

prof. UEK dr hab. Renata Seweryn
prof. UEK dr hab. Agata Niemczyk
Katedra Turystyki
Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie

TURYSTYKA MIEJSKA MIESZKAŃCÓW WSI (NA PRZYKŁADZIE KRAKOWA)

Wstęp

Zestawienie terminów „wieś” i „turystyka” kojarzy się zwykle z turystycznym wykorzystaniem obszarów wiejskich lub z ich aktywizacją poprzez turystykę. Niezwykle rzadko prowadzone są natomiast analizy dotyczące aktywności turystycznej mieszkańców wsi. Niedostatek badań w tym zakresie wynika zapewne z przeświadczenia, że ludność jest w zdecydowanie mniejszym zakresie zainteresowana wyjazdami turystycznymi. Tymczasem obserwowane w ostatnim czasie zmiany w strukturze ludności terenów wiejskich pozwalają stwierdzić, że kreuje ona popyt turystyczny, zwłaszcza na wyjazdy do destynacji odmiennych od swojej codziennej egzystencji, tj. na podróże do miast. Celem artykułu jest próba odpowiedzi na pytanie: *Czym mieszkańcy wsi, jako uczestnicy turystyki miejskiej, różnią się od odwiedzających miasta pochodzących z terenów miejskich?*

Wykorzystując informacje pozyskane podczas badań ruchu turystycznego w Krakowie, określono (za pomocą testu chi-kwadrat Pearsona i *U* Manna-Whitneya) statystycznie istotne odmienności w zachowaniach tych dwóch grup odwiedzających miasto w 2017 r. Analizy empiryczne poprzedziła kwerenda polskiej i zagranicznej literatury na temat aktywności turystycznej i jej determinant, turystyki miejskiej oraz funkcjonowania współczesnej wsi.

Aktywność turystyczna i jej determinanty

Jedną z form aktywności ludzkiej jest uczestnictwo w turystyce. Ta forma działania odgrywa coraz większą rolę w modelu konsumpcji współczesnego człowieka. Na taki stan rzeczy wpłynęło szereg okoliczności [Nowakowska 2006; Niemczyk

2008], które pozwoliły już XX wiek nazwać wiekiem turystyki [Przeclawski 2004]; mówi się wręcz o turystyfikacji świata współczesnego.

Podając problematykę uczestnictwa w turystyce należy przedstawić rozumienie podstawowej kategorii pojęciowej, tj. aktywności turystycznej. Zdaniem J. Zdebskiego i R. Winiarskiego to „aktywność, która charakteryzuje czasową i dobrowolną zmianę miejsca stałego pobytu, podejmowaną przede wszystkim w celach: poznawczym, rekreacyjnym bądź zdrowotnym. Jest aktywnością służącą zaspokojeniu określonych potrzeb i aspiracji człowieka” [Zdebski i Winiarski 1990]. Z kolei B. Włodarczyk postrzega omawianą kategorię dualnie (*sensu largo* i *sensu stricto*). W ujęciu szerszym, aktywność turystyczną czyli zdolność człowieka do uprawiania turystyki autor ten rozumie jako „uprawianie turystyki, czynne zajmowanie się turystyką, działania na rzecz turystyki (tak rozumiana turystyka nie jest synonimem ruchu turystycznego); w węższym ujęciu – jako czynne lub bierne uprawianie turystyki (np. turystyka kwalifikowana, wypoczynek na działkach lotniskowych, zajęcia rekreacyjne itp.)” [Włodarczyk 1999]. Innym znawcą tematu jest K. Łopaciński, który przez aktywność turystyczną jednostki/osoby rozumie „całokształt czynności związanych z przygotowaniem się do turystyki i jej uprawiania oraz różnymi formami przeżywania” [Łopaciński 1988]. Cytowany autor aktywność turystyczną grupy społecznej w danym roku identyfikuje jako udział procentowy członków grupy, którzy choć raz w roku spędzili przynajmniej jedną noc poza miejscem zamieszkania zgodnie z definicją turysty oraz liczbę odbytych w ciągu roku podróży turystycznych. Tak rozumianą aktywność turystyczną K. Łopaciński utożsamia z pojęciem uczestnictwa w wyjazdach turystycznych. Natomiast A. Niemczyk [2012, s. 98] aktywność turystyczną identyfikuje jako ogół zachowań człowieka przejawiających się w jego aktywnej postawie wobec turystyki uprawianej w czasie wolnym, zakładającej zmianę miejsca pobytu. To postępowanie jednostki jest efektem oddziaływania wielu czynników, tak wewnętrznych, jak i zewnętrznych, które z różną intensywnością wpływają na działania, jakie podejmuje człowiek w procesie zaspokajania potrzeb turystycznych.

Wielość zmiennych kształtujących uczestnictwo w turystyce pozwala na przyjęcie pewnej ich typologii. W niniejszym artykule posłużono się klasyfikacją determinant aktywności turystycznej wyróżniając te o charakterze wewnętrznym, jak i zewnętrznym, gdzie punktem odniesienia jest sam konsument turysta. Pierwsza grupa reprezentowana jest przez takie czynniki jak: potrzeby turystyczne, motywy turystyczne, emocje, proces uczenia się, percepcję, postawy, osobowość, styl życia, a

także cechy fizyczne jednostki. Drugą grupę stanowią zmienne o charakterze ekonomicznym i pozaekonomicznym; układ tych ostatnich tworzą czynniki: demograficzne (liczba ludności, płeć, wiek, wielkość rodziny), społeczno-kulturowe (wykształcenie, a także: rodzina, klasa społeczna, grupa społeczna i grupa odniesienia, liderzy opinii, kultura i subkultury oraz czas wolny) i geograficzne. W zbiorze czynników geograficznych V.T.C. Middleton [1996], wskazuje na: miejsce zamieszkania turysty, wielkość ośrodka, z którego on pochodzi, a także odległość pomiędzy miejscem zamieszkania a miejscem docelowym podróży.

Miejsce zamieszkania turysty wpływa na preferowane kierunki podróży. Z reguły wynikają one z potrzeby zmiany codziennego otoczenia. Powszechne w literaturze jest stwierdzenie, iż mieszkańcy np. Skandynawii wykazują większą skłonność do spędzania urlopów na południu Europy. Co się z kolei tyczy wielkości ośrodka emisji, to dostrzega się, że społeczeństwa żyjące w dużych aglomeracji miejskich wykazują większą aktywność turystyczną. Zauważa się, że im kraj czy region jest bardziej zurbanizowany, tym większa partycypacja w turystyce jego mieszkańców. Mieszkańcy dużych miast legitymują się na ogół wyższym poziomem zamożności, wykształcenia i kultury, co przekłada się na ich relatywnie większy udział w wyjazdach turystycznych zwłaszcza zagranicznych. Interesujące będzie rozpoznanie modelu aktywności turystycznej mieszkańców wsi, tym bardziej, że zamieszkiwane przez nich jednostki przestrzenne uległy głębokim przeobrażeniom funkcjonalnym w ostatnich latach, a w ślad za tym również warunki życia ich mieszkańców.

Funkcjonowanie współczesnej wsi

Obszary wiejskie, GUS określa jako wszystkie tereny położone poza granicami administracyjnymi miast. Inne określenia tej kategorii prezentują np. J. Bański [2008, s. 8], A. Skwara [2007, s. 83-84], F. Kapusta [2011, s. 1-2]. Przełom XX i XXI wieku przyniósł istotne zmiany gospodarcze, społeczne i kulturowe na polskiej wsi. Były one kształtowane przez różne procesy i zjawiska, które odnośnie do obszarów wiejskich można podzielić na: przyrodnicze, ludnościowe i gospodarcze; spośród nich istotnymi, z punktu widzenia celu artykułu, są dwa ostatnie. Malejąca liczba osób tworzących wiejskie gospodarstwo domowe, zmniejszająca się liczba dzieci w wiejskich gospodarstwach domowych, a także zmiany na rynku pracy ukierunkowane na działalność pozarolniczą, to charakterystyczne przejawy owych procesów i zjawisk

[Piekut 2017, s. 188-208]. Nastąpił wzrost aktywności gospodarczej ludności wiejskiej, przy czym usługi i drobna działalność produkcyjna przeważają na obszarach podmiejskich, podczas gdy na obszarach peryferyjnych i słabo rozwiniętych rozwój usług jest ograniczony przez brak ich odbiorców; A. Skwara podaje, że „od 1999 r. następuje odpływ mieszkańców z miast w ich dotychczasowych granicach administracyjnych głównie do strefy podmiejskiej” [Skwara 2007, s. 85]. W kontekście aktywizacji obszarów wiejskich podkreślić należy rozwój turystyki wiejskiej oraz powstawania drugich domów jako stymulatorów tego zjawiska. Głównym źródłem dochodów ludności wsi staje się działalność pozarolnicza; mimo to osłabienie znaczenia rolnictwa na obszarach wiejskich nie przeszkodzi w zachowaniu rolniczego charakteru tych terenów [Bański 2008, s. 7-28]. Ludności obszarów wiejskich przybywa. W ostatnich latach liczba mieszkańców wsi zwiększyła się pomimo wyraźnego spadku przyrostu naturalnego. Redukcja migracji ze wsi do miast to konsekwencja ujawnienia się nowych miejsc pracy, ale także rosnących szybciej kosztów utrzymania w mieście. Niemniej jednak „w zakresie procesów demograficznych należy oczekiwać polaryzacji przestrzennej; wieś na obszarach metropolitalnych i w sąsiedztwie ośrodków subregionalnych będzie charakteryzował wzrost ludnościowy, natomiast obszary „tradycyjne” (oddalone od ośrodków miejskich i peryferia), będą poddane procesowi depopulacji” [Bański 2014, s. 10]. Mieszkańcy wsi stają się bardziej świadomi i przedsiębiorczy. Poprawę poziomu ich warunków życia zapewniają m.in. dynamiczne zmiany wyposażenia w infrastrukturę techniczną, co podnosi atrakcyjność inwestycyjną ich miejsc zamieszkania.

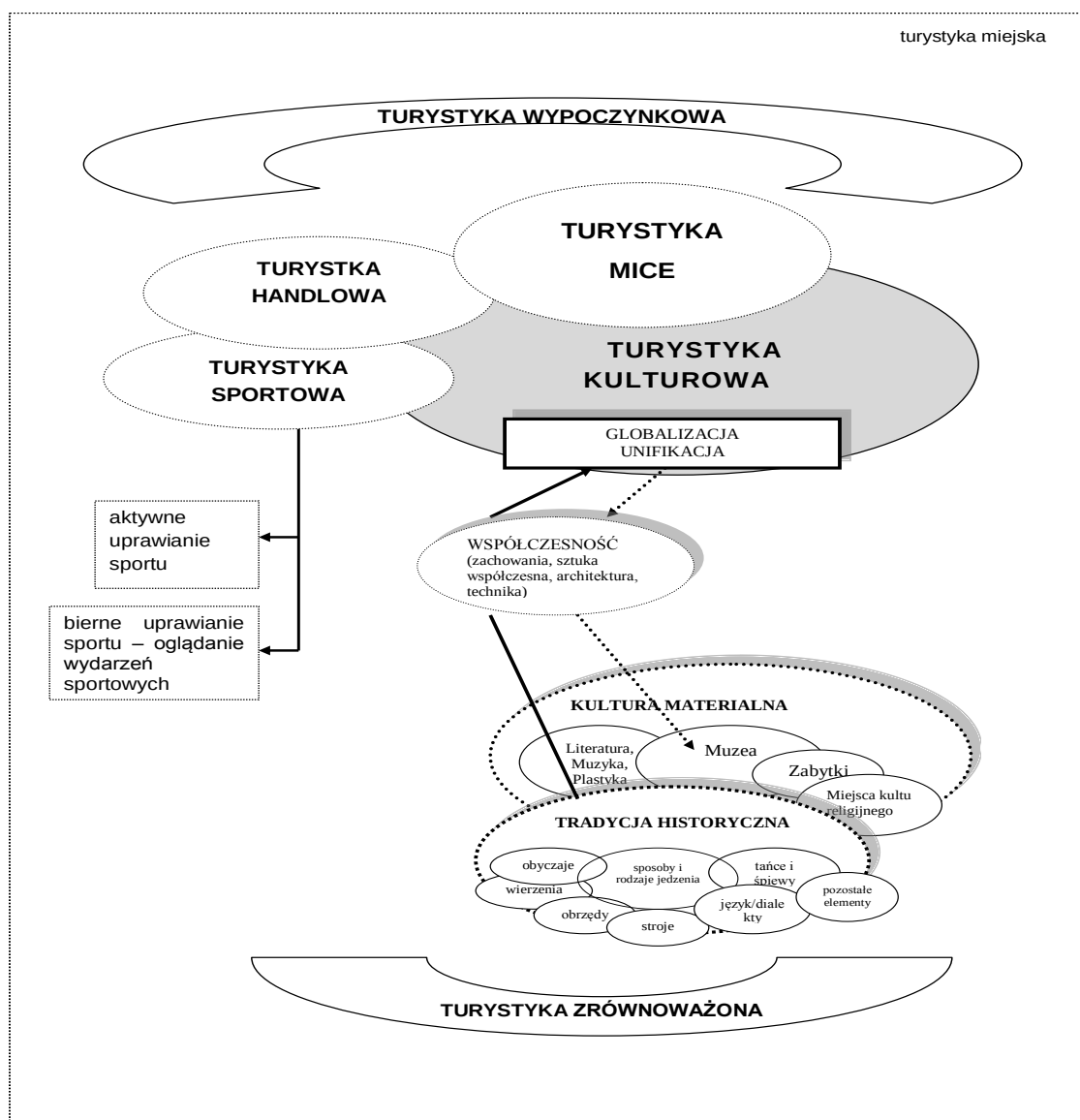
Biorąc powyższe pod uwagę przywołuje się za J. Bańskim obraz wsi przyszłości, która „będzie pod wieloma względami bardziej zróżnicowana przestrzennie niż obecnie. Wsie na obszarach metropolitalnych i w ich sąsiedztwie ztracą swoją „wiejskość” zarówno pod względem pełnionych funkcji gospodarczych, struktury mieszkającej tam ludności, jak i charakteru krajobrazu. Wsie rolnicze i turystyczne wzmocnią swoje funkcje wiodące i jednocześnie wzbogacą funkcje drugiego rzędu” [Bański 2008, s. 26]. Z pewnością przyczyni się to do zwiększenia atrakcyjności omawianych obszarów, których mieszkańcy co jakiś czas będą poszukiwać dla siebie przestrzeni turystycznych, a jak podaje K. Korbowski [2006, s. 159] często jest nią miasto.

Turystyka miejska i jej segmenty

Spośród wielu obszarów recepcji wybieranych przez turystów wskazuje się na miasta. Te według Ch.M. Law [1993, s. 1] są najważniejszymi miejscami na świecie odwiedzanymi przez turystów.

Miasto jest typowym przykładem obszarowego produktu turystycznego, zbudowanego na elementach (materialnych i niematerialnych), stanowiących podstawę istniejącego w umyśle turysty wyobrażenia i oczekiwań związanych z pobytem w danym miejscu. Współcześni turyści szukają „autentyczności zarówno w środowisku naturalnym, jak i kulturowym oraz możliwości nabycia głębokich doświadczeń” [Zaręba 2006, p. 87]; pożądamy wrażeń jak najbardziej wyjątkowych i budzących silne emocje. Z pomocą w realizacji wymagań klientów przychodzi oferta turystyki miejskiej. Ta jest bardzo zróżnicowana, co upoważnia do przeprowadzenia pewnej segmentacji turystyki miejskiej. Wcześniej jednak przywołane zostanie określenie turystyki miejskiej autorstwa M. Voultsaki, który traktuje tę kategorię jako „aktywność turystyczną w obszarze zurbanizowanym, posiadającym odpowiednią infrastrukturę turystyczną oraz elementy historyczne i kulturowe, stanowiące atrakcję dla turystów oraz umożliwiające, w sposób zorganizowany i usystematyzowany, produkcję towarów i usług” [Pawlicz 2008, p. 22]. W rezultacie do ingrediencji turystyki miejskiej zalicza się wiele typów turystyki (rys. 1). Wśród nich wymienia się m.in. turystykę kulturową, biznesową, handlową, sportową.

W literaturze przedmiotu znane są różne definicje turystyki kulturowej, niemniej jednak wszystkie one mają wspólny rdzeń, który precyzyjnie formułuje określenie G. Richardsa, zgodnie z którym turystyka kulturowa to „turystyka odnosząca się zarówno do wytworów kultury z przeszłości, jak i wytworów kultury współczesnej oraz sposobów życia danych grup ludzi lub regionów; obejmująca turystykę zorientowaną na dziedzictwo kultury oraz turystykę zorientowaną na sztukę/kulturę współczesną” [Richards 2001, s. 7]. Turystyka kulturowa zawiera w sobie wiele form ruchu turystycznego realizowanych na obszarach miejskich. Wśród nich wskazuje się m.in. na turystykę przemysłową, muzealną, religijną, kulinarną, etniczną itd. [*Współczesne formy...* 2009]. Z tego względu turystyka kulturowa jest idealnym narzędziem dywersyfikacji oferty turystycznej danego miasta.



Błąd! Nie można odnaleźć źródła odwołania.. Wybrane formy współczesnej turystyki miejskiej

Źródło: [Niemczyk 2010, s. 482-498].

Istotnym ingredientem turystyki miejskiej jest również turystyka MICE. Obejmuje ona swym zasięgiem następujące typy indywidualnych oraz grupowych spotkań biznesowych [Borodako i in. 2015]:

- meetings,
- incentives,
- conventions,
- exhibitions.

Kolejnym z wyspecyfikowanych wcześniej segmentów turystyki miejskiej jest turystyka sportowa. Identyfikowana jest ona jako podróżowanie w celu uczestniczenia w działalności sportowej dla rekreacji lub zawodowego uprawiania sportu lub oglądania wydarzeń sportowych, zwiedzania słynnych atrakcji sportowych (np. muzeów sportu) [Gaworecki 2008, s. 17].

Istotną atrakcją niemal każdej współczesnej metropolii jest turystyka handlowa (zakupowa) [Niemczyk 2015, s. 174-184]. Dzisiejsze galerie, bez których nie byłoby mowy o turystyce zakupowej to, jak pisze A. Wilkońska [2009, s. 141 i nast.] obiekty składające się z różnego rodzaju elementów tworzących multifunkcjonalne centra handlu i kultury.

Warto jeszcze zwrócić uwagę, że rozwój wyróżnionych form turystyki miejskiej winien odbywać się zgodnie z zasadą zrównoważonego rozwoju (por. rys. 1). Mowa o takim programowaniu rozwoju turystyki, które będzie sprzyjało ograniczaniu niekorzystnych zmian środowiska społeczno-kulturowego.

Metodyka badań

Dla znalezienia odpowiedzi na pytanie: *Czy i czym wyróżniają się mieszkańcy wsi jako uczestnicy turystyki miejskiej?* wykorzystano wyniki badań ruchu turystycznego, przeprowadzonych w Krakowie w 2017 r., na zlecenie Urzędu Miasta pod nadzorem Małopolskiej Organizacji Turystycznej. Kwestionariusz wypełniło wówczas 3 509 respondentów [Borkowski i in. 2018, s. 5-8], ale na potrzeby niniejszego artykułu wykorzystano odpowiedzi 3 340 badanych, w tym 647 mieszkańców wsi. Statystycznie istotne różnice między ludnością wiejską a miejską odwiedzającą miasto określono za pomocą testu χ^2 Pearsona (w odniesieniu do cech wyrażonych w skali nominalnej [Zeliaś, Pawełek i Wanat 2002, s. 402-403], w tym w sytuacji tablic symetrycznych 2x2 – z tzw. poprawką Yatesa [Francuz i Mackiewicz 2007, s. 426-427] oraz *U* Manna-Whitneya (w przypadku zmiennych wyrażonych w skali porządkowej [Aczel 2006, s. 716-722]). Postawiono 22 razy dwie hipotezy statystyczne: H_0 – zachowania turystyczne mieszkańców wsi były takie same, jak zachowania mieszkańców miast oraz H_1 jako hipotezę alternatywną. W sytuacji, gdy wynik prawdopodobieństwa testowego p był mniejszy od $\alpha=0,05$ należało przyjąć H_1 . W przeciwnym wypadku nie było podstaw do odrzucenia H_0 .

W oparciu o uzyskane wyniki postanowiono zweryfikować siedem hipotez badawczych.

H1A. *Mieszkańcy wsi rzadziej niż miast wykorzystują zasoby Internatu podczas zdobywania wiedzy o miejscu docelowym podróży.*

We współczesnym świecie Internet pełni ważną rolę w życiu zawodowym i społecznym, w tym także w stymulowaniu popytu turystycznego – zarówno rozbudza on potrzeby wyjazdu i dostarcza informacji o możliwościach ich zaspokajania, jak i daje możliwość rezerwacji/zakupu produktów turystycznych na odległość. Sieć jest jednak bardziej rozwinięta na terenach miejskich niż wiejskich – w Polsce tylko 70% mieszkańców wsi ma komputer z dostępem do Internetu, podczas gdy w mieście wskaźnik ten wynosi 76% [Budżety... 2017, s. 68]. Na dodatek, fakt dostępności nie świadczy jeszcze o korzystaniu z sieci, gdyż część rolników tego nie czyni, przede wszystkim z powodu niedostatecznego poziomu wiedzy w tym zakresie [Inglot-Brzęk 2011, s. 382].

H1B. *Ludność wiejska częściej niż miejska podróżuje do miast w celach religijnych.* Z reguły religijność mieszkańców wsi jest większa niż ludności miejskiej, co przekłada się na ich wyższy udział w zorganizowanych lub indywidualnych pielgrzymkach do miejsc kultu religijnego. Wyjazdy tego typu są często na terenach wiejskich aranżowane przez parafię/kościół, z uwagi na oddalenie od biur podróży oraz niższy poziom zamożności potencjalnych pielgrzymów [Balińska 2014, s. 116].

H1C. *Mieszkańcy wsi rzadziej niż miast korzystają z usług biur podróży.* Zainteresowanie usługami biur podróży jest niewielkie, pomimo licznych korzyści, które one dostarczają. Na dodatek, większość tradycyjnych biur podróży zlokalizowanych jest w miastach, przez co ludność wiejska ma do nich mniejszy dostęp [Balińska 2014, s. 115].

H1D. *Ludność wiejska częściej niż miejska wyjeżdża do miast na krótkie pobyty.* Z badań przeprowadzonych przez A. Balińską [2014, s. 119] wynika, że niemal połowa ankietowanych mieszkańców wsi najchętniej wybrałaby się na kilkunastodniowe wakacje, ale w tej grupie przeważały osoby z pozarolniczym źródłem utrzymania. Natomiast respondenci utrzymujący się ze źródeł rolniczych najchętniej skorzystaliby z wyjazdów najkrótszych, tj. 2, 3-dniowych. Wynikać to może zarówno z faktu posiadania gospodarstwa rolnego (którego nie można zostawić na dłużej bez opieki ze względu na ciągłość i specyfikę wykonywanych prac), jak i z ograniczonych funduszy na wyjazd.

H1E. *Mieszkańcy wsi częściej niż miast podróżują samochodem.*

Gospodarstwa domowe na wsi gorzej niż w miastach wypadają pod względem wyposażenia w sprzęt nowej generacji (np. w Polsce smartfon posiada odpowiednio 35% vs 49%, a urządzenie do odbioru telewizji satelitarnej lub kablowej – 53% vs 67%). Natomiast zdecydowanie większy odsetek gospodarstw domowych na terenach wiejskich niż miejskich posiada samochód osobowy (w Polsce 73% vs 59%), co jest związane z rzadszą siecią komunikacji publicznej i większymi odległościami do pokonania [Budżety... 2017, s. 68].

H1F. *Ludność wiejska częściej niż miejska wybiera tańsze formy zakwaterowania, w tym noclegi u rodziny i znajomych.*

Poziom wydatków na hotele i restauracje w gospodarstwach domowych na wsi jest zdecydowanie niższy niż w miastach (w Polsce 28,07 zł vs 62,91 zł) [Budżety... 2017, s. 141]. Ponadto, migracje ludności wiejskiej (zwłaszcza osób młodych) do miast powodują nie tylko wzrost liczby wyjazdów w celu odwiedzin krewnych i znajomych, ale także możliwość skorzystania podczas pobytu z ich gościnności [Balińska 2014, s. 116].

H1G. *Mieszkańcy wsi wydają mniej podczas turystycznego pobytu w mieście niż mieszkańcy miast.*

Różnice w sytuacji materialnej pomiędzy miastem a wsią stopniowo się zmniejszają (w Polsce w 2016 r. wyniosły 29 pkt% w odniesieniu do dochodów i 29,3 pkt% w przypadku wydatków), głównie w wyniku szybszego bogacenia się mieszkańców wsi niż miast. Nadal jednak pozostają one istotne. Przeciętny miesięczny dochód rozporządzalny na osobę w Polsce w 2016 r. był w gospodarstwach domowych na wsi niższy o 35,3% niż w miastach i o 17,7% niż średnia ogólnopolska. Również wydatki na osobę w gospodarstwach domowych na terenach wiejskich były niższe niż w miastach o 35,6% i o 17,9% niż średnia ogólnopolska [Budżety... 2017, s. 42 i 53-54].

Wyniki testów istotności różnic w zachowaniach turystycznych mieszkańców wsi i miast prezentuje tabela 1. Pozwalają one stwierdzić, że nie występują statystycznie istotne odmienności pomiędzy tymi dwoma grupami odwiedzających Kraków, jeśli chodzi o korzystanie z prasy, telewizji, filmu, folderów i ulotek oraz informacji od rodziny jako źródeł wiedzy o mieście. Również ŚDM nie jest istotnym nośnikiem w tym względzie. Ponadto mieszkańcy wsi nie różnią się od mieszkańców innych jednostek osadniczych w odniesieniu do towarzystwa w podróży do Krakowa.

Tabela 1. Wyniki testów istotności różnic w zachowaniach turystycznych mieszkańców wsi i miast odwiedzających Kraków w 2017 r.

Zmienne	Test	p*
Prasa	χ^2 z poprawką Yatesa	p=0,14392
Radio		p=0,00010
Telewizja		p=0,64323
Film		p=0,31232
Internet		p=0,00183
Social media		p=0,02054
Przewodniki		p=0,03878
Katalogi biur podróży		p=0,02608
Foldery i ulotki		p=0,20099
Rodzina		p=0,35043
Znajomi		p=0,00005
Szkoła		p=0,02759
SDM		p=0,99818
Korzystanie z usług przewodników w Krakowie		p=0,00322
Korzystanie z informacji turystycznej w Krakowie		p=0,00380
Główny motyw przyjazdu do Krakowa	χ^2	p=0,00000
Organizator podróży do Krakowa		p=0,00000
Towarzystwo w podróży do Krakowa		p=0,09032
Środek transportu wykorzystywany w podróży do Krakowa		p=0,00000
Miejsce noclegu w Krakowie	U Manna-Whitneya	p=0,00000
Długość pobytu w Krakowie		p=0,00000
Przeciętne wydatki podczas pobytu w Krakowie		p=0,00000

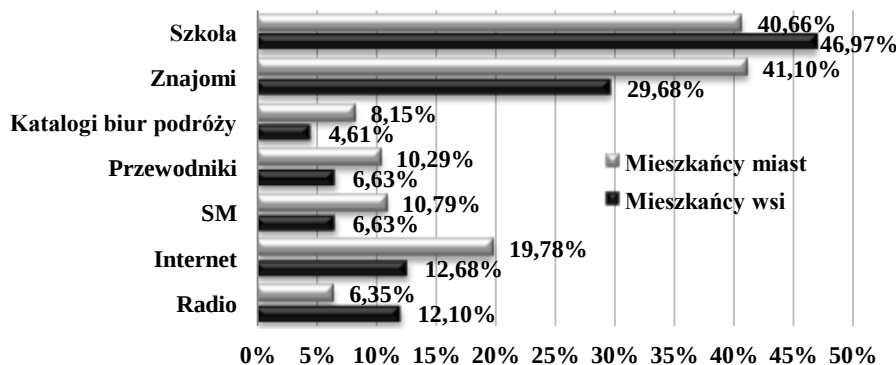
* Pogrubieniem zaznaczono różnice statystycznie istotne.

Źródło: Obliczenia własne.

Pozostałe aspekty zachowań konsumenckich istotnie różnicują między sobą te dwa badane segmenty uczestników ruchu turystycznego.

Specyfika zachowań rynkowych w turystyce mieszkańców wsi

Jedną ze zmiennych istotnie wyróżniających zachowania konsumenckie w turystyce mieszkańców wsi jest źródło informacji o destynacji. Otóż ludność wiejska częściej korzysta – zob. ryc. 1 – z radia (prawie 2-krotnie wyższy udział tego nośnika) oraz wiedzy zdobytej w szkole (o ponad 1/7).

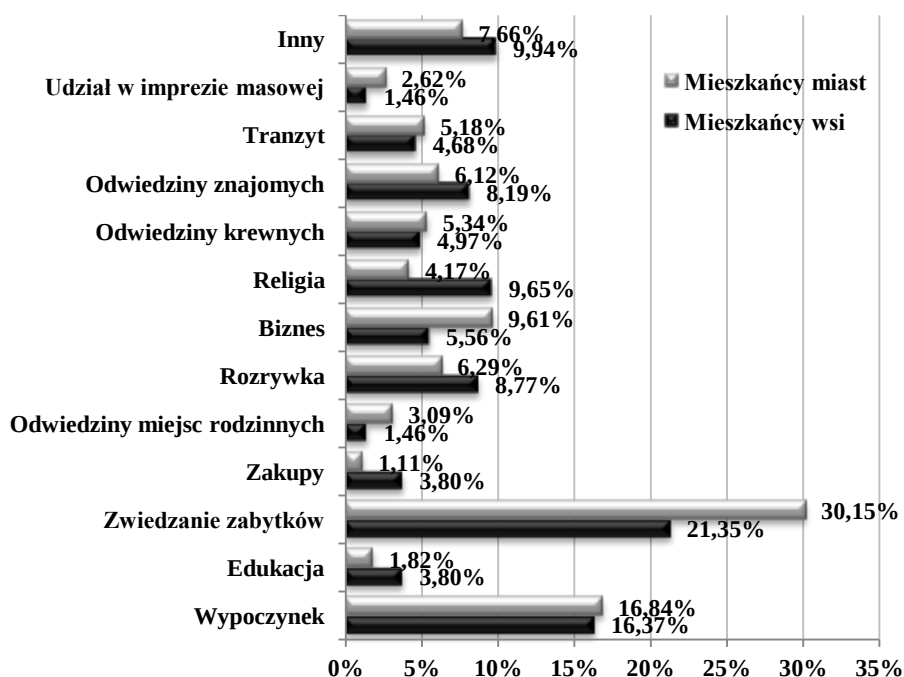


Ryc. 1. Źródła informacji o Krakowie wykorzystywane przez ludność wiejską i miejską odwiedzającą miasto w 2017 r.

Źródło: Opracowanie własne.

Z kolei, mieszkańcy miast w większym stopniu preferują m.in. nowoczesne technologie (internet i media społecznościowe), co pozytywnie weryfikuje pierwszą z założonych hipotez badawczych (H1A). Częściej też wykorzystują źródła pisane (katalogi biur podróży i przewodniki) oraz słyszeli o dawnej stolicy Polski od znajomych.

Inną cechą istotnie wyróżniającą mieszkańców wsi jest motyw podróży turystycznej. Wprawdzie w obu grupach odwiedzających Kraków dominuje zwiedzanie zabytków, ale częściej (o prawie 1/2) jest ono wskazywane przez ludność miejską. Przedstawiciele tej grupy w minimalnie większym odsetku przyjeżdżają też do dawnej stolicy Polski w drugim, co do liczby wskazań, celu, tj. wypoczynkowym (zob. ryc. 2). Ludność wiejska przeważa natomiast w odniesieniu do takich motywów podróży, jak: religijny (prawie 2,5-krotnie, co potwierdza empirycznie drugą z hipotez badawczych – H1B), rozrywkowy (o ponad 1/3), odwiedzin znajomych (o ponad 1/3), edukacja (ponad 2-krotnie) oraz zakupy (niemal 3,5-krotnie). Częściej też wskazuje tzw. inny cel, jak np. ślub, wesele, pogrzeb (o prawie 1/3 wskazań więcej).

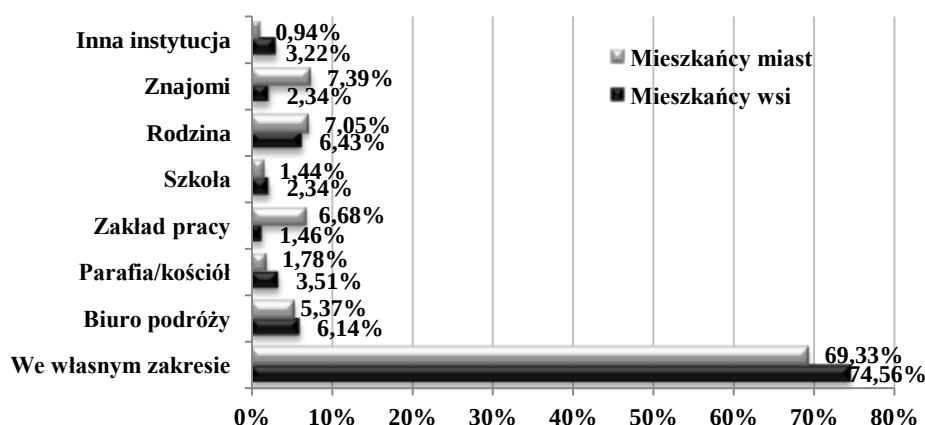


Ryc. 2. Główny motyw przyjazdu do Krakowa deklarowany przez ludność wiejską i miejską odwiedzającą miasto w 2017 r.

Źródło: Opracowanie własne.

Analizując organizatora podróży należy stwierdzić, że odwiedzający przygotowują sobie podróż do Krakowa z reguły we własnym zakresie, przy czym taki sposób organizacji preferuje większy odsetek (o ponad 5 pkt%) mieszkańców wsi niż miast (zob. ryc. 3). Analogiczna sytuacja występuje w przypadku organizacji przyjazdu

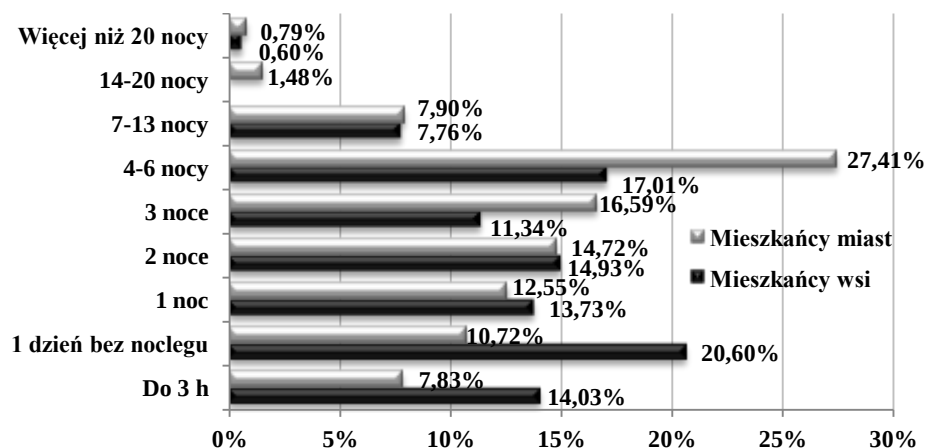
przez parafię/kościół (niemal 2-krotnie większy jest odsetek deklarujących ze wsi niż z miast, co potwierdza wcześniejsze założenia odnośnie do celów przyjazdu), szkołę (o ponad 1/2) i tzw. inną instytucję (jak harcerstwo czy Koło Gospodyń Wiejskich – prawie 3,5-krotnie wyższy udział). Ludność wiejska w większym stopniu korzysta też z usług biur podróży (o ponad 14%). Tym samym trzecia z hipotez badawczych (H1C) nie weryfikuje się pozytywnie. Mieszkańcy miast zdecydowanie przeważają natomiast w odniesieniu do podróży przygotowanych przez zakład pracy (ponad 4,5-krotnie) i przez znajomych (ponad 3-krotnie).



Ryc. 3. Organizator podróży do Krakowa ludności wiejskiej i miejskiej odwiedzającej miasto w 2017 r.

Źródło: Opracowanie własne.

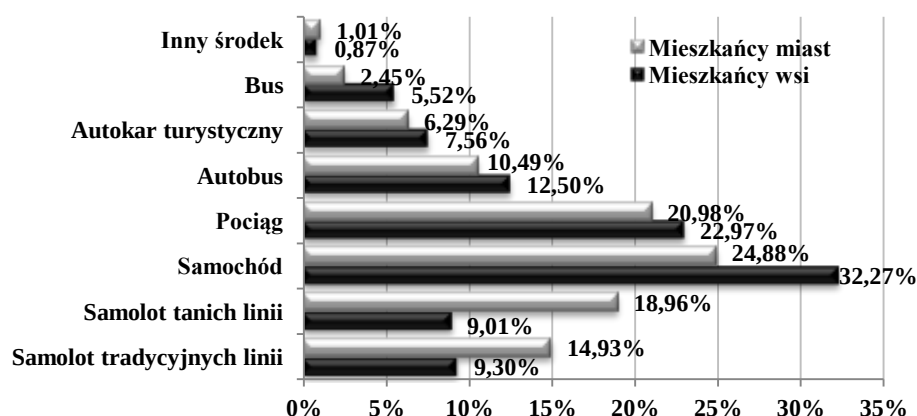
Rozpatrując długości pobytu należy stwierdzić, że ludność wiejską cechuje krótki czas wizyty w Krakowie, tj. zwłaszcza jeden dzień (bez noclegu), ale także do 3 godzin oraz 1-2 noce (w sumie 63,28% vs 45,83%). Dłuższe pobytu (w tym w szczególności 4-6 nocy – ponad 27% i 3 noce – prawie 17%) są natomiast charakterystyczne dla odwiedzających z miast (zob. ryc. 4). Zatem czwarta z hipotez badawczych (H1D) potwierdza się empirycznie.



Ryc. 4. Długość pobytu w Krakowie ludności wiejskiej i miejskiej odwiedzającej miasto w 2017 r.

Źródło: Opracowanie własne.

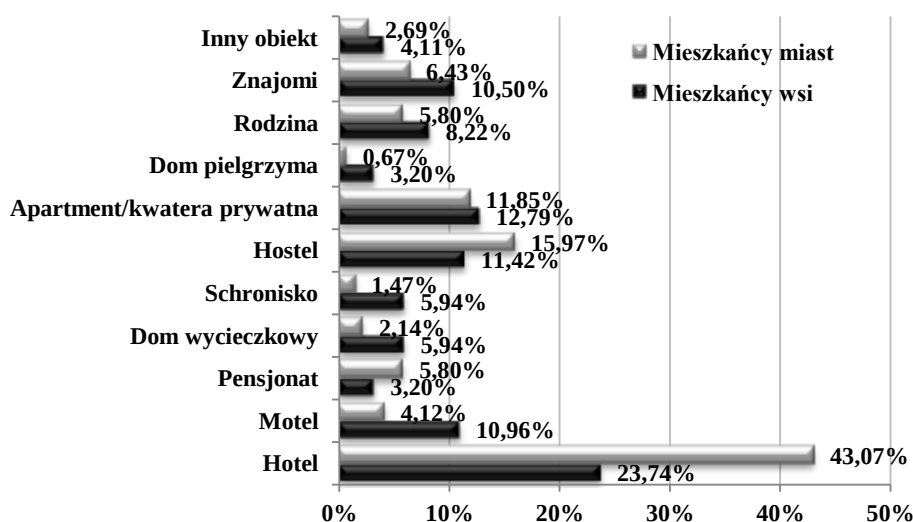
Jeśli chodzi o środek transportu preferowany w trakcie podróży turystycznej do Krakowa, to, jak wynika z danych na ryc. 5, mieszkańcy wsi korzystają głównie z samochodu (prawie 1/3 wskazań), co pozytywnie weryfikuje piątą z hipotez badawczych (H1E). W większym odsetku niż ludność miejska wybierają oni również tańsze środki lokomocji, jak pociąg (o prawie 2 pkt% większy udział), autobus linii regularnej (o 2 pkt%), autokar (o ponad 1 pkt%) oraz bus (ponad 2-krotnie więcej wskazań). Z kolei odwiedzający z miast częściej wykorzystują samolot (33,89% vs 18,31%) i tzw. inny środek transportu (o 16% większy udział).



Ryc. 5. Środki transportu wykorzystywane w podróży do Krakowa przez ludność wiejską i miejską odwiedzającą miasto w 2017 r.

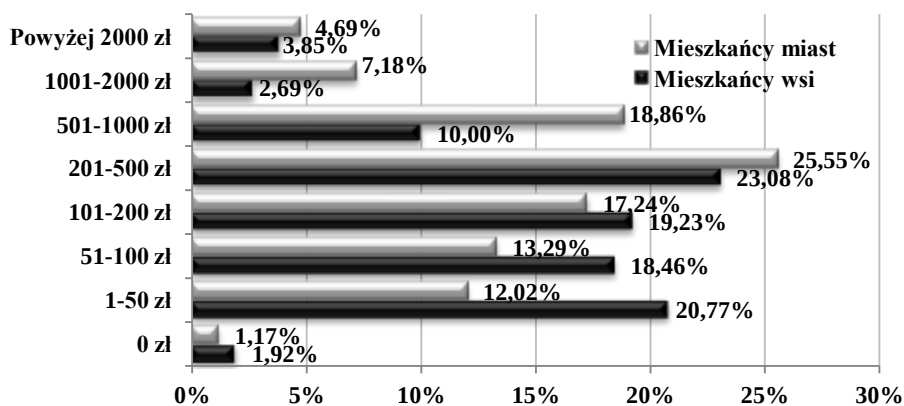
Źródło: Opracowanie własne.

Miejsce zakwaterowania również istotnie identyfikuje zachowania turystyczne mieszkańców wsi. Wprawdzie oba segmenty ruchu przyjazdowego do Krakowa najliczniej nocują w hotelach (zob. ryc. 6), ale niemal 2-krotnie więcej mieszkańców miast wybiera te obiekty (podobnie jak hostele – o niemal 40% i pensjonaty – o ponad 80% więcej wskazań). Ludność wiejska przeważa natomiast w pozostałych miejscach zakwaterowania, w tym zwłaszcza w domach pielgrzyma (prawie 5-krotnie, co ponownie pozytywnie weryfikuje wcześniejsze ustalenia), schroniskach (ponad 4-krotnie), domach wycieczkowych (prawie 3-krotnie) i motelach (ponad 2,5-krotnie większy udział). Częściej nocuje też w apartamentach/kwaterach prywatnych (o prawie 8%) i innych obiektach (o 53%) oraz korzysta z gościnności znajomych (o prawie 2/3) i rodziny (o ponad 40% więcej wskazań). Tym samym szósta z hipotez badawczych została pozytywnie zweryfikowana empirycznie (H1F).



Ryc. 6. Miejsce noclegu w Krakowie ludności wiejskiej i miejskiej odwiedzającej miasto w 2017 r.
Źródło: Opracowanie własne.

Ostatnim z wyróżników mieszkańców wsi jest wysokość wydatków podczas pobytu w Krakowie. Mianowicie w większym odsetku pozostawiają oni w mieście kwoty niższe niż odwiedzający z miast – zob. ryc. 7. Potwierdza się zatem ostatnia z założonych hipotez badawczych (H1G).



Ryc. 7. Wydatki w Krakowie ludności wiejskiej i miejskiej odwiedzającej miasto w 2017 r.
Źródło: Opracowanie własne.

Wprawdzie oba segmenty rynku najczęściej wydają kwoty 201-500 zł, ale sumy do 200 zł deklaruje aż 60% ludności wiejskiej, podczas gdy wśród mieszkańców miast jest to tylko niecałe 44%. W największym stopniu odwiedzający ze wsi przeważają w przypadku kwot 1-50 zł (ponad 70% więcej) i 0 zł (ponad 64%). Również wydatki 51-100 zł ponosi prawie 40% więcej ludności wiejskiej niż miejskiej, a 101-200 zł – ponad 10%. Mieszkańcy miast dominują natomiast w odniesieniu do wydatków wyższych niż 200 zł, w tym zwłaszcza jeśli chodzi o kwoty 1001-2000 zł (ponad 2,5-krotnie więcej wskazań).

Wnioski

Przemiany zachodzące w ostatnich latach na polskiej wsi pozwalają zakładać, że ludność wiejska będzie coraz mniej różnić się w swych zachowaniach turystycznych od mieszkańców miast. Na chwilę obecną odmienności jednak jeszcze występują. Biorąc pod uwagę, że członkowie społeczności wiejskich najczęściej wyjeżdżają do miast [Korbowski 2006, s. 159], analizy przeprowadzone w oparciu o wyniki badań wśród odwiedzających Kraków, wydają się dostarczać odpowiednich informacji na temat tych różnic, a są to:

- ludność wiejska częściej korzysta z radia oraz wiedzy zdobytej w szkole jako źródeł informacji o miejscu docelowym podróży,
- mieszkańcy wsi podróżują do miast częściej w celach religijnych, rozrywkowych, edukacyjnych, odwiedzin znajomych, na zakupy i tzw. innych,
- członkowie społeczności wiejskich w większym odsetku przygotowują sobie podróż do miast we własnym zakresie, jak też częściej organizuje im ją parafia/kościół, szkoła, biuro podróży i tzw. inna instytucja,
- ludność wiejską cechuje krótki czas wizyty w mieście – 3 godziny do 2 nocy,
- mieszkańcy wsi podróżują do miast głównie samochodem, ale częściej wybierają też tańsze środki lokomocji, jak pociąg, autobus linii regularnej, autokar i bus,
- członkowie społeczności wiejskich w większym odsetku nocują w domach pielgrzyma, schroniskach, domach wycieczkowych, motelach, apartamentach/kwaterach prywatnych i tzw. innych obiektach oraz korzystają z gościnności znajomych i rodziny w mieście,
- mieszkańcy wsi częściej pozostawiają w mieście niskie kwoty – do 200 zł.

Z postawionych siedmiu hipotez badawczych tylko jedna nie została potwierdzona – wbrew przypuszczeniom o mniejszej dostępności biur podróży na terenach wiejskich, odsetek korzystających z ich usług mieszkańców wsi okazał się wyższy niż w przypadku miast. Prawdopodobnie wynika to z faktu lepiej rozbudowanej infrastruktury teleinformatycznej w miastach, niż na wsiach. Dostęp do Internetu daje podstawy nie tylko pozyskiwania informacji, ale dokonywania zakupów. Wydaje się jednak, że taka sytuacja, w miarę upływu czasu, będzie zanikać biorąc pod uwagę szybkie rozprzestrzenianie się Internetu, a z drugiej strony trend obserwowany na rynku turystycznym, że rola biur podróży będzie malała.

Bibliografia

- Aczel A.D. [2006], *Statystyka w zarządzaniu*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- Balińska A. [2014], *Aktywność turystyczna mieszkańców wsi w kontekście przemian społeczno-gospodarczych – rzeczywisty i potencjalny popyt turystyczny mieszkańców wsi*, „Roczniki Naukowe Ekonomii Rolnictwa i Rozwoju Obszarów Wiejskich”, t. 101, z. 2.
- Bański J. [2008], *Współczesny rozwój obszarów wiejskich – wybrane procesy społeczne i ekonomiczne*, „Woda-Środowisko-Obszary Wiejskie”, t.8, z. 1 (22).
- Bański J. [2014], *Perspektywy rozwoju polskiej wsi – wybrane zagadnienia*, „Wieś i Rolnictwo”, nr 4 (165).
- Borkowski K., Grabiński T., Seweryn R., Mazanek L. i Grabińska E. [2018], *Ruch turystyczny w Krakowie w 2017 roku*, Małopolska Organizacja Turystyczna, Kraków.
- Borodako K., Berbeka J. i Rudnicki M. [2015], *Zarządzanie innowacjami w przemyśle spotkań*, Beck, Warszawa.
- Budżety gospodarstw domowych w 2016 roku* [2017], GUS, Warszawa.
- Francuz P. i Mackiewicz R. [2007], *Liczy nie wiedzą, skąd pochodzą. Przewodnik po metodologii i statystyce nie tylko dla psychologów*, Katolicki Uniwersytet Lubelski Jana Pawła II, Lublin.
- Gaworecki W.W. [2008]. *Turystyka sportowa*, [w:] *Turystyka i sport dla wszystkich w promocji zdrowego stylu życia*, red. W.W. Gaworecki i Z. Mroczyński, WSTiH w Gdańsku, Gdańsk 2008.
- Inglot-Brzęk E. [2011], *Brak dostępu do internetu jako wskaźnik wykluczenia społecznego*, „Nierówności społeczne a wzrost gospodarczy”, nr 19.
- Kapusta F. [2011], *Polska wieś – quo vadis?*, „Wieś Jutra. Restrukturyzacja terenów wiejskich”, 11-12.
- Korbowiak K. [2006], *Uczestnictwo Polaków – mieszkańców miast i wsi – w wyjazdach turystycznych – podobieństwa i różnice*, „Roczniki Nauk Rolniczych”, seria G, t. 93, z. 1.
- Law Ch.M. [1993], *Urban tourism: attracting visitors to large cities*, London, Mansell.
- Łopaciński K. [1988], *Poziom aktywności turystycznej studentów* [w:] *Społeczno-pedagogiczne problemy turystyki*, red. J.A. Malinowski, Instytut Turystyki, Warszawa.
- Middleton V.T.C. [1996], *Marketing w turystyce*, Polska Agencja Promocji Turystyki, Warszawa.
- Niemczyk A. [2008], *Changes to consumer behaviour in the environment of the global tourist market* [w:] *Problems marketing management in globalization*, red. J. Dado i J. Petrovicova, Faculty of Economics Matej Bel University, Banská Bystrica.
- Niemczyk A. [2010], *Turystyka miejska w Polsce w warunkach globalizacji rynku turystycznego*, [w:] *Konkurencyjność miast i regionów na globalnym rynku turystycznym*, red. J. Sala, PWE, Warszawa.
- Niemczyk A. [2012], *Zróżnicowanie zachowań konsumentów na rynku turystyki kulturowej*, Zeszyty Naukowe, Seria specjalna: Monografie nr 214, Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie, Kraków.
- Niemczyk A. [2015], *Turystyka zakupowa – istota i uwarunkowania jej rozwoju*, „Handel Wewnętrzny”, nr 3(356).
- Nowakowska A. [2006], *Turystyka a proces globalizacji* [w:] *Turystyka w ujęciu podmiotowym i przestrzennym. Człowiek-Przestrzeń-Przedsiębiorstwo*, red. G. Gołembski, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Poznaniu, Poznań.

- Pawlicz A. [2008], *Promocja produktu turystycznego. Turystyka miejska*, Difin, Warszawa.
- Piekut M. [2017], *Spoleczno-demograficzne determinanty wyposażenia gospodarstw domowych w dobra trwałe na wsi*, „Zagadnienia Ekonomiki Rolnej”, 4(353).
- Przeclawski K. [2004], *Człowiek a turystyka. Zarys socjologii turystyki*, ALBIS, Kraków.
- Richards G. [2001]. *The Development of Cultural Tourism in Europe*, [w:] *Cultural Attraction and European Tourism*, red. G. Richards, CABI, Cambridge.
- Skwara A. [2007], *Tendencje zmian na obszarach wiejskich w Polsce*, „Oeconomia” 6 (4).
- Wilkońska A. [2009], *Galerie handlowe jako produkt turystyczny (na przykładzie Krakowa i Łodzi)*, „Handel Wewnętrzny”, nr specjalny: *Turystyka szansą wypoczynku i rozwoju regionów*, listopad 2009.
- Włodarczyk B. [1999], *Przemiany form aktywności turystycznej. Przykład krawędzi Wyżyny Łódzkiej*, Łódzkie Towarzystwo Naukowe, Łódź.
- Współczesne formy turystyki kulturowej* [2009], red. K. Buczkowska i A.M. von Rohrscheidt, Wydawnictwo Akademii Wychowania Fizycznego w Poznaniu, Poznań.
- Zdebski J. i Winiarski R. [1990], *Psychologia turystyki w Polsce. Stan obecny i perspektywy rozwoju*, „Folia Turistica”, nr 1.
- Zeliaś A., Pawełek B. i Wanat S. [2002], *Metody statystyczne. Zadania i sprawdziany*, PWE, Warszawa.