

Ewelina Kalinowska

Koło Naukowe Turystyki i Rekreacji

Uniwersytet Przyrodniczo-Humanistyczny w Siedlcach

- opiekun naukowy dr Andrzej Soroka

AUGUSTÓW – MIASTEM ATRAKCYJNYM TURYSTYCZNIE

Streszczenie

Celem pracy było określenie opinii mieszkańców Augustowa i jego okolic na temat atrakcyjności turystycznej ich miasta. Starano się poznać opinię na temat infrastruktury turystycznej i zagospodarowania turystycznego, głównych atrakcji, które w opinii mieszkańców wpływają na odwiedziny przez turystów ich miasta i okolic. W pracy chciano również określić i wskazać poziom działań promocyjnych władz miasta i okolicznych gmin, w kierunku uatrakcyjnienia pobytu turystów. Wykorzystano metodę sondażu diagnostycznego z autorskim kwestionariuszem ankiety, a przy analizach statystycznych zastosowano analizę funkcji dyskryminacyjnej i test chi-kwadrat Pearsona. Ankietowaniem objęto 486 mieszkańców Augustowa i okolic. Mieszkańcy określili swoje miasto jako atrakcyjne turystycznie, choć wskazali na problemy, głównie związane ze słabo prowadzoną promocją ich regionu. Główne atuty Augustowa i okolic to: stworzenie bardzo dobrych warunków do uprawiania sportów, zwłaszcza wodnych oraz bogactwo wielu cennych zabytków. Ważnym dla respondentów jest otrzymany przez Augustów, status miasta uzdrowiskowego. Respondenci doceniali organizowanie licznych imprez kulturalnych jakie odbywają się w ich mieście oraz podnosili znaczenie walorów pobliskiej Puszczy Augustowskiej.

Wstęp

Współcześnie jednym z najbardziej dynamicznie rozwijających się sektorów gospodarki światowej jest turystyka. To właśnie turystyka wywiera bezpośredni wpływ na wiele gałęzi gospodarki narodowej w wielu państwach. Turystyka aktywnie wpływa na budowę świadomości społecznej, zwłaszcza tej o znaczeniu lokalnym, budując w niej pozytywne postawy życia społecznego (Sharpley, 2002).

W nowoczesnym społeczeństwie turystyka stała się symbolem wysokiego statusu społecznego, który jest coraz bardziej eksponowany. Jest to ważny element konsumpcji oraz swoisty wyznacznik postępu, nowoczesności i dobrobytu społeczeństwa (Zawilińska, 2004). Turystyka jest jednym z ważnych elementów funkcjonowania człowieka, umożliwiając mu poznawanie świata, kultury innych

krajów i narodów jak również poznawanie walorów przyrody. Funkcjonowanie człowieka w turystyce ma wpływ na jego zdrowie, odpoczynek, relaks. Jest to ważny element niwelujący codzienną monotonię współczesnego życia (Soroka i in., 2014).

Każdy region świata, w tym również Polski, który chce uczestniczyć w ruchu turystycznym jako miejsce odwiedzin turystów, musi posiadać i zaoferować odwiedzającym coś atrakcyjnego, co spowoduje napływ chętnych do odwiedzenia. Takimi atrakcjami turystycznymi są charakterystyczne miejsca, bardzo często niepowtarzalne i występujące tylko na danym terenie, do których możemy zaliczyć naturalne środowisko, występujące w danym regionie zabytki historyczne, oferowane bardzo ciekawe wydarzenia kulturalne, rekreacyjne i sportowe (Kruczek i in., 2003).

Obecnie, aby zachęcić turystę do odwiedzin danej miejscowości i do skorzystania z proponowanej oferty nie wystarczy już posiadanie naturalnych atrakcji turystycznych, potrzeba jest dodatkowej infrastruktury, która może być atrakcją lub spowoduje podniesienie atrakcyjności danego regionu. Turyści w coraz większym stopniu wykazują potrzeby w zakresie ciekawych wyjazdów. Chcą poznawać nowe miejsca, nowych ludzi, chcą przeżywać wspaniałe przygody i doznawać fascynacji związanych z odwiedzaniem nowych i ciekawych miejsc (Alejziak, 2009).

Zagospodarowanie turystyczne danego terenu, to przede wszystkim przystosowanie infrastruktury do potrzeb ruchu turystycznego poprzez stworzenie atrakcji, które będą stanowić cel przyjazdów. Niezbędny przy tym jest wysoki stopień dostępności komunikacyjnej oraz wyposażenie obszaru w odpowiednie obiekty obsługujące turystów, w postaci zaplecza hotelowego i noclegowego oraz miejsc gastronomicznych, najlepiej z regionalnymi potrawami, które wtedy też stają się atrakcją turystyczną. Można by stwierdzić, że są to podstawowe elementy, w które dany teren musi być wyposażony, by sprostać potrzebom odwiedzających (Napierała i in., 2009).

W całym procesie zagospodarowania turystycznego danego regionu ważną rolę spełnia reklama i informacja, czyli czynniki związane z promocją danego regionu. Rozwój środków masowego przekazu takich jak prasa, radio, telewizja a zwłaszcza Internet pozwalają na przekazywanie informacji o regionie i jego ofercie turystycznej. Często stosowaną formą reklamy danego terenu, atrakcyjnego turystycznie jest public relations, czyli przekazywanie informacji między przedsiębiorstwem turystycznym, a w przypadku małych miejscowości jego jednostkami zajmującymi się promocją, a klientami, mediami, czy biurami podróży itp. Jest to element na dzień dzisiejszy wręcz niezbędny przy właściwym promowaniu (Urry, 2007).

Celem pracy było poznanie opinii mieszkańców miasta Augustów i jego okolic na temat atrakcyjności tego regionu od strony turystyczno-

rekreacyjnej. Starano się poznać opinię na temat infrastruktury turystycznej i zagospodarowania turystycznego oraz głównych atrakcji, które w opinii mieszkańców są w stanie przyciągnąć odwiedzających turystów. Zapytano również respondentów o poziom działań promocyjnych, jakie władze miasta i okolicznych gmin prowadzą w celu zainteresowania turystów tym regionem Polski.

Materiał i metoda

W badaniach zastosowano metodę sondażu diagnostycznego. Jako narzędzie badawcze wykorzystano autorski kwestionariusz ankiety. Ankietowaniem objęto 486 mieszkańców Augustowa i okolic, z których 51,26% stanowiły kobiety, natomiast udział mężczyzn to odsetek 48,74% respondentów. Wśród ankietowanych 42,34% było w wieku do 25 lat, natomiast 34,34% w wieku od 26 do 40 lat. Od 41 do 55 lat to grupa 18,67% badanych, natomiast pozostali badani (5,01%) to osoby w wieku 56 i więcej lat.

Przy analizach statystycznych wykorzystano program Statistica 10.1 PL. Zastosowano analizę funkcji dyskryminacyjnej w celu rozstrzygnięcia, które zmienne dyskryminują wyłaniające się dwie grupy respondentów, w których uwzględniono miejsce zamieszkania, czyli tereny wiejskie i miejskie. W analizie funkcji dyskryminacyjnej zastosowano funkcję klasyfikacyjną w postaci wyliczenia ich współczynników, które określono dla każdej z badanych grup. Przed przystąpieniem do analiz zbadano wielowymiarową normalność, sprawdzając każdą zmienną pod kątem normalności rozkładu. Założono, że macierze wariancji zmiennych są homogeniczne w grupach. Nieznaczące odchylenia pominięto, z uwagi na duże liczebności respondentów w poszczególnych grupach. Przy badaniu zależności pomiędzy dwiema zmiennymi, wykorzystano test niezależności Chi-kwadrat Pearsona (χ^2), który zakłada porównanie ze sobą wartości obserwowanych z wartościami oczekiwanymi. Statystycznie istotnymi określono te różnice średnich, których prawdopodobieństwo przypadkowości była mniejsza od $p < 0,05$.

Wyniki

Blisko połowa poddanych ankietowaniu mieszkańców Augustowa (46,32%) stwierdziła, iż miasto i okolice są bardzo atrakcyjnymi terenami do uprawiania turystyki i rekreacji. W opinii 30,58% respondentów analizowane tereny są atrakcyjne turystycznie. Grupa 9,47% badanych określiła Augustów i okolice jako miejsce nieatrakcyjne turystycznie, natomiast 12,63% respondentów uważa Augustów za miasto umiarkowanie atrakcyjne. Trzeba zauważyć, iż pomiędzy mieszkańcami wsi i miasta nie zachodziły istotne różnice w poszczególnych

deklaracjach dotyczących atrakcyjności miasta, co miało wpływ na niską wartość testu chi-kwadrat Pearsona i brak istotnej zależności pomiędzy miejscem zamieszkania a stopniem atrakcyjności danego terenu (tab. 1).

Tab. 1. Opinia mieszkańców na temat atrakcyjności miasta Augustów i jego okolic

Stopień atrakcyjności	Miejsce zamieszkania		
	Miasto (%)	Wieś (%)	Razem (%)
Bardzo atrakcyjne turystycznie	22,11	24,21	46,32
Atrakcyjne turystycznie	15,79	15,79	31,58
Umiarkowanie atrakcyjne turystycznie	6,32	6,32	12,63
Nieatrakcyjne turystycznie	4,21	5,26	9,47
Ogółem	48,42	51,58	100,00
		0,429	p=0,934

* - istotna zależność na poziomie $p < 0,05$

Najważniejszym czynnikiem podnoszącym atrakcyjność badanych terenów, w opinii zarówno mieszkańców miasta jak i wsi była możliwość uprawiania różnych sportów na terenach Augustowa i okolic, w tym zdecydowanie sportów wodnych. Przy $p < 0,001$ w istotnie wyższym stopniu takie deklaracje przekazywali mieszkańcy terenów wiejskich, u których wartość funkcji klasyfikacyjnej wyniosła 2,79, przy 2,18 w przypadku deklarujących mieszkańców z terenów miejskich. Również wyższe wartości funkcja klasyfikacyjna osiągnęła wśród mieszkańców wsi, gdy poddano analizie czynnik zwracający uwagę na piękno otaczającej przyrody jako element podnoszący atrakcyjność terenów Augustowa i okolic. Wartości funkcji klasyfikacyjnej osiągnęły odpowiednio 1,34 w przypadku mieszkańców terenów wiejskich i 1,19 wśród zamieszkałych w mieście. Wysokie wartości funkcja klasyfikacyjna osiągnęła również przy czynniku mówiącym o bogatej historii miasta i wartości istniejących zabytków, które tylko w niewielkim stopniu były ważniejsze dla mieszkańców terenów wiejskich, niż zamieszkałych w mieście. Odpowiednie wartości funkcji klasyfikacyjnej wyniosły: 1,22 i 1,10. Dla mieszkańców terenów miejskich istotnie ważniejszy, przy $p < 0,001$, był status Augustowa, jako miasta uzdrowiskowego. Wielkość funkcji klasyfikacyjnej osiągnęła wartość 1,35 w przypadku mieszkańców miasta i 0,85 mieszkających na terenach wiejskich. Również w modelu funkcji dyskryminacyjnej znalazł się czynnik ciszy i spokoju, który zapewnia mieszkańcom i przybywającym turystom okolica Augustowa. W istotny sposób, przy $p = 0,014$ ten element był ważniejszy dla mieszkańców terenów miejskich, niż wiejskich (tab. 2).

Tab. 2. Czynniki podnoszące atrakcyjność miasta według opinii mieszkańców Augustowa i okolic

Rodzaj czynników	Model analizy dyskryminacyjnej			Funkcja klasyfikacyjna	
	Lambda Wilksa: 0,721 F (9,336)=7,555 p<0,001*			Miejsce zamieszkania	
	Lambda Wilksa	Wartość F	Poziom p	Miasto	Wieś
Możliwość uprawiania różnych sportów	0,761	28,882	0,001*	2,18	2,79
Status uzdrowiska	0,782	19,109	0,001*	1,35	0,85
Piękno przyrody	0,795	1,449	0,229	1,19	1,34
Cisza i spokój otoczenia	0,721	5,979	0,014*	0,22	0,05
Zabytki	0,753	2,647	0,104	0,86	1,07
Bogata historia miasta	0,781	1,687	0,195	1,10	1,22
Stała				13,39	16,03

*- poziom istotnej różnicy przy $p < 0,05$

Spośród licznych atrakcji turystycznych Puszcza Augustowska w opinii ankietowanych zamieszkałych na terenach miejskich jest miejscem przyciągającym turystów w okolice Augustowa i okolic. Wartość takiej deklaracji w postaci funkcji klasyfikacyjnej wyniosła 1,81 i była istotnie wyższa, przy $p=0,008$, w stosunku do zamieszkałych w mieście, u których średnią określono na 1,49. W sposób istotny, odpowiednio przy $p=0,001$ i $p=0,004$, mieszkańcy miasta Augustowa wyżej ocenili szeroki dostęp do imprez kulturalnych organizowanych w mieście oraz możliwość zwiedzania takich atrakcji jak Sanktuarium Studziennicza. Posiadane przez miasto prawo nazywania Augustowa miejscowością uzdrowiskową według ankietowanych mieszkańców przyciąga turystów chcących zobaczyć ciekawe okolice. Również i w tym przypadku w istotnie wyższym stopniu, przy $p=0,001$, doceniali to mieszkańcy miasta, u których wartość funkcji klasyfikacyjnej osiągnęła wymiar 1,34, przy 0,95 mieszkańców z terenów wiejskich (tab. 3).

Tab. 3. Atrakcje turystyczne mające wpływ na przyjazdy turystów do Augustowa w opinii mieszkańców

Atrakcje turystyczne	Model analizy dyskryminacyjnej			Funkcja klasyfikacyjna	
	Lambda Wilksa: 0,638 F (7,350)=10,29 p<0,001*			Miejsce zamieszkania	
	Lambda Wilksa	Wartość F	Poziom p	Miasto	Wieś
Miasto na prawach uzdrowiska	0,689	13,123	0,001*	1,34	0,95
Szeroki wachlarz imprez kulturalnych	0,640	13,673	0,001*	1,76	1,40
Sanktuarium Studziennicza	0,698	8,287	0,004*	1,65	1,35
Puszcza Augustowska	0,702	7,067	0,008*	1,49	1,81
Stała				10,28	10,36

*- poziom istotnej różnicy przy $p < 0,05$

Z form turystyki, które są proponowane w Augustowie i okolicach, respondenci docenili żeglarsstwo, które w istotnie wyższym stopniu przy $p=0,018$ deklarowali mieszkańcy miast niż wsi. Wartość funkcji klasyfikacyjnej odpowiednio wyniosła: 2,23 w przypadku mieszkańców miasta i 1,43 wśród zamieszkałych na terenach wiejskich. Również mieszkańcy wsi w istotnie wyższym stopniu docenili takie formy aktywności turystyczno-rekreacyjne jak jazda na nartach wodnych i spływy kajakowe, czyli sporty wybitnie związane ze środowiskiem wodnym. Różnice wystąpiły przy $p < 0,001$ i $p=0,005$. Tylko w przypadku rejsów statkiem istotnie wyższe deklaracje przekazywali mieszkańcy terenów wiejskich, u których wartość funkcji klasyfikacyjnej, przy $p < 0,001$, wyniosła 1,79, przy 1,36 w przypadku mieszkańców miasta. Trzeba zauważyć, iż w utworzonym modelu funkcji dyskryminacyjnej nie znalazły się takie formy aktywności turystyczno-rekreacyjne jak rajdy piesze i rowerowe, bierny odpoczynek nad jeziorem i wędkarstwo. Preferowane były zatem sporty i formy bardziej aktywne, niż nastawione na bierny wypoczynek (tab. 4).

Tab. 4. Formy turystyki, które cieszą się największym powodzeniem w Augustowie i okolicach w opinii mieszkańców Augustowa i okolic

Formy turystyki	Model analizy dyskryminacyjnej			Funkcja klasyfikacyjna	
	Lambda Wilksa: 0,734 F (5,349)=11.23 p<0,001*			Miejsce zamieszkania	
	Lambda Wilksa	Wartość F	Poziom p	Miasto	Wieś
Rejsy statkiem	0,723	11,014	0,001*	1,36	1,79
Jazda na nartach wodnych	0,718	22,669	0,001*	1,72	1,26
Spływy kajakowe	0,786	7,498	0,005*	1,33	1,06
Żeglarstwo	0,7253	5,967	0,018*	2,23	1,43
Stała				9,87	10,08

*- poziom istotnej różnicy przy $p < 0,05$

Jedynie blisko 18% ankietowanych stwierdziło, iż prowadzona przez miasto promocja poddanych w pracy analizie terenów była do tej pory prowadzona w sposób bardzo dobry. Ponad połowa ankietowanych (54,74%) deklarowała, że promocja jest prowadzona na średnim poziomie, czyli wymaga wprowadzenia pewnych korekt i ulepszeń. W większym stopniu takie opinie wyrażali mieszkańcy miasta (31,58%), niż mieszkańcy wsi (23,16%). Ponad 23% badanych uważa, że miasto Augustów i jego okolice są słabo promowane przez władze zarządzające tym terenem. W tym przypadku częściej takie deklaracje wypowiadali ankietowani zamieszkujący tereny wiejskie, których odsetek stanowił 18,95%, przy 8,58% zamieszkałych w mieście. Wartość testu chi-kwadrat wskazała na zachodzącą zależność pomiędzy miejscem zamieszkania a poziomem opinii na temat promocji miasta. Wartość testu chi-kwadrat wyniosła 20,185, przy $p < 0,001$ (tab. 5).

Tab. 5. Opinia mieszkańców na temat promocji miasta Augustów przez władze miejskie i władze okolicznych gmin

Stopień promocji	Miejsce zamieszkania		
	Miasto (%)	Wieś (%)	Razem (%)
Jest bardzo dobrze promowane	8,42	9,47	17,89
Promocja na średnim poziomie	31,58	23,16	54,74
Słaba promocja miasta	8,58	18,95	27,37
Ogółem	48,42	51,58	100,00
Chi - kwadrat Pearsona		20,185	$p < 0,001^*$

* - istotna zależność na poziomie $p < 0,05$

Największe uznanie wśród ankietowanych wzbudzała baza noclegowa funkcjonująca w Augustowie i okolicy, czyli ilość i jakość miejsc noclegowych i hotelowych. W sposób istotny, przy $p=0,010$, na ten element zagospodarowania turystycznego w wyższym stopniu zwracali uwagę mieszkańcy wsi niż miasta. Wartości funkcji klasyfikacyjnej wyniosła odpowiednio 2,46 wśród mieszkańców wsi i 2,21 wśród mieszkańców miasta. Również w istotnie wyższym stopniu, przy $p<0,001$, mieszkańcy wsi zwracali uwagę na zabytki występujące na badanym terenie. W ich przypadku wartość funkcji klasyfikacyjnej wyniosła 2,03, przy 1,61 wśród mieszkańców zamieszkałych na terenach miejskich. W utworzonym modelu funkcji klasyfikacyjnej znalazły się również takie elementy zagospodarowania turystycznego jak informacja turystyczna i stan dróg dojazdowych, które w istotnie wyższym stopniu, odpowiednio przy $p=0,043$ i $0,043$, były doceniane przez mieszkańców miast niż ankietowanych zamieszkałych na wsi (tab. 6).

Tab. 6. Ocena poszczególnych elementów zagospodarowania turystycznego Augustowa

Elementy zagospodarowania turystycznego	Model analizy dyskryminacyjnej			Funkcja klasyfikacyjna	
	Lambda Wilksa: 0,693 F (7,56)=12,43 $p<0,001^*$			Miejsce zamieszkania	
	Lambda Wilksa	Wartość F	Poziom p	Miasto	Wieś
Zabytki	0,675	18,417	0,001*	1,61	2,03
Stan dróg dojazdowych	0,609	6,139	0,013*	0,84	0,58
Baza noclegowa	0,618	6,660	0,010*	2,21	2,46
Informacja turystyczna	0,678	4,98	0,043*	0,97	0,76
Stała				9,80	10,47

*- poziom istotnej różnicy przy $p<0,05$

Podsumowanie

Postawiony cel pracy został w pełni osiągnięty, gdyż poznano opinie mieszkańców na temat miasta Augustowa jako miejsca atrakcyjnego turystycznie. Należy zwrócić uwagę, iż mieszkańcy Augustowa w bardzo dużym stopniu uznali swoje miasto za atrakcyjne turystycznie. Na pewno przemawia za tym i lokalny patriotyzm ale również obserwacja odwiedzających, którzy dosyć licznie przybywają na tereny miasta i okolic. Wielką atrakcją są według deklaracji ankietowanych akweny wodne w postaci jezior i rzek, co sprzyja uprawianiu sportów wodnych oraz bogata historia miasta Augustowa i okolic związana

z wieloma cennymi zabytkami. Elementami atrakcji turystycznych, które mają wpływ na liczbę odwiedzających, jest posiadanie przez miasto Augustów statusu miejscowości uzdrowiskowej oraz organizowanie przez miasto licznych imprez kulturalnych i sportowo-turystycznych, z których korzystają nie tylko mieszkańcy ale również przybywający turyści. Wachlarz atrakcji turystycznych miasta Augustowa i okolic jest bardzo szeroki, gdyż wykorzystywana jest zarówno sfera kulturalna, sportowa, jak i rekreacyjna. Ważnym podkreślenia jest również element pozytywnego wpływu okolic na zdrowie odwiedzających. W opinii mieszkańców miasto i okolice są bardzo dobrze przygotowane do przyjmowania turystów w sensie posiadanej na wysokim poziomie bazy hotelowo-gastronomicznej jak również, na co zwraca się ogromną uwagę przy wyborze miejsc wypoczynku, istnieje dobra infrastruktura komunikacyjna. Wydaje się, że w promocji miasta w znacznym stopniu pomagają tradycje związane z wypoczynkiem w tych rejonach Polski, a zwłaszcza wykorzystywane przez turystów liczne szlaki wodne. W pewnym sensie to może zwalniać władze miasta oraz okolicznych gmin w inwestowanie w promocję w postaci billboardów i plakatów, które jedynie w niewielkim stopniu są zauważane przez mieszkańców.

Wnioski

1. Ankietowani mieszkańcy Augustowa i okolic określili swoje miasto jako atrakcyjne turystycznie. Tylko niewielki odsetek ankietowanych miał odmienne zadanie. Mieszkańcy mieli jednak zastrzeżenia do działań promocyjnych jakie są prowadzone w mieście i okolicy. Twierdzili, że prowadzone zabiegi o charakterze informacyjnym są mało zauważalne w mieście.
2. Głównym atutem Augustowa i okolic jest możliwość uprawiania różnorodnych sportów, na co wpływ ma również piękno lokalnej przyrody, bogata historia miasta z wieloma pięknymi zabytkami. Respondenci twierdzili również, iż na atrakcyjność tego regionu ma wpływ uznanie Augustowa za miasto o statusie uzdrowiska.
3. Do form turystyczno-rekreacyjnych najchętniej uprawianych w rejonie Augustowa i okolic zaliczono: żeglarstwo, spływy kajakowe, jazdę na nartach wodnych i rejsy statkami po okolicznych jeziorach.
4. Czynniki mającymi znaczenie dla odwiedzających były proponowane przez miasto liczne imprezy kulturalne, cenne zabytki i możliwość pobytu w Puszczy Augustowskiej.
5. Respondenci uznali, iż funkcjonująca infrastruktura zagospodarowania turystycznego miasta jak również okolic jest na wysokim poziomie. Docenili bogatą bazę noclegową, stan istniejących dróg, zabytki oraz dobrze rozwiniętą informację turystyczną.

Piśmiennictwo

1. Alejziak W. (2009), *Determinanty i zróżnicowanie społeczne aktywności turystycznej*. Wydawnictwo AWF, Kraków, s. 51-107.
2. Kruczek Z., Kurek A., Nowacki M. (2003), *Krajoznawstwo. Zarys Teorii i Metodyki*. Wydawnictwo Proksenia, Kraków.
3. Napierała M., Muszkieta R., Żukow W., Sikorska A. (2009), *Wybrane zagadnienia z podstaw rekreacji i turystyki*. Wydawnictwo Ośrodek Rekreacji, Sportu i Edukacji, Poznań.
4. Sharpley R. (2002), *Tourism and Development: Concepts and Issues*. Multilingual Matters Limited.
5. Soroka A., Baj-Korpak A., Bernacka R. (2014), *Aktywność turystyczna młodzieży wiejskiej ze szkół ponadgimnazjalnych z powiatu radzyńskiego*. Roczniki Naukowe WSWFiT w Białymstoku, 14, s. 178-182.
6. Urry J. (2007), *Spojrzenie turysty*. Wyd. Naukowe PWN, Warszawa.
7. Zawilińska B. (2004), *Rola parków krajobrazowych w rozwoju turystyki (na przykładzie parków krajobrazowych w Karpatach)*. Zeszyty Naukowe Wyższej Szkoły Bankowości i Finansów w Bielsku Białej, 1.

Liczba znaków ze spacjami: 20 308