

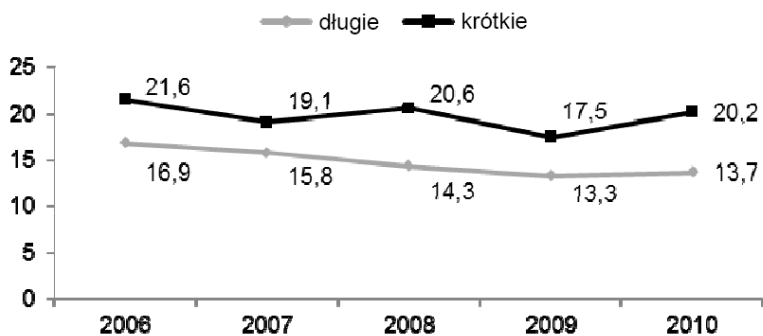
Piotr Gabryjończyk

Katedra Ekonomiki Edukacji, Komunikowania i Doradztwa
Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie

Struktura wydatków osób zwiedzających zabytki militarne (na przykładzie Wilczego Szańca w Gierłozę)

Wstęp

Ostatnie dwie dekady historii Polski to okres znacznych przemian, nie tylko politycznych czy gospodarczych, ale także społecznych i obyczajowych. Ich skutkiem są powszechnie już dziś zauważane zjawiska, takie jak wzrost ludzkiej mobilności, korzystanie z zakładów gastronomicznych w miejsce samodzielnego przygotowywania posiłków, pojawienie się mody na poszukiwanie nowych atrakcji i przeżyć czy odchodzenie od długich wyjazdów wakacyjnych na rzecz krótszego, ale częstszego wypoczynku. Ilustracją tego ostatniego zjawiska są zaszły w latach 2006–2010 zmiany w liczbie krótkich (2–4 dni) i długich (powyżej 4 dni) podróży krajowych (rys. 1).



Rysunek 1

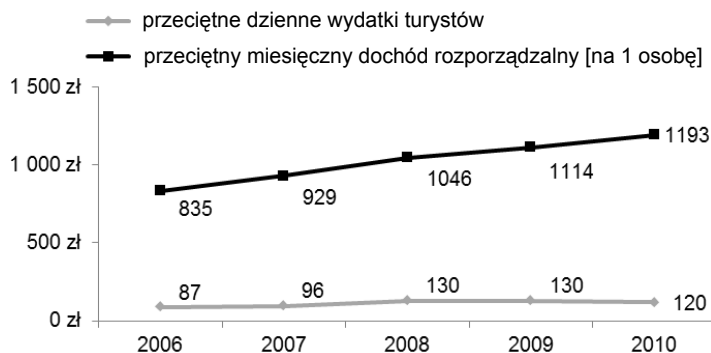
Liczba krótko- i długookresowych podróży w Polsce w latach 2006–2010 [mln]

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych Instytutu Turystyki.

W przypadku tych drugich znacznie bardziej widoczny jest trend spadkowy, spowodowany nie tylko skutkami trwającego od 2007 r. kryzysu finansowego. Kryzys ten przełożył się także na znaczące zmniejszenie się liczby podróży krót-

kookresowych (zwłaszcza w 2009 r.), ale było to załamanie chwilowe, co można wnioskować po wynikach z 2010 r., kiedy to liczba krótkich wyjazdów zwiększyła się o ponad 15% względem roku poprzedniego (liczba wyjazdów długich wzrosła odpowiednio tylko o 3%). Potwierdzeniem opisywanego zjawiska jest także to, iż w analizowanym okresie udział podróży krótkookresowych w podróżach ogółem uległ zwiększeniu z 56 do blisko 60%.

W okresie 2006–2010 zmianom podlegały także przeciętne wydatki, ponoszone przez turystów każdego dnia wyjazdu, jak również osiągane przez nich dochody – relację obu tych kategorii przedstawiono na wykresie (rys. 2).



Rysunek 2

Dzienne wydatki turystów krajowych oraz przeciętny miesięczny dochód rozporządzalny na 1 osobę w latach 2006-2010 [zł]

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych Instytutu Turystyki i BDL.

Wyraźnie zauważalny w kategorii przeciętnego miesięcznego dochodu rozporządzalnego na 1 osobę stały trend rosnący nie przekłada się w analizowanym okresie tak wyraźnie na wzrost przeciętnych dziennych wydatków turystów, które od 2008 r. utrzymują się na stałym poziomie. Zapewne jest to także skutek wspomnianego już kryzysu i wywołanej nim konieczności redukcji wydatków, w pierwszej kolejności dotyczącej właśnie kwestii wypoczynku wakacyjnego¹.

Obiektami, które mają znaczny potencjał, by przyciągnąć uwagę turystów oraz stać się pełnowartościowymi atrakcjami turystycznymi², są niewątpliwie różnorodne fortyfikacje (zwłaszcza w kontekście coraz większej popularności tzw. militarnej turystyki kulturowej, która opiera się właśnie na wszelkiej spu-

¹ <http://www.agro.e-bmp.pl/co-wzrasta-w-kryzysie,4659,art.html>

² Ich powstanie opiera się na 2 podstawowych czynnikach, mianowicie zaistnieniu waloru (czyli docenionego przez turystów zasobu) oraz utworzeniu związanego z nim zagospodarowania turystycznego. Z. Kruczek 2003: Polska. Geografia atrakcji turystycznych. Wyd. Proksenia, Kraków, s. 273–274; A. Jackowski, J. Warszńska 1978: Podstawy geografii turystyki. PWN, Warszawa, s. 27–28.

ściźnie wojskowej i wojennej³). Ekspertki szacują liczbę obiektów fortyfikacyjnych w Polsce (ze wszystkich epok) na aż ok. 16 tysięcy, nic więc dziwnego, że nasz kraj często bywa nazywany przez osoby zajmujące się tematyką sztuki obronnej „europejskim skansenem sztuki fortyfikacyjnej”⁴. Część schronów, z racji swej unikalności technicznej lub historycznej, doczekała się zagospodarowania i udostępnienia turystycznego. Takim przykładem jest znajdujący się w Gierłozie (gm. Kętrzyn, woj. warmińsko-mazurskie), pochodzący z czasów drugiej wojny światowej, Wilczy Szaniec.

Rys historyczny

Wilczy Szaniec, główna kwatera Hitlera (*Führerhauptquartier Wolfschanze*) w ówczesnych Prusach Wschodnich⁵, powstał jako stanowisko dowodzenia na potrzeby przygotowywanej od 1940 r. wojny z ZSRR. Prace budowlane podjęto jesienią 1940 r. i w ich efekcie do końca 1941 r. powstał zajmujący 2,5 km² kompleks schronów żelbetonowych, obiektów ceglanych i drewnianych, podzielony na 3 (później 4) strefy bezpieczeństwa (w położonej pośrodku strefie I umieszczono schron Hitlera i innych oficjeli niemieckich oraz schrony dowodzenia)⁶. Kwaterę rozbudowywano niemal do końca niemieckiej obecności w Prusach Wschodnich (w sumie wykonano ok. 80 żelbetonowych schronów, w tym 7 schronów ciężkich⁷) – przykładowo aż do listopada 1944 r. trwały prace nad wzmocnieniem schronu Hitlera (w ich efekcie schron ten osiągnął monumentalne rozmiary 36 metrów długości, 16 szerokości i 11 wysokości, a grubość jego ścian wynosiła od 5 do 8 metrów)⁸. Kres wykorzystania budowli nastąpił w trzeciej dekadzie stycznia 1945 r. – wtedy to wycofujący się Niemcy wysadzili większość obiektów (w tym wszystkie schrony główne) w powietrze⁹.

³ Wg von Rohrscheidta, są to „podróże turystyczne mające za cel uzyskanie osobistego doświadczenia lub edukację, w których istotną częścią programu, decydującą o podjęciu podróży lub udziale w niej, jest zwiedzanie miejsc i obiektów o charakterze obronnym lub związanych z dziejami konfliktów zbrojnych, a także wojska i uzbrojenia, dowódców i żołnierzy”. T. Jędrusiak, A. Mikos von Rohrscheidt 2011: *Militarna turystyka kulturowa*. Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa, s. 14.

⁴ Ibidem, s. 9.

⁵ R.M. Jurga, H.W. Kaufmann, J.E. Kaufmann 2011: *Fortyfikacje Trzeciej Rzeszy*. Wyd. Rebis, Poznań, s. 241.

⁶ R.M. Jurga 2010: *Fortyfikacje III Rzeszy w rysunkach przestrzennych*. Wyd. Carbo Media, Zielona Góra, s. 212.

⁷ W. Rużewicz 2006: *Fortyfikacje nowożytnie Prus Wschodnich*. Wyd. Biuro Odkryć, Łódź, s. 124.

⁸ J. Chorzępa 2005: *Fortyfikacje. Przewodnik po Polsce*. Wyd. Carta Blanca, Warszawa-Gdańsk, s. 90; W. Rużewicz: *op.cit.*, s. 123.

⁹ W. Rużewicz: *op.cit.*, s. 124–125.

Z kwaterą wiązą się wojenne dzieje Adolfa Hitlera, który przebywał w niej (z przerwami) od czerwca 1941 r. do 20.11.1944 r.¹⁰. Najbardziej znanym wydarzeniem z tego okresu, szeroko rozpropagowanym po wojnie przez historiografię, literaturę oraz kinematografię, był nieudany zamach na jego życie, którego 20.07.1944 r. dokonał pułkownik Claus von Stauffenberg¹¹.

W 1946 r. teren kwatery przejęło Wojsko Polskie, które aż do 1955 r. rozminowywało otaczającą ją podczas wojny pola minowe (w sumie usunięto ponad 65 tys. min)¹². Dopiero w drugiej połowie lat 50. teren przekazano miejscowemu nadleśnictwu, które udostępniło kwaterę do zwiedzania.

Obecnie terenem kwatery zarządza Wilcze Gniazdo j.v. Sp. z o.o. Udostępnione do zwiedzania są pozostałości obiektów znajdujących się pierwotnie w strefie I (z drobnymi wyjątkami w postaci adaptacji działania w kierunku ich rewaloryzacji polegają wyłącznie na utrzymywaniu stanu¹³), w pobliżu których powstało najbardziej rozbudowane w Polsce przy tego typu atrakcjach zaplecze turystyczne (parking wraz z małą infrastrukturą, toalety, pole namiotowe, hotel, restauracja i punkt gastronomiczny, sklepy z publikacjami i pamiątkami oraz miejsca z dodatkowymi atrakcjami, gdzie można skorzystać ze strzelnicy lub odbyć przejażdżkę historycznym pojazdem). Ruiny schronów można oglądać indywidualnie bądź, za dodatkową opłatą, z przewodnikiem. Co roku teren kwatery odwiedza ok. 200 tys. turystów, z czego blisko połowę stanowią obcokrajowcy (większość z nich to Niemcy).

Materiał i metody badawcze

Przy tworzeniu artykułu wykorzystano zarówno wtórne, jak i pierwotne źródła badawcze. Wśród tych pierwszych najważniejszą rolę odegrała analiza materiałów źródłowych (wybrane pozycje literatury fachowej z zakresu krajoznawstwa, architektury obronnej i turystyki, opracowania kartograficzne i foldery) oraz stron internetowych. Wykorzystano także dane statystyczne umieszczone w Banku Danych Lokalnych GUS oraz wybrane wyniki badań Instytutu Turystyki.

Źródło pierwotne stanowiły samodzielnie przeprowadzone badania (w lecie 2012 r.), w których zastosowano metodę sondażową z wykorzystaniem

¹⁰ N. Short 2010: *The Führer's headquarters. Hitler's command bunkers 1939–45*. Osprey Publishing, Oxford, s. 47–52.

¹¹ J. Zduniak: *Wilczy Szaniec i inne kwatery wojenne Hitlera. Twierdza Giżycka*. Przewodnik. Wyd. Kengraf, Kętrzyn, s. 50–58.

¹² W. Ruzewicz: *op.cit.*, s. 126.

¹³ J. Bogdanowski 2002: *Architektura obronna w krajobrazie Polski. Od Biskupina po Westerplatte*. Wyd. Naukowe PWN, Warszawa-Kraków, s. 200–208.

techniki ankiety, bazującej na własnoręcznie wykonanym kwestionariuszu. Kwestionariusz ten adresowany był do turystów krajowych odwiedzających teren Wilczego Szańca. Próba badawcza liczyła 101 losowo dobranych osób (co 3. zwiedzający). Wśród przebadanych zdecydowaną większość (ponad 66%) stanowili mężczyźni. Pod względem wiekowym najliczniejsze grupy respondentów stanowiły osoby w wieku 26–35 lat (ponad 36% badanych) oraz 36–45 lat (prawie 25%). Mniej liczne były grupy z przedziałów 20–25 lat (blisko 18%) oraz 46–55 lat (niemal 11%). Najmniej respondentów liczyły skrajne przedziały wiekowe – odpowiednio tylko niespełna 5 i 4% w przedziałach 56–65 lat oraz mniej niż 20 lat, zupełnie zaś marginalna była liczba respondentów powyżej 65. roku życia (1%). Prawie połowa ankietowanych (49,5%) jako miejsce stałego zamieszkania podawała duże miasto (powyżej 100 tys. mieszkańców), drugim pod względem liczby wskazań były ośrodki miejskie liczące od 10 do 50 tys. osób (blisko 23%). Mniej licznie reprezentowane były miasta o liczebności od 50 do 100 tys. i poniżej 10 tys. mieszkańców (odpowiednio niemal 10 i 6%). Z terenów wiejskich pochodziło prawie 12% respondentów. Najliczniejsze grupy ankietowanych pochodziły z województw: mazowieckiego (prawie 25%), dolnośląskiego (blisko 12%) oraz pomorskiego, wielkopolskiego i kujawsko-pomorskiego (po 8% wskazań). Najmniej licznie były zaś reprezentowane województwa opolskie i świętokrzyskie (po 1% wskazań) oraz podkarpackie, lubelskie i zachodniopomorskie (po 2% wskazań).

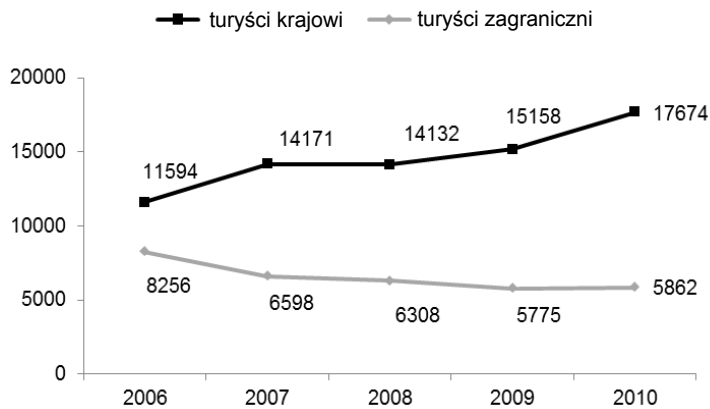
Uzupełnieniem techniki ankiety były wywiad z przedstawicielem lokalnego nadleśnictwa (Srokowo) oraz administratora trasy turystycznej, a także obserwacje własne.

Wyniki badań i dyskusja

W ciągu analizowanych 5 lat liczba podróży turystów krajowych do woj. warmińsko-mazurskiego utrzymywała się na zbliżonym poziomie ok. 2,1 mln rocznie. Zmianie ulegała jednak liczba podróży turystów zagranicznych, która w tym okresie zmniejszyła się aż o połowę, z 0,8 do 0,4 mln¹⁴. Trend ten widać także przy zestawieniach osób korzystających z noclegów w obiektach zbiorowego zakwaterowania w poszczególnych powiatach. Dla powiatu kętrzyńskiego statystykę tę przedstawiono na rysunku 3.

Zauważalny trend wzrostowy ogólnej liczby turystów w powiecie bazuje na ciągłym przyroście liczby turystów krajowych, która zwiększyła się w analizowanym okresie o ponad 50%. Kompensuje on proces stałego zmniejsz-

¹⁴ <http://www.intur.com.pl>



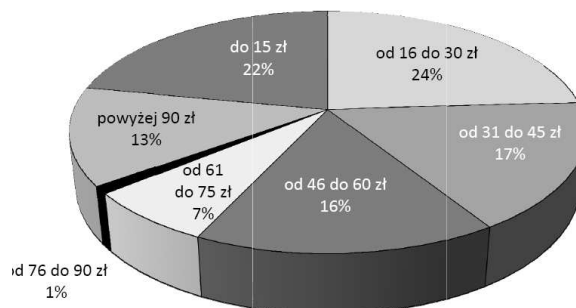
Rysunek 3

Liczba turystów krajowych i zagranicznych korzystających z noclegów w obiektach zbiorowego zakwaterowania w powiecie kętrzyńskim

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS.

szania się liczby nocujących na terenie powiatu turystów zagranicznych, którzy w 2010 r. stanowili tylko nieco ponad 70% liczby odnotowanej w 2006 r. Można zatem wnioskować, iż coraz mniej obcokrajowców decyduje się na pobyt w obiektach zbiorowego zakwaterowania na terenie powiatu.

Celem przeprowadzonego badania było poznanie wielkości i struktury wydatków ponoszonych przez turystów zwiedzających zabytki militarne (na przykładzie Wilczego Szańca). Analizę uzyskanych z próby badawczej wyników należy zacząć od prezentacji wielkości wydatkowanych w ramach zwiedzania kwot (rys. 4).



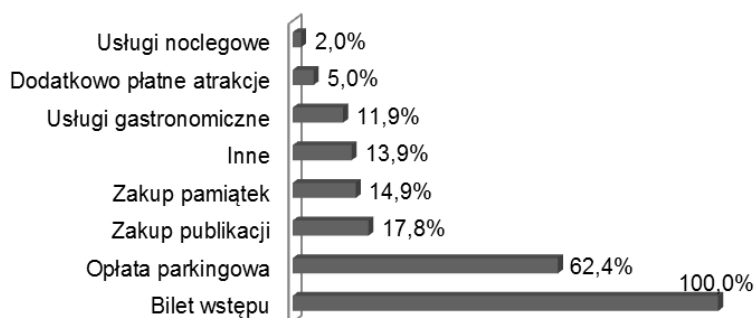
Rysunek 4

Wielkość wydatków turystów zwiedzających Wilczy Szaniec [zł]

Źródło: Opracowanie własne.

Wydatki niemal $\frac{2}{3}$ ankieterowanych plasowały się w jednym z trzech najniższych przedziałów, przy czym aż ponad 45% z nich zmieściło się w kwocie do 30 zł. Zaledwie co 5. respondent deklarował wydatek większy niż 60 zł, przy czym w tej grupie główny udział miały osoby z najwyższego możliwego do zaznaczenia przedziału (powyżej 90 zł). Podział taki determinowany jest przede wszystkim cenami podstawowych elementów, bez kupna których nie można zwiedzić danej atrakcji, a mianowicie biletu wstępu (w cenie 15 i 10 zł, zależnie od przysługujących zniżek) oraz obowiązkowej opłaty parkingowej (10 zł za samochód osobowy), i automatycznie pokazuje też, iż niemal połowa przebadanych osób ograniczyła się wyłącznie do wykupu tylko tych niezbędnych rzeczy. Analogicznie, co zostanie jeszcze wykazane, większe wydatki sugerują korzystanie z dostępnego w Wilczym Szańcu zaplecza handlowo-usługowego. Podział ten jest także zrozumiały w kontekście przytoczonych już danych o przeciętnych dziennych wydatkach turystów w trakcie podróży krajowych – opłata podstawowych, umożliwiających zwiedzanie usług, stanowi aż ok. 20% przeciętnego dziennego budżetu turysty.

Strukturę wydatków przebadanych turystów przedstawiono na rysunku 5.



Rysunek 5

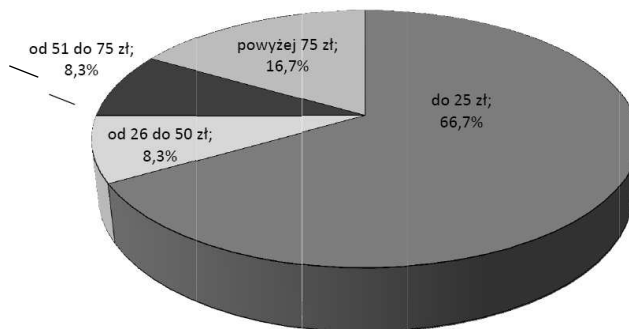
Struktura wydatków turystów zwiedzających Wilczy Szaniec

Źródło: Opracowanie własne.

Wszyscy ankieterowani deklarowali zakup biletu (co nie musiało być oczywiste, albowiem częste były przypadki podawania wielokrotnionych kwot ceny pojedynczej wejściówki w ramach tej kategorii, co świadczy o tym, iż niektóre osoby kupowały więcej niż jeden bilet, np. ojcowie rodzin), a niemal $\frac{2}{3}$ uiszczalo opłatę parkingową. Duży udział tej drugiej kategorii można wytłumaczyć faktem, iż opłata taka pobierana jest od wszystkich pojazdów (także rowerów i motocykli), a Wilczy Szaniec położony jest z dala od siedzib ludzkich i dotrzeć tu można jedynie autobusem lokalnej komunikacji samochodowej; osoby, które nie dokonały takiego wydatku, musiały dostać się na teren kwatery w ten właśnie sposób lub z kimś trzecim, kto taką opłatę uiścił. Zaledwie co

trzeci zwiedzający dokonał zakupu publikacji lub pamiątki, i to pomimo istnienia aż trzech miejsc, w których jest taka możliwość. Prawdopodobnie wynika to z wysokich cen oferowanych przedmiotów, znacznie przekraczających oczekiwane w tym zakresie standardy (przykładowo te same publikacje są na terenie kwatery o ok. 100% droższe niż w kętrzyńskiej Informacji Turystycznej). Niespełna 15% respondentów zdecydowało się na dodatkową opłatę za przewodnika (były to wszystkie wskazania w kategorii „Inne”) i to także zapewne podyktowane było dużym kosztem dodatkowym, podnoszącym cenę zwiedzania o 300% względem samego biletu – z opcji takiej korzystano głównie w większych grupach rodzinnych lub znajomych, albo tworzonych z turystów indywidualnych na potrzeby chwili. Marginalny udział we wskazaniach miały usługi noclegowe (zaledwie dwóch respondentów skorzystało z noclegów na terenie kwatery, miejsce to jest bardziej popularne wśród obcokrajowców) i dodatkowo płatne atrakcje (5 ankietowanych), co może o tyle dziwić, że część z nich (strzelnica czy możliwość zrobienia sobie zdjęć w mundurach z epoki) była dostępna w dość przystępnej cenie ($\frac{1}{3}$ lub $\frac{2}{3}$ ceny biletu) – prawdopodobnie po prostu nie wydały się więc one ankietowanym zbyt interesujące. Mniej więcej co 10. respondent korzystał z usług gastronomicznych – tej kategorii zostanie poświęcona dalsza część analizy.

Wielkość wydatków na usługi gastronomiczne w przebadanej próbie przedstawiono na rysunku 6.



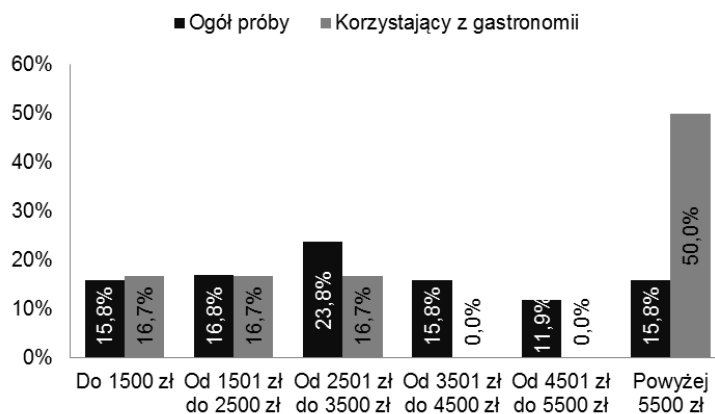
Rysunek 6

Wielkość wydatków na usługi gastronomiczne [zł]

Źródło: Opracowanie własne.

Zdecydowana większość ankietowanych, którzy skorzystali z usług gastronomicznych, przeznaczyła na ten cel zaledwie do 25 zł, a więc zrobiła niewielkie zakupy, prawdopodobnie w postaci napojów. Dodatkowo średni wydatek na gastronomię w całej grupie wynosił niewiele ponad 37 zł, a więc mieścił się w jed-

nym z dwóch niższych przedziałów. Jeśli dodatkowo tę statystykę podkreśli się tym, iż średni wydatek na usługi gastronomiczne wśród całej przebadanej próby wyniósł niespełna 4,5 zł na osobę, to widać, iż usługi te nie cieszą się zbyt dużym powodzeniem wśród turystów. Niejako potwierdzeniem tego stanu rzeczy jest to, iż miejscowe punkty gastronomiczne, w tym restauracja, mimo ciągłego funkcjonowania hotelu, poza sezonem działają tylko po kilka godzin dziennie, dużo krócej niż latem. Wy tłumaczeniem tego zjawiska, poza sezonowością, jest także to, iż są one w dużym stopniu nastawione na klientelę z zasobniejszym portfelem, a zwłaszcza na obcokrajowców, co ma swoje wyraźne odbicie w cenach serwowanych napojów i potraw. Z tego względu właśnie większość korzystających na terenie kwatery z gastronomii osób decyduje się na drobny zakup w postaci kawy, piwa czy innych napojów, rezygnując jednak z potraw (często, co można było łatwo zaobserwować podczas badań lub rozmów z respondentami, ceny powodują rezygnację z jakiegokolwiek zakupu, i to mimo początkowego dużego zainteresowania ofertą restauracji). Spostrzeżenia te potwierdza podział korzystających z usług gastronomicznych względem deklarowanych przez nich dochodów i relacja tak określonej struktury do tych samych danych uzyskanych z ogółu próby, przedstawiona na rysunku 7.



Rysunek 7

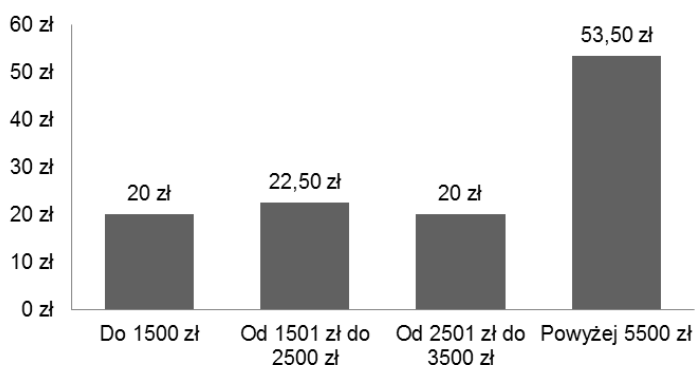
Podział ogółu respondentów i grupy korzystających z gastronomii względem miesięcznego dochodu brutto

Źródło: Opracowanie własne.

Jak można zauważyć, o ile w przypadku pierwszych kategorii dochodowych procentowy udział jednej i drugiej grupy był zbliżony, to w przypadku kategorii największego dochodu widać już bardzo wyraźną różnicę – w całej próbie tylko co szósty ankietowany posiadał dochód powyżej 5,5 tys. zł, a w grupie korzystających z usług gastronomicznych była to aż co druga osoba. Relację tę widać

także przy obliczeniu stosunku liczby osób korzystających z gastronomii do liczby niedeklarujących takich wydatków w ramach poszczególnych kategorii dochodowych – tylko w kategorii powyżej 5,5 tys. zł udział ten wynosi aż 37,5%, podczas gdy w pozostałych, gdzie pojawiły się obie grupy respondentów, waha się od 8,5 do 12,5%. Statystyka ta zatem wyraźnie wskazuje, co jest głównym wyznacznikiem wydatków w tym zakresie.

Ostatecznym potwierdzeniem dokonanych wcześniej analiz jest relacja wielkości średnich wydatków na gastronomię do deklarowanych dochodów, co przedstawiono na rysunku 8.



Rysunek 8

Wielkość średnich wydatków na usługi gastronomiczne w zależności od deklarowanego miesięcznego dochodu brutto [zł]

Źródło: Opracowanie własne.

W przypadku kategorii najwyższego dochodu wyraźnie zatem zauważalna jest różnica w wielkości wydatków dokonywanych na usługi gastronomiczne – o ile w pozostałych przedziałach dochodowych kształtują się one na dość wyrównanym poziomie, to tutaj wzrastają gwałtownie, o ponad 150%. Stanowi to zatem kolejny dowód na to, iż to właśnie wysokość dochodu jest czynnikiem decydującym o szerokim korzystaniu z usług gastronomicznych w Wilczym Szańcu.

Podsumowanie i wnioski

W opracowaniu zaprezentowano wyniki badań dotyczących wielkości i struktury wydatków dokonywanych przez turystów odwiedzających zamieniony na atrakcję turystyczną obiekt fortyfikacji nowożytnej (Wilczy Szaniec w Gierłozie). Szczególną uwagę poświęcono analizie wydatków na usługi ga-

stronomiczne, albowiem bez nich żaden nie tylko turysta, ale i człowiek, nie jest w stanie funkcjonować, nie tylko podczas wypoczynku.

Z przeprowadzonych badań wynika, iż większość osób odwiedzających Wilczy Szaniec ogranicza się do zakupu jedynie takich elementów lokalnej oferty, bez których nie mieliby w ogóle możliwości poznania (zwiedzenia) tej atrakcji (wstęp, parking), wszystkie zaś pozostałe, dodatkowo oferowane rzeczy lub usługi znajdują kilkakrotnie mniej nabywców. Gdzie leży przyczyna takiego stanu rzeczy? Niewątpliwie, co wykazano dokładnie na przykładzie gastronomii, czynnikiem decydującym jest tutaj wysoka cena, która skutecznie zniechęca potencjalnych klientów. Gdyby nie ona, prawdopodobnie znacznie więcej osób skorzystałoby z opcji zakupu publikacji (zwłaszcza że sama trasa nie jest wyposażona w niemal żadne informacje na temat oglądanych obiektów!) i pamiątek czy możliwości odpoczynku i wzmocnienia sił posiłkiem po dość długim spacerze w terenie leśnym (zwiedzanie trwa ok. 1–1,5 godziny). Fakt ten potwierdza statystyka dochodów osób korzystających z usług gastronomicznych, wśród których aż połowa dysponowała najwyższym ujętym w badaniu dochodem i to właśnie tylko przedstawiciele tej grupy dokonywali rzeczywiście znaczących wydatków na jedzenie i napoje.

Nie wolno zapomnieć, że Wilczy Szaniec jest miejscem specyficznym, w którym skupia się ruch turystów zagranicznych – z badań Instytutu Turystyki wynika, iż ich przeciętne dzienne wydatki w trakcie pobytu w Polsce w okresie 2006–2010 są, zależnie od roku, większe o ok. 50–90% niż wydatki turystów krajowych¹⁵. Dysproporcja ta utrzymuje się na poziomie ok. 80% w ciągu ostatnich trzech lat, czemu służy także w miarę stabilny kurs dolara¹⁶. Nastawienie na portfele obcokrajowców jest więc zapewne powodem narzucenia wysokich cen za pamiątki czy usługi gastronomiczne¹⁷. Powoduje to jednak automatycznie swoistą dyskryminację turystów krajowych, a tym samym skutecznie zniechęca ich do korzystania z takiej oferty i w efekcie ogranicza możliwości zbytu.

Pod względem rozbudowy zaplecza usługowego Wilczy Szaniec stanowi najbardziej rozwiniętą atrakcję turystyczną wśród XX-wiecznych obiektów fortyfikacji nowożytnej. Trzeba jednak zadać sobie pytanie: czy przyjęta tu polityka cenowa jest rzeczywiście słuszna i pozwala w pełni wykorzystać istniejący tu potencjał? Niewątpliwie prawie każdy administrator dowolnej

¹⁵ <http://www.intur.com.pl>

¹⁶ http://www.nbp.pl/home.aspx?f=/kursy/kursy_archiwum.html

¹⁷ Wydatki na te dwie kategorie pokrywają ok 40% wszystkich wydatków ponoszonych przez turystów zagranicznych na terenie Polski; http://d1dmfej9n5lgmh.cloudfront.net/msport/article_attachments/attachments/9789/original/Zagraniczna_turystyka_przyjazdowa_w_2010.pdf?1334719051

polskiej atrakcji turystycznej wieszowałby sobie takiej liczby zagranicznych odwiedzających, jaka zjawia się w Wilczym Szańcu, i nie ma w tym niczego dziwnego, bo wiąże się z tym ogromne korzyści. Należy jednak pamiętać, że w takim jednokierunkowym cenowo myśleniu, spychającym turystów krajowych na drugi plan, tkwi groźna pułapka, mogąca znacząco ich zniechęcić i w rezultacie zmniejszyć ich liczbę – ma to zwłaszcza znaczenie w kontekście przytaczanych statystyk liczby podróży i noclegów, jasno wskazujących na kierunki zmian liczebności grup krajowych i zagranicznych turystów w woj. warmińsko-mazurskim i powiecie kętrzyńskim. Powinno być to zatem przestrogą dla zarządców Wilczego Szańca – oby wizja zbyt szybkiego wzrostu zysków nie zaprowadziła ich w konsekwencji w ślepią – i pustą – uliczkę.

Literatura

- BOGDANOWSKI J. 2002: *Architektura obronna w krajobrazie Polski. Od Biskupina po Westerplatte*. Wyd. Naukowe PWN, Warszawa-Kraków.
- CHORZEPA J. 2005: *Fortyfikacje. Przewodnik po Polsce*. Wyd. Carta Blanca, Warszawa-Gdańsk.
- http://d1dmfej9n5lgmh.cloudfront.net/msport/article_attachments/attachments/9789/original/Zagraniczna_turystyka_przyjazdowa_w_2010.pdf?1334719051
- <http://www.agro.e-bmp.pl/co-wzrasta-w-kryzysie,4659,art.html>
- <http://www.intur.com.pl>
- http://www.nbp.pl/home.aspx?f=/kursy/kursy_archiwum.html
- <http://www.stat.gov.pl/bdl>
- <http://www.stat.gov.pl/olsz>
- JACKOWSKI A., WARSZYŃSKA J. 1978: *Podstawy geografii turystyki*. PWN, Warszawa.
- JĘDRYSIAK T., MIKOS von ROHRSCHEIDT A. 2011: *Militarna turystyka kulturowa*. Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa.
- JURGA R.M. 2010: *Fortyfikacje III Rzeszy w rysunkach przestrzennych*. Wyd. Carbo Media, Zielona Góra.
- JURGA R.M., KAUFMANN H.W., KAUFMANN J.E. 2011: *Fortyfikacje Trzeciej Rzeszy*. Wyd. Rebis, Poznań.
- KRUCZEK Z. 2003: *Polska. Geografia atrakcji turystycznych*. Wyd. Proksenia, Kraków.
- RUŻEWICZ W. 2006: *Fortyfikacje nowożytne Prus Wschodnich*. Wyd. Biuro Odkryć, Łódź.
- SHORT N. 2010: *The Führer's headquarters. Hitler's command bunkers 1939–45*. Osprey Publishing, Oxford.
- ZDUNIAK J. 2003: *Wilczy Szaniec i inne kwatery wojenne Hitlera. Twierdza Giżycka*. Przewodnik. Wyd. Kengraf, Kętrzyn.