

ISSN 1429-8627



Akademia Wychowania Fizycznego  
im. Bronisława Czecha w Krakowie



Tatrzański Park Narodowy

**Studia i Monografie Nr 46**

# **Stan i perspektywy rozwoju turystyki w Tatrzańskim Parku Narodowym**

**Redakcja:**

**Joanna POCIASK-KARTECZKA**

**Andrzej MATUSZYK**

**Paweł SKAWIŃSKI**

**Kraków–Zakopane 2007**

## Motywy wyjazdów w polskie Tatry

Roman KOWALSKI<sup>1</sup>, Wojciech BIERNACKI<sup>2</sup>,  
Joanna POCIASK-KARTECZKA<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Instytut Turystyki i Rekreacji AWF, al. Jana Pawła II 78, 31-571 Kraków; Roman.kowalski@awf.krakow.pl; j.pociask@geo.uj.edu.pl

<sup>2</sup> Studia Doktoranckie Instytutu Geografii i Gospodarki Przestrzennej UJ, ul. Gronostajowa 7, 30-387 Kraków; w.biernacki@geo.uj.edu.pl

**Zarys treści:** Celem opracowania jest poznanie głównych motywów, którymi kierują się turyści wyjeżdżający w polskie Tatry. Do jego realizacji posłużono się kwestionariuszem ankiety skierowanym do losowo wyłonionych osób. Uzyskane wyniki mogą wpłynąć pośrednio na efektywniejsze zarządzanie ruchem turystycznym na obszarze TPN.

**Słowa kluczowe:** motywy wyjazdów turystycznych, turystyka masowa, park narodowy

**Keywords:** motivation of tourists, mass tourism, national park

### WSTĘP

Tatrzański Park Narodowy jest najliczniej odwiedzanym parkiem narodowym w Polsce. W latach 1993-2005 średnia roczna wielkość ruchu turystycznego na obszarze Tatrzańskiego Parku Narodowego wynosiła 2036,9 tys. Taka liczba turystów jest ewenementem w skali Europy, bowiem jest ona kilka razy większa, niż w innych parkach górskich Europy; np. park Ecrins (Francja) odwiedza średnio 600 tys. turystów w ciągu roku, park Mercantour (Francja) – 800 tys., natomiast park Pyrénées (Francja) – 2 mln, choć jego obszar jest dwukrotnie większy niż TPN. Biorąc pod uwagę liczbę sprzedanych biletów oraz ok. 26% niedoszacowania wynikającego z nieuwzględnienia osób wjeżdżających kolejką na Kasprowy Wierch, wejść poza godzinami otwarcia punktów sprzedaży biletów, wejść w dni, kiedy punkty sprzedaży biletów są nieczynne, wejść od strony słowackiej oraz wejść do miejsc kultu religijnego i na teren Wspólnoty Witowskiej (doliny Lejowa i Chochołowska – od 2000 r.), szacuje się, iż średnio każdego dnia (w godz. 9-16) na teren Parku wkracza ok. 7,4 tys. osób, tj. prawie 16 osób w ciągu każdej minuty (Pociask-Karteczka, Baścik 2007).

U podstaw każdego wyjazdu turystyczno-rekreacyjnego leży proces decyzyjny, którego przebieg i efekt uzależniony jest m.in. od czynników społecznych, demograficznych, psychologicznych. Badania wskazują, iż przed wyjazdem turyści kierują się zwykle więcej niż jednym motywem (Mansfeld 1987, Zdebski 1997). W przypadku Tatrzańskiego Parku Narodowego interesujące badania w tym zakresie przeprowadzili

A. Marchlewski i A. Ziemilski (1965, 2005); dotyczyły one określenia zmian, jakie nastąpiły w tatrzańskim zbiorowości turystów od lat 60. ubiegłego stulecia, przy czym najnowsze badania w tym zakresie, przeprowadzone w 2002 r., odnosiły się tylko do zw. „trzeciej strefy” tatrzańskiej penetracji turystycznej, czyli strefy wysokogórskiej. Wśród czynników determinujących współcześnie wyjazdy turystyczne w Tatry istotną rolę odgrywają: doświadczenie turystyczne (tj. częste przyjazdy w Tatry), długość pobytu oraz uprawianie turystyki w innych górach. Nie mają natomiast wpływu: wykształcenie, zawód i miejsce zamieszkania (Marchlewski 2005).

Głównym celem niniejszych badań jest poznanie, w jaki sposób polskie Tatry postrzega społeczeństwo oraz identyfikacja motywów wyjazdów w polskie Tatry, a także przeżyć i wrażeń, jakie towarzyszą turystom podczas odwiedzania tego obszaru. Wydaje się, iż poznanie genezy i czynników determinujących aktywność turystyczną lub jej brak w odniesieniu do Tatr polskich pozwoli lepiej zrozumieć fenomen, jakim jest Tatrzański Park Narodowy, który mimo przepelnienia przestrzeni turystycznej nadal stanowi cel destynacji turystycznej ok. 3 mln Polaków rocznie (fot. 1). Wyjaśnienie potrzeb i motywacji aktywności turystycznej jest także cenne ze względu na poznanie roli społeczno-kulturowej, jaką odgrywa turystyka (Przeclawski 2003, Zdebski 2003) i być może przyczyni się do zrozumienia procesów psychicznych towarzyszących aktywności turystycznej. Na potrzebę i znaczenie takich badań zwracali uwagę J. Švajda i A. Marchlewski (2005).



fot. 1. Turyści nad Morskim Okiem 22 lipca 1963 r. (fot. J. Zembrzuski)

Phot. 1. Tourists by the Morskie Oko Lake in July 22, 1963 (Phot. J. Zembrzuski)

Wychodząc z założenia, iż motywy wyjazdowe współdecydują o zachowaniu, wyniki niniejszych badań mogą posłużyć do prognozowania oczekiwań turystów podczas penetracji przestrzeni turystycznej Parku. Ponadto mogą zostać wykorzystane dla potrzeb ochrony przyrody, planowania zagospodarowania szlaków turystycznych i ich wyposażenia, zintensyfikowania działań straży Parku oraz ukierunkowania działań i aktywności turystów. Możliwe także, iż będą pomocne przy podejmowaniu decyzji odnoszących się do czasowego ograniczania lub wprowadzenia limitów wejść na teren TPN.

Według kryterium Światowej Unii Ochrony Przyrody, park narodowy – oprócz ochrony ekosystemów – jest miejscem rekreacji i potencjalnym źródłem przeżyć duchowych, które powinny przebiegać w harmonii względem przyrody i kultury, dlatego też organ zarządzający Parkiem, wykorzystując wyniki niniejszych badań i innych – związanych z wielkością, dynamiką i zróżnicowaniem przestrzennym ruchu – będzie w stanie zarządzać ruchem turystycznym i modelować jego przebieg poprzez kierowanie strumieniem turystów w taki sposób, aby zapobiec negatywnemu wpływowi turystyki na środowisko przyrodnicze.

## **METODA BADAŃ**

Badania przeprowadzono stosując metodę wywiadu z wykorzystaniem kwestionariusza ankiety (Lutyński 1994, Oppenheim 2004). Kwestionariusz składał się z ośmiu pytań o charakterze zamkniętym i półotwartym oraz metryczki obejmującej zestaw pytań o charakterze społeczno-demograficznym. Pytania w ankiecie dotyczyły głównie motywów wyjazdów turystycznych w polskie Tatry i skierowane były zarówno do osób, które przebywały w polskich Tatrach, jak również do takich, które nigdy tam nie były. W pytaniach ujęto podstawowe aspekty motywacji turystycznych wymienianych we współczesnej literaturze, tj. motywacje: społeczne, rodzinne, towarzyskie, edukacyjne, estetyczne oraz związane z kulturą fizyczną (Gaworecki 2000, Przecławski 1979). W odpowiedziach dopuszczano dwie lub trzy możliwości.

Ankietowanie przeprowadzono w lutym 2007 r. na ulicach w centrum Krakowa wśród przechodniów wybranych w sposób losowy systematyczny. Badana populacja liczyła 408 osiem osób i byli to mieszkańcy Krakowa, jak i osoby przebywające w tym mieście czasowo.

## **WYNIKI BADAŃ**

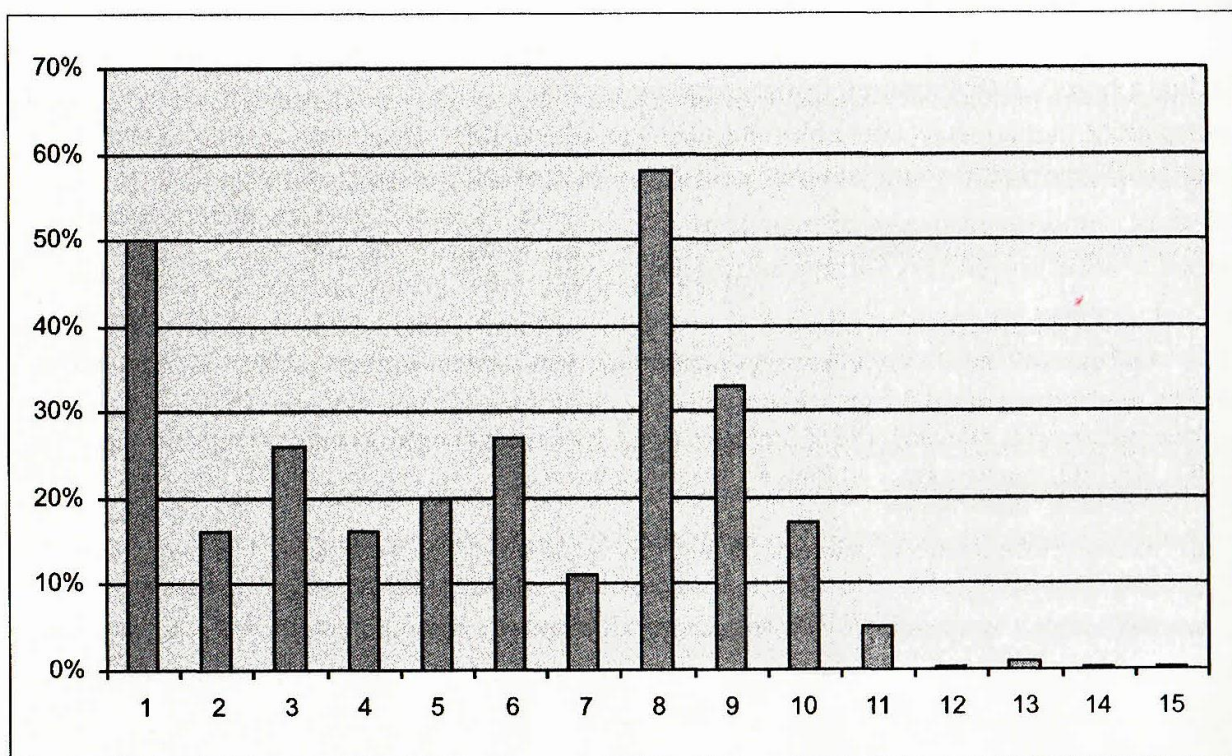
Pierwsze z zadanych pytań posiadało charakter filtrujący i wyłoniło dwie grupy respondentów: jedną z nich, liczącą 358 ankietowanych (87,7%) stanowiły osoby, które były w Tatrach polskich, natomiast pozostała grupa składała się z osób (50), które tam nigdy nie były. Spośród ankietowanych w pierwszej grupie zdecydowaną większość

stanowili ci, którzy zamierzają ten region odwiedzić ponownie (97,5%); zaledwie 9 osób nie wyraziło chęci powtórnego przyjazdu w Tatry. Ze względu na tak znikomą liczebność tych ostatnich, nie uwzględniono ich w dalszej analizie.

W grupie osób, które nigdy nie były w Tatrach, wyłoniły się dwie podgrupy: pierwszą z nich stanowią osoby, które zamierzają się tam wybrać (32) oraz osoby, które takiego zamiaru nie mają (18).

Ankietowani, którzy już byli w Tatrach i zamierzają tam jeszcze pojechać to przede wszystkim kobiety (53%). Wśród obu płci dominowało wykształcenie średnie (53%) i wyższe (41%) i byli to głównie ludzie młodzi w przedziale wiekowym 18–25 lat (59%). Jako miejsce zamieszkania podawali Kraków (57%) lub województwo małopolskie (20%).

Analizując odpowiedzi na pytanie: „Jakie przeżycia i wrażenia towarzyszyły podczas pobytu w Tatrach polskich?”, można uznać za znaczące dwie grupy czynników: relaksacyjne (odpoczynek, odprężenie) (58%) oraz estetyczno-emocjonalne (50%). Wśród innych wskazywano czynniki: edukacyjne (17%) i patriotyczne (5%). Minimalną rolę odgrywał czynnik sportowy (1%). Wydaje się warte podkreślenia, iż zaledwie 0,3% badanych odczuwało zatłoczenie szlaków (ryc. 1).

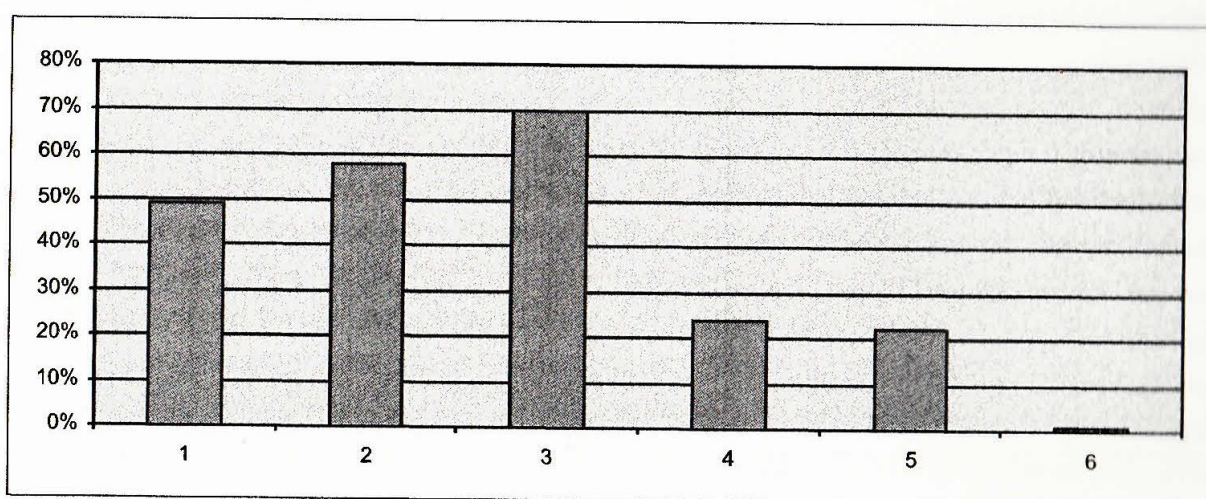


Ryc. 1. Przeżycia i wrażenia towarzyszące pobytowi w polskich Tatrach (1 – estetyczne, 2 – artystyczno-literackie, 3 – kulturowe, 4 – kontemplacyjne, 5 – romantyczne, 6 – emocjonalne, 7 – retrospektywne, 8 – relaksacyjne, 9 – ucieczka od rzeczywistości, 10 – edukacyjne, 11- patriotyczne, 12 – nadmiar turystów, 13 – sportowe, 14 – inne)

Fig. 1. Experience and feelings during stay in the Polish Tatras (1 – aesthetic, 2 – artistic-literary, 3 – cultural, 4 – contemplative, 5 – romantic, 6 – emotional, 7 – retrospective, 8 – relaxing, 9 – out of reality, 10 – educational, 11- patriotic, 12 – overcrowd, 13 – sports, 14 – others)

Opinie te były formułowane na podstawie przede wszystkim pobytów w tym regionie powyżej 7 dni (43%) oraz od 3 do 7 dni (29%). Respondenci byli niemal zgodni, iż w trakcie wyjazdów turystycznych Polacy powinni przyjechać w polskie Tatry (91%). Wśród licznych powodów wymieniali: krajobrazowe (70%), wypoczynkowe (58%), rekreacyjno-sportowe (49%) oraz edukacyjne (24%). Zwraca uwagę znikomy odsetek odpowiedzi „zdrowotne” (1%) (ryc. 2).

Wskazując obszary warte odwiedzenia, najczęściej wymieniano Morskie Oko (47%), doliny Kościeliską i Chochołowską (29%) oraz Zakopane i Kasprowy Wierch (po 19%). Niektórzy respondenci wymieniali również Gubałówkę (11%) jako obszar wart odwiedzenia w polskich Tatrach.



Ryc. 2. Powody przyjazdów Polaków w polskie Tatry (1 – rekreacyjno-sportowe, 2 – wypoczynkowe, 3 – krajobrazowe, 4 – edukacyjne, 5 – patriotyczne, 6 – zdrowotne)

Fig. 2. Reasons of visiting the Polish Tatras by Polish people (1- recreation and sport, 2 – repose, 3 – landscape values, 4 – educational values, 5 – patriotic emotion, 6 – healthy values)

Także i wśród tych, którzy nie byli jeszcze w polskich Tatrach, ale zamierzają tam się udać, przeważały kobiety (57%), które podobnie jak mężczyźni legitymowały się głównie wykształceniem średnim (66%) i wyższym (34%). Byli to przede wszystkim ludzie młodzi w przedziale wiekowym 18–25 lat (50%). Osoby w wieku od 26 do 35 lat stanowiły 19%, natomiast w wieku od 36 do 50 lat –19%.

Wśród licznej kategorii odpowiedzi dotyczących motywów ewentualnego przyjazdu w polskie Tatry, najważniejsze dla tej grupy osób były: aktywna rekreacja (44%), kulturowe (37%), estetyczne (31%) oraz relaksacyjne i podziwianie przyrody (po 28%). Zwraca uwagę, że motyw edukacyjny nie stałby się dla nikogo z respondentów impulsem do odwiedzenia tego regionu (tab. 1).

Dla większości badanych pobyt tam miałby trwać siedem i więcej dni (60%) lub 3–7 dni (22%). Także i w tej grupie ankietowanych zdecydowana większość opowiedziała się za przyjazdem Polaków w polskie Tatry (84%), zaś spośród powodów, dla których mieliby to uczynić wskazano: krajobrazowe (61%), edukacyjne (35%), rekreacyjno-sportowe (31%) i patriotyczne (27%). Niewielu respondentów wskazywało

Tab. 1. Motywy wyjazdów w polskie Tatry  
 Table 1. Motives of trips to the Polish Tatras

Motyw	Udział (%)
rekreacja	44
estetyczny	31
kulturowy	37
relaksacyjny	28
podglądanie przyrody	28
imprezy sportowe	9
artystyczno-inspiracyjny	9
edukacyjny	0
rodzina	3
romantyczny	12
retrospektywny	6
kontemplacyjny	12
ucieczka od rzeczywistości	16
patriotyczny	13
emocjonalny	12
krajoznawczy	3

motywy krajoznawcze (8%) i zdrowotne (4%). Również i ci ankietowani wskazali Torskie Oko jako obszar, który by najchętniej odwiedzili (31%). Wśród innych wymienili: Zakopane (25%), doliny Kościeliską i Chochołowską (25%) oraz Kasprowy Wierch (12%). W tej grupie także pojawiła się odpowiedź „Gubałówka”, choć obszar ten nie należy do Tatr, a jak widać – jest przez niektórych z nimi kojarzony (9%).

Odminną strukturą płci w stosunku do poprzednich dwóch badanych grup charakteryzowali się ci, którzy jeszcze nie byli w polskich Tatrach i nie mają zamiaru tam pojechać. W zdecydowanej przewadze byli tu mężczyźni (67%). Jednak w odniesieniu do zdobytego wykształcenia, charakterystyki zbiorowości są podobne do wcześniej analizowanych. Wyraźną większość wśród obu płci zyskały osoby ze średnim (61%) wyższym (33%) wykształceniem. W strukturze wieku dominowali ludzie młodzi w przedziale 18-35 lat (78%). Zamieszkiwali głównie w Krakowie (50%) lub w województwie małopolskim (22%).

Większość osób, których jeszcze nie było w polskich Tatrach, nie ma zamiaru tam się udać, ponieważ „nie lubi gór jako obszaru pobytu turystycznego” (61%). Ciekawe, mimo że respondenci nie byli w Tatrach, w ich wyobrażeniu szlaki są zatłoczone (7%) (tab. 2).

Wypowiedzi grupy ankietowanych osób wykazują polaryzację poglądów, jeśli chodzi o konieczność przyjazdów Polaków w polskie Tatry. Zarówno odpowiedzi „nie muszą”, jak i „powinni choć raz” zyskały 50% akceptacji. Spośród powodów, dla

których mieliby przyjechać, wymieniano: krajobrazowe (67%), rekreacyjno-sportowe (22%), patriotyczne (22%) oraz edukacyjne i krajoznawcze (po 11%). Rejony Tatr godne odwiedzenia to według respondentów Morskie Oko (39%), doliny Kościeliska i Chochołowska (28%) oraz Zakopane (17%).

Tab. 2. Przyczyny braku akceptacji dla wyjazdu w polskie Tatry  
Table 2. Reasons of disinclination for visiting the Polish Tatras

Przyczyna	Udział (%)
„nie lubię gór”	61
zatłoczenie szlaków turystycznych	17
ograniczenia na terenie TPN	6
brak czasu	6
choroby	6
konkurencja Tatr Słowackich	6
brak danych	6

## ZAKOŃCZENIE I WNIOSKI

Powyższa analiza skłania do kilku refleksji. Istnieją wyraźne różnice w postrzeganiu obszaru Tatr polskich przez przedstawicieli poszczególnych grup badanych. Dla tych, którzy tam byli i zamierzają jeszcze pojechać, charakterystyczne są przeżycia natury relaksacyjnej oraz wrażenia estetyczno-emocjonalne. Zauważają także, iż Polacy powinni udać się w ten region kierując się czynnikami: krajobrazowymi, wypoczynkowymi, relaksacyjnymi czy estetyczno-emocjonalnymi. Wskazują również obszary godne penetracji turystycznej: Morskie Oko oraz główne doliny Tatr Zachodnich.

Druga wyłoniona grupa respondentów nie posiadała doświadczeń związanych z pobytem na analizowanym obszarze, ale przejawiała chęci, by go odwiedzić. Wśród głównych motywów wyjazdów pojawiły się: rekreacyjne, kulturowe, estetyczne. Zatem jest to stanowisko odmienne od wcześniej prezentowanego. Ankietowani zauważali podobnie jak i poprzednicy, że Polacy powinni odwiedzić ten region, ale jako główne powody podali: krajobrazowe, edukacyjne, a w dalszej kolejności dopiero rekreacyjno-sportowe. To stanowisko było różne od przedstawionego w odniesieniu do motywów wyjazdów własnych. Natomiast panuje zgodność co do rejonów godnych polecenia: Morskie Oko, doliny Kościeliska i Chochołowska.

Trzecia grupa ankietowanych to osoby (w większości mężczyźni), które, jak same określiły, w większości nie lubią gór i to jest główny powód, dla którego tam nie zamierzają jechać. Jednak w połowie swej liczebności zgadzają się, że Polacy powinni w Tatry pojechać, kierując się czynnikami krajobrazowymi, rekreacyjno-sportowymi lub patriotycznymi. W tym przypadku byli zgodni z poglądami poprzedników, którzy



także estetykę krajobrazu wskazywali jako podstawową przyczynę pobytu. Również i ci badani wymieniali jako najważniejsze do penetracji turystycznej tereny Morskiego Oka oraz głównych dolin Tatr Zachodnich.

Poznanie motywów, którymi kierują się turyści może być wykorzystane pośrednio do organizacji ruchu na terenie TPN (Švajda, Marchlewski 2005). Ich sprecyzowanie winno wpłynąć na wskazanie przez odpowiednie służby terenów do ich racjonalnego zaspokojenia. Tym samym istnieje możliwość udostępnienia nowych obszarów, a co z tym związane – deglomeracji ruchu turystycznego. Wydaje się, że takie działanie jest korzystne zarówno z punktu widzenia ochrony przestrzeni turystycznej Parku, jak i realizacji celów poznawczych. Jest to także istotne z tego powodu, że większość respondentów uznawała rejony Morskiego Oka i dolin Kościeliskiej i Chochołowskiej za priorytetowe w penetracji turystycznej. A przecież one są już najczęściej odwiedzanymi na terytorium TPN.

## LITERATURA

- Babbie E., 2005, *Badania społeczne w praktyce*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa, 659.
- Gaworecki W.W., 2000, *Turystyka*, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa, 384.
- Kapuściński R., 2002, *Turystyka w parkach narodowych – możliwości i ograniczenia* [w:] J. Partyka (red.), *Użytkowanie turystyczne parków narodowych, Ruch turystyczny – zagospodarowanie – konflikty – zagrożenia*, IOPPAN, OPN, Ojców, 677-684.
- Lutyński J. 1994, *Metody badań społecznych, Wybrane zagadnienia*, ŁTN, Łódź, 315.
- Mansfeld Y., 1987, *Destination – choice and spatial behavior of tourists: evaluating and potential of psychological-geographical collaboration in geography of tourism research* [w:] Y. Mansfeld, D. Scott, J. Sellgren (red.), *The use of psychology in geography: four perspectives*, Geography Discussion Papers, New Series, 21, 20-44.
- Marchlewski A., 2005, *Badania ankietowe na terenie TPN-u* [w:] *Monitoring ruchu turystycznego w Tatrach 5-7 sierpnia 2004 r.*, TPN, Zakopane, 65-76.
- Marchlewski A., Ziemilski A., 1965, *Zwiad socjologiczny w Tatrach*, Wierchy, 33, 51-77.
- Oppenheim A. N., 2004, *Kwestionariusze, wywiady, pomiary postaw*, Zysk i S-ka, Poznań, 343.
- Pawlaczyk P., 2002, *Modele oddziaływań człowiek – przyroda jako podstawa określania pojemności turystycznej parku narodowego* [w:] J. Partyka (red.), *Użytkowanie turystyczne parków narodowych, Ruch turystyczny – zagospodarowanie – konflikty – zagrożenia*, IOPPAN, OPN, Ojców, 23-50.
- Pociask-Karteczka J., Baścik M., 2007, *Ilu nas w Tatrach: Maksimum: sierpień: Morskie Oko*, Tatrzy, 1/19, 54-61.
- Przeclawski K., 1979, *Socjologiczne problemy turystyki*, Instytut Wydawniczy CRZZ, Warszawa, 157.
- Przeclawski K., 2003, *Socjologia turystyki* [w:] R. Winiarski (red.), *Studia i Monografie AWF, 7, Nauki o turystyce, cz. I*, 43-54.
- Švajda J., Marchlewski A., 2005, *Podsumowanie* [w:] *Monitoring ruchu turystycznego w Tatrach 5-7 sierpnia 2004 r.*, TPN, Zakopane, 79-87.
- Zdebski J., 1997, *Góry jako źródło przeżyć emocjonalnych*, Wierchy, 62, 17-22.
- Zdebski J., 2003, *Psychologia turystyki* [w:] R. Winiarski (red.), *Studia i Monografie AWF, 7, Nauki o turystyce, cz. I*, 57-66.

## **Summary**

### **Motivation of tourists going to the Polish Tatras**

This paper presents the results of a research on motivation of tourists going to the Polish Tatras, which was conducted with the help of special questionnaire in streets of the central part of Krakow in April 2007. More than one choice was possible. People who visited the Polish Tatras prevailed (87.7%) and 97.5% would like to visit this place again. Relax and repose were the main experiences during their stay in the Tatras (58%), the others were aesthetic and emotional ones (50%). Some respondents pointed out educational (17%) and even patriotic (5%) feelings. Almost all respondents (91%) were convinced that all Polish should visit the Polish Tatras due to their landscape (70%), repose (58%), recreation – sport (49%) and educational (24%) values. The Morskie Oko Lake (47%), Kościeliska and Chochołowska valleys (29%) were worth visiting in respondents' opinion. About 19% of respondents mentioned the Kasprowy Wierch too.

People who have never visited the Polish Tatras (12.3%) consider visiting this area as a good chance for active recreation (44%), becoming familiar with ethnic culture (37%), aesthetic values (31%), relax (28%) and nature (28%). They would like to stay there more than 7 days (60%) or 3–7 days (22%). The greater part of them think that Polish should visit the Tatras (84%) due to their landscape (61%), educational (35%), recreation and sport (31%) and patriotic (27%) values. The Morskie Oko Lake is the most worth a visit place (31%). Other places are: Zakopane (25%), Kościeliska and Chochołowska valleys (25%) and the Kasprowy Wierch (12%).

The results of this research may be implemented in a long-term tourists traffic management in the Tatra National Park.