

Turystyka kulturowa czy wypoczynkowa? Analiza różnych form aktywności turystycznej osób odwiedzających Sanok

Słowa kluczowe: turystyka kulturowa, profil turysty, badania ankietowe, Sanok

Streszczenie

Artykuł jest studium profilu społeczno-ekonomicznego i aktywności turystycznych podejmowanych przez odwiedzających Sanok. Głównym celem artykułu była próba odpowiedzi na pytanie, czy turyści składający wizytę w Sanoku należą do kategorii turystów kulturowych oraz czy turystyka kulturowa może być traktowana jako rzeczywisty czynnik rozwoju Sanoka. Problem ten jest omawiany w szerszym kontekście wzrastającego znaczenia zasobów kultury jako czynnika rozwoju turystyki oraz relacji pomiędzy turystyką kulturową i wypoczynkową. Wyniki badań prezentowanych w artykule wskazują, że wizyty w obiektach kultury w Sanoku należy traktować przede wszystkim jako dopełnienie turystyki wypoczynkowej w Bieszczadach, co powoduje, że perspektyw rozwoju turystyki w Sanoku należy wiązać z turystyką bieszczadzką.

Wprowadzenie

Tendencje rozwoju turystyki wskazują na coraz mniejsze znaczenie zasobów przyrodniczych jako atraktorów turystycznych, przy coraz większym znaczeniu szeroko pojętych usług turystycznych [Kozak 2008, 2010, Csapó 2012]. Szczególnego znaczenia nabierają m.in. usługi turystyczne związane z kulturą i dziedzictwem kulturowym. Marek Kozak [2010, s. 57]¹ wprost stwierdza, że *"przyszłość tkwi w turystyce kulturowej, dla której walory naturalne bywają jedynie tłem, darmową tapetą reklamującą dane miejsce"*.

Przekonanie o wzrastającej randze turystyki kulturowej jako czynnika rozwoju lokalnego i regionalnego podzielane jest przez wielu autorów analizujących rynek usług turystycznych i przemiany społeczno-gospodarcze w różnych częściach świata [m.in. Binns i Nel 2002, Małek 2003, Medvecká 2005, Giaoutzi i Nijkamp (red.) 2006, Herrero i in. 2006, Robinson i Picard 2006, Girard i Nijkamp (red.) 2009, Kim i Kim 2012]. Istotne jest to, że turystyka kulturowa może być czynnikiem rozwoju nie tylko największych ośrodków miejskich, w których koncentrują się liczne atrakcje turystyczne (m.in. zabytki, obiekty kultury, wydarzenia kulturalne – por. m.in. Tighe 1985, Hughes 1987), ale także obszarów peryferyjnych (w tym obszarów wiejskich), na których można spotkać formy materialnego i niematerialnego dziedzictwa kulturowego niewystępujące na obszarach wysoko zurbanizowanych [por. Małek 2003, Widawski 2010, 2011].

Szczególnie korzystne uwarunkowania możliwości rozwoju turystyki kulturowej, cechują więc obszary atrakcyjne przyrodniczo, w których może być ona zarówno niezależnym produktem turystycznym, jak i dopełnieniem do oferty innego typu turystyki – np. turystyki wypoczynkowej [zob. Widawski 2010]. Jest to ważne, ponieważ z dotychczasowych badań wynika, że tylko niewielka część turystów (około $\frac{1}{5}$) wskazuje na kulturę jako główny motyw ich aktywności turystycznej [por. raport City Tourism & Culture – The European Experience 2005]. Większość turystów, uczestniczy w kulturze raczej "przy okazji", traktując ją jako element wyjazdów turystycznych o różnym profilu. W środowisku naukowym pojawiają się spory, czy takich turystów określać mianem turystów kulturowych, czy też nie. Wiąże się to z dwiema perspektywami spojrzenia na turystykę kulturową:

¹ Inni autorzy podkreślają z kolei związek przyrody z kulturą wyrażający się w koncepcji turystyki zrównoważonej [por. Kowalczyk 2013].

konceptualną i techniczną [zob. Richards 1996, Csapó 2012]. Jeśli przyjąć konceptualną definicję turystyki kulturowej, to można ją określić jako *"wszystkie przemieszczenia osób do atrakcji kulturowych znajdujących się poza ich miejscem stałego pobytu, w celu pozyskania nowych informacji lub doznań, mających zaspokoić potrzeby kulturalne"* [Richards 1996, s. 24] lub *"wszystkie grupowe lub indywidualne wyprawy o charakterze turystycznym, w których spotkanie uczestników podróży z obiektami, wydarzeniami i innymi walorami kultury wysokiej lub popularnej albo powiększenie ich wiedzy o otaczającym człowieka świecie jest zasadniczą częścią programu podróży lub stanowi rozstrzygający argument dla indywidualnej decyzji o jej podjęciu lub wzięciu w niej udziału"* [Mikos v. Rohrscheidt 2008, s. 31]. Jeśli zaś przyjąć definicję techniczną, to do turystyki kulturowej należałoby zaliczyć wszystkie przemieszczenia osób z miejsca stałego pobytu do atrakcji kulturowych, związanych m.in. z dziedzictwem kulturowym lub sztuką współczesną, niezależnie od rzeczywistych motywacji oraz doznań [Richards 1996]. W podobny sposób turystykę kulturową ujmuje Andrzej Kowalczyk [2008], który wskazuje na możliwość jej wąskiego i szerokiego ujęcia. Pierwsze bliskie jest definicji konceptualnej i związane jest z *"autentycznym zainteresowaniem dziedzictwem kulturowym"* oraz z *"uczestnictwem w szeroko rozumianym życiu kulturalnym"* [Kowalczyk 2008, s. 13]. Drugie zaś bliskie jest definicji technicznej, rozszerzając ją jednak na wszystkie zachowania turystyczne, bowiem te, jak i większość zachowań ludzkich, są uwarunkowane kulturowo [Kowalczyk 2008]. Dwa tak odmienne spojrzenia na turystykę kulturową prowadzą do wyróżniania przez badaczy typologii turystów kulturowych ze względu na ich postawy i motywacje względem kultury. Chyba najbardziej rozpowszechnioną w literaturze anglojęzycznej jest typologia zaproponowana przez Boba McKerchera i Hilary Du Cros [2002, 2003]. Autorzy wyróżnili pięć typów turystów kulturowych, spośród których skrajne przypadki reprezentują, z jednej strony "zdeterminowani turyści kulturowi", z drugiej zaś "incydentalni turyści kulturowi". Pierwszych typ wyróżnia to, że elementy kulturowe są podstawową motywacją wyjazdu, który wiąże się z bardzo głębokimi doznaniem kulturowymi. Turyści drugiego typu z kolei nie podróżują motywowani kulturowo, uczestnicząc w kulturze "przy okazji" i powierzchownie [por. McKercher and Du Cros 2002, 2003].

W świetle powyższych rozważań szczególnie interesująca wydaje się analiza aktywności turystycznych w tych obszarach i miejscach, w których oferta turystyki kulturowej może pełnić rolę zarówno niezależnego produktu turystycznego dla "zdeterminowanych turystów kulturowych", jak i być dopełnieniem turystyki wypoczynkowej dla "incydentalnych turystów kulturowych". Jednym z takich obszarów jest region Bieszczadów, a w szczególności centrum tego regionu – Sanok – miasto o atrakcyjnym położeniu geograficznym, w którym znajdują się obiekty dziedzictwa kulturowego o co najmniej ogólnopolskim znaczeniu [zob. Bajda 2013].

Ogólnym celem badań, który leżał u podstaw analiz prezentowanych w tym artykule, było poznanie społeczno-ekonomicznego profilu turystów odwiedzających Sanok – główne miasto regionu Bieszczadów – oraz próba udzielenia odpowiedzi na pytania, czy turyści składający wizytę w Sanoku należą do kategorii turystów kulturowych oraz czy turystyka kulturowa może być traktowana jako rzeczywisty czynnik rozwoju Sanoka.

Przedstawiane w niniejszym artykule wyniki badań wpisują się w jeden z głównych celów badań migracji turystycznych, jakim według Stanisława Liszewskiego i Bogdana Włodarczyka [2010, s. 38] jest *"poznanie przyjeżdżających (ilu ich jest, kim są, co ich sprowadza, kiedy przyjeżdżają, skąd, na jak długo, ile pozostawiają pieniędzy, jak to oceniają itp.), ale nie po to aby zaspokoić swoją ciekawość, ale aby starać się przygotować atrakcyjną ofertę, stworzyć oryginalne produkty turystyczne, słowem – zachęcić do powrotów lub do promowania regionu (miejsca) przez tych którzy tu byli"*. Badania prowadzone były w porozumieniu z Urzędem Miasta Sanoka i miały charakter poznawczo-diagnostyczny.

Sanok – podstawowe informacje

Liczący niespełna 40 tys. mieszkańców Sanok określany jest mianem bramy Bieszczadów. Wiąże się to z położeniem geograficznym miasta - w Kotlinie Sanockiej (część Kotliny Jasielsko-Krośnieńskiej we wschodniej części Pogórza Środkowobeskidzkiego), przez którą prowadzi główny szlak komunikacyjny w Bieszczady (droga krajowa nr 28 i odchodząca od niej droga krajowa nr 84). Ze względu na brak obwodnicy ruch kołowy prowadzony jest przez miasto. Przyczynia się to, szczególnie w okresie wakacyjnym i urlopowym, do znacznych korków w mieście².

Sanok jest miastem o długich tradycjach przemysłowych, związanych w XIX w. z wydobywaniem i rafinacją ropy naftowej w jego okolicach, zaś później przede wszystkim z Sanocką Fabryką Autobusów "Autosan" i Zakładami Przemysłu Gumowego "Stomil". Obecnie istotnie na rozwój miasta wpływa również zlokalizowany w Sanoku jeden z trzech oddziałów regionalnych Polskiego Górnictwa Naftowego i Gazownictwa S.A.³ Pomimo dominującego znaczenia przemysłu w rozwoju miasta, coraz większego znaczenia nabiera turystyka. Jest to związane z jednej strony z korzystnym turystycznie położeniem miasta, z drugiej zaś z atrakcjami turystycznymi w nim zlokalizowanymi. Na podkreślenie zasługują w szczególności dwie: Muzeum Budownictwa Ludowego w Sanoku (skansen) i Muzeum Historyczne w Sanoku. Sanocki skansen jest jednym z największych w Europie, o powierzchni 38 ha. Znajduje się w nim ponad 100 obiektów tradycyjnej zabudowy Bieszczadów, Beskidu Niskiego i Podkarpacia, związanych z grupami etnograficznymi Bojków, Łemków, Pogórzan i Dolinian. O atrakcyjności sanockiego Muzeum Historycznego decydują z kolei dwie stałe ekspozycje: galeria prac, pochodzącego z Sanoka, Zdzisława Beksińskiego oraz zbiory sztuki sakralnej z okresu od XII do XX w. Do pozostałych atrakcji turystycznych miasta, choć o mniejszym znaczeniu, należą: starówka wraz ze zrewitalizowanym rynkiem, zespół basenów kąpielowych i tor lodowy. Szczegółowe omówienie potencjału turystyczno-kulturowego Sanoka zawiera opracowanie Łukasza Bajdy [2013].

Inwentaryzacja bazy noclegowej, przeprowadzona w ostatnich dniach czerwca 2012 r., wykazała, że w Sanoku funkcjonowało 18 obiektów, dysponujących łącznie blisko 450 miejscami noclegowymi o różnym standardzie (najwięcej miejsc oferowały Dom Turysty - 170, Ośrodek Wypoczynkowo-Rekreacyjny "Sosenki" - 93 i Miejski Ośrodek Sportu i Rekreacji - 83). Wedle Banku Danych Lokalnych GUS, 10 sanockich obiektów noclegowych, rejestrowanych w statystyce publicznej, posiadało 490 miejsc noclegowych, w których w 2012 r. nocowało 21,3 tys. Polaków i 2,8 tys. gości z zagranicy. Przeciętnie polscy turyści spędzali w Sanoku 1,64, zaś turyści zagraniczni 1,93 doby.

Metoda badań

Badania aktywności turystycznej w Sanoku przeprowadzono poprzez wywiad kwestionariuszowy. Kwestionariusz składał się z 18 pytań o zróżnicowanej formie (otwarte, półotwarte i zamknięte). Pytania dotyczyły zarówno cech społeczno-ekonomicznych ankietowanych, ich aktywności turystycznej, motywów przyjazdu do Sanoka, jak i m.in. miejsca pobytu w regionie Bieszczadów.

W badaniu wzięło udział 166 respondentów, którzy w dniach od 29 czerwca do 2 lipca 2012 r. (sobota – wtorek) zostali poproszeni o udzielenie odpowiedzi na pytania zawarte w kwestionariuszu ankiety. Okres badań przypadał na początek głównego sezonu

² Zgodnie w wynikami Generalnego Pomiaru Ruchu w 2010 r., średnia dobowa liczba pojazdów silnikowych na sanockim odcinku drogi krajowej nr 28 wynosi 25 tys. pojazdów, zaś na drodze krajowej nr 84 osiąga prawie 15 tys. pojazdów. W sezonie turystycznym wielkości te są wyższe o kilka tysięcy pojazdów.

³ Pozostałe znajdują się w Odolanowie i Zielonej Górze.

turystycznego w Bieszczadach, który obejmuje lipiec, sierpień i wrzesień (z maksimum odwiedzających w sierpniu – por. Prędko 2012). Respondenci byli ankietowani w różnych miejscach w Sanoku, zarówno w historycznym centrum, jak i przy pozostałych atrakcjach turystycznych miasta.

Respondentami były osoby, które zadeklarowały, że przyjechały do Sanoka lub w region Bieszczadów w celu turystycznym, spędzając tu co najmniej jedną noc [zgodnie z definicją turysty wg United Nations World Tourism Organisation – zob. Liszewski i Włodarczyk 2010].

Charakterystyka respondentów

Wśród 166 respondentów, którzy wzięli udział w badaniu dominowały osoby młode. Ponad 55% ankietowanych turystów stanowiły osoby poniżej 35 roku życia, z tego aż 35% ogółu liczyło od 18 do 24 lat. Najmniej licznie reprezentowane były osoby w wieku lat 65 i więcej (3%) oraz między 45 a 54 i 55 a 64 rokiem życia (po 10% - zob. tab. 1). Struktura wieku miała istotny wpływ na status zawodowy respondentów, wśród których dominowały osoby pracujące oraz studenci i uczniowie. Największy udział cechował osoby pracujące na etacie (blisko 40%) oraz studentów i uczniów (34%). Najmniej liczni z kolei byli renciści i emeryci, którzy stanowili mniej niż 10% ogółu ankietowanych (tab. 2)

Tab. 1. Wiek respondentów

Wiek w latach	Liczba	%
18 – 24	59	35,5
25 – 34	37	22,3
35 – 44	31	18,7
45 – 54	17	10,2
55 – 64	17	10,2
65 więcej	5	3,0

Źródła: badania własne

Tab. 2. Struktura zawodowa respondentów

Status	Liczba	%
Pracujący na etacie	64	38,6
Studenci, uczniowie	56	33,7
Pracujący na własny rachunek	30	18,1
Emeryci	12	7,2
Renciści	4	2,4

Źródło: badania własne

Tab. 3. Środki lokomocji wykorzystywane przez turystów w celu dojazdu do Sanoka

Środek lokomocji	Liczba	%
Samochód osobowy	94	56,6
Autobus (kursowy)	39	23,5
Autokar	24	14,5
Autobus i kolej	8	4,8
Inny	1	0,6

Źródło: badania własne

Większość respondentów deklarowała, że do Sanoka dojechała samochodem osobowym (57%). Relatywnie często ankietowani wskazywali na dojazd autobusem kursowym (23%) i autokarem (15%). Ze względu na zawieszenie połączeń kolejowych do Sanoka w okresie, w którym przeprowadzano badania, marginalne znaczenie miał transport kolejowy (por. tab. 3).

Turystów odwiedzających Sanok, którzy wzięli udział w badaniach, cechował ponadprzeciętny poziom wykształcenia. Aż 46% deklarowało wykształcenie wyższe, zaś łącznie ponad 81% wykształcenie średnie, policealne lub wyższe (tab. 4). Mając na uwadze, że znaczną część respondentów stanowili uczniowie lub studenci, przeanalizowano strukturę wykształcenia pozostałych respondentów, z pominięciem osób kształcących się. Analiza wskazała, że spośród ankietowanych turystów, którzy zakończyli swoją formalną edukację, aż 61% deklarowało wykształcenie wyższe, zaś 25% średnie i policealne (tab. 5).

Tab. 4. Poziom wykształcenia respondentów

Poziom wykształcenia	Liczba	%
Wyższe	75	45,7
Średnie lub policealne	58	35,4
Zasadnicze zawodowe	17	10,4
Podstawowe lub niższe	14	8,5

Źródło: badania własne

Tab. 5. Poziom wykształcenia respondentów (z pominięciem uczniów i studentów)

Poziom wykształcenia	Liczba	%
Wyższe	67	60,9
Średnie i policealne	27	24,6
Zasadnicze zawodowe	14	12,7
Podstawowe lub niższe	2	1,8

Źródło: badania własne

Profil turystów odwiedzających Sanok oraz podejmowana przez nich aktywności

Badania wykazały, że dla blisko $\frac{2}{3}$ respondentów wyjazd do Sanoka był związany z wyjazdem w Bieszczady (tab. 6). Co więcej, ponad połowa ankietowanych turystów stwierdziła, że Sanok nie był głównym celem ich wyjazdu, lecz odwiedzili go przy okazji wyjazdu w Bieszczady. Znaczenie Bieszczadów potwierdza również struktura odpowiedzi na otwarte pytanie o główny atut Sanoka jako miejscowości turystycznej. Dla 40% ankietowanych tym atutem było położenie geograficzne, rozumiane jako „bliskość Bieszczadów”, „bliskość gór” itd. Tak silne powiązanie wyjazdu do Sanoka z wyjazdem w Bieszczady świadczy nie tylko o tym, że w znacznej mierze to Bieszczady stanowią o atrakcyjności miasta, ale także o tym, że profil turystów odwiedzających Sanok można w pewnej mierze wyjaśnić profilem turystów wyjeżdżających w Bieszczady, które od lat przyciągają turystów raczej spoza turystycznego mainstreamu.

Tab. 6. Związek przyjazdu do Sanoka z wyjazdem w Bieszczady

Odpowiedź	Liczba	%
Tak, przy okazji wyjazdu w Bieszczady odwiedzam Sanok	85	52,8
Nie, przyjechałam (przyjechałem) tylko do Sanoka	55	34,2
Tak, przy okazji wyjazdu do Sanoka odwiedzam Bieszczady	21	13,0

Źródło: badania własne

Powyższe wyniki są związane bezpośrednio z miejscowościami, w których nocowali turyści odwiedzający Sanok (w dniach wizyty w nim). Połowa z nich nocowała w Sanoku (52%), zaś pozostali w innych miejscowościach w okolicy. Do najczęściej wskazywanych należały Cisna, Lesko, Ustrzyki Górne oraz Polańczyk.

Analizując szczegółowe motywy wizyty w Sanoku, zauważa się dominację czynników kulturowych nad ekonomicznymi oraz rodzinnymi. Najczęściej ankietowani turyści twierdzili, że przyjechali do Sanoka, by zwiedzić zabytki (38%). Nieco rzadziej przyjazd miał na celu pobyt wypoczynkowy z noclegiem (26%) oraz zwiedzenie sanockich muzeów (25%). Kolejne odpowiedzi, takie jak przyjazd w celu zakupów, odwiedzin rodziny, wizyty w lokalu gastronomicznym itd. wskazało nie więcej niż 12% osób⁴. Dane z tab. 7. wskazują dodatkowo, że motywy kulturowe wizyty w Sanoku w bardzo niewielkim stopniu wiązały się z udziałem w imprezach kulturalnych w mieście – zadeklarowało to zaledwie 3% respondentów.

⁴ Powyżej przedstawiona struktura odpowiedzi różni się od uzyskanej we wcześniejszych badaniach przez Jerzego Drupkę i Jana Krupę [2009], którzy zbadali motywy przyjazdu do województwa podkarpackiego osób odwiedzających sanocki skansen. Badania autorów wykazały, że zaledwie 21,5% turystów odwiedzających Skansen przyjechało na Podkarpacie w celu zwiedzania zabytków. Różnice w stosunku do wyników badań prezentowanych w tym artykule zapewne w znacznym stopniu wynikają z faktu, że w tym przypadku badano motywację odwiedzenia Sanoka, zaś we wcześniejszym analizowano motywację przyjazdu do województwa.

Z jednej strony wydaje się, że w wypadku deklaracji turystów o uczestnictwie w wydarzeniach kulturalnych w Sanoku należy powstrzymać się od uogólniających wniosków, ponieważ badania były prowadzone w okresie wolnym od większych wydarzeń kulturalnych w mieście, co zapewne zaważyło na ich wynikach. Z drugiej strony, zdecydowana większość turystów, w tym przyjeżdżających w celu zwiedzenia zabytków i muzeów, nie zna żadnych imprez kulturalnych odbywających się w Sanoku. Brak znajomości takich wydarzeń zadeklarowało 87% respondentów (tab. 8). Pozostali (13%) wskazywali głównie imprezy związane z kulturą popularną lub kulturą ludową – Dni Sanoka, festiwal muzyki ludowej, Noc Galicyjską, czy też jarmark w skansenie.

Tab. 7. Cel wizyty w Sanoku

Cel wizyty w Sanoku	Liczba	%
Zwiedzenie zabytków	63	38,0
Pobyt wypoczynkowy (z noclegiem)	43	25,9
Zwiedzanie muzeów	42	25,3
Zakupy	20	12,0
Odwiedziny rodziny (znajomych)	18	10,8
Praca zawodowa	14	8,4
Wizyta w lokalu gastronomicznym	10	6,0
Udział w imprezie kulturalnej	5	3,0
Inny	31	18,7

Uwaga: można było wybrać więcej niż jeden cel

Źródło: badania własne

Taki rozkład odpowiedzi wskazuje na brak szerszego zainteresowania ofertą imprez kulturalnych w Sanoku wśród turystów odwiedzających miasto na przełomie czerwca i lipca 2012 r. Pytaniem – na razie bez odpowiedzi – pozostaje to, w jakim stopniu taka postawa jest powszechna wśród turystów odwiedzających Sanok w różnych okresach roku, także w tych obfitujących w wydarzenia kulturalne. Należałoby sprawdzić, czy imprezy kulturalne w Sanoku przyciągają turystów z odległych zakątków kraju, czy też ci uczestniczą w nich niejako przy okazji wizyty w Bieszczadach, czy nawet bez uprzedniego zaplanowania – przy okazji wizyty w Sanoku.

Tab. 8. Znajomość imprez kulturalnych organizowanych w Sanoku

Odpowiedź	Liczba	%
Brak znajomości	140	87,0
Znajomość przynajmniej jednej	21	13,0
Znane imprezy (wskazane przez co najmniej dwóch respondentów)		
Dni Sanoka	6	3,7
Festiwal muzyki ludowej (kresowej) w Skansenie	6	3,7
Noc Galicyjska	3	1,9
Jarmark w skansenie	3	1,9

Źródło: badania własne

Niemniej istotna z punktu widzenia turystyki w Sanoku jest długość pobytu turysty w mieście. Łącznie blisko 40% ankietowanych turystów zadeklarowało, że ich pobyt w Sanoku trwał do sześciu godzin (24% - do trzech godzin i 16% - od 3 do 6 godzin). Kolejnymi pod względem częstotliwości były deklaracje spędzenia w Sanoku od 5 do 7 dni (15%) oraz od 3 do 4 dni (13%). Zaledwie 12% respondentów spędziło lub zamierzało spędzić w Sanoku jedną noc, jeszcze mniej (po 10%) przyjechało do Sanoka na cały dzień bez noclegu lub na 8 dni i dłużej (tab. 9). Powyższe wyniki prowadzą do konkluzji, że większość osób odwiedzających Sanok można zaklasyfikować do trzech zasadniczych kategorii:

spędzających w mieście kilka godzin (40% ogółu), przyjeżdżających do miasta na co najmniej trzy dni (38% ogółu) albo spędzających w mieście cały dzień albo dwa dni (22%).

Tab. 9. Długość pobytu w Sanoku

Długość pobytu	Liczba	%
do trzech godzin	40	24,1
od 3 do 6 godzin	26	15,7
na 5-7 dni	24	14,5
na 3-4 dni	22	13,3
na dwa dni z noclegiem	20	12,0
na cały dzień bez noclegu	17	10,2
na 8 dni i dłużej	17	10,2

Źródło: badania własne

Na podstawie dotychczas przedstawionych wyników badań, można stworzyć sylwetkę przeciętnego turysty odwiedzającego Sanok na przełomie czerwca i lipca 2012 r. Uogólniając, była to osoba do 40 roku życia, z wykształceniem wyższym, która pracuje na etacie. Do Sanoka przyjechała samochodem osobowym z rodziną lub znajomymi przy okazji wyjazdu w Bieszczady. W mieście spędziła zazwyczaj do kilku godzin, zwiedzając zabytki i muzea (zob. tab. 10).

Najczęściej odwiedzanymi przez turystów miejscami i obiektami turystycznymi były kolejno: sanocki rynek (ponad 72% odwiedzających), Muzeum Budownictwa Ludowego (61%) oraz Muzeum Historyczne (45%). Niewielka część turystów zdecydowała się odwiedzić, leżące poza ścisłym centrum miasta (podobnie jak skansen), zespół basenów kąpielowych (11%) oraz Arenę Sanok z torem lodowym (8% – tab. 10).

Tab. 10. Najczęściej odwiedzane przez turystów atrakcje turystyczne Sanoka

Atrakcja (obiekt)	Liczba	%
Rynek	120	72,3
Muzeum Budownictwa Ludowego	102	61,4
Muzeum Historyczne	75	45,2
Kościół franciszkanów	39	23,5
Zespół basenów kąpielowych	18	10,8
Arena Sanok oraz tor lodowy	13	7,8

Źródło: badania własne

W celu pogłębienia wiedzy o zachowaniach turystycznych odwiedzających Sanok, ustalono zależność statystyczną pomiędzy wizytami w czterech najczęściej odwiedzanych przez turystów obiektach. Zależność tę zbadano za pomocą współczynnika korelacji Φ (phi), wprowadzonego przez K. Pearsona do analizy zależności statystycznej pomiędzy zmiennymi binarnymi. Wartości współczynnika korelacji Φ przedstawione w tab. 11 wskazują na istotny związek pomiędzy wizytą w Muzeum Budownictwa Ludowego i w Muzeum Historycznym ($r = 0,47$). Spośród turystów, którzy odwiedzili lub zamierzali odwiedzić skansen, aż 64% odwiedziło lub zamierzało odwiedzić Muzeum Historyczne. W przypadku turystów, którzy nie odwiedzili lub nie zamierzali odwiedzić skansenu, wizytę w Muzeum Historycznym zadeklarowało tylko 15% respondentów. Jednocześnie analiza wykazała brak związku statystycznego pomiędzy odwiedzeniem tych obiektów a wizytą na sanockim rynku ($r = 0,02$ dla związku z odwiedzeniem skansenu i $r = 0,03$ dla związku z odwiedzeniem Muzeum Historycznego).

Tab. 11. Macierz korelacji wizyt turystów w głównych atrakcjach turystycznych Sanoka

Atrakcja, obiekt turystyczny	Rynek i okolice	Muzeum Budownictwa Ludowego	Muzeum Historyczne	Kościół franciszkanów
Rynek i okolice	1	0,03	0,02	0,22*
Muzeum Budownictwa Ludowego	0,03	1	0,47**	0,21
Muzeum Historyczne	0,02	0,47**	1	0,32**
Kościół franciszkanów	0,22*	0,21	0,32**	1

Uwagi: * - wartość istotna statystycznie przy $p=0,01$, ** - wartość istotna statystycznie przy $p=0,001$

Źródło: badania własne

Silny związek statystyczny pomiędzy wizytą w Muzeum Budownictwa Ludowego i w Muzeum Historycznym wiąże się z faktem, że 40% respondentów deklaruowało wizytę w obu tych obiektach. Spośród pozostałych, 33% nie odwiedziło i nie zamierzało odwiedzić żadnego z nich, zaś 27% złożyło lub zamierzało złożyć wizytę w skansenie albo w Muzeum Historycznym. Biorąc pod uwagę powyższe zależności, można wysunąć wniosek o występowaniu w Sanoku dwóch wyraźnie zaznaczających się kategorii turystów: (1) turystów odwiedzających łącznie Muzeum Historyczne i Muzeum Budownictwa Ludowego oraz (2) turystów zwiedzających centrum miasta, w tym przede wszystkim sanocki rynek, pomijających jednak położone nieopodal rynku Muzeum Historyczne, także skansen. Odwiedzanie Sanoka przez dwie tak odmienne kategorie turystów jest wyzwaniem dla władz miejskich w kontekście zarządzania turystyką i planowania rozwoju turystyki w Sanoku.

Powszechność łącznych wizyt w skansenie i Muzeum Historycznym sugeruje, iż kategorię tę łączy raczej ogólne zainteresowanie dziedzictwem kulturowym i zbiorami muzealnymi, niż zainteresowania specjalistyczne. Trudno bowiem zakładać, że są to osoby zainteresowane np. przede wszystkim dziedzictwem kulturowym wsi [zob. m.in. Kruczek 2007, Zakrzewska 2011], jeśli równocześnie zwiedzają zbiory ikon i galerię prac Tadeusza Beksińskiego w Muzeum Historycznym. Podobnie trudno założyć, że są to wyłącznie wielbiele malarstwa, jeśli równocześnie zwiedzają sanocki skansen, poznając nie tylko architekturę i wyposażenie domostw, ale także realia życia i pracy ich dawnych mieszkańców. Odnosząc się do przywołanej we wstępie artykułu typologii turystów kulturowych Boba McKerchera i Hilary Du Cros [2002, 2003], najpewniej niewielu z odwiedzających zarówno sanocki skansen i Muzeum Historyczne można byłoby zaliczyć do kategorii "zdeteterminowanych turystów kulturowych". Jak wynika z przeprowadzonych badań, dla większości wizyta w obu obiektach wydaje się mieć znaczenie dopełniające inne aktywności podejmowane w Sanoku, a przede wszystkim w jego okolicy. Potwierdza to brak zasadniczych różnic w deklarowaniu odwiedzania poszczególnych atrakcji turystycznych Sanoka pomiędzy tymi, którzy przyjechali do Sanoka w związku z wyjazdem w Bieszczady, jak i tymi, dla których był on wyłącznym celem podróży.

Wnioski

Przedstawione w artykule wyniki badań przeprowadzonych w Sanoku na przełomie czerwca i lipca 2012 r., potwierdziły dość oczywiste znaczenie, jakie dla turystyki w Sanoku ma sąsiedztwo Bieszczadów – regionu górskiego obfitującego nie tylko w liczne atrakcje przyrodnicze, ale także kulturowe [zob. m.in. Śliwa 2007, Bajda 2012a,b, 2013]. Zważywszy na profil przeciętnego turysty odwiedzającego Sanok, który jest osobą dość młodą, posiadającą zazwyczaj wyższe wykształcenie i deklarującą jako główny cel wizyty zwiedzanie zabytków i muzeów, uzasadnione wydawało się łączenie wizyt w Sanoku z motywacjami o charakterze kulturowym. Badania częściowo to potwierdziły, ukazując jednak, że wizyty w obiektach kultury w Sanoku należy traktować przede wszystkim jako dopełnienie turystyki wypoczynkowej w Bieszczadach [por. Widawski 2010]. Na tej

podstawie uzasadnione jest bezpośrednio wiązanie perspektyw rozwoju turystyki w Sanoku z turystyką bieszczadzką. Z danych przedstawionych przez Ryszarda Prędkiego [2012] wynika, że w latach 2001-2011 liczba turystów na szlakach bieszczadzkich wzrosła ze 180 do 330 tys. osób rocznie, wykazując niemalże stałą tendencję wzrostową. Utrzymanie się tej tendencji może być istotnym czynnikiem rozwoju turystyki w Sanoku.

W świetle zgromadzonego materiału, niewykorzystanym potencjałem Sanoka wydaje się dziedzictwo niematerialne. Jak wykazały badania, niewielka część turystów zna jakiegokolwiek imprezy kulturalne organizowane w mieście, w tym m.in. w sanockim Muzeum Budownictwa Ludowego. Niewielkie znaczenie dziedzictwa niematerialnego dla odwiedzających sanocki skansen potwierdziły już wcześniej badania Krzysztofa Widawskiego [2011], który wykazał, że niecałe 20% odwiedzających Muzeum Budownictwa Ludowego czyni to ze względu na imprezy w nim organizowane (głównie Jarmark Folklorystyczny i Eurofolk). Jest to wartość o wiele niższa niż w innych polskich skansenach [por. Widawski 2011].

Czynnikiem sprzyjającym rozwojowi turystyki kulturowej w Sanoku jest rozwój sanockiego skansenu. Dotyczy to m.in. utworzenia w skansenie sektora miejskiego, na którym znajduje się udostępniony do zwiedzania w 2011 r. Rynek Galicyjski, będący repliką układu urbanistycznego typowego miasteczka galicyjskiego przełomu XIX i XX w. Wyjątkowe znaczenie Rynku Galicyjskiego dla potencjału turystyki kulturowej w Sanoku wynika nie tylko z wyjątkowości samego obiektu, ale także z wprowadzenia dodatkowych elementów urbanistyczno-architektonicznych do skansenu, które od lat są uznawane za „serce” turystyki dziedzictwa kulturowego [por. Nuryanti 1996].

Badania przedstawione w niniejszym artykule, ze względu na trudny do określenia poziom reprezentatywności, nie przesądzają o dominującym charakterze wizyt turystycznych w Sanoku. Konieczne wydają się dalsze badania, które powinny objąć m.in. dobową aktywność turystów w Sanoku, jej ewentualny związek z górką turystyką pieszą oraz pogłębioną analizę motywacji i aktywności turystycznych w mieście.

Pragnę podziękować grupie studentów geografii na Uniwersytecie im. Adama Mickiewicza w Poznaniu, bez pomocy których niemożliwe byłoby przeprowadzenie badań zaprezentowanych w niniejszym artykule. W badaniach uczestniczyli: Angelika Augustyniak, Jagoda Czubała, Aleksander Dominiczak, Dominika Jasińska, Maciej Kaczmarek, Michał Kobyliński, Beata Krause, Katarzyna Lisiecka, Paweł Łopatka, Krzysztof Mikołajewicz, Katarzyna Miszczyńska, Szymon Słowiński, Magdalena Śronek, Monika Tomińska, Pamela Wiśniewska, Aleksander Ziemek, Maciej Ziółek.

Dziękuję również recenzentom za drobiazgowy uwagi wniesione do pierwotnej wersji tekstu.

Literatura

- Bajda Ł., 2012a, *Uwarunkowania rozwoju turystyki kulturowej w Bieszczadach*, Turystyka Kulturowa, 6/2012, s. 5-27.
- Bajda Ł., 2012b, *Waloryzacja potencjału turystyczno-kulturowego powiatu bieszczadzkiego*, Turystyka Kulturowa, 8/2012, s. 69-78.
- Bajda Ł., 2013, *Raport z analizy potencjału turystyczno-kulturowego Sanoka i powiatu sanockiego*, Turystyka Kulturowa, 5/2013, s. 64-77.
- Binns T., Nel E., 2002, *Tourism as a local development strategy in South Africa*, Geographical Journal, 168, 3, s. 235-247.
- City Tourism & Culture. The European Experience*, 2005, Brussels: World Tourism Organization and European Travel Commission.
- Csapó J., 2012, *The role and importance of cultural tourism in modern tourism industry*, (w:) M. Kasimoglu i H. Aydin (red.), *Strategies for Tourism Industry - Micro and Macro Perspectives*, Rijeka: InTech, s. 201-232.
- Drupka J., Krupa J. (red.), 2009, *Badanie przyjazdowego ruchu turystycznego w wybranych miejscach recepcji turystycznej województwa podkarpackiego w okresie V – IX 2009 roku*, Wyższa Szkoła Informatyki i Zarządzania z siedzibą w Rzeszowie, Rzeszów.

- Girard L.F., Nijkamp, P. (red.), 2009, *Cultural Tourism and Sustainable Local Development*, Farnham, Ashgate.
- Giaoutzi M., Nijkamp P. (red.), 2006, *Tourism And Regional Development: New Pathways*, Aldershot: Ashgate.
- Herrero L.C., Bedate A., Sanz J.A., del Barrio M.A., Devesa M., 2006, *Economic impacts and social performance of cultural microfestivals* (w:) G. Richards (red.), *Cultural Tourism: Global and Local Perspectives*, Abingdon: Routledge, s. 303-328.
- Hughes H.L., 1987, *Culture as a tourist resource – a theoretical consideration*, *Tourism Management*, 8, 3, s. 205-216.
- Kim W., Kim H., 2013, *Regional Development Strategy for Increasing Cultural Tourism Business in South Korea*, *Asia Pacific Journal of Tourism Research* (w druku). DOI: 10.1080/10941665.2012.695285
- Kowalczyk A., 2008, *Współczesna turystyka kulturowa – między tradycją a nowoczesnością*, (w:) A. Kowalczyk (red.), *Turystyka kulturowa (spojrzenie geograficzne)*, Warszawa: Uniwersytet Warszawski, s. 9-57.
- Kowalczyk A., 2013, *Zasoby przyrodnicze jako atrakcje kulturowe: przykłady z wyspy Lanzarote (Hiszpania)*, *Turystyka Kulturowa*, 5/2013, s. 35-57.
- Kozak M.W., 2008, *Koncepcje rozwoju turystyki*, *Studia Regionalne i Lokalne*, 31, 1, s. 38-59.
- Kozak M.W., 2010, *Turystyka – niewykorzystana szansa rozwojowa regionów?*, *Studia Regionalne i Lokalne*, 42, 4, s. 43-59.
- Kruczek Z., 2007, *Polska geografia atrakcji turystycznych*, Kraków: Proksenia.
- Liszewski S., Włodarczyk B., 2010, *Lokalne i regionalne badania ruchu turystycznego*, (w:) Z. Młynarczyk, A. Zajadacz (red.), *Uwarunkowania i plany rozwoju turystyki*, t. 7, *Aspekty społeczne*, s. 21-39.
- Małek J., 2003, *Local dimensions of cultural tourism*, *Acta Universitatis Carolinae, Geographica*, 38, 1, s. 247-258.
- Małek J., 2003, *Turystyka kulturowa jako czynnik rozwoju lokalnego*, *Prace i Studia Geograficzne*, 32, s. 13-34.
- McKercher B., Du Cros H., 2002, *Cultural Tourism: The Partnership Between Tourism and Cultural Heritage Management*, New York: Haworth Press.
- McKercher B., Du Cros H., 2003, *Testing a cultural tourism typology*, *International Journal of Tourism Research*, 5, 1, pp. 45–58.
- Medvecká M., 2005, *Cultural potential of the regions, cultural tourism and regional development*, *Etnologické rozprawy*, 12, 2, s. 86-89.
- Mikos von Rohrscheidt A., 2008, *Turystyka kulturowa: fenomen, potencjał, perspektywy*, Gniezno: GWSHM Milenium.
- Nuryanti W., 1996, *Heritage and postmodern tourism*, *Annals of Tourism Research*, 23, 2, 1996, s. 249-260.
- Prędki R., 2012, *Ruch turystyczny w Bieszczadzkiem Parku Narodowym w latach 2009-2011*, *Roczniki Bieszczadzkie*, 20, s. 358-377.
- Richards G., 1996, *The scope and significance of cultural tourism*, (w:) G. Richards (red.), *Cultural Tourism in Europe*, Wallingford, CAB International, pp. 21-38.
- Robinson M., Picard D., 2006, *Tourism, Culture and Sustainable Development*, Paris: UNESCO.
- Śliwa K., 2007, *Uwarunkowania i kierunki rozwoju turystyki na obszarach chronionych na przykładzie gminy Cisna w Bieszczadach*, *Prace Geograficzne*, 117, s. 153-164.
- Tighe A.J., 1985, *Cultural tourism in the USA*, *Tourism Management*, 6, 4, s. 234-251.
- Widawski K., 2010, *Dziedzictwo materialne kultury wiejskiej jako walor turystyki kulturowej na wybranych przykładach z Dolnego Śląska*, (w:) K. Widawski (red.), *Turystyka kulturowa na Dolnym Śląsku – wybrane aspekty*, Wrocław: Instytut Geografii i Rozwoju Regionalnego Uniwersytetu Wrocławskiego.
- Widawski K., 2011, *Wybrane elementy dziedzictwa kulturowego środowiska wiejskiego - ich wykorzystanie w turystyce na przykładzie Hiszpanii i Polski*, Wrocław: Instytut Geografii i Rozwoju Regionalnego Uniwersytetu Wrocławskiego.
- Zakrzewska J., 2011, *Wiejska turystyka kulturowa na przykładzie Wielkopolskiego Parku Etnograficznego w Dziekanowicach*, *Turystyka Kulturowa*, 7/2011, s. 4-19.

Cultural or leisure tourism? Analysis of different tourist activities of Sanok visitors

Key words: cultural tourism, tourist profile, questionnaire, Sanok

Abstract

This article is the study of socio-economic profile and tourist activities undertaken by visitors Sanok. The main purpose of the article was an attempt to answer the question of whether tourists visit in Sanok consisting belong to the category of cultural tourists, and that cultural tourism can be considered as a real factor in the development of Sanok. This problem is discussed in the broader context of the growing importance of culture as a factor in tourism development and the relationship between cultural and leisure tourism. The results presented in the article show that visits to cultural object in Sanok should be treated primarily as a complement to leisure tourism in the Bieszczady Mountains, which makes the prospects of tourism development in Sanok be associated with tourism in Bieszczady.