

Annales Universitatis Paedagogicae Cracoviensis

Studia Geographica III (2012)

Kamila Ziółkowska-Weiss

Uniwersytet Pedagogiczny, Kraków

Krakow Valley Golf & Country Club

jako innowacyjna atrakcja turystyczna Małopolski

Celem artykułu jest pokazanie jednej ze współczesnych atrakcji turystycznych Małopolski Krakow Valley Golf & Country Club. Zaprezentowany zostanie krótki rys historyczny początków gry w golfa, a także scharakteryzowany kompleks KVG & CC oraz odwiedzających go gości. Przedstawione i porównane zostanie również wykorzystanie bazy noclegowej w hotelu Villa Pacoldi w latach 2007 i 2010, liczba grup zorganizowanych korzystających z usług KVG & CC, liczba imprez towarzyszących oraz liczba turniejów golfowych w roku 2007 i 2010. Omówiona zostanie struktura organizacyjna przedsiębiorstwa i przeprowadzona analiza SWOT dla tego obiektu.

Golf – nowy styl życia

W Polsce golf był już znany przed II wojną światową, ale później zniknął na blisko 50 lat. Odrodził się na początku lat 90. XX wieku. W marcu 1928 r. na ulicy Nowosieleckiej, obecnie Bartyckiej, w Warszawie powstało pierwsze w stolicy pole golfowe. Dziesięć lat później golfiści przenieśli się do Powsina, na tereny dzisiejszego parku. Alfred Falter, prezes i właściciel Związku Kopalń Górnośląskich Robur, oraz inżynier Szymon Landau, budowniczy Prudentialu, pierwszego wieżowca w Warszawie, przyczynili się do promocji i rozwoju golfa w stolicy. Właściciele Polskiego Country Club sp. z o.o. było około 60, ale ci dwaj mieli 90 % udziałów. W 1993 r. powstał Polski Związek Golfa, Stowarzyszenie Graczy Profesjonalnych (inaczej mówiąc nauczycieli tego sportu) i przede wszystkim otworzono dwa pola: na dawnym wysypisku śmieci w Rajszewie pod Warszawą oraz na bagnach w Kołczewie niedaleko Międzyzdrojów. W 2008 r. funkcjonowało w Polsce blisko 30 pól oraz kilkanaście mniejszych ośrodków do nauki tej gry. Kilka obiektów golfowych jest w budowie, wszystkie są własnością prywatnych przedsiębiorców. W sumie działa kilkadziesiąt klubów. Szacuje się, że ten sport uprawia obecnie 7 tys. osób. Znaczną część środowiska grającego w golfa stanowią ludzie dojrzały, z ustaloną pozycją (Rawa 2009).

Golf rozwija się na całym świecie. Liczba golfistów w Europie szacowana jest na ok. 4,2 mln, a tempo wzrostu wynosi ok. 6%. Krajami o stabilnej, wysokiej liczbie graczy są: Wielka Brytania, Hiszpania i Niemcy. Głównymi regionami dynamicznego

rozwoju golfa są Europa Środkowo-Wschodnia (Czechy, Węgry, Polska) oraz Europa Południowa (Cypr, Grecja, Słowenia). Na świecie w golfa gra blisko 160 mln ludzi. Uczestnikami głównych turniejów w Europie, USA czy Azji, gromadzących na trybunach oraz przed telewizorami miliony widzów, są najlepsi golfiści na świecie. Do najbardziej prestiżowych turniejów należą turnieje Wielkiego Szlema, tzw. Majors, w skład, których wchodzi British Open, US Open, US PGA i Masters. W ostatnich pięciu latach w samych Chinach wybudowano ponad 200 pól golfowych, a liczba zawodników oscyluje w granicach kilku milionów.

Charakterystyka pola golfowego i akademii golfa w Paczółtowicach

Krakow Valley Golf & Country Club wybudowała spółka Green Investment, utworzona przez dwie firmy: Golf Valdese z Luksemburga i Chervill Capital Invest AG ze Szwajcarii, na dawnych polach klasztoru Karmelitów Bosych w Czernej, po drugiej wojnie światowej przejętych przez Skarb Państwa i użytkowanych przez Państwowe Gospodarstwo Rolne. Projektantem pola jest Amerykanin (z Kalifornii) Ronald Fream, uznany za jednego z największych architektów golfowych świata. Obiekt usytuowany jest w pobliżu Krzeszowic, a więc pobliskie zjazdy z autostrady ułatwiają dojazd do tego kompleksu. Mistrzowskie pole golfowe (par – 72), oraz 6-dołkowa Akademia Golfa (par – 18) mają ambicję zaspokoić wymagania każdego gracza.

We wrześniu 2002 r. oficjalnie została otwarta Akademia Golfa usytuowana na dwudziestohektarowym terenie. Stanowi ogólnodostępne, szkoleniowe zaplecze Country Clubu, które jest w stanie pomieścić jednorazowo do 150 osób. W skład Akademii Golfa wchodzi:

- 6-dołkowe pole golfowe PAR – 18 – 810 metrów. Do gry na tym polu nie jest wymagana tzw. Zielona Karta, a krótsze odległości między dołkami sprawią, iż nawet początkujący gracze mogą odnieść swój pierwszy sukces;
- *putting greens* – teren pokryty bardzo nisko koszoną trawą, na którym trenuje się tzw. krótkie uderzenia, czyli wbijanie piłki do dołka;
- *chipping greens* – miejsce, gdzie uczy się wybijania piłki z wyższej trawy na *green*;
- *driving range* – miejsce służące do treningu wybijania piłki na odległość, na który składa się: trawiaste *tee* z dwóch stron *drivingu*, 10 stanowisk treningowych zadaszonych z oświetleniem, 9 stanowisk treningowych bez zadaszania;
- bunkry treningowe – zagłębienia w ziemi wypełnione piaskiem, gdzie ćwiczy się bardzo trudną umiejętność wybijania piłki z piasku na *green*;
- recepcja;
- sklep golfowy – *Pro-shop*, w którym można kupić wszystkie akcesoria golfowe, takie jak: kije i piłki golfowe, czapki, rękawiczki, buty, skarpety, bluzy, dresy, odzież nieprzemakalną oraz chroniącą przed zimnym wiatrem, paski do spodni, magazyny poświęcone grze w golfa (np. „Golf & Life”), poradniki dla graczy w golfa itp.;
- wypożyczalnia sprzętu golfowego – do dyspozycji gości są wózki spalinowe, tzw. melexy firmy Club Car oraz wózki ręczne, a także kije golfowe (dla osób zarówno prawo- i leworęcznych, dla kobiet oraz dzieci);
- bezpłatny parking, toalety, natryski, szatnie.

Ponadto na terenie obiektu znajduje się hotel i restauracja Villa Pacoldi, dwie sale konferencyjne, strzelnica sportowa Shooting Range, Krakow Valley Stable jazda konna oraz stacja zimowa Krakow Valley Sky.

Klub współpracuje z wieloma firmami (np. Park Wodny w Krakowie, Pilsner Urquell, Coca Cola), serwisami internetowymi (np. CracowOnline.com, KrakowLife.pl) hotelami (np. Pałac Bonerowski, Novotel, Hotel Europejski, Hotel Wyspiański, Hotel Amadeus), biurami podróży (np. Travel and Action, Study Tours). KVG & CC we współpracy biurami podróży organizuje również wyjazdy golfowe w sezonie zimowym (najczęściej w styczniu i lutym) na pola golfowe w Tunezji, Turcji, Hiszpanii.

Funkcjonuje również szkołka golfowa dla dzieci w wieku od 6 do 14 lat. W każdą niedzielę odbywają się godzinne zajęcia z trenerem na Akademii Golfa. Dzieci uczą się podstawowych zasad gry w golfa, począwszy od trzymania poprawnie kija golfowego do gry na 6-dołkowym polu.

Charakterystyka gości odwiedzających Krakow Valley Golf & Country Club

Kompleks golfowo rekreacyjny jest niezwykle atrakcyjny, o czym świadczy przede wszystkim liczba gości odwiedzających rocznie to miejsce. Niestety KVG & CC nie prowadzi dokładnych statystyk liczby odwiedzających i trudno jednoznacznie powiedzieć, ile dokładnie osób odwiedza to miejsce. Liczbę odwiedzających szacuje się na podstawie prowadzonej tzw. Księgi Gości oraz na podstawie przyjmowanych rezerwacji noclegowych czy odbywających się imprez zorganizowanych oraz turniejów golfowych. Orientacyjnie można powiedzieć, że rocznie kompleks jest odwiedzany przez kilka tysięcy osób.

Zdecydowaną większość gości stanowią grupy zorganizowane (spotkania biznesowe, szkolenia, konferencje), które korzystają przede wszystkim z bazy gastronomicznej oraz towarzyszącej (golf, strzelnica), a także noclegowej. Przewaga grup zorganizowanych ma też związek z wykorzystaniem sali konferencyjnej. Średni czas pobytu grup zorganizowanych to 1–2 dni. Bez względu na to, jak długi czas grupa przebywa w KVG & CC, zawsze korzysta ze szkolenia golfowego, a wszystko po to, aby zachęcić jak największą liczbę osób do uprawiania tego ekscytującego sportu.

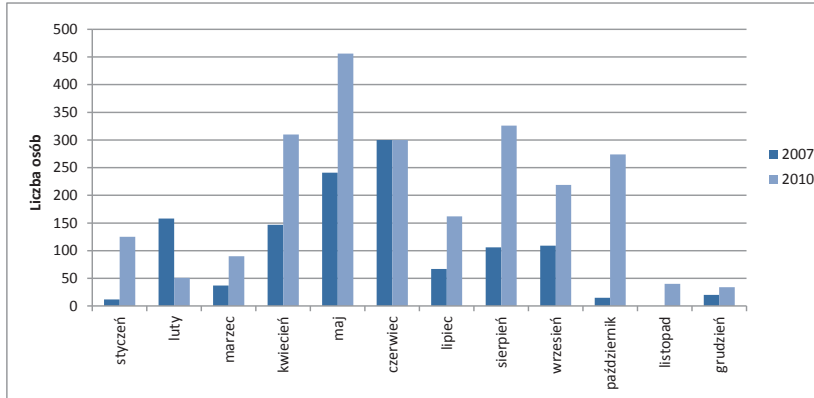
Jeżeli chodzi o klientów indywidualnych, to są to osoby korzystające najczęściej z pola golfowego, czyli osoby, które czynnie uprawiają ten sport oraz goście korzystający ze strzelnicy sportowej, a w sezonie zimowym oczywiście narciarze.

Bardzo dużą grupą klientów są osoby, które organizują wesela, chrzciny, przyjęcia komunijne czy inne uroczystości rodzinne. W okresie od czerwca do września w zasadzie w każdy weekend odbywa się wesele, a często nawet dwa. Atrakcyjność tego miejsca oraz ogromne zainteresowanie klientów organizowaniem imprez w niepowtarzalnym miejscu sprawiła, że w sierpniu 2009 roku została otwarta trzecia sala bankietowa.

Goście bazy noclegowej i gastronomicznej w Krakow Valley Golf & Country Club oraz usługi towarzyszące

Z usług noclegowych obiektu KVG & CC najczęściej korzystają zorganizowane grupy klientów, którzy przyjeżdżają na spotkania biznesowe, szkolenia, konferencje, imprezy integracyjne oraz motywacyjne organizowane przez zakłady pracy.

W 2007 r. z hotelu Villa Pacoldi skorzystało około 1350 osób, ale już w roku 2010 liczba turystów zwiększyła się do blisko 2400 osób. Miesięczne wykorzystanie bazy noclegowej przedstawia ryc. 1.



Ryc. 1. Wykorzystanie bazy noclegowej w hotelu Villa Pacoldi w latach 2007 i 2010

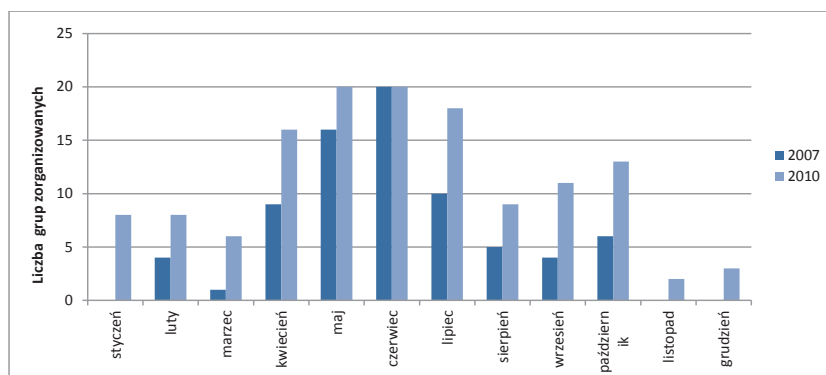
Źródło: opracowanie własne na podstawie materiałów wewnętrznych KVG & CC

Jak można zauważyć, zróżnicowanie w wykorzystaniu bazy hotelowej w poszczególnych miesiącach jest bardzo duże. O ile w roku 2007 miesiącami dominującymi były czerwiec, maj oraz luty, to w roku 2010 zdecydowaną przewagę wykazują miesiące: maj, sierpień i kwiecień. Nie ma wątpliwości, że kwiecień, maj oraz czerwiec to miesiące, gdzie głównymi klientami hotelu są goście biznesowi, którzy przyjeżdżają do KVG & CC w celach służbowych. Natomiast miesiące: sierpień, wrzesień i październik są zdominowane przez turystów, którzy przyjeżdżają do KVG & CC, aby aktywnie spędzić wakacje, wypoczynek, są to też miesiące, w których odbywa się najwięcej uroczystości rodzinnych, głównie wesel.

Grup zorganizowanych (ryc. 2) w 2007 roku, które skorzystały z usług KVG & CC, było około 80, natomiast w roku 2010 było już tych grup około 132. Świadczy to o bardzo dużym i wciąż rosnącym zainteresowaniu tym szczególnym, atrakcyjnym miejscem. Grupy zorganizowane najczęściej KVG & CC odwiedzają w kwietniu, maju, czerwcu, lipcu, a także w październiku. Klientów odwiedzających kompleks KVG & CC najbardziej urzeka niepowtarzalna atmosfera i klimat miejsca. Poza tym bardzo pozytywnie oceniają gościnność, wyśmienite i bardzo różnorodne jedzenie, a także panującą wokół ciszę i spokój.

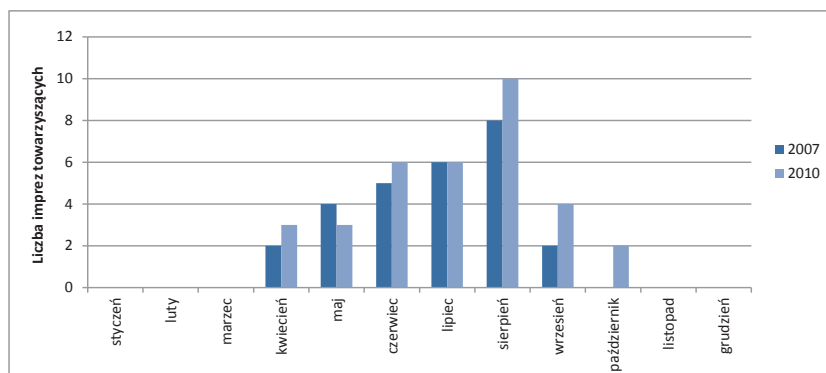
Kompleks golfowo-rekreacyjny KVG & CC to doskonałe miejsce na organizowanie uroczystości rodzinnych. Z roku na rok przybywa klientów, którzy tu właśnie organizują przyjęcia weselne, z okazji komunii, chrztu itp. Doskonała kuchnia, atrakcyjność miejsca, położenie z dala od aglomeracji miejskiej, piękno i niepowtarzalność sal bankietowych (jedna sala urządzona w stylu rycerskim, druga w odrestaurowanej starej wozowni, trzecia w bezpośrednim sąsiedztwie pola golfowego) jest niewątpliwie siłą, która przyciąga rzesze gości. Na ryc. 3. przedstawiono liczbę imprez rodzinnych organizowanych w poszczególnych miesiącach w latach 2007 i 2010. Oczywiście, miesiąc maj, to czas, w którym odbywają się najczęściej komunie. Pozostałe miesiące przedstawiają liczbę przyjęć weselnych, których również

z roku na rok jest coraz więcej. Sezon na wesela zaczyna się już w kwietniu i trwa aż do października. Rzadko zdarza się, aby tego typu uroczystości odbywały się w miesiącach tzw. zimowych (listopad, grudzień, styczeń oraz luty). W roku 2007 gości weselnych było w przybliżeniu 2000, a już w 2010 roku liczba ta wzrosła do około 3300 osób. Z roku na rok zainteresowanie salami bankietowymi jest coraz większe, o czym również świadczy fakt, iż sale rezerwowane są z dwuletnim wyprzedzeniem.



Ryc. 2. Liczba grup zorganizowanych korzystających z usług KVG & CC w latach 2007 i 2010

Źródło: opracowanie własne na podstawie materiałów wewnętrznych KVG & CC

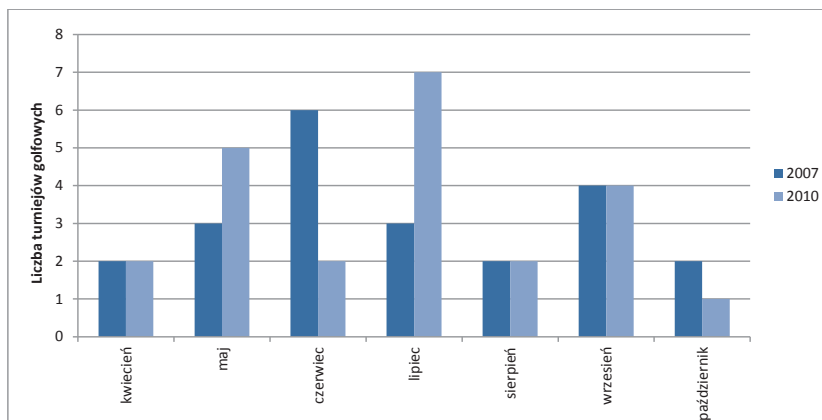


Ryc. 3. Liczba imprez towarzyszących w KVG & CC w latach 2007 i 2010

Źródło: opracowanie własne na podstawie materiałów wewnętrznych KVG & CC

KVG & CC to przede wszystkim pole golfowe, miejsce różnego rodzaju imprez golfowych i turniejów (zob. ryc. 4). Liczbę organizowanych turniejów jest bardzo zróżnicowana. Zależy to m.in. od Polskiego Związku Golfa, który turnieje o charakterze ogólnopolskim (rzadziej międzynarodowym) przyznaje poszczególnym klubom golfowym. Turnieje mają zazwyczaj charakter amatorski, ale gra uczestników jest na bardzo wysokim poziomie. Pozostała liczba imprez golfowych uzależniona jest od aktywności klubu. To marketing jest tym ogniwem, które stara się, aby pozyskać jak najwięcej nowych klientów, a tym samym zorganizować jak największą liczbę imprez golfowych. Najpopularniejszymi turniejami odbywającymi się w KVG & CC

są turnieje klubowe oraz turnieje, w których grają amatorzy z profesjonalistami, czyli PRO – AM. Największym i najbardziej prestiżowym turniejem, jaki odbył się na polu golfowym w Paczółtowicach, był międzynarodowy europejski turniej seniorów European Senior Golf Tour 2008 (trwający od 26 maja do 2 czerwca), który zgromadził najlepszych profesjonalnych graczy Europy.



Ryc. 4. Liczba turniejów golfowych w KVG & CC w latach 2007 i 2010

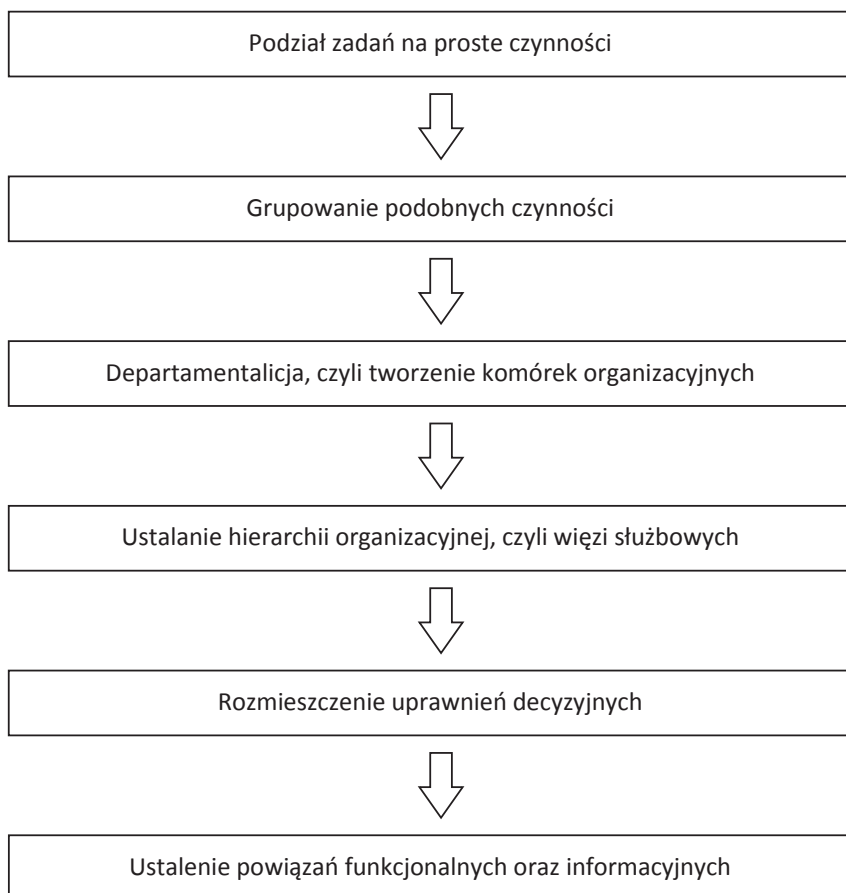
Źródło: opracowanie własne na podstawie materiałów wewnętrznych KVG & CC

Głównym celem przyjazdu turystów do KVG & CC są niewątpliwie sprawy służbowe, jak i czynne uprawianie gry w golfa. Dla dużej grupy odwiedzających to głównie atrakcja turystyczna. Zarówno goście krajowi, jak i zagraniczni przyjeżdżają w gronie znajomych, przyjaciół, rodziny; rzadko pojawiają się sami. Najczęstszym źródłem informacji o KVG & CC jest zdecydowanie Internet, akcje ulotkowe, reklama „z ust do ust”, a także targi golfowe, turystyczne oraz ślubne. Jeżeli chodzi o wiek odwiedzających, to jest on bardzo zróżnicowany, ale przeważają goście w wieku od 30 do 55 lat. Wśród obcokrajowców największą grupę stanowią obywatele Wielkiej Brytanii, Irlandii, Niemiec, Francji oraz bardzo liczna grupa Japończyków.

Struktura organizacyjna w Krakow Valley Golf & Country Club

Struktura organizacyjna to układ stanowisk pracy i komórek organizacyjnych wraz z podziałem zadań pomiędzy nimi i więziami je łączącymi. Struktura organizacyjna jest obiektem złożonym, w dużych organizacjach uregulowanym za pomocą wielu dokumentów. Każde przedsiębiorstwo, aby mogło dobrze i efektywnie funkcjonować, powinno być zorganizowane. Konieczny jest się podział pracy, w wyniku którego powstają miejsca pracy oraz komórki organizacyjne. W organizacji i zarządzaniu wyodrębnia się wiele typów struktur organizacyjnych, ale w praktyce (w Polsce) najczęściej mamy do czynienia z trzema typami struktur organizacyjnych: liniowymi, sztabowo-liniowymi i elastycznymi. Dwa pierwsze typy można zaliczyć do kategorii struktur mechanistycznych. Jeżeli zadania przedsiębiorstwa są względnie stałe (np. prowadzenie hotelu lub restauracji), należy wykorzystać jedną ze struktur mechanistycznych. Jeśli zadania ulegają ciągłym zmianom (np.

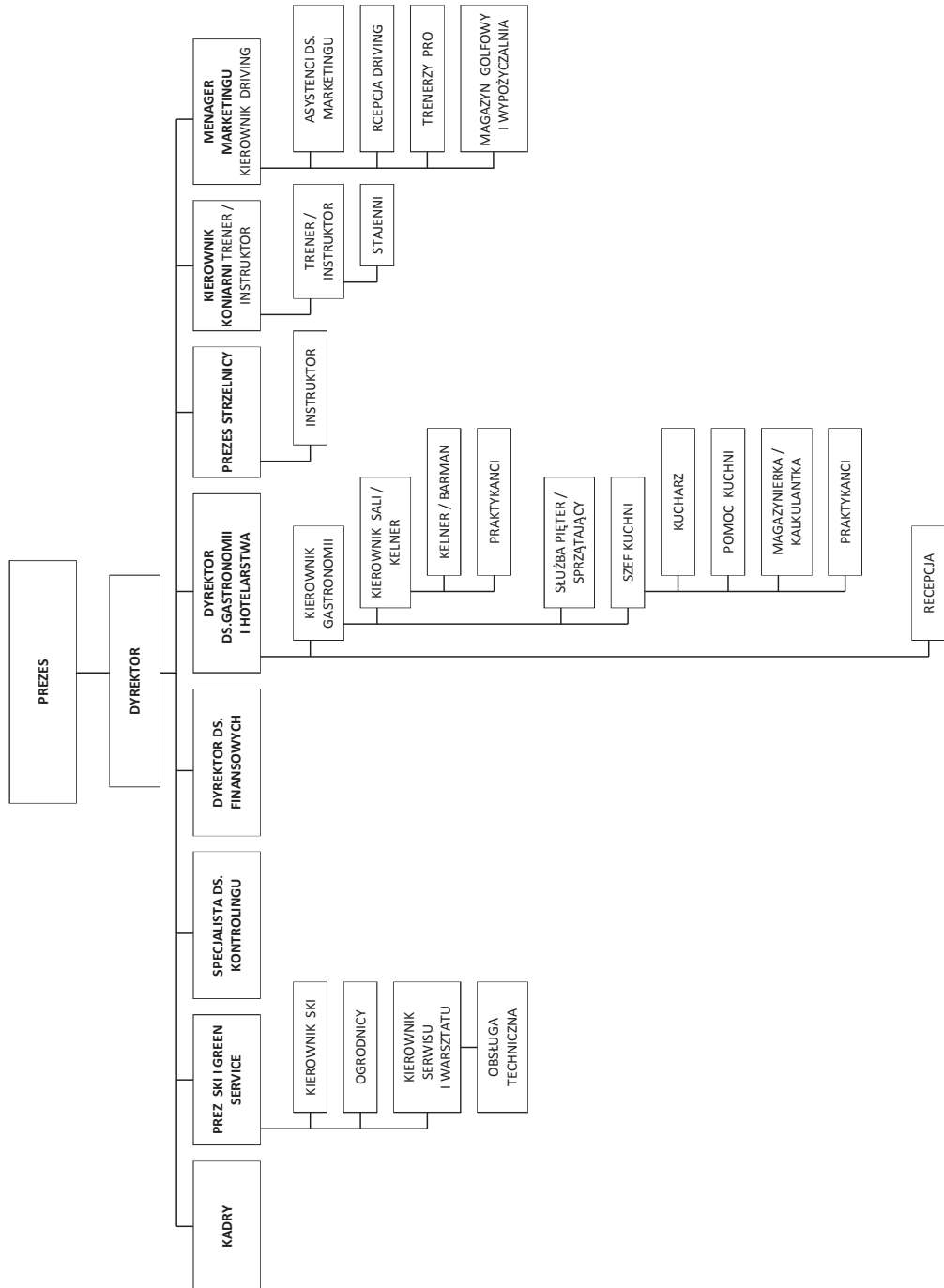
organizacja imprez lub kongresów), należy zdecydować się na strukturę elastyczną (Sarnowski 2007).



Ryc. 5. Procedura budowy struktury organizacyjnej przedsiębiorstwa

Źródło: J. Sarnowski, E. Kirejczyk, *Zarządzanie przedsiębiorstwem turystycznym*, Warszawa 2007, s. 95

W Krakow Valley Golf & Country Club zatrudnienie znajduje blisko 60 osób na umowę o pracę, a w sezonie letnim, trwającym od maja do października, dodatkowo blisko 20 osób na umowę zlecenie (kelnerzy, pomoce kuchenne, obsługa pola golfowego). Są to w przeważającej mierze pracownicy z Krakowa, Paczółtowic i najbliższej okolicy (Olkusz, Krzeszowice). Wiek pracowników kształtuje się mniej więcej w granicach 22–50 lat, przy czym przeważają pracownicy w wieku od 25–35 lat. Każdy pracownik ma jasno określone miejsce pracy, zadania, które powinien wykonać, uprawnienia oraz odpowiedzialność, co pozwala uniknąć pewnego rodzaju dowolności w postępowaniu. Te prawa i obowiązki każdego z pracowników są tak określone, aby nie krępowały ich twórczego, kreatywnego myślenia oraz zaangażowania w sprawy firmy.



Ryc. 6. Struktura organizacyjna Krakow Valley Golf & Country Club

Źródło: opracowanie własne na podstawie materiałów wewnętrznych KVG & CC

Analiza SWOT dla KVG&CC

Krakow Valley Golf & Country Club to fascynujące miejsce doskonałe na zorganizowanie wszelkiego rodzaju imprez firmowych (motywujących, integracyjnych i in.), spotkań promocyjnych, biznesowych. W otulinie Jurajskich Parków Krajobrazowych, w ciszy, spokoju, można czynnie i aktywnie spędzić czas, można także doskonale się wyciszyć, zrelaksować i odpocząć. To miejsce ma swój niepowtarzalny urok. Pomimo tego, że z roku na rok przybywa gości korzystających z tego obiektu, warto zaproponować i stworzyć analizę SWOT w celu ulepszenia funkcjonowania obiektu i zapewnienie jego dalszego rozwoju. Przeprowadzona analiza pozwoli dostrzec mocne oraz słabe strony omawianego obiektu, w przyszłości może pomóc uniknąć błędów i lepiej zarządzać firmą.

Tab. 1. Analiza SWOT dla KVG&CC

MOCNE STRONY	SŁABE STRONY
<ul style="list-style-type: none"> – Jedyne taki obiekt w Polsce, – Elastyczna oferta, – Rodzinna atmosfera, – Usługi bardzo dobrej jakości, – Bliski kontakt z gośćmi, – Piękna okolica, umiarkowany klimat, malownicze miejsca, łatwy kontakt z naturą, trasy spacerowe, ścieżki rowerowe, – Elastyczność działania, – Dobry i wygodny dojazd samochodem, duża liczba miejsc parkingowych, – Atrakcyjna lokalizacja, – Atrakcyjne usługi towarzyszące, – Bliskość dwóch lotnisk: Balice i Pyrzowice, – Działalność marketingowa, – Wzrost zainteresowania ze strony klientów indywidualnych, – Wysoki standard obsługi 	<ul style="list-style-type: none"> – Duża rotacja pracowników, – Niskie wynagrodzenia dla pracowników, – Nienormowany czas pracy zatrudnionych, – Sezonowość zatrudnienia, – Niska motywacja pracowników, – Brak dostępności komunikacji publicznej, – Wysokie ceny usług dla przeciętnego turysty, – Brak rozrywek dla młodych osób: dyskoteki, kino itp., – Brak salonu odnowy biologicznej, SPA, siłowni itd. – Mała liczba miejsc noclegowych
SZANSE	ZAGROŻENIA
<ul style="list-style-type: none"> – Rosnące w Polsce zainteresowanie grą w golfa, – Doskonały stan środowiska naturalnego, – Wzrost liczby gości oraz turystów z zagranicy, – Nowe inwestycje, – Moda na turystykę, – Tworzenie nowych miejsc pracy, – Znajomość branży oraz klientów 	<ul style="list-style-type: none"> – Brak lokali rozrywkowych, kąpielisk, – Rosnąca konkurencja w postaci nowo powstających pól golfowych, a także miejsc noclegowych oraz gastronomicznych w okolicy, – Kryzys gospodarczy, – Niższe ceny usług gastronomicznych i noclegowych w okolicznych miejscowościach, – Wzrost cen, np. na rynku paliwowym, artykułów spożywczych, itp., – Małe zainteresowanie obiektem przez przeciętnych turystów

Źródło: opracowanie własne

Przeprowadzona analiza SWOT pokazała, że największym problemem tego przedsiębiorstwa jest stworzenie stałego i zgranego zespołu pracowników. Duża

rotacja pracowników, nienormowany czas pracy oraz niskie zarobki powodują niską motywację do pracy. Drugą słabą stroną obiektu są bardzo wysokie ceny oferowanych usług. Mimo iż obiekt jest ogólnodostępny, to jednak klientami są przede wszystkim grupy zorganizowane oraz zamożni klienci indywidualni. Powoduje to małe zainteresowanie wśród „przeciętnych” turystów. Słabą stroną jest także mała liczba miejsc noclegowych. Widoczne jest to głównie w sezonie letnim. Niewątpliwie najmocniejszą stroną KVG & CC stanowi fakt, iż jest to jedyny taki kompleks golfo-rekreacyjny w Polsce. Odwiedza go rocznie kilka tysięcy turystów z Polski i zagranicy. Do mocnych stron należą także przyjacielskie nastawienie, styl i jakość obsługi, doskonała kuchnia.

Reasumując, przedsiębiorstwo powinno szybko zwiększyć liczbę pokoi, a także w większym stopniu zadbać o klienta indywidualnego oraz „przeciętnego”. Bardzo ważną sprawą jest zainwestowanie w salon odnowy biologicznej, spa, siłownię, w celu pozyskania nowych klientów. Zaoferowanie zatrudnionym lepszych warunków pracy przyczyni się do większego ich zaangażowania w sprawy firmy.

Podsumowanie

Krakow Valley Golf & Country Club to miejsce, które przyciąga turystów do Małopolski. Z roku na rok przybywa klientów oraz wzrasta zainteresowanie tym ośrodkiem. Trzeba również dodać, iż nie ma takiego drugiego obiektu w całej Polsce, a także w Środkowej Europie. Być może siłą przyciągania jest właśnie oryginalność miejsca. Na terenie obiektu można aktywnie spędzić czas, zabawić się w gronie znajomych, oderwać się od problemów dnia codziennego wśród pięknego krajobrazu Jury Krakowsko-Częstochowskiej. Ruch turystyczny rozwija się w tym miejscu, co sprawia, że obiekt ten staje się coraz bardziej znanym miejscem wśród obywateli Polski. Goście przyjeżdżają tutaj z najbardziej odległych krańców Polski, a także, śmiało można powiedzieć, że z całej Europy i świata.

Literatura

- Alejsiak W., 1999, *Turystyka w obliczu wyzwań XXI wieku*, Wydawnictwo ALBIS, Kraków
- Gołembski G., 2008, *Turystyka jako czynnik wzrostu konkurencyjności regionów w dobie globalizacji*, Akademia Ekonomiczna w Poznaniu, Poznań
- Gołembski G., 1999 *Regionalne aspekty rozwoju turystyki*, WN PWN, Warszawa
- Sarnowski J., Kirejczyk E., 2007, *Zarządzanie przedsiębiorstwem turystycznym*, Wyd. AlmaMer Wyższa Szkoła Ekonomiczna, Warszawa
- Saunders V., 2005, *Golf. Poradnik dla początkujących i zaawansowanych*, Wydawnictwo Muza, Warszawa
- Wojciechowski I.J., 2007, *Golf po polsku*, Biznes i Turystyka, nr 36 , s. 38–40
- www.golf_historia.polskigolf.pl
- www.golfpl.com
- www.KrakowValley.com

Krakow Valley Golf & Country Club as an innovative tourist attraction of Malopolska

Abstract

Tourism is a popular form of human activity, a way to spend free time and a branch of national industry which is strongly connected with geographical environment, and is also dependent on it. The essence of tourism is to have an intimate and personal contact with nature, culture or another human being. The meaning of this personal contact cannot be underestimated. It maintains its meaning also in the age of television and the Internet, the age of creating virtual reality. This is why, against the expectations of pessimists, tourism will not stop growing, even in the third millennium. Thanks to the fast development of technology, it can grow even faster and, according to some expectations, it can soon become the most profitable branch of industry. In order for this to be true, innovations need to be introduced. The most important feature of innovation is standing out on the market.

The aim of this article is to show one of the modern tourist attractions of Malopolska: Krakow Valley Golf & Country Club. I will present a short historical note on the beginnings of golf, the process of building a master golf course and I will also characterize the KVG & CC complex. I will dwell upon the organizational structure of the company and carry out a SWOT analysis. Finally, I will present the size and structure of the guests of selected segments of KVG & CC.

mgr Kamila Ziótkowska-Weiss
Uniwersytet Pedagogiczny
im. Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie
Instytut Geografii
Zakład Turystyki i Badań Regionalnych
e- mail: kamilacamela@wp.pl