

## RECENZJE – COMPTES-RENDUS CRITIQUES – REVIEWS

---

„TURYZM”, t. 9, z. 2, 1999

*REGIONALNE ASPEKTY TURYSTYKI*, PRACA ZBIOROWA POD RED.  
GRZEGORZA GOŁEMBSKIEGO, POZNAŃ 1999, ss. 248

W recenzowanej pracy zbiorowej przygotowanej przez dziewięciu autorów dominuje aspekt metodyczny. Przedstawia ona sposób określania regionów turystycznych, które mogą stanowić obszary atrakcyjne dla inwestorów. W tym charakterze traktuje ona o problemie, w którego realizacji mogą być żywotnie zainteresowane z jednej strony władze terytorialne (lokalne i regionalne), a z drugiej potencjalni inwestorzy pragnący rozwijać swoją działalność na polu turystycznym.

Praca składa się z sześciu rozdziałów przejrzyste ujmujących zamysł autorów. Pierwsze pięć rozdziałów omawia różne aspekty proponowanego podejścia metodycznego oraz niektóre problemy merytoryczne związane z tematem pracy. Do tych ostatnich zaliczyć należy rolę inwestycji w rozwoju turystyki (rozdz. 1), wykorzystanie statystyki w badaniach nad infrastrukturą turystyczną (rozdz. 3), planowanie ogólnego rozwoju w ujęciu przestrzennym z uwzględnieniem turystyki (rozdz. 4) oraz – szczególnie aktualne obecnie – podejście marketingowe do rozwoju turystyki (rozdz. 5).

Ostatni, obszerny, szósty rozdział recenzowanej pracy ilustruje zastosowanie praktyczne proponowanej metodyki określania obszarów atrakcyjnych dla inwestowania w turystyce. Obliczenia wykonano dla dwóch obszarów zróżnicowanych przestrzennie: województw gorzowskiego i szczecińskiego, które od 1 stycznia 1999 r. weszły w skład nowych dużych województw: lubuskiego (gorzowskie) i zachodniopomorskiego (szczecińskie). Ponieważ ostatnia reforma terytorialna kraju nie zmieniła granic gmin, walor obliczeń recenzowanej pracy opartych na danych w ujęciu gminnym pozostał niezmienny. Praktycznie przeprowadzone obliczenia wskaźników atrakcyjności są tym cenniejsze, że metodyka tych obliczeń w niektórych aspektach została w poprzednich rozdziałach zaprezentowana w sposób wymagający głębszej wiedzy w ujmowaniu zjawisk ilościowych. Przykładowe obliczenia praktyczne ułatwiają zrozumienie proponowanej metodyki przez mniej wyrobionych w tym zakresie czytelników.

Na tle ogólnie bardzo pozytywnej oceny całości pracy recenzent zgłasza następujące uwagi:

1. Podstawą obliczeń zarówno wskaźników cząstkowych, jak i syntetycznych atrakcyjności turystycznej, są gminy. W ujęciu gminnym dostępna jest większość danych statystycznych wykorzystywanych do obliczeń. Stosowanie istniejących w tym układzie wtórnych danych statystycznych ma wielką zaletę ze względu na koszty zbierania danych pierwotnych oraz na możliwość uzyskiwania ciągów statystycznych w dłuższym wymiarze czasowym. Wykorzystywanie statystyki gminnej ma też pewne mankamenty: gminy polskie ze względu na swoje stosunkowo duże rozmiary (w porównaniu np. z gminami w landach wschodnioniemieckich) są jednostkami wewnątrznie nierzadko znacznie zróżnicowanymi, stąd dane statystyczne obliczone jako średnie dla całej gminy mogą ukrywać istotne dysproporcje wewnętrzne. Równocześnie informacje zbiorcze dla całych gmin mają dla samych władz gminnych ograniczone znaczenie praktyczne. Mogą wszakże służyć do porównania miejsca danej gminy wśród innych.

2. Praca ujmuje problem atrakcyjności turystycznej w ujęciu gmin i województw. W tym ostatnim przypadku chodzi jeszcze o jednostki wg podziału terytorialnego obowiązującego do końca 1998 r. Tymczasem od 1999 r. na mapie podziału administracyjnego kraju pojawiły się nowe jednostki: powiaty, w skład których wchodzi kilka lub więcej gmin, posiadających na ogół jedno wykształcone ponadgminne centrum administracyjno-usługowe. Wiele zjawisk turystycznych wykracza poza granice jednej gminy i ich ujęcie na płaszczyźnie powiatowej jest bardziej dogodne zarówno w fazie planowania, jak również na etapie bieżącego zarządzania turystyką. W ujęciu powiatowym można też efektywniej rozwijać działania marketingowe w tym zakresie.

3. W rozdziale 5, o roli marketingu w określaniu atrakcyjności obszarów dla inwestorów, przypisano samorządowi lokalnemu wiele zadań dla wdrożenia orientacji marketingowej na tym szczeblu. W znacznej mierze są to zdania, które z natury rzeczy powinien realizować samorząd gospodarczy, a nie terytorialny (np. postulaty na s. 121 i 123). Zastępowanie tego pierwszego powinno mieć miejsce tylko w przypadkach, gdy takiego samorządu gospodarczego nie ma lub gdy specyfika lokalna tego wymaga.

4. Z drugiej strony wydaje się, że zbyt słabo zaakcentowano rolę władz lokalnych w promocji własnego terenu jako obszarów turystycznych zarówno dla potencjalnych turystów, jak i dla inwestorów. Istnieją w tym zakresie już dość znaczne doświadczenia niektórych jednostek terenowych odnośnie do stosowania różnych form promocji (np. na targach „Investcity”, na „Polagrze”, na targach zagranicznych, poprzez foldery, ogłoszenia prasowe itd.). Istnieją również złe doświadczenia promocyjne w tym zakresie (np. wadliwe tłumaczenia na język obcy, przesycenie materiałów promocyjnych danymi statystycznymi itd.). Warto te dobre i złe doświadczenia upowszechniać.

5. Metodyka określania atrakcyjności turystycznej obszarów wycenia wartość gmin w ramach jednego województwa i ustala w jego ramach kolejność tych jednostek. To utrudnia porównawcze analizy międzywojewódzkie wybra-

nych obszarów. Rodzi się np. pytanie, czy wartość miernika obliczona dla Świnoujścia w województwie szczecińskim (142,12) – obecnym zachodniopomorskim – jest zbliżona do miernika dla Kostrzyna w województwie gorzowskim (139,82) – obecnym lubuskim. Sprawa ma szczególne znaczenie dla pomiaru atrakcyjności gmin z pogranicza różnych województw.

Na zakończenie pragnę jeszcze raz podkreślić, że całość recenzowanej pracy oceniam bardzo pozytywnie. Wzbogaca ona literaturę przedmiotu wnosząc oryginalne ujęcie metodyczne do analizy atrakcyjności turystycznej obszarów. Sprawa ta ma zasadnicze znaczenie dla samorządów zabiegających o rozwój turystyki na swym obszarze. Stąd też wśród samorządowców i regionalistów należy szukać największej grupy adresatów opracowania.

Dzięki jasnym wywodom i dobrej ilustracji praktycznej łatwo będzie przyswoić sobie metodykę badań zawartą w pracy. Będzie ona także bardzo przydatna dla różnych inwestorów szukających obszarów o dużym potencjale turystycznym. Wreszcie może być ona przydatna dla studentów specjalności „turystyka”, a także studiującym rozwój regionalny.

Prof. dr hab. Bohdan Gruchman  
Katedra Polityki Gospodarczej  
i Planowania Rozwoju  
Akademia Ekonomiczna w Poznaniu  
ul. Niepodległości 10  
61-720 Poznań

Wpłynęło:  
10 grudnia 1999 r.

MENNO-JAN KRAAK, FERJAN ORMELING, *KARTOGRAFIA: WIZUALIZACJA DANYCH PRZESTRZENNYCH*, TŁUM. WIESŁAWA ŻYSZKOWSKA, PWN, WARSZAWA 1998, ss. 274

Omawiana książka ma na celu popularyzację najnowszych osiągnięć kartografii i przeznaczona jest dla kręgu użytkowników GIS. Autorzy, Holendrzy Menno-Jan Kraak i Ferjan Ormeling, opublikowali ją niedawno – w 1996 r. w Wielkiej Brytanii, i już po dwóch latach polscy miłośnicy GIS i kartografii mają w swoich rękach polskie wydanie. Tłumaczenia podjęła się prof. Wiesława Żyszkowska, wybitny polski kartograf. Komputeryzacja dotarła do wielu dyscyplin człowieka, w tym również do kartografii. Nic w tym dziwnego, gdyż ta dziedzina wiedzy opiera się na wyszukanych wzorach matematycznych i bardzo