

Wójtowicz B., 2013. Możliwości rozwoju turystyki i rekreacji w obiektach zabytkowych UNESCO na przykładzie kopalni soli w Wieliczce w opinii turystów polskich i zagranicznych. Problemy Ekologii Krajobrazu. Rekreacja w krajobrazach o wysokim potencjale. Tom XXXIV. 247–253

## Możliwości rozwoju turystyki i rekreacji w obiektach zabytkowych UNESCO na przykładzie kopalni soli w Wieliczce w opinii turystów polskich i zagranicznych

### Possibilities for the development of tourism and recreation in historic buildings UNESCO as an example of the Wieliczka salt mine, in the opinion of Polish and foreign tourists

**Bożena Wójtowicz**

Uniwersytet Pedagogiczny w Krakowie, Instytut Geografii  
ul. Podchorążych 2, 30-084 Kraków, Polska  
e-mail: boz.wojt@gmail.com

---

**Abstract.** The Wieliczka Salt Mine is one of the most willingly visited sites in Poland. Every year the mine is visited by over a million of tourists from all over the world. It is also the only mine in the world that has been open from the Middle Ages. At present the mine is used as the museum, tourist attraction and health resort. The main aim of the research is to show the possibilities for the tourism and recreation based on the use of historical buildings acknowledged by UNESCO, which refer to the salt mine in Wieliczka as the example. The scope of work includes the concepts of developments in the existing touristic spheres as well as the use of the salt mine in Wieliczka demonstrated by the opinions of Polish and foreign tourists, not to mention the actions taken to modify the existing touristic products by the promotion of the cultural heritage sites and the increase in their competitiveness in the range of the tourism development. Therefore, there were the questionnaire studies carried out, which involved three groups of subjects, namely, the relation of tourists to the cognitive aspects of tourism and recreation in the UNESCO historical buildings, the touristic features in these places and possibilities for the further development of tourism and recreation perceived by the Polish and foreign tourists. Analysis of conditions for development of tourism and recreation in a salt mine in Wieliczka has shown that there is great potential and opportunities for the cultivation of active tourism, health (medical) cultural, educational and recreational.

**Słowa kluczowe:** dziedzictwo kulturowe, turystyka i rekreacja, produkt turystyczny, UNESCO

**Keywords:** cultural heritage, tourism and recreation, touristic product, UNESCO

## Wprowadzenie

Turystyka i rekreacja odgrywają szczególną rolę we współczesnym świecie, dlatego też w ostatnich latach obserwujemy coraz większe zainteresowanie turystów obiektami dziedzictwa kulturowego i przyrodniczego, które ze względu na swój unikatowy charakter zostały wpisane na listę światowego dziedzictwa UNESCO. Lista Światowego UNESCO jest rejestrem najcenniejszych obiektów na świecie. Została utworzona w 1978 r., aby chronić światową spuściznę kulturalną i naturalną (Lewandowski 2001). Dotychczas na listę UNESCO wpisano 962 obiekty w tym: 745 obiektów kultury, 188 obiektów przyrodniczych i 29 o charakterze mieszanym. Polska jest jednym z pierwszych państw – sygnatariuszy Konwencji dziedzictwa światowego i jednym

z czołowych reprezentantów na liście Światowego Dziedzictwa. Zgodnie ze stanem z lipca 2012 r. zostało na nią wpisanych 13 polskich dóbr. Pod tym względem Polska zajmuje 9 miejsce w Europie i 15 na świecie ([www.unesco.pl/kultura/dziedzictwo-kulturowe/swiatowe-dziedzictwo/lista-swiatowego-dziedzictwa](http://www.unesco.pl/kultura/dziedzictwo-kulturowe/swiatowe-dziedzictwo/lista-swiatowego-dziedzictwa)). Na pierwszą listę UNESCO zostały wpisane dwa obiekty: Kraków i Wieliczka (1978). Wśród obiektów wpisanych na listę UNESCO znajdują się: fragmenty miast, świątynie, zamek, park i puszcza, muzeum zagłady, a także zabytek techniki. Każdy z nich jest unikatowym skarbem kultury i dziedzictwa Polski.

## **Walory turystyczno-rekreacyjne kopalni soli w Wieliczce**

Kopalnia soli w Wieliczce jest jednym z najpiękniejszych i najbardziej rozpoznawalnych zabytków polskich, które znajdują się na Liście Światowego Dziedzictwa Kulturowego UNESCO. Kopalnia soli w Wieliczce, w której nieprzerwanie od XIII w. wydobywana jest sól, składa się z 9 poziomów (Wolańska, Podlecki 2008). Do dyspozycji turystów oddano zaledwie 2 km trasy turystycznej, która powstała na przełomie XVIII i XIX w. Kopalnia w Wieliczce stanowi jedyny obiekt górniczy na świecie, czynny bez przerwy od średniowiecza do chwili obecnej ([www.kopalnia.pl](http://www.kopalnia.pl)). „Jej oryginalne wyrobiska, czyli chodniki, pochylnie, komory eksploatacyjne, jeziora, szyby i szybiki usytuowane na dziewięciu poziomach, sięgających do głębokości 327 m, ilustrują wszystkie etapy rozwoju techniki górniczej w poszczególnych epokach historycznych” ([www.unesco.pl](http://www.unesco.pl)). Tradycja warzelnictwa na tym terenie sięga okresu neolitu, ale dopiero na początku średniowiecza sól miała tak ogromne znaczenie, że była cenna jak złoto i wówczas znacząco wpłynęła na rozwój tutejszej osady (Nowakowski 2011).

## **Cel i zakres badań**

Celem badań było przedstawienie walorów turystycznych kopalni soli w Wieliczce, ich rankingu popularności na tle innych atrakcji Małopolski oraz możliwości ich wykorzystania w rozwoju turystyki i rekreacji w opinii turystów polskich i zagranicznych. Zakres pracy obejmuje kierunki rozwoju istniejącego zagospodarowania i użytkowania turystycznego kopalni soli w Wieliczce w opinii turystów oraz działań podejmowanych w celu modyfikacji istniejących produktów turystycznych poprzez promocję obiektów dziedzictwa kulturowego UNESCO i zwiększenia ich konkurencyjności w rozwoju turystyki.

## **Metody badań**

Badania terenowe przeprowadzone zostały w ramach seminarium magisterskiego przez studentów geografii Uniwersytetu Pedagogicznego w Krakowie. Przeprowadzono obserwację i notowania ruchu turystycznego oraz badania ankietowo-sondażowe. W badaniach wykorzystano kwestionariusz ankiety. Ankieta składała się z 10 pytań zamkniętych i otwartych. Pytania zawarte w metryczce dotyczyły płci badanych, wykształcenia, wieku, wykonywanego zawodu oraz miejsca zamieszkania.

Badania ankietowo-sondażowe, dotyczyły trzech grup zagadnień:

- a) wiedzy na temat istniejących obiektów dziedzictwa kulturowego UNESCO na terenie miasta Krakowa i regionu małopolskiego,
- b) atrakcyjności walorów turystycznych i rekreacyjnych Kopalni Soli w Wieliczce,
- c) możliwości wykorzystania wielickiej kopalni jako obiektu Dziedzictwa Kulturowego w rozwoju turystyki i rekreacji.

## **Charakterystyka ankietowanych**

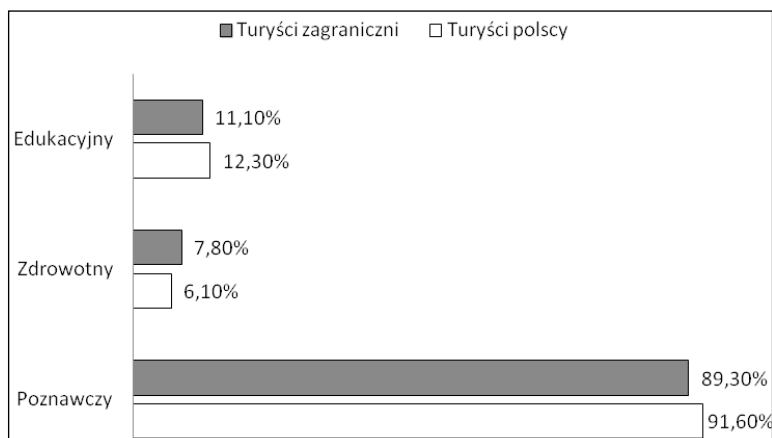
Badania zostały przeprowadzone w Kopalni Soli w Wieliczce na początku maja i czerwca 2012 r. Badaniami objęto turystów polskich i zagranicznych o łącznej liczbie 452 osób (228 turystów z Polski i 224 turystów z zagranicy). Zarówno wśród badanych turystów polskich, jak i zagranicznych, przeważały kobiety (52.3%

z zagranicy, 58.2% z Polski). Najliczniejszą grupą byli ludzie młodzi w wieku od 18 do 45 lat (69%). Turyści zagraniczni wykazali duże zainteresowanie badaniami i chętnie udzielali odpowiedzi na zawarte w kwestionariuszu pytania. Najmniej liczna grupa objęta ankietowaniem to osoby starsze od 60 do powyżej 65 roku życia (3.4%), które stosunkowo niechętnie udzielały odpowiedzi na pytania. Blisko 64% respondentów zagranicznych zadeklarowało wykształcenie wyższe magisterskie, natomiast średnie – 22.7%. Wśród polskich respondentów 36% posiadało wykształcenie wyższe magisterskie, wyższe i średnie zaś po 32%. Przeszło 60% osób ankietowanych z Polski zadeklarowało zatrudnienie w zawodzie jako pracownik umysłowy. Wśród turystów z zagranicy również dominowali pracownicy umysłowi (83%). Najwięcej z nich to pracownicy służby zdrowia (22%) oraz szkolnictwa (16%). Osób uczących się było przeszło 13%. Wśród turystów z Polski dominowały osoby mieszkające na wsi (45%) i w miastach powyżej 500 tys. (40%). Przeważały osoby z województwa małopolskiego (38%), śląskiego (16%), mazowieckiego i lubelskiego. Jeśli chodzi o zagranicznych respondentów, to przeważały osoby z dużych miast powyżej 500 tys. mieszkańców (78%). Wśród dużych miast najliczniejsi byli ankietowani z: Londynu, Hajfy, Amsterdamu i Nowego Jorku.

## Wyniki badań i ich analiza

Pierwsze pytanie zawarte w ankiecie dotyczyło znajomości obiektów dziedzictwa kulturowego UNESCO w Małopolsce. Zapytano ankietowanych, czy wiedzą co to jest dziedzictwo kulturowe (czy potrafią podać definicję lub znaczenie tego terminu) i czy znają kryteria jakie muszą być spełnione, żeby obiekt został wpisany na listę światowego dziedzictwa kulturowego UNESCO. O obiektach światowego dziedzictwa kulturowego UNESCO słyszało 66% ankietowanych, a 34% nie wie co to jest dziedzictwo kulturowe. Definicję dziedzictwa kulturowego podało zaledwie 13% badanych. W następnym pytaniu respondenci mieli wybrać obiekty w Małopolsce znajdujące się na liście światowej organizacji UNESCO. W sumie 75% polskich respondentów wymieniło kopalnię soli w Wieliczce co jest oczywiste, ponieważ tę informację podaje każdy przewodnik na początku oprowadzania grupy po kopalni. Łącznie 33% wymieniło centrum Krakowa, 18% wskazało obóz Auschwitz, a 6% Kalwarię Zebrzydowską; niestety nikt nie wskazał na zabytki architektury drewnianej. Z przykrością należy stwierdzić, iż tylko niespełna 20% respondentów wskazała pełną poprawną odpowiedź. Wynika z tego, że turyści polscy nie posiadają podstawowej wiedzy o organizacjach, ich celach i działaniach, czego przykładem są wyniki uzyskane w trakcie badań (respondenci mogli zaznaczać w tym pytaniu więcej niż jedną odpowiedź, dlatego wyniki badań nie sumują się do 100). Niestety nie lepiej wypadli turyści zagraniczni, którzy wykazali się mniejszą wiedzą dotyczącą obiektów dziedzictwa kulturowego UNESCO w Małopolsce. Niespełna 40% wie, że na liście znajduje się kopalnia soli i centrum Krakowa (30.2%). Niewielu turystów (16%) wskazało obóz Auschwitz i niestety nikt nie wiedział, że również na tej liście znajduje się Kalwaria Zebrzydowska oraz zabytki architektury drewnianej. Być może przyczyny małej wiedzy wśród badanych na temat obiektów dziedzictwa kulturowego UNESCO w Małopolsce należy upatrywać w mało aktywnej polityce promocyjnej wśród władz lokalnych i regionalnych. Wśród zagranicznych respondentów byli też tacy, którzy po raz pierwszy usłyszeli o Kalwarii Zebrzydowskiej. Głównym źródłem wiedzy o zabytkowej kopalni dla badanych osób z Polski okazała się rodzina i znajomi (około 37%) oraz Internet (34%). Blisko 12% respondentów uzyskało informację o kopalni z masmediów, przeszło 6% swoją wiedzę zaczerpnęło z przewodników i ulotek, a blisko 11% ankietowanych wskazało szkołę. Trochę inaczej wyglądają odpowiedzi na to pytanie wśród turystów zagranicznych, ponieważ najwięcej z nich zadeklarowało, że swoją wiedzę o kopalni w Wieliczce uzyskało z Internetu (45%), co nie dziwi, patrząc na stopień informatyzacji innych społeczeństw w wysoko rozwiniętych gospodarczo krajach; 31% badanych dowiedziało się od rodziny oraz znajomych, kolejnym źródłem były przewodniki i ulotki (17%), oraz wiedza wyniesiona ze szkoły tylko 4% badanych. Na pytanie dotyczące liczby odwiedzin obiektów 39% polskich respondentów odpowiedziało, że są po raz pierwszy, około 37% po raz drugi, a kilka razy odwiedziło kopalnię soli w Wieliczce blisko 24% turystów. Inaczej wygląda sytuacja jeśli chodzi o badanych turystów zagranicznych, gdzie 94%, czyli prawie wszyscy ankietowani, zwiedzało kopalnię po raz pierwszy, dwukrotnie odwiedziło ten obiekt przeszło 4% respondentów, trzykrotnie zaś – około 2%. Kolejne pytanie zawarte w ankiecie dotyczyło sposobu przyjazdu. Większość turystów krajowych wybrała się do kopalni indywidualnie (64.4%), natomiast w zorganizowanej grupie kopalnię zwiedzało 35.6%. Jeśli chodzi o turystów zagranicznych przeważała w niewielkim stopniu również turystyka indywidualna (53.2%), natomiast

w grupie zorganizowanej zwiedzało kopalnię 46.8% respondentów. Głównym motywem przyjazdu do Wieliczki dla turystów polskich i zagranicznych był aspekt poznawczy w postaci trasy turystycznej (91.6% turystów z Polski i 89.3% turystów zagranicznych). Cel edukacyjny wybrało 12.3% respondentów z Polski, przeszło 11% turystów zagranicznych, a zdrowotny tylko 6.1% turystów oraz 7.8 zagranicznych (ryc. 1).



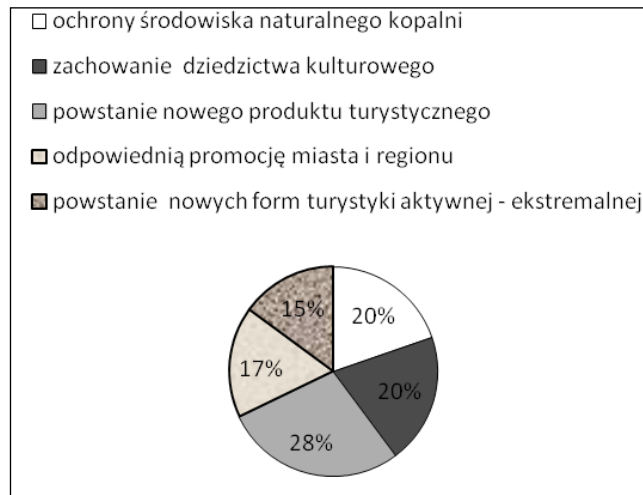
Ryc. 1. Motywy przyjazdu turystów polskich i zagranicznych do kopalni soli w Wieliczce

Fig. 1. Themes arrival of Polish and foreign tourists to the salt mine in Wieliczka

Respondenci mogli zaznaczać w tym pytaniu więcej niż jedną odpowiedź, dlatego wyniki badań nie sumują się do 100.

Poproszono również respondentów, żeby wskazali i dokonali oceny największych atrakcji turystycznych w obiekcie UNESCO, jakim jest kopalnia soli w Wieliczce. Większość respondentów z Polski (przeszło 78%) oraz ponad 69% z zagranicy za największą atrakcję wielickiej kopalni uznała kaplicę Św. Kingi. Zdaniem turystów można nazwać kaplicę podziemnym kościołem i to jednym z największych na świecie. Również atrakcyjna dla turystów polskich okazała się Komora Józefa Piłsudskiego i Komora Pieskowa Skała. Zagraniczni respondenci uznali za bardzo atrakcyjną Komorę Warszawa oraz dwie komory: Weimar oraz Józefa Piłsudskiego.

Jak wykazały odpowiedzi uzyskane na kolejne pytanie, w ankiecie większość turystów polskich i zagranicznych zadeklarowała chęć ponownego odwiedzenia kopalni soli w Wieliczce. Przeszło 85% osób badanych z Polski zadeklarowała, że chętnie jeszcze raz odwiedziłoby kopalnię ze względu na walory estetyczne, chęć głębszego poznania zagadnień związanych z zabytkiem lub też z chęci zobaczenia czegoś nowego, np. wybranie się inną trasą turystyczną. Respondenci, którzy stwierdzili, że raczej nie będą chcieli odwiedzić jeszcze raz kopalni (15%), argumentowali swój wybór tym, że kopalnia jest piękna, ale raz odwiedzić ją wystarczy. Innym argumentem wśród turystów są zbyt drogie bilety oraz brak innych atrakcji turystycznych poza atrakcjami poznawczymi. Podobne opinie wyrazili turyści zagraniczni, z których 81% stwierdziło, iż bardzo chętnie odwiedziłoby ten obiekt jeszcze raz ze względu na walory jakie posiada, niespotykaną atmosferę, legendy, historię oraz tajemniczość. Część z tych osób (20%) wróciłaby do Wieliczki, gdyby pojawiła się w ofercie kopalni jakaś niespotykana nigdzie indziej oferta, np. nowa trasa z licznymi zaskakującymi przygodami, atrakcjami dostarczającymi emocji i wrażeń. Ważnym problemem badawczym było również dokonanie oceny wykorzystania wielickiej kopalni jako obiektu dziedzictwa kulturowego w dalszym rozwoju turystyki i rekreacji. W tym celu zapytano respondentów o potencjał edukacyjny, poznawczy i wypoczynkowy kopalni oraz o formy turystyki, jakie można realizować na jej terenie. Zdaniem większości ankietowanych (80%) kopalnia soli stwarza możliwości poznawczo-edukacyjne. Za najważniejsze formy turystyki, jakie można realizować na jej terenie, wskazano: zajęcia tematyczne na trasach turystycznych (lekcje historii, geografii, chemii) i wycieczki turystyczne – szkolne (ponad 67% badanych), turystyka zdrowotna (12%), turystyka ekstremalna (21%). Zdaniem respondentów najważniejsze cele rozwoju kopalni to: promowanie działań z zakresu ochrony środowiska naturalnego kopalni, zachowanie dziedzictwa kulturowego, powstanie nowego produktu turystycznego, jakim jest światowe dziedzictwo kulturowe, odpowiednia promocja miasta i regionu oraz powstanie nowych form turystyki aktywnej, a nawet ekstremalnej (ryc. 2).



Ryc. 2. Perspektywy rozwoju turystyki i rekreacji w kopalni soli w Wieliczce w opinii turystów polskich i zagranicznych  
Fig. 2. Perspectives the development of tourism and recreation in the Wieliczka Salt Mine, in the opinion of Polish and foreign tourists

## Analiza rozwoju turystyki w kopalni soli w Wieliczce

Analiza uwarunkowań rozwoju turystyki w obiektach dziedzictwa kulturowego UNESCO na przykładzie kopalni soli w Wieliczce wykazała, że występują tu bardzo duże możliwości dalszego rozwoju turystyki. Analiza chłonności turystycznej wskazuje, że w niektórych aspektach np. turystyka zdrowotna, turystyka szkolna, turystyka aktywna, ekstremalna, kopalnia jest wykorzystana obecnie w około 60%–70%. W kopalni występuje średnie zróżnicowanie form ruchu turystycznego. Są to zarówno formy odpowiadające dawnemu charakterowi obiektu, turystyka piesza (aspekt poznawczy, edukacyjny, muzealny), jak i te odpowiadające współczesnemu zapotrzebowaniu turystów: turystyka zdrowotna, turystyka aktywna, turystyka alternatywna. Kopalnia soli w Wieliczce wprowadza coraz to nowe produkty turystyczne, wychodząc naprzeciw oczekiwaniom turystów, które cieszą się obecnie dość dużą popularnością. Trasa turystyczna pozostaje nadal główną atrakcją przygotowaną dla zwiedzających, jednakże wzbogacanie oferty o nowe produkty jest bardzo ważne z punktu widzenia marketingowego. Nie tylko ma przyciągać nowych turystów, ale przede wszystkim tych, którzy przyjechaliby tu po raz kolejny w poszukiwaniu nowych wrażeń. Atrakcją, która ma zaspokoić ciekawość, dać poczucie odkrywania tajemnic kopalni, jest wędrowka poza trasą turystyczną, którą nazwano „Tajemnice Wielickiej Kopalni” ([www.kopalnia.pl](http://www.kopalnia.pl)). Inną ciekawą ofertą jest „szlak pielgrzymkowy”, który został przygotowany przez kopalnię wspólnie z Muzeum Żup Krakowskich. Ta wyjątkowa oferta dotyczy zwiedzania pierwszego podziemnego szlaku pielgrzymkowego. W skład tego produktu turystycznego wchodzi zwiedzanie Trasy Turystycznej oraz fragmentu ekspozycji Muzeum Żup Krakowskich, ze szczególnym uwzględnieniem kaplic oraz miejsc kultu wielickiej kopalni. Kopalnia dysponuje również dość bogatą ofertą skierowaną do dzieci oraz młodzieży lub do całych rodzin. Na pewno taką ofertę może stanowić wycieczka pt. „Odkrywamy Solilandię” dla rodzin i grup szkolnych. Jest to wędrowka przez solne podziemia połączona z odkrywaniem tajemnic bajkowego świata Solilandii ukrytego w wielickiej kopalni. Udział dzieci w tych zajęciach pozwala rozwijać ich wyobraźnię, wrażliwość na piękno otoczenia oraz kreatywność dzięki uczestnictwu w różnych zabawach i wykonywaniu przeróżnych zadań ([www.kopalnia.pl](http://www.kopalnia.pl)). Dla starszych dzieci i młodzieży szkolnej przygotowano ofertę „Zostań eksploratorem kopalnianych głębin”. Jest to wycieczka pełna niespodzianek i wyzwań w wielickich podziemiach. Program wiąże się z aktywnym zwiedzaniem trasy turystycznej, poznawaniem historii kopalni, pokazami animacji światło – dźwięk, rywalizacją grupową w tradycyjnych pracach górniczych oraz wręczeniem aktu Eksploratora kopalni ([www.kopalnia.pl](http://www.kopalnia.pl)). Oprócz tak wielu różnego rodzaju produktów turystycznych oferowanych w kopalni, dostępne są także produkty związane ze zdrowiem. W wielickiej kopalni

działa Podziemny Ośrodek Rehabilitacyjno-Lecznicy. Ośrodek ten wyróżnia się prowadzeniem nowatorskiej rehabilitacji i leczenia schorzeń układu oddechowego opartych o najnowocześniejszą technologię współczesnej medycyny, wykorzystującej naturalny mikroklimat podziemnych komór solnych ([www.kopalnia.pl](http://www.kopalnia.pl)).

Z badań przeprowadzonych w analizowanym obiekcie wynika, że istniejące produkty turystyczne związane z tym obiektem wymagają modyfikacji w nawiązaniu do potencjalnych możliwości rozwojowych. Dotyczy to nie tylko przygotowania obiektu pod kątem wydłużenia sezonu turystycznego, ale także przystosowania do współczesnych trendów rozwojowych turystyki polskiej i światowej.

## Perspektywy rozwojowe

Wykorzystanie możliwości rozwoju turystyki w kopalni soli w Wieliczce spowoduje szereg istotnych przemian na tym terenie. Poza przekształceniami w przestrzeni turystycznej przemiany te wystąpią głównie w sferze gospodarczo-ekonomicznej. Przemiany te mają bezpośrednie przełożenie na powstawanie nowych oraz – co jest bardzo istotne – podtrzymywaniu istniejących miejsc pracy w tym obiekcie. Realizacja inwestycji turystycznych w ich najbliższym otoczeniu może przyczynić się do wykreowania nowych miejsc pracy. W celu dalszego rozwoju turystyki na terenie kopalni określić można następujące kierunki działań związanych z odpowiednim przystosowaniem tego obiektu do pełnienia funkcji turystycznych:

- badania tego typu, jak zaprezentowane w niniejszej pracy (o znacznie większym stopniu szczegółowości), należy kontynuować, by można było wskazać na docelowe możliwości rozwoju form działalności gospodarczej, co w konsekwencji pozwoli na znaczny rozwój społeczno-ekonomiczny miasta i regionu;
- dla każdego z obiektów UNESCO powinien być opracowany aktualny program funkcjonowania turystyki i rekreacji wraz z szczegółowym programem zagospodarowania turystycznego oraz koncepcją tworzenia produktów turystycznych, gdyż w wielu przypadkach w planach rozwoju turystyki problematyka ta nie uwzględnia potrzeb turysty;
- programy te powinny być wdrożone przez władze samorządowe i władze administracyjne obiektów dziedzictwa kulturowego z możliwością wykorzystania środków Unii Europejskiej;
- rozwój turystyki w obiektach dziedzictwa kulturowego, które nie są wyłączone z działalności gospodarczej, jest jednym ze sposobów polepszenia warunków życia społeczności lokalnych.

## Wnioski

Atrakcyjność turystyczna wielickiej kopalni według turystów pochodzących z Polski jest prawie na równi z atrakcyjnością historycznego centrum Krakowa. Wielu polskich i zagranicznych turystów podkreśla, iż wielicka kopalnia mogłaby być bardziej atrakcyjna pod względem turystycznym, gdyby powstały nowe ciekawe trasy podziemne. Obecnie są realizowane projekty, w których takie trasy się znajdują. Będą miały one za zadanie przede wszystkim przyciągnąć osoby, które już kilka razy odwiedziły kopalnię i nie widzą potrzeby odwiedzenia jej po raz kolejny. Poza tym będzie wtedy możliwość spędzenia ciekawie całego dnia w kopalni, wybierając nową trasę z atrakcjami i przygodami. Nowe produkty turystyczne w kopalni soli mogą zwiększyć atrakcyjność turystyczną tego obiektu i przyciągnąć większą liczbę turystów. Na podstawie przeprowadzonych badań można stwierdzić, że głównymi celami rozwojowymi turystyki powinien być:

1. Dalszy rozwój form turystyki poznawczej – zgodnie z dotychczasowymi kierunkami użytkowania i zagospodarowania obiektu i docelowo dalszym rozwojem tych form.
2. Intensywny rozwój infrastruktury turystycznej zarówno w obrębie obiektu, jak również w jego sąsiedztwie.
3. Działania władz lokalnych w celu tworzenia nowych produktów turystycznych.
4. Poszerzenie wiedzy i umiejętności z zakresu zdrowego stylu życia oraz profilaktyki zdrowotnej wśród turystów.

## **Literatura**

Lewandowski C. 2001. Międzynarodowe Stosunki Kulturalne. Stosunki Międzynarodowe 2001. Wrocław, p. 220.

Nowakowski A. 2011. Miasto w soli. Kopalnia Soli w Wieliczce. Wyd. Universitas Kraków, p. 160.

Wolańska A., Podlecki J. 2008. Wieliczka. Zabytkowa kopalnia soli. Wyd. Karpaty Kraków, p. 48.

[www.unesco.pl/kultura/dziedzictwo-kulturowe/swiatowe-dziedzictwo/lista-swiatowego-dziedzictwa](http://www.unesco.pl/kultura/dziedzictwo-kulturowe/swiatowe-dziedzictwo/lista-swiatowego-dziedzictwa) (data dostępu 23.04.2012)

[www.kopalnia.pl](http://www.kopalnia.pl) (data dostępu 25.05.2012)