

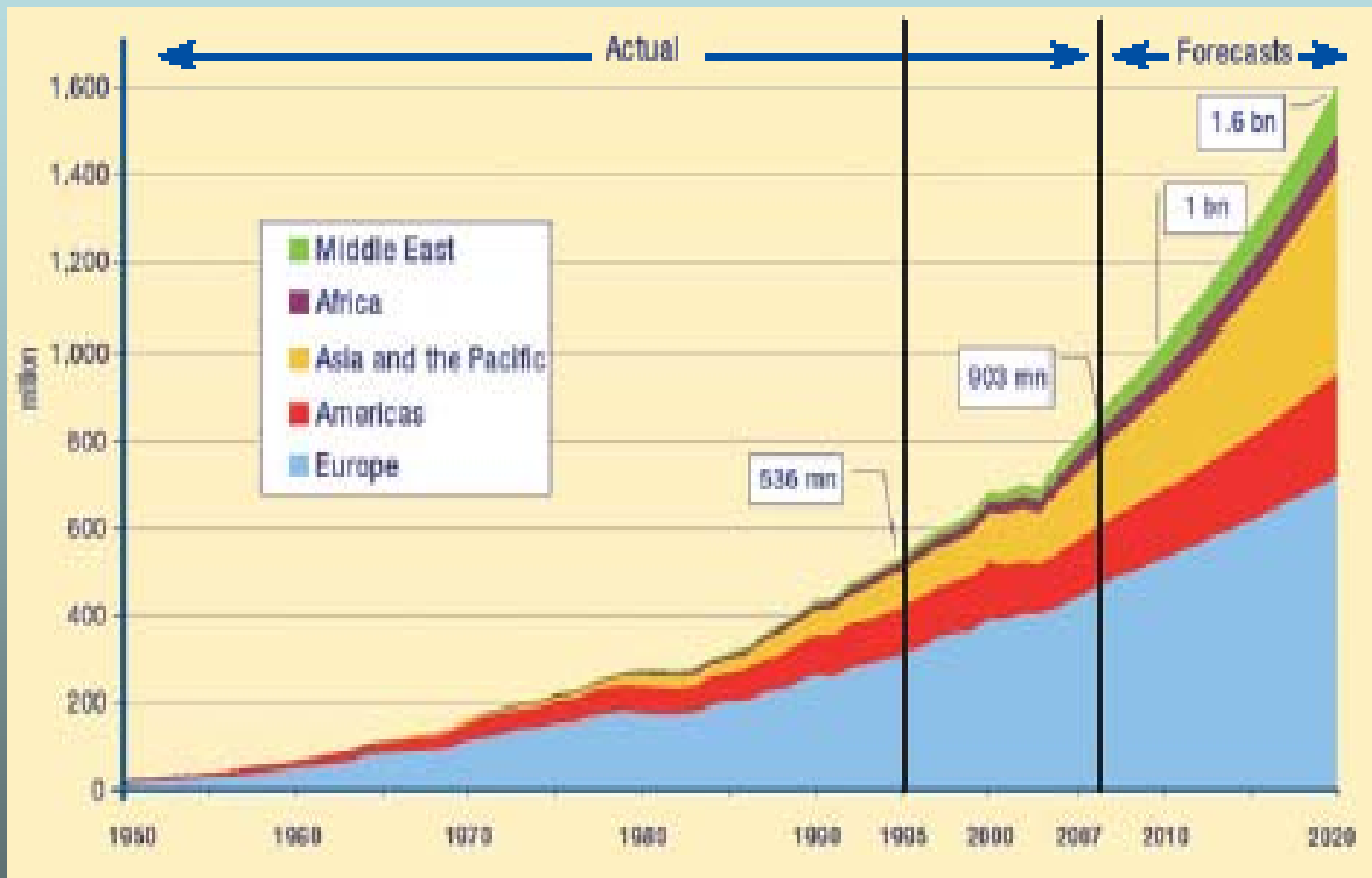
Sukces w turystyce

Marek W. Kozak

Seminarium EUROREG

23 października 2008

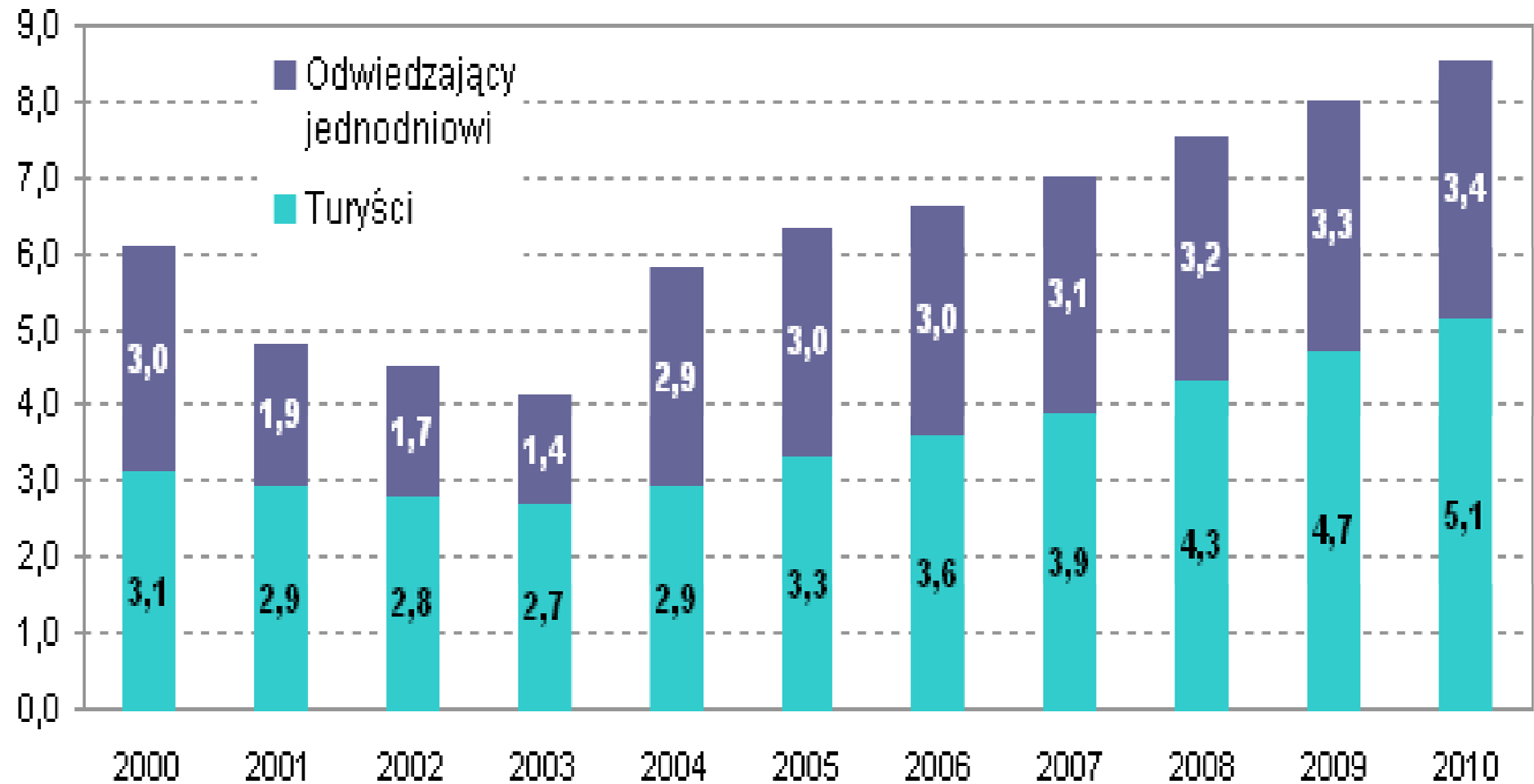
Rozwój turystyki: świat



Źródło: Tourism Highlights 2008 edition, UNWTO 2008

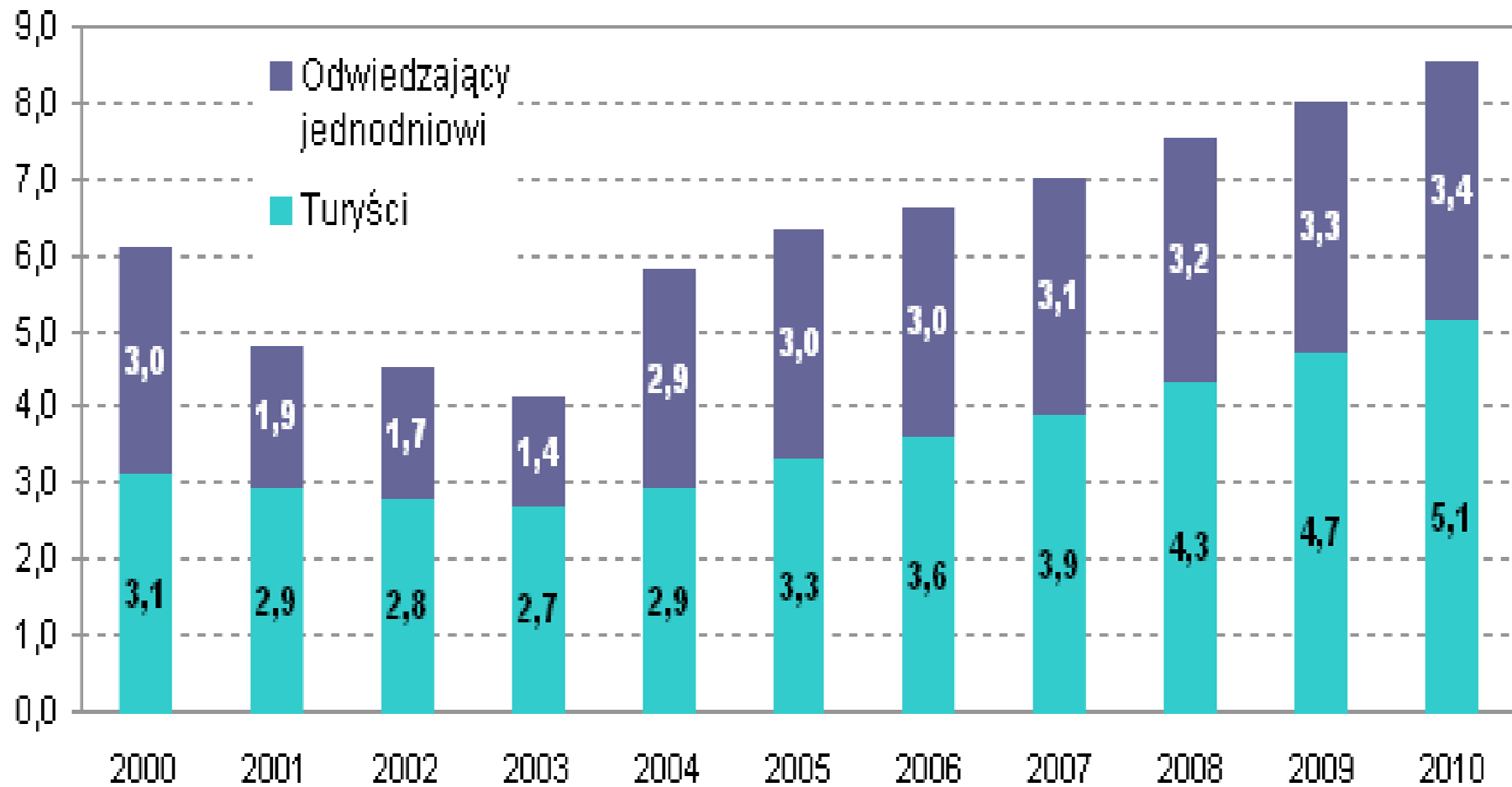
Przychody z turystyki, Polska

(mld USD)



Wpływy z przyjazdów cudzoziemców do Polski

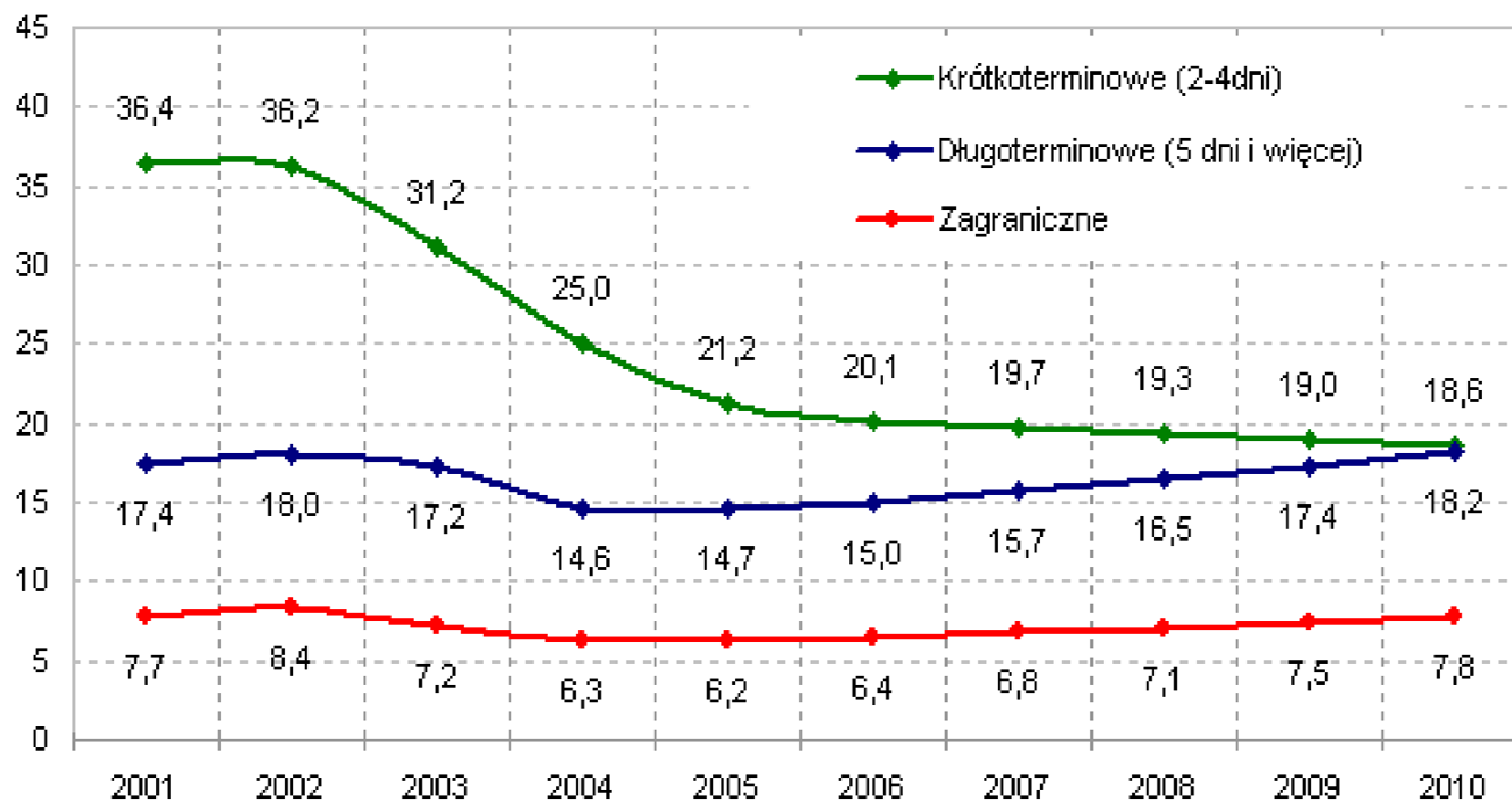
(mld USD)



Źródło: IT 2006

Liczba podróży turystycznych Polaków

mln podróży



Źródło: IT 2006

Czynniki rozwoju turystyki

- Walory przyrodnicze?
- Kulturowe?
- Zagospodarowanie turystyczne i paraturystyczne?

Tradycyjnie mają decydować walory, ale czy na pewno?

Gdzie szukać odpowiedzi?

- a. W przemianach form turystyki
- b. W przemianach turystów
- c. W przemianach kontekstowych
(technicznych, ekonomicznych,
społecznych)

Wszystkie one mają wpływ, ale czy
przesądzają?

a. Przemiany form turystyki

Dynamiczny rozwój turystyki kulturowej (niekoniecznie opartej o zasoby materialne): udział, uczestnictwo, zakupy, biznesowe, formy mieszane, dla których walory są co najwyżej pretekstem.

Wysoka i rosnąca specjalizacja: od enoturystyki przez zabytki przemysłowe po sexturystykę.

Turystyka „przyrodnicza” bardziej wrażliwa na środowisko recepcyjne, otwarta na atrakcje kulturowe

b. Przemiany turystów

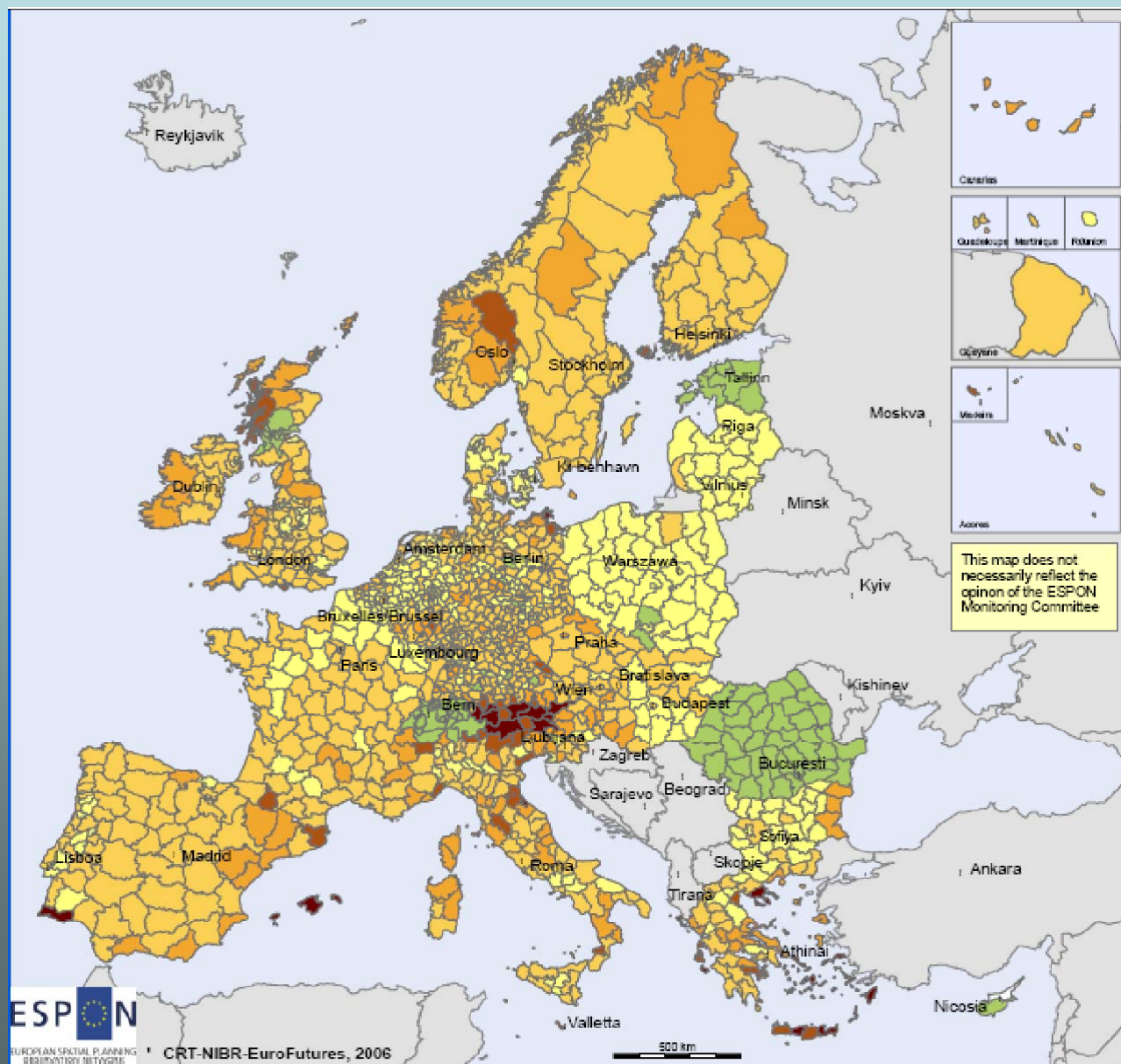
bardziej doświadczeni:	odmienne wartości:	odmienne style życia:	odmienna demografia:	więcej elastyczności:	więcej niezależności:
więcej doświadczeń z podróży	od mieć do być	elastyczne godziny pracy	dzieci się wyprowadziły	spontaniczni	konsumenci chcą mieć poczucie kontroli podczas czasu wolnego
świadomi jakości	„dla samej zabawy”	większy dochód	starzenie się populacji	hybrydowi konsumenci	ryzykanci
lepiej wykształceni	świadomi środowiskowo	więcej czasu wolnego	mniejsze gospodarstwa domowe	nieprzewidywalni	chcą się wyróżnić z tłumu
nowi szybciej się uczą	doceniają odmienność	zdrowy styl życia	więcej singli i par	mniej planowania wakacji	
więcej zabawy i przygody	kontakt osobisty	więcej wyjazdów typu weekendowego (<i>short breaks</i>)	zagnieżdżenie (<i>nestification</i>)	odmienne zachowania w sprawie rezerwacji	
większa różnorodność	poszukują prawdziwego i naturalnego	podróż sposobem na życie			
specjalne zainteresowania					

Źródło: Wall, Mathiesson 2006:31.

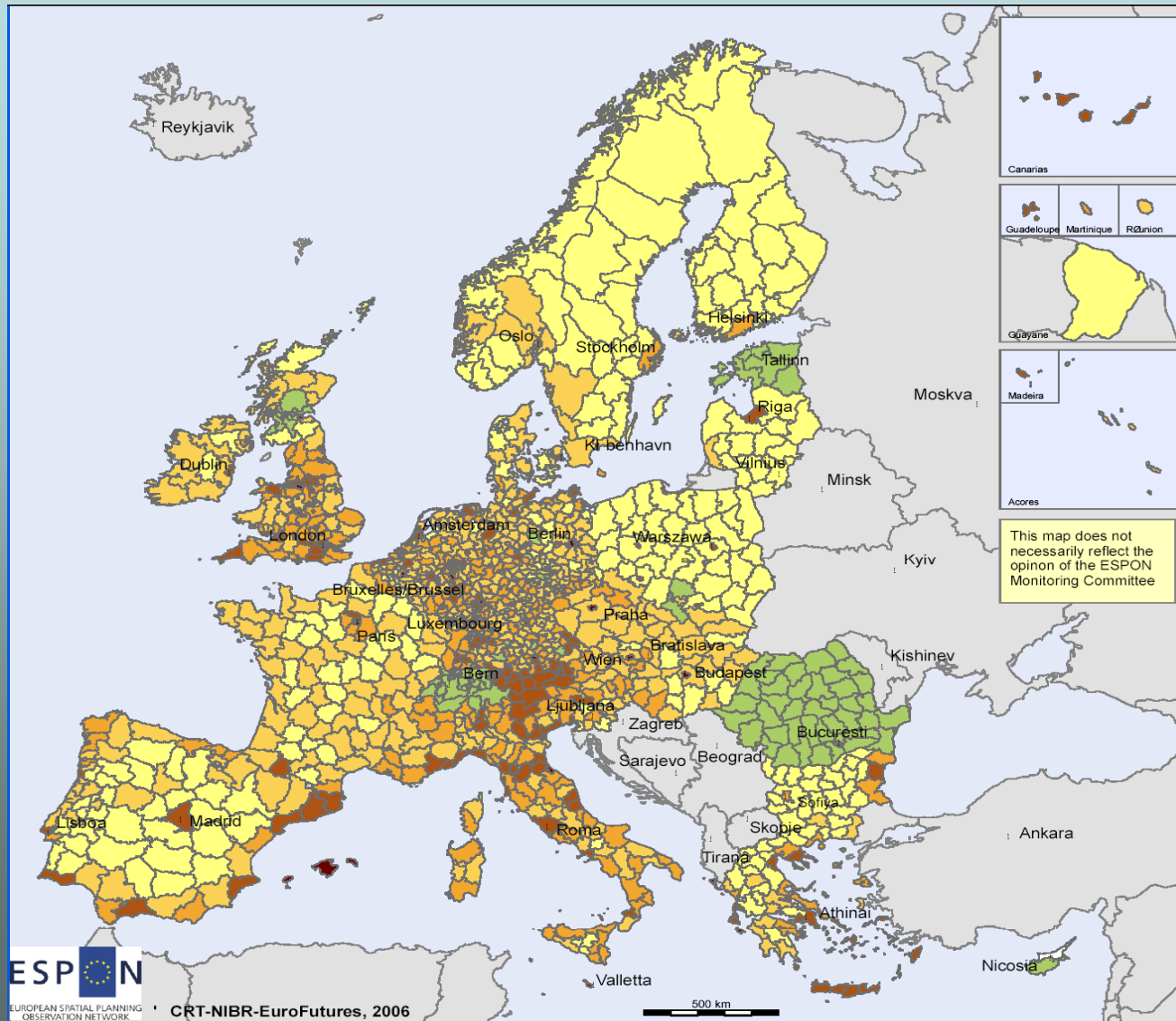
c. Przemiany kontekstowe (megatrendy)

- Tanie linie lotnicze, infrastruktura transportowa i in.
- Edukacja
- Rozwój klasy średniej
- Zmiany wykorzystania czasu wolnego (kilka, ale krótkich wyjazdów w roku)
- Metropolizacja rozwoju, urbanizacja
- Procesy integracyjne (ułatwienia podróży)

Indeks funkcji turystycznej w odniesieniu do ludności, NTS 3, 2003 (miejsca x100/ludność)

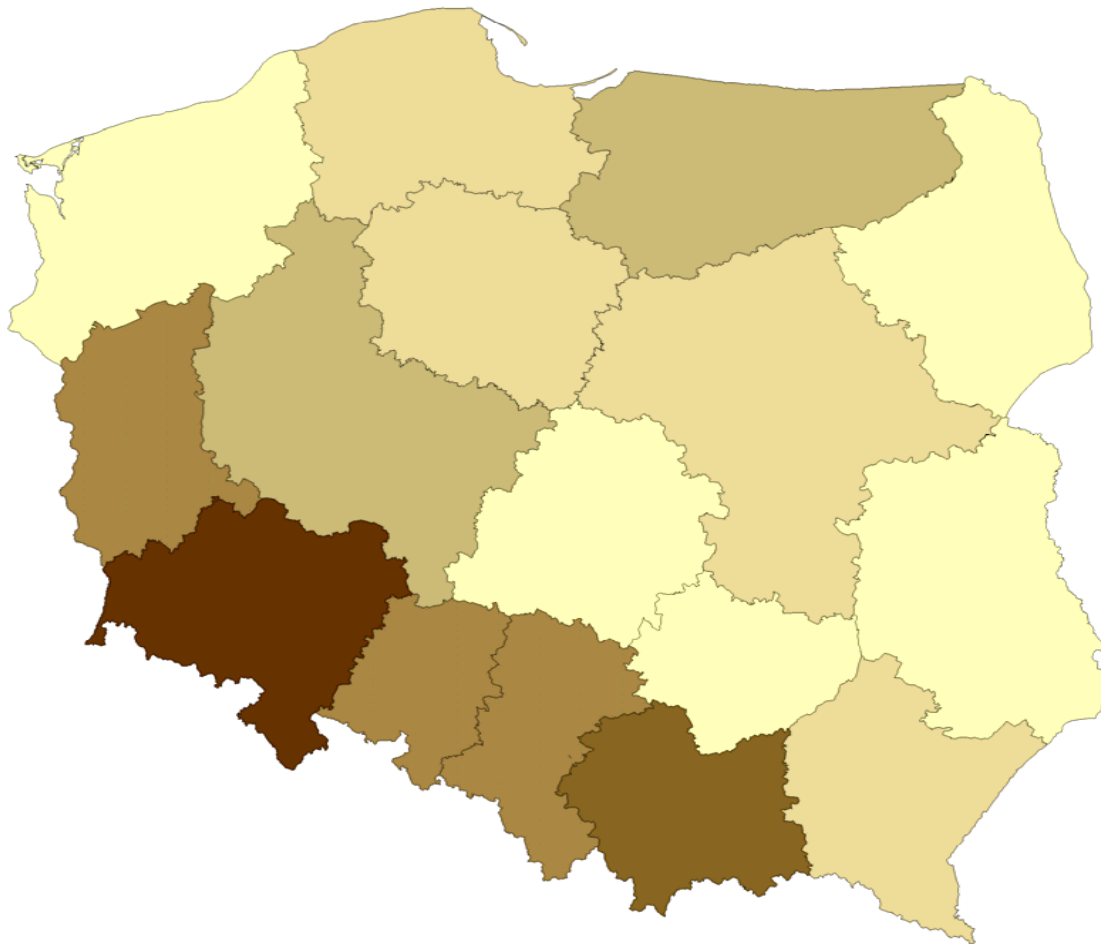


Indeks funkcji turystycznej w odniesieniu do obszaru, NTS 3, 2003 (liczba miejsc x100/km²)



Źródło: ESPON 1.4.5 2007

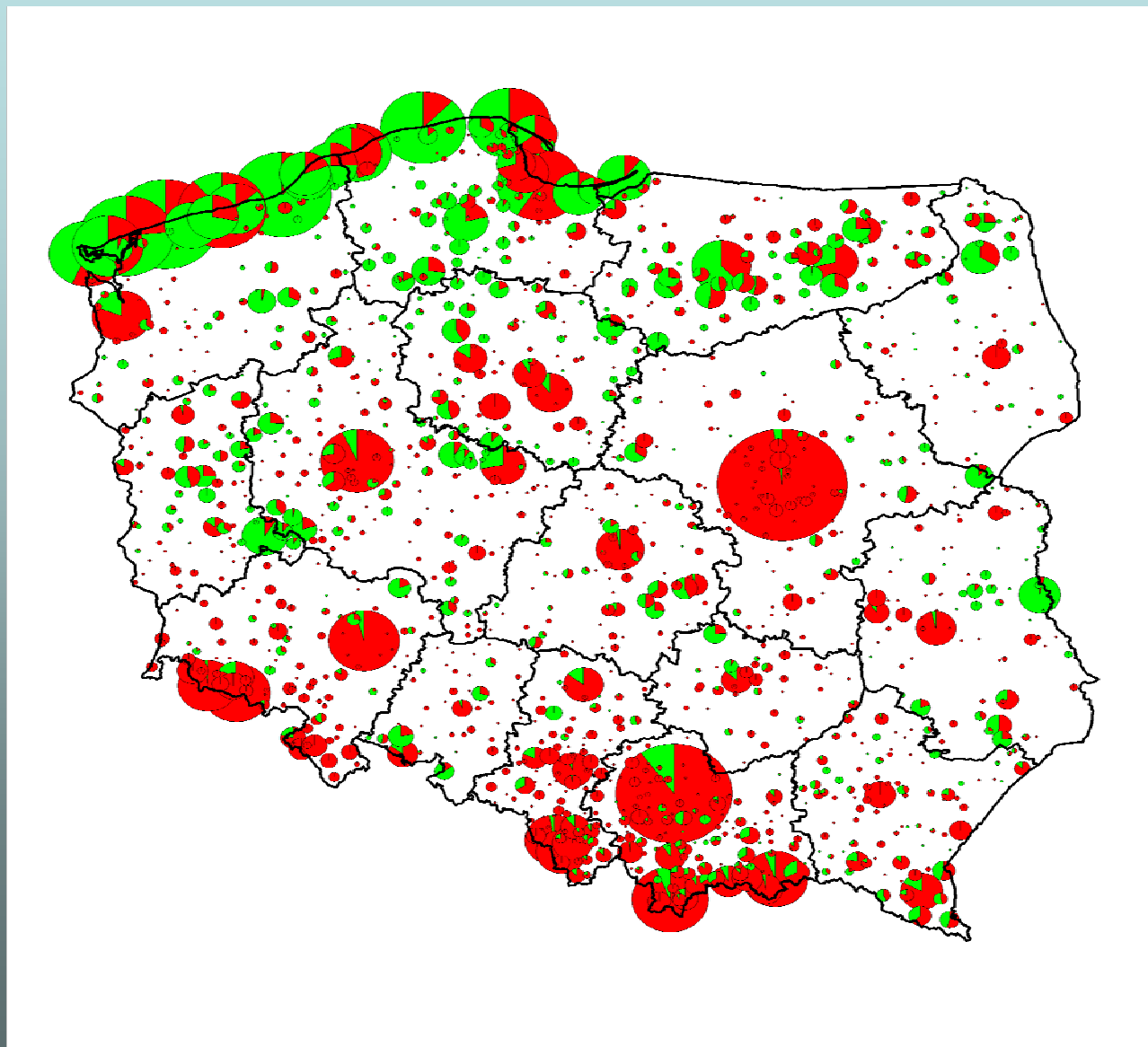
Walory: zabytki nieruchome w 2006, według województw (na 100 km²)



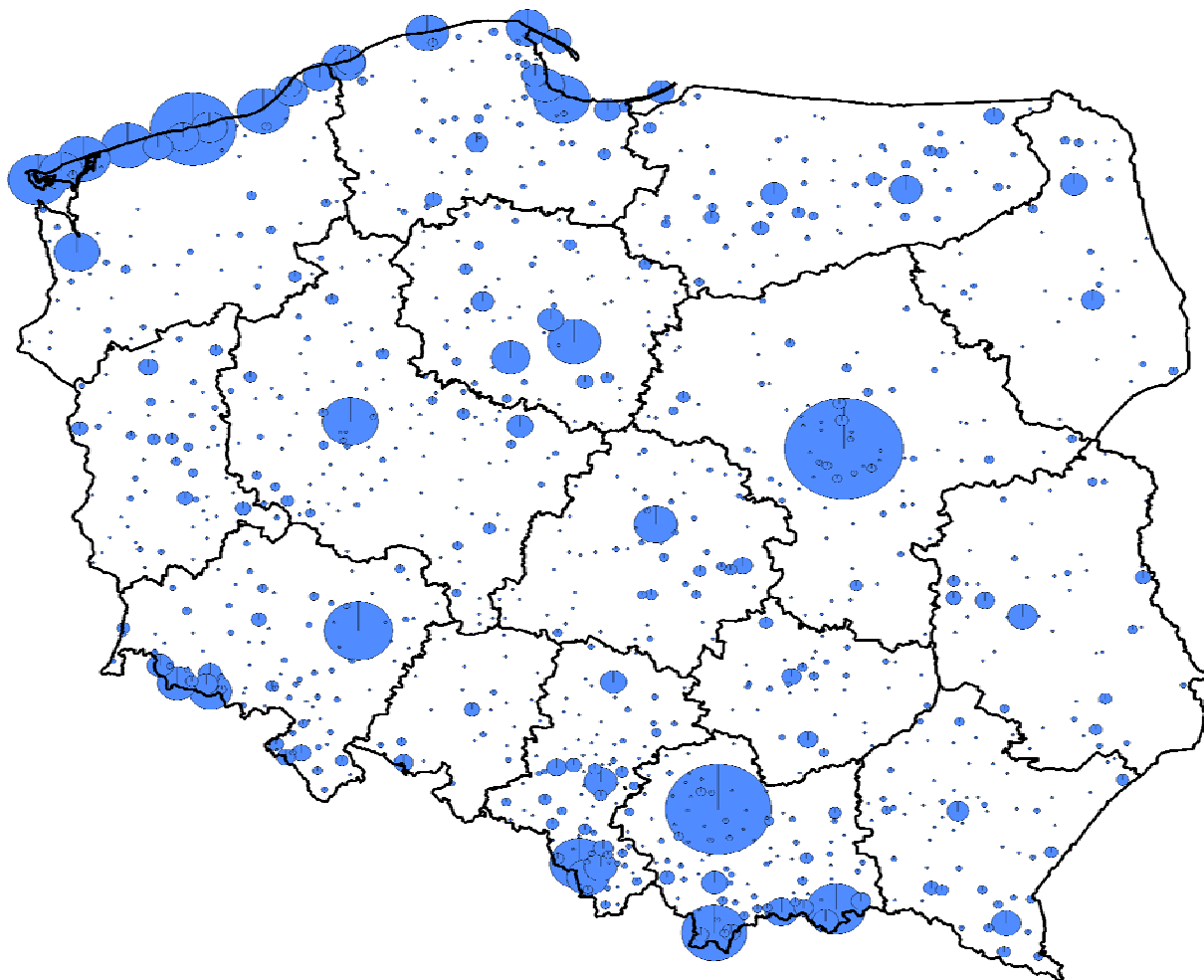
Obiekty zabytkowe nieruchome
na 100 km²

- 35 do 40 (1)
- 30 do 35 (1)
- 25 do 30 (3)
- 20 do 25 (2)
- 15 do 20 (4)
- 10 do 15 (5)

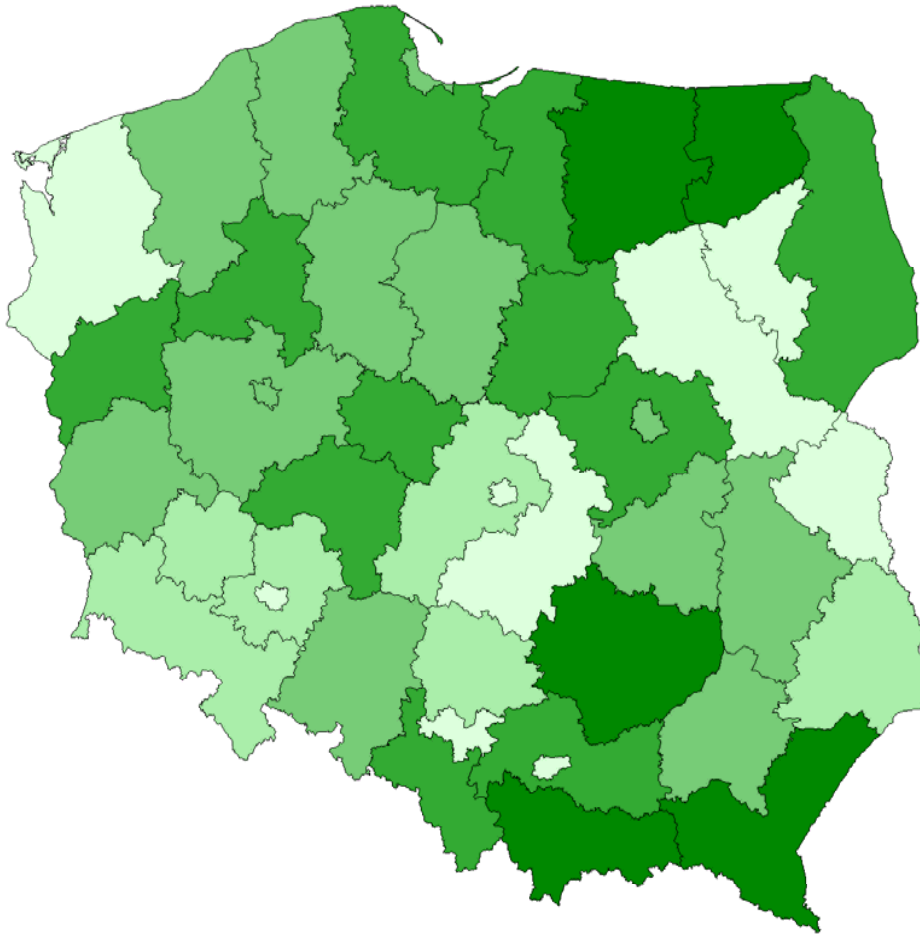
Miejsca noclegowe, 2006



Noclegi udzielone wg gmin, 2006



Obszary chronione w Polsce, podregiony (NUTS 3), 2006



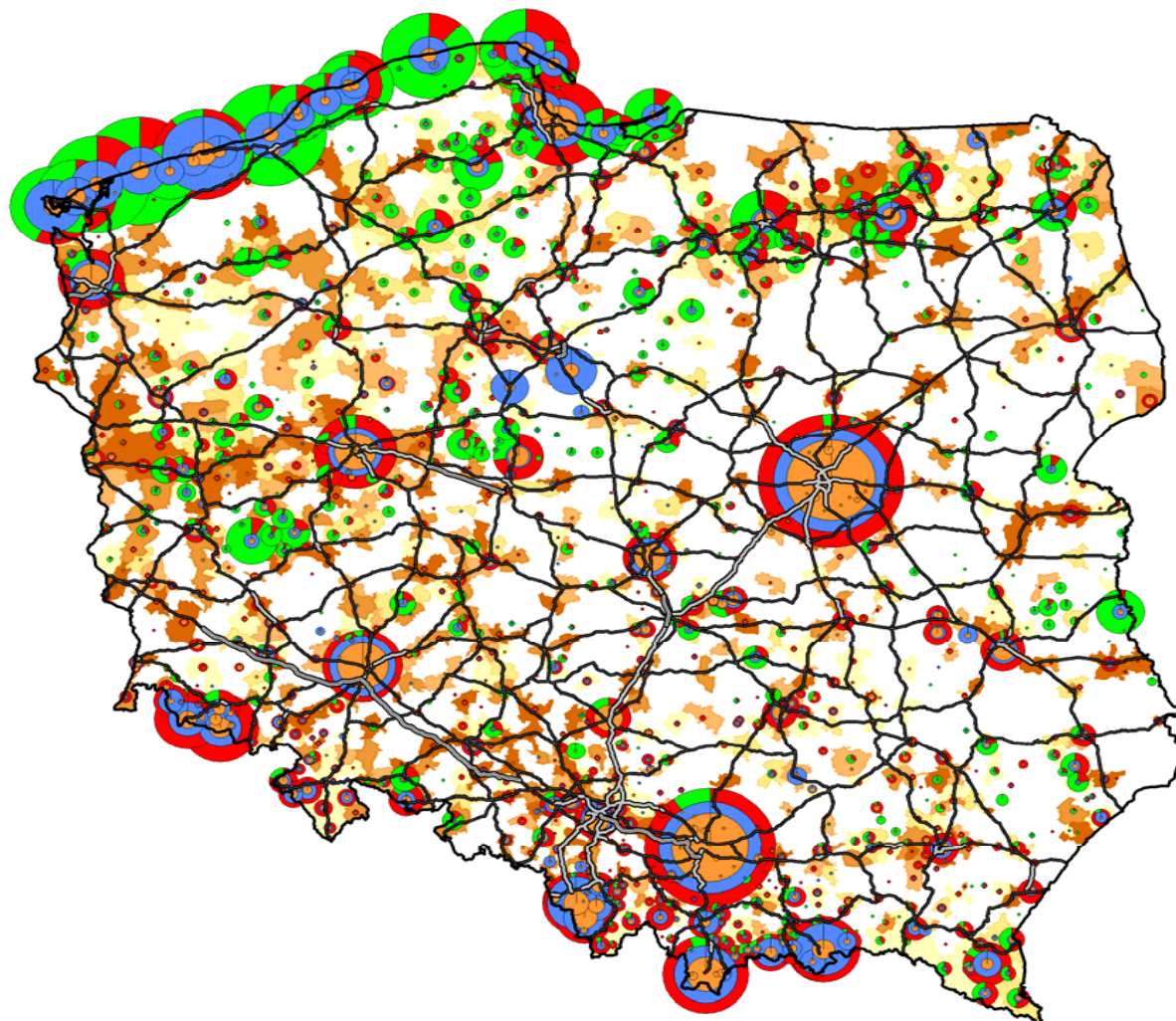
Udział obszarów chronionych (%)
w powierzchni

■	52,9 - 72,6	(5)
■	33,8 - 52,9	(11)
■	25,5 - 33,8	(13)
■	18,1 - 25,5	(6)
■	5,7 - 18,1	(9)

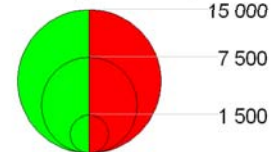
Parki narodowe: powierzchnia i liczba odwiedzających w 2006 roku (MSiT 2008)

Park	Województwo	Obszar (w ha)	Liczba turystów (w tys.)
Babiogórski	Małopolskie	3 390,5	81,0
Białowiecki	Podlaskie	10 517,3	240,0
Biebrzański	Podlaskie	59 223,0	31,3
Bieszczadzki	Podkarpackie	29 201,0	273,0
„Bory Tucholskie”	Pomorskie	4613,0	60,0
Drawieński	Zachodniopomorskie, Lubuskie, Wielkopolskie	11 342,0	15,0
Gorczański	Małopolskie	7 030,8	50,0
Gór Stołowych	Dolnośląskie	6 339,7	302,0
Kampinoski	Mazowieckie	38 548,5	1 000,0
Karkonoski	Dolnośląskie	5 580,5	2 000,0
Magurski	Podkarpackie, Małopolskie	19 438,9	50,0
Narwiański	Podlaskie	7 350,0	5,0
Ojcowski	Małopolskie	2 145,6	400,0
Pieniński	Małopolskie	2 346,2	763,0
Poleski	Lubelskie	9 762,2	16,5
Roztoczański	Lubelskie	8 482,8	100,0
Słowiński	Pomorskie	21 572,9	365,0
Świętokrzyski	Świętokrzyskie	7 626,4	204,0
Tatrzański	Małopolskie	21 164,0	2 678,5
„Ujście Warty”	Lubuskie	8 037,6	18,0
Wielkopolski	Wielkopolskie	7 583,9	1 200,0
Wigierski	Podlaskie	14 999,5	120,0
Woliński	Zachodniopomorskie	10 937,4	1 500,0
Razem	Polska	317 233,7	11 472,3

Miejsca noclegowe, udzielone noclegi, turyści zagraniczni korzystający z noclegów, 2006

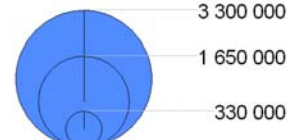


Miejsca noclegowe



■ całoroczne
■ sezonowe

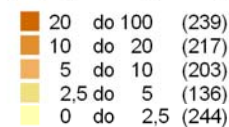
Udzielone noclegi



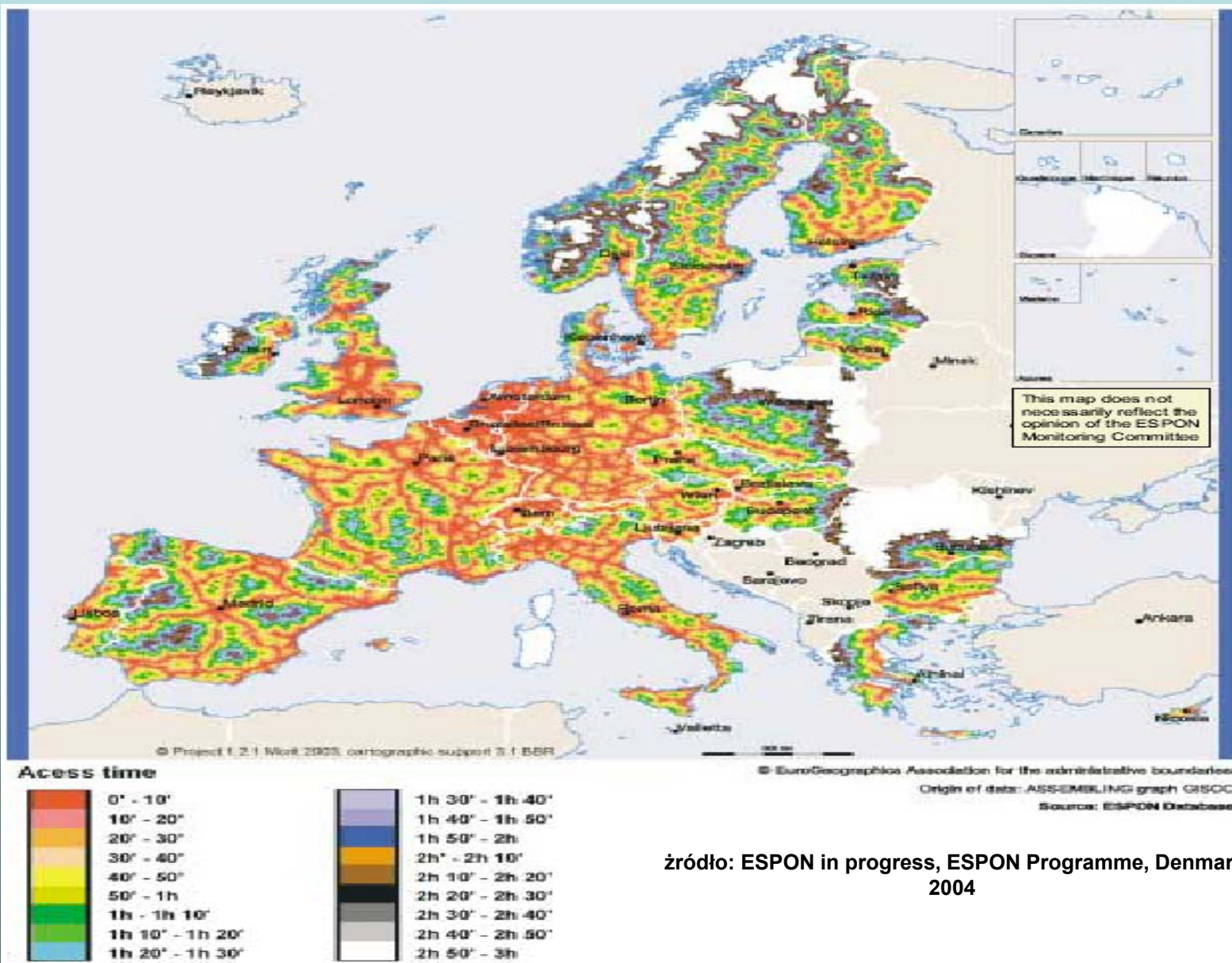
Korzystający z noclegów



Turyści zagraniczni
korzystający z noclegów % ogółem



Dostępność do autostrad (czas w godz.)



źródło: ESPON in progress, ESPON Programme, Denmark
2004

Kto korzysta?

- Ogółem obszary (miejsca), gdzie intensywnie współwystępują walory przyrodnicze, kulturowe oraz rozwinięta infrastruktura para- i turystyczna
- Wielkie miasta, o najbardziej złożonej ofercie

Potencjał turystyczny polskiej przestrzeni

zabytki

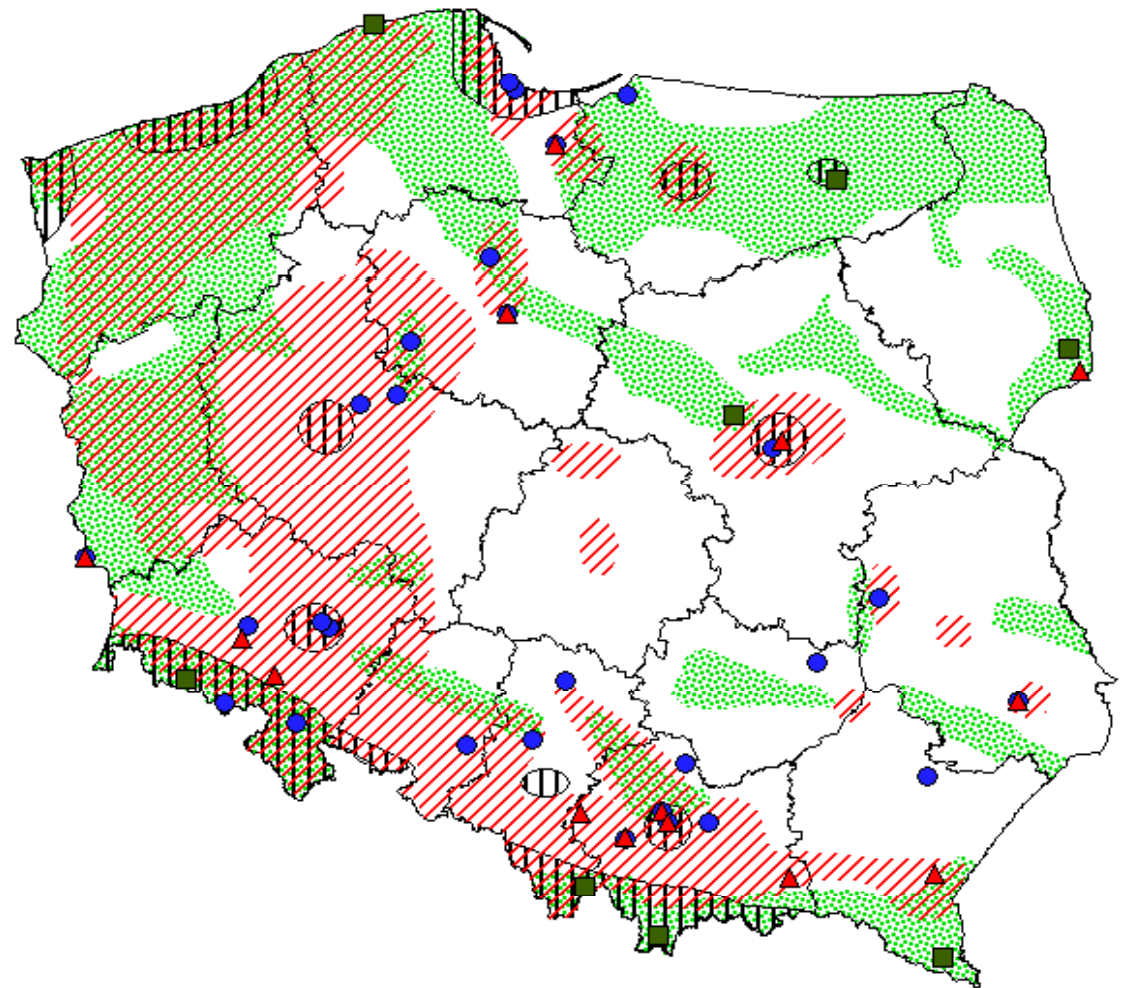
baza hotelowa

obszary atrakcyjne przyrodniczo

Rezerваты Biosfery

Obiekty dziedzictwa kulturowego na liście UNESCO

Pomniki historii



2 poziom badania

Co powoduje, że nawet w jednakowych warunkach turystyka niekoniecznie rozwija się w podobnie intensywny sposób?

Sukces w literaturze: czynniki

- Zaangażowanie społeczności lokalnej (Stabler 1995, Hinch, Butler 1996, Kalisch 2005)
- Wielofunkcyjność oferty (Horner, Swarbroke 2004, Stabler 1995)
- Tworzenie krajobrazu kulturowego (Shaw, Williams 2004, Kowalczyk 2008)
- Jakość instytucjonalna (Horner, Swarbroke 2004)
- trafne definiowanie celów, przewidywanie, długofalowe planowanie (Wall, Mathieson 1982)
- Energia, determinacja, wizja rozwoju (Law 1993)
- W skali Europy: Poziom rozwoju, sieć autostrad, sieć hotelowa (Grabowski et al. 2003)

Sukces w rozwoju lokalnym i regionalnym:

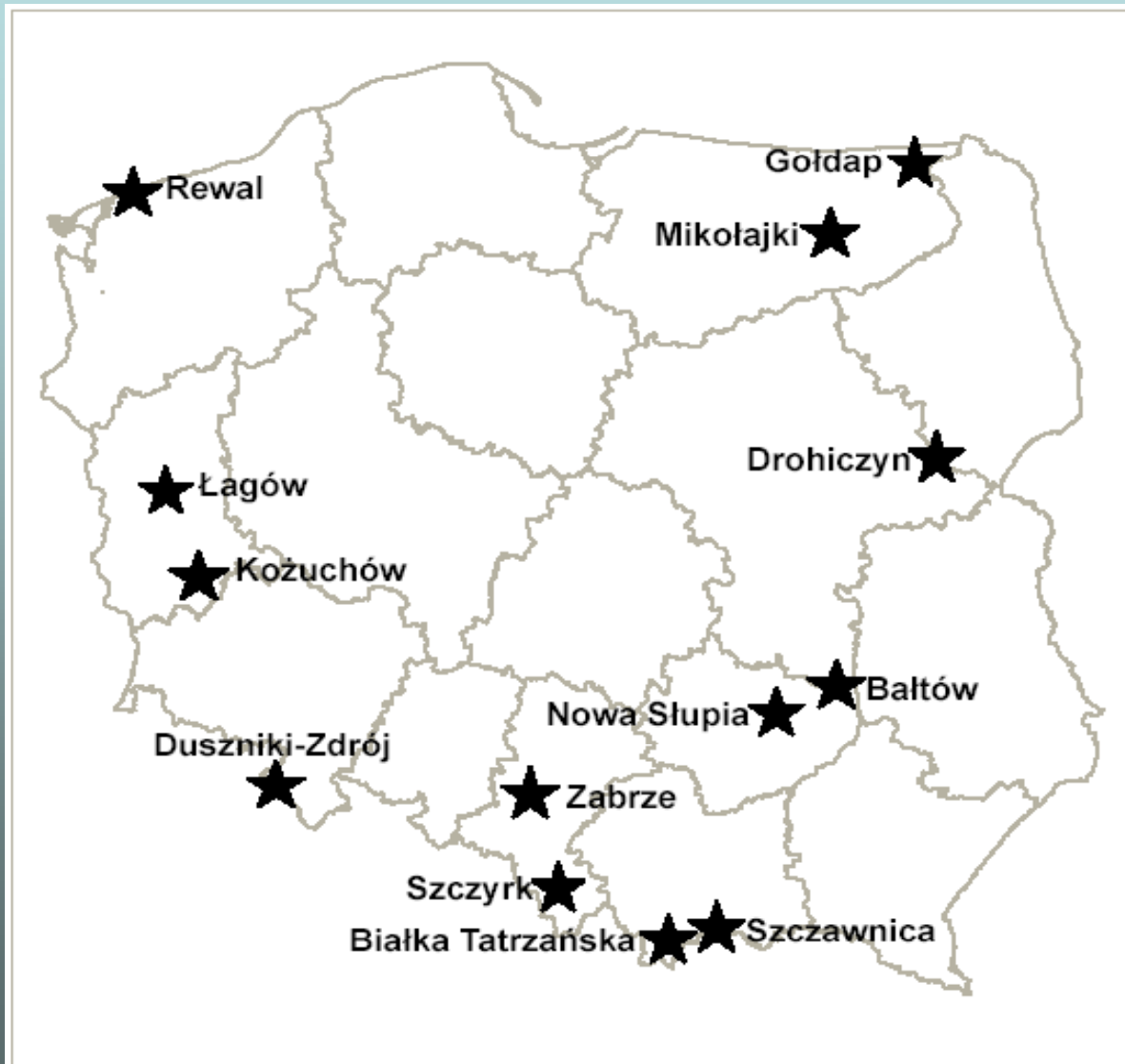
Wobec braku jednoznacznej teorii sukcesu, nie ma istotnego powodu, by traktować gospodarkę turystyczną i czynniki jej rozwoju inaczej, niż w rozwoju lokalnym w ogóle.

To był punkt wyjścia do badań empirycznych 13 miejscowości turystycznych w Polsce, gdzie posłużono się czynnikami z badań 1998 (Gorzelać et al.)

Badanie wsparte finansowo przez MNiSW:

„Rola turystyki w rozwoju regionalnym. Czynniki sukcesu”, grant nr N11400832/0322

Badane ośrodki, 2008



Badane gminy: ocena

Czynniki sukcesu w badanych gminach: ocena

Ośrodek	lider	zintegrowana elita	mobilizacja społeczności	współpraca z otoczeniem (w tym z innymi jednostkami terytorialnymi)	import z zewnątrz (kapitał finansowy i ludzki)	myśl strategiczna
Baltów	++	+/-	-/+	+	++	+
Bialka Tatrzańska	++	+	+	-	+/-	+
Drohiczyn	-	-	-	-	-/+	-
Duszniki	-	-	-	-	?	-
Goldap	++	+	+/-	+/-	+	+
Koźuchów	-	-	-	-	-	-
Łagów	-	-	+/-	-	+	-
Mikołajki	-	+/-	-/+	-	+/-	+/-
Nowa Słupia	-	-	-	-	-/+	-
Rewał	++	++	+	+	++	+
Szczawnica	-/+	-	+	?	+	+
Szczyrk	+/-	-	-	+	+	+
Zabrze	+	+/-	-	-/+	+/-	+

Opracowanie własne, 2008.

Sytuacje modelowe

		Zasoby turystyczne	
		<i>bogate</i>	<i>ubogie</i>
Aktywność w rozwoju turystyki	<i>duża</i>	A: Obszary o tradycyjnie ugruntowanej silnej pozycji w turystyce Mikołajki	B: obszary tworzące własny, specyficzny produkt turystyczny i silnie go promujące Baltów, Białka Tatrzańska, Goldap, Rewal, Zabrze
	<i>mala</i>	C: obszary nie wykorzystujące obiektywnych szans rozwoju turystyki, marnujące własny potencjał Drohiczyn, Kożuchów i Nowa Słupia	D: obszary biernie poddające się obiektywnie niskiej ocenie potencjału turystycznego

Szczyrk, Łagów, Duszniki nie poddające się łatwej klasyfikacji, ale blisko C

Wnioski

- Walory tradycyjnie uznawane za decydujące o rozwoju turystyki tracą na znaczeniu: ludzie nie tyle szukają zasobów, co atrakcyjnego sposobu spędzenia czasu (przeżycia czegoś)
- Turystyka bardzo się różnicuje
- O sukcesie bardziej decyduje zdolność wykorzystania zasobów, niż ich posiadanie
- Zdolność ta zależy przede wszystkim od cech społeczności: lidera, mobilizacji, planowania, otwartości na współpracę itp.
- Zmiany zachodzące w turystyce otwierają nowe możliwości przed miejscami, które nie dysponują tradycyjnymi zasobami, ale potrafią stworzyć atrakcyjny produkt, który musi oferować ciekawe spędzenie czasu i być dostępny dla miejsc pochodzenia turystów (miast)



Czym to się różni od Bali?

- Jest w środku Europy
- Kosztuje ok. 20 euro za cały dzień
- Oferta na kilka godzin lub kilka dni z możliwością noclegu w namiocie na „pustyni”
- Sklepy, puby, restauracje, usługi spa, kolacje przy świecach, wodospady, „laguny”, dżungla, spacer wokół to 1 km
- Dostępne latem i zimą

Park tematyczny: wersja bałtowska



Manufaktura



Burj al Arab, Dubaj. Tylko hotel?



http://www.burj-al-arab.com/email_postcard/

Palma Jumeraih



Palma Jumeraih



Dubai world



DZIĘKUJĘ [**m.kozak@uw.edu.pl**](mailto:m.kozak@uw.edu.pl)



Porozmawiamy o tym...?