

Matylda Awedyk

dr, Akademia Wychowania Fizycznego im. E. Piaseckiego w Poznaniu, awedyk@awf.poznan.pl

Globalna przestrzeń turystyczna – trendy w pozaeuropejskiej turystyce poznawczej Polaków

Global tourism space – trends in Polish outbound sightseeing tours

Abstrakt

Po zmianie ustroju politycznego, dla Polaków otworzyły się nowe możliwości poznawania świata. Regiony niedostępne dla polskiego turysty przed rokiem 1989, są dziś nową przestrzenią, która jest celem pozaeuropejskiej turystyki poznawczej. Zorganizowane wycieczki, oferujące podróże do najbardziej oddalonych miejsc na Ziemi, pomimo swoich wysokich cen, mają dużą grupę odbiorców.

Celem referatu jest przedstawienie wyników badań, dotyczących pozaeuropejskiej turystyki poznawczej Polaków w latach 2003-2009. Wskazują one na główne trendy dotyczące kierunków wyjazdów turystycznych oraz specyficzną dla tego rodzaju turystyki sezonowość.

Słowa kluczowe: globalna przestrzeń turystyczna, pozaeuropejska turystyka poznawcza, kierunki wyjazdów turystycznych, trendy, sezonowość.

Key words: global tourism space, outbound sightseeing tourism, tourism destinations, trends, seasonality.

Wstęp

Zasadnicze zmiany warunków politycznych, gospodarczych i ekonomicznych oraz prorynkowe przekształcenia jakie nastąpiły w roku 1989 w Polsce, dotyczyły również działu gospodarki jakim jest turystyka. Otwarcie granic i zmiany w systemie paszportowym umożliwiły turystom swobodne poruszanie się po świecie. Jednak na rozwój turystyki wpłynęły nie tylko mechanizmy związane ze zmianą ustroju politycznego, ale także zmiany demograficzne i społeczne zachodzące w tym czasie w Polsce.

Swobody demokratyczne oraz wolność gospodarcza należały do tych czynników, które w zasadniczym stopniu zdecydowały o przeobrażeniach w tym sektorze gospodarki. Można wręcz powiedzieć, że ukształtowały nowy charakter i nową jakość rynku usług turystycznych, zarówno po stronie podaży, jak i po stronie popytu (Parysek 2009)

Te nowe możliwości spowodowały, że przestrzeń turystyczna, dotychczas ograniczona ze względów politycznych, uzyskała dla Polaków nową cechę – stała się przestrzenią globalną.

Celem artykułu jest wskazanie jak w ostatnich latach rozwijały się obecne trendy w pozaeuropejskiej turystyce poznawczej Polaków. W artykule zostanie również przedstawiona specyfika sezonowości w tego rodzaju wyjazdach turystycznych.

W pierwszej części przedstawiono czynniki, które miały decydujący wpływ na rozwój pozaeuropejskiej turystyki poznawczej Polaków. Następnie omówiono metodę badawczą i źródło danych. W kolejnym kroku zaprezentowano wyniki przeprowadzonego badania, w którym zostały przedstawione trendy w pozaeuropejskiej turystyce poznawczej według destynacji wybieranej przez turystów w latach 2003-2009 oraz specyfikę sezonowości dla tego rodzaju turystyki.

Globalna przestrzeń turystyczna w aspekcie pozaeuropejskiej turystyki poznawczej Polaków

Jak zostało zauważone przez wielu badaczy przestrzeni turystycznej, przestrzeń ta nie jest jednorodna i istnieje wiele sposobów jej pojmowania (Włodarczyk 2007). Liszewski (2006) wyróżniając różne przestrzenie turystyki (nie jedną przestrzeń turystyczną) przedstawia:

1) przestrzenie wyobrażeń turystycznych:

- przestrzeń duchową turystyki (przestrzeń o charakterze sacrum religijnego),
- przestrzeń wirtualna turystyki,
- przestrzeń percepcyjną turystyki;

2) realne przestrzenie turystyki (w których następuje realizacja zjawiska turystyki)

3) przestrzenie o ograniczonej dostępności:

- przestrzeń turystyczną ograniczoną przyrodniczo,
- przestrzeń turystyczną ograniczoną politycznie,
- przestrzeń turystyczną ograniczoną ekonomicznie,
- przestrzeń turystyczną ograniczoną czynnikami kulturowo-społecznymi

Przed rokiem 1989 dla większości Polaków wiele regionów turystycznych nie było dostępnych. Przestrzeń turystyczna miała ograniczoną dostępność przede wszystkim z powodów politycznych ale również ekonomicznych. Dopiero transformacja ustrojowa pozwoliła na zmiany w ruchu turystycznym.

Do podstawowych czynników, które przyczyniły się do tego, że przestrzeń turystyczna, z której obecnie korzystają polscy turyści nabrała wymiaru globalnego były (Awedyk 2009):

- 1) zmiana polityki turystycznej państwa – turystyka stała się elementem polityki gospodarczej państwa, a nie elementem polityki społecznej, jak to było przed 1990 rokiem;
- 2) interwencjonizm państwa i decentralizacja władzy w gospodarce turystycznej – w odniesieniu do turystyki powołano Urząd Kultury Fizycznej i Turystyki, którego regulacyjne funkcje państwa w odniesieniu do gospodarki turystycznej przejawiały się w podejmowanych próbach wpływania na kształt systemu prawnego (dotyczyło to przede wszystkim udziału w tworzeniu projektu aktów prawnych z zakresu świadczenia usług turystycznych i promocji turystyki oraz ram prawnych prywatyzacji państwowych przedsiębiorstw turystycznych);
- 3) prowadzenie firm turystycznych w zgodzie z zasadami gospodarki rynkowej – do 1990 roku turystyka była tą dziedziną gospodarki (socjalistycznej), w której występowała szczątkowa forma własności prywatnej i w ograniczonym zakresie działał mechanizm rynkowy;
- 4) powszechność paszportów i zniesienie obowiązku wizowego - do 1989 roku obywatele polscy nie mieli możliwości swobodnego korzystania z paszportów, a zamknięcie granic i obowiązek posiadania wizy był jednym z narzędzi kontrolowania wyjazdów zagranicznych przez władze państwowe;
- 5) wymienialność złotego i możliwość zakupu dewiz – umożliwienie zakupu waluty krajów niesocjalistycznych zmieniła geograficzny kierunek wyjazdów większości Polaków;
- 6) otwarcie Polski dla zagranicznych firm turystycznych – nowopowstałe prawne ramy funkcjonowania wolnego rynku umożliwiły podmiotom zagranicznym otwieranie w Polsce oddziałów i przedstawicielstw;
- 7) bogacenie się pewnych grup społecznych - obecnie największą liczbę zamożnych Polaków stanowią osoby, które prowadzą szeroko pojmowaną działalność biznesową, możliwą dzięki nowym warunkom ekonomicznym i gospodarczym zaistniałym po zmianie ustroju; to właśnie te osoby stanowią grupę społeczną, która jest najczęstszym klientem biur podróży oferujących podróże poznawcze i wypoczynek w krajach na innych kontynentach.

Wymienione powyżej czynniki świadczą o tym, że pozaeuropejska turystyka poznawcza Polaków jest nadal tym rodzajem turystyki, który się kształtuje, zarówno od strony proponowanych turystom ofert (produktów turystycznych) jak i ze strony podaży. Niemniej można wyróżnić na rynku polskich usług turystycznych liderów, którzy

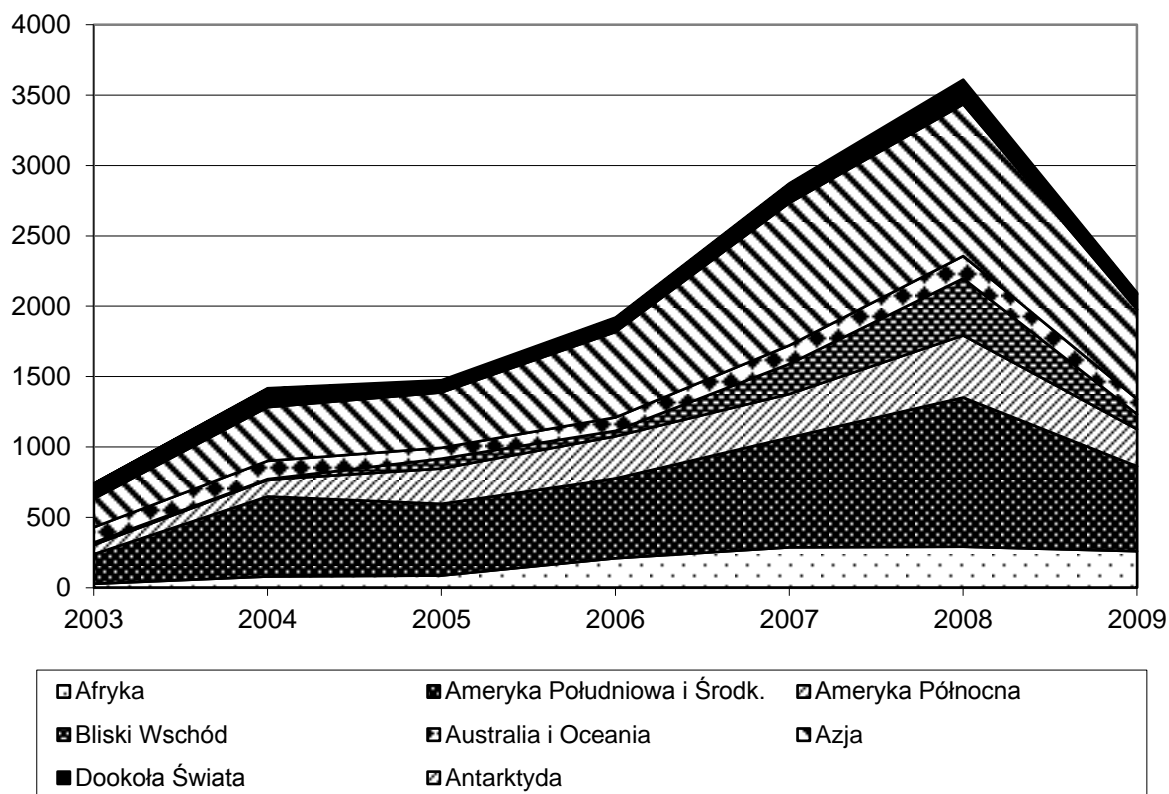
specjalizując się w wycieczkach poznawczych na inne kontynenty pozwalają na scharakteryzowanie pewnych trendów, mody, która w tym segmencie turystyki się od kilku lat utrzymuje.

Metoda badawcza i źródła danych

Informacje dotyczące uczestnictwa Polaków w pozaeuropejskich wycieczkach poznawczych uzyskano dzięki analizie danych pochodzących od lidera sprzedaży tego typu produktów turystycznych na rynku polskim. Źródłem informacji była każdorazowo umowa o świadczenie usług turystycznych podpisywana pomiędzy biurem a klientem. Informacje zawarte w umowach pozwoliły na wyciągnięcie wniosków nie tylko odnośnie destynacji turystycznych i ich sezonowości, ale również wpływu czynników społecznych i demograficznych na kierunek, czas trwania wycieczki, sezon i cenę. Przeanalizowano 13418 wyjazdów do 42 krajów świata, które odbyły się od stycznia 2003 roku do grudnia 2009 roku.

Rezultaty poznawcze

W analizowanym przedziale czasowym największą popularnością cieszyły się wycieczki organizowane do Azji oraz Ameryki Południowej i Środkowej (Ryc.1).



Ryc.1. Uczestnictwo w wycieczkach poznawczych do krajów pozaeuropejskich w latach 2003-2009.

Fig.1. Participation in outbound sightseeing tours in 2003-2009.

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych biura podróży

Obie destynacje stanowiły 32% wszystkich organizowanych w tym czasie wyjazdów. Najbardziej turyści wybierali wycieczki najdroższe. Należały do nich wycieczka Dokoła Świata, która miała udział 0,7% we wszystkich organizowanych w tym czasie oraz wycieczka na Antarktydę.

Analizując dynamikę wzrostu uczestnictwa turystów w pozaeuropejskich wycieczkach poznawczych według poszczególnych lat można zauważyć, że rok 2007 był rokiem, w którym udział turystów był znaczny na wszystkich kierunkach (+50,5% w stosunku do roku 2006). Najwięcej turystów uzyskały Bliski Wschód – wzrost o 436,2%, Dokoła Świata – wzrost o 112,5%, Azja o 66,3%, Ameryka Południowa i Środkowa – wzrost o 37,6%, Afryka 36,8%. Kolejny, 2008 rok, również zanotował duży przyrost (+ 26,0% w stosunku do roku 2007).

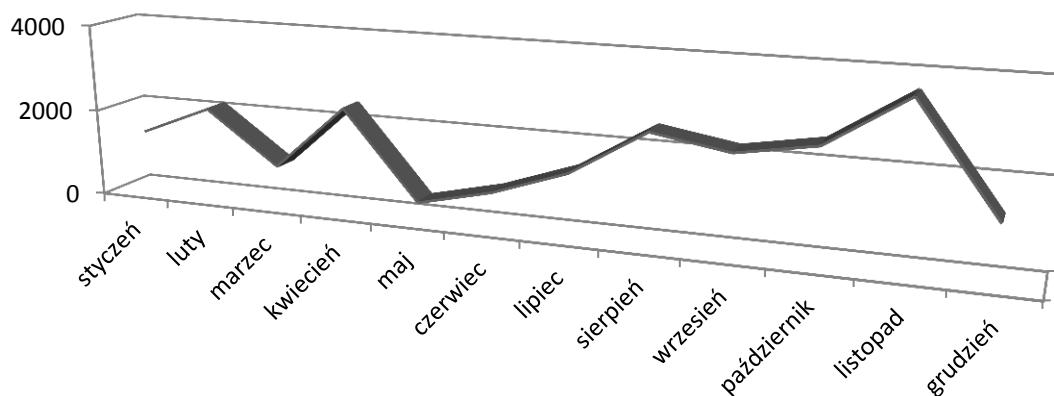
Niestety na pozaeuropejskich wycieczkach poznawczych uznawanych za luksusowy produkt turystyczny również bardzo silnie odbił się kryzys ekonomiczny w roku 2009. W roku 2009 liczba uczestników (w stosunku do bardzo dobrego roku 2008) spadła na wszystkich kierunkach o 42,4%. Najwięcej turystów stracił Bliski Wschód (-73,8%), natomiast najmniej Afryka (-12,0%). Na pozostałych kierunkach uczestnictwo turystów w wycieczkach kształtowało się następująco: Ameryka Północna -40,0%, Ameryka Południowa i Środkowa -43,1%, Azja -41,1%, Dokoła Świata -34,8%, Antarktyda -35,3%, Australia i Oceania – 31,4%.

Specyfiką pozaeuropejskiej turystyki poznawczej jest również jej sezonowość. Przeprowadzone pod tym kątem obserwacje wykazały, że natężenie wyjazdów było mocno zróżnicowane podczas poszczególnych miesięcy w roku (Ryc. 2) i zainteresowanie tego typu wyjazdami przedstawia się zupełnie inaczej niż zainteresowanie zagranicznymi podróżami turystycznymi Polaków ogółem (por. badania Instytutu Turystyki).

We wszystkich badanych latach turyści najchętniej wyjeżdżali późną jesienią, czyli w listopadzie, a uczestnictwo w wycieczkach w tym miesiącu wynosiło najwięcej w roku 2003, (22,9%). Najmniej wyjazdów co roku odbywa się w miesiącu maju i czerwcu. W latach 2003, 2004 i 2008 nie osiągnęły one nawet wartości 1% w skali całego roku.

Podstawowym powodem tak dużej popularności wycieczek pozaeuropejskich w miesiącach jesiennych jest pogoda w Polsce w tym czasie. Turyści „uciekają” do ciepłych

krajów przed ochłodzeniami i deszczami, które są charakterystyczne dla tego okresu w Polsce. Jest to swoista chęć „przedłużenia lata”. Miesiące letnie nie są popularne dla tego typu wycieczek, ponieważ turyści korzystają z uroków lata na miejscu. Jest to również sezon wakacyjny spędzany całymi rodzinami i przeznaczają się go na wakacje z dziećmi. W wycieczkach pozaeuropejskich uczestniczą głównie osoby dorosłe, które mogą wykorzystać swój urlop w dowolnej porze roku.



Ryc.2. Uczestnictwo w wycieczkach poznawczych do krajów pozaeuropejskich w latach 2003-2009 według miesiąca wyjazdu.

Fig.2. Participation in outbound sightseeing tours in 2003-2009 as per months of travel.

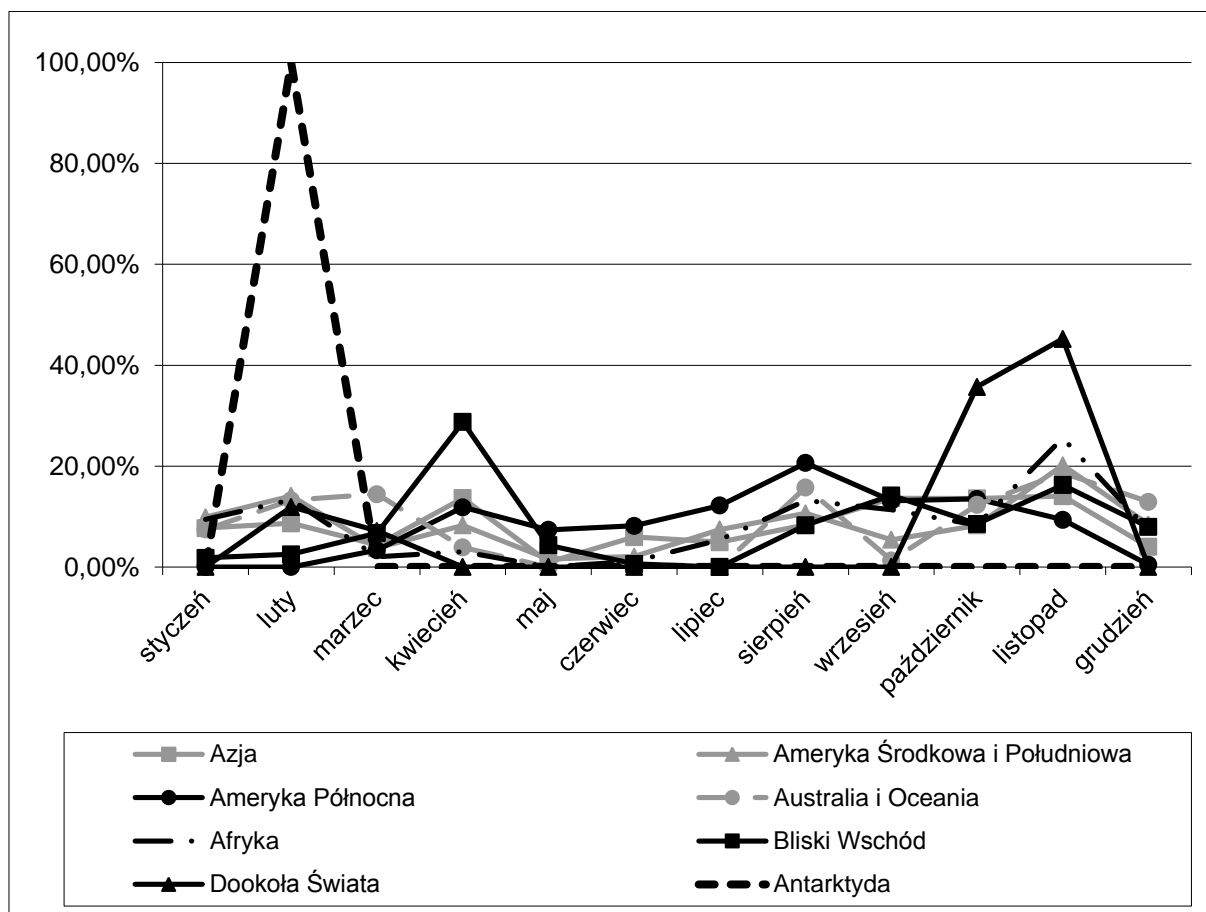
Źródło: opracowanie własne na podstawie danych biura podróży

Można również zauważyć tendencję, że wielu turystów korzysta z wycieczek egzotycznych na przełomie roku, w okresie tzw. „długich weekendów” i Świąt Wielkanocnych. Wykorzystanie dni wolnych od pracy pozwala na dłuższy urlop oraz maksymalne skrócenie swojej nieobecności w pracy. Tego typu wyjazdy nie dotyczą jednak Bożego Narodzenia, gdyż w polskiej tradycji nadal mocno zakorzeniony jest zwyczaj spędzania ich w rodzinnym gronie.

Taka a nie inna struktura wyjazdów jest również uzależniona od warunków klimatycznych panujących w regionie docelowym. Biura podróży, oferując wycieczki turystyczne do krajów pozaeuropejskich, starają się tak ułożyć program oraz terminy, aby były one dla turystów najatrakcyjniejsze.

Analiza pozaeuropejskich wycieczek poznawczych w poszczególne regiony świata również potwierdza tę zależność. Zarówno do Azji, Ameryki Południowej i Środkowej,

Afryki, na Bliski Wschód jak i Dookoła Świata turyści najczęściej wybierali terminy wycieczek, które odbywały się wiosną lub jesienią (Ryc. 3)



Ryc.3. Uczestnictwo w pozaeuropejskich wycieczkach poznawczych w latach 2003-2009 według kierunku i miesiąca wyjazdu.

Fig.2. Participation in outbound sightseeing tours in 2003-2009 as per destination and months of travel.

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych biura podróży

Wybierając Azję na kierunek swojej podróży turyści najchętniej uczestniczyli w wycieczkach w kwietniu (13,9%), wrześniu (13,7%), październiku (13,6%) i listopadzie (14,1%), a do Ameryki Środkowej i Południowej w lutym (14,1%) i listopadzie (20,2%). Do Afryki uczestnicy wycieczek najchętniej wyjeżdżali jesienią, w listopadzie (25,6%), a na Bliski Wschód wiosną, w kwietniu (25,6%). Wycieczka Dookoła Świata, była wybierana w marcu (11,9%) i kwietniu (7,1%) ale przeważały wyjazdy w październiku (35,7%) i listopadzie (45,2%). Ewenementem są wyprawy na Antarktydę. Turyści poddani analizie uczestniczyli (w 100%) w wyprawach na Antarktydę w lutym, który to miesiąc jest zdecydowanie najlepszym, dającym największe szanse zarówno dla organizatorów jak i turystów na zrealizowanie zamierzonego programu.

Turyści uczestniczący w wycieczkach na kierunkach podanych powyżej w dużej mierze wybierali termin wycieczki tak, aby warunki pogodowe panujące na miejscu pozwoliły jak najlepiej zrealizować założony program. Inaczej wygląda sytuacja z Ameryką Północną, która największą popularnością cieszy się w sierpniu (20,6%). Temperatury oraz warunki pogodowe są w tym okresie jak najbardziej sprzyjające zwiedzaniu tego regionu w miesiącach letnich, ale prawdopodobnie nie jest to czynnik decydujący o wyborze terminu. Największy odsetek osób najmłodszych biorących udział w pozaeuropejskich wycieczkach poznawczych, uczestniczyło właśnie w wycieczkach do Ameryki Północnej. Należy przypuszczać, że Stany Zjednoczone to ten kierunek wycieczek, który jest marzeniem dzieci spełnianym przez rodziców (Disneyland, Wielki Kanion, Los Angeles, Hollywood), a miesiąc lipiec i sierpień najdogodniejszymi, ponieważ wtedy są wakacje.

Układ pór roku na południu Australii i w Nowej Zelandii jest odwrotnością układu pór roku w Europie. Stąd największa popularność tego regionu wśród turystów od listopada do lutego. W części północnej Australii (jak również w Papui/ Nowej Gwinei) trwa w tym czasie pora deszczowa, z bardzo wysokimi temperaturami, uciążliwą wysoką wilgotnością powietrza i bardzo obfitymi opadami deszczu w regionie nadmorskim. Popularność tego regionu w miesiącu sierpniu jest prawdopodobnie wynikiem wykorzystania miesięcy urlopowych na wycieczkę z rodziną. Australia jest również bardzo często wybieranym regionem świata, na podróż na przełomie grudnia i stycznia (13,0%). Ponieważ jest to jedno z tych miejsc na Ziemi, w którym najszybciej wita się Nowy Rok, a miasto Sydney przygotowuje mnóstwo atrakcji specjalnie na tą okazję, z roku na rok chętnych w tym okresie turystów przybywa.

Podsumowanie

Globalna przestrzeń turystyczna jest dopiero od niedawna dostępna dla polskich turystów. Ograniczenie przestrzeni turystycznej przez system polityczny panujący w Polsce do 1989 roku spowodował, że dzisiejsza turystyka Polaków o zasięgu pozaeuropejskim jest nadal tą grupą wyjazdów, która dopiero się kształtuje - zarówno od strony podaży jak i popytu. Biura podróży nadal są ograniczane przez wiele czynników zewnętrznych (takich jak wizy, sytuacja polityczna, infrastruktura) i nie mogą proponować wycieczek we wszystkie regiony turystyczne na świecie. Sami turyści, korzystający z tego typu produktów turystycznych również się zmieniają. Można wyraźnie zaobserwować, że do niedawna z wycieczek luksusowych korzystały osoby starsze, o ustabilizowanej sytuacji zawodowej.

Trend ten w ostatnich latach uległ zmianie. Podróżują osoby młodsze, które brak czasu, spowodowany pracą zawodową, rekompensują egzotyką i podróżami w nieznanne miejsca.

Trendy w pozaeuropejskiej turystyce poznawczej będą się zmieniać wraz z modą oraz siłą działania czynników zewnętrznych i wewnętrznych. Należy jednak mieć nadzieję, że globalny charakter przestrzeni turystycznej będzie miał dla Polaków taką samą cechę jak dla wszystkich innych turystów podróżujących po świecie - będzie dostępna.

Literatura:

Liszewski S., 2006, Przestrzenie turystyki i ich transformacja we współczesnym świecie, *Turyzm* 16/2, s 7-20.

Parysek J. ,2009, Przedmowa, (w:) Awedyk M., Pozaeuropejska turystyka poznawcza mieszkańców Polski w aspekcie przemian ustrojowych, Bogucki Wydawnictwo Naukowe, 2009, s.9

Włodarczyk B., 2007, Przestrzeń turystyczna-pojęcie, wymiary, cechy. *Turyzm* 17/1-2, s. 146.

Summary:

After the political transformation in Poland new opportunities for discovering the world have been opened to Polish citizens. Regions unavailable before 1989 are now a new space to explore for Polish tourists and are the goal of outbound sightseeing tourism. Trips to the farthest places on the earth organized by travel agencies have a large number of participant despite very high prices.

The main goal of this paper is to present the survey results on outbound sightseeing tourism of Polish citizens in the period 2003-2009. It indicates main trends of destinations in outbound tourism and shows seasonality specific for that kind of tourism.

Translated by Matylda Awedyk