

*Kamila Ziółkowska-Weiss, Marcin Popiel***Rozwój turystyki dziedzictwa na wybranych przykładach w Polsce****Streszczenie**

Współcześnie turystyka stanowi niezwykle ważny sektor gospodarki narodowej. Dla wielu krajów i regionów jest jednym z celów działalności gospodarczej, a zarazem jednym ze środków ożywienia społeczno-gospodarczego. W związku z tym, aby przedstawić potencjał i ofertę turystyczną oraz przyciągnąć turystów, należy odpowiednio zorganizować, promować i wprowadzać produkty turystyczne. Dużym zainteresowaniem wśród turystów cieszy się historia, tradycja. Zatem podróże kulturowe, czy te związane z dziedzictwem, oparte są na nostalgii za przeszłością i chęcią doświadczenia różnorodnych krajobrazów kulturowych. Turyści pragną sami kreować swoje przeżycia poprzez osobisty kontakt z wartością historyczną danego regionu czy miejsca. Zamki zawsze przyciągały turystów i od początku były traktowane jako największe atrakcje turystyczne. W Polsce znajduje się ich 416. Niektóre zostały pięknie odrestaurowane, inne chylą się ku upadkowi. Sektor turystyczny umożliwia turyście niepowtarzalną możliwość kontaktu z historią poprzez wprowadzanie innowacyjnego rozwiązania w hotelarstwie, jakim jest przekształcenie zamków w obiekty hotelowe oraz konferencyjne. Następuje dzięki temu zrównoważony rozwój i równowaga między przeszłością a nowoczesnością, gdyż sektor turystyczny ratuje stare zabytki, dając im nowe funkcje. Celem artykułu jest przedstawienie rozwoju turystyki dziedzictwa oraz korzyści z punktu widzenia kultury, tradycji oraz turystyki, lokalnej społeczności, gospodarki. Za przykład innowacyjności w hotelarstwie, jakim niewątpliwie jest przekształcenie obiektów zabytkowych, posłużyły zamki z Polski, pełniące obecnie funkcję bazy noclegowej oraz konferencyjnej.

**Słowa kluczowe:** turystyka dziedzictwa; turystyka kulturowa; zamki; zrównoważony rozwój

**The development of heritage tourism based on selected examples in Poland****Abstract**

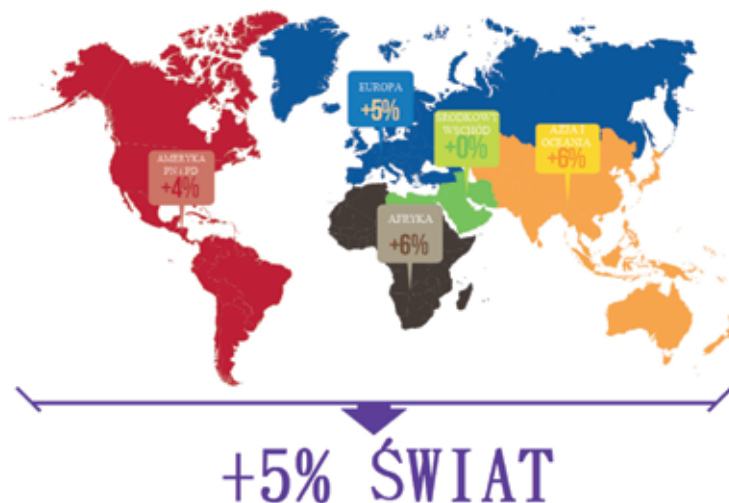
Currently tourism is an important sector of the national economy. For many countries and regions it is one of the objectives of economic activity, and also one of the measures of socio-economic development. Therefore, to present potential and tourist offer to attract tourists, one must organize, promote and introduce travel products. History and tradition are considered most interesting for tourists. Therefore, cultural travels, or those related to heritage, are based on the longing for the past and the desire to experience a variety of landscapes. The

tourists themselves wish to create their experiences through personal contact with historical value of particular region or place. Castles have always attracted tourists and were the first objects considered as the largest tourist attractions. There are 416 castles in Poland. Some of them have been successfully restored, but some are slowly falling into disrepair. The tourism sector provides visitors with a unique opportunity to experience history by coming into direct contact with it. This is made possible by introducing innovative solutions and transforming the castles into hotels and conference venues. This is followed by a sustainable development and balance between the past and the modernity, as the tourism sector saves old monuments, giving them new features. The purpose of this article is to present the development of heritage tourism and its benefits from the point of view of culture; tradition and tourism; local community; and economy. Polish castles transformed into hotels and conference venues are used in this article as examples of great innovations and restoration of historic buildings.

**Key words:** heritage tourism; cultural tourism; castles; sustainable development

## Wprowadzenie

Turystyka stanowi jedną z największych i zarazem najbardziej dynamicznie rozwijających się na świecie form wymiany społecznej i kulturowej. Odgrywa ona również kluczową rolę w promowaniu lepszego zrozumienia bogatej różnorodności kultur regionalnych na całym świecie i głębszego docenienia wspólnego dziedzictwa kulturowego. Turystyka jest także jedną z największych formy aktywności gospodarczej i czynników jej rozwoju. Według danych Światowej Organizacji Turystyki UNWTO (United Nations World Tourism Organization) liczba osób biorących udział w akcie podróżowania w 2013 r. wzrosła 5% w stosunku do roku poprzedniego i osiągnęła rekordową liczbę 1087 mln przyjazdów (UNWTO, 2014) (ryc. 1).



**Ryc. 1.** Wzrost liczby przyjazdów w światowym ruchu turystycznym w latach 2012–2013

Źródło: [www.unwto.org](http://www.unwto.org)

Dla ponad połowy turystów biorących udział w światowym ruchu turystycznym jedną z głównych motywacji jest zazwyczaj zainteresowanie środowiskiem, kulturą i dziedzictwem (Kaufman 1999). Turystyka kulturowa tudzież turystyka dziedzictwa kulturowego jest najszybciej rozwijającym się segmentem przemysłu turystycznego, ponieważ istnieje tendencja do większej specjalizacji wśród turystów (Kerstetter, Confer, Graefe 2001). Trend ten jest widoczny we wzroście liczby turystów, poszukujących przygody, kontaktu z kulturą, historią czy interakcji z miejscową ludnością (Hollinshead 1993).

Celem autorów tego artykułu jest umożliwienie czytelnikowi lepsze zrozumienie branży turystycznej jako całości, a równocześnie będą się koncentrować na turystyce kulturowej jako konkretnej niszy rynkowej. Przedstawiona zostanie definicja turystyki dziedzictwa, znaczenie kultury w rozwoju turystyki, jak również korzyści z zachowywania tożsamości kulturowej, dziedzictwa danego regionu, konkretnych obiektów zabytkowych. Artykuł prezentuje rozwój turystyki dziedzictwa oraz korzyści z punktu widzenia kultury, tradycji, lokalnej społeczności, gospodarki oraz sektora turystycznego. Za przykład rozwoju turystyki dziedzictwa posłużyła innowacyjność w hotelarstwie, mianowicie przekształcenie obiektów zabytkowych, głównie zamków, dworów, pałaców, i nadawanie im funkcji bazy noclegowej i konferencyjnej. Dzięki takiemu rozwiązaniu turysta, którego głównym motywem jest dziedzictwo i poznanie wartości historycznej danego miejsca, regionu, może sam doświadczyć przeszłości. Prezentowane w artykule przykłady to wybrane zamki w Polsce, które poprzez popyt na historię i rozwój turystyki zostały odrestaurowane i obecnie pełnią funkcje usługowe na rynku turystycznym.

## Turystyka

Według przyjętej przez WTO definicji, turystyka to ogół czynności osób podróżujących do i przebywających w miejscach poza ich normalnym otoczeniem nie dłużej niż przez rok dla rozrywki, biznesu i innych celów. Jednakże uogólniając, turystykę można zdefiniować jako proces modyfikacji i wzajemnego życia z udziałem przepływu osób, kapitału i kultur (Meethan 2001). Przy próbie bardziej szczegółowej definicji turystyki dwa rodzaje terminologii wydają się dominować w literaturze: koncepcyjna i techniczna. Burkart i Medlik (1981) sugerują, że koncepcyjna definicja turystyki zapewnia szerokie ramy teoretyczne, które identyfikują istotne cechy turystyki w tym, co odróżnia ją od podobnych, czasami powiązanych, ale innych aktywności. Zgodnie z powyższym, turystyka pojmowana jest jako chwilowy przepływ osób do miejsc znajdujących się poza ich zwykłymi miejscami pracy, zamieszkania oraz działania podejmowane podczas ich pobytu w tym miejscu czy obiekcie stworzonym, aby zaspokoić ich potrzeby (Theobald 1998). Natomiast definicja techniczna skupia się na mierzonych wartościach turystyki. Według Burkart i Medlik (1981), szczegółowe określenie techniczne turystyki musi zawierać trzy konkretne aspekty. Pierwszym jest cel, kategoria podróży lub wizyty. Po drugie musi zostać zdefiniowany minimalny oraz maksymalny okres długości pobytu z dala od domu lub długości pobytu w określonym miejscu docelowym. Ostatnim aspektem jest jasne sprecyzowanie, jakie aktywności są uznawane za turystykę, a jakie nie, na przykład rejsy morskie i ruch tranzytowy. Zatem technicznie turystyka oznacza różne formy

krótkoterminowych podróży, wizyt i jest różnie definiowana dla konkretnych celów, w odniesieniu do celu podróży lub wizyty, czasu trwania i innych kryteriów.

Definicje różnią się w zależności od kraju. Zwłaszcza te techniczne, gdzie ustalane są inne okresy wyjazdu, inne odległości od domu. Niemniej jednak definicja dostarczona przez Światową Organizację Turystyki (WTO) jest powszechnie akceptowana i najczęściej stosowana.

Głównym kryterium podziału turystyki jest dominujący motyw podróży osoby wyjeżdżającej. Przy tym kryterium można wyróżnić następujące rodzaje turystyki:

- poznawcza,
- wypoczynkowa,
- kwalifikowana,
- zdrowotna,
- biznesowa,
- religijna (Kurek 2007).

## System turystyczny

Jedną z kluczowych cech turystyki jest różnorodność atrakcji, miejsc i cech poszczególnych przedsięwzięć czy łańcucha usług turystycznych. Biorąc pod uwagę tę różnorodność, analizując atrakcje turystyczne – za Swarbrooke (1995) – można je pogrupować w następujący sposób:

- cechy środowiska naturalnego,
- obiekty antropogeniczne (budynki, miejsca), które zostały stworzone do celów innych aniżeli przyciąganie turystów. Mowa np. o obiektach kultu religijnego, fortyfikacyjnych i innych, które obecnie przyciągają znaczną liczbę odwiedzających, uznających te miejsca za atrakcję turystyczną,
- obiekty antropogeniczne (budynki, miejsca), które zostały specjalnie zaprojektowane, aby przyciągnąć odwiedzających i spełniać ich oczekiwania. Mowa np. o parkach rozrywki,
- wydarzenia i eventy.

Turystyka może być zatem kompleksowym produktem, klasyfikowanym według następujących elementów:

- typ aktywności (np. plażowanie, kontakt z przyrodą, kontakt z kulturą, odwiedzanie przyjaciół i krewnych),
- rodzaj podróży (np. zorganizowany, indywidualny),
- zasięg podróży (np. krajowe lub międzynarodowe),
- koszt podróży (np. luksusowe, budżetowe) (Swarbrooke, 1995).

## Turystyka kulturowa i turystyka dziedzictwa

Ze względu na skłonności ludzi do poszukiwania nowości, w tym również poznawania tradycyjnych kultur, dziedzictwa narodowego, turystyka kulturowa stała się nowym obszarem popytu turystycznego, który warty jest uwagi i rozwijania. Turystyka dziedzictwa, w ramach szerszej kategorii „turystyki kulturowej”, jest obecnie mocnym filarem strategii turystycznej w wielu krajach (Richards 1995). Głównym

elementem zainteresowania turystów jest dziedzictwo kulturowe, rozumiane jako kompleks zabytków, budynków i stanowisk archeologicznych o wyjątkowej, uniwersalnej wartości z punktu widzenia historii, sztuki czy nauki. Howard (2003: 6) określa dziedzictwo jako: „coś, co ktoś chciałby zachować lub zebrać i przekazać przyszłym pokoleniom”. Słowo „dziedzictwo” w swoim szerszym znaczeniu jest na ogół związane ze słowem „dziedziczenia”, czyli czymś, co jest przenoszone z jednego pokolenia na drugie. Ze względu na jego rolę, jako nośnik wartości historycznych z przeszłości, dziedzictwo jest postrzegane jako część tradycji kulturowej społeczeństwa (Nuryanti 1996). Zatem za Silberberg (1995), wszelkie wizyty osób spoza społeczności przyjmującej, których motywacją podróży w całości lub w części są zainteresowania historyczne, artystyczne, naukowe lub poznawanie stylu życia czy dziedzictwa danej wspólnoty, regionu lub instytucji, nazywane są turystyką kulturową. Zeppel i Hall (1992) dodają ponadto, iż turystyka ta opiera się również na zaangażowaniu tudzież stymulacji przez sztukę, krajobraz, zabytki, budynki, pomniki, a także na empirycznym poszukiwaniu spotkania z naturą lub doznania historii danego miejsca. Dziedzictwo obejmują więc elementy trwałe, jak również niematerialne w postaci praktyk kulturowych, tradycji czy wiedzy (McKercher 2002). Podróże kulturowe czy te związane z dziedzictwem oparte są na nostalgii za przeszłością i chęci doświadczenia różnorodnych krajobrazów kulturowych. W świetle powyższego dodanie zarówno do słowa kultura czy dziedzictwo pojęcia „turystyka” jest tak naprawdę formą nowoczesnej świadomości (Nuryanti 1996) i próbą usystematyzowania takiej aktywności turystów.

## Dziedzictwo kulturowe a turystyka

Istotą systemu turystycznego jest zbiór doświadczeń, zasobów, walorów oraz promocja produktów i usług na nich opartych. W celu ułatwienia tej konsumpcji turystycznej, dostęp turystów i odwiedzających do naturalnych zasobów oraz kulturowych zabytków musi być ułatwiony poprzez rozwój produktów turystycznych, takich jak transport, łańcuch dostaw itd. Turystyka, na podstawie wartości dziedzictwa regionu lub miejsca przeznaczenia, jest z natury specyficzna i wynika z niepowtarzalnego charakteru danego miejsca. Dziedzictwo, tożsamość regionu są atrakcyjne dla turystów i stanowić mogą produkt turystyczny, który umożliwi odwiedzającym rzeczywiste doświadczenie historii, tradycji oraz docenienie danego miejsca. Dziedzictwo kulturowe stanowi ogromny i zróżnicowany zbiór ludzkiej historii na całym świecie. Wzrost wiedzy na temat świata, rozwój środków transportu, jak również dostępności do podróży przyczyniają się do ogromnego popytu na elementy turystyki dziedzictwa. Człowiek z natury jest ciekawy poznawania nowych kultur, osobistego doświadczenia innych społeczności. W rezultacie i w odpowiedzi na ten trend rynku turystycznego i duży popyt, wiele regionów na świecie wprowadza pewne formy działalności turystycznej, by przyciągnąć odwiedzających i zaprezentować swoją kulturę i zabytki.

Sektor turystyczny jako jeden z pierwszych na świecie w rewitalizacji budynków zabytkowych, które są w stanie zniszczonym, często wymagających gruntownego remontu, dostrzegł możliwości podtrzymywania wartości kultury i tradycji. Zabytkowe budynki, które są opuszczone i grozi im rozpad fizyczny stanowią stratę

możliwość ożywienia historii, która mogłaby przyczynić się do umocnienia tożsamości i tradycji lokalnej społeczności. Branża turystyczna zaczęła zatem rewitalizować obiekty dziedzictwa, nadając im nowe funkcje, bardziej twórcze i atrakcyjne zarówno dla turystów, jak i mieszkańców. Przykładem mogą być przekształcenia dworów, pałaców, zamków na hotele, restauracje, muzea, galerie sztuki itp. Szerokie spektrum działań na rzecz ochrony dziedzictwa, przy jednoczesnym zrównoważonym rozwoju tradycji i współczesności daje interesujące możliwości dla turystyki. Umożliwia to odwiedzającym zdobycie wiedzy na temat historii regionu, jak również zrozumienie cech społecznych i kulturowych społeczeństwa konkretnej destynacji.

Kultura nie jest pojęciem statycznym. Każda kultura ewoluuje w miarę upływu czasu, a jeśli nie, to zginie. Adaptacja zabytkowych obiektów, które stanowią dziedzictwo historyczne pokoleń umożliwia minimalizowanie negatywnych skutków wymierania danej kultury. Pamiątki z przeszłości otrzymują nowe funkcje. Następuje zrównoważony rozwój tradycji oraz nowoczesności. Turystyka umożliwia łączenie tych dwóch, jakże skrajnych, wartości, dzięki temu dając odwiedzającym możliwość osobistego doświadczenia historii, na którą jest popyt. Bez żadnych wątpliwości można stwierdzić, że dziedzictwo jest głównym elementem współczesnej turystyki. Fundamentalne znaczenie dla tej relacji ma zabezpieczenie, ochrona oraz zarządzanie szerokim spektrum dziedzictwa i tradycji. Zasadnicze znaczenie ma fakt, iż sektor turystyki i jej klienci powinni aktywnie uczestniczyć w ochronie kultury przy każdej okazji.

## Dziedzictwo i kultura, jako atrakcja turystyczna

Większość turystów, podczas swoich podróży, pragnie doświadczać czegoś nieznanego. Przykładem może być chęć obcowania z inną kulturą i poznawanie jej dziedzictwa. Pragnienie to, może być wiodącym motywem podróży, a przez to tradycja i historia danego miejsca staje się atrakcją. Kultura i dziedzictwo kulturowe są kluczowymi elementami tożsamości danego narodu, regionu, umożliwiają odczucie własnej wartości i godności. Nie ma zatem podziału na społeczeństwa ubogie czy zamożne. Każdy naród ma swoje pamiątki przeszłości. Dziedzictwo stanowi element, który pozwala na zdobycie podstawowej wiedzy na temat przeszłości, kultury, środowiska. O ile następuje zrównoważony rozwój turystyki i kultury, o tyle prowadzić to może do poprawy zrozumienia i zwiększenia szacunku pomiędzy różnymi społecznościami.

Tradycyjna, komercyjna turystyka „3 x S” (ang. *Sea, Sun, Sand*), charakteryzująca się stosunkowo małą aktywnością ruchową, głównie wypoczynkiem w nadmorskich kurortach, nazywana potocznie turystyką masową, która niesie za sobą wiele negatywnych skutków społeczno-gospodarczych, powoli zastępowana jest nowym trendem i modelem turystyki „3 x E” (ang. *Entertainment, Excitement, Education*) (Kurek 2007). Najważniejszym założeniem tej formy jest rozrywka, ruch, ekscytacja, rozwój emocjonalnym, jak również zdobywanie wiedzy. Priorytetem nie jest już wysoki poziom świadczonych usług w nadmorskich hotelach, wygoda, bezpieczeństwo, lecz chęć zdobycia doświadczenia, wyjątkowych doznań poprzez działanie i kreowanie własnych poglądów na świat (Kowalczyk 2002). Turystyka kulturowa istnieje od dawna, jednakże różne zmiany demograficzne, społeczne i kulturowe na



całym świecie doprowadziły do wzrostu liczby nowych rynków niszowych, w tym turystyki dziedzictwa. Choć turystyka masowa nie straci na swojej popularności, coraz więcej odwiedzających szuka nietatwych zadań i stosunkowo unikalnych doświadczeń. Zmiany te doprowadziły do wzrostu popularności turystyki z udziałem kultury, dziedzictwa, przyrody i atrakcji. Turystyka dziedzictwa określana jest jako empiryczna turystyka, gdyż podróżujący często chcą poznać zabytkowe otoczenie, doświadczyć go. Według Petersona (1994) jest kilka powodów dla zwiedzania obiektów zabytkowych, wśród nich: doświadczenie danego miejsca i jego historii, rozwój wyobraźni i próba poznawania przeszłości danego miejsca, jak również dzielenie się przeżyciami z innymi lub uczenie dzieci historii.

### **Korzyści z ochrony dziedzictwa kulturowego i rozwoju turystyki**

Ochrona dziedzictwa kulturowego przez sektor turystyczny może generować szereg korzyści. Oddziaływania turystyki są często podzielone na ekonomiczne, środowiskowe, społeczne i kulturalne. Mogą to być zarówno benefity *stricte* komercyjnych (zgodne z założeniami turystyki i nowych funkcji obiektów zabytkowych), do bardziej niematerialnych korzyści społecznych (poczucie przynależności do wspólnoty, historii, tradycji, wartości edukacyjnych, duchowych). Dodatkowo rewitalizacja obiektów zabytkowych i udostępnianie ich dla turystyki niesie korzyści w postaci rozwoju miast, regionów, w których dany obiekt się znajduje. Następuje wzrost tożsamości kulturowej i społecznej tych miejsc, a tym samym rozwój gospodarki lokalnej poprzez przyciąganie turystów i odwoływanie się do nich w swoich strategiach rozwoju i marketingu (Throsby 1997). Obecność miejsc czy obiektów historycznych w danym regionie jest czynnikiem przyczyniającym się do budowania silniejszej i bardziej zróżnicowanej lokalnej gospodarki opartej na turystyce, a tym samym zmniejszania zależności od innych form usług.

Wśród potencjalnych pozytywnych korzyści z ochrony obiektów zabytkowych poprzez rozwój turystyki w szerokim spektrum można wymienić:

- korzyści estetyczne,
- korzyści edukacyjne,
- wzmocnienie poczucia tożsamości wspólnoty lub regionu,
- promocja międzykulturowa, międzynarodowa,
- zachęcanie do ożywienia lub zachowania tradycyjnego rzemiosła,
- zwiększenie wsparcia zewnętrznego dla mniejszości i zachowania jej kultury,
- poszerzania horyzontów społecznych,
- wzmocnienie lokalnego i zewnętrznego uznania i wsparcia dla dziedzictwa kulturowego,
- rozwój infrastruktury turystycznej,
- nowe miejsca pracy dla ludności lokalnej,
- poprawa infrastruktury miejsca (drogi, parkingi itd.).

Przykładami negatywnych skutków rozwoju turystyki dziedzictwa w danym miejscu mogą być:

- zjawisko kultury na pokaz tylko dla turystów,
- zjawisko alienacji i utrata tożsamości kulturowej,
- podważenie lokalnych tradycji i sposobu życia,

- przemieszczenie tradycyjnych mieszkańców,
- wzrost dysproporcji wśród mieszkańców (ci, którzy czerpią korzyści z turystyki i ci, którzy nie),
- nadmierny ruch turystyczny – degradacja i niszczenie regionu i atrakcji,
- utraty autentyczności i prawdy historycznej w interpretacji dziedzictwa.

Złożoność turystyki dziedzictwa utrudnia jasne sprecyzowanie korzyści jej rozwoju. Charakter tej turystyki zakłada zrównoważony rozwój między przeszłością, a współczesnością. Kluczowym zatem elementem powinna być współpraca turystów (ich potrzeby, aspiracje), przemysłu (firmy turystyczne, rentowny marketing turystyczny, strategie), społeczności (poszanowanie wartości danego miejsca) oraz środowiska (dbanie o środowisko przyrodnicze i kulturowe) (ryc. 2).



**Ryc. 2.** Kluczowe elementy przy zrównoważonym rozwoju turystyki dziedzictwa

Źródło: Opracowanie własne

## **Zamki w Polsce (stan obecny) oraz wybrane przykłady rozwoju turystyki dziedzictwa poprzez adaptację ich na bazę noclegową i konferencyjną**

Polska posiada wiele obiektów zabytkowych. Narodowy Instytut Dziedzictwa opracowuje każdego roku zestawienie zabytkowych obiektów nieruchomości, w tym zamków, pałaców, dworów. Baza ta jest odnawiana, jednakże sporadycznie istnieją jednak problemy z aktualizacją danych i zdarza się, iż w bazie odnotowywane są obiekty, które zostały zarejestrowane przed laty, a dziś już nie istnieją. Czasem bywa też, że na zarejestrowanie czekają dwory, które dotąd z różnych przyczyn nie zasługiwały na miano zabytku kultury. Wynika to z faktu, iż termin „zabytek” ulega zmianom w czasie (Kozak 2008).

Zamek, jak sama nazwa wskazuje, to budowla zamknięta przez odpowiednio wybrane umocnienia, która miała pełnić funkcję obronną (Guerquin 1974). Najstarszymi zamkami na ziemiach polskich są warownie gotyckie, które składały się zazwyczaj z zabudowań mieszkalnych i gospodarczych. Jednakże z biegiem historii,



rozwoju techniki militarnej, zamki traciły charakter typowo obronny, nabierając tym samym formę pałacu, wystawnej rezydencji (Rouba 2010).

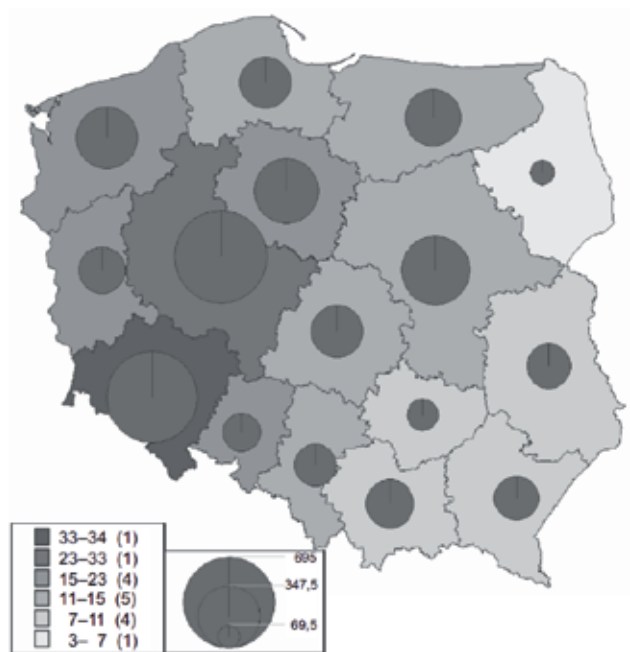
Według Narodowego Instytutu Dziedzictwa w Polsce najwięcej zamków i obiektów rezydencjonalnych (pałace, dwory) znajduje się w województwie wielkopolskim (809), następnie w dolnośląskim (774), mazowieckim (550). Natomiast najmniej w województwie podlaskim (77) oraz świętokrzyskim (120). Duża liczba obiektów obronnych znajduje się również na Pomorzu Gdańskim oraz na Warmii i Mazurach (tab. 1). Wspomniano o zamkach, pałacach i dworach, gdyż to one najczęściej są rewitalizowane i przekształcane poprzez sektor turystyczny, który nadaje im z powrotem ich prawdziwy, majestatyczny wygląd, przy okazji pełnienia nowych funkcji.

**Tab. 1.** Obiekty nieruchomości w Polsce wpisane do rejestru zabytków (stan na 31.03.2014)

| WOJEWÓDZTWO         | Urbanistyka | Sakralne | Obronne | Publiczne | Zamki | Rezydencjonalne | Zieleń | Folwarczne | Gospodarcze | Mieszkalne | Przemysłowe | Cmentarze | Inne | Razem |
|---------------------|-------------|----------|---------|-----------|-------|-----------------|--------|------------|-------------|------------|-------------|-----------|------|-------|
| dolnośląskie        | 139         | 1436     | 111     | 631       | 98    | 676             | 851    | 826        | 207         | 2188       | 356         | 337       | 408  | 8264  |
| kujawsko-pomorskie  | 22          | 509      | 102     | 178       | 25    | 329             | 407    | 378        | 109         | 503        | 107         | 156       | 145  | 2970  |
| lubelskie           | 52          | 823      | 71      | 170       | 13    | 267             | 405    | 309        | 96          | 531        | 65          | 470       | 301  | 3573  |
| lubuskie            | 35          | 548      | 97      | 159       | 23    | 212             | 201    | 314        | 80          | 2005       | 98          | 69        | 112  | 3953  |
| łódzkie             | 33          | 571      | 15      | 156       | 19    | 271             | 394    | 120        | 95          | 583        | 127         | 152       | 119  | 2655  |
| małopolskie         | 57          | 1015     | 65      | 337       | 32    | 290             | 430    | 284        | 235         | 1518       | 77          | 446       | 433  | 5219  |
| mazowieckie         | 129         | 1043     | 60      | 601       | 14    | 501             | 967    | 382        | 138         | 1919       | 282         | 367       | 354  | 6757  |
| opolskie            | 37          | 659      | 54      | 146       | 28    | 157             | 228    | 191        | 83          | 1052       | 86          | 144       | 145  | 3010  |
| podkarpackie        | 49          | 1045     | 89      | 252       | 19    | 203             | 323    | 284        | 117         | 955        | 73          | 376       | 266  | 4051  |
| podlaskie           | 69          | 524      | 9       | 193       | 4     | 73              | 118    | 86         | 111         | 552        | 74          | 341       | 122  | 2276  |
| pomorskie           | 62          | 517      | 105     | 248       | 14    | 227             | 278    | 227        | 185         | 861        | 108         | 149       | 163  | 3144  |
| śląskie             | 69          | 599      | 16      | 327       | 35    | 175             | 206    | 166        | 222         | 1589       | 194         | 110       | 127  | 3835  |
| świętokrzyskie      | 47          | 451      | 19      | 56        | 19    | 101             | 232    | 89         | 19          | 222        | 72          | 191       | 128  | 1646  |
| warmińsko-mazurskie | 67          | 900      | 128     | 295       | 28    | 284             | 445    | 519        | 233         | 1977       | 216         | 583       | 148  | 5823  |
| wielkopolskie       | 143         | 1127     | 39      | 477       | 22    | 787             | 1028   | 914        | 172         | 1458       | 261         | 377       | 271  | 7076  |
| zachodniopomorskie  | 58          | 868      | 67      | 273       | 23    | 270             | 755    | 159        | 112         | 359        | 128         | 296       | 164  | 3532  |
| Razem               | 1068        | 12635    | 1047    | 4499      | 416   | 4823            | 7268   | 5248       | 2214        | 18272      | 2324        | 4564      | 3406 | 67784 |

Źródło: Pozyskano z [http://www.nid.pl/pl/Informacje\\_ogolne/Zabytki\\_w\\_Polsce/Ewidencja\\_zabytkow/](http://www.nid.pl/pl/Informacje_ogolne/Zabytki_w_Polsce/Ewidencja_zabytkow/)

Na podstawie powyższych danych widać, iż więcej zamków, dworów i pałaców znajduje się na zachodzie niż na wschodzie Polski. Czołową pozycję pod tym względem zajmują województwa dolnośląskie i wielkopolskie. Wynika to z ukształtowanego jeszcze w wiekach średnich wzoru dysproporcji i zróżnicowania polskiej przestrzeni pod kątem osiągniętego poziomu rozwoju (Gorzela 2007). Dodatkowym potwierdzeniem są dane o zabytkach nieruchomości w ogóle, gdzie ich największa liczba występuje również w regionach lepiej rozwiniętych, zachodnich (Kozak 2008) (ryc. 3).



**Ryc. 3.** Zamki, pałace i dwory w Polsce

Źródło: M. Kozak (2008). Dwory, pałace i zamki – kosztowne pamiątki czy zasób w rozwoju? *Studia Regionalne i Lokalne*, 2 (32), 97

Ze względu na funkcjonalność oraz przeznaczenie zamki w Polsce dzieli się na: zamki królewskie, książęce, biskupie, rycerskie, magnackie, joannitów, templariuszy oraz zamki Państwa Krzyżackiego. W artykule przedstawione zostały wybrane zamki Państwa Krzyżackiego, które spełniają obecnie zarówno funkcję hotelową, jak i konferencyjną.

W północnej części Polski większość zamków jest pozostałością po Zakonie Szpitala Najświętszej Marii Panny Domu Niemieckiego w Jerozolimie. Historia Państwa Krzyżackiego na naszych terenach, to historia zbudowanych przez nich zamków, siedzib dla komturów i innych wysokich urzędników zakonnych. W ciągu półtora wieku zamków takich zbudowano blisko setkę. Odległość między nimi wahała się w granicach 15–30 km, czyli jednego dnia marszu. Zamki krzyżackie posiadały znaczny, jak na owe czasy, komfort (Rogiński 1990). W Polsce – w postaci ruin aż po okazale budowle – przetrwało do dzisiaj 40 zamków krzyżackich. Niektóre z nich – obok funkcji muzealnych – pełnią również funkcje noclegowe oraz konferencyjne. Kilka przykładów zostało przedstawionych poniżej.

### Zamek Ryn

Jest przykładem mogącym służyć za wzór perfekcyjnie wykonanej adaptacji budowli o kilkusetletniej historii na potrzeby ruchu turystycznego. W zamku znajduje się hotel, który w kategoryzacji obiektów hotelowych otrzymał cztery gwiazdki.

Jest to największy hotel historyczny w Polsce oraz jeden z największych tego typu obiektów na świecie. W 2010 r. Hotel Zamek Ryn został wybrany najlepszym hotelem w Polsce i otrzymał miano Tophotel 2010. Wyróżniony został również nagrodą w kategorii Tophotel Castles and Palaces.

Funkcja hotelowa: Dla swoich gości hotel oferuje 168 pokoi, nawiązujących wystrojem do architektury zamku. Ponadto są pokoje z udogodnieniami dla osób niepełnosprawnych.

Funkcja konferencyjna: Hotel posiada w ofercie nowoczesne centrum konferencyjno-kongresowe, składające się z 12 sal, mogących pomieścić łącznie 1000 osób.

### **Zamek Malbork**

Gotycki zamek wzniesiony przez Krzyżaków w latach 1274–1457 jest największym zachowanym zamkiem średniowiecznej Europy i jednym z najznakomitszych przykładów średniowiecznej architektury obronno-rezydencyjnej. Był m.in. siedzibą mistrzów zakonu krzyżackiego, rezydencją królów Polski, siedzibą władz Prus Królewskich.

Funkcja hotelowa: Hotel znajduje się w zabytkowym budynku dawnego krzyżackiego szpitala dla knechtów i oferuje 85 miejsc noclegowych w 41 stylowych pokojach.

Funkcja konferencyjna: Hotel współpracuje z Ośrodkiem Konferencyjnym KARWAN w Malborku, który do dyspozycji gości oddaje 3 sale konferencyjne, mogące pomieścić od 20 do 200 osób.

### **Zamek Bytów**

Warownia wzniesiona w stylu gotyckim w XIV w. Obecnie w południowym skrzydle zamku znajduje się hotel, w miejscu dawnej rezydencji książąt zachodniopomorskich.

Funkcja hotelowa: W swojej ofercie hotel oddaje do dyspozycji gości 30 pokoi. Pokoje urządzone tak, by nawiązywały swoim klimatem do dawnych komnat zamkowych.

Funkcja konferencyjna: Hotel organizuje konferencje, seminaria oraz imprezy integracyjne. W ofercie są 4 sale konferencyjne, o łącznej pojemności 210 osób.

### **Zamek w Golubiu-Dobrzyniu**

Twierdza krzyżacka w mieście Golub-Dobrzyń w swojej historii służyła różnym celom, m.in. znajdowało się tam więzienie i szkoła.

Funkcja hotelowa: W obiekcie znajduje się zarówno hotel, jak i Dom Turysty. Pokoje o różnym standardzie: PTTK-owskie schronisko jest na przyzwoitym poziomie turystycznym. Pokoje hotelowe mają wyższy standard, lecz nie posiadają zamkowego klimatu.

Funkcja konferencyjna: Hotel organizuje m.in.: konferencje, szkolenia, spotkania biznesowe.

## Analiza SWOT dla zrewitalizowanych i przekształconych zamków

Analiza SWOT służy do badania otoczenia organizacji, porządkowania informacji oraz jej wnętrza. Bywa stosowana we wszystkich obszarach planowania strategicznego jako uniwersalne narzędzie pierwszego etapu analizy strategicznej. Jest oparta na prostym schemacie klasyfikacji i polega na zidentyfikowaniu czterech grup czynników, opisanie ich wpływu na rozwój organizacji, a także możliwości osłabiania lub wzmocnienia siły ich oddziaływania. Zderzenie ze sobą szans i zagrożeń z mocnymi i słabymi stronami firmy pozwala na określenie jej pozycji strategicznej, a także może być źródłem interesujących pomysłów strategii.

Tab. 2. Analiza SWOT

| MOCNE STRONY  | SŁABE STRONY  |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>– innowacyjny produkt</li> <li>– atrakcyjny wygląd obiektów z zewnątrz</li> <li>– oryginalny wystrój wewnątrz</li> <li>– kameralność obiektów</li> <li>– bardzo wysoka ranga zabytków będących miejscami wypoczynku</li> <li>– usługi dobrej jakości</li> <li>– piękne okolice, malownicze miejsca, kontakt z przyrodą</li> <li>– w okolicach obiektów trasy spacerowe</li> <li>– duży potencjał do rozwoju ruchu turystycznego</li> <li>– dobre warunki do rozwijania różnorodnych form turystyki specjalistycznej</li> <li>– dobre warunki do rozwijania edukacji historycznej i turystyki edukacyjnej</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>– słaba promocja obiektów</li> <li>– wysokie ceny dla przeciętnego obywatela (brak możliwości korzystania z usług)</li> <li>– obiekty nieprzystosowane dla potrzeb osób niepełnosprawnych, brak wind</li> </ul>  |
| SZANSE  | ZAGROŻENIA  |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>– zainteresowanie społeczeństwa poznaniem obiektów zabytkowych</li> <li>– rosnące zapotrzebowanie na usługi turystyczne</li> <li>– członkostwo Polski w Unii Europejskiej stwarzające możliwości wykorzystania programów i funduszy pomocowych, w tym dla rozwoju sektora turystyki</li> <li>– poprawa wizerunku turystyki w Polsce</li> <li>– docenienie turystyki jako istotnego czynnika restrukturyzacji i aktywizacji gospodarczej</li> <li>– korzystanie z usług restauracji przez gości spoza hotelu</li> <li>– umiarkowana rywalizacja w sektorze</li> <li>– dopływ zachodniej technologii i kapitału</li> <li>– możliwość poszerzenia oferty rozrywkowo-rekreacyjnej</li> <li>– bogacenie się społeczeństw</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>– konkurencja ze strony nowoczesnych hoteli</li> <li>– stały wzrost cen surowców (powoduje to wzrost cen usług)</li> <li>– krótki sezon letni (mniejsza ilość turystów poza sezonem)</li> <li>– wysoka konkurencyjność turystycznych wyjazdów zagranicznych w stosunku do oferty turystyki krajowej</li> <li>– brak jednolitego i przejrzystego systemu wsparcia małych i średnich przedsiębiorstw w tym także branży turystycznej</li> <li>– nieefektywny system komunikacji i informacji w branży turystycznej</li> <li>– kryzys gospodarczy</li> <li>– wahania walut</li> <li>– kosztowne wymagania i regulacje prawne</li> </ul> |

Źródło: K. Ziółkowska-Weiss (2012). Innowacyjność w hotelarstwie z uwzględnieniem adaptacji obiektów zabytkowych na bazę noclegową. *Annales Universitatis Paedagogicae Cracoviensis. Studia Geographica*, 3, 53–54

Analizując szanse i zagrożenia dla zamków przekształconych na hotele oraz ośrodki konferencyjne, należy zauważyć, że głównym zagrożeniem jest sytuacja gospodarcza kraju, na które obiekty nie mają wpływu. Obiekty powinny wykorzystać swoje szanse, przede wszystkim dostosować się do potrzeb klienta i poszerzyć swoje usługi w zakresie rozrywkowo-rekreacyjnym. Należy również zwrócić uwagę na konkurencję ze strony innych podmiotów. Konkurencję w kategorii obiektów zabytkowych stanowią różnego rodzaju muzea, zwłaszcza w miastach, posiadające ciekawe sale i możliwości cateringu, ale najczęściej nie posiadające miejsc noclegowych. Głównym ich argumentem i przewagą konkurencyjną jest lokalizacja z łatwym dojazdem i możliwością rozrywek w bliskim zasięgu. Podstawowe zagrożenie spoza grupy obiektów zabytkowych płynie z rozwoju oferty konkurencyjnej, przede wszystkim sieci wysokiej klasy hoteli (np. Marriott, Sheraton, Holiday Inn) i ich dużych możliwości kapitałowych. Innymi konkurentami są firmowe i niezależne ośrodki wypoczynkowe, położone w atrakcyjnych miejscach i dogodnych komunikacyjnie lokalizacjach. Niewątpliwie należy zainwestować w reklamę i promocję tych obiektów. Atutami obiektów zabytkowych jest ich unikatowość i niepowtarzalna historia, którą posiada każdy z tych obiektów. Tajemnicze legendy, którymi owiane są zabytki oraz oryginalny wystrój wiekowych komnat są dodatkową atrakcją obiektów. Plusem jest również ich położenie. Zazwyczaj znajdują się one z dala od ruchliwych miejsc, w otoczeniu rozległych parków, w malowniczym terenie (Ziółkowska-Weiss 2012).

## Podsumowanie i wnioski

Rozwój turystyki w dużym stopniu zależy od wartości i pozostałości kulturowych i historycznych, jak również od atrakcji przyrodniczych, z których wiele wpisanych jest na Światową Listę Dziedzictwa UNESCO. Jednakże ta relacja działa również w drugą stronę. Turystyka, poprzez swoje działania, w znacznym stopniu może przyczynić się do ochrony i zarządzania dziedzictwem kulturowym i przyrodniczym. Może to pomóc w zachowaniu i przetrwaniu tradycji, finansowaniu ochrony dziedzictwa, a także w zwiększeniu uznania danego regionu, miejsca wśród odwiedzających. Rozwój turystyki dziedzictwa poprzez przystosowywanie obiektów zabytkowych na cele hotelowe oraz konferencyjne umożliwia turystom – których dominującym motywem podróży jest poznanie nowej kultury, wartości historycznych – obcowanie z zabytkiem i doświadczenie, kreowanie własnych unikatowych przeżyć. Proces rewitalizacji obiektów zabytkowych wspiera sektor turystyczny i próbuje sprostać obecnemu na rynku popytowi na elementy historyczne, jednocześnie – przy zrównoważonym rozwoju – działania te wspierają lokalną społeczność i gospodarkę. Proces nadawania nowych funkcji obiektom zabytkowym jest zjawiskiem ciągłym, aczkolwiek skala adaptacji historycznych budowli z jednoczesną zmianą sposobu ich przeznaczenia jest szczególnie intensywna w ostatnich latach. Pozostaje to zarówno objawem współczesnych potrzeb, jak też chęci zachowania i dbałości o dawną rzeczywistość o wartościach zabytkowych. Większość obiektów zabytkowych, które z różnych powodów nie służą pierwotnym celom, powinna być jednak adaptowana do współczesnych celów użytkowych w sposób kompleksowy, zwłaszcza na cele hotelarskie, wypoczynkowe, konferencyjne czy kulturalne. Świadczy to niewątpliwie o innowacyjności i trendzie w branży hotelarskiej. Przeznaczanie zabytkowych

budowli i zespołów architektonicznych na cele użytkowe, zwłaszcza hotelowe i konferencyjne to szczególnie pożądanym przykładem wykorzystania zabytkowego potencjału w formie niezmiennych lub częściowo przekształconych. Hotele w obiektach zabytkowych łączą w sobie dwie ważne cechy. Są mianowicie składnikiem zagospodarowania turystycznego i jako takie wpływają na atrakcyjność miejsca. Zachowane, oryginalne bądź odtworzone fragmenty wyposażenia stają się bowiem elementami użytkowymi, stanowiąc jednocześnie atrakcję z uwagi na swe wartości historyczne czy artystyczne. Dziedzictwo kulturowe, jakim w tym przypadku są hotele w zamkach stanowią o walorach turystycznych i zwiększają też wiedzę i poczucie szacunku do przeszłości – zarówno ze strony znawców historii sztuki, jak i użytkowników.

## Literatura/References

- Burkart, A.J., Medlik, S. (1981). *Tourism: past, present and future*. London: Heinemann.
- Gorzalak, G. (red.). (2007). *Polska regionalna i lokalna w świetle badań EUROREG-u*, Warszawa: EUROREG–Wydawnictwo Naukowe Scholar.
- Guerquin, B. (1974). *Zamki w Polsce*. Warszawa: Wydawnictwo Arkady.
- Hollinshead, K. (1993). Encounters in Tourism. *VNR's Encyclopedia of Hospitality and Tourism*, 636–651.
- Howard, P. (2003). *Heritage: Management, Interpretation, Identity*. Bloomsbury Academic.
- Kaufman, T.J. (1999). *A study of the motivations behind heritage site selection in the United States*. Virginia Polytechnic Institute and State University.
- Kerstetter, D.L., Confer, J.J., Graefe, A.R. (2001). An exploration of the specialization concept within the context of heritage tourism. *Journal of Travel Research*, 39, 267–274.
- Kowalczyk, A. (2002). *Geografia turystyki*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Kozak, M. (2008). Dwory, pałace i zamki – kosztowne pamiątki czy zasób w rozwoju? *Studia Regionalne i Lokalne*, 2 (32), 92–111.
- Kurek, W. (red.). (2007). *Turystyka*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- McKercher, B. (2002). Towards a classification of cultural tourists. *International Journal of Tourism Research*, 4, 29–38.
- Meethan, K. (2001). Leisure/Tourism Geographies: Practices and Geographical Knowledge. *Tourist Studies*, 1(1), 111–112.
- Nuryanti, W. (1996). Heritage and Postmodern tourism. *Annals of Tourism Research*, 23(2), 249–260.
- Peterson, K. (1994). The heritage resource as seen by the tourist: the heritage connection. In: V. Harsell (ed.), *Tourism: An Exploration*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Richards, G. (1995). Production and Consumption of European Cultural Tourism. *Annals of Tourism Research*, 22(2), 261–283.
- Rogiński, R. (1990). *Zamki i twierdze w Polsce; historia i legendy*. Warszawa: Instytut Wydawniczy Związków Zawodowych.
- Rouba, R. (2010). *Hotelarstwo w zabytkowych rezydencjach jako czynnik modyfikujący otoczenie*. Łódź: Łódzkie Towarzystwo Naukowe.
- Silberberg, T. (1995). Cultural tourism and business opportunities for museums and heritage sites. *Tourism Management*, 16(5), 361–365.
- Swarbrooke, J. (1995). *The Development and Management of Visitor Attractions*. Oxford: Butterworth Heinemann.
- Theobald, W.F. (1998). *Global Tourism*. Oxford: Butterworth Heinemann.

Throsby, D. (1997). Sustainability and culture: some theoretical issues. *International Journal of Cultural Policy*, 4, 7–20.

Zeppel, H., Hall, C. (1992). Arts and heritage tourism. In: B. Weiler, C. Hall (red.), *Special Interest Tourism*. London: Belhaven, 47–68.

Ziółkowska-Weiss, K. (2012). Innowacyjność w hotelarstwie z uwzględnieniem adaptacji obiektów zabytkowych na bazę noclegową. *Annales Universitatis Paedagogicae Cracoviensis. Studia Geographica*, 3, 43–57.

#### Strony internetowe

[http://www.nid.pl/pl/Informacje\\_ogolne/Zabytki\\_w\\_Polsce/Ewidencja\\_zabytkow/](http://www.nid.pl/pl/Informacje_ogolne/Zabytki_w_Polsce/Ewidencja_zabytkow/)  
(2014.04.25)

[www.unwto.org](http://www.unwto.org) (2014.04.05)

**Notka biograficzna o autorze:** Absolwentka kulturoznawstwa na Uniwersytecie Jagiellońskim oraz geografii na Uniwersytecie Pedagogicznym w Krakowie. Ukończyła podyplomowe studia na Uniwersytecie Ekonomicznym w Krakowie na kierunku zarządzanie turystyką międzynarodową. Od 2011 r. doktorantka na Uniwersytecie Pedagogicznym na kierunku geografia. Od 2012 r. asystent w Zakładzie Turystyki i Badań Regionalnych Uniwersytetu Pedagogicznego w Krakowie. Czynny pilot wycieczek. Autorka kilku publikacji naukowych. Główne zainteresowania naukowe to turystyka kulturowa oraz mniejszości narodowe i grupy etniczne w Małopolsce.

**Biographical note of author:** M.A. Graduate of Culture studies at the Jagiellonian University and of Geography at the Pedagogical University of Cracow. She has graduated from postgraduate studies in international tourism management at the Cracow University of Economics. From 2011 she is a PhD student of geography at the Pedagogical University. From 2012 she is a teaching assistant in the Department of Tourism and Regional Studies at the Pedagogical University of Cracow. She is a tourist guide and the author of several academic publications. Her main academic interests are cultural tourism and ethnic groups in Lesser Poland.

Kamila Ziółkowska-Weiss, mgr  
Uniwersytet Pedagogiczny im. KEN w Krakowie  
Instytut Geografii  
Zakład Turystyki i Badań Regionalnych  
ul. Podchorążych 2  
30-084 Kraków  
kamilacamela@wp.pl

**Notka biograficzna o autorze:** Geograf, pilot wycieczek, z zamiłowania zapalony turysta. Absolwent geografii Uniwersytetu Pedagogicznego w Krakowie. Od 2012 r. doktorant Uniwersytetu Jagiellońskiego na Wydziale Biologii i Nauk o Ziemi. Interesuje się badaniami nad atrakcjami turystycznymi oraz regionalizacją turystyczną. Specjalizuje się w zakresie turystyki osób niepełnosprawnych, innowacyjności i zarządzania w turystyce i hotelarstwie.

**Biographical note of author:** Geographer, tour guide, for whom traveling is a great passion. He graduated from geography at the Pedagogical University of Cracow. Since 2012 he is a PhD student at the Jagiellonian University, Faculty of Biology and Earth Sciences. He is interested in regionalization and tourism attractions. He specializes in accessible tourism, innovation and management in tourism and hospitality.

Marcin Popiel, mgr  
Uniwersytet Jagielloński  
Instytut Geografii i Gospodarki Przestrzennej  
ul. Gronostajowa 7  
30-387 Kraków  
marcin.popiel@uj.edu.pl