Stanisław Liszewski
Uniwersytet Łódzki
Katedra Geografii Miast i Turyzmu
90-124 Łódź, ul. Kopcińskiego 31
tel./fax 0 48 426354550
sliszew@geo.uni.lodz.pl

MIASTO JAKO OBSZAR PODAŻY I POPYTU TURYSTYCZNEGO. STUDIUM Z GEOGRAFII TURYZMU

Zarys treści: Wzrost zainteresowania miastem jako obiektem turystycznym stawia przed badaczami nowe wyzwanie. Miasto nie jest bowiem wyłącznie obszarem przyjmującym turystów, ale również skupiskiem mieszkańców, którzy posiadają własne potrzeby turystyczne realizowane poza miejscem ich zamieszkania. Celem pracy jest przedstawienie koncepcji nowego, kompleksowego badania turystyki miasta. W końcowej części pracy zaprezentowano wskazania dotyczące klasyfikacji i typologii turystycznej miast, przy uwzględnieniu zarówno podaży turystycznej, jak i popytu na usługi turystyczne mieszkańców miast.

Słowa kluczowe: podaż turystyczna miasta, popyt turystyczny mieszkańców miast, klasyfikacja turystyczna miast, typologia turystyczna miast.

1. WSTĘP

Zaproponowany tytuł pracy wymaga wyjaśnienia i uściślenia, bez którego trudno zrozumieć intencje autora. Miasto w tym opracowaniu analizowane jest jako całość, czyli odpowiednio zorganizowana i zagospodarowana przestrzeń zurbanizowana wraz z zamieszkującą ją ludnością. Tak pojmowane miasto staje się w tej pracy przedmiotem badań, podmiotem są natomiast turyści, którzy przyjeżdżają do miasta zainteresowani podażą turystyczną (produktem turystycznym miasta) oraz mieszkańcy miasta, którzy mają określone zapotrzebowanie (popyt) na wyjazdy turystyczne na zewnątrz miejsca swojego zamieszkania (miasta). Tak kompleksowe ujęcie turystyki miasta stwarza możliwości identyfikacji i wyjaśnienia nowych zależności i procesów, które do tej pory w niewielkim tylko stopniu były przedmiotem analiz naukowych.

URBAN AREAS AS A LOCATION OF TOURISM SUPPLY AND DEMAND: A STUDY IN TOURISM GEOGRAPHY

Abstract: The growing interest in urban areas as a tourism phenomenon presents a new challenge to researchers. Urban areas do not only receive tourists, but are also a conglomeration of inhabitants who have their own tourism needs satisfied elsewhere. The aim of the article is to present an outline for a new, comprehensive, study of urban tourism. In the final part the author presents suggestions for the classification and typology of urban tourism, considering both tourism supply and the demand for tourism services elsewhere shown by urban inhabitants.

Key words: urban tourism supply, urban tourism demand, urban tourism classification, urban tourism typology.

1. INTRODUCTION

The title of the article demands explanation and precise definition in order for the reader to understand the author's intentions. Urban areas are approached here as a whole, i.e. as an organized and developed urbanized space, together with their inhabitants. They become the 'object' of study, while the 'subject' comprises those tourists who visit urban areas because they are interested in their tourism supply, as well as their inhabitants with their demand for tourism outside urban areas. Such a comprehensive approach to urban tourism allows relations and processes to be identified and explained which so far have been researched only superficially.

Analiza podaży i popytu turystycznego miasta będzie tu prezentowana z punktu widzenia metodologii geografii turyzmu, czyli głównie ujęć przestrzennych. Celem pracy jest prezentacja koncepcji kompleksowego badania turystyki miasta rozumianego zarówno jako przestrzeń przyjazdów turystycznych, jak również jako obszar emitujący mieszkańców miasta jako turystów. Tak zakreślony program wymaga uściślenia podstawowych pojęć, które będą stosowane w pracy: turystyka, turysta, ruch turystyczny, miasto.

Po dokonaniu wnikliwego przeglądu literatury BACHVAROV i DZIEGIEĆ (2005) uważają, że „turystyka jest podróżą oraz czasowym przebywaniem poza miejscem stałego zamieszkania w celach poznawczych, regeneracji sił, rozrywki, ekonomicznych i społeczno-kulturowych. Zjawisko to, osadzone w przestrzeni geograficznej, związane jest z konsumpcją usług i dóbr". Definicja ta, rozszerzając znaczenie w stosunku do tradycyjnie przypisywanych turystyce celów podróży (poznawcze, wypoczynkowe i zdrowotne czy religijne), nie uwzględnia jednak bardzo ważnego ograniczenia, którym jest wykluczenie celu zarobkowego tego wyjazdu.

Szerokie rozumienie turystyki, które wynika z masowości i różnorodności celów współczesnych wyjazdów poza miejsce stałego zamieszkania, spowodowało konieczność poszukiwania bardziej uniwersalnego określenia osoby podróżującej – jest nim „odwiedzający". Określenie to, głównie do celów statystycznych, wprowadziła w 1991 r. Światowa Organizacja Turystyki. Odwiedzającym jest każda osoba podróżująca do miejsca znajdującego się poza jej codziennym środowiskiem, dla której główny cel wizyty jest inny niż podjęcie działalności zarobkowej w odwiedzanym miejscu. Odwiedzający dzielą się na turystów i jednodniowych odwiedzających.

W tej pracy przyjmujemy szerokie rozumienie celów turystycznych podróży i to zarówno w odniesieniu do osób przyjeżdżających do miasta z zewnątrz, jak również wyjazdów mieszkańców miasta poza jego granice. Nie będziemy natomiast zajmować się tzw. „jednodniowymi odwiedzającymi".

Dwa pozostałe określenia, czyli „turysta" i „ruch turystyczny", są głównymi składowymi pojęcia „turystyka" i odnoszą się po pierwsze do osoby (grup osób) czasowo opuszczającej miejsce swojego stałego pobytu w celach – najogólniej rzecz ujmując – turystycznych, drugie dotyczy migracji turystycznych (podróży), czyli przemieszczania

The analysis of tourism supply and demand will be presented from the perspective of the methodology of tourism geography, i.e. a spatial approach will be the main one taken. The aim of the article is to present the idea of a comprehensive study of urban tourism understood where an urban area is both a space for tourist arrivals and a space generating tourists (the inhabitants of urban areas themselves). It is necessary to clarify the basic notions which will be used in the article: 'tourism', 'tourist', 'tourism activity' and 'urban areas'.

Having reviewed the existing literature thoroughly, BACHVAROV & DZIEGIEĆ (2005) believe that "'tourism' requires a journey and a temporary stay outside one's permanent residence for the purpose of learning, regeneration or entertainment, for both economic and socio-cultural reasons. The phenomenon, set in geographical space, is connected with the consumption of services and goods". This definition extends the list of traditional objectives (for learning, recreation, health or religion), but does not consider a very important limitation by excluding journeys for earning purposes.

A wider understanding of 'tourism', resulting from the variety of aims for contemporary journeys and their popularity, has generated the need to find a more universal term to describe such a person – a 'visitor'. This term was introduced in 1991 by the *World Tourism Organization* mainly for statistical purposes. A 'visitor' is any person travelling to somewhere outside their everyday environment for whom the main purpose of the visit is other than paid work at the visited site. 'Visitors' are divided into tourists and one-day 'visitors'.

The author accepts a wide range of travelling purposes both as regards those arriving in an urban area from outside, and those inhabitants travelling outside it. One-day 'visitors' will not be discussed in this article.

The two remaining terms, i.e. 'tourist' and 'tourist activity', are the main components of the notion of 'tourism' with the first term generally referring to a person (or group) temporarily leaving for tourism purposes, and the second to tourism

się w czasie i przestrzeni osoby lub grupy osób w celach turystycznych.

Również określenie „miasto" w tym opracowaniu przyjmujemy w ujęciu szerokim jako obszar zurbanizowany o właściwej miastu organizacji przestrzeni i funkcji, posiadający formalnie nadane prawa miejskie i wytyczone granice. Wszyscy zamieszkujący tak rozumianą formę osadniczą są mieszkańcami miasta.

2. BADANIA TURYSTYCZNE MIAST I WYJAZDÓW TURYSTYCZNYCH MIESZKAŃCÓW MIAST W ŚWIETLE LITERATURY PRZEDMIOTU

Zainteresowanie miastem jako obiektem turystycznym ma wprawdzie długą tradycję (głównie wyjazdy do dużych miast: Paryż, Rzym, Londyn), jednak w okresie rozwoju turystyki masowej ustępowało miejsca wypoczynkowi na wybrzeżach morskich, w górach czy, ogólnie, poza miastem. Poszukiwanie nowych atrakcji przez „znudzonych leżeniem w słońcu na plażach ciepłych mórz turystów" (model turystyki nazywany w skrócie „3 S"), odkryło na nowo walory turystyczne miasta i to w znacznie szerszym niż dawniej zakresie. Badania cudzoziemców przybywających do Polski prowadzone przez Instytut Turystyki w Warszawie (RADKOWSKA 2004) wykazały, że blisko 75% przybyszów wymienia miasta jako cel swojej podróży turystycznej i miejsce spędzania czasu w okresie pobytu w Polsce. Przyjazdy czy pobyty w miastach tych gości mają na celu z jednej strony szeroko rozumiane poznanie tych form osadniczych i ich walorów turystycznych, z drugiej – udział w imprezach biznesowych (np. targi), naukowych (kongresy), kulturalnych (festiwale), rozrywkowych i innych, które zgodnie z rozszerzoną definicją turystyki traktuje ich pobyty jako turystyczne.

Dotychczasowe badania nad turystyką miasta prowadzone były zwykle w dwóch odrębnych ujęciach. Z jednej strony zajmowano się turystyką na obszarach miast (tzw. turystyka przyjazdowa do miast, będąca efektem podaży turystycznej miasta), z drugiej wyjazdami mieszkańców miast w celach turystycznych – popyt na turystykę (tzw. turystyka wyjazdowa z miast).

Studia nad turystyką miasta prowadzono stosując generalnie dwa podejścia metodyczne. Jedno z nich, nawiązujące do badania bazy ekonomicznej miasta, to próba określenia jego funkcji turystycz-

journeys, i.e. activity across time and space by such a person or group, for those same purposes.

The term 'urban' is taken in broad terms here as a built-up area with a characteristic organization of space and functions, which possesses formal municipal rights and set boundaries. All the people living in such a settlement are urban inhabitants.

2. INVESTIGATIONS IN THE LITERATURE INTO TOURISM IN URBAN AREAS AND THE TOURISM JOURNEYS MADE BY URBAN INHABITANTS

Although interest in urban areas as a tourism phenomenon has a long tradition (mainly through journeys to large urban areas such as Paris, Rome or London), recreation at the seaside, the mountains or, more generally, anywhere outside urban areas, was more willingly explored at the time of their development as popular tourism destinations. The search for new attractions by tourists 'bored with lying on sunny beaches beside warm seas' (3S tourism) led to the rediscovery of the tourism assets of urban areas. A study among foreigners arriving in Poland run by the *Institute of Tourism* (*Instytut Turystyki*) in Warsaw (RADKOWSKA 2004) showed that nearly 75% of them quoted urban areas as the destinations of their journeys and the place where they will spend their time. They arrive and stay in those urban areas in order to get to know them and their tourism assets, as well as to take part in business events (e.g. fairs), academic events (e.g. conferences), cultural events (e.g. festivals), 'popular entertainments' and for other reasons which according to the extended definition of tourism, includes them as tourists.

So far research into urban tourism has been conducted from two perspectives. On the one hand researchers have examined tourism within urban areas (incoming tourism as a result of its 'tourism supply'), and on the other they have studied the journeys made by urban inhabitants for tourism purposes

nej (JACKOWSKI 1981, MATCZAK 1989). Do tego nurtu można również zaliczyć prace, które dotyczyły wyposażenia i zagospodarowania turystycznego miast, tworzącego bazę materialną dla rozwoju turystyki (GRZELKA 1996, WŁODARCZYK, MILESKA 2004, MATCZAK, red. 2004, LISZEWSKI, red. 1989). Drugi nurt, który ogólnie można nazwać morfologicznym, obejmował szeroko zakrojone badania nad przestrzenią turystyczną miasta (LISZEWSKI 1999), jej walorami i zróżnicowaniem przestrzennym (BACHVAROV 1999, BUTOWSKI 1996, KACZMAREK 1998, LISZEWSKI 1992, MATCZAK 2005, WYRZYKOWSKI 1992).

Badaniami spinającymi te dwa nurty były analizy ruchu przyjazdowego do miast, prowadzone głównie na podstawie statystyki hotelowej (MATCZAK 1998, 2002).

Mniej liczne w polskiej literaturze są prace poświęcone turystyce wyjazdowej mieszkańców miast, co zapewne związane jest z uciążliwością zgromadzenia wiarygodnych materiałów empirycznych. Najbardziej kompleksowo prowadzone studia z tego zakresu dotyczą mieszkańców Łodzi jako społeczności miejskiej (DZIEGIEĆ, LISZEWSKI 1985, LATOSIŃSKA 1998a), a także wybranej grupy, jaką byli pracownicy wyższych uczelni (LATOSIŃSKA 1998), wreszcie badania kilkupokoleniowe wypoczynku mieszkańców tego miasta (KOWALCZYK-ANIOŁ 2006). W tym nurcie badawczym należy również wymienić szeroko zakrojone studia nad czasem wolnym mieszkańców Wrocławia i jego wykorzystania do celów turystycznych i rekreacyjnych prowadzone przez WYRZYKOWSKIEGO (2005).

Ogólnie można stwierdzić, że badania turystyczne miast w Polsce nie doprowadziły do poważniejszych syntez, natomiast obserwuje się w ostatnim okresie wzrastające zainteresowanie tą problematyką wśród wielu badaczy różnych specjalności na całym świecie. Należy tu jednak zrobić pewne zastrzeżenie. Mówiąc bowiem o braku znaczących opracowań dotyczących turystyki miasta, w znaczeniu kompleksowym, musimy zaznaczyć, że dotyczy to głównie miast dużych i wielkich, które z natury mają charakter wielofunkcyjny, a turystyka przyjazdowa jest tylko jedną, choć coraz bardziej istotną funkcją dopełniającą. Inaczej wygląda rozpoznanie turystyki w miastach małych, które często powstały, żyją i rozwijają się głównie opierając się na tym dziale gospodarki. W Polsce można tu przykładowo wymienić: Zakopane, Szczyrk, Krynicę, Kołobrzeg i in. W przypadku tych miast brakuje jednak bar-

(tourism from urban areas – 'tourism demand').

Two methodological approaches have been taken when studying tourism in urban areas. One, based on a study of the economic structure of urban areas, is an attempt to define its tourism function (JACKOWSKI 1981, MATCZAK 1989). This approach can also be seen in works which regard the infrastructure and development of urban areas as the basis for tourism development (GRZELKA 1996, WŁODARCZYK & MILESKA 2004, MATCZAK ed. 2004, LISZEWSKI, ed. 1989). The other approach, which can be called morphological, is found in wide-ranging studies of urban tourism space (LISZEWSKI 1999), and its assets and spatial diversity (BACHVAROV 1999, BUTOWSKI 1996, KACZMAREK 1998, LISZEWSKI 1992, MATCZAK 2005, WYRZYKOWSKI 1992). Research which has included both these approaches is based mainly on hotel statistics (MATCZAK 1998, 2002).

Works devoted to tourism from urban areas are less numerous in the Polish literature, clearly resulting from the fact that it is difficult to collect reliable empirical material. The most comprehensive study concerned the inhabitants of Łódź (DZIEGIEĆ & LISZEWSKI 1985, LATOSIŃSKA 1998a), and another of just a selected group of university employees (LATOSIŃSKA 1998). Such works include an inter-generational study of the recreation of Łódź inhabitants (KOWALCZYK-ANIOŁ 2006). Mention should also be made here of intensive research into the leisure time of Wrocław inhabitants by WYRZYKOWSKI (2005), and how it is used for tourism and recreational purposes.

It has to be said that the study of tourism in Polish urban areas has not been very substantial, but at the same time it has become increasingly popular worldwide among researchers in a variety of fields. One observation, however, must be made. The lack of substantial, comprehensive work on urban tourism concerning large urban areas (which are multi-functional by nature) means that incoming tourism is only ever a single and complementary function, however important. Research into smaller urban areas, which have often developed thanks to tourism alone, is quite

dziej szczegółowych analiz związanych z aktywnością turystyczną ich stałych mieszkańców, wyrażającą się wyjazdami turystycznymi. Fakt ten stawia przed badaczami poważne wyzwanie polegające na wypracowaniu koncepcji całościowego ujęcia roli, jaką w życiu i funkcjonowaniu miasta jako organizmu przestrzennego, gospodarczego i społecznego odgrywa turystyka, ale jednocześnie stwierdzenie, w jakim zakresie, kierunku i formie organizacyjnej mieszkańcy tego miasta uczestniczą w ogólnym ruchu turystycznym i czy istnieją jakieś zależności między tymi dwoma aspektami turystyki i ewentualne konsekwencje dla rozwoju miasta.

Podsumowując te rozważania można stwierdzić, że kompleksowa analiza turystyczna miasta, w pewnym uproszczeniu, sprowadza się do badania efektów dwóch grup ofert turystycznych pojmowanych szeroko, tak jak szeroko jest rozumiana współczesna turystyka. Pierwsza grupa to oferty turystyczne, które miasto emituje na zewnątrz w celu zachęcenia do przyjazdu turystów, druga to oferty adresowane do mieszkańców miasta zachęcające ich do odbycia podróży turystycznej. Skuteczność tych ofert – o różnych wektorach, kierowanych bowiem do różnych z punktu widzenia miejsc zamieszkania grup ludności – ich konsekwencje przestrzenne, ekonomiczne i społeczne zarówno dla mieszkańców miasta, jak i przybywających do miasta turystów, powinny być przedmiotem badań turystycznych miasta. Mogą one również stanowić podstawę do wypracowania kompleksowej klasyfikacji i typologii turystycznej miast.

3. KONCEPCJA PROGRAMU BADAŃ TURYSTYCZNYCH MIASTA

Wykorzystując dotychczasowy publikowany dorobek, autor pragnie przedstawić propozycję kompleksowego programu badań nad turystyką miasta uwzględniającą trzy główne składowe: turystykę na obszarach miasta, turystykę mieszkańców miasta oraz klasyfikację i typologię turystyczną miast.

3.1. TURYSTYKA NA OBSZARACH MIASTA

Analiza miasta jako obszaru (miejsca) turystycznego sprowadza się do poszukiwania naukowo potwierdzonych odpowiedzi na kilka pytań. Pierwsze z nich, to: czy i co proponuje miasto zachęcając do

different (e.g. Zakopane, Szczyrk, Krynica, Kołobrzeg, etc.). But even here there are no detailed analyses of tourism activity among their own inhabitants. This fact presents a serious challenge for researchers as they must examine and define the importance of tourism in the life of an urban area as a spatial, economic and social organism. At the same time they must strive to formulate conclusions regarding the extent and the organizational form of the tourism in which urban inhabitants participate, as well as the relations between these two aspects and their consequences for the development of urban areas.

To sum up, a full tourism analysis of an urban area must be based on an examination of the effects of both groups, and treating them equally comprehensively as components of contemporary tourism. The first group includes the tourism offer of urban areas which attract tourists, while the other includes tourism offers addressed to the inhabitants of urban areas and encouraging them to leave it. The effectiveness of these offers, directed at two separate groups inhabiting different locations, and their spatial, economic and social consequences both for inhabitants and visiting tourists, should be the objective of tourism research in urban areas. Such research may also lay foundations for a new classification and typology of tourism in urban areas.

3. AN OUTLINE FOR TOURISM RESEARCH IN URBAN AREAS

On the basis of the existing literature, the author will present an idea for a comprehensive study of urban tourism which considers three main components: tourism within urban areas, tourism activity among urban inhabitants, and the tourism classification and typology of urban areas.

3.1.TOURISM WITHIN URBAN AREAS

An analysis of an urban area as a tourism location comes down to searching for academically demonstrable answers to several questions. The first is

przyjazdów turystycznych na swój teren? Odpowiedzi na tak postawione pytanie należy szukać w analizie szczegółowej trzech elementów składających się na ofertę turystyczną miasta. Są to: walory turystyczne miasta, zagospodarowanie i organizacja pobytu turystów oraz stopień rozwoju przestrzeni turystycznej miasta. Analizę walorów turystycznych miasta winno się przeprowadzać z uwzględnieniem ich podziału na dwie grupy: walory związane z miejscem (walory miejsca) – przyrodnicze, historyczne i inne antropogeniczne, oraz walory wydarzeń, czyli wszystkie te, które nie mając bezwzględnego uwarunkowania przyrodniczego powstają w mieście i są jego atrakcją turystyczną (festiwale, kongresy, wydarzenia artystyczne, targi, imprezy sportowe i inne). Możliwość wykorzystania walorów turystycznych miasta w dużym stopniu uzależniona jest od zagospodarowania turystycznego i organizacji pobytu przybyszów na terenie miasta.

Pojęcie „zagospodarowanie turystyczne miasta" jest bardzo szerokie i obejmuje m.in. analizę bazy noclegowej: jej wielkość, rozmieszczenie, standard, sezonowość bazy gastronomicznej, analizowanej w podobnym zakresie jak noclegowa, oraz szeroko rozumiane wyposażenie turystyczne miasta, na które składają się m.in. biura turystyczne, informacja turystyczna, szlaki turystyczne, przewodnicy i inne. Za element zagospodarowania turystycznego miasta uważa się również urządzenia ułatwiające dojazd do miasta (lotniska, dworce kolejowe, autobusowe), a także umożliwiające poruszanie się w obrębie przestrzeni miejskiej (komunikacja miejska, komunikacja specjalna).

Miarą przestrzenną stopnia rozwoju turystyki na obszarze miasta jest przestrzeń turystyczna i to zarówno jej rozmiary fizyczne, jak i pełnione funkcje. Analiza rozwoju przestrzeni turystycznej miasta tak w całości, jak i w odniesieniu do jej typów, może stanowić jeden z ważnych mierników typologii turystycznej miast (LISZEWSKI 1999). Bardzo interesujących przykładów dotyczących rozwoju jednego tylko z typów – przestrzeni eksploracji turystycznej współczesnych miast polskich, dostarczają np. coraz bardziej liczne poszukiwania miejsc (konkretnych obiektów) swojego dzieciństwa czy, szerzej, korzeni przez potomków wymordowanej przez hitlerowców ludności żydowskiej, np. na terenie Łodzi („Dziennik Łódzki", 13–14 stycznia 2007 r.) czy wysiedlonej z terenów Polski ludności niemieckiej. Podobnie dzieje się w odniesieniu do Polaków przesiedlonych z terenów wschodnich poszukujących w tamtych miastach śladów swojej przeszłości. Obok tych sentymentalnych motywów eksploracji przestrzeni miast

about whether urban areas have an offer to encourage tourism and what it is and the answer should be sought in a detailed analysis of three of those elements constituting a tourism offer of an urban area: its tourism assets, the organization of a tourist's visit, and the development of urban tourism space. The tourism assets of urban areas are divided into two groups: the assets of the site – natural, historical and other anthropogenic assets; and the assets of events which occur in urban areas and are an attraction (festivals, congresses, artistic events, fairs, sport events and others). The exploitation of the tourism assets of urban areas largely depends on the tourism development and organization of a visit.

The concept of tourism development in an urban area is very wide and includes an analysis of the capacity, distribution and standard of accommodation, the seasonality of catering (similar to that of accommodation), and finally the tourism infrastructure (tourism agencies, tourist information, tourist trails, guides, etc.). Another element is the transport system (airports, railway stations, coach terminals and local urban transport).

The spatial measure of tourism development within urban areas is tourism space – its size and functions – while an analysis of urban tourism space as a whole, as well as its types, may become an important typological measure (LISZEWSKI 1999). A very interesting example is the development of tourism exploration spaces in contemporary Polish urban areas, for instance in the search for sites from childhood or their roots by the descendants of Jews murdered by the Nazis in Łódź (*Dziennik Łódzki* 13–14th January 2007) or by Germans displaced from Poland. A similar phenomenon is observed among Poles displaced from areas of pre-war Poland to the east who look for traces of their past in the urban areas there. Apart from these 'sentimental' motives for exploring urban space, there are groups of young *infiltratos* for whom the exploration of buildings and parts of urban areas which

pojawiają się również coraz liczniejsze grupy młodych *infiltratos*, dla których eksploracja trudno dostępnych obiektów i obszarów w miastach staje się nową formą wypraw poznawczych (turystycznych).

Drugie ważne pytanie, na które badacz turystyki na obszarach miejskich musi udzielić odpowiedzi, dotyczy ruchu turystycznego do miasta. Składa się ono z kilku szczegółowych pytań: ilu turystów przybywa rocznie do miasta? kim oni są (struktura demograficzna i społeczna)?, skąd pochodzą (zasięg geograficzny)?, w jakim celu przybyli do miasta?, jak długo przebywają w mieście i w jakim okresie (miesiąc, dzień tygodnia)? Odpowiedzi na tak postawione pytania dotyczą głównie osób przyjeżdżających i nocujących w mieście przynajmniej jedną noc, czyli – zgodnie z prezentowaną wcześniej definicją – tych osób, które mogą być uznane za turystów. Przyjęcie tego rozszerzonego określenia turysty umożliwia prowadzenie badań na terenie miasta na podstawie statystyki obiektów noclegowych. Należy jednak mieć świadomość, że to uproszczenie eliminuje poznanie liczby i struktury tzw. jednodniowych odwiedzających, ale również tranzytowego ruchu turystycznego (np. wycieczkowego), dla którego miasto jest tylko punktem postojowym na dłuższej trasie turystycznej.

Oczywiście w zależności od skali miasta, ale także od możliwości przeprowadzenia wiarygodnych badań, należy określić również możliwe do zbadania parametry charakteryzujące te nierejestrowane w bazie noclegowej formy pobytu w mieście osób przybywających tu z zewnątrz.

Zebranie wiarygodnych materiałów pozwalających na udzielenie odpowiedzi na postawione wcześniej pytania umożliwia określenie skali zainteresowań turystycznych miastem i to zarówno wyrażonej liczbowo (liczba osób przybywających do miasta), jak również geograficznie. Ta druga miara polegająca na stwierdzeniu zasięgu geograficznego przyjazdu do miasta, może być pomocna przy określaniu jego rangi turystycznej. Pozostałe informacje zebrane podczas badań ruchu turystycznego pozwalają określić, kim – w znaczeniu demograficznym (płeć, wiek) i społecznym – są odwiedzający (wykształcenie, status społeczny), a także, jakie są cele ich przyjazdu do miasta. Przy założeniu, że każdy przyjazd (zwłaszcza z nocowaniem) do miasta w pewnym stopniu ma charakter turystyczny, poznanie celu deklarowanego przez osobę przyjeżdżającą umożliwia utworzenie katalogu, a nawet rankingu celów, a tym samym określenie wiodących funkcji miasta. Na tej podstawie można również wnioskować, jaką rolę w turystyce miasta odgrywa np. turystyka biz-

are difficult to access, is becoming a new form of tourism activity.

A second important issue concerns such questions as: how many tourists come to urban areas annually?, who are they (in the demographic and social structure)?, where do they come from (geographical range)?, what is the purpose of their visit?, how long do they stay and when (which months, days of the week)? These questions are about those arriving and staying in urban areas for at least one night, i.e. people who can be regarded as tourists according to the definition quoted earlier. If this definition is applied, it is possible to base a study on accommodation statistics. It must be realized, however, that this simplification excludes one-day visitors, as well as transit tourism (e.g. a coach excursion) where an urban area is only a passing stop during a longer journey. Naturally depending on the size of the area, and on the conditions for carrying out reliable research, these unrecorded stays should also be examined.

Finding reliable answers to the questions above makes it possible to describe the tourist interest in an urban area, both in numbers (number of visitors) and geographically (the geographical range). The latter measure may be helpful when it comes to stating the tourism importance of an urban area. The remaining material collected can provide information about who, in the demographic (by sex or age) and social (education and social status) senses, the visitors are, as well as their reasons for coming. Assuming that each visitor (especially when a night is stayed) is to some extent a tourist, it is possible to create a catalogue or even a ranking of tourism aims, and at the same time to define the most important functions of urban areas. Conclusions can then be drawn regarding the role of business, cultural, academic and entertainment tourism in contrast to cognitive tourism.

There are further questions regarding the time and length of stay in urban areas. The length surely depends on the scale and attractiveness of the tourism

nesowa, kulturalna, naukowa, rozrywkowa, a jaką poznawcza.

Ostatnia seria pytań dotycząca ruchu turystycznego związana jest z długością pobytu w mieście oraz z konkretnym okresem przebywania w nim. Długość pobytu koresponduje zapewne ze skalą i atrakcyjnością walorów turystycznych oferowanych przez miasto, jak również z wagą spraw, które przybysz ma do załatwienia. Dłuższe pobyty związane są zwykle z tzw. turystyką sentymentalną, ważnymi wydarzeniami naukowymi (np. kongresy naukowe), sportowymi (zawody rangi mistrzostw kontynentu, świata czy olimpiada), biznesowymi (targi międzynarodowe), którym niemal zawsze towarzyszy program poznawczy (kulturalny, krajoznawczy). Ważną informacją dla określenia charakteru turystycznego miast jest również znajomość konkretnych miesięcy, a także dni tygodnia przyjazdów do miasta. Powszechnie wiadomo, że w Polsce w okresie wakacji letnich niemal ustaje w miastach turystyka biznesowa, którą zastępuje turystyka wypoczynkowa, sentymentalna czy poznawcza. Wiadomo również, że pobyty w mieście w soboty i niedziele mają głównie charakter kulturalny, rozrywkowy, rodzinny czy krajoznawczy. Tego rodzaju zależności można znaleźć więcej, pod warunkiem jednak posiadania wiarygodnych materiałów dotyczących ruchu turystycznego w mieście i to zarówno tego, który jest rejestrowany w bazie noclegowej, jak i tego, który ma charakter tranzytowy przez miasto, wreszcie tzw. jednodniowych odwiedzających.

Trzecie podstawowe pytanie, na które odpowiedź umożliwia dokonanie pełnej analizy turystyki na badanych obszarach, dotyczy generalnie efektów wynikających z oferty turystycznej miasta, którą można z dużym uproszczeniem porównać z podażą turystyczną jednostki osadniczej. Pytanie dotyczące tego zagadnienia brzmi: jakie efekty ekonomiczne, społeczne i promocyjne dają miastu przyjazdy i pobyty turystów? Poszukiwanie odpowiedzi na to pytanie wymaga przeprowadzenia serii badań bezpośrednich i pośrednich na terenie miasta. Efektów ekonomicznych działalności turystycznej na obszarze miasta można doszukiwać się m.in. w wielkości zatrudnienia w organizacjach i instytucjach związanych z turystyką, dochodach ze sprzedaży produktu turystycznego miasta, w zwiększonych obrotach w gastronomii, usługach, komunikacji i działalności gospodarczej współpracującej z turystyką. Pośrednio także w zwiększonych podatkach odprowadzanych do kasy miasta.

Znacznie trudniejsze do badania są efekty działalności turystycznej w mieście w sferze społecznej. Do-

assets offered, as well as the importance of the business the visitor has to do. Longer stays are usually related to 'sentimental' tourism, important academic events (e.g. congresses), sports (e.g. continental or world championships, the Olympic Games) or business (e.g. International fairs). They are almost always accompanied by a programme of cultural events and sightseeing. Important information in defining tourism in an urban area concerns the months, as well as the days of the week, that a visitor stays. It is commonly known that in Poland business tourism almost stops during the summer holiday period and is replaced by recreational, 'sentimental' or cognitive tourism. It is also known that visits on Saturdays and Sundays are mainly for cultural, entertainment, family or sightseeing reasons. More patterns of this kind can be found on the condition, however, that reliable data is found for accommodation-registered, transit and one-day tourists.

A third basic question makes it possible to conduct a full analysis of tourism and concerns the effects of the 'tourism offer' on urban areas (the 'tourism supply'). The question is: what are the economic, social and promotional effects caused by the visits of tourists? In order to answer this question it is necessary to conduct a series of direct and indirect studies within urban areas. The economic effects of tourism activity can be sought in the number of people employed in tourism-related organizations and institutions, in the income from the sale of tourist products, in the increased turnover in restaurants, services, transport system and businesses cooperating with tourism, as well as the increase in income from local taxes.

The social effects of tourism activity are much more difficult to examine. They result from personal contacts, the making of acquaintances, and the evaluating or assuming of certain behaviours or attitudes. Such studies are of interest mainly to tourism sociologists.

tyczą one bowiem kontaktów personalnych, zawierania znajomości, oceny, a także przyjmowania wzorców zachowań czy postaw. Badania takie są w kręgu zainteresowań głównie socjologów turystyki.

Ważnym efektem działalności turystycznej miasta jest również jego promocja zewnętrzna, a zwłaszcza jej skuteczność, co wymaga specjalistycznych studiów.

Badania nad efektami promocji miasta powinny być prowadzone w dwóch płaszczyznach. Pierwsza to badanie skuteczności promocji mierzone m.in. liczbą turystów przybywających do miasta (efekt bezpośredni), druga, znacznie trudniejsza do zidentyfikowania, to studia nad efektami promocji wynikającymi z doznań turystów przebywających w mieście, a następnie przekazywanie przez nich opinii i ocen w środowisku miejsca swojego zamieszkania (efekt pośredni). O ile efekty bezpośrednie mogą świadczyć o atrakcyjności podaży turystycznej miasta, to efekty pośrednie mają pozytywny lub negatywny wpływ na postrzeganie miasta w dłuższym czasie (dobry lub zły stereotyp miasta).

3.2. TURYSTYKA MIESZKAŃCÓW MIASTA

Mieszkańcy każdego miasta, zwłaszcza dużego, stanowią współcześnie bardzo ważne środowisko popytu turystycznego. Koncentracja ludności na niewielkim obszarze miasta (duża gęstość zaludnienia) w sposób naturalny wyzwala w jego mieszkańcach potrzebę wyjazdu poza miejsce zamieszkania, głównie w celach wypoczynkowych, poznawczych czy zdrowotnych, ale również innych, które współczesne definicje turystyki zaliczają do turystycznych. Wyjazdy te, w zależności od miasta – jego wielkości, funkcji, struktury demograficznej, społecznej i zawodowej mieszkańców – i wielu innych czynników, mają różną wielkość, kierunek, odległość, natężenie w czasie, strukturę demograficzną itd. Związane są również z ponoszeniem odpowiednich kosztów.

Podejmując badania nad turystyką mieszkańców miast należy przyjąć w miarę ostre kryteria pozwalające określić, co należy uznać za wyjazd turystyczny. W nawiązaniu do definicji turystyki w znaczeniu szerokim, jako główny wyznacznik tego procesu należy przyjąć określenie, że dotyczy on wszystkich wyjazdów mieszkańców miasta poza miejsce ich stałego zamieszkania (miasta), trwających dłużej niż 24 godziny, czyli przynajmniej z jednym noclegiem, z wyłączeniem tych wyjazdów, których celem jest podejmowanie działalności zarobkowej (wyjazd winien być związany z wydawa-

An important effect of tourism activity is the promotion of urban areas. This requires specialized knowledge, and research into these effects should be conducted on two planes. The first is the study of promotional effectiveness, measured by the number of tourists arriving in urban areas (direct effect). The other, much more difficult to identify, is the study of the promotional effect resulting from the impressions of tourists, and then passing on their opinions in their own home environment (indirect effect). While direct effects may prove the attractiveness of an urban area's 'tourism supply', the indirect effects have either a positive or negative influence on the perception of an urban area over a longer period of time (a good or bad stereotype).

3.2. TOURISM ACTIVITY AMONG URBAN INHABITANTS

Nowadays inhabitants of any urban area, especially a large one, constitute a very important 'tourism demand'. The high population concentration in a small area naturally creates a need to travel outside urban areas, mainly for recreational, cognitive, health or other reasons, and this is regarded as tourism in contemporary definitions. These journeys are of various distances, take place in a variety of directions, with differing intensity at various times of the year – all depending on the character of an urban area, its size and functions as well as the demographic, social and occupational structure of its inhabitants and other factors. They also mean certain costs. When starting research into the tourism of urban inhabitants, relatively severe criteria should be adopted as to what can be defined as tourism. According to the most comprehensive definition of tourism, all trips made by the inhabitants outside urban areas, lasting longer than 24 hours, i.e. including at least one night, can be treated as tourism, except those which are made for earning purposes (a visit should be connected with spend-

niem, a nie zarabianiem pieniędzy w miejscu pobytu). Tak przyjęte określenie nie wyklucza z grupy uznanej za „turystów" tych osób, których wyjazd związany jest np. z uczestnictwem w konferencji naukowej, targach, koncertach itd., a także osób, które w ramach swojej działalności zawodowej wyjeżdżają służbowo. Trudność precyzyjnego określenia tak szeroko definiowanego zjawiska turystyki skłania do przyjęcia w miarę ogólnego kryterium, które pozwoli usystematyzować te wyjazdy. Zdaniem autora, kryterium takim może być okres wyjazdu, który dość silnie jest skorelowany zarówno z celem wyjazdu, jak i z odległością od miejsca stałego zamieszkania. Przyjmując okres wyjazdu za kryterium porządkujące można wyróżnić:

– turystykę weekendową mieszkańców miasta,
– turystykę urlopową,
– turystykę realizowaną w czasie całego roku pracy.

Turystyka weekendowa mieszkańców miast związana jest z wyjazdami w ciągu całego roku, w dni wolne od pracy zawodowej. Wyjazdy w czasie weekendu mają zwykle dwa cele: wypoczynkowy i poznawczy, a głównym (w warunkach polskich dużych miast), choć nie jedynym obszarem docelowym tych wyjazdów, jest zdefiniowany przez LISZEWSKIEGO (2005), „metropolitalny" region turystyczno-wypoczynkowy, identyfikowany często – niezbyt poprawnie – ze strefą podmiejską miasta.

Turystyka urlopowa mieszkańców miasta dotyczy zachowań turystycznych w tzw. długim czasie wolnym, czyli wakacji i urlopów. Opuszczając w tym okresie miasto jego mieszkańcy kierują się głównie celem wypoczynkowym, poznawczym (krajoznawczym), zdrowotnym, religijnym, a także rodzinnym (wizyty u rodziny i znajomych). Turystyka urlopowa realizowana jest na różnych geograficznie obszarach położonych w różnych odległościach od miejsca zamieszkania. Ogólnie można je podzielić na tereny najbliższego regionu (często jest to również wspomniany wcześniej metropolitalny region turystyczno-wypoczynkowy), w różnych odleglejszych regionach naszego kraju (zwykle atrakcyjnych przyrodniczo, historycznie czy kulturowo), ale także na obszarach różnych krajów (często bardzo odległych). Natężenie turystycznego ruchu wyjazdowego z miasta w sezonie urlopowym jest zwykle największe w przekroju całego roku.

Turystyka mieszkańców miast realizowana w ciągu całego roku pracy związana jest głównie z wyjazdami służbowymi mieszkańców miast –

ing and not earning money). This definition includes tourists travelling, for example, to conferences, fairs, concerts, etc., and those who travel on business as part of their job. As it is extremely difficult to define a phenomenon such as tourism precisely, it is necessary to adopt a relatively general criterion which will allow us to systematize these holiday trips. According to the author, such a criterion can be the time over which a trip takes place, and strongly correlated with both its aim and the distance from the permanent residence place. If we assume the length of time to be a criterion, the following can be isolated:

– the 'weekend' tourism of urban inhabitants,
– 'holiday leave' tourism,
– tourism during the working year.

The 'weekend' tourism of urban inhabitants comes in the form of trips made throughout the year on days free of work. Such trips usually have two aims: recreational and cognitive, and in Polish large urban areas their main destination, although not the only one, is the 'metropolitan' tourism-recreational region defined by LISZEWSKI (2005), frequently wrongly identified with the rural-urban fringe zone of urban areas.

'Holiday leave' tourism covers a longer period of leisure time. At this time the inhabitants leave urban areas for recreational, cognitive, health, religious or family reasons (visiting friends and relations). Holiday tourism takes place in different geographical areas, and at different distances from the permanent residence place. Generally, they can be divided into the area of the neighbouring region (often the metropolitan tourism-recreational region, mentioned earlier), areas in more distant regions (usually attractive as regards natural, historical or cultural assets), or areas in other countries (sometimes very distant). The intensity of this outward tourism flow during the year is usually strongest in the holiday season.

Tourism during the working year mainly concerns journeys by urban inhabitants as part of their jobs for

w celach biznesowych, naukowych, ale i kulturalnych, rozrywkowych czy innych. Zakłada się, że wymienione cele służbowe wyjazdu i pobyty w różnych miejscach i obszarach służą również ich uczestnikom do poznania odwiedzanych miejsc. Ten rodzaj wyjazdów kierowany jest głównie do miast lub znanych ośrodków kultury, rozrywki czy biznesu.

Celem badań wyjazdów turystycznych mieszkańców miast jest nie tylko rejestracja tego zjawiska, ale głównie poszukiwanie związków, zależności czy, wręcz, korelacji między skalą wyjazdów, ich sezonowością a obszarami koncentracji przestrzennej i odległości od miejsca stałego zamieszkania. Jest to poszukiwanie odpowiedzi na dwa pytania: czy istnieją i gdzie dominujące przestrzenie turystyczno-wypoczynkowe mieszkańców konkretnego miasta i czym się charakteryzują? oraz: czy przestrzenie te mają charakter stabilny czy też ulegają zmianie w czasie – o ile tak, to dlaczego?

Przyjmując przedstawiony podział wyjazdów turystycznych mieszkańców miasta jako korzystny dla porządkowania tego zjawiska należy jednak pamiętać i uwzględnić w badaniach, głównie jako podstawę wyjaśnienia wielkości tych wyjazdów, trzy czynniki: odległość wyjazdów od miejsca zamieszkania (czynnik geograficzny), koszty związane z wyjazdem turystycznym (czynnik ekonomiczny) oraz strukturę demograficzną, społeczną i zawodową mieszkańców miasta (czynnik społeczny).

4. KLASYFIKACJA I TYPOLOGIA TURYSTYCZNA MIAST

Przeprowadzenie badań i studiów empirycznych zarówno nad turystyką na obszarze miasta (miast), jak również nad turystyką mieszkańców tych samych miast na podstawie przedstawionego w tej pracy programu badań daje podstawę do podjęcia dalszych procedur naukowych, których efektem może być klasyfikacja i typologia turystyczna miast. Pod pojęciem „klasyfikacja" będziemy rozumieć, za *Słownikiem języka polskiego* (SZYMCZAK 1978): „systematyczny podział na klasy wg określonych zasad", co w naszym przypadku może oznaczać podział miast, np. wg liczby osób czy liczby przyjazdów turystycznych do miasta, liczby osób wyjeżdżających z miasta w celach turystycznych lub innych mierników turystyki w mieście. Z kolei typem będziemy nazywać „model, wzór, któremu odpowiada pewna seria przedmiotów, ludzi, zjawisk czy form" (SZYMCZAK 1978).

business or academic reasons, but also for cultural, entertainment and other purposes. It is assumed that such trips and stays at different destinations allow some sightseeing at the places visited. Trips of this kind are usually made to urban areas or to popular culture, entertainment or business centres.

The aim of studying the tourism trips made by urban inhabitants is not only to record it, but mainly to find relations or even a correlation between the scale of the trips, their seasonality and the areas of spatial concentration and distance from the permanent residence place. It looks for answers to the following questions: do the inhabitants of particular urban areas tend to choose certain tourism-recreational spaces and if so – which?, and are these spaces permanent or do they change with time, and if so – why?

Assuming that making such a division introduces some order, three factors must be remembered and always included in a study: the distance of the trips (the geographical factor), costs (the economic factor) and the demographic, social and occupational structure of urban areas inhabitants (the social factor).

4. TOURISM CLASSIFICATION AND THE TYPOLOGY OF URBAN AREAS

The empirical study of both tourism within urban areas area and the outward tourism of the inhabitants from those same urban areas, conducted on the basis of the research programme presented in this article, opens the way to further academic procedures which may lead to the tourism classification and typology of urban areas. By 'classification' we shall understand 'a systematic division into classes according to accepted principles' (*Słownik języka polskiego*, SZYMCZAK 1978), which in our particular case may mean a division of urban areas e.g., according to the population or the number of tourism arrivals in urban areas, the number of people leaving urban areas for tourism purposes, or

W badaniach geograficzno-osadniczych zwykle określany jest typ miasta (jednostki osadniczej) na podstawie zestawu cech czy wskaźników charakterystycznych dla badanego zjawiska, np. „typ miejscowości o wyspecjalizowanej funkcji uzdrowiskowo-turystycznej" (JACKOWSKI 1981). Tak określony w wyniku procedury badawczej typ staje się modelem, wzorem, do którego przyrównywane są inne badane miasta w procesie typologii określonego zbioru miast. Typologia to inaczej „szeregowanie i logiczne porządkowanie elementów zbioru wg zasad porównywania ich cech z cechami elementów uznanych jako typy w obrębie określonego zbioru" (SZYMCZAK 1978).

Zaproponowany program badań turystyki miast, zakładający równoległe badanie miasta jako obszaru podaży turystycznej oraz popytu turystycznego jego mieszkańców, pozwala na określenie zestawu mierników przydatnych do tak prowadzonych studiów.

Autor ma świadomość, że podane mierniki nie wyczerpują pełnej listy możliwych do zestawienia (więcej cech i mierników podano w tekście artykułu), ale uważa, że analiza wymienionych pozwala zarówno na monograficzne opracowanie turystyki dowolnego miasta czy miast, jak również, że przy ich wykorzystaniu można dokonać klasyfikacji turystycznej miast, a także przeprowadzić ich typologię.

Tabela I. Mierniki do badania turystyki na obszarach miejskich (podaż) oraz turystyki mieszkańców miast (popyt turystyczny mieszkańców miast)

Turystyka na obszarach miasta	Turystyka mieszkańców miasta
1. Oferta turystyczna miasta (cele przyjazdu): – walory turystyczne – zagospodarowanie i organizacja pobytu w mieście – stopień rozwoju przestrzeni turystycznej miasta	1. Oferta turystyczna dla mieszkańców miasta (cele wyjazdu); – oferta weekendowa (wypoczynek...) – oferta urlopowa (wypoczynek, poznanie, rodzina, zdrowie itd.) – oferta całoroczna (wyjazdy służbowe)
2. Ruch turystyczny przyjazdowy: – wielkość i sezonowość – struktury: demograficzna, społeczna, zawodowa oraz cel przyjazdu – zasięg geograficzny przyjazdów – ruch „odwiedzających" i tranzytowy	2. Ruch turystyczny wyjazdowy: – wielkość i sezonowość – struktury: demograficzna, społeczna, zawodowa – zasięg geograficzny wyjazdów
3. Efekty pobytów turystycznych w mieście: – efekty ekonomiczne – efekty społeczne – promocja miasta	3. Uwarunkowania wyjazdów mieszkańców miast: – odległość od miejsca zamieszkania – koszty związane z wyjazdem – struktury: demograficzna, społeczna i zawodowa

Źródło: Opracowanie własne.

other measures of urban tourism. By a 'type' we shall understand 'a model matched by a series of objects, people, phenomena or forms' (SZYMCZAK 1978). In geographical-settlement studies the type of an urban area (a settlement unit) is usually defined on the basis of a set of features characteristic of the phenomenon under study, e.g. 'a type of destination with a specialized spa or tourism function' (JACKOWSKI 1981). A type defined this way as a result of a study procedure becomes a model to which other urban areas can be compared in the process of creating a typology of a given group of urban areas. In other words, typology is a 'logical ordering of components in a set by comparing their features with the features of elements regarded as types within a given set' (SZYMCZAK 1978).

The suggested programme of research into urban tourism where urban areas are studied both as a tourism supply and demand area, allows a set of measures to be established useful in that kind of study.

The author is aware of the fact that the measures quoted above do not complete the list of those possible (other features and measures have been mentioned in the article text), but he believes that

Table I. Measures used in the study of tourism in urban areas (tourism supply) and the tourism activity of urban inhabitants (tourism demand)

Tourism within urban areas area	Tourism activity of urban inhabitants
1. Tourism offer of urban areas (aims of trips): – tourism assets – organization of a stay in urban areas – development of urban area tourism space	1. Tourism offer for urban areas inhabitants (aims of trips): – weekend offer (recreation...) – holiday offer (recreation, education, family, health, etc.) – offers throughout the year (business trips)
2. Tourist flows (arrivals): – size and seasonality – structures (demographic, social, occupational) and aims of visits – geographical range of the arrivals – one-day visits and transit tourists	2. Tourist flows (departures): – size and seasonality – structures (demographic, social and occupational) – geographical range of departures
3. Effects of tourist stays in urban areas: – economic effects – social effects – promotion of urban areas	3. Conditions for urban inhabitants' trips: – distance from home – costs of the trip – structures (demographic, social and occupational)

Source: Author.

Wymienione procedury badawcze (klasyfikacja i typologia) wymagają przeprowadzenia konkretnych badań empirycznych wg określonego programu. Brak takich badań powoduje, że można jedynie zasygnalizować ogólny kierunek postępowania, jaki uważa się za właściwy zarówno przy klasyfikacji turystycznej miast, jak i wyróżnianiu ich typów.

Z punktu widzenia idei proponowanych badań, które uznają miasto jako obiekt kompleksowych studiów turystycznych, podstawą klasyfikacji powinna być liczba bezwzględna turystów przyjeżdżających i wyjeżdżających. Jest to oczywiście najprostsza klasyfikacja, której celem jest pogrupowanie miast wg skali badanego zjawiska. Wyskalowanie tej klasyfikacji wymaga przeprowadzenia badań na dużej grupie miast (np. w Polsce czy w Europie).

Znacznie bogatsze możliwości daje zaproponowany zestaw mierników w zakresie tworzenia typów, a następnie typologii miast. Można w tej procedurze zastosować metody analizy wieloczynnikowej, analizę cech przewodnich lub inne. Bogactwo możliwości metodycznych jest tu bardzo duże. My zaprezentujemy, tylko przykładowo, kilka rozwiązań cząstkowych ukazujących myśl przewodnią całej koncepcji. Przypomnijmy raz jeszcze, że generalna idea tych badań zakłada analizę miasta jako całości z punktu widzenia szeroko pojętego zjawiska, jakim jest turystyka. To założenie nakłada na badacza prowadzącego studia typologiczne konieczność uwzględnienia obu ujęć miasta – zarówno jako miejsca napływu turystów, jak i wyjazdu mieszkańców w celach turystycznych. W tej sytuacji można przypuszczać, że liczba typologii może być większa niż trzy, gdyby przyjąć, że podstawą każdej z nich jest jeden blok mierników wymienionych we wcześniejszym zestawieniu. Podany poniżej przykład wskazuje na możliwość budowania typologii, która za podstawę przyjmuje analizę ruchu turystycznego.

Jedną z ważnych (a może nawet najważniejszych) składowych określających typ miasta może być porównanie różnic i podobieństw ruchu turystycznego między przyjazdami turystów do miasta i wyjazdami mieszkańców w celach turystycznych. Za podstawę tego porównania (swoisty reper) może być przyjęta liczba stałych mieszkańców badanego miasta. Przyjmując to założenie można wydzielić trzy główne i bliżej nieokreśloną liczbę podtypów miast:

A. Miasta o równoważnej wymianie ludności w ciągu roku; zarówno liczba przyjeżdżających do

their analysis makes it possible to prepare a monographic description of tourism in any urban area, as well as to arrive at a tourism classification and typology of urban areas.

In a study where urban areas are an object of complex examination from the tourism point of view, the basis for classification should be the absolute number of tourists travelling into and out of urban areas. This, of course, is the simplest classification whose aim is to group urban areas according to scale. Such criteria allow 16 variations (16 classes) resulting from the number of possible combinations among four classes of urban areas as regards the number of arrivals, and an equal number of classes as regards the number of outward trips made by the inhabitants. Making this classification more precise requires conducting a study of a large group of urban areas (e.g. in Poland or Europe).

The suggested set of measures as regards establishing types and then creating a typology of urban areas offers much greater possibilities. In this procedure it is possible to apply the methods of multi-factor analysis with an analysis of the primary characteristics, or others. The methodological options are numerous and only a few partial solutions to show the main idea of the whole concept will be presented. Let us say again that the general idea is based on an analysis of urban areas as a whole from the point of view of tourism. Thus a researcher conducting typological studies is obliged to consider both aspects of urban tourism: the inflow of tourists and outflow of urban inhabitants. In this situation it can be supposed that there may be more than three typologies if we assume that each is based on one of the sets of measures mentioned earlier. This example shows how a typology based on an analysis of tourist flows can be created.

One of the most important elements defining the type of an urban area may be a comparison of tourist arrivals and the inhabitants' own trips for tourism purposes while such a comparison may be based on the number of urban areas residents. Assuming that three main types and

miasta, jak i wyjeżdżających w celach turystycznych jest zbliżona.

B. Miasta o dominacji przyjeżdżających do miasta w celach turystycznych.

C. Miasta o dominacji ludności wyjeżdżającej w celach turystycznych.

Innym ważnym składnikiem tworzącym typ miasta na podstawie analizy ruchu turystycznego może być sezonowość przyjazdów i wyjazdów turystycznych. Również i w tym przypadku można wyróżnić trzy główne podtypy i wiele ujęć szczegółowych:

A1. Miasta o zbliżonym natężeniu przyjazdów i wyjazdów turystycznych w ciągu całego roku.

B1. Miasta o jednym sezonie przyjazdowym i jednym wyjazdowym, które przypadają w tym samym czasie roku (duża wymiana ludności miasta).

C1. Miasta o kilku sezonach przyjazdowych i kilku wyjazdowych przypadających na różne pory roku (pokrywających się w niewielkim stopniu).

Trzecią cechą ruchu turystycznego, która może być wykorzystana do określenia typu miast, jest zasięg geograficzny przyjazdów i wyjazdów do miasta w celach turystycznych. Przy wydzielaniu podtypów miast na podstawie tej cechy należy brać pod uwagę dwa mierniki: koncentrację przestrzenną (określoną np. za pomocą współczynnika koncentracji) i zasięg geograficzny przyjazdów i wyjazdów turystycznych. Na potrzeby tego ujęcia proponujemy przyjąć podział zasięgu geograficznego wg trzech obszarów dominacji: zasięg regionalny (region położenia miasta), zasięg krajowy i zasięg międzynarodowy, liczony jako dominacja w czasie całego roku. Na tej podstawie można również wydzielić kolejne trzy podtypy miasta:

A2. Miasta wymiany turystycznej przyjazdów i wyjazdów z podobnej odległości geograficznej (np. dominacja przyjazdów i wyjazdów z zagranicy).

B2. Miasta o rozleglejszym zasięgu geograficznym przyjazdów nad wyjazdami.

C2. Miasta o rozleglejszym zasięgu geograficznym wyjazdów nad przyjazdami.

Przedstawiony przykład pokazuje możliwość wyznaczenia wielu typów miast na podstawie analizy ruchu turystycznego prezentowanej w wydzielonych podtypach.

Kompleksowa typologia turystyczna miast może powstać po przeprowadzeniu typologii cząstkowych opartych na analizie głównych cech trzech składowych: ruchu turystycznego, treści oferty turystycznej miasta (np. na podstawie stopnia rozwoju przestrzeni turystycznej) oraz charakteru ofert

a certain number of subtypes of urban areas can be identified:

A. Urban areas with a 'balanced exchange of population' throughout the year; the numbers arriving into urban areas and those travelling out are similar.

B. Urban areas where arriving tourists dominate.

C. Urban areas where inhabitants travelling outside dominate.

Another important element in establishing the type of an urban area could be the seasonality of tourism arrivals and departures. Also in this case three main types and several subtypes can be identified:

A1. Urban areas where the intensity of tourist arrivals and departures is similar throughout the year.

B1. Urban areas with one incoming and one outgoing season occurring at the same time of the year (a considerable exchange of population).

C1. Urban areas with several incoming and several outgoing seasons at different times of the year (only slightly overlapping).

The third feature of tourist flows which can be used in order to define the types of urban areas is the geographical range of tourism arrivals and trips. Here, two measures must be taken into consideration: spatial concentration (expressed by means of the concentration coefficient), and geographical range which can be divided into three: regional, national and international. The following three subtypes can be identified:

A2. Urban areas of tourism exchange where both groups of tourists cover similar distances (e.g. arrivals from and trips to foreign countries dominant).

B2. Urban areas where the geographical range of arrivals is wider than that of outward trips.

C2. Urban areas where the geographical range of outward trips is wider than that of arrivals.

The example shows how types of urban areas on the basis of an analysis of tourist flows can be established.

A complex tourism typology of urban areas may be created after partial typologies have been prepared based on an analysis of three main components: tourism flows, an urban area's tourism offer (e.g. based on the

turystycznych dla mieszkańców miasta (np. opierając się na analizie oferty urlopowej), a także efektów przyjazdów turystycznych do miast (np. efekty ekonomiczne) i uwarunkowań wyjazdów turystycznych mieszkańców miast (np. koszty wyjazdów a zamożność mieszkańców miasta).

5. ZAKOŃCZENIE

Wzrastające zainteresowanie miastem jako obszarem turystycznym stawia przed badaczami nowe wyzwania. Tradycyjnie w dotychczasowych badaniach pojawienie się nowego obszaru recepcji turystycznej inspirowało do podejmowania badań nad ofertą turystyczną, stanem zagospodarowania czy wielkością ruchu turystycznego przybywającego na ten nowy obszar. Pod tym względem miasto (zwłaszcza duże) jest zupełnie innym terenem badań turystycznych. Proponuje bowiem ono nie tylko inną ofertę turystyczną, zachęcając do odwiedzenia czy pobytu, ale jest równocześnie miejscem zamieszkania wielu ludzi z określonym popytem turystycznym (potrzebami turystycznymi), który jest realizowany poza granicami tego miasta.

Przedstawiona praca sygnalizuje te nowe problemy badań nad turystyką miasta w obu płaszczyznach, tzn. jako obszaru podaży turystycznej, ale również koncentracji osób, które wykazują często duży popyt na wyjazdy turystyczne. W pracy zaproponowano program kompleksowego badania turystyki miasta, który wymaga weryfikacji i uściślenia w toku badań empirycznych.

tourism space development stage) and the tourism offers for urban inhabitants (e.g. based on 'holiday offers'). The analysis must also include the effects of tourism arrivals in urban areas (e.g. economic effects) and the conditions for tourism trips made by urban inhabitants (e.g. costs of trips vs. the inhabitants' wealth).

5. CONCLUSION

The growing interest in urban areas as a tourism area presents a new challenge to researchers. Traditionally, the appearance of a new tourism reception area has inspired them to study its tourism offer, the development of its area or the intensity of inflowing tourism. Urban areas (especially large ones) are a completely different study area. Not only is its tourism offer different, but it is at the same time an area inhabited by many people with their own tourism needs, satisfied outside urban areas.

The author signals these new issues in the study of urban tourism, and approaches urban areas not only as an area of tourism supply but also as a concentration of people who show a great tourism demand. He presents a programme for comprehensive research into urban tourism which requires verification and needs specific empirical research.

BIBLIOGRAFIA – BIBLIOGRAPHY

BACHVAROV, M., 1999, Europejskie miasta kultury a turystyka, *Turyzm* 9, 1, s. 189–199.

BACHVAROV, M., DZIEGIEĆ, E., 2005, Relacje pomiędzy pojęciami „rekreacja" i „turystyka", *Turyzm* 15, 1–2, s. 79–93.

BUTOWSKI, L., 1996, Funkcja turystyczna we współczesnych dużych miastach europejskich, [w:] *Turystyka – szansą rozwoju kraju. Materiały pokongresowe. Kongres Turystyki Polskiej*, Warszawa, s. 253–265.

DZIEGIEĆ, E., LISZEWSKI, S., 1985, Wyjazdy wakacyjno-urlopowe mieszkańców Łodzi, *Acta Universitatis Lodziensis. Turyzm*, 1, s. 5–26.

GRZELKA, D., 1996, Lokalizacja biur podróży na terenie Łodzi, *Turyzm* 6, 1, s. 5–29.

JACKOWSKI, A., 1981, *Typologia funkcjonalna miejscowości turystycznych (na przykładzie województwa nowosądeckiego)*, Rozprawy habilitacyjne, nr 53, Uniwersytet Jagielloński, Kraków, s. 137.

KOWALCZYK-ANIOŁ, J., 2006, *Rozwój przestrzeni urlopowo-wakacyjnej łódzkich rodzin na przykładzie studentów Uniwersytetu Łódzkiego i ich rodzin*, maszynopis pracy doktorskiej w Katedrze Geografii Miast i Turyzmu Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź.

LATOSIŃSKA, J., 1998, *Przestrzeń urlopowo-wakacyjna pracowników wyższych uczelni Łodzi*, Łódzkie Towarzystwo Naukowe, Łódź, 159 s.

LATOSIŃSKA, J., 1998a, Przestrzeń turystyczna łodzian, *Turyzm* 8, 2, s. 5–26.

LISZEWSKI, S. (red.), 1989, *Funkcja turystyczna Augustowa*, Instytut Turystyki, Warszawa, 123 s.

LISZEWSKI, S., 1992, Miasto przemysłowe jako obiekt turystyczny, *Turyzm* 2, 1, s. 9–24.

LISZEWSKI, S., 1999, Przestrzeń turystyczna miasta (przykład Łodzi), *Turyzm* 9, 1, s. 51–73.

LISZEWSKI, S., 2005, Metropolitalny region turystyczno-wypoczynkowy. Przykład miasta Łodzi, *Turyzm* 15, 1–2, s. 121–138.

MATCZAK, A., 1998, Turystyczna baza noclegowa Łodzi i jej wykorzystanie w latach 1979-1997, *Turyzm* 8, 2, s. 27-56.

MATCZAK, A., 1989, Problemy badania funkcji turystycznej miast Polski, *Acta Universitatis Lodziensis. Turyzm*, 5, s. 25-37.

MATCZAK, A., 2002, Efektywność wykorzystania rejestrowanych obiektów noclegowych w Łodzi w latach 1979-2000, *Turyzm*, 12, 2, s. 65-78.

MATCZAK, A. (red.), 2004, *Lokalizacja hoteli w krajowych metropoliach Europy Środkowo-Wschodniej*, Łódzkie Towarzystwo Naukowe, Łódź, 129 s.

MATCZAK, A., 2005, Turystyka w przestrzeni miejskiej Ustki - polskiego kurortu nadbałtyckiego, *Turyzm* 15, 1-2, s. 139-149.

RADKOWSKA, B., 2004, *Turystyka polska w 2003 roku. Wielkie miasta*, Instytut Turystyki, Warszawa, 60 s.

SZYMCZAK, M., 1978-1991, *Słownik języka polskiego*, PWN, Warszawa.

WŁODARCZYK, B., MILESKA, M., 2004, Historia rozwoju hotelarstwa w Łodzi, *Turystyka i Hotelarstwo* 5, s. 55-93.

WYRZYKOWSKI, J., 1992, Wrocław jako wielkie centrum krajoznawcze, *Turyzm* 2, 1, s. 49-60.

WYRZYKOWSKI, J., 2005, Czas wolny mieszkańców Wrocławia i jego wykorzystanie, Turyzm 15, 1-2, s. 209-215.