



# KRAJOBRAZ PO MISTRZOSTWACH EUROPY 2012



*IWONA NIEDZIÓŁKA*



# **TOURISM SECTOR IN POLAND AFTER EURO 2012**

## **SEKTOR USŁUG TURYSTYCZNYCH W POLSCE PO EURO 2012**

**mgr Iwona Niedziółka**

Wyższa Szkoła Gospodarki Euroregionalnej  
im. Alcide De Gasperi w Józefowie  
iwona@wsge.edu.pl

### **ABSTRACTS**

The article presents tourism sector in Poland after the European Football Championships Euro 2012. The purpose of this article is to examine the extent to which this sporting event had an impact on the Polish tourist market. The author presents the current situation of the tourism industry by using statistical data from the Central Statistical Office and the document of Polish Tourist Organization Marketing Strategy in Poland in the tourism sector for the years 2012-2020. Afterwards, the article presents information on the flow of tourists during championship and economic data associated with the event, such as the balance of payments, employment, exchange rate fluctuations and the multiplier effect. Finally forecasts for the development of tourism in Poland after the event are presented.

Artykuł przedstawia sektor usług turystycznych w Polsce po zorganizowanych Mistrzostwach Europy w Piłce Nożnej UEFA EURO 2012. Celem artykułu jest zbadanie, w jakim zakresie to sportowe wydarzenie miało wpływ na polski rynek turystyczny. Autorka przedstawia obecną sytuację w branży turystycznej, wykorzystując dane z Głównego Urzędu Statystycznego oraz Polskiej Organizacji Turystycznej zawarte w Marketingowej strategii Polski w sektorze turystyki na lata 2012–2020. Następnie zaprezentowane zostały informacje dotyczące przyływu turystów na mistrzostwa oraz dane ekonomiczne związane z samym wydarzeniem, takie jak bilans płatniczy, zatrudnienie, wahania kursowe oraz efekt mnożnikowy. Na zakończenie zostały przedstawione prognozy dotyczące rozwoju turystyki w Polsce, powiązane ze zorganizowanym wydarzeniem.

**KEY WORDS:**

*Tourism, sport, economy, economical growth, promotion*

*turystyka, sport, gospodarka, wzrost gospodarczy, promocja*

**SEKTOR USŁUG TURYSTYCZNYCH W POLSCE**

Intensywny rozwój turystyki powoduje, że odgrywa ona istotną rolę w generowaniu wzrostu gospodarczego i zatrudnienia w krajach Unii Europejskiej. Dziedzina ta staje się coraz ważniejszym rodzajem działalności w gospodarce także w naszym kraju.

Europa jest celem numer jeden wypraw turystycznych – 42 procent turystów na świecie wybiera Europę jako miejsce swoich wakacji. W 2007 roku stary kontynent odwiedziło 380 milionów międzynarodowych turystów, 70 proc. z nich pochodziło z krajów europejskich, a pozostałe 30 – spoza Europy. W 2006 r. w Unii Europejskiej zarejestrowanych było 1,8 milionów przedsiębiorstw działających w sektorze turystycznym. Na tę grupę składały się: biura podróży, restauracje, kawiarnie oraz branża noclegowa. 90 procent wszystkich firm turystycznych UE znajduje się w krajach „starej Unii”. Jeśli chodzi o nowe państwa (państwa, które dołączyły do UE w 2004 roku i później), ponad 50 procent działalności turystycznej skupione jest w Polsce i Czechach (Toruńska Agencja Rozwoju Regionalnego SA, 2010).

Zgodnie ze stanem na 31 lipca 2011 r. w Polsce było zarejestrowanych 7039 obiektów zbiorowego zakwaterowania, w których znajdowało się 606,2 tys. miejsc noclegowych. Ponadto w obiektach turystycznych zakwaterowania zbiorowego wykazano 7408 placówek gastronomicznych, to jest o siedem jednostek mniej niż w roku poprzednim. Największą grupę stanowiły restauracje, następnie bary i kawiarnie, stołówki oraz punkty gastronomiczne (czyli smażalnie, pijalnie, lodziarnie itp.). Baza kwater agroturystycznych i pokoi gościnnych liczyła 22,8 tys. podmiotów, które dysponowały łącznie 309,1 tys. miejsc noclegowych w tym kwaterami agroturystycznymi oraz pokojami gościnnymi. (GUS, 2012).

W porównaniu do innych krajów UE w Polsce od 2007 roku odnotowuje się coroczny wzrost turystycznych obiektów zbiorowego zakwaterowania. W 2010 roku przyrost bazy noclegowej stanowił 3,1 procent, co plasuje Polskę na piątym miejscu wśród 27 krajów członkowskich. Pod względem liczby w Polsce zlokalizowanych jest o połowę mniej obiektów noclegowych, niż wynosi średnia unijna (ponad 16 900 obiektów przypa-

dających na państwo członkowskie).

Sektor turystyczny w Polsce dynamicznie się rozwija także dzięki programom pomocowym współfinansowanym przez Unię Europejską. Zgodnie z danymi Polskiej Organizacji Turystycznej ponad 330 mln złotych pochodzących ze środków unijnych wydano do końca października 2012 roku na inwestycje turystyczne w ramach programu Innowacyjna Gospodarka na lata 2007–2013. Inwestycje te są realizowane m.in. przez samorządy, organizacje pozarządowe, izby gospodarcze, fundacje, przedsiębiorców starających się o dofinansowanie na produkty turystyczne o znaczeniu ponadregionalnym. Na ten cel zostało przeznaczone 138 mln euro (Polska turystyka wykorzystwała ponad 330 milionów złotych ze środków unijnych, 2012). Ponadto branża turystyczna wykorzystuje fundusze unijne wydawane na cele związane z ochroną środowiska (por. Sitek, 2007).

Analiza SWOT turystyki zagranicznej przyjazdowej Polski przeprowadzonej przez Polską Organizację Turystyczną w 2011 roku jako największą zaletę wskazała poprawiający się stan bazy hotelowej, z nowoczesnymi obiektami o lepszym standardzie. Wykazano także, że mocną stroną jest poprawiający się stan komunikacji lotniczej oraz funkcjonowanie kraju w ramach stabilnych struktur międzynarodowych. Doceniono tym samym przynależność Polski do ONZ, UE oraz NATO. Podkreśla się także m.in. bogactwo dziedzictwa historyczno-kulturowego, walory naturalne Polski, polską gościnność, dobry stan gospodarki.

Na niekorzyść Polski przemawiają ciągle jeszcze słabe wskaźniki stanu bazy hotelowej, zły stan infrastruktury transportowej, brak bezpośrednio skomunikowania Polski z obszarami poza Europą. Ponadto podkreśla się zbyt niskie zaangażowanie w promocję polskiej turystyki przedsiębiorstw i innych podmiotów spoza branży, które też mogą odczuć wzrost popytu ze strony zagranicznych turystów. Brak jest zrozumienia potrzeb turystów zagranicznych przez zarządzających atrakcjami, co wiąże się także z opieszałością w tworzeniu interesujących kalendarzy wydarzeń oraz ich niedostateczną promocją. Sektor turystyczny jest niewystarczająco skomercjalizowany i brak partnerstwa publiczno-prywatnego.

Perspektywę rozwoju dostrzega się głównie w rozległych i intensywnych związkach etnicznych. Wiele szans rozwoju przyjazdowej turystyki zagranicznej Polski upatruje się w położeniu Polski i w związku kraju z UE. Wchodzą tu w grę takie czynniki jak: wspieranie przez UE promocji Europy, wzrost zainteresowania turystyką do Europy wśród mieszkańców innych regionów świata, zwiększenie i aktywności turystycznej miesz-

kańców „nowej Europy”, pozytywny wizerunek Polski po Mistrzostwach Europy w Piłce Nożnej Euro 2012. Katalizatorem rozwoju turystycznego Polski jest także rozwój infrastruktury lotniczej, kolejowej, drogowej oraz tzw. konferencyjnej.

Dobrym symptomem jest analiza zagrożeń dla branży turystycznej Polski. Większość niebezpieczeństw wynika nie bezpośrednio z niedoskonałości sektora, ale z otoczenia: pogorszenie globalnej koniunktury gospodarczej, wzrost kosztów transportu, poprawa konkurencyjności innych rynków recepcyjnych, silne oczekiwania niskiej ceny, niekorzystne kursy walut, niestabilność tanich linii lotniczych. Zagrożenia wynikające ze słabości wewnętrznych to głównie: spadek wydatków samorządów na promocję oraz utrzymujący się zatamizowany rynek usługodawców (Walas B, 2011, s.72)

### **SEKTOR TURYSTYCZNY W CZASIE EURO 2012 W POLSCE**

Kiedy 18 kwietnia 2007 roku Komitet Wykonawczy UEFA zdecydował się przyznać organizację Mistrzostw Europy w Piłce Nożnej Euro 2012 Polsce i Ukrainie, pojawiło się wiele głosów, że organizacja tak znaczącego wydarzenia sportowego przyczyni się do wzrostu gospodarczego Polski. Największe nadzieje wiązano z rozwojem i modernizacją infrastruktury transportowej (drogi, koleje, lotniska, transport publiczny) i ze zwiększeniem wydatków na infrastrukturę sportową (głównie budowa lub rozbudowa stadionów w miastach gospodarczych). Ponadto oczekiwano, że organizacja Euro 2012 wpłynie na zwiększenie wpływów od turystów zagranicznych nie tylko w 2012, ale i w przyszłych latach, co będzie miało bezpośrednie przełożenie na rozwój branży hotelarskiej, ośrodków rekreacyjnych i kulturalnych oraz wzmocni wizerunek Polski jako kraju przyjaznego i atrakcyjnego dla turysty – obcokrajowca.

Rozwój turystyki ma zarówno ekonomiczne, jak i pozaekonomiczne aspekty, takie jak rozwój socjokulturowy, promocja wizerunku kraju, konsekwencje edukacyjne i ekologiczne. Najlepiej jednak policzalny jest efekt gospodarczy. Można wyróżnić specyficzne dziedziny, w których turystyka może przyspieszać bądź hamować rozwój (Richard, David, 2002, s. 90):

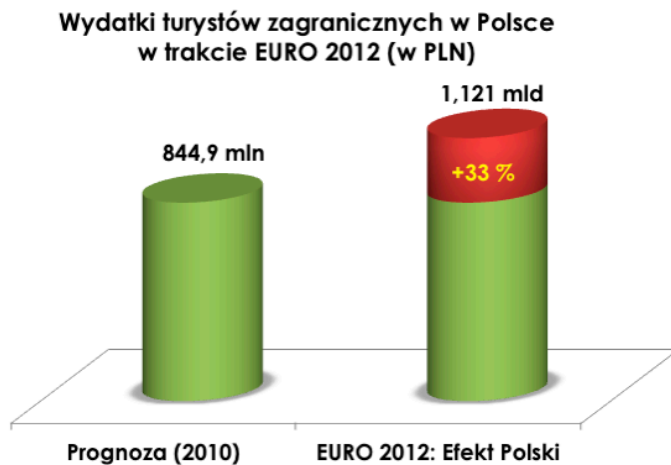
- Wpływ turystyki na bilans płatniczy
- Wpływ na gospodarkę dzięki tzw. efektowi mnożnikowemu – zawierają się w tym także elementy pośrednie, często niepoliczalne
- Wpływ na rozwój regionu turystycznego

- Konsekwencje wahań kursowych
- Wpływ na poziom i strukturę zatrudnienia
- Czasowy i lokalny wzrost cen towarów i usług.

W trakcie mistrzostw Polskę odwiedziło ponad 650 tys. zagranicznych turystów i kibiców ze 123 krajów świata. W tej liczbie 275 tys. stanowili goście jednodniowi, a 375 tys. turyści, którzy w Polsce spędzili średnio 5,6 dnia. Na stadionach kibicowało prawie 300 tysięcy obcokrajowców, poza arenami natomiast, na przykład w strefach kibica, restauracjach, barach czy miejscach publicznego oglądania meczów zlokalizowanych na świeżym powietrzu, zgromadziło się o 25 procent więcej gości zagranicznych (ok. 370 tys. osób). Ponadto w naszym kraju w trakcie wydarzenia przebywało ok. 8,4 tys. dziennikarzy zagranicznych, 2,4 tys. członków piłkarskich reprezentacji narodowych oraz około 400 wolontariuszy zagranicznych.

Pomimo że zagranicznych turystów i kibiców było w trakcie Euro 2012 w Polsce nieco mniej, niż wstępnie zakładano, ich wydatki podczas mistrzostw w naszym kraju były o 33 procent większe od prognozowanych.

**Rysunek 1. Wydatki turystów zagranicznych w Polsce w trakcie Euro 2012 (w PLN)**



Źródło: PL.2012

Faktyczne wydatki zagranicznych gości wyniosły ponad 1,121 mld złotych w porównaniu z prognozowanymi 844,9 mln złotych. Wydatki odwiedzających jednodniowych poniesione w czasie pobytu w Polsce wyniosły 97,4 mln złotych (na osobę średnio po 354 zł), podczas gdy wydatki kibiców zagranicznych nocujących w Polsce wyniosły 439,2 mln złotych, a wydatki poniesione przez cudzoziemców z tzw. rodziny UEFA: 277,3 mln złotych. Ponad 200 mln złotych wydali także kibice przez przyjazd do Polski. (Raport „Przyjazdy cudzoziemców do Polski w związku z organizacją Mistrzostw Europy w Piłce Nożnej Euro 2012 na tle przyjazdów turystów zagranicznych do Polski w czerwcu 2012 roku” oraz PL.2012, 2012)

W przypadku organizacji znaczących imprez sportowych znany jest tzw. efekt barceloński, swoisty efekt mnożnikowy. Barcelona organizująca letnie igrzyska olimpijskie w 1992 roku stała się wzorem dla wszystkich miast będących gospodarzami wielkich imprez sportowych. Efekt barceloński polega na zwiększeniu atrakcyjności turystycznej i wynikającym z tego wzroście napływu zagranicznych gości, a także na krociowych zyskach poprzedzonych dużymi nakładami inwestycyjnymi, głównie w infrastrukturę. W wyniku wszystkich przedsięwzięć wpływy z turystyki w kolejnych latach podwoiły się. Jak stwierdził burmistrz Barcelony, w ciągu pięciu lat udało się miastu osiągnąć rezultat, na który w normalnych warunkach trzeba by pracować ponad trzydzieści. (Aktualności turystyczne, 2008–2012)

Eksperti oceniają, że wpływ przygotowań i organizacji Euro 2012 w Polsce, zwany już efektem polskim oddziałuje na gospodarkę, wizerunek i rozwój kraju i jest znacznie szerszy niż w przypadku efektu barcelońskiego. Na Efekt polski składają się przede wszystkim takie elementy jak znaczne przyspieszenie modernizacji infrastruktury i wzrost produktywności gospodarki, wzmocnienie wizerunku Polski za granicą czy większy od prognozowanego wzrost zagranicznego ruchu turystycznego i przychody z tego tytułu. Dodatkowo, ważnym elementem efektu polskiego jest zbudowanie dużego kapitału społecznego. Do efektu polskiego zaliczyć również należy pozyskanie bardzo cennej wiedzy nabytej drogą doświadczenia w zakresie zarządzania przedsięwzięciami i dużymi projektami. (PL.2012, 2012)

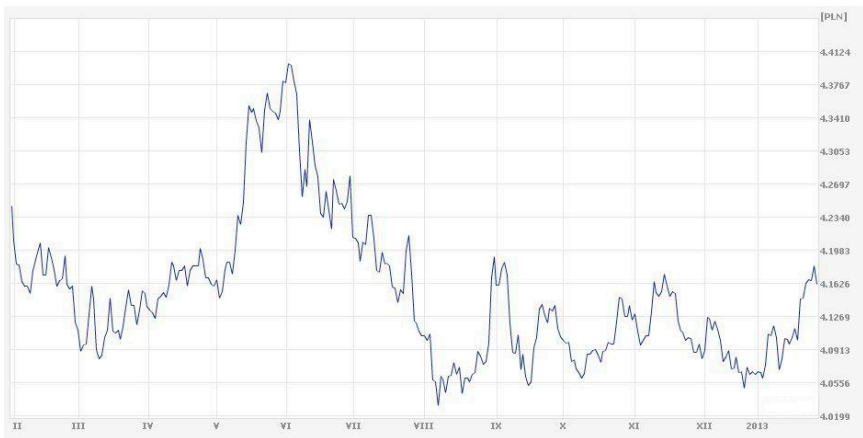
Organizacja sportowych imprez masowych ma znaczący wpływ na rozwój regionu. W przypadku Euro 2012 rozwój został odnotowany przede wszystkim w regionach miast goszczących, czyli Mazowsze (Warszawa), Wielkopolska (Poznań), Dolny Śląsk (Wrocław) i Pomorze (Gdańsk).



Zgodnie z przewidywaniami ekspertów opartych na analizach dotyczących zapotrzebowania na usługi hotelowe podczas ubiegłych mistrzostw około połowa kibiców ze stadionów i faz zone będzie korzystać z usług recepcyjnych. Liczba miejsc noclegowych przewyższała zapotrzebowanie. Według wytycznych UEFA zakwaterowanie powinno znajdować się w mieście goszczącym lub być oddalone od stadionu o dwie godziny drogi, czyli na przykład w przypadku Warszawy bierze się pod uwagę Łódź, a w przypadku Gdańska – także Gdynię i Sopot. (por. Niedziółka I., 2011)

Wahania kursowe działały na korzyść turystów zagranicznych: od maja do czerwca odnotowano znaczący wzrost kursu euro w stosunku do złotego, co obniżyło koszt pobytu cudzoziemców w Polsce. Mogło mieć to wpływ na większe niż przewidywano wydatki podczas pobytu w kraju.

**Rysunek 2. Kurs EUR/PLN w okresie II 2012–I 2013**



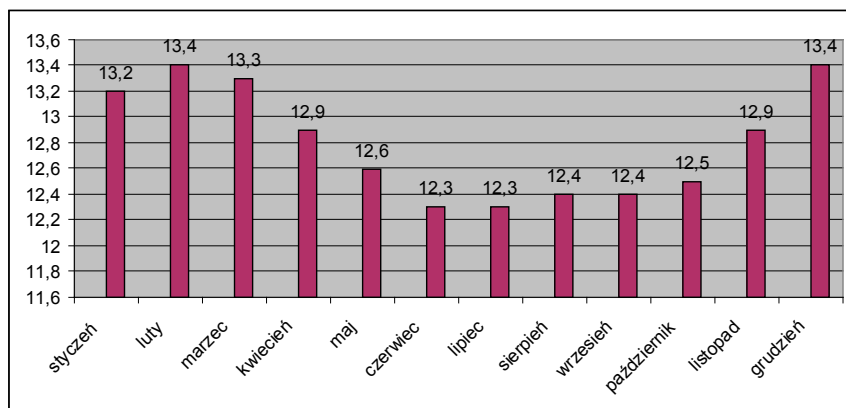
*Źródło: Onet.pl*

Tak wysokiego wzrostu kursu euro nie było w odpowiadającym miesiącu roku 2011.

Polska Konfederacja Pracodawców Prywatnych Lewiatan szacuje, że przy obsłudze projektów związanych z Euro 2012 zatrudnionych było około 100 tys. pracowników, z czego tylko 40 tys. to nowi. Ponadto zatrudniono około 40 tys. osób do obsługi infrastruktury wytworzonej na potrzeby wydarzenia: lotnisk, dworców, stadionów, hoteli, restauracji i firm

z nimi współpracujących. Czasowy wzrost zatrudnienia został odnotowany wśród firm ochroniarskich, sklepikarzy, piekarzy i małego rzemiosła. W ramach akcji „Wolontariat – włącz się” 650 osób pracowało przy obsłudze mistrzostw, niektórzy otrzymali propozycję płatnych staży po zakończeniu wydarzenia.

**Rysunek 3. Stopa bezrobocia w 2012 – bezrobocie rejestrowane**



*Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS*

Z przedstawionego wykresu wynika, że bezrobocie spadło w okresie mistrzostw. Nie jest to jednak tylko zasługa organizacji Euro 2012. Stało się tak raczej dzięki zatrudnieniu Polaków przy pracach sezonowych. Podobny procentowo spadek bezrobocia w miesiącach letnich odnotowywany jest co roku.

## **KRAJOBRAZ NA RYNKU TURYSTYCZNYM PO EURO 2012 W POLSCE**

Organizacja Mistrzostw Europy w Piłce Nożnej, trzeciej co do wielkości imprezy sportowej na Świecie, wywiera wpływ na gospodarkę kraju organizatora. Jest świetną okazją do całościowego promowania kraju goszczącego. Daje możliwość zaprezentowania się w sposób ciekawy, nietuzinkowy, podkreślając nie tylko walory turystyczne, ale także gospodarkę i poziom życia. Organizacja takiego wydarzenia rzutuje na wzrost gospodarczy miasta gospodarza i całego regionu. Doświadczenie innych państw pokazuje, że organizacja takiego przedsięwzięcia przynosi korzyści

dla przedsiębiorstw z branży turystycznej i podmiotów z nimi związanych, wzmacnia pozytywny wizerunek kraju i przyczynia się do rozwoju szeroko pojmowanej infrastruktury. Przewiduje się zawsze czasowy wzrost wydatków w branży zakwaterowania, gastronomii, transporcie oraz w handlu. Organizatorzy mają też nadzieję na pośredni wpływ organizacji dużych imprez, takich jak Euro 2012, na rozwój gospodarczy w przyszłości.

Ministerstwo Sportu i Turystyki przewiduje, że najbliższych latach Polskę odwiedzi 500 tys. turystów więcej niż średniorocznie. Wpływy z turystyki zagranicznej do 2020 roku wzrosłyby wówczas o cztery, pięć miliardów złotych. Potwierdzają to badania przeprowadzone wśród turystów po pierwszej części rozgrywek. Ich wyniki pokazały, że 81 procent badanych chce przyjechać ponownie do Polski w najbliższych trzech latach. Ponad 90 procent ma rekomendować nasz kraj znajomym. (Rynek Turystyczny, 2012)

W trakcie mistrzostw dwa podmioty osobno zrobiły badania satysfakcji kibiców, na podstawie których zdecydowanie można orzec, że Polska to kraj przyjazny turystom zagranicznym. Polska Organizacja Turystyczna przeprowadziła badania „Satysfakcja turystów zagranicznych. Prezentacja wyników badania dla grupy turystów EURO 2012<sup>®</sup>” na grupie 1305 respondentów. Spółka celowa Ministerstwa Sportu i Turystyki PL.2012 przeprowadziła badania wraz z miastami gospodarzami pośród gości zagranicznych oraz Polaków. Najbardziej cieszyć może fakt, że aż 81 procent cudzoziemców było zadowolonych z pobytu, a 97 proc. uważa, że Polacy byli dobrymi gospodarzami turnieju. Z obydwu raportów wynika, że goście – turyści zagraniczni wysoko ocenili w Polsce poczucie bezpieczeństwa – aż 85 proc. odpowiedziało, że czuło się w Polsce bezpiecznie. 90 procent kibiców zagranicznych pozytywnie oceniło pracę wolontariuszy podczas mistrzostw. Co charakterystyczne, kibice Euro wyżej ocenili te elementy pobytu, które miały dla nich większe znaczenie w porównaniu z wszystkimi odwiedzającymi: wyżej ocenili: czystość, bezpieczeństwo, możliwość porozumiewania się z Polakami, niżej natomiast walory turystyczne, przyrodę i pogodę, które to wydają się drugorzędne dla kibiców. (por. Sitek M., 2011)

PKPP Lewiatan szacuje, że w latach 2012–2013 powstanie się następne 30 tys. miejsc pracy, i to głównie w branży turystyczno-gastronomicznej. Tu spodziewany jest bowiem 20-procentowy wzrost ruchu turystycznego z zagranicy. W kolejnych latach będzie powstawało 60– 80 hoteli rocznie, co będzie się wiązać ze wzrostem zatrudnienia na poziomie przynajmniej

tysiąca pracowników. Zyskają na tym też branże gastronomiczna i ochroniarska. (Otto, Żółciak, 2011)

Polska zdobyła także cenną wiedzę praktyczną, swoiste know-how w zakresie zarządzania przedsięwzięciami. Kompetencje organizacyjne mają duże znaczenie w pracy menedżerów, a doświadczenie zdobyte podczas organizacji mistrzostw będzie miało pozytywny wpływ na efektywność pracy (Por. Ćmiel, 2011, 84–91).

Należy jednak pamiętać też o zagrożeniach, jakie niesło za sobą Euro. Bardzo ważnym aspektem było zagwarantowanie bezpieczeństwa finansowego poniesionych inwestycji, gdyż w przypadku złego doboru instrumentów finansowych inwestycje poniesione na organizację i przygotowanie mistrzostw lub dotyczące współtworzenia przedsiębiorczości z branży turystycznej i gastronomicznej mogły i mogą zakończyć się fiaskiem. Wynikiem przeinwestowania może być duża liczba postępowań upadłościowych, czego konsekwencje poczuje cała branża poprzez wydłużenie lub brak płatności (Por. Soboń, Nowacki, 2009, 339–350).

## **PODSUMOWANIE**

Polska jest krajem o gospodarce rozwijającej się i potrzebuje bodźców do szybkiego i efektywnego wzrostu. Jednym z takich bodźców zapewne była organizacja tak wielkiego wydarzenia jak Mistrzostwa Europy w Piłce Nożnej Euro 2012. Turystyka polska jest sektorem prężnie rozwijającym się i w kontekście organizacji mistrzostw wykorzystwała sytuację do zwiększenia potencjału, promocji.

Ważne jest teraz, aby władze oraz podmioty odpowiedzialne za przygotowanie infrastruktury sportowej postrzegali ten projekt nie jako jednorazowe wydarzenie, ale aby wykorzystali efekty Euro długo po mistrzostwach. Z ekonomicznego punktu widzenia, ze względu na wysokie koszty poniesione podczas organizacji, należy uzyskać długoterminowe korzyści przewyższające koszty. Władze spodziewają się nie tylko korzyści ekonomicznych. Przy okazji organizacji mistrzostw promowana była polska marka w Europie i na Świecie. Dzięki tym działaniom rozpoznawalność Polski wzrosła oraz więcej turystów deklaruje chęć przyjazdu do naszego kraju. Polacy muszą nauczyć się korzystać z potencjału turystycznego, który może przyciągnąć obcokrajowców.

## REFERENCES:

- Ćmiel S. (2011) Personal and managerial competences in the organization management W: Human Resources – The main factor of regional development Journal of Social Sciences No. 5 (2011). Klaipeda University, Klaipeda.
- Główny Urząd Statystyczny, Turystyka w 2011, Warszawa, 2012 dostępne: [http://www.stat.gov.pl/cps/rde/xbcr/gus/kts\\_turystyka\\_w\\_2011.pdf](http://www.stat.gov.pl/cps/rde/xbcr/gus/kts_turystyka_w_2011.pdf) <dostęp 19.01.2013>
- Niedziółka I. (2011) The impact of EURO 2012 on development of tourism in Mazovia region W: Human Resources – The main factor of regional development Journal of Social Sciences No. 5 (2011). Klaipeda University, Klaipeda.
- Otto P, Żółciak T. (2011) Euro 2012 zapewni tysiące miejsc pracy. Na chwilę dostępne: <http://gospodarka.dziennik.pl/praca/artykuly/336123,euro-2012-zapewni-tysiacze-miejsc-pracy-na-chwile.html> <dostęp 19.01.2013>
- Polska Organizacja Turystyczna, (2008–2012) Inwestycja w efekt barceloński, dostępne: <http://www.aktualnosciturystyczne.pl/kalejdoskop/inwestycja-w-efekt-barcelonski/>
- PL.2012, Efekt Polski - Sukces Euro 2012 powyżej oczekiwań, dostępne: <http://www.2012.org.pl/pl/aktualnosci/pozostale/44741-efekt-polski-sukces-euro-2012-powyzej-oczekiwa.html> <dostęp 19.01.2013>
- Polska turystyka wykorzystała ponad 330 mln zł ze środków unijnych, 2012, dostępne: [http://serwisy.gazetaprawna.pl/turystyka/artykuly/663976,polska\\_turystyka\\_wykorzystala\\_ponad\\_330\\_mln\\_zl\\_ze\\_srodkow\\_unijnych.html](http://serwisy.gazetaprawna.pl/turystyka/artykuly/663976,polska_turystyka_wykorzystala_ponad_330_mln_zl_ze_srodkow_unijnych.html) <dostęp 20.01.2013>
- Raport „Organizacja i przebieg Euro 2012 w opinii kibiców zagranicznych i Polaków” przygotowany przez PL. 2012, MSiT (2012)
- Raport „Przyjazdy cudzoziemców do Polski w związku z organizacją Mistrzostw Europy w Piłce Nożnej Euro 2012 na tle przyjazdów turystów zagranicznych do Polski w czerwcu 2012 roku” – przygotowany przez Instytut Turystyki na zlecenie Ministerstwa Sportu i Turystyki
- Raport „Satysfakcja turystów zagranicznych Prezentacja wyników badania dla grupy turystów EURO 2012<sup>o</sup>” – przygotowany przez Polską Organizację Turystyczną (2012)
- Richard S., David J. T. (2002) Tourism and development: concepts and is-

sues, USA

Rynek Turystyczny (2012) Pierwsze efekty Euro 2012. Resort turystyki przewiduje wzrost liczby turystów w 2013 r. nawet o pół miliona, dostępne: <http://www.rynek-turystyczny.pl/arttykul/11194/pierwsze-efekty-euro-2012-resort-turystyki-przewiduje-wzrost-liczby-turystow-w-2013-r-nawet-o-pol-miliona.html> <dostęp 19.01.2013>

Sitek, M. (2007) Polityka ochrony środowiska w sektorze usług turystycznych w świetle prawa Unii Europejskiej, Olsztyn.

Sitek M. (2011) Turystyka miejska, w: Lisiecki M., Sitek B. (red) *Bezpieczeństwo dużych i średnich aglomeracji z perspektywy europejskiej*. WSGE, Józefów.

Soboń S., Nowacki A. (2009) Bezpieczeństwo finansowe małych i średnich przedsiębiorstw W: *Journal of Modern Science*, 1/6/2009, WSGE, Józefów.

Toruńska Agencja Rozwoju Regionalnego SA, Wyniki badań dotyczących konkurencyjności sektora turystycznego w UE – Raport Komisji Europejskiej, 2010, <http://www.een.org.pl/index.php/Dzialalnosc-gospodarcza-i-uslugi-w-krajach-UE/articles/wyniki-badan-dot-konkurencyjnosci-sektora-turystycznego-w-ue-raport-komisji-europejskiej.html> <dostęp 19.01.2013>

Walas B. (red), Marketingowa strategia Polski w sektorze turystyki na lata 2012–2020, przyjęta przez Radę POT, 2011 dostępne: <http://www.pot.gov.pl/plany-i-sprawozdania-pot/marketingowa-strategia-polski-w-sektorze-turystyki-na-lata-2008-2015/> <dostęp 19.01.2013>