

Olga ŻAK

Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie

SEZONOWOŚĆ RUCHU TURYSTYCZNEGO (NA PRZYKŁADZIE WADOWIC)

Wstęp

Wędrowanie, przestrzenna ruchliwość, dobrowolność, chęć poznania nowych miejsc, chwilowa zmiana środowiska oraz stałego rytmu życia, to istotne cechy charakterystyczne dla turystyki. Podejmowanie aktywności turystycznej wiąże się przede wszystkim z zaspokojeniem pojawiających się potrzeb. Jednakże to motywy stanowią o charakterze danej podróży. Z tego punktu widzenia migracje o charakterze religijnym są specyficzną formą ruchu turystycznego. Wymienia się turystykę religijną oraz pielgrzymki. Motywem pierwszej jest aspekt religijno-poznawczy, a miejsce docelowe niekoniecznie jest miejscem świętym, lecz jednym z punktów zlokalizowanych na szlaku turystycznym, w zwiedzanej miejscowości lub regionie. Niezależnie od uczestnictwa w obrzędach religijnych, turyści pogłębiają swoją wiedzę o tym regionie. Świadome wędrowanie do miejsc uznawanych za święte, pragnienie obcowania z *sacrum* oraz wypełnianie aktów religijnych to z kolei motywy charakterystyczne dla pielgrzymki, w której ważne jest wyrażanie wiary i pobożności (ŻAK 2016, s. 214–216). Pomimo rozwoju technologicznego, postępującego zjawiska sekularyzacji oraz problemów współczesnego Kościoła, które są istotnymi zagrożeniami dla podejmowania pielgrzymek wyłącznie z motywów religijnych, wierni nadal licznie pielgrzymują do ośrodków kultu religijnego.

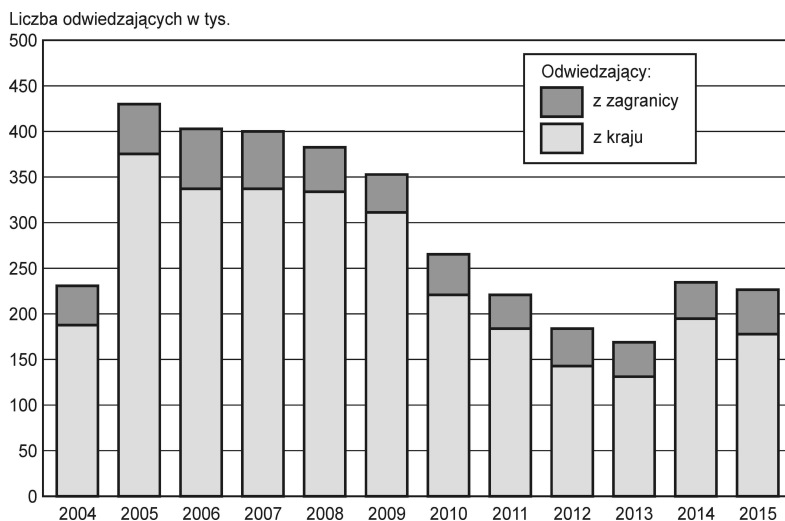
Przedmiotem niniejszej pracy jest próba analizy wielkości i sezonowości ruchu turystycznego w Wadowicach. Jako hipotezę główną przyjęto, że ruch turystyczny w tym mieście charakteryzuje się sezonowością, determinowaną głównie poprzez wydarzenia związane z upamiętnieniem osoby Ojca Świętego Jana Pawła II. Do realizacji wymienionego celu wykorzystano dane statystyczne z lat 2010–2015 otrzymane w Muzeum Dom Rodzinny Ojca Świętego Jana Pawła II w Wadowicach.

Natężenie ruchu religijnego w Muzeum Dom Rodzinny Ojca Świętego Jana Pawła II w Wadowicach w latach 2004–2015

Wadowice, rodzinne miasto Ojca Świętego Jana Pawła II położone jest na Pogórzu Karpackim w województwie małopolskim. Wielkość krajowego i zagranicznego ruchu turystycznego w mieście jest determinowana głównie przez wydarzenia kościelne. Kiedyś liczba wiernych odwiedzających Wadowice była w dużej mierze uzależniona od pielgrzymek Ojca Świętego do Polski. Otwarcie się na wiernych i pielgrzymowanie na skalę światową stało się nieodłącznym elementem Jego pontyfikatu. Papież odbył 104 zagraniczne pielgrzymki oraz 145 podróży na terenie Włoch w celu odwiedzenia około 300 parafii. Pielgrzymował do 130 krajów, gdzie wizytował 900 miejscowości. Celem jego pierwszej podróży apostolskiej w 1979 roku były: Dominikana, Meksyk i Bahamy. Ostatnią podróż apostolską odbył w 2004 roku do Lourdes (Francja). Polskę Ojciec Święty Jan Paweł II odwiedził dziewięciokrotnie, w tym aż trzykrotnie swoje miejsce urodzenia (JACKOWSKI, SOŁJAN, MRÓZ 2009, s. 20–21).

Za życia papieża wielkość ruchu pielgrzymkowego w Wadowicach utrzymywała się na poziomie ponad 200 tys. odwiedzających w 2004 roku (rys. 1). Dla porównania, w 1996 roku liczba ta wynosiła 146 410. Największa liczba odwiedzających Dom Rodzinny Jana Pawła II została odnotowana w 2005 roku, czyli w roku śmierci Ojca Świętego. Była wówczas o 87,24% wyższa niż w roku poprzednim. Do roku 2013 liczba wiernych przybywających do miasta systematycznie zmniejszała się. Przyczyn można dopatrywać się w pracach remontowo-budowlanych prowadzonych w mieście – gruntowna przebudowa rynku i głównej ulicy handlowej. Na zmniejszenie atrakcyjności miasta miał również wpływ remont muzeum, które w oczach pielgrzymów oraz turystów jest symbolem „papieskości”

miasta. Prace remontowo-budowlane wraz z montażem multimediiów przeprowadzone były w latach 2010–2014. Uroczyste otwarcie nowej ekspozycji muzeum nastąpiło 9 kwietnia 2014 roku.



Rys. 1. Ruch turystyczny w Muzeum Dom Rodzinny Ojca Świętego Jana Pawła II w Wadowicach w latach 2004–2015

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych statystycznych Muzeum Dom Rodzinny Ojca Świętego Jana Pawła II w Wadowicach

W roku 2014 nastąpił prawie 28-procentowy wzrost ruchu pielgrzymkowego w porównaniu do roku 2013. Przyczyną ożywienia turystyki w Wadowicach była kanonizacja Ojca Świętego Jana Pawła II. Niestety rok 2015 to z jednej strony spadek liczby odwiedzających krajowych, a z drugiej wzrost odwiedzających zagranicznych. Należy zaznaczyć, iż nastąpił 4-procentowy spadek ogólnej liczby odwiedzających muzeum.

Sezonowość w turystyce religijnej

W literaturze ekonomicznej popyt jest określany jako ilość dobra, jaką nabywcy gotowi są kupić w określonym czasie przy danym poziomie cen (MARCINIAK 1998, s. 188). Bardzo podobnie jest rozumiany popyt na rynku turystycznym. W. Hunziker i K. Krapf twierdzą, że popyt turystyczny to

„suma dóbr turystycznych, usług i towarów, które turyści są skłonni nabyć przy określonym poziomie cen” (PANASIUK 2007, s. 78). Równie ważne jest stwierdzenie S. Wodejki, który definiuje omawiane zjawisko jako wielkość zapotrzebowania na produkt turystyczny przy danej cenie i danym okresie (WODEJKO 1998, s. 47). Popyt turystyczny charakteryzują specyficzne cechy. Jest on mianowicie (GAWORECKI 2007, s. 210):

- heterogeniczny (inaczej różnorodny, gdyż dla każdego człowieka jest odmienny, a różni się nawet u tego samego człowieka w zależności od jego wieku, wysokości dochodów, stadium życia w rodzinie);
- złożony (jest sumą wielu częściowych popytów na dobra i usługi zależnych od upodobań konsumentów);
- elastyczny dochodowo (nabywanie dóbr i usług turystycznych warunkuje wysokość dochodów osiągniętych przez konsumenta);
- elastyczny cenowo (popyt turystyczny jest wrażliwy na zmiany ceny rynkowej);
- mobilny (inaczej transferowy, czyli popyt turystyczny musi kierować się do miejsca występowania podaży turystycznej – brak mobilności walorów turystycznych);
- restytucyjny (inaczej odnawialny, gdyż człowiek stara się wyjeżdżać tak często jak to możliwe dostrzegając w turystyce rozliczne wartości);
- komplementarny (wzajemnie się uzupełniają różne wartości użytkowe, a nabycie jednego dobra lub usługi determinuje nabycie kolejnych);
- substytucyjny (dobra i usługi turystyczne są wzajemnie zastępowalne, co jest spowodowane m.in. różnicą cenową czy jakościową);
- w znacznym stopniu uzależniony od społeczno-gospodarczej polityki państwa;
- sezonowy.

Biorąc pod uwagę temat niniejszej pracy istotne jest zwłaszcza zjawisko sezonowości popytu turystycznego wyznaczane przez prawidłowości, które można dostrzec poddając analizie serie danych statystycznych. R.W. Butler uważa sezonowość za czasową nierównomierność, która wyrażana jest cyklicznymi zmianami takich wielkości, jak wydatki i liczba odwiedzających, zatrudnienie, częstotliwość korzystania z atrakcji turystycznych bądź natężenie korzystania z transportu (BUTLER 2001, s. 5). Należy również zaznaczyć, że sezony turystyczne dla poszczególnych regionów, a nawet miejscowości, mogą kształtować się na różnych poziomach.

Przyczyny występowania wahań okresowych popytu turystycznego dzieli się na dwie grupy (PANASIUK 2007, s. 90):

- naturalne, czyli niewynikające z działalności człowieka – pory roku, warunki klimatyczne, cykl życia człowieka;
- instytucjonalne, czyli zależne od czasu wolnego – długość tygodnia pracy, długość urlopu, liczba godzin pracy, święta państwowe i kościelne, ferie szkolne i wakacje.

Turystyka religijna i pielgrzymki charakteryzują się zazwyczaj sezonowością. Związane jest to ściśle z jedną i drugą grupą czynników. Istotną kwestią są bowiem warunki pogodowe, które mają znaczny wpływ na organizowanie podróży. Zjawisko sezonowości jest w tym przypadku powiązane również z kalendarzem liturgicznym oraz koncentracją pielgrzymów w określonym czasie, na przykład w sierpniu mają miejsce uroczystości maryjne (KUREK 2007, s. 292).

Wyróżnia się następujące wahania okresowe (PANASIUK 2007, s. 90): dobowe, tygodniowe, dekadowe, miesięczne, kwartalne i roczne.

Następstw zjawiska sezonowości jest wiele. Należy wymienić między innymi (PANASIUK 2007, s. 91):

- okresowe obciążenie obszaru recepcji turystycznej, które stanowi zagrożenie dla walorów antropogenicznych (miejsc kultu, sanktuarów) oraz duże utrudnienia dla życia codziennego lokalnych mieszkańców;
- prawdopodobieństwo obniżania jakości świadczonych w okresie sezonu usług; skutkuje to niepełnym zaspokojeniem potrzeb turystów;
- brak lub niewielka możliwość pozasezonowego wykorzystania obiektów turystycznych i rekreacyjnych zlokalizowanych w miejscowościach znanych z miejsc kultu; skutki sezonowości odczuwane są w bazach noclegowych i gastronomicznych – w okresach pozasezonowych większość takich obiektów dotyka „martwy okres”, kiedy generowane są stałe koszty utrzymania (ALKORN 1994, s. 11–13), co obniża zyski wytworzone dzięki dużemu natężeniu ruchu turystycznego w sezonie.

Sezonowość wpływa również na kształtowanie struktury i poziomu zatrudnienia pracowników w sezonie i poza nim. Podkreśla się ponadto, że wysokość cen w sezonie jest kilkakrotnie wyższa od cen obowiązujących poza sezonem (JEDLIŃSKA, SZUBERT-ZARZECZNA 1992, s. 56–63). Wynika to z faktu, że mieszkańcy terenów recepcji turystycznej są świadomi, że turyści i tak będą nabywać produkty, ale również chcą mieć taki zysk, który pozwoli utrzymać obiekty, gdy natężenie ruchu turystycznego będzie mniejsze.

W czasie ostatnich kilkunastu lat wykształciły się różne formy łagodzenia negatywnych skutków sezonowości. Polegają one głównie na wydłużeniu sezonu i promowaniu pozasezonowego okresu jako tańszej formy turystyki. Od zawsze wiadomo bowiem, że cena jest ważnym czynnikiem dynamizującym ruch turystyczny. Stąd też obniżanie cen oraz tworzenie specjalnych ofert skierowanych do różnych segmentów rynku stanowi nieodłączny element strategii marketingowej biur turystycznych i podmiotów obszarów recepcji. Często takie oferty trafiają do grup o relatywnie niższym stopniu życia oraz do osób, których działalność zawodowa nie jest ograniczona barierą czasu wolnego (ŁAZAREK 1999, s. 75), jak na przykład do uczestniczących w pielgrzymkach emerytów.

Ponadto, w miejscach kultu kreowane są inne niż religijne formy turystyki i rekreacji, a rozwój bazy noclegowej jest planowany tak, aby mógł zostać wykorzystany niezależnie od grupy docelowej. Obiekty te wraz z urządzeniami bazy towarzyszącej mogą również stanowić podstawę do organizacji pozaturystycznych wydarzeń, czyli być wykorzystywane przez ludność miejscową. Ważne jest szukanie nowych segmentów rynku i tworzenie specjalnych dla nich ofert, aby móc zmniejszać posezonowe straty. Konferencje, bankiety czy rozwijanie turystyki biznesowej mogą okazać się właściwą alternatywą (MICHALAK, WARZOCHA 2007, s. 181).

Metodyka i charakterystyka badania

W analizie ruchu turystycznego istotne jest ustalenie przebiegu procesu rozwojowego, którego najbardziej regularnym składnikiem jest trend wykazujący długookresową zmianę w szeregu czasowym. Kolejnym ważnym elementem tego procesu są wahania okresowe. Spośród tych ostatnich, z punktu widzenia tematu niniejszej pracy, istotne są wahania sezonowe, które oznaczają regularnie powtarzające się odchylenia od wymienionego trendu oraz których pełen cykl występuje w czasie jednego roku. Przeprowadzane obserwacje miesięczne w dłuższym okresie pozwalają na określenie „wzorca” wahań dla każdego roku.

W celu wyznaczenia funkcji czasowej dla rozwoju ruchu turystycznego w Wadowicach wykorzystano rejestr odwiedzających Muzeum Dom Rodzinny Ojca Świętego Jana Pawła II.

Obliczając funkcję trendu dla każdego badanego obiektu z danych miesięcznych z ostatnich pięciu lat wykorzystano równanie linii prostej w postaci (MYNARSKI 1980, s. 65–72):

$$y'_t = a + bt$$

gdzie:

y'_t – funkcja trendu,

t – zmienna czasowa,

a i b – współczynniki linii prostej.

Stale wartości a i b jako wielkości niewiadome szacuje się przy wykorzystaniu metody najmniejszych kwadratów, rozwiązując następujący układ równań:

$$\begin{aligned}\sum y_t &= na + b \sum t \\ \sum y_t \times t &= a \sum t + b \sum t^2\end{aligned}$$

gdzie:

y_t – funkcja trendu,

t – zmienna czasowa,

y_t – poziom badanego zjawiska w czasie t ,

n – liczebność obserwacji,

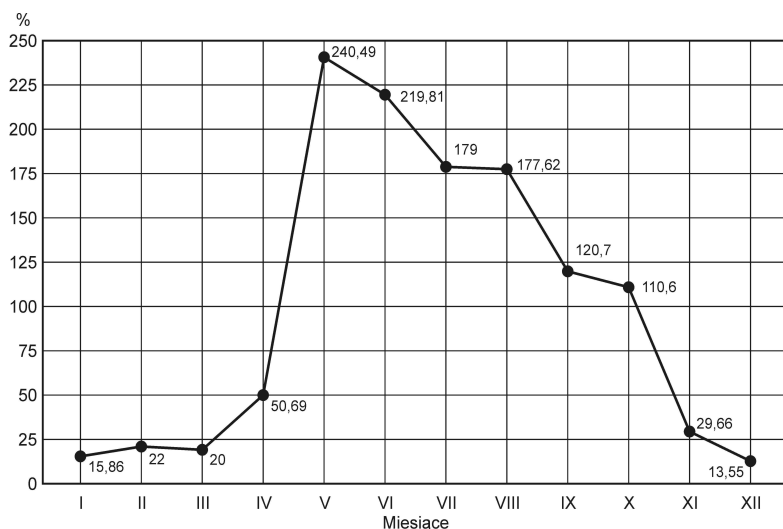
a i b – współczynniki linii prostej.

Wartości wyznaczonych parametrów a i b należy wstawić do równania, a następnie obliczyć wartość y'_t dla każdej zmiennej czasowej t . Kolejnym krokiem jest wyliczenie surowych wskaźników sezonowości przez zastosowanie wzoru $\frac{y_t}{y'_t}$. Należy je następnie pomnożyć przez 100. Czyste wskaźniki

sezonowości oblicza się dzieląc sumy średnich wartości dla tych samych okresów przez średnią z 12 miesięcy (MYNARSKI 1980, s. 65–72). Wyniki przedstawia się na wykresie. Procedura wyznaczania wahań sezonowych dała podstawę do poznania przyczyn ich występowania.

Sezonowy rozkład ruchu turystycznego w Wadowicach

Krajowy ruch turystyczny w Muzeum Dom Rodzinny Ojca Świętego Jana Pawła II wyraźnie charakteryzuje się sezonowością, którą można zaobserwować w nierównomiernym rozkładzie przyjazdów odwiedzających w skali roku (zob. rys. 2). Analiza badanej formy ruchu turystycznego wykazała, że sezon przypada na okres maj–październik. Przyczyn tego zjawiska można głównie dopatrywać się w kalendarzu szkolnym oraz wydarzeń kościelnych (Boże Ciało, uroczystości związane z kultem Matki Bożej i Świę-



Rys 2. Sezonowość krajowego ruchu turystycznego w Muzeum Dom Rodzinny

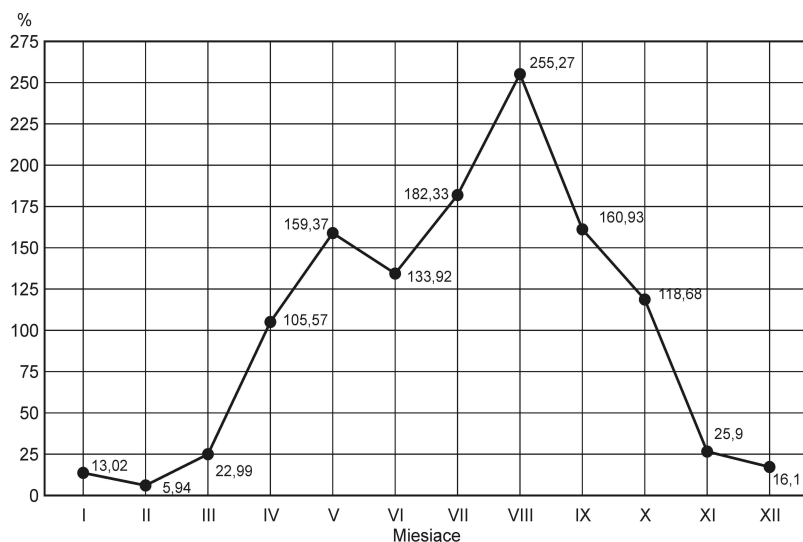
Ojca Świętego Jana Pawła II w Wadowicach w latach 2010–2015

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych statystycznych
Muzeum Dom Rodzinny Ojca Świętego Jana Pawła II w Wadowicach

tego Jana Pawła II). Miesiącami o najwyższych wskaźnikach sezonowości są maj (wskaźnik sezonowości na poziomie ponad 240%) oraz czerwiec (220%). To bowiem wówczas organizowane są jednodniowe bądź kilkudniowe wycieczki szkolne. Należy zaznaczyć, że lokalizacja miasta, rozumiana jako sąsiedztwo z Inwaldem i Zatorem, ma istotny wpływ na tworzenie harmonogramu tego typu wyjazdów. W celu zwiększenia atrakcyjności łączy się motyw religijny i edukacyjny z rozrywkowym. W Inwaldzie jest możliwość zwiedzania Parku Miniatur, Warowni czy DinoLandu, z kolei w Zatorze popularny jest ZatorLand oraz nowo otwarty Park Rozrywki EnergyLandia. Weekend majowy, jako dni wolne od nauki i w wielu przypadkach wolne również od pracy, oraz wakacje, kiedy wskaźnik sezonowości waha się w granicach 180%, stanowią dobrą okazję na rodzinne wyjazdy poznawcze. Ponadto w maju dla dzieci pierwszokomunijnych organizowane są pielgrzymki do sanktuarium Pasyjno-Maryjnego w Kalwarii Zebrzydowskiej. Często jednym z punktów tej pielgrzymki jest zwiedzanie Muzeum Dom Rodzinny Ojca Świętego Jana Pawła II w Wadowicach. W lipcu i sierpniu można zaobserwować przyjazdy grup i wspólnot działających przy parafiach. Warto dodać, że w lipcu odbywa się Odpust Matki Bożej Szkaplerznej w sanktuarium św. Józefa w Wadowicach. Nie należy

również zapominać o Odpuscie Najświętszej Maryi Panny w pobliskiej Kalwarii Zebrzydowskiej, który odbywa się w połowie sierpnia.

Zagraniczny ruch turystyczny charakteryzuje się nieco inną sezonowością niż krajowy. Jego szczyt przypada wprawdzie również w okresie maj–październik, jednakże to w lipcu (wskaźnik sezonowości ok. 182%) i sierpniu (255%) odnotowuje się największe jego natężenie (rys. 3). Analiza struktury tego ruchu w Muzeum Dom Rodzinny Ojca Świętego Jana Pawła II pokazała, że odwiedzający pochodzą najczęściej z krajów europejskich (76,07%). Należy tu przede wszystkim wspomnieć turystów z Włoch (28,56%), Hiszpanii (9,05%) i Francji (10,95%) oraz ze Słowacji (4,08%), Niemiec (3,89%), Węgier (3,63%) i Portugalii (2,91%). Dla porównania, z krajów pozaeuropejskich dominowały grupy pielgrzymkowe ze Stanów Zjednoczonych Ameryki (7,89%) oraz z Brazylii (3,01%) (ŻAK 2016, s. 219–220). W wymienionych krajach religią dominującą jest katolicyzm.



Rys. 3. Sezonowość zagranicznego ruchu turystycznego w Muzeum Dom Rodzinny Ojca Świętego Jana Pawła II w Wadowicach w latach 2010–2015

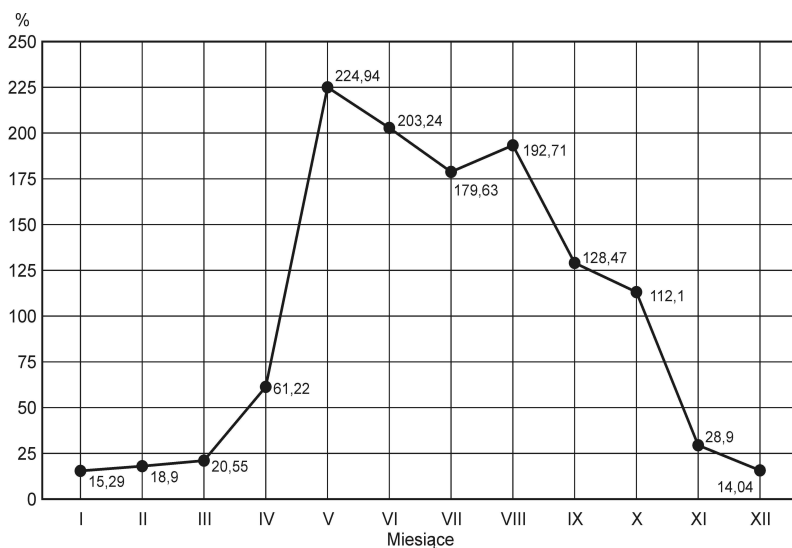
Źródło: opracowanie własne na podstawie danych statystycznych Muzeum Dom Rodzinny Ojca Świętego Jana Pawła II w Wadowicach

Czas wakacyjny sprzyja częstym wyjazdom poza granice kraju zamieszkania w celu realizowania motywów poznawczych, wypoczynkowych bądź religijnych. Ważna jest przy tym dobra lokalizacja miasta. Turyści za-

graniczni, których głównym celem przyjazdu jest Kraków, mogą bowiem skorzystać z jednodniowej oferty zwiedzenia Muzeum Auschwitz-Birkenau oraz Muzeum Dom Rodzinny Ojca Świętego Jana Pawła II, ponieważ miejsca te zlokalizowane są w sąsiednich powiatach. Także bliska odległość od Centrum Jana Pawła II w Łagiewnikach przyczynia się do wzrostu ruchu pielgrzymkowego w Wadowicach, gdyż te dwa miejsca są związane z osobą Ojca Świętego, mimo że przedstawiają one dwa różne etapy Jego życia. Wyliczone wskaźniki sezonowości wskazują również miesiąc maj (wskaźnik sezonowości na poziomie ok. 159%) jako czas natężonego zagranicznego ruchu turystycznego w Muzeum Dom Rodzinny Ojca Świętego Jana Pawła II. Uroczystości upamiętniające urodziny papieża stanowią czynnik determinujący przyjazdy wiernych z różnych stron świata.

Z dotychczasowych rozważań wynika, że do Muzeum Dom Rodzinny Ojca Świętego Jana Pawła II w maju przyjeżdża wyraźnie więcej polskich turystów niż w pozostałych miesiącach, zaś zagraniczni turyści preferują zwiedzanie w sierpniu.

Uwzględniając fakt, że w ogólnej wielkości ruchu turystycznego w Wadowicach zdecydowanie dominują ci pierwsi, nie jest zaskoczeniem to, iż sezon w mieście przypada na okres maj–październik (rys. 4), a miesiącem



Rys. 4. Sezonowość ruchu turystycznego w Muzeum Dom Rodzinny Ojca Świętego Jana Pawła II w Wadowicach w latach 2010–2015

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych statystycznych Muzeum Dom Rodzinny Ojca Świętego Jana Pawła II w Wadowicach

szczytu przyjazdów jest maj (wskaźnik sezonowości na poziomie 225%). Wysokie natężenie tego ruchu utrzymuje się również od czerwca do sierpnia (wskaźnik sezonowości w granicach 180–200%) i związane jest z okresem urlopowym. Także w październiku odnotowuje się wysoki wskaźnik sezonowości (ponad 112%). Jest to bowiem miesiąc wyboru Karola Wojtyły na Stolicę Piotrową. W miesiącach późnojesiennych, zimowych oraz wczesnowiosennych (od listopada do kwietnia) ruch turystyczny w Muzeum Dom Rodzinny Ojca Świętego Jana Pawła II jest stosunkowo mały (wskaźnik sezonowości poniżej 100%).

Reasumując należy stwierdzić, że ruch turystyczny w Wadowicach charakteryzuje się sezonowością determinowaną głównie wydarzeniami związanymi z upamiętnieniem Jana Pawła II. Tak też brzmiała główna hipoteza niniejszej pracy, która na podstawie przeprowadzonych analiz danych statystycznych została pozytywnie zweryfikowana. Sezon najliczniejszego ruchu turystycznego odnotowuje się od maja do października. Nie sposób pominąć faktu, że ruch ten tworzą odwiedzający krajowi oraz zagraniczni. Ci pierwsi najliczniej przybywają do Wadowic w maju. Wśród odwiedzających z zagranicy największą grupę stanowią mieszkańcy Europy, między innymi Włosi, Hiszpanie, Francuzi oraz Niemcy. Preferują oni pielgrzymowanie do Wadowic w okresie wakacyjnym.

Zakończenie

Wędrowki do ośrodków kultu religijnego i miejsc powszechnie uznawanych za święte towarzyszyły ludziom prawie w każdym okresie historycznym. Szacuje się, że wielkość ruchu religijno-pielgrzymkowego na świecie wynosi obecnie około 300 mln osób rocznie, przy czym $\frac{2}{3}$ to migracje podjęte przez chrześcijan. Ruch turystyczny w Wadowicach jest determinowany przez wydarzenia i miejsca związane z upamiętnieniem Świętego Jana Pawła II (ŻAK 2016, s. 214).

Hipoteza główna brzmiała: ruch turystyczny w Wadowicach jest sezonowy, a determinowany głównie wydarzeniami związanymi z upamiętnieniem Świętego Jana Pawła II. W celu przeprowadzenia analizy wykorzystano miesięczne dane za lata 2010–2015 z Muzeum Dom Rodzinny Ojca Świętego Jana Pawła II w Wadowicach. Wymieniona hipoteza została zweryfikowana pozytywnie. Obliczone czyste wskaźniki sezonowości pozwalają stwierdzić, że największe natężenie ruchu turystycznego ma miejsce

w okresie od maja do października. Odwiedzających krajowych najwięcej przybywa w szczycie sezonu, który odnotowano przed wakacjami, czyli w maju i czerwcu. Najwyższe natomiast wskaźniki sezonowości odwiedzających zagranicznych notuje się w okresie urlopowym, tj. w lipcu i sierpniu.

„Życie ludzkie jest przejściem. Nie jest to życie całością do końca zamkniętą pomiędzy datą urodzin i datą śmierci. Jest otwarte ku ostatecznemu spełnieniu w Bogu” (KILIAŃCZYK-ZIĘBA 2002, s. 196). Słowa te podsumowują całe życie polskiego papieża. Zostawiło ono niezatarty ślad w historii miasta Wadowic. Jako miasto rodzinne Jana Pawła II stało się ono miejscem znanym na całym świecie i licznie odwiedzanym przez osoby z różnych krajów. Wykorzystano tę sytuację nie tylko pod względem religijnym, ale także handlowym oraz społecznym.

BIBLIOGRAFIA

- ALTKORN J., 1994, *Marketing w turystyce*, Państwowe Wyd. Naukowe, Warszawa 1994.
- BUTLER R.W., 2001, *Seasonality in Tourism: Issues and Implications*, [w:] T. Baum, S. Lundtorp (eds.), *Seasonality in Tourism*, Elsevier Science, Oxford.
- GAWORECKI W.W., 2007, *Turystyka*, PWE, Warszawa 2007.
- JEDLIŃSKA M., SZUBERT-ZARZECZNA U., 1992, *Gospodarka turystyczna*, Wyd. AE we Wrocławiu, Wrocław.
- KILIAŃCZYK-ZIĘBA J. (red), 2002, *Jan Paweł II. Autobiografia*, Wyd. Literackie, Kraków.
- KUREK W. (red.), 2007, *Turystyka*, Wyd. PWN, Warszawa.
- ŁAZAREK R., 1999, *Ekonomika turystyki, Wybrane zagadnienia*, WSE w Warszawie, Warszawa.
- MARCINIAK S. (red.), 1998, *Makro- i mikroekonomia. Podstawowe problemy*, Państwowe Wyd. Naukowe, Warszawa.
- MICHALAK J., WARZOCZA Z., 2007, *Turystyka biznesowa jako produkt łagodzący skutki sezonowości w działalności hotelarskiej*, „Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego”, 466, „Ekonomiczne Problemy Turystyki”, 9.
- MYNARSKI S., 1980, *Analiza rynku*, Państwowe Wyd. Naukowe, wyd. II, Warszawa 1980.
- PANASIUK A. (red.), 2007, *Ekonomika turystyki i rekreacji*, Wyd. PWN, Warszawa.
- JACKOWSKI A., SOŁJAN I., MRÓZ F., 2009, *Geografia pielgrzymek Jana Pawła II*, „Peregrinus Cracoviensis”, 20, s. 20–21.
- ŻAK O., 2016, *Ocena kształtowania się ruchu religijno-pielgrzymkowego w Wadowicach*, [w:] A. Niemczyk (red.), *Turystyka wobec wyzwań XXI wieku*, PWSZ, Nowy Sącz.