

Forum Gnieźnieńskie

Rzeczywista wielkość ruchu turystyki kulturowej oraz dynamika jego zmian w ostatnich latach

Pytanie 38,

dr hab. Marek Nowacki, AWF Poznań

W wielu artykułach opublikowanych w polskich czasopismach i monografiach naukowych pojawiają się twierdzenia o dynamicznym rozwoju turystyki kulturowej oraz innych jej odmian (form). Zaciekało mnie to, na podstawie jakich badań, danych lub źródeł autorzy doszli do takich wniosków?

W związku z tym pytanie: „*Jaka jest rzeczywista wielkość ruchu turystyki kulturowej i jej poszczególnych odmian (form) oraz jaka jest dynamika zmian tego ruchu na przestrzeni ostatnich lat (w wybranych miastach lub regionach, w Polsce lub na świecie)*”?

Odpowiedzi:

dr hab. Zygmunt Kruczek, AWF Kraków & Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach

Turystyka kulturowa jest niewątpliwie fenomenem naszych czasów, wpisuje się idealnie w regułę 3xE, ale szacunki jej wielkości czy dynamiki rozwoju wydają się być celowo zawyżane. W literaturze fachowej bogato reprezentowane są badania nad poszczególnymi formami turystyki kulturowej, opisano dziesiątki form i przypadków potwierdzających jej znaczenie w całości zjawisk turystycznych. Ale gorzej z badaniami ilościowymi, zwłaszcza pokazującymi wielkość całego spektrum uczestnictwa w różnych przejawach turystyki kulturowej. Upowszechniony dzisiaj w wersji elektronicznej „**RAPORT O STANIE GOSPODARKI TURYSTYCZNEJ W LATACH 2007-2011**” (Dokument przyjęty przez Radę Ministrów Warszawa w lutym 2013, a opracowany w Departamencie Turystyki Ministerstwa Sportu i Turystyki) podano dane liczbowe, które cytuję i ilustruję załączonymi tabelami:

W latach 2007-2011 turystykę kulturową spośród turystów krajowych w ramach wyjazdów krótkookresowych w Polsce uprawiało ok. 1-1,5 mln osób. W 2011 r. podczas podróży krótkookresowych zwiedzanie muzeów, skansenów, zabytków deklarowało 9% turystów krajowych, odwiedzanie miejsc kultu religijnego – 6%, udział w przedstawieniach teatralnych, koncertach, seansach filmowych – 4%.

Tabela 1. Wybrane sposoby spędzania czasu przez Polaków podczas podróży krótkookresowych w latach 2007-2011 (w %)

	2007	2008	2009	2010	2011
Zwiedzanie muzeów, skansenów, zabytków	7	9	8	10	9
Odwiedzenie miejsc kultu religijnego	7	7	6	6	6
Udział w przedstawieniach teatralnych, koncertach, seansach filmowych	3	1	2	4	3

Źródło: badania Instytutu Turystyki.

Analizując cele wyjazdów długookresowych można zaobserwować nieznaczny wzrost w liczbie wyjazdów kulturowych w 2009 r., nieznaczny spadek w 2010 r. oraz ponowny nieznaczny wzrost w 2011 r. W 2011 r. turystykę kulturową jako cel deklarowało 15-21% turystów. Najczęściej jako cel deklarowano zwiedzanie muzeów, skansenów, zabytków (12%),

odwiedzanie miejsc kultu religijnego (4%), udział w przedstawieniach teatralnych, koncertach, seansach filmowych (2%).

Tabela 2. Wybrane sposoby spędzania czasu przez Polaków podczas podróży długookresowych w latach 2007-2011 (w %)

	2007	2008	2009	2010	2011
Zwiedzanie muzeów, skansenów, zabytków	15	14	15	11	12
Odwiedzenie miejsc kultu religijnego	5	4	4	4	4
Udział w przedstawieniach teatralnych, koncertach, seansach filmowych	3	1	2	2	2

Źródło: badania Instytutu Turystyki.

Potencjał Polski pod względem dziedzictwa kulturowego jest bardzo znaczący. W rankingu konkurencyjności krajów pod względem turystycznym (The Travel & Tourism Competitiveness Index) Polska pod względem zasobów kulturowych uzyskała w roku 2011 (The Travel & Tourism Competitiveness Report 2011. Beyond the Downturn) wysokie, bo aż 17. miejsce w rankingu na 139 analizowanych państw. Jednym z czynników wpływających na tę wysoką pozycję Polski jest z pewnością fakt, że na Liście Światowego Dziedzictwa Kulturalnego i Przyrodniczego UNESCO w Polsce znajduje się aż 12 obiektów związanych z dziedzictwem kulturowym.

Z badań Instytutu Turystyki wynika, że turystyka wypoczynkowa, słynne 3xS, wcale nie umarła, bo zarówno wśród krótkookresowych wyjazdów jak i długookresowych spędzanie czasu w obcowaniu z kulturą wcale nie wyróżnia się, a w dodatku wskaźniki udziału zachowań kulturowych procentowego czasem nieznacznie rosną, czasem spadają.

Ale cieszy wysoka pozycja Polski w rankingu zasobów kulturowych i coś w tym jest, albowiem to właśnie turyści zagraniczni w 45% deklarują kulturalne motywy przyjazdu do Polski (a w 2012 r. jak donosi Instytut Turystyki i POT do Polski przyjechało 14.8 mln turystów zagranicznych). Pewnie oni odrabiają za naszych rodaków lekcję udziału w turystyce kulturowej, odwiedzają nasze muzea i biorą udział w imprezach (w 2012 r. pewnie najczęściej sportowych, ale to też przecież jakaś forma turystyki kulturowej).

Biorąc pod uwagę liczebność ekspertów turystyki kulturowej (choćby zgromadzonych wokół Gnieźnieńskiego Forum) jak i ich zaplecze w postaci uczelni z magistrantami oraz instytutów naukowych czas na projekt kompleksowych badań nad turystyką kulturową, również w sensie ilościowym.

dr Armin Mikos v. Rohrscheidt, KulTour.pl / Poznań

Marek Nowacki postawił pytanie, zmuszające nas wszystkich do poddania weryfikacji twierdzenia wygłaszanego często jako rodzaj oczywistości. I dobrze, bo zawsze warto sprawdzić, czy tezy przyjmowane jako oczywiste opierają się aby na faktach. Na początku jednak muszę stwierdzić, że całościowy, tzw. „poważający” dowód w tej kwestii nie może być przeprowadzony. Nikt bowiem w skali globalnej nie wykonał badań, które (z uwzględnieniem koniecznych proporcji, preferencji turystów, skłaniających ich do podejmowania wyjazdów i rozlicznych typów odwiedzanych przez nich atrakcji, a także programów zorganizowanych wycieczek mógłby dać odpowiedź na pytanie: czy liczba turystów kulturowych (zwolenników wszelkich form i typów) rzeczywiście rośnie, czy w takim razie turystyka kulturowa jako taka znajduje się w rzeczywistym, dynamicznym rozwoju od strony nie tylko jakości (rozmaitości propozycji), ale też ilości (korzystających i generowanego przez nich przychodu)? Sądzę jednak, że takiej odpowiedzi autor pytania się nie spodziewał, znając problemy z organizowaniem i realizacją badań o tak szerokim zakresie i tak ogromnej skali. Oczekuje zapewne – i to mu możemy dostarczyć) na konkretne dowody „wycinkowe”, potwierdzające

też o rosnącej popularności turystyki kulturowej w odniesieniu do poszczególnych krajów, typów destynacji czy rodzajów podróży. Zygmunt Kruczek rozpoczął w swojej odpowiedzi od twardych danych z Polski, odnoszących się do kilku typów odwiedzanych obiektów. Ja – ponieważ domyślałem się, że istnieje oczekiwanie wyjścia poza krajowe opłotki, postaram się dostarczyć paru przykładów z europejskiej zagranicy. Bazując na tym, co jest mi aktualnie dostępne, bo ma związek z przedmiotem ostatnio prowadzonych przeze mnie analiz będą się one odnosiły do Niemiec (tu zaś do jednego bardzo popularnego typu turystyki kulturowej), do Hiszpanii (w odniesieniu do dwóch form turystyki kulturowej) do odwiedzin turystycznych w obiektach dziedzictwa kulturowego w USA oraz do motywacji i zachowań turystów europejskich.

Niemcy: rosnąca turystyka miejska

Dane zgromadzone w studium „Städte- und Kulturtourismus in Deutschland, Langfassung“ (pod red. Nicole Habrich i Iris Hegemann, Wyd. Deutscher Tourismusverband, Bonn, 2006) i odnoszących się do lat 1994-2006 wykazują, że miasta należą do najpopularniejszych i najczęściej odwiedzanych celów podróży podejmowanych w czasie wolnym. 58% wszystkich wycieczek Niemców prowadziły do miast, z tego aż 47% odwiedzało 12 największych miast kraju [s.53]. Liczba odwiedzających miasta turystów między rokiem 1993 a 2005 zwiększyła się o 57,2% a liczba noclegów o 40,2%, co oznacza, że miasta jako cele turystyki znacznie wyprzedzają inne typy destynacji (przeciętny wzrost liczby odwiedzin o 13%, noclegów o 11,5%) [s.23]. Z większych miast najbardziej w referowanym okresie zyskały: Stuttgart, Drezno, Lipsk i Berlin [s. 24], ze średnich i mniejszych: Görlitz, Miśnia i Güstrow. Najbardziej popularne są krótkie (do 4 dni) wyprawy do pojedynczych miast jako celów, na co wpływ ma zarówno niemiecka tradycja wyjazdów autokarowych z bogatym programem zwiedzania, jak i nowe oferty typu „city break”, powiązane z dynamicznym rozwojem tanich lotów. Aż 35% wszystkich podejmowanych krótkich podróży turystycznych stanowiły wyjazdy do miast, wyprzedzając przy tym podróże związane z odwiedzinami krewnych lub znajomych (31%) oraz (uwaga!) podróże studyjne i ukierunkowane na dziedzictwo kulturowe (10%), które przecież należą do klasycznej oferty turystyki kulturowej [s.41]. Na najbliższy czas w stosunku do terminu badania (lata 2006-2008) 16,7% zapytanych Niemców planowało takie podróże „na pewno”, a następne 17,6% „generalnie tak”, co zakwalifikowano jako „miękki potencjał” [s.47]. Autorzy analizy wnioskuje na tej podstawie o szansach dalszego rozwoju dla turystyki miejskiej w Niemczech. Ogólnie (co podaję się jako tło wspomnianych danych) w latach 1993-2004 miał miejsce wzrost ilości podróży typu kulturowego do Niemiec z zagranicy, która wzrosła o około 20%, a przy tym kraj ten lokuje się dopiero na trzecim miejscu w Europie, po Francji i Włoszech [s.58-60]. Co najważniejsze z punktu widzenia postawionego pytania, metodologia badań umożliwiła wyselekcjonowanie podróży typowo turystycznych, ukierunkowanych na zwiedzanie miast lub udział w eventach. przy oddzieleniu od nich podróży służbowych (biznesowych) a nawet odwiedzin u znajomych [s.53]. Mamy więc do czynienia z niemal „czystymi” wyprawami z szeroko rozumianymi celami kulturowymi. Z innych ciekawych wniosków przytoczę jeszcze jeden: że mianowicie podróże kulturowe do miast dotyczą z mniej więcej równej mierze generacji młodych dorosłych (20-40 lat), tak zwanych ustabilizowanych dorosłych (40-58 lat) oraz grupy starszej (powyżej 59 lat). [s.42]. O ile jednak grupę starszą nadal w pierwszym rzędzie interesują zabytki i wystawy, to młodszy korzysta znacznie częściej z ciekawej oferty kulinarnej, a magnesami ich przyciągającymi są w większej mierze eventy kulturowe i ciekawa oraz (dodatkowo) urozmaicona oferta shoppingu [s. 35, s. 49-50]. Zauważa się także pozytywne skutki aktywności promocyjnej mniejszych, ale bogatych w walory turystyczne miast, które powoli zaczynają tworzyć prawdziwą alternatywę wobec oferty tych wielkich i znanych [s.77], co można potraktować

jako stwierdzenie godne dalszej uwagi z naszej strony, szczególnie w kontekście tworzenia oferty turystycznej przez mniejsze ośrodki miejskie w Polsce.

Hiszpania: wzrost skali turystyki miejskiej i podróży językowych

W odniesieniu do tego kraju opieram się na danych zebranych przez Christiana O. Wenge, i opublikowanych w jego rozprawie doktorskiej "Städtetourismus in Barcelona und Madrid unter besonderer Berücksichtigung der deutschen Reisenden", przedłożonej na uniwersytecie kolońskim (Köln 2004). Na stronie 21 tej pracy z zebranych danych autor wnioskuje, że największe 5 miast Hiszpanii (Madryt, Barcelona, Walencja, Sewilla, i Saragossa) w latach od 1994 do 2002 odnotowały wzrost odwiedzin turystycznych o 51,7 %, przy czym jako podwoły tak dynamicznej zmiany podaje on częściowo wprowadzenie tanich lotów.

Wynika z tego, że generatorem boomu na hiszpańskie miasta są oferty typu „city break”, co zresztą potwierdzają doświadczenia w naszych środowiskach :na przykład po uruchomieniu taniego połączenia Poznania z Barceloną znacznie wzrosła liczba mieszkańców Poznania, którzy swoje doświadczenia turystyczne wzbogacili o Barcelonę, ale także biura obsługujące turystów w Poznaniu odnotowały $\frac{3}{4}$ -krotny wzrost klientów z Hiszpanii, głównie Katalonii. Jednak w danych prezentowanych przez Wengego dla poszczególnych miast nie ma tu rozróżnienia na turystów biznesowych i kulturowych, czy typowych miejskich, co jest pewną słabością z naszego punktu widzenia.

Z kolei na s. 25 na podstawie danych oficjalnych hiszpańskich organizacji turystycznych cytowany autor podaje dla roku 2004 znaczny wzrost ilości podróży językowych (forma kulturowych wypraw edukacyjnych) do Hiszpanii, których w tym roku było 130 tys. w skali tego kraju. Zważywszy, że są to pobyty znacznie dłuższe niż typowe podróże miejskie (trwają przeciętnie 2 lub 3 tygodnie) i wykorzystują one wyżej płatne usługi na miejscu, ich przełożenie na przychód z turystyki jest większe niż może to wynikać z czystych danych ilościowych.

USA: wzrost liczby zwiedzających obiekty dziedzictwa

Studium "The 2010 Cultural Heritage Traveler", opublikowane w roku 2010 przez Office of Travel and Tourism Industries zawiera interesujące dane na temat wzrostu liczby turystów odwiedzających obiekty dziedzictwa kulturowego w USA. Wyniósł on w ciągu zaledwie siedmiu lat aż 45 % (z 10 mln 529 tysięcy w roku 2004 do 15 mln 369 tys. w roku 2010), [s.2], przy czym udział turystów spoza USA i Kanady wynosił Aż 71,2%, przy czym największy odsetek stanowili turyści z Wielkiej Brytanii i Niemiec, zaraz po nich z Japonii i Francji. Wśród tych osób, kiedy zostały zapytane o główny cel podróży (który nie był oczywisty, jako że mogli przecież zwiedzać wspomniane obiekty przy okazji podróży np. biznesowych) w roku 2010 dokładnie 50% podało cel „wakacyjny” wypoczynkowy i inny ściśle turystyczny, tj. nie związany z wykonywaniem jakiegokolwiek pracy Ani też odwiedzin u bliskich lub znajomych (liczonych osobno). Było to o 1,3% więcej niż w poprzedzającym roku 2009 [s.3]. Przyjmując, że wśród zwiedzających obiekty dziedzictwa rzeczywistych turystów tylko część to ci motywowani kulturowo, większy odsetek stanowią zainteresowani kulturowo, a może nawet najwięcej jest tych kulturowo przyciąganych i jednocześnie uważając ich wszystkich za turystów kulturowych możemy zatem stwierdzić, że ich odsetek jest w USA nawet ponad spodziewanie duży i - rośnie.

Unia Europejska – odsetek turystów kulturowych

Raport Organizacji Gallupa z roku 2009 pod tytułem „Survey on the attitudes of Europeans towards tourism Analytical, opublikowany w serii „Flash Eurobarometer” pod numerem 258 i dotyczący turystyki w Europie nie dostarcza wprawdzie (z braku możliwości porównania) danych na temat dynamiki wzrostu, ale za to dokładnie zapoznaje z udziałem

(niektórych) motywacji kulturowych turystów, podróżujących na terytorium krajów Unii Europejskiej. Cele kulturowe, w tym religijne jako główne motywy do podjęcia wyjazdu turystycznego podało 6,7% badanych turystów a zwiedzanie miast 7,0% (zatem razem 13,7%). Dla porównania, cele czysto wypoczynkowe podało 36,5%, a odwiedziny u bliskich i przyjaciół, 15,8%. [s. 77, tab. 7a] Nie rozstrzygając dokładnie o typie podejmowanych podróży, z uwagi na kryterium badania (cel główny) możemy w przypadku tych 13,7% europejskich turystów mówić o dwóch najbardziej nas interesujących grupach: turystów motywowanych i zainteresowanych kulturowo. Trzeciej grupy (zazwyczaj w badaniach wycinkowych liczniejszej niż obie wspomniane razem) czyli turystów kulturowo przyciąganych można szukać w pozostałych 86,3 %, przy czym trudno byłoby zapewne ustalić jej udział. Może być w tym pomocna ewaluacja odpowiedzi na inne pytanie, gdzie udało się ustalić, że 33% europejskich turystów oczekuje od miejsc swojego wakacyjnego wyjazdu lub pobytu oferty w zakresie określonym zbiorczo jako „culture, lifestyle and traditions” [s. 104, tab. 20b], co też jakoś odbija ich zainteresowania i być może jest indykacja w kierunku określenia różnicy między wspomnianymi 13,6% a 33% zainteresowanych elementami kulturowymi właśnie jako „ukrytych” turystów przyciąganych kulturowo. Jakkolwiek nie patrzeć na te liczby, udział turystów kulturowych w Europie jest poważny, co usprawiedliwia naukowe zajmowanie się ich profilami i preferencjami oraz planowanie i kreowanie ofert przeznaczonych dla nich. Pozostaje oczekiwać na kolejny raport Gallusa, sporządzony według tej samej metodologii, który będzie mógł dać odpowiedź na pytanie o wzrostowe lub spadkowe tendencje w tym zakresie.

Na koniec, tym razem bez danych, których w takim odniesieniu nie posiadam, parę spostrzeżeń wynikających z praktyki organizatora i badającego ten segment turystyki w naszym kraju. W mojej opinii zdecydowanie warto zadać sobie trud ustalenia ilości uczestników eventów popularnych, w tym odsetka ludzi przyjeżdżających dla udziału w nich z dalszych miejsc. To może być – zapewne po turystyce miejskiej – najpopularniejsza aktualnie forma turystyki kulturowej. Polski „Woodstock” w Kostrzynie n. Odrą i Opener w Gdyni są moim zdaniem wystarczająco sugestywnymi fenomenami, mogącymi uprawdopodobnić tezę, że turystyka opierająca się na wydarzeniach artystycznych znajduje się w Polsce w stadium dynamicznego rozwoju. Obok eventów muzycznych należałoby także przyrzeć się w tym samym aspekcie uczestnikom imprez żywej historii, w tym tych masowych, jak ta na Wolinie, pod Grunwaldem, w Malborku i paru dziesiątek innych. No i może ktoś podjąłby się zsumowania naszych turystów miejskich, na podstawie paru jasnych kryteriów wzorem Niemców, oddzielając wśród nich tych biznesowych i rodzinnych. Przypuszczam, że to właśnie w tych segmentach należy szukać polskiej odpowiedzi na postawione pytanie, bazując na twardych faktach.

Piotr Kociszewski, UW, Warszawa

Zainteresowanie seniorów turystyką kulturową jest obserwowane nie tylko w praktyce, ale zostało potwierdzone przez wyniki badań dotyczące turystyki seniorów. Jedne z nich zostały przeprowadzone w październiku 2011 pod hasłem „Preferencje osób starszych dotyczące wyjazdów turystycznych” przez KB Pretendent na zlecenie Ministerstwa Sportu i Turystyki (w ramach projektu EST – Europe Senior Traveller). Badanie zrealizowano na reprezentatywnej próbie 1067 osób, mieszkańców Polski powyżej 55 roku życia.

Wśród ankietowanych osób, powyżej 55 roku życia, najczęściej wskazywanym rodzajem aktywności po spokojnych spacerach było zwiedzanie zabytków (92% wskazań), a także poznawanie historii i kultury odwiedzanego miejsca (91% wskazań). Wysoki wynik (89% wskazań) uzyskał również udział w wydarzeniach kulturalnych (np. teatry, koncerty,

wystawy). Wszystkie wymienione powyżej aktywności mogą być określone jako formy uczestnictwa w turystyce kulturowej.

Badaniem przeprowadzonym w o wiele mniejszej skali były badania ankietowe zrealizowane w ramach przygotowania pracy magisterskiej pt. „Turystyka seniorów jako nowy (?) trend w turystyce”. Zostały one przeprowadzone w sezonie wiosna-lato 2010 wśród grupy seniorów – uczestników weekendowych wycieczek krajoznawczych po Polsce organizowanych przez warszawskie Biuro Podróży „Artur”. W badaniu mającym charakter anonimowy zostały wykorzystane ankiety audytoryjne.

Badaniem w okresie od marca do sierpnia 2010 roku, prowadzonym podczas wyjazdów weekendowych – wycieczek objęto próbę 200 osób. Próba ta została dobrana w sposób nieprobabilistyczny, a więc była to tzw. *próba wybierana*. W zamierzeniu autora od początku byli to więc seniorzy, biorący czynny udział w wyjazdach turystycznych, ponieważ posiadana przez nich wiedza oraz doświadczenie miały umożliwić wskazanie cech pożądanego produktu turystycznego seniorów i innych elementów z nim związanych. Wśród wielu pytań dotyczących szeroko pojętej oferty turystycznej znalazły się także te dotyczące celów wyjazdów oraz sposób spędzania wolnego czasu. Analizując odpowiedzi dotyczące celów wyjazdu zaobserwowano swoistą dwubiegunowość – wskazywano przede wszystkim cele wypoczynkowe oraz inne, które zostały zgeneralizowane pod wspólnym tytułem – cel krajoznawczy (odpowiednio 50,5 % i 43% odpowiedzi). Należy zaznaczyć, że stwierdzenie „cel krajoznawczy” może wydawać się stosunkowo szerokie ? jednakże jak najbardziej zawiera się w nim eksploracja walorów kulturowych, która jest w końcu istotą turystyki kulturowej. Uszczegółowieniem mogą stać się więc odpowiedzi w pytaniu dotyczącym sposób spędzania wolnego czasu. Wyraźnie zarysowuje się dominacja.

Agnieszka Matusiak, UŚ

W swojej odpowiedzi chciałabym odnieść się do danych z województwa śląskiego. Wpierw chciałbym przywołać badania z października 2010 roku, które zostały przeprowadzone na próbie 1591 losowo wybranych turystów odwiedzających wybrane miejscowości województwa śląskiego, a respondentami były osoby (mieszkańcy innej miejscowości niż ta, w której odbywało się badanie), które odwiedziły w celach turystycznych jedno z 54 objętych badaniem miejsc (obiektów turystycznych), zlokalizowanych na terenie województwa śląskiego. Badania miały m.in. na celu sporządzenie charakterystyki osób odwiedzających województwo śląskie w celach turystycznych, określenie sposobu zorganizowania wizyty turystycznej na terenie województwa śląskiego, poznanie kryteriów wyboru miejsca przyjazdu i sposobów spędzania czasu przez turystów [www.silesia-sot.pl/wp-content/uploads/2011/04/raport-badanie_ruchu_turystycznego_2010.pdf].

Trzema najpowszechniej wskazywanymi sposobami spędzania czasu podczas pobytu w województwie śląskim były: poznawanie walorów turystyczno-krajobrazowych regionu (60%), poznawanie walorów kulturowych regionu (odwiedzanie zabytków, muzeów) 59% oraz wypoczynek na łonie natury (41%). Jako główny cel pobytu turyści najczęściej wymieniali właśnie chęć poznania obiektów zabytkowych regionu i miejscowych muzeów [tamże, s.107]. To tylko wycinek danych i warto zapoznać się z całym raportem, gdzie dodatkowo są porównywane dane z lat ubiegłych. Fenomenem, o którym nie można przy tej okazji nie wspomnieć jest jednak Szlak Zabytków Techniki. Flagowy produkt turystyczny województwa odwiedziło w kolejnych latach:

2009: 467 999 osób

2010: 502 383 osób

2011: 537 026 osób

2012: 580 597 osób

Zainteresowanie szlakiem rośnie, a sprzyja temu również *Industriada* - organizowana od kilku lat impreza promująca obiekty szlaku. Frekwencja podczas kolejnych edycji wydarzenia wynosiła odpowiednio:

2010: 28 543

2011: 53 888

2012: 62 070

[dane uzyskano w Urzędzie Marszałkowskim Województwa Śląskiego w Wydziale Gospodarki, Promocji i Współpracy Międzynarodowej w Referacie Promocji Dziedzictwa Industrialnego].

Nie dziwią więc optymistyczne nastroje związane z rozwojem turystyki w obiektach dziedzictwa przemysłowego. Trzeba by dodać, że zabrzańską kopalnię Guido, jeden z ważniejszych obiektów Szlaku w 2011 r. odwiedziło ok. 90 tys. osób, a w 2012 już 103 tys. turystów, a kolejne 10 tys. uczestniczyło w wydarzeniach związanych z *Industriadą* [<http://travel-fan.pl/news/szlak-zabytkow-techniki-wojewodztwa-slaskiego-coraz-popularniejszy/>]. Zainteresowanie tego typu obiektami pobudza także prowadzona działalność kulturalna, organizowane w ciągu roku konkursy a także inne dodatkowe atrakcje.

Przemysław Buryan, GSW Milenium Gniezno

Postawione przez dr hab. M. Nowackiego pytanie daje możliwość wymiany pochodzących z różnych źródeł danych, których zebranie przez jedną osobę byłoby niezwykle trudne. Choćby krótka, zawierająca jedynie kilka faktów wypowiedź, jest w tej sytuacji niemal bezcenna. Mając ich kilkanaście, czy kilkadziesiąt można w wiarygodny sposób przedstawić faktyczne zainteresowanie turystyką kulturową wśród różnych grup społecznych i w różnych regionach. Stąd pragnę dołożyć również swoją część do tego niezwykle dobrze zapowiadającego się efektu końcowego.

Podane już dane liczbowe chciałbym uzupełnić kilkoma pochodzącymi od jednego z wiodących w Polsce organizatorów podróży wypoczynkowych i objazdowych w krajach egzotycznych. Choć biuro to nie określa siebie jako organizatora podróży kulturowych to wszystkich korzystających z oferty wycieczek objazdowych możemy określić jako turystów kulturowych. Każdy bowiem, kto wykupuje tego typu ofertę jest ukierunkowany na zabytki, kulturę czy tradycję odwiedzanego kraju. Analogicznie założyć można, że osoby wybierające się na urlop wypoczynkowy traktują za motyw migracji turystykę 3S i nawet okazjonalne korzystanie z wycieczek fakultatywnych nie zmienia ich głównego celu. Ten podział stanowi punkt wyjścia do analizy uzyskanych danych.

Otóż dane te dotyczą okresu od 2009 do 2012 roku i prezentują wzrost lub spadek zainteresowania każdym z 34 kierunków znajdujących się w ofercie biura. Wśród nich wyodrębnić można najważniejsze kulturowo i najatrakcyjniejsze wypoczynkowo kraje i zwrócić uwagę na zmianę zainteresowania nimi wśród klientów. Uwagę zwraca na pewno dynamiczny wzrost liczby osób wyjeżdżających do Chin, destynacji popularnej i względnie taniej. W badanych latach wzrost turystów na tym kierunku wyniósł prawie 110,3 % z niezwykle istotną strukturą zaledwie 1 wyjazdu wypoczynkowego na 100 wszystkich. Pokazuje to, że aż 99% z osób latających do Chin wybierało wycieczkę objazdową, a więc wycieczkę kulturową. W przypadku Indii, wzrost wyniósł aż 248,75%. Biorąc pod uwagę, że kraj ten wybierany jest często przez osoby chcące wypoczywać na rajskich plażach wybrzeża Goa, Kerali czy Pondicherry, podkreślić trzeba, że aż 82 osoby na 100 zdecydowały się na wyjazd na wycieczkę objazdową. Niewielki wzrost i niewielkie zainteresowanie notują mniej popularne kierunki jak Wenezuela, Kuba czy Wietnam. Każda jednak z podanych destynacji cieszy się ponad 60% udziałem turystów korzystających z ofert objazdów. Przyglądając się analogicznie najważniejszym kierunkom turystyki 3S zauważyć można spadek

zainteresowania tego typu miejscami na przełomie omawianych lat. W przypadku Maledywów to ok. 33% spadku, Jamajkę wybrało aż 50% mniej turystów, a aż 60% mniej osób poleciało do Malezji. Z dostępnych danych płynie kilka innych, nie mniej ciekawych wniosków. Wyraźnie na atrakcyjności tracą kraje Europy zachodniej takie jak Hiszpania, Francja czy Włochy. Wyraźnie też widać, że europejski kryzys nie wpłynął na ilość wyjazdów egzotycznych wśród naszych rodaków. Natomiast zgodnie z wynikami z 2012 roku aż 40% klientów biura uznać można za turystów kulturowych.

Bardziej precyzyjna analiza tego typu danych byłaby możliwa przy porównaniu ich z podobnymi informacjami z innych biur podróży. Niemniej jednak są one wystarczające aby stwierdzić, że zainteresowanie wyjazdami kulturowymi do krajów egzotycznych wyraźnie wzrosło od 2009 roku. Prognozy biur podróży pokazują, że w roku bieżącym może dojść do lekkiego „tąpnięcia” w tym wzroście. Może ono być spowodowane problemami ekonomicznymi zarówno wśród potencjalnych klientów, jak i wśród kontrahentów, przede wszystkim linii lotniczych, które wyraźnie podniosą ceny przelotów.