Górnośląska Wyższa Szkoła Przedsiębiorczości
im. Karola Goduli w Chorzowie

Wydział: Nowej Ekonomii i Gospodarki Kreatywnej
Kierunek: Modern Business – zarządzanie i rachunkowość
Specjalność: Psychologia menedżerska, Nowoczesny marketing-reklama, sprzedaż, PR

PRZEMYSŁAW ROKITA

nr albumu 8608

OFERTA TURYSTYCZNA BESKIDU ŚLASKIEGO W OPINII TURYSTÓW

Praca licencjacka
napisana w Departamencie
Zarządzania i Rachunkowości
pod kierunkiem
dra hab. Roberta Wolnego

WYBRANE ZAGADNIENIA Z PRACY

Chorzów, 2019

Spis treści

WSTĘP 5

ROZDZIAŁ I 7
TURYSTYKA – WYBRANE ZAGADNIENIA TEORETYCZNE 7
1.1 Turystyka – definicja i zakres pojęcia 7
1.2 Formy turystyki 9
1.3 Czynniki rozwoju turystyki górskiej 17

ROZDZIAŁ II 23
BESKID ŚLĄSKI I JEGO OFERTA 23
2.1 Historia Beskidu Śląskiego 23
2.2 Rozwój turystyki Beskidu Śląskiego 28
2.3 Oferta turystyczna regionu 31

ROZDZIAŁ III 40
OCENA OFERTY TURYSTYCZNEJ BESKIDU ŚLĄSKIEGO 40
3.1 Przebieg badań i charakterystyka próby 40
3.2 Cel i częstotliwość odwiedzania Beskidu Śląskiego 45
3.3 Ocena oferty przez turystów 52

ZAKOŃCZENIE 59
SPIS TABLIC 61
SPIS RYSUNKÓW 62
BIBLIOGRAFIA 63
ANEKS 66

WSTĘP

Góry, formacje skalne powstałe na skutek wypiętrzenia spowodowanego ścieraniem się płyt tektonicznych. Są niejako pomnikami natury towarzyszącymi ludziom od zarania dziejów. Ludzie widzą w nich cel swoich podróży i miejsce gdzie mogą sprawdzić swoje możliwości. Przez tysiące lat stanowiły granice oddzielającą narody a jednocześnie były źródłem podań i legend co może kryć się za ich kolejnym grzbietem. Przez stulecia ludzie je przemierzali, żeby dostać się do kolejnych miast. W ten sposób powstawało wiele szlaków handlowych ciągnących się wokół grzbietów górskich. Wraz ze zwiększeniem się przepływu ludzi, zaczęły powstawać tutaj osady pomagające wędrowcom w pokonaniu tego niejednokrotnie trudnego terenu. Osady rozrastały się w miasta mogące zaproponować noclegi i wyżywienie większej ilości ludzi, co spowodowało większy przypływ osób je odwiedzających.

Obecnie ludzie postrzegają góry jako miejsce, gdzie można odpocząć i się zrelaksować. Jednocześnie to miejsca, gdzie można przeżyć mocniejsze wrażenia. Wraz z przyciągającymi turystami zaczęły zyskiwać na popularności. Obecnie góry to kurorty wypoczynkowe, uzdrowiskowe i rekreacyjne w jednym. Na przestrzeni lat turystyka górska zyskała na popularności i przyczynia się do rozwoju obszarów górskich. Wielorakość możliwości spędzania wolnego czasu w górach przyciąga turystów mogących spędzić tu czas jak tylko sobie wymarzą.

Jako, że turystyka jest jedną z dziedzin życia, wręcz niezbędne było przedstawienie jej jako nauki oraz zwrócenie uwagi na to, jak dynamiczną dziedziną jest w sferze ekonomicznej. To na niej wiele regionów opiera swoje budżety, dlatego szczególnie dbają o to by się rozwijała. Uatrakcyjnienie oferty przedkłada się na większą ilość turystów, co za tym idzie, zwiększają się przychody do budżetu.

Jednym z popularniejszych obszarów górskich naszego kraju to Beskid Śląski. Jest to jedno z najczęściej odwiedzanych miejsc przez turystów w Polsce, a jednocześnie tak mało znany. To właśnie tutaj swój początek bierze królowa polskich rzek. Obszar ten ma bardzo bogatą historię i barwne dzieje, które autor pragnie przedstawić i zachęcić do zagłębienia się jego przeszłości. Dynamiczny rozwój turystyki Beskidu Śląskiego potwierdza jak bardzo jest atrakcyjnym i pożądanym miejscem odpoczynku. Zarys historycznych zmian w rynku usług turystycznych jest częścią pracy, ponieważ obrazuje, jak zmieniały się preferencje ludzi tu przyjeżdzających. Beskid Śląski adaptował się i stale rozwijał, co widać w przeszłości i co możemy zauważyć dzisiaj. Pomimo upływu wielu lat, Beskid Śląski nie traci w oczach turystów na atrakcyjności i cały czas jest chętnie wybieranym miejscem wypoczynku.

Celem pracy jest przedstawienie oferty turystycznej Beskidu Śląskiego oraz zbadanie opinii turystów na jej temat.

W pracy wykorzystano wtórne i pierwotne źródła informacji. Źródła wtórne obejmują wyselekcjonowane wydawnictwa skupiającą się na tematyce turystycznej, opracowania branżowe i serwisy internetowe. Pierwotnym źródłem informacji są badania wykonane techniką ankiety on-line na próbie 120 respondentów – turystów Beskidu Śląskiego.

Praca składa się ze wstępu, trzech rozdziałów, zakończenia, spisu tablic, spisu rysunków oraz bibliografii.

Pierwszy rozdział pracy poświęcony jest zaprezentowaniu podstawowych pojęć z zakresu turystyki. Przedstawiony został podział różnych form turystyki. Jest to część zajmująca się determinantami jakimi kierują się ludzie przy wyborze konkretnych form turystyki. Autor analizuje w nim sposoby rozwoju turystyki górskiej. Bada zagadnienia wpływające na zwiększenie dostępności i atrakcyjności tego obszaru.

W rozdziale drugim został przedstawiony zarys historyczny tego obszaru. Beskid Śląski posiada bardzo bogatą i burzliwą historię. Ze względu na swoje położenie był obszarem pożądanym przez wielu władców. Autor zajął się w tej części pracy również historią rozkwitu tego obszaru do czasów współczesnych. Została w tym rozdziale ujęta również oferta turystyczna jaką może poszczycić się ten teren.

Ostatnia trzecia część to badania wykonane techniką ankiety internetowej. Mają one na celu poznanie opinii ludzi tu przybywających. Badania zostały tak przygotowane, aby można było poznać powody jakimi kierują się turyści przy wyborze tego obszaru. Drugą istotną kwestią badań jest częstotliwość samych odwiedzin turystów. Najważniejszą częścią oczywiście jest poznanie oceny odnoście samej oferty jaka jest przedstawiana turystom górskim.

Pracę kończy aneks, w którym załączono kwestionariusz ankietowy.

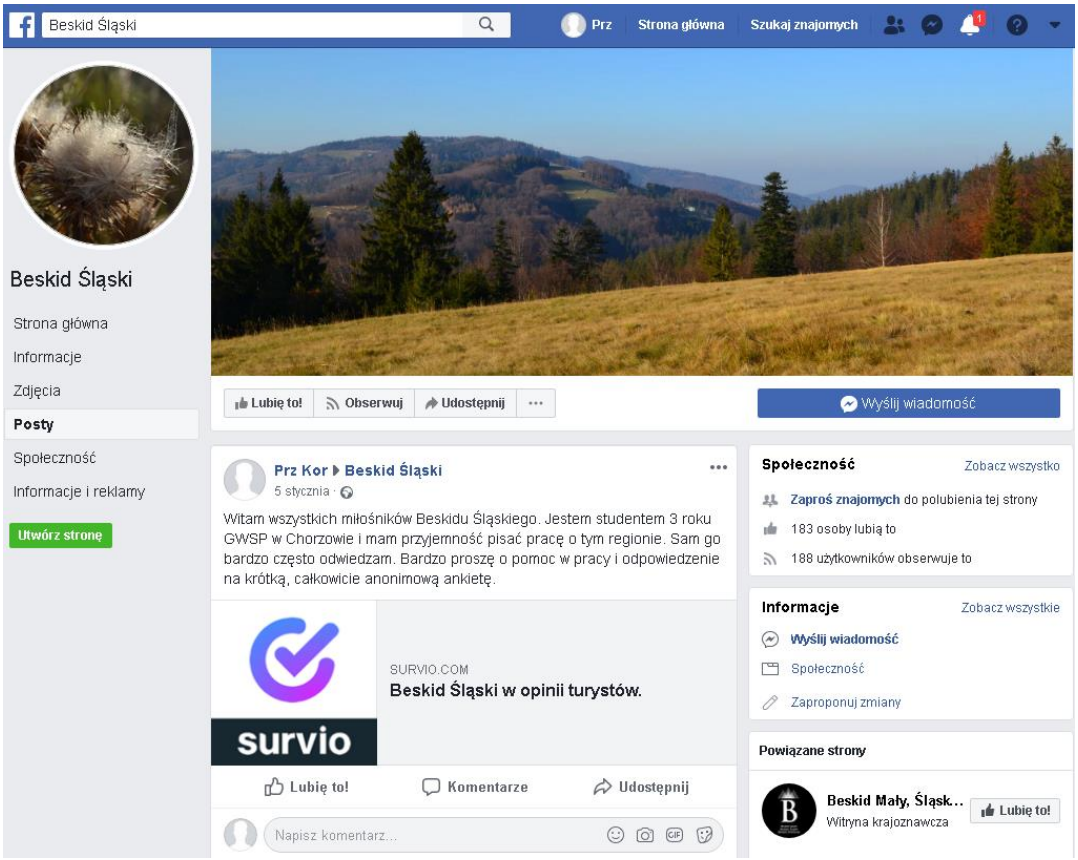
ROZDZIAŁ III

OCENA OFERTY TURYSTYCZNEJ BESKIDU ŚLĄSKIEGO

3.1 Przebieg badań i charakterystyka próby

Badania techniką ankiety internetowej zostały wykonane na przełomie stycznia i marca 2019 roku. Informacje zostały pozyskane z wykorzystanie źródeł pierwotnych przy wykorzystaniu formularzy badawczych jakie zostały stworzone przy pomocy programu SURVIO pomagającego w przeprowadzaniu anonimowych ankiet. Program umożliwia stworzenia interaktywnej wersji formularza, do którego dostęp jest za pomocą indywidualnego linku.[58] Dany adres został opublikowany na facebooku w grupie zrzeszającej miłośników i entuzjastów Beskidu Śląskiego (rys 11).

Rysunek 11
Publikacja ankiety na stronie miłośników Beskidu Śląskiego



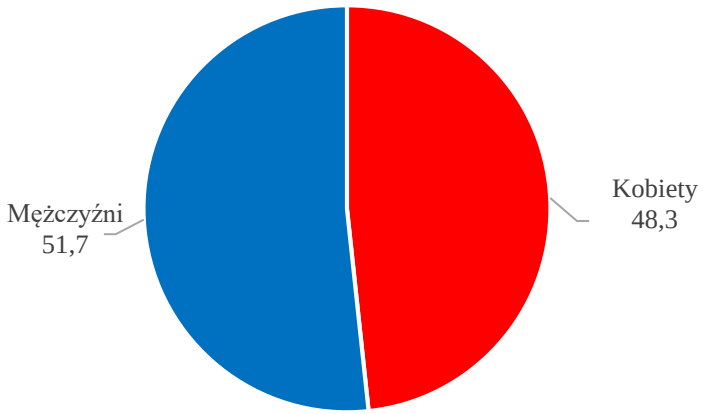
Źródło: https://www.facebook.com

[58] Link do badania ankietowego: https://www.survio.com/survey/d/D9B1U6J6R0I4G5A3H

Adres strony internetowej został również rozesłany drogą mailową wśród znajomych, którzy udostępniali link dalej.

Przedmiotem badań było uzyskanie opinii turystów odwiedzających Beskid Śląski, a konkretniej powody jakimi kierują się przy wyborze tego regionu oraz ocena świadczonych tutaj usług. Próba badawcza została przeprowadzona na 120 osobach, z czego 48,3% osób stanowiły kobiety, a 51,7% mężczyźni (rys. 12).

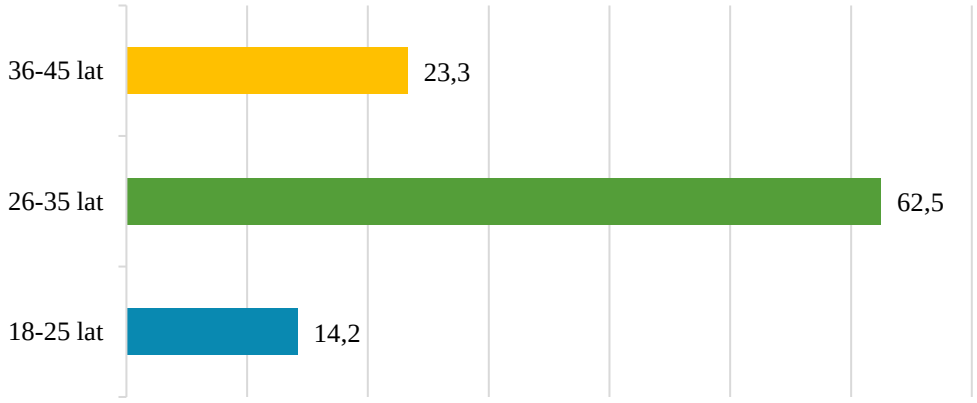
Rysunek 12
Respondenci wg płci (w %)



Źródło: badania własne.

Najliczniejszą grupę badanych stanowiły osoby w przedziale 26-35 lat – 62,5%. Mniej stanowią osoby w przedziale wiekowym 36-45 lat. Najmniej liczną grupą były osoby w przedziale wiekowym 18-25 lat (rys. 13).

Rysunek 13
Respondenci wg wieku (w %)



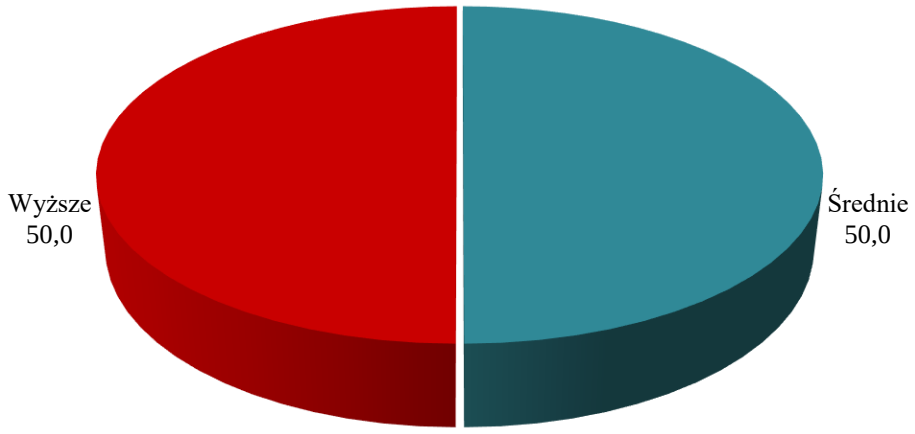
Źródło: badania własne.

Ponad połowa kobiet - 63,8%, była w przedziale wieku 26-35 lat, a pozostała część badanych podzieliła się niemalże po połowie i stanowiły odpowiednio w przedziale wiekowym 18-25 lat, 19,0% kobiet oraz w przedziale wiekowym 36-45 lat - 17,2% kobiet.

W grupie męskiej również największą część, czyli nieco ponad połowę badanych, stanowiła grupa w przedziale wiekowym 26-35 lat. Na drugim miejscu był przedział wiekowy 36-45 lat, czyli 29,0% mężczyzn. Ostatnią, najmniej liczna grupą była grupa w przedziale wiekowym 18-25 lat, czyli 9,7 % osób.

Respondenci uczestniczący w badaniu zadeklarowali swoje wykształcenie (rys. 14).

Rysunek 14
Respondenci wg wykształcenia (w %)



Źródło: badania własne.

Poziom wykształcenia w obu grupach jest niemalże równy po połowie (tab. 4). W próbie kobiecej większą cześć stanowią panie z wykształceniem średnim - 53,4%. Nieco mniej jest pań z wykształceniem wyższym – 46,6%.

Tablica 4
Wykształcenie respondentów wg płci (w %)

Wykształcenie	Kobiety	Mężczyźni
Wyższe	46,6	53,2
Średnie	53,4	46,8

Źródło: badania własne.

U panów proporcje są odwrotne i tak większą część stanowią osoby z wyższym wykształceniem – 53,2%, nieco mniej, bo 46,8% to osoby ze średnim wykształceniem (tab. 4).

Nikt z badanych osób nie zadeklarował wykształcenia z pozostałych poziomów edukacji, a mianowicie: podstawowe, zawodowe.

Badanie ankietowe w największej części zostało przeprowadzone wśród osób zamieszkujących województwo śląskie – 95,8% ankietowanych.

W ankiecie brały udział osoby z 18 miast Polski. Wśród kobiet najliczniejszą grupą są osoby stale zamieszkujące Katowice – 13,8% oraz Gliwice - 13,8% osób. Na kolejnych miejscach są odpowiednio miasta: Bytom – 12,1% osób, Pszczyna –10,3% osób oraz po 6,9% osoby mieszkające w Rudzie Śląskiej, Świętochłowicach i Tarnowskich Górach. Pozostały udział kobiet w ujęciu procentowym biorących udział w badaniu z podziałem na miasta zamieszkania obrazuje tablica 5.

Tablica 5
Respondenci wg miasta zamieszkania i płci (w %)

Wyszczególnienie	Ogółem	Kobiety	Mężczyźni
Katowice	18	13,8	21,0
Bytom	15	12,1	17,7
Gliwice	13	13,8	12,9
Ruda Śląska	10	6,9	12,9
Pszczyna	7	10,3	3,2
Żory	6	3,4	8,1
Chorzów	6	8,6	3,2
Tarnowskie Góry	5	6,9	3,2
Tychy	4	3,4	4,8
Świętochłowice	4	6,9	1,6
Bielsko-Biała	3	3,4	3,2
Zabrze	3	5,2	1,6
Kraków	2	1,7	1,6
Piotrków Tryb.	1	-	1,6
Lubliniec	1	-	1,6
Opole	1	-	1,6
Mikołów	1	1,7	-
Wrocław	1	1,7	-

Źródło: badania własne.

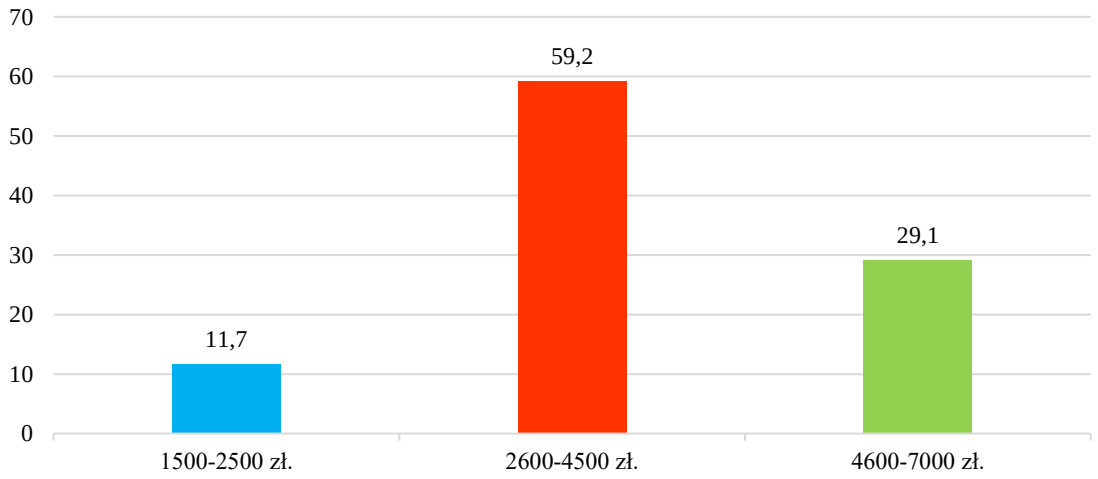
Wśród mężczyzn najliczniejszą grupą są panowie zamieszkujący Katowice – 21,0% osób. Następne pozycje w tym podziale to: Bytom –17,7% osób, Gliwice – 12,9% osób i Ruda Śląska – 12.9% osób. Udział procentowy pozostałych miast został przedstawiony w tablicy 5.

Badani w ankiecie zostali poproszeni również o udzielenie odpowiedzi jakie są ich miesięczne wynagrodzenia za pracę. Z uzyskanych odpowiedzi zostały wyodrębnione trzy

przedziały wynagrodzeń. Najliczniejszą grupę stanowiły osoby osiągające miesięczne wynagrodzenie w przedziale 2600-4500 zł (rys. 15).

Największa ilość pań osiąga zarobki w przedziale 2600 – 4500 zł. i jest to 62,1% osób, drugim przedziałem zarobkowym jest 4600 – 7000 zł. w którym 20,7% kobiet zadeklarowało swoje zarobki. Ostatnią grupą osób są panie deklarujące zarobki w przedziela 1500 – 2500 i jest to 17,2% osób (tab. 6).

Rysunek 15
Wynagrodzenia respondentów (w %)



Źródło: badania własne.

U mężczyzn podobnie jak u kobiet najliczniejszą grupę, bo 56,5% osób stanowią respondenci osiągający zarobki w przedziale kwotowy 2600 – 4500 zł. Na drugim miejscu natomiast są panowie w przedziale kwotowym wynagrodzeń 4600 – 7000 to jest 37,1% osób. Natomiast tylko 6,5% osób stanowią osoby osiągający zarobki w kwocie 1500- 2500 zł miesięcznie. Dokładne przedziały oznaczone w tablicy 6 graficznie pokazują różnice wynagrodzeń osób biorących udział w badaniu.

Tablica 6
Wynagrodzenie respondentów wg płci (w %)

Wynagrodzenie	Kobiety	Mężczyźni
1500-2500	17,2	6,5
2600-4500	62,1	56,5
4600-7000	20,7	37,1

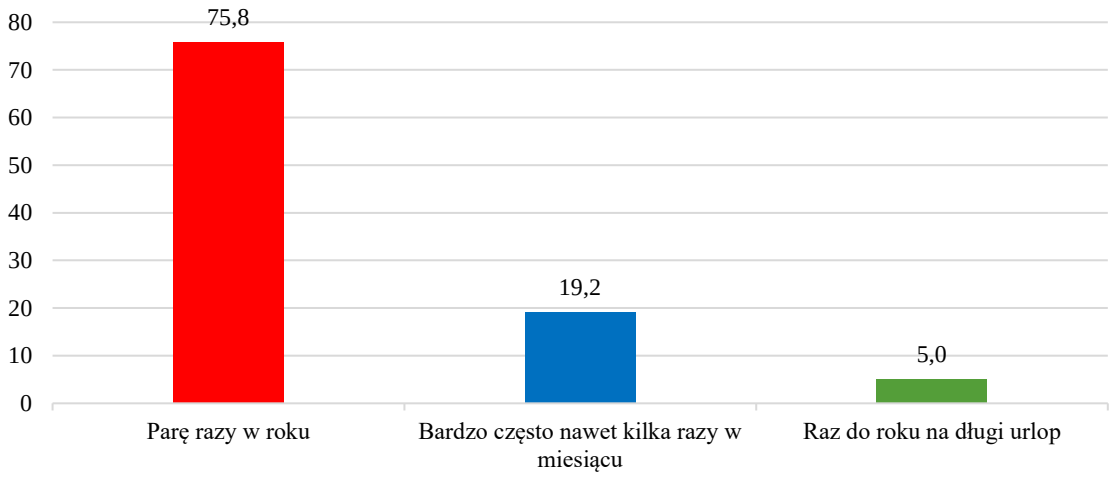
Źródło: badania własne.

3.2 Cel i częstotliwość odwiedzania Beskidu Śląskiego

Badanie ma na celu poznanie jakimi kryteriami kierują się respondenci przy wyborze Beskidu Śląskiego na cel swojego wypoczynku. W ankiecie internetowej zostali oni zapytani m.in.: o częstotliwość przyjazdów do tego obszaru, długości pobytu oraz pory roku jaką najczęściej wybierają jak również zostali poproszeni o ocenę istniejącej infrastruktury.

Respondenci określając długość swoich pobytów w Beskidzie Śląskim udzielali bardzo podobnych odpowiedzi w obu grupach podziału według płci (rys. 16). Wyniki badania pokazują, że większość respondentów wybiera wypoczynek w tym regionie parę razy do roku i jest to 75,8% wszystkich badanych.

Rysunek 16
Częstotliwość wyjazdów do Beskidu Śląskiego (w %)



Źródło: badania własne.

Kobiety najczęściej, bo aż w 75,9% przypadków odwiedzają Beskid Śląski parę razy w roku, o wiele mniej odwiedza ten obszar nawet kilka razy w roku, bo tylko 17,2% badanych osób. Tylko 6,9% pań przyjeżdża tutaj na dłuższy urlop raz w roku (tab. 7).

Tablica 7
Częstotliwość przyjazdów do Beskidu Śląskiego wg płci respondentów (w %)

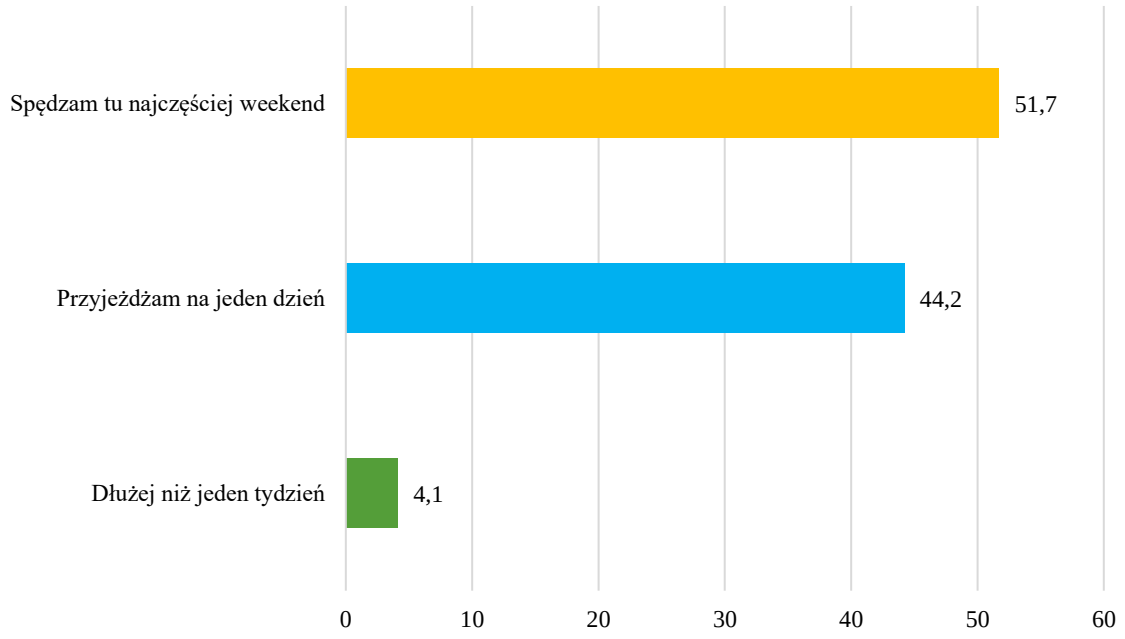
Wyszczególnienie	Kobiety	Mężczyźni
Parę razy w roku	75,9	75,8
Bardzo często nawet kilka razy w miesiącu	17,2	21,0
Raz do roku na długi urlop	6,9	3,2

Źródło: badania własne.

Bardzo przybliżone wyniki są w próbie badawczej mężczyzn. Parę razy w roku odwiedza ten obszar 75,8% mężczyzn, na drugim miejscu ze znacznym spadkiem jest odwiedzających Beskid Ślaki nawet kilka razy w miesiącu – 21,0%. Najmniej jest mężczyzn przyjeżdżających tutaj na raz w roku na dłuższy wypoczynek – 3,2% (tab. 7).

Poza częstotliwością przyjazdów ankietowanych bardzo istotnym jest poznanie ich długości pobytu. Połowa wszystkich ankietowanych 51,7% odpowiedziała, że najczęściej przyjeżdżając w Beskid Śląski spędza tu minimum weekend. Natomiast 44,2% osób odpowiadało, że przyjeżdża tylko na jeden dzień (rys 17).

Rysunek 17
Długość pobytu respondentów w Beskidzie Śląskim (w %)



Źródło: badania własne.

Przyglądając się natomiast wynikom z podziałem na płeć w tablicy 8 widać już inne preferencje w każdej z grup. Kobiety najczęściej deklarowały, że spędzają weekend w jednej z wielu miejscowości wypoczynkowych - 58,6% osób. Na drugim miejscu, 37,9% są kobiety wybierające pobyt jednodniowy. Tylko niewielka ilość z ankietowanych kobiet 3,4% odpowiedziało, że wybiera ten obszar na swój dłuższy urlop.

Mężczyźni natomiast w odróżnieniu od kobiet wybierają w przeważającej wielkości pobyt jednodniowy i stanowią 50% osób spośród całej badanej grupy. Osoby deklarujące

spędzenie tutaj weekendów stanowiły 45,2% wszystkich ankietowanych mężczyzn. Ostatnia najmniej liczna grupą są mężczyźni, podobnie jak kobiety, spędzający tutaj minimum jeden tydzień – 4,8% ankietowanych (tab. 8).

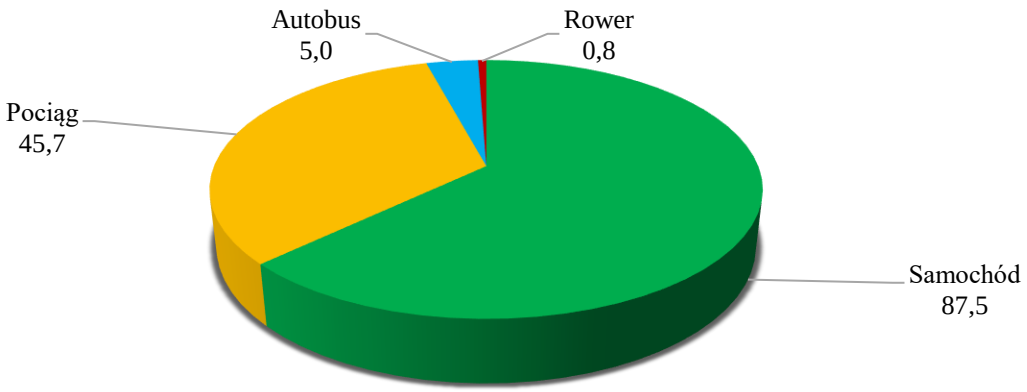
Tablica 8
Długość pobytu respondentów wg płci (w %)

Wyszczególnienie	Kobiety	Mężczyźni
Spędzam tu najczęściej weekend	58,7	45,2
Przyjeżdżam na jeden dzień	37,9	50,0
Dłużej niż jeden tydzień	3,4	4,8

Źródło: badania własne.

Respondenci mogli wybrać jednocześnie kilka odpowiedzi odnoście środka transportu jakim docierają do Beskidu Śląskiego. Dwie z pośród czterech odpowiedzi padały najczęściej wśród badanych (rys. 18).

Rysunek 18
Środek lokomocji wybierany przez respondentów (w %)



Źródło: badania własne.

Na pierwszym miejscu najczęściej był wymieniany samochód, ponieważ aż 87,5% badanych wskazało ten środek transportu. Drugim popularnym sposobem dotarcia do miejsca docelowego jest pociąg wskazany przez 45,7% osób.

Spośród kobiet największa część 82,8% wskazały samochód jako główny środek transportu. Na drugim miejscu znalazł się pociąg wskazany przez 39,7% respondentek. Najmniej popularny wśród pań okazał się autobus i rower (tab. 9).

Tablica 9
Środek lokomocji wybierany przez respondentów wg płci (w %)

Wyszczególnienie	Kobiety	Mężczyźni
Samochód	82,8	91,9
Pociąg	39,7	51,6
Autobus	3,4	6,5
Rower	0	1,6

Źródło: badania własne.

Wśród mężczyzn tak samo jak kobiet najpopularniejszy jest samochód 91,9% badanych go wskazało i na drugim miejscu również znalazł się pociąg wybrany przez 51,6% osób. Również tutaj badani najrzadziej wskazywali autobus i rower (tab. 9).

Respondenci zostali poproszeni o wskazanie czy najczęściej podróżują sami czy też z osobami towarzyszącymi. Prawie taka sama ilość ankietowanych, czyli ok 40% wszystkich badanych wskazała, że podróżuje z rodziną lub z przyjaciółmi. Mniejszością jest odwiedzanie tego obszaru w pojedynkę. Tylko 18,3% osób wskazało taki rodzaj podróżowania (tab. 10).

Tablica 10 obrazuje jak dzieli się to ze względu na płeć. Badanie ankietowe wskazało, że panie najchętniej odwiedzają Beskid Śląski w towarzystwie przyjaciół – 50,0% osób.

Nieco mniej osób, bo 44,8% wskazało rodzinę jako towarzyszy podróży (tab. 10).

Tablica 10
Wybór osób towarzyszących przez respondentów ogółem i wg płci (w %)

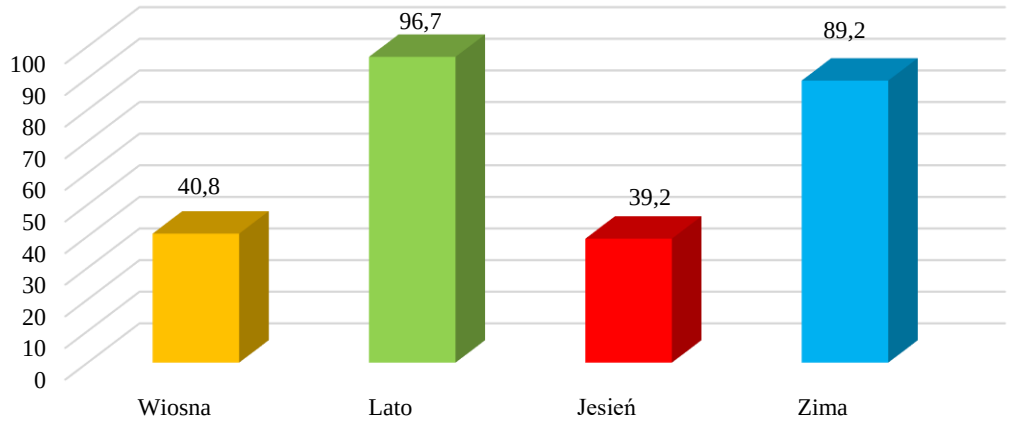
Wyszczególnienie	Ogółem	Kobiety	Mężczyźni
Z przyjaciółmi	41,7	50,0	33,6
Z rodziną	40,0	44,8	35,5
Samemu	18,3	5,2	30,6

Źródło: badania własne.

U mężczyzn natomiast podział jest niemalże po równo we wszystkich trzech odpowiedziach. Panowie najchętniej przybywają z rodziną – 35,5% osób, ma drugim miejscu są podróże w gronie przyjaciół – 33,6% osób, ostatni choć z nie tak dużą różnicą są osoby podróżujące samemu – 30,6% (tab. 10).

Respondenci najczęściej odwiedzają Beskid Śląski latem i zimą (rys. 19).

Rysunek 19
Najchętniej wybierane pory roku przez respondentów (w %)



Źródło: badania własne.

Kobiety wskazywały, że lato jest ich ulubioną porą do odwiedzania górzystych terenów – 94,8% osób. Niemniej zima cieszyła się również uznaniem z ich strony i została wskazana przez 82,8% osób. Najmniej popularne okresy roku, gdzie prawie tyle samo pań wskazało zmniejszoną częstotliwość przyjazdów to wiosna – 44,8% osób i jesień – 43,1% osób (tab. 11).

Odpowiedzi w męskim gronie wyglądały bardzo podobnie. Znacząca większość 98,4% osób wskazywało lato jako ulubioną porę roku. Również zimą obszar ten cieszył się uznaniem mężczyzn – 95,2% osób. I tak jak u kobiet wiosna wskazana przez 37,1% osób oraz jesień 35,5% osób to okresy najmniejszej aktywności turystycznej (tab. 11).

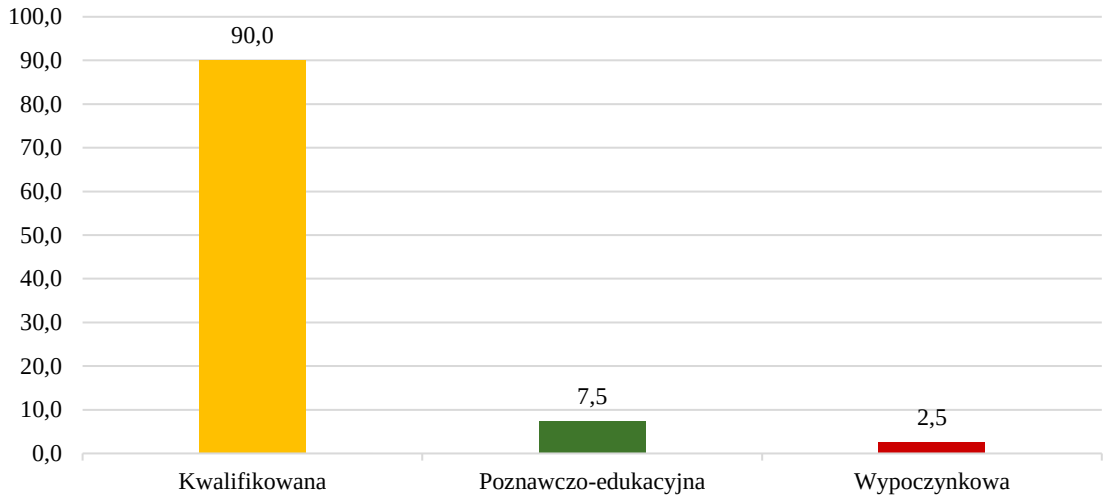
Tablica 11
Najchętniej wybierany pory roku przez respondentów wg płci (w %)

Wyszczególnienie	Kobiety	Mężczyźni
Lato	94,8	98,4
Zima	82,8	95,2
Wiosna	44,8	37,1
Jesień	43,1	35,5

Źródło: badania własne.

Preferowaną forma turystyki wśród ankietowanych była turystyka kwalifikowana wskazywana przez 90,0% wszystkich respondentów. Podczas badania tylko nieliczni ankietowani wskazywali inne formy (rys. 20).

Rysunek 20
Rodzaje turystyki wybierane przez respondentów (w %)



Źródło: badania własne.

Większość kobiet wskazywało aktywny rodzaj wypoczynku jakim jest turystyka kwalifikowana jako ulubiony. O wiele mniejszym zainteresowaniem cieszyły się wśród nich inne rodzaje turystyki (tab. 12).

Mężczyźni natomiast prawie jednogłośnie, bo aż 98,4% wskazywali turystykę kwalifikowaną jako główny rodzaj aktywności w górach (tab. 12).

Tablica 12
Rodzaje turystyki wybierane przez respondentów wg płci (w %)

Wyszczególnienie	Kobiety	Mężczyźni
Kwalifikowana	81,0	98,4
Poznawczo-edukacyjna	13,8	1,6
Wypoczynkowa	5,2	-
Zdrowotna	-	-

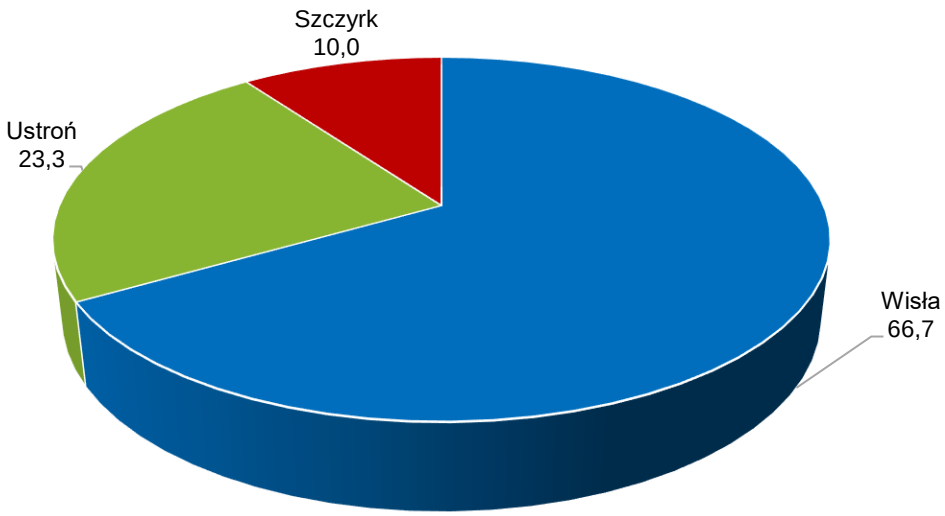
Źródło: badania własne.

Beskid Śląski kojarzony jest głównie z trzema miastami, kurortami wypoczynkowymi. Respondenci poproszeni o wskazanie jakie miasto odwiedza najczęściej ponad połowa osób zaznaczyła, że najczęstszym miastem przez nich odwiedzanym jest Wisła – 66,7% osób. W dalszej kolejności były Ustroń –23,3% osób oraz Szczyrk – 10,0% osób (rys.21).

Dokładnie taki sam podział tych trzech lokacji widać w odpowiedziach z podziałem na płeć. Kobiety wskazywały Wisłę zdecydowanie częściej od pozostałych miejscowości i było to

65,5% osób. Ustroń i Szczyrk znalazł się na pozostałych pozycjach wskazanych odpowiednio przez 25,9% osób i 8,6% osób (tab. 13).

Rysunek 21
Najpopularniejsze miejscowości turystyczne (w %)



Źródło: badania własne.

Mężczyźni oczywiście wskazywali bardzo podobnie. Wisła z zainteresowaniem 67,7% ankietowanych okazała się miastem pierwszego wyboru. Kolejnymi są Ustroń wskazany przez 21,0% osób oraz Szczyrk wspomniany zaledwie przez 11,3% respondentów (tab. 13).

Tablica 13
Popularność miejscowości turystycznych wśród respondentów wg płci (w %)

Wyszczególnienie	Kobiety	Mężczyźni
Wisła	65,5	67,7
Ustroń	25,9	21,0
Szczyrk	8,6	11,3

Źródło: badania własne.

3.3 Ocena oferty przez turystów

Obszar należący do Beskidu Śląskiego jest atrakcyjny dla turystów z wielu powodów. Wśród badanych osób najczęściej padała odpowiedź o ilości szlaków – 83,3% osób, wskazywali również na dobrze skomunikowanie tego obszaru – 74,2% osób oraz bardzo dobrą infrastrukturę dla narciarzy – 64,2% osób (tab. 14).

W grupie kobiet wysoką ocenę zebrał ten obszar ze względu na ilość szlaków w okolicy 75,9% ankietowanych. Panie równie wysoko oceniały obszar ze względu na łatwość dojazdu – 72,4% badanych oraz bogatą ofertę noclegową – 65,5% badanych (tab. 14).

Mężczyźni również wskazywali jako główną zaletę tego regionu jego szlaki turystyczne 90,3% osób. Bardzo wysoko oceniona została łatwość w dostaniu się do miejscowości Beskidu Śląskiego – 77,4% osób. Na trzecim miejscu natomiast w odróżnieniu od kobiet mężczyźni wskazywali bardzo dobrą infrastrukturę, która przyciąga ich do tego regionu – 74,2 osób (tab. 14).

Tablica 14
Ocena atrakcyjności Beskidu Śląskiego przez respondentów ogółem i wg płci (w %)

Wyszczególnienie	Ogółem	Kobiety	Mężczyźni
Ilość szlaków w okolicy	83,3	75,9	90,3
Łatwość dojazdu	75,0	72,4	77,4
Bardzo dobra infrastruktura dla narciarzy	65,0	55,2	74,2
Łatwość w znalezieniu noclegu	55,8	65,5	46,8
Atrakcje turystyczne	22,5	22,4	22,6
Jadę tam, gdzie znajdę miejsce noclegowe	20,0	22,4	17,7
Oczekuję konkretnego standardu i tylko takie miejsca wybieram	5,8	6,9	4,8

Źródło: badania własne.

Respondenci przy wskazywaniu preferencji jakimi kierują się przy wyborze szlaków górskich mieli możliwość wielokrotnego wyboru z proponowanych odpowiedzi. Zdecydowana większość wskazywała na sentyment do konkretnych zakątków 79,2% osób jak również wybierano odpowiedź, że to widoki ich przyciągają 69,2% osób. Ponad połowa wskazywała chęć odwiedzenia i zatrzymania się chociaż na chwilę w schronisku górskim 60,0% (tab. 15).

W obu grupach padały takie same odpowiedzi i tak kobiety najczęściej wskazywały na sentyment, bo aż w 74,1% przypadkach odpowiedzi. Ponad połowa ankietowanych wybierała również widoki jaki cel odwiedzenia konkretnego szlaku 65,5% osób. Nieco mniej osób 55,2% wskazywało na chęć odwiedzenia schronisk górskich (tab. 15).

Mężczyźni odpowiadali w taki sam sposób tylko procentowość ich odpowiedzi jest znacznie większa. Na pierwszym miejscu z przeważającą ilością wskazań jest również sentyment, ale jak widać wskazywany był częściej niż u kobiet, bo aż 83,9% ankietowanych. Kolejnymi odpowiedziami przy wyborze szlaku były widoki 72,6% ankietowanych oraz chęć odwiedzenia schronisk górskich - 62,9% osób, która u mężczyzn równiej jest znacząco większą atrakcją niż u kobiet (tab. 15).

Tablica 15
Preferencje przy wyborze szlaku górskiego przez respondentów ogółem i wg płci (w %)

Wyszczególnienie	Ogółem	Kobiety	Mężczyźni
Mam sentyment do konkretnych szlaków i lubię do nich wracać	79,2	74,1	83,9
Widokami	69,2	65,5	72,6
Odwiedzeniem schronisk górskich	59,2	55,2	62,9
Każdym szlakiem wędruje tylko raz, ponieważ chcę ich pokonać jak najwięcej	30,8	31,0	30,6
Żeby szlak nie był zbyt długi	11,7	12,1	11,3
Bliską lokalizacją do pociągu, autobusu	6,7	3,4	9,7

Źródło: badania własne.

W pytaniu o powody wyboru stoku narciarskiego padały najczęściej trzy odpowiedzi. Badanych najczęściej determinuje możliwość nabycia jednego skipassu na kilka stoków naraz – 60,8% osób. Łatwość dojazdu oraz ilość stoków w okolicy było wskazywane dokładnie tyle samo razy przez respondentów, a mianowicie przez 60,8% z nich (tab. 16).

W odpowiedziach kobiet i mężczyzn widać, że proporcje są różne. Kobiety oceniają atrakcyjność stoku poprzez możliwość nabycia jednego skipassu – 58,6%. Atrakcyjnym dla pań jest również przy wyborze stoku łatwość dojazdu – 56,9% osób oraz ilość stoków jaka znajduje się w okolicy – 53,4% (tab. 16).

Odpowiedzi mężczyzn wskazują, że atrakcyjność stoków zależy od ich ilości w okolicy 67,7% ankietowanych tak odpowiedziało. Kolejnym punktem przy wyborze stoków narciarskich u mężczyzn jest możliwość nabycia jednego skipassu – 66,1% osób. Oceniając atrakcyjność stoku mężczyźni wskazywali również sposób dojazdu do niego – 64,5% osób (tab. 16).

Ankietowani mieli wypowiedzieć się na temat schronisk górskich i ocenić swoje powody ich odwiedzania. Wyniki w tym pytaniu były bardzo zbliżone. Największą ilość wskazań miała odpowiedź, że traktuje je jako atrakcję podczas wędrówki górskiej – 62,5% badanych. Ponad połowa osób – 60,0% badanych wskazało, że jest to miejsce odpoczynku

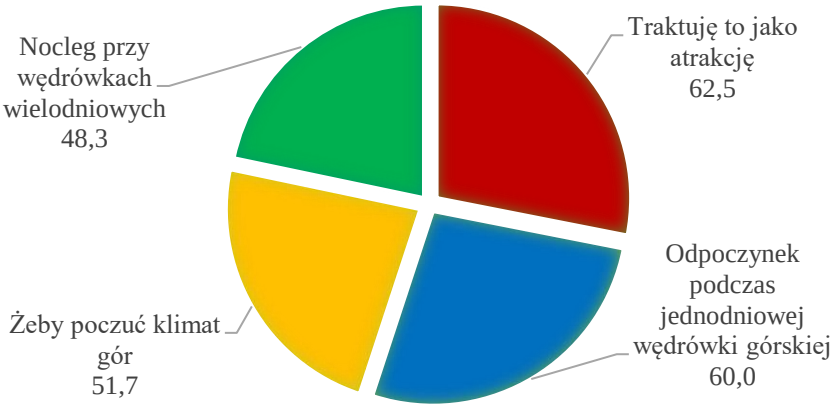
podczas górskiej wyprawy. Według 51,7% schroniska górskie są miejscem, które oddaje ducha gór i mogą tutaj poczuć ich klimat (rys. 22).

Tablica 16
Ocena stoków narciarskich przez respondentów ogółem i wg płci (w %)

Wyszczególnienie	Ogółem	Kobiety	Mężczyźni
Czy można nabyć jeden skipass na kilka stoków na raz	62,5	58,6	66,1
Ile stoków jest w okolicy	60,8	53,4	67,7
Łatwością dojazdu	60,8	56,9	64,5
Wybieram je przypadkowo	53,3	48,3	58,1
Jak daleko jest do noclegu	38,3	48,3	29,0
Nie mam preferencji przy wyborze jadę tam, gdzie jest miejsce noclegowe	11,7	19,0	4,8

Źródło: badania własne.

Rysunek 22
Powody wizyt respondentów w schroniskach górskich (w %)



Źródło: badania własne.

Respondentki przy ocenie powodów odwiedzenia schronisk wskazywały dwie odpowiedzi taką samą ilość razy, a mianowicie odpoczynek podczas jednodniowej wędrówki oraz jako atrakcję gór - 55,2%. Powodem, który uzyskał ponad połowę odpowiedzi – 51,7% osób – było skorzystanie z noclegu podczas wędrówki górskiej (tab. 17).

Traktowanie schronisk górskich jako atrakcji regionu to najczęstsza odpowiedź u mężczyzn – 69,4%. Pragnienie poczucia klimatu gór oraz odpoczynek podczas jednodniowej

wędrówki to ocena schronisk górskich mężczyzna jaka padła taką samą ilość razy a mianowicie 64,5% odpowiedzi (tab. 17).

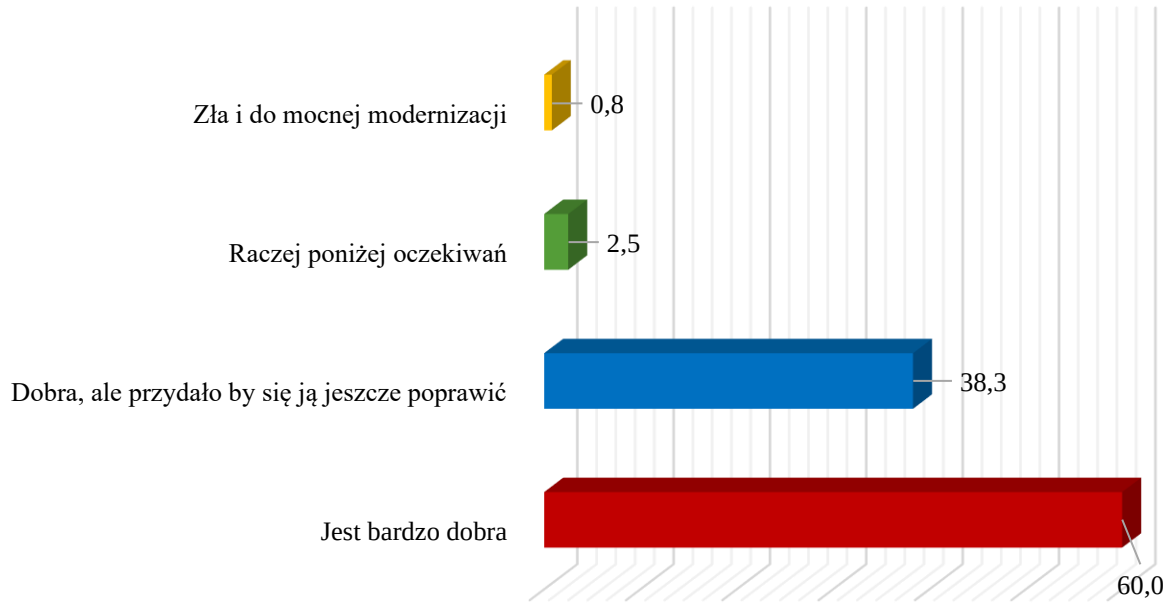
Tablica 17
Powody wizyt respondentów w schroniskach górskich wg płci (w %)

Wyszczególnienie	Kobiety	Mężczyźni
Traktuję to jako atrakcję	55,2	69,4
Odpoczynek podczas jednodniowej wędrówki górskiej	55,2	64,5
Żeby poczuć klimat gór	37,9	64,5
Nocleg przy wędrówkach wielodniowych	51,7	45,2

Źródło: badania własne.

Po poznaniu oceny i powodów odwiedzin schronisk górskich ankietowani zostali poproszeni o ocenę infrastruktury dla narciarzy. Wyniki podzieliły się praktycznie tylko między dwoma odpowiedziami rysunek 23. Zdecydowana większość ankietowanych wskazała, że kurorty narciarskie w tym regionie naszego kraju stoi na bardzo wysokim poziomie – 60,0% osób. Na poprawę lub modyfikację wskazało 38,3% (rys. 23).

Rysunek 23
Ocena infrastruktury dla narciarzy przez respondentów (w %)



Źródło: badania własne.

56,9% kobiet wskazywało, że ich zdaniem infrastruktura jest w bardzo dobrym staniem, a 43,1% kobiet uważa, że po mimo dobrego jej stanu jest jeszcze pole do jej poprawy (tab. 18).

Mężczyźni częściej wskazywali na bardzo dobry stan całego zaplecza przeznaczonego dla narciarzy – 62,9% co jest wynikiem większym w porównaniu do sumy wszystkich ankiet. Na poprawę wskazało 37,1% mężczyzn co pokazuje ich mniejszy krytycyzm w porównaniu do pań (tab. 18).

Tablica 18
Ocena infrastruktury dla narciarzy przez respondentów wg płci (w %)

Wyszczególnienie	Kobiety	Mężczyźni
Jest bardzo dobra	56,9	62,9
Dobra, ale przydało by się ją jeszcze poprawić	43,1	33,9
Raczej poniżej oczekiwań	1,7	3,2
Zła i do mocnej modernizacji	-	1,6

Źródło: badania własne.

Respondenci zostali poproszeni o ocenę oferty turystycznej w pięciu kategoriach. Skala ocen została oznaczona od 1 do 5 gdzie 1 to ocena bardzo zła, a 5 to ocena bardzo dobra. Ze wszystkich kategorii od oceny większość ankietowanych najwyżej oceniło szlaki górskie, a dokładniej ich oznaczenie i średnia ich ocen to 4,77. Drugą kategorią najwyżej ocenianą były same miejscowości turystyczne, pozytywnie oceniło je 62,0% osób co przełożyło się na średnią ocenę na poziomie 4,50. Stoki ze średnią ocen na poziomie 4,35 są trzecią najwyżej ocenianą kategorią spośród możliwych (tab. 19).

Tablica 19
Średnie oceny respondentów ogółem i wg płci (w %)

Wyszczególnienie	Ogółem	Respondenci wg płci	
		Kobiety	Mężczyźni
Szlaki górskie (ich oznaczenie)	4,77	4,72	4,81
Miejscowości turystyczne w górach	4,50	4,53	4,47
Stoki narciarskie	4,35	4,21	4,48
Schroniska górskie - baza noclegowa	4,32	4,28	4,35
Schroniska górskie - ceny za noclegi	3,93	3,88	3,98
Schroniska górskie - wyżywienie	3,88	3,88	3,87
Schroniska górskie - ceny posiłków	2,92	2,84	2,98

Źródło: badania własne.

Przeglądając wyniki poszczególnych grup osób z podziałem na płeć to kobiety w przeważającej części – 77,6% osób bardzo dobrze ocenia szlaki turystyczne Beskidu Śląskiego, a znacznie mniej, bo tylko 19,0% uważa je za dobre. Średnia ocena pań w tej kategorii to 4,72 (tab. 19).

Kategoria schronisk górskich była podzielona na 4 rodzaje. I tak w kwestii samej bazy – jej wyposażenia i dostępności – w większości przypadków panie wystawiły ocenę dobrą – 51,7% osób, trochę mniej bardzo dobrą – 39,7% osób. Jest to najwyżej oceniana kategoria wśród wszystkich skupiających się na schroniskach górskich ze średnią oceną 4,32 (tab. 19).

Ceny za noclegi zostały ocenione już nieco słabiej, a mianowicie 50,0% kobiet uważa ceny za odpowiednie. Prawie taka sama ilość odpowiedzi dotyczyła oceny bardzo dobrej – 22,4% osób, jaki i oceny średniej – 20,7%. Średnia ocen pokazuje średnie zadowolenie w tej kategorii – 3,88 (tab. 19).

Wyżywienie w schroniskach uzyskało średnią ocenę u pań na poziomie 3,88. Wynik ten pokazuje, że respondentki uważają, że jest dobrze natomiast jest tu pole do poprawy.

W kwestii cen wygląda to już inaczej, ponieważ 43,1% osób uważa, że ceny są wysokie, lecz nie przekraczają granicy rozsądku. Negatywnie zdanie w tej kwestii ma 36,2% ankietowanych i uważa ceny za wysokie. Jest to kategoria najniżej oceniana przez kobiety ze średnim wynikiem na poziomie 2,84 (tab. 19).

Stoki narciarskie były przez panie ocenione wysoko i aż 44,8% osób uważa je za dobrze przygotowane, a 39,7% osób jest wręcz bardzo z nich zadowolona (tab. 19).

Miejscowości turystyczne wśród kobiet uzyskały drugi wynik wśród wszystkich ocen ze średnią 4,53. Bardzo pozytywnie wypowiedziało się o nich 63,8% kobiet, a czwórkę wystawiło 26,9% odwiedzających je pań (tab. 19).

Mężczyźni tak samo jak kobiety wystawili najwyższą ocenę dla samych szlaków górskich. Średnia ocen panów to 4,81 (tab. 19).

Okazali oni natomiast większą aprobatę przy ocenie stoków narciarskich i tak 53,2% z nich oceniło je bardzo wysoko, a 41,9% wysoko co przełożyło się na wyższy średni wynik z ich ocen od pań. Wynik na poziomie 4,48 powoduje, że ta kategoria wśród panów zajmuje drugie miejsce (tab. 19).

Przy ocenie samych miejscowości turystycznych podobnie do kobiet, 58,1% panów wystawiło piątkę oraz na czwórkę zasłużyły te miejscowości według 30,6% badanych mężczyzn. Jest to trzecia najwyżej oceniana kategoria przez panów (tab. 19).

Baza noclegowa natomiast przez mężczyzn jest lepiej oceniana, ponieważ 51,6% osób oceniało ja na piątkę, a czwórkę wystawiło 33,9% osób (tab. 19).

Ceny za noclegi były oceniane przez panów podobnie jak przez kobiety i tak 41,9% osób uważali je za dobre, a 30,6% za bardzo dobre. Za ani za wysokie, ani za niskie uważało je 22,6% osób (tab. 19).

Za bardzo smaczne posiłki uważało 37,1% mężczyzn i jednocześnie za smaczne uważało 30,6% osób. Te wyniki są bardzo zbliżone do ocen kobiet co widać również po średniej ocenie 3,87 (tab. 19).

Panowie oceniając ceny posiłków wyraziło swoją opinię, że ich poziom jest średni - 51,6% osób, czyli nie są zbyt wygórowane natomiast mogłyby być nieco niższe. Jednocześnie podobna ilość ankietowanych odpowiedziała, że ceny są odpowiednie –16,1% osób oraz zbyt wysokie – 14,1% osób. Również przez panów była to najniżej oceniana kategoria ze średnią 2,98 (tab. 19).

Reasumując, wyniki badań pokazują stałą atrakcyjność regionu wśród turystów. Beskid Śląski jest cały czas w oczach osób go odwiedzających miejscem, które jest w stanie zaspokoić ich potrzeby. Duża część odpowiedzi pokazywała na przywiązanie do regionu i stałe jego odwiedzanie. Turyści w większości wypowiadali się pochlebnie na temat infrastruktury turystycznej tego obszaru.

ZAKOŃCZENIE

Turystyka jako dziedzina naukowa zajmuje się badaniem powodów przemieszczania się ludzi. Wielu autorów pragnie zakwalifikować poszczególne ruchy turystyczne natomiast należy zauważyć, że przez swój złożony charakter nie można tego zrobić w jednych konkretnych ramach. Jak wielu autorów tak wiele podziałów i klasyfikacji. Jest to również sfera ekonomiczna będąca jednym z większych zastrzyków gotówki dla budżetów miast i regionów. Nauka, która dynamicznie się zmienia i musi stale dostosowywać się do nowych trendów i potrzeb ludzi. Zmiany w niej zachodzące wpływają na rozwój obszarów turystycznych.

Jako że tereny górskie na ogół są trudno dostępne należy tak udoskonalać infrastrukturę, aby z jednej strony zapewnić większą dostępność dla turystów. Z drugiej strony należy dbać o środowisko naturalne i w jak najmniejszym stopniu w nie ingerować. Przy modernizacji należy pamiętać o wielu rodzajach turystyki i dostosowywać ofertę w taki sposób, by była atrakcyjna dla wszystkich, bez względu na wiek czy płeć.

W turystyce każdy szuka czegoś dla siebie i kieruje się różnymi motywami od chęci wypoczynku czy potrzeby leczenia, ucieczki od codzienności lub potrzebie przeżycia czegoś ekstremalnego. Dziedzina ta daje również możliwość spędzenia czasu z rodziną i przyjaciółmi, poznawania innych kultur. Poza tym daje ludziom możliwość rozwoju, poprzez poszerzenie horyzontów i poznanie innych kultur. Każdy człowiek ma różne potrzeby i dziedzina ta dba o zrealizowanie jak największej ich ilości.

Praca skupia się na Beskidzie Śląskim. Jest to najbardziej rozpoznawalny region i najczęściej odwiedzany przez turystów. Wiele osób zagląda tutaj, aby powędrować po górach, oddać się zimowemu szaleństwu na stoku, skorzystać z oferty leczniczej czy po prostu pobyć z dala od wielkich miast i odprężyć się. Natomiast ile z tych wszystkich osób zastanowiła się nad przeszłością tego regionu. Śląsk Cieszyński był krainą, której pragnęło wiele królów. Atrakcyjność tego regionu była związana z jego szlakami handlowymi. Dzięki nim rozwinął się i przykuwał coraz większą uwagę różnych narodów. Polska po wielu próbach w końcu uzyskała prawa do części tego bogactwa.

Przez wieki Beskid przyciągał podróżników, dlatego też cały czas dostosowywał się do potrzeb ludzi go odwiedzających. Jego rozkwit i rozwój widać na kartach historii. Każdy naród, który go posiadał korzystał z jego dobrodziejstw i jednocześnie dokładał coś od siebie, dlatego też widać tutaj bogactwo kultur.

Obecnie jest to miejsce zapewniające wiele atrakcji. Każdy znajdzie tu coś dla siebie. Infrastruktura cały czas podlega modernizacjom, aby odpowiadać na zmieniające się trendy w turystyce.

W pracy zostały przedstawione wyniki badań ankietowych przeprowadzone na grupie 120 osób. Były to osoby w różnym wieku, wykształceniu i pozycji społecznej. Badania pokazują jak wielkim zainteresowaniem cieszy się ten obszar, ponieważ aż 75,8 % wszystkich badanych deklarowało, że przyjeżdża tu nawet kilka razy w roku. Jednocześnie wszystkie te wyjazdy połączone są najczęściej z weekendowym wypoczynkiem, gdzie wypowiedziało się tak 51.7% osób. Jednodniowe wycieczki w górskie tereny jest atrakcyjne dla 44,2% ankietowanych.

Obszar ten jest bardzo dobrze skomunikowany i daje możliwość dotarcia samochodem co deklarowało 87,5% badanych oraz pociągiem, na który wybór padł przez 45,7% osób. Wyjazdy ankietowanych powiązane był ze spędzeniem czasu z przyjaciółmi w 41,7% przypadków oraz rodziną 40,0%.

Pora roku nie ma znaczenia przy tak dobrze rozwiniętej infrastrukturze komunikacyjnej. Najczęściej odwiedzany jest ten obszar w porach roku, gdzie zlokalizowane są ferie i wakacje i tak latem odwiedziło go 96,7% badanych, a zimą 89,2%. W większości czas ten był spędzony na turystyce kwalifikowanej co deklarowało 90,0% osób.

Perła Beskidu cieszyła się największym zainteresowaniem, bo aż 66,7% osób wybiera Wisłę jako cel swojej podróży.

Ankietowani wypowiedzieli się bardzo pozytywnie o atrakcjach jakie ofertuje ten zakątek. 83,3% osób pozytywnie ocenia go za szlaki górskie. 75% badanych chwali go za łatwość dojazdu. 60,8% badanych cieszy się z dostępności stoków narciarskich.

Badania pokazują, że wystarczy jedna wizyta, żeby zakochać się w tym regionie i wracać tu z sentymentu co czyni aż 79,2% osób. Przyciąga on również widokami, które są ważne dla 69,2% badanych. Atrakcją dla turystów są liczne tutaj schroniska górskie. 62,5% badanych często odwiedza te kilkudziesięciu letnie budowle.

Ankietowani wystawili bardzo wysokie oceny w pięciu stopniowej skali. I tak ze średnią oceną 4,77 chwalą szlaki górskie, 4,50 same miejscowości turystyczne, 4,35 stoki narciarskie oraz 4,32 schroniska górskie.

Badania pokazały, że region jest cały czas atrakcyjny i rozwija się w dobrym kierunku. Cały czas przyciąga turystów, a dla wielu jest więc obowiązkowym punktem w planowaniu czasu wolnego. Tak jak za czasów królów, tak też obecnie i pewnie przez następne dziesięciolecia będzie przyciągał do siebie turystów.

SPIS TABLIC

Tablica 1 Motywacje przy wyborze turystyki 14
Tablica 2 Motywy turystyczne 145
Tablica 3 Czynniki rozwoju turystyki 18
Tablica 4 Wykształcenie respondentów wg płci (w %) 42
Tablica 5 Respondenci wg miasta zamieszkania i płci (w %) 43
Tablica 6 Wynagrodzenie respondentów wg płci (w %) 44
Tablica 7 Częstotliwość przyjazdów do Beskidu Śląskiego wg płci respondentów (w %) 45
Tablica 8 Długość pobytu respondentów wg płci (w %) 47
Tablica 9 Środek lokomocji wybierany przez respondentów wg płci (w %) 48
Tablica 10 Wybór osób towarzyszących przez respondentów ogółem i wg płci (w %) 48
Tablica 11 Najchętniej wybierany pory roku przez respondentów wg płci (w %) 49
Tablica 12 Rodzaje turystyki wybierane przez respondentów wg płci (w %) 50
Tablica 13 Popularność miejscowości turystycznych wśród respondentów wg płci (w %) 51
Tablica 14 Ocena atrakcyjności Beskidu Śląskiego przez respondentów ogółem i wg płci (w %) 52
Tablica 15 Preferencje przy wyborze szlaku górskiego przez respondentów ogółem i wg płci (w %) 53
Tablica 16 Ocena stoków narciarskich przez respondentów ogółem i wg płci (w %) 54
Tablica 17 Powody wizyt respondentów w schroniskach górskich wg płci (w %) 55
Tablica 18 Ocena infrastruktury dla narciarzy przez respondentów wg płci (w %) 56
Tablica 19 Średnie oceny respondentów ogółem i wg płci (w %) 56

SPIS RYSUNKÓW

Rysunek 1 Podstawowe formy turystyki wg UNWTO 10
Rysunek 2 Kwalifikacja turystyki 11
Rysunek 3 Kryteria podziału turystyki 16
Rysunek 4 Autostrady i drogi ekspresowe w Polsce 19
Rysunek 5 Parki narodowe w Polsce. 212
Rysunek 6 Mapa Księstwa Cieszyńskiego 24
Rysunek 7 Mapa Śląska Austriackiego XVIII w. 26
Rysunek 8 Schronisko na Stożku 29
Rysunek 9 Szlaki górskie Beskidu Śląskiego 34
Rysunek 10 Stoki narciarskie Beskidu Śląskiego 38
Rysunek 11 Publikacja ankiety na stronie miłośników Beskidu Śląskiego. 40
Rysunek 12 Respondenci wg płci (w %) 41
Rysunek 13 Respondenci wg wieku (w %) 41
Rysunek 14 Respondenci wg wykształcenia (w %) 42
Rysunek 15 Wynagrodzenia respondentów (w %) 44
Rysunek 16 Częstotliwość wyjazdów do Beskidu Śląskiego (w %) 45
Rysunek 17 Długość pobytu respondentów w Beskidzie Śląskim (w %) 46
Rysunek 18 Środek lokomocji wybierany przez respondentów (w %) 47
Rysunek 19 Najchętniej wybierane pory roku przez respondentów (w %) 49
Rysunek 20 Rodzaje turystyki wybierane przez respondentów (w %) 50
Rysunek 21 Najpopularniejsze miejscowości turystyczne (w %) 51
Rysunek 22 Powody wizyt respondentów w schroniskach górskich (w %) 54
Rysunek 23 Ocena infrastruktury dla narciarzy przez respondentów (w %) 55

BIBLIOGRAFIA

1. Balińska A., Sieczko A., Zawada J.: Turystyka. Wybrane zagadnienia. Difin, Warszawa 2014
2. Barański M.: Beskid Śląski. Rewasz, Warszawa 2008
3. Biernat E., Dziedzic E.: Trendy w turystyce. SGH, Warszawa 2017
4. Biesik T., Schroniska górskie na starej pocztówce i fotografii. Logos, Bielsko-Biała, 2004
5. Borne H., Doliński A., Organizacja turystyki. WSiP, Warszawa 1998
6. Czerwiński J.: Podstawy Turystyki. CeDeWu, Warszawa 2015
7. Cymańska-Garbowska B., Steblik-Wlaźlak B.: Podstawy turystyki. Turystyka. WSiP, Warszawa 2014
8. Cymańska-Grabowska B., Steblik-Wlaźlak B.: Usługi turystyczne. REA, Warszawa 2008
9. Cymańska-Grabowska B., Steblik-Wlaźlak B.: Turystyka. Tom I Podstawy turystyki. WSiP, Warszawa 2015
10. Czerwiński J.: Podstawy turystyki. WSB, Wrocław-Poznań 2011
11. Dzieje Śląska Cieszyńskiego od zarania do czasów współczesnych, Panic, t. 1–2, Cieszyn 2009–2010
12. Gołembski G.: Kompendium wiedzy o turystyce. PWN, Warszawa 2010
13. Gaworecki W. W.: Turystyka. PWE, Warszawa 2010
14. Kaczmarek R., Górny Śląsk, Encyklopedia Województwa Śląskiego. Instytut Badań Regionalnych Biblioteki Śląskiej, t. 1, 2014
15. Kompendium pilota wycieczek. Red. Z. Kruczka. Proksenia, Kraków 2005
16. Kompendium wiedzy o turystyce. Red. G. Gołembskiego. WN PWN, Warszawa 2006
17. Kowalczyk A., Ferek M.: Zagospodarowanie turystyczne. PWN, Warszawa 2010
18. Kozak M.W.: Turystyka i polityka turystyczna, a rozwój: między starym, a nowym paradygmatem. Scholar, Warszawa 2009
19. Kurek W.: Turystyka. PWN, Warszawa 2007
20. Leszka G.: Podstawy turystyki. WSiP, Warszawa 2013
21. Makowska-Iskierka M.: Badania nad turystyką jeden cel, różne podejścia. Warsztaty z geografii turyzmu. Tom 6. Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 2015
22. Middelton V.T.C.: Marketing w turystyce. PART, Warszawa 1996
23. Mika M.: Turystyka, a przemiany środowiska przyrodniczego Beskidu Śląskiego. Instytut Geografii i Gospodarki Przestrzennej Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2004

24. Nowak K., Polski ruch narodowy na Śląsku Austriackim. Encyklopedia Województwa Śląskiego. Instytut Badań Regionalnych Biblioteki Śląskiej, t. 1, 2014
25. Panasiuk A.: Ekonomia Turystyki. Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2006
26. Panasiuk A.: Rynek turystyczny. Studium strukturalne. Difin, Warszawa 2014
27. Popularna Encyklopedia Powszechna. Tom 18. Red. J. Pieszczachowicz. Fogra, Kraków 1997
28. Podróżuj z Pascalem. Red. J. Hess. Pascal, Bielsko-Biała 2009
29. Polska. Najpiękniejsze miejsca. Red. P. Zalewski. Fenix, Bełchatów 2016
30. Przecławski K.: Człowiek, a turystyka. Zarys socjologii turystycznej. Albis, Kraków 2004
31. Fedyk W., Cieplik J., Smolarski T., Gruszka I.: Atrakcyjność turystyczna i komercjalizacja wybranych obiektów turystycznych w opinii specjalistycznej grupy konsumentów. AWF, Wrocław 2014
32. Sikora J.: Agroturystyka. Przedsiębiorczość na obszarach wiejskich. C.H. Beck, Warszawa 2012
33. Szewczuk W.: Beskid Śląski i okolice. Przewodnik po atrakcjach turystycznych. Compass, Kraków 2017
34. Terminologia turystyczna. Zalecenia WTO, ONZ-WTO, UKFiT, Warszawa 1995
35. Turystyczna Encyklopedia Polski. Red. M. Krygier. Pascal, Bielsko-Biała 2009
36. Uwarunkowania i plany rozwoju turystyki. Tom XIV. Rozwój badań geograficznych nad turystyką. Red. Z. Młynarczuk, A. Zajadacz. Boguski Wydawnictwo Naukowe, Poznań 2015
37. Wierba W., Zygmańska B., Figiel S.: Beskid Śląski przewodnik górski. Pascal, Bielsko-Biała 2007
38. Zmyślony P.: Partnerstwo i przywództwo w regionie turystycznym. Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej, Poznań 2008
39. Zmyślony P., Niezgoda A.: Popyt turystyczny. Uwarunkowania i perspektywy rozwoju. Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Poznaniu, Poznań 2003
40. http://beskidslaski.pl/
41. https://dziennikzachodni.pl
42. http://edus.ibrbs.pl
43. https://encyklopedia.pwn.pl
44. https://mapa-turystyczna.pl
45. https://polska-org.pl
46. https://plus.dziennikzachodni.pl

47. http://soszow.1000lecie.pl/
48. http://www.blatnia.pl
49. http://www.e-kurort.pl
50. http://www.facebook.com
51. https://www.kozia.pl
52. http://www.ktg.hg.pl
53. http://www.naszakgp.pl
54. http://www.poczet.com
55. https://www.sanatoria.com.pl
56. http://www.skrzyczne.szczyrk.pl
57. http://www.stecowka.pl
58. https://www.tvn24.pl
59. http://www.schroniskoklimczok.com.pl
60. http://www.szyndzielnia.com.pl