stanowi bardzo atrakcyjną aglomerację miejską będącą jednym z najcenniejszych zespołów urbanistycznych w Polsce, posiadającą liczne, wysokiej klasy zabytki, z których część została umieszczona na Liście Dziedzictwa Światowego UNESCO.
- ◆ Opisane w artykule zabytki, sposoby ich promocji, udostępniania i wykorzystania mogą stanowić wzorzec służący pra-

widlowemu kształtowaniu polityki turystycznej w określonym rejonie, z możliwością wyeksponowania wymiaru poznawczego, wypoczynkowo-rekreacyjnego oraz uzyskania korzyści ekonomiczno-społecznych dla lokalnej ludności, państwa, a także w relacjach międzynarodowych.

- ◆ Wyniki szczegółowych badań poszczególnych elementów działalności turystycznej wykazują, że rozwój tego sektora usług wymaga kompleksowych działań w zakresie doskonalenia całości infrastruktury, metod zarządzania, promocji i zabezpieczenia niezbędnych środków finansowych na realizację wyższej jakości tego zakresu usług.
- ◆ Wypromowanie każdego produktu turystycznego, także miasta wymaga ścisłej koordynacji w realizacji podejmowanych zadań pomiędzy lokalną administracją, szczególnie w zakresie pozyskania i efektywnego wydatkowania środków finansowych.
- ◆ Badania wykazały, że najskuteczniejszą promocją miasta i jego turystycznych walorów uzyskuje się poprzez rzetelną i empatyczną obsługę przyjezdnych klientów. Ich opinia o przeżytych doznaniach może być najefektywniejszą zachętą dla innych do odwiedzin preferowanego miejsca.

Bibliografia:

1. Barcicki M., *Krzemionki opatowskie jako unikatowy produkt turystyczny*, Autobusy – Technika, Eksploatacja, Systemy Transportowe 2013, nr 3.
2. Dyr T., Ziółkowska K., *Economic infrastructure as factor of the region's competitiveness*, Central European Review of Economics & Finance 2014, Vol. 6, No. 3.
3. Glinka T., Walenciak A., Walenciak P., *Małopolska północno-wschodnia*, Wydawca – Sport i Turystyka MUZA, Warszawa 2000, s. 295.
4. Hawlena J., Sawicki B., *Aktualne trendy rozwoju turystyki lotnicznej*, Autobusy – Technika, Eksploatacja, Systemy Transportowe 2013, nr 3.
5. <http://www.turystyka.zamosc.pl/pl/page/323/ratusz.html>
6. <http://www.turystyka.zamosc.pl/pl/page/325/rynek-wielki.html>
7. <http://www.turystyka.zamosc.pl/pl/page/329/rotunda.html>
8. <http://www.turystyka.zamosc.pl/pl/page/434/kamienice-or-mianskie.html>
9. Kopruckownik A., Witusik A., *Zamość – z przeszłości twierdzy i miasta*, Rocznik Lubelski, Lublin 1980.
10. Kowalczyk J. (red.), *Zamość miasto idealne*, Wydawnictwo Lubelskie 1980.
11. Kowalczyk J., *Czteryście lat Zamościa*, Wydawnictwo Polskiej Akademii Nauk, Wrocław 1983.
12. Maráková V., Dyr T., Wolak-Tuzimek A., *Factors of tourism's competitiveness in the European Union countries*, E a M: Ekonomia a Management, 2016, Vol. 19, No. 3.
13. Mendola D., Volo S., *Building composite indicators in tourism studies: Measurements and applications in tourism destination competitiveness*, Tourism Management, 2017, Vol. 59.
14. Pilichowie M i P., *Polska – ilustrowany przewodnik*, Wydawnictwo Muza, Warszawa 2001.
15. *Polska. Zielony przewodnik*, Wydawnictwo Bezdroża, Warszawa 2006.
16. Rudawska I., *Usługi w gospodarce rynkowej*, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 2009.
17. Wrzosek W., *Funkcjonowanie rynku*, Państwowe Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 1994.

Economic and social conditions for the development of the tourist services market in Zamość

The article deals with the current problem, which can be defined as the search for economic and social determinants that allow increasing tourist traffic and its effective in the studied area. Issues related to Zamość, in which the issues of effective tourism management are among the priority ones. The aim of the study is to verify and familiarize the recipient with the most valuable tourist values of this region, as well as to indicate the most important conditions and sources determining local tourism development as well as economic and social effects associated with this process. The assessment was based on current empirical research, which increases the usefulness of the study to solve significant problems in the field of tourism in the city placed on the UNESCO World Heritage List.

Keywords: tourist services, tourist traffic, tourism management.

Autorzy:

dr hab. **Joanna Hawlena** – Uniwersytet Przyrodniczy w Lublinie, Wydział Agrobiotechnologii, Katedra Turystyki i Rekreacji

dr **Jerzy Koproń** – Uniwersytet Przyrodniczy w Lublinie, Wydział Agrobiotechnologii, Katedra Turystyki i Rekreacji

dr **Rafał Rowiński** – Uniwersytet Przyrodniczy w Lublinie, Wydział Agrobiotechnologii, Katedra Turystyki i Rekreacji