

UNIwersytet Marii Curie-Skłodowskiej w Lublinie
Wydział Nauk o Ziemi i Gospodarki Przestrzennej
Zakład Geografii Regionalnej i Turyzmu

Grzegorz Iwanicki

**Potencjał turystyczny polskich miast w aspekcie *city break*
– na przykładzie zagranicznej turystyki clubbingowej**

Autoreferat pracy doktorskiej

Promotor

dr hab. Anna Dłużewska, prof. UMCS

Recenzenci:

prof. dr hab. Mirosława Czerny
(Uniwersytet Warszawski)

prof. dr hab. Tadeusz Palmowski
(Uniwersytet Gdański)

Lublin 2016

WPROWADZENIE

Turystyka *city break*, tj. krótkotrwałe, najczęściej weekendowe podróże, z wykorzystaniem gęstej sieci połączeń lotniczych, jest istotną formą turystyki miejskiej w Europie. Po akcesji do Unii Europejskiej krajów z Europy Środkowej i Wschodniej, liczne miasta z tej części kontynentu objęte zostały ekspansją przewoźników budżetowych, co spowodowało istotny wzrost ich popularności wśród turystów z pozostałych części Europy. Dotyczy to między innymi Budapesztu, Krakowa, Pragi, Rygi i innych miast dawnego tzw. bloku wschodniego (Hughes, Allen 2009; Smith, Puczko 2010; Thurnell-Read 2012).

Motywy podejmowania podróży w ramach *city break* są rozmaite – od „klasycznego” zwiedzania głównych atrakcji turystycznych - po wyjazdy w celu odwiedzania pubów, dyskotek i nocnych klubów. Drugi z wymienionych motywów, dotyczy głównie uczestniczenia w „nocnym życiu” danego miasta i włączany jest do gałęzi turystyki zwanej w anglojęzycznej literaturze *party tourism* (Bell 2008). W jej skład, oprócz m.in. turystyki wieczorów kawalerskich, sexturystyki i alkoturystyki, wchodzi podróże, których głównym motywem jest clubbing, tj. odwiedzanie co najmniej kilku klubów nocnych i dyskotek w ciągu jednego wieczora, w celu uczestniczenia w imprezach tanecznych.

Turystyka clubbingowa rozwinęła się na przełomie lat 80 i 90 ubiegłego wieku w ośrodkach czasowych zlokalizowanych nad Morzem Śródziemnym, jednak jej forma *city break* jest nowszym zjawiskiem, związanym z rozwojem tanich linii lotniczych (Malbon 1997; Goulding, Shankar 2011). W obu formach podróży clubbingowych uczestniczą miliony turystów rocznie, zazwyczaj w wieku 18-26 lat, wśród których dominują mieszkańcy Wielkiej Brytanii (Sonmez i in. 2013). Wszystkie polskie porty lotnicze, z powodu emigracji zarobkowej Polaków, posiadają regularne połączenia z brytyjskimi miastami, przez co tamtejsi turyści clubbingowi mogą korzystać z wyjazdów do Polski w ramach *city break*.

Mimo dużej popularności turystyki clubbingowej w Europie, nie została ona dotychczas dostatecznie zbadana pod kątem geografii turystyki, zarówno w polskiej jak i obcojęzycznej literaturze przedmiotu. Autorzy zajmujący się problematyką clubbingu skupiają się głównie na negatywnych aspektach tego zjawiska jakimi są: nadużywanie alkoholu i narkotyków oraz inne niepożądane zachowania wśród części turystów clubbingowych.

Brak opracowań pod kątem potencjału turystycznego ośrodków clubbingowych oraz niemal całkowity brak analiz z zakresu geografii turystyki były inspiracją dla autora do podjęcia tematyki badawczej poruszanej w niniejszej pracy.

CEL PRACY

Głównym celem pracy jest określenie potencjału turystycznego wybranych polskich miast w aspekcie zagranicznej clubbingowej turystyki *city break*, a także próba opracowania metody wymiennego rangowania potencjału turystycznego miast w odniesieniu do tego typu turystyki.

Praca posiada charakter zarówno metodyczny jak i poznawczy. Celem szczegółowym w ujęciu metodycznym, jest próba adaptacji i modyfikacji metod analizy porównawczej potencjału turystycznego, stosowanych w dotychczasowej literaturze przedmiotu, przy jednoczesnym uwzględnieniu:

- specyfiki turystyki clubbingowej
- charakterystyki podróży z zakresu *city break*

Szczegółowymi celami poznawczymi pracy są:

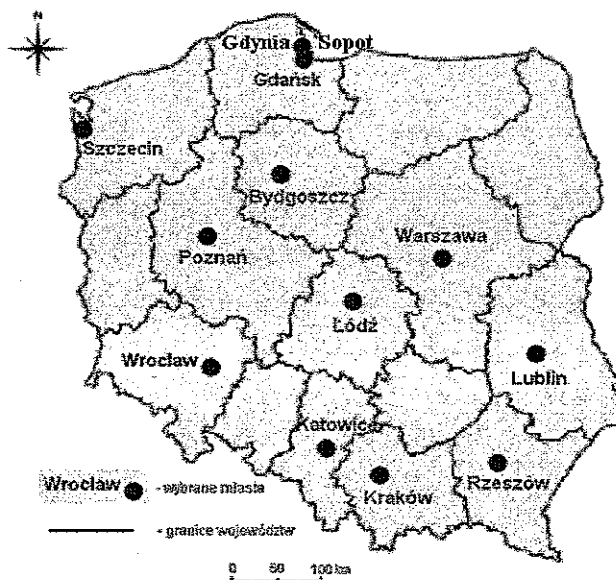
- określenie rangi potencjału turystycznego badanych miast
- identyfikacja struktury potencjału turystycznego w wybranych miastach
- rozpoznanie silnych i słabych stron analizowanych elementów potencjału
- szczegółowa analiza infrastruktury clubbingowej w badanych miastach
- delimitacja stref clubbingu w badanych miastach
- zidentyfikowanie stopnia atrakcyjności turystycznej badanych miast na podstawie opinii respondentów
- sporządzenie profilu turystów clubbingowych odwiedzających polskie miasta
- rozpoznanie aktualnych trendów w europejskiej turystyce clubbingowej

Praca posiada również charakter aplikacyjny. Rozpoznanie szczegółowych preferencji europejskich turystów clubbingowych oraz określenie struktury potencjału turystycznego w każdym z analizowanych ośrodków (w tym słabych i silnych stron elementów składowych potencjału), może być przydatne w celu opracowania strategii rozwoju turystyki clubbingowej przez samorządy zainteresowane promocją tego typu turystyki przyjazdowej. Wyniki zaprezentowane w pracy mogą również stać się podstawą do promocji cech bezkonkurencyjnych występujących w badanych miastach oraz tworzenia wizerunku (*image'u*) tych ośrodków.

OBSZAR BADAWCZY

Zakres przestrzenny pracy obejmuje 13 następujących miast: Bydgoszcz, Gdańsk, Gdynię, Katowice, Kraków, Lublin, Łódź, Poznań, Rzeszów, Sopot, Szczecin, Warszawę oraz Wrocław (ryc. 1). Kryteria wyboru wymienionych ośrodków związane były ze specyfiką turystyki clubbingowej turystyki.

Pierwszym kryterium, związanym z charakterystyką podróży z zakresu *city break*, było sąsiedztwo portu lotniczego obsługującego regularne, międzynarodowe połączenia. Pod uwagę wzięto jedynie ośrodki położone w odległości mniejszej niż 50 km od lotniska. Wymóg występowania połączeń lotniczych powstał w oparciu o dotychczasową literaturę przedmiotu (Huges, Allen 2006; Stock 2006). Drugim warunkiem było posiadanie przez dane miasto rozwiniętej infrastruktury clubbingowej, a więc odpowiedniej liczby klubów nocnych i dyskotek (co najmniej 10 zgodnie z danymi z ftb.pl, klubowa.pl, clubbing.pl). Ostatnim warunkiem, było funkcjonowanie stałego, bezpośredniego połączenia obsługiwane przez komunikację publiczną, między miastem a lotniskiem. Jak wiadomo z dotychczasowych badań (Stock 2006; Dunne i in. 2010) – turyści podróżujący w ramach *city break* chcą szybko, sprawnie i stosunkowo tanio dostać się do docelowego ośrodka.



Ryc. 1. Wybrane ośrodki

Źródło: opracowanie własne

Zakres czasowy pracy objął dane pochodzące z lat 2012-2014. W analizach mających na celu przedstawienie długotrwałych procesów wykorzystano dane z lat wcześniejszych

METODY BADAŃ

Autor wykorzystał szereg metod stosowanych w badaniach geograficznych. Kluczową z nich była metoda analizy porównawczej potencjału turystycznego miast, skonstruowana poprzez zmodyfikowanie wybranych, istniejących już metod, przy jednoczesnym uwzględnieniu specyfiki turystyki clubbingowej, charakterystyki podróży z zakresu *city break* oraz specyfiki polskich miast.

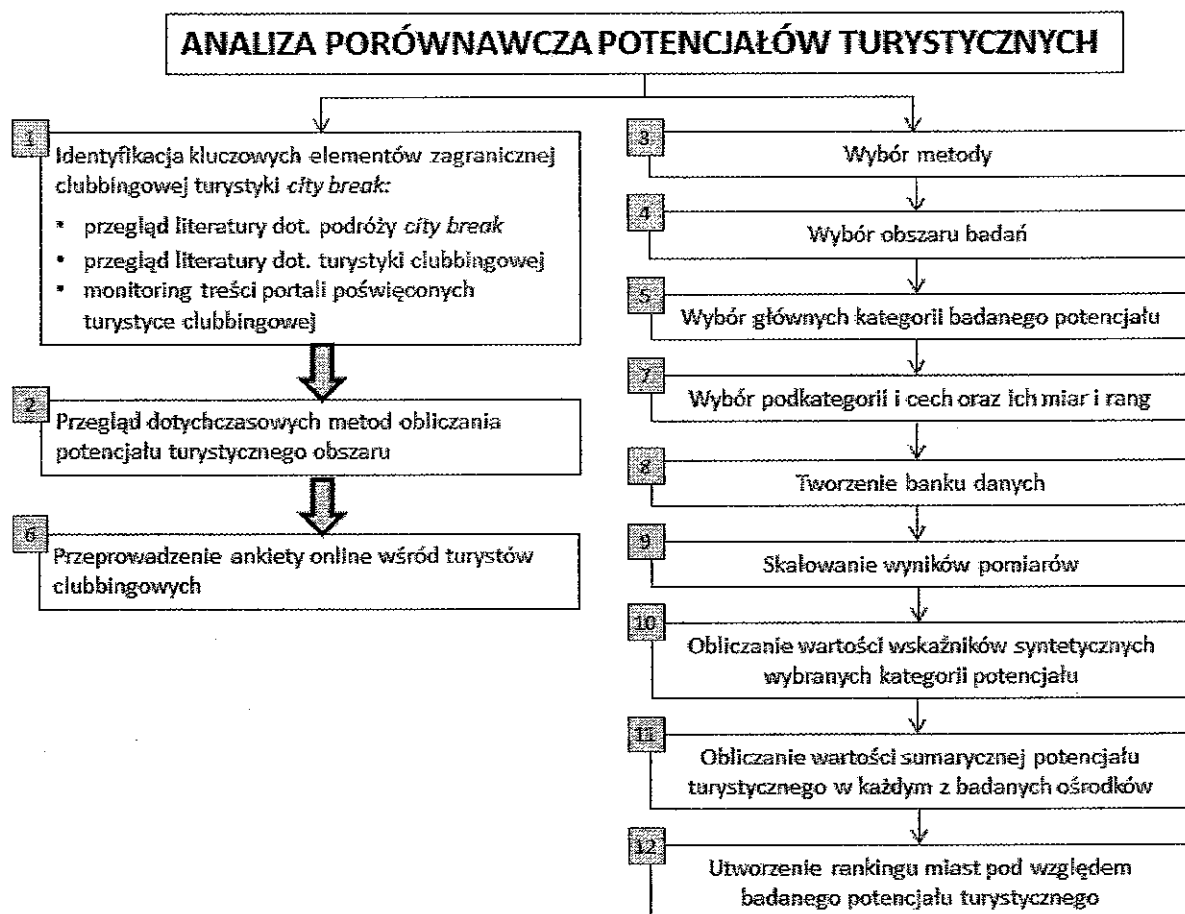
Przed przystąpieniem do badań właściwych, w celu ustalenia składowych potencjału turystycznego, nadania wag poszczególnym podkategoriom, a także ukazania aktualnych trendów w turystyce clubbingowej, autor przeprowadził pilotażowe badania ankietowe wśród użytkowników portalu społecznościowego Facebook. Wybór tego źródła podyktowany był jego popularnością – w październiku 2012 r. liczba użytkowników Facebooka na całym świecie przekroczyła miliard (www.forbes.com). Respondenci wybierani byli losowo spośród osób powiązanych z kontami o tematyce związanej z zagraniczną turystyką clubbingową. Łącznie ankietę skierowano do ponad 5 tysięcy osób z europejskich krajów. Badania ankietowe przeprowadzono między grudniem 2012 a lutym 2013 roku.

Kwestionariusz składał się z dziewięciu pytań – w tym z pięciu otwartych – dotyczących preferencji transportowych, noclegowych i wypoczynkowych oraz z krótkiej metryczki. Liczba pytań została zmniejszona do minimum ze względu na charakter badania, ponieważ internetowi respondenci często rezygnują z wypełniania obszernych ankiet. Dodatkowo, w celu ułatwienia wypełniania kwestionariusza, pytania postawione zostały w języku angielskim oraz wybranym języku narodowym danego respondenta (8 języków).

Do dalszej analizy zakwalifikowanych zostało 728 prawidłowo wypełnionych ankiet od respondentów z 36 europejskich krajów.

Dane gromadzone w celu określenia potencjału turystycznego badanych miast poddane zostały obróbce za pomocą metod statystycznych oraz metod kartograficznych.

W trzech wybranych polskich miastach o największym potencjale turystyki clubbingowej: Krakowie, Warszawie i Wrocławiu, przeprowadzono wywiady kwestionariuszowe wśród zagranicznych turystów clubbingowych. Właściwe badanie poprzedzone zostało pytaniem filtrującym, eliminującym turystów niezwiązanych z clubbingiem. Badanie przeprowadzone w sezonie letnim 2014 r. (czerwiec-wrzesień) objęło łącznie 814 respondentów, przy czym 381 w Krakowie, 267 w Warszawie oraz 166 we Wrocławiu.



Ryc. 2. Schemat przeprowadzonego procesu badawczego

Źródło: opracowanie własne wzorowane na schemacie A. Zajądacz (2004, s.12)

METODA ANALIZY PORÓWNAWCZEJ POTENCJAŁU TURYSTYCZNEGO

Wybór głównych kategorii badanego potencjału turystycznego nastąpił po zapoznaniu się z literaturą z zakresu podróży *city break*, turystyki clubbingowej, z dotychczasowymi publikacjami dotyczącymi określania potencjału turystycznego oraz z informacjami zawartymi na stronach portali internetowych o tematyce podróży clubbingowych. Ostatecznie autor zdecydował się wybrać główne kategorie opierając się na podziale L. Butowskiego (1996). Podział ten zastosowany został w pracy *Funkcja turystyczna dużych miast europejskich. Studium poznawcze Berlina, Budapesztu, Paryża, Pragi, Wiednia i Warszawy* i uwzględnia trzy główne kategorie potencjału turystycznego: walory turystyczne, zagospodarowanie turystyczne oraz ruch turystyczny. Tak wydzielone główne kategorie w największym stopniu odpowiadają charakterystyce clubbingowej turystyki *city break*.

Warto podkreślić, że poszczególne elementy wchodzące w skład tego podziału pokrywają się w większości z elementami wymienianymi przez innych autorów zajmujących się problematyką potencjału turystycznego.

Podkategorie analizowanego potencjału turystycznego autor opracował we własnym zakresie, ze względu na badany rodzaj turystyki i brak dotychczasowych prób określenia potencjału turystyki clubbingowej. W skład kategorii „walory turystyczne” weszły elementy przestrzeni miejskiej atrakcyjne dla turystów clubbingowych, a więc obiekty infrastruktury clubbingowej oraz pozostałe elementy wskazane przez respondentów ankiety online. Z kolei w kategorii zagospodarowanie turystyczne, do której L. Butowski zaliczył infrastrukturę transportową (dostępność komunikacyjną) oraz bazę noclegową, najistotniejszą zmianą wprowadzoną przez autora było uwzględnienie w infrastrukturze transportowej tylko i wyłącznie danych dotyczących dostępności lotniczej i dostępności lotniska względem badanego ośrodka. W zagranicznej turystyce *city break* ta forma podróży jest kluczowa, więc inne rodzaje transportu zostały pominięte. Również baza noclegowa była badana głównie pod kątem turystów clubbingowych, ponieważ autor (zgodnie z odpowiedziami respondentów ankiety online) skupił się głównie na obiektach zlokalizowanych w sąsiedztwie strefy clubbingowej.

Ruch turystyczny, jako główna kategoria, został wydzielony ponieważ turyści clubbingowi są jednym z niewielu przykładów podróżnych, dla których obecność innych turystów, zwłaszcza z wielu różnych krajów ma istotne znaczenie. Przyjeżdżają oni do klubów i dyskotek nie w celu podziwiania ich architektury czy wystroju, tylko głównie po to żeby wziąć udział w imprezach muzyki elektronicznej wspólnie z innymi uczestnikami, przy okazji nawiązując relacje towarzyskie z nowopoznanymi osobami (ryc. 3).



Ryc. 3. Główne kategorie i podkategorie badanego potencjału turystycznego

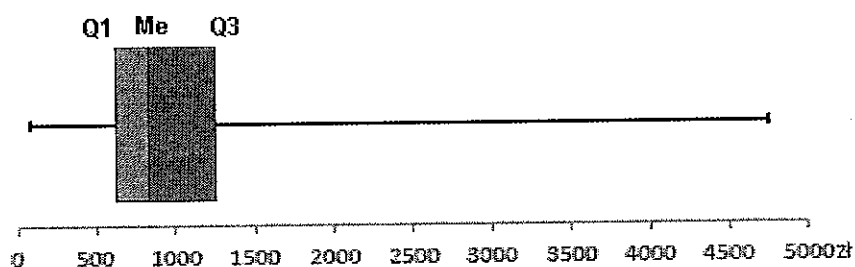
Źródło: opracowanie własne

W dużej części publikacji dotyczących określania ogólnego potencjału turystycznego wszystkie kategorie badanego potencjału traktowane są jednakowo. Takie podejście jest często uzasadnione, ponieważ kompleksowość prowadzonych badań wyklucza dominację poszczególnych elementów (pod uwagę brani są turyści zainteresowani każdą formą turystyki) przy jednoczesnym uniknięciu subiektywności w ocenie wag.

Przy obliczeniach dotyczących potencjału danego rodzaju turystyki nie można jednak pominąć uwzględniania wag wybranych kategorii badawczych. W turystyce clubbingowej – tak jak w innych typach turystyki – muszą zaistnieć pewne czynniki konieczne do inicjacji ruchu turystycznego. Najważniejszymi z tych czynników jest jakość walorów turystycznych (w tym przypadku infrastruktury clubbingowej oraz odpowiednio atrakcyjnych elementów przestrzeni miejskiej). Autor ocenił wagę tej kategorii na 0,6. Dwie pozostałe kategorie główne, tj. zagospodarowanie turystyczne oraz ruch turystyczny otrzymały następujące wskaźniki wagowe: 0,3 oraz 0,1.

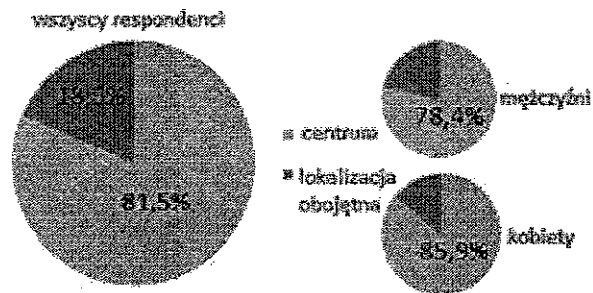
Przy wyborze szczegółowych składników wybranych podkategorii oraz ich wag duży wpływ miała przeprowadzona ankieta online. Spośród jej 728 respondentów, zdecydowaną większość stanowili mieszkańcy Wielkiej Brytanii (59,7%). Wynik ten potwierdza opinie autorów wspomnianych wcześniej publikacji z zakresu clubbingu o liczebnej dominacji Brytyjczyków wśród ogółu turystów odwiedzających ośrodki clubbingowe. Na drugim miejscu znaleźli się mieszkańcy Włoch (5,5%). Na dalszych pozycjach figurują Hiszpanie (4,7%), Irlandczycy (4,4%) i Niemcy (3,9%). Mieszkańcy pozostałych 31 krajów stanowili łącznie 21,8% ogółu respondentów. Ankietowani pochodzili z 282 miejscowości, będącymi w 92,2% ośrodkami mającymi powyżej 5 tys. mieszkańców. Średnia wieku respondentów wyniosła 25,6 lat, przy czym nieznaczną większość (59,3 %) stanowili mężczyźni.

Odpowiedzi udzielone przez respondentów ukazały m.in. preferencje pobytowe, transportowe i noclegowe turystów clubbingowych (ryc. 4, ryc. 5, ryc. 6).



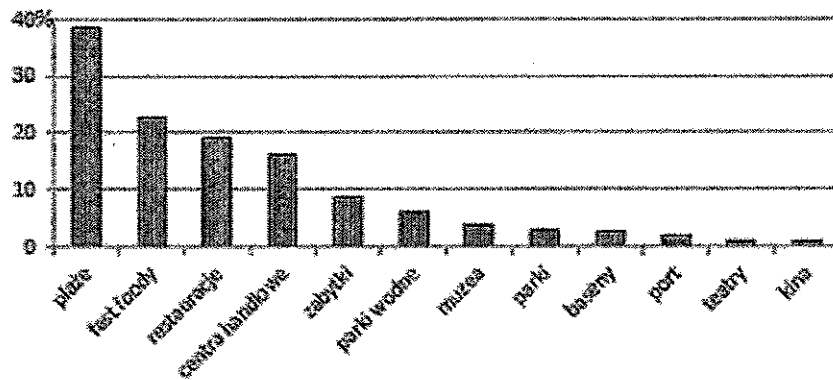
Ryc. 4. Maksymalna cena lotniczego biletu powrotnego wg respondentów

Źródło: ankieta online (n=728)



Ryc. 5. Preferencje respondentów dotyczące lokalizacji bazy noclegowej

Źródło: ankieta online



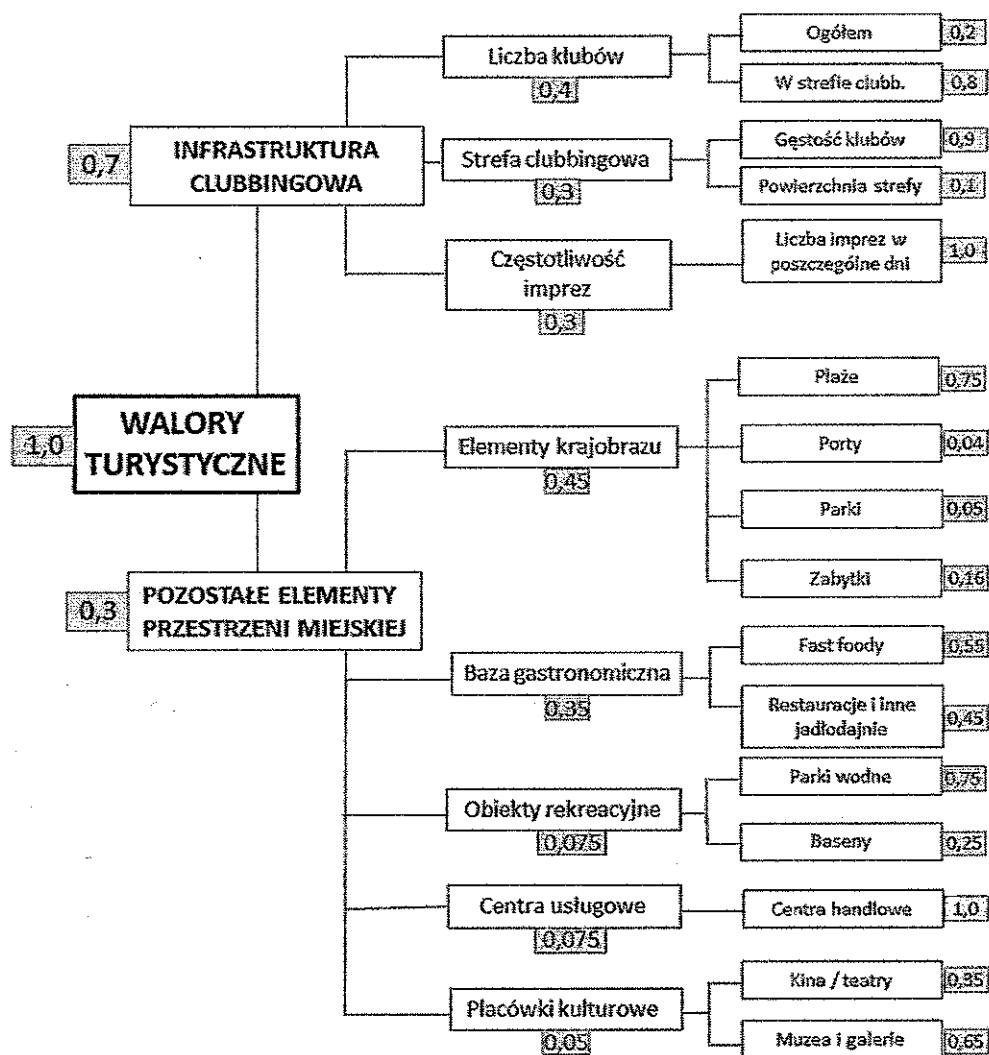
Ryc. 6. Najatrakcyjniejsze miejsca (oprócz klubów i pubów) w przestrzeni miejskiej wg respondentów

Źródło: ankieta online (n=728)

Kluczowym czynnikiem przy analizie walorów turystycznych oraz bazy noclegowej było określenie tzw. strefy clubbingowej. Strefę tą można zdefiniować jako obszar największej koncentracji klubów i dyskotek. Jego delimitacja dokonana została w programie QGIS 1.8, w oparciu o deklarowaną przez respondentów ankiety online średnią odległość pomiędzy dwoma klubami, którą są skłonni przebyć pieszo w trakcie wieczoru clubbingowego. W skład strefy clubbingu weszły kluby, które sąsiadowały z innymi klubami, przy czym odległość między nimi musiała być mniejsza niż ok. 600 metrów. Obszar strefy obliczony został jako pole zawarte pomiędzy „granicznymi” klubami, poszerzone o pas szerokości 100 m. Pod uwagę wzięta została również gęstość rozmieszczenia zlokalizowanych w strefie klubów i dyskotek.

Zrezygnowano z dzielenia obiektów clubbingowych na grupy pod względem wielkości klubów, wystroju czy typu muzyki ponieważ wymienione cechy w clubbingowej turystyce *city break* nie są tak istotne jak np. podczas cyklicznych imprez muzyki elektronicznej, których uczestnicy zaliczają się do turystów festiwalowych.

Na podstawie odpowiedzi respondentów ankiety online, oraz przy uwzględnieniu podziału przestrzeni miejskiej na strefy clubbingowe i pozostałe obszary w granicach administracyjnych badanych miast, wybrano następujące elementy wchodzące w skład walorów turystycznych (ryc. 7).



Ryc. 7. Elementy kategorii „walory turystyczne” wraz z przydzielonymi wagami

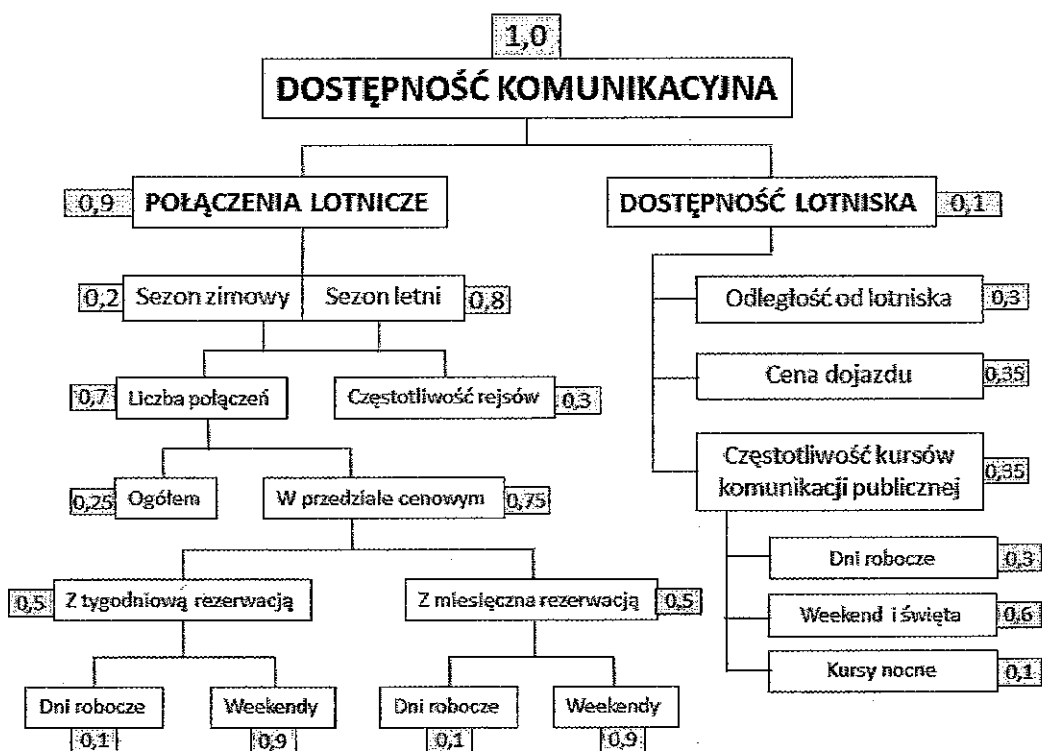
Źródło: opracowanie własne

Kategoria zagospodarowanie turystyczne podzielona została na dwie główne podkategorie: dostępność komunikacyjną oraz bazę noclegową, przy czym pierwszej z nich przydzielona została waga 0,6, a drugiej 0,4. Różnica w wagach obu podkategorii wynika z

charakterystyki podróży *city break*, w których dostępność lotnicza jest kluczowym warunkiem decydującym o podjęciu decyzji dotyczącej podróży w dane miejsce.

W skład dostępności komunikacyjnej do niniejszej analizy włączone zostały elementy charakterystyczne dla zagranicznych podróży z zakresu *city break*, tj. dostępność komunikacyjna drogą lotniczą oraz dostępność lotniska względem badanego ośrodka.

Połączenia lotnicze badane były pod względem ich ogólnej liczby, cen biletów oraz częstotliwości rejsów, przy czym dane te podzielone zostały na dwa sezony: jesienno-zimowy oraz wiosenno-letni. Dodatkowo uwzględniono zróżnicowanie cenowe biletów wynikające z terminu rezerwacji (bilety rezerwowane z tygodniowym i miesięcznym wyprzedzeniem) (ryc. 8).



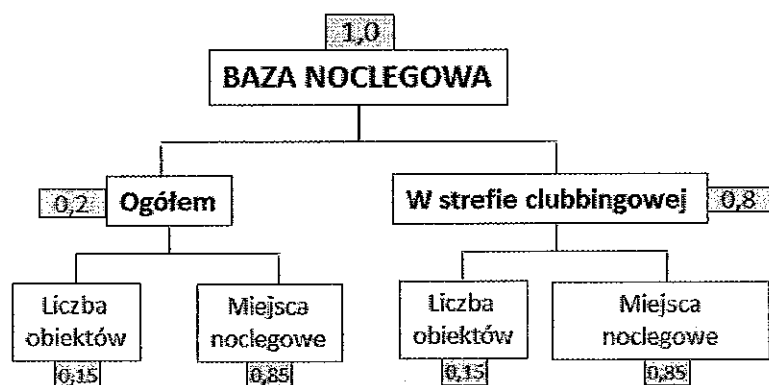
Ryc. 8. Elementy podkategorii „dostępność komunikacyjna” wraz z przydzielonymi wagami

Źródło: opracowanie własne

Dane dotyczące połączenia lotniska z ośrodkiem analizowane były pod kątem odległości portu lotniczego od centrum strefy clubbingu, ceny przejazdu taxi na tym odcinku oraz połączeń obsługiwanych przez komunikację publiczną (częstotliwość kursów). Drugim głównym elementem zagospodarowania turystycznego jest baza noclegowa, która badana była pod kątem ilości obiektów noclegowych oraz całkowitej ilości miejsc noclegowych w

tych obiektach. Podobnie jak w przypadku infrastruktury clubbingowej, baza noclegowa podzielona została na obiekty zlokalizowane w strefie clubbingu oraz na obiekty położone w obrębie granic administracyjnych miasta (ryc. 9).

Ceny noclegów nie były brane pod uwagę ponieważ z odpowiedzi respondentów ankiety online wynikało, że nie przykładają oni zbyt wielkiej wagi do opłaty za nocleg. Deklarowana cena (średnia arytmetyczna) za noc wyniosła prawie 300 zł, przy czym 1/5 ankietowanych deklaruje możliwość wydania kwoty powyżej 400 zł. Ceny noclegów w hotelach w miastach wybranych do badań mieszczą się zazwyczaj w tych granicach.



Ryc. 9. Elementy podkategorii „baza noclegowa” wraz z przydzielonymi wagami

Źródło: opracowanie własne

Turyści clubbingowi odróżniają się od większości turystów pod względem stosunku do obecności innych uczestników ruchu turystycznego. W podróżach, których głównym motywem jest wypoczynek na łonie natury, zwiedzanie, edukacja czy rekreacja, duża liczba turystów przebywających w tym samym miejscu traktowana jest w kategoriach dyskomfortu. Z kolei wśród turystów clubbingowych wysoka frekwencja na imprezach jest pożądaną atrakcją. Dodatkowo, im bardziej międzynarodowe towarzystwo odwiedza dany ośrodek, tym bardziej jest on atrakcyjny dla tego typu turystów.

W związku z powyższym, w skład analizowanego potencjału turystycznego włączony został „ruch turystyczny”. W badaniach uwzględniono dane dotyczące noclegów udzielonych turystom zagranicznym w badanych ośrodkach. Pod uwagę wzięto ogólną liczbę turystów, a także wskaźnik Schneidera, odnoszący się do liczby turystów podzielonej przez liczbę mieszkańców danego miasta, przy czym obu stymulantom wyznaczono wagę 0,5.

Gromadzenie danych niezbędnych do określenia potencjału turystycznego w badanych miastach było zajęciem czasochłonnym i wymagającym doboru odpowiednich źródeł

informacji. Wykorzystane źródła danych różniły się znacząco, w zależności od tego, których głównych elementów potencjału dotyczyły. Autor korzystał zarówno z powszechnie znanych baz danych (np. Bank Danych Lokalnych, w skrócie BDL) jak i z zawartości innych stron internetowych i katalogów.

Informacje z zakresu infrastruktury clubbingowej zaczerpnięte zostały na podstawie monitoringu ponad dziesięciu tysięcy stron internetowych i dotyczyły stanu na 2013 r. Mimo, że w Internecie istnieją katalogi polskich obiektów clubbingowych (m.in. na stronach ftb.pl, clubowa.pl, clubbing.pl, muno.pl), informacje w nich zawarte były w dużej mierze niekompletne i często nieaktualne. W związku z tym, w celu zebrania odpowiednich danych autor przeanalizował, oprócz wymienionych wyżej katalogów, również inne strony poświęcone clubbingowi w Polsce, w szczególności konta portalu społecznościowego Facebook oraz lokalne strony poświęcone imprezom tanecznym w badanych ośrodkach.

Pozostałe elementy należące do walorów turystycznych analizowane były na podstawie danych ze wspomnianego już BDL (skwery i parki miejskie, placówki kulturalne, centra handlowe) oficjalnych rejestrów (zabytki), bądź z komercyjnych katalogów internetowych (m.in. katalog Panoramy Firm) i innych internetowych baz danych (baza gastronomiczna, obiekty rekreacyjne). Dane z BDL posłużyły również do analizy ruchu turystycznego.

Informacje z zakresu infrastruktury transportowej zbierane były w oparciu o kilka głównych źródeł danych. Liczbę połączeń lotniczych oraz częstotliwość rejsów autor opracował na podstawie oficjalnych stron internetowych badanych portów lotniczych.

W przypadku ceny biletów wykorzystane zostały dane z systemów rezerwacyjnych poszczególnych przewoźników (w tym celu zebrano ceny ponad kilkunastu tysięcy rejsów). Podobnie postąpiono z danymi dotyczącymi komunikacji publicznej między lotniskiem a danym miastem. Informacje te uzyskano z oficjalnych stron internetowych poszczególnych spółek przewozowych. Pozostałe dane dotyczące dostępności komunikacyjnej tj. odległość lotniska od strefy clubbingu i średnie ceny taxi pobrano odpowiednio z aplikacji Google Maps, oraz od personelu wybranych korporacji taksówkarskich (kontakt telefoniczny).

Dane dotyczące bazy noclegowej uzyskane zostały z portalu rezerwacyjnego booking.com, ponieważ oferta dostępna w tym portalu jest w większości przypadków bardziej kompletna niż dane zawarte w BDL i w większym stopniu odzwierciedla podaż rynku.

W celu zapewnienia porównywalności badanych cech wykorzystano metodę skalowania danych rzeczywistych na wartości punktowe w skali interwałowej. Wartości te otrzymano stosując dwa wzory matematyczne (Zajadacz 2004, s. 17):

dla stymulanty:
$$Y = 100 - \left[\frac{X_{\max} - X_t}{\left(\frac{X_{\max} - X_{\min}}{100} \right)} \right]$$

dla destymulanty:
$$Y = \left[\frac{X_{\max} - X_t}{\left(\frac{X_{\max} - X_{\min}}{100} \right)} \right]$$

gdzie:

- Y - wartość punktów dla x_t
- $x_{\max}$ - maksymalny wynik pomiaru
- $x_{\min}$ - minimalny wynik pomiaru
- x_t - poszczególny wynik pomiaru

Podział na stymulanty i destymulanty dokonany został arbitralnie, przy czym w skład tych drugich weszły tylko dane dotyczące cen przejazdu między lotniskiem a centrum miasta. Rozpiętość skali wyniosła od 0 (minimalny wynik oznaczający najmniejszą atrakcyjność cechy w danym zbiorze) do 100 pkt (maksymalny wynik oznaczający największą atrakcyjność cechy).

W przypadku analizy plaż miejskich zrobiony został wyjątek i zastosowano sugestywny przydział punktów. Postąpiono tak ze względu na istotne znaczenie plaż w walorach turystycznych oraz problem z wyborem odpowiedniej cechy pomiarowej kąpielisk w badanych miastach. Autor postanowił podzielić istniejące plaże pod względem odległości od strefy clubbingowej oraz rodzaju kąpieliska. Ośrodki z plażą morską położoną w bliskim sąsiedztwie strefy clubbingowej (ok. 600 metrów) otrzymały 100 pkt. Jednostkom z plażą morską znacznie oddaloną od strefy clubbingowej (co najmniej kilka kilometrów) przydzielonych zostało 50 pkt, a jednostkom, w których zlokalizowane są plaże miejskie nad akwenami słodkowodnymi przydzielono 25 pkt. Brak jakiegokolwiek miejskiej plaży skutkowało przyznaniem 0 pkt.

Po standaryzacji wszystkich uzyskanych pomiarów za pomocą wspomnianych wzorów na stymulantę i destymulantę wyznaczono mierniki syntetyczne dla każdej podkategorii najniższego rzędu, które stanowiły średnią ważoną znormalizowanych cech wchodzących w skład tych podkategorii.

WYNIKI ANALIZY POTENCJAŁU TURYSTYCZNEGO MIAST

Z łącznej liczby 438 obiektów clubbingowych znajdujących się w badanych miastach najczęściej zlokalizowanych było w Krakowie (67 klubów) oraz w Warszawie (61) i Poznaniu (59). Najmniej klubów było w Gdyni (8) oraz w Rzeszowie (11). Jeśli chodzi o liczbę klubów w strefach clubbingowych, najczęściej było ich w Krakowie (41), Poznaniu (36), Warszawie (31) oraz Wrocławiu (28). Najmniej ponownie w Gdyni (7) oraz w Rzeszowie i Katowicach (po 9).

Strefy clubbingowe w poszczególnych miastach charakteryzowały się różną wielkością i cechami. W uogólnieniu można je podzielić na rozległe, słabo wykształcone, rozrzucone na powierzchni powyżej 100 ha (centra Warszawy i Szczecina), oraz na strefy o powierzchni 10-45 ha, posiadające wyraźną strukturę. Wśród nich można wyodrębnić skoncentrowane strefy clubbingowe zlokalizowane na starówkach, głównie wokół głównego rynku i okolicznych uliczek (Kraków, Poznań, Wrocław), strefy zlokalizowane w reprezentacyjnych częściach miast, częściowo na starówkach, częściowo w centrum (Bydgoszcz, Gdańsk, Gdynia, Katowice, Lublin, Rzeszów) oraz strefy, które wykształciły się głównie wzdłuż najpopularniejszych ulic handlowych, tzw. deptaków (Łódź, Sopot).

Biorąc pod uwagę liczbę imprez w ciągu tygodnia, zdecydowanie przoduje Kraków, który oferuje najbogatszą ofertę clubbingu dotyczącą każdego dnia. W poniedziałki można się tam bawić w 27 klubach. Kolejnym miastem pod tym względem jest Poznań gdzie otwartych jest w tym dniu 10 klubów. W pozostałych miastach w poniedziałki funkcjonuje kilka klubów lub tylko jeden (Lublin, Łódź, Gdynia, Rzeszów). Podobna sytuacja dotyczy liczby imprez w niedzielę. W Krakowie jest w ten dzień 26 otwartych lokali tanecznych. W drugim pod tym względem Poznaniu funkcjonuje 8 klubów. Najmniej, bo tylko jedna niedzielna impreza odbywa się w Gdyni i Katowicach. W pozostałych dniach liczba imprez w badanych klubach zwiększa się stopniowo w miarę zbliżania się weekendu. Łącznie, analizie poddanych zostało blisko 1500 imprez odbywających się w wybranych miastach.

W drugiej podkategorii walorów turystycznych, jaką są „pozostałe elementy przestrzeni miejskiej”, najbardziej atrakcyjnym miastem pod względem zawartych w niej cech okazała się Warszawa. Ośrodek ten zdecydowanie górował w czterech z pięciu badanych grup cech (obiekty gastronomiczne, obiekty rekreacyjne, centra handlowe, placówki kulturowe). Kolejne dwa miejsca zajęły miasta, które posiadają bezpośredni dostęp do morza oraz plaże położone w sąsiedztwie stref clubbingu: Sopot oraz Gdynia. Na czwartym miejscu uplasował się Kraków, a pozostałe miasta odznaczyły się wskaźnikiem syntetycznym niższym

niż 1/3 ogólnej możliwej liczby punktów, przy czym najniższą atrakcyjnością badanych elementów charakteryzowała się Bydgoszcz.

Atrakcyjność infrastruktury clubbingowej miała istotny wpływ na ostateczny ranking miast w kategorii walory turystyczne. Świadczy o tym fakt, iż pierwsze osiem miejsc w tej kategorii zajęły miasta, które zajęły również pierwsze osiem miejsc w podkategorii infrastruktura clubbingowa, przy czym kolejność tych miejsc została niemal w całości zachowana. Jedynym wyjątkiem była Warszawa, która dzięki większej atrakcyjności elementów przestrzeni miejskiej zamieniła się miejscami z Wrocławiem, plasując się na trzecim miejscu za Krakowem i Poznaniem. Najmniej atrakcyjne pod względem walorów turystycznych okazały się Katowice (tab. 1).

Tab. 1. Wartość syntetycznego miernika kategorii walory turystyczne

lp.	miasto	Wartość	Lp.	miasto	Wartość
1	Kraków	76,2	8	Szczecin	21,8
2	Poznań	55,5	9	Gdańsk	19,3
3	Warszawa	45,9	10	Rzeszów	17,1
4	Wrocław	45,6	11	Lublin	14,8
5	Sopot	37,4	12	Gdynia	13,2
6	Łódź	26,6	13	Katowice	12,2
7	Bydgoszcz	22,6			

Źródło: opracowanie własne

Dostępność komunikacyjna oraz baza noclegowa złożyły się na kategorię zagospodarowanie turystyczne. Liczba połączeń oraz ceny biletów lotniczych analizowane były w odniesieniu do dwóch sezonów: zimowego i letniego.

W sezonie zimowym 2010/2011, pod względem liczby regularnych, bezpośrednich połączeń z zagranicznymi ośrodkami europejskimi zdecydowanie największą liczbą charakteryzowała się Warszawa. Można było do niej dolecieć z 50 lokalizacji. Na drugim miejscu był Kraków z liczbą 32 bezpośrednich połączeń. Niewiele mniej kierunków obsługiwanych było przez gdańskie lotnisko im. Lecha Wałęsy (27 połączeń), port Katowice-Pyrzyce (22) oraz Wrocław-Strachowice (20). Na kolejnych miejscach uplasował się Poznań (15 kierunków) oraz miasta posiadające niewielką liczbę połączeń z europejskimi ośrodkami: Łódź (7), Rzeszów (6), Bydgoszcz (5), Szczecin (4) oraz Lublin (3).

Biorąc pod uwagę częstotliwość rejsów w ciągu tygodnia, różnice między poszczególnymi lotniskami są dużo większe niż przy ogólnej liczbie połączeń. W obu

warszawskich portach lotniczych lądują 794 samoloty tygodniowo, przy czym liczba ta odnosi się tylko do regularnych i bezpośrednich połączeń z europejskimi miastami. Warszawa zdecydowanie wyprzedza pod tym względem pozostałe badane ośrodki. Na drugim miejscu jest Kraków z 208 rejsami, wyprzedzając Gdańsk do którego przylatuje 175 samolotów tygodniowo. Następnie jest grupa miast zbliżonych do siebie w liczbie rejsów, w której najlepiej skomunikowane są Katowice (116 rejsów) przed Wrocławiem (107) i Poznaniem (88). Podsumowanie zamykają miasta z najslabszą ofertą, od 24 rejsów w Łodzi i Rzeszowie do 9 rejsów w Lublinie i Szczecinie.

Najwięcej połączeń w wybranym przedziale cenowym (poniżej 624 zł za bilet powrotny) funkcjonowało w sezonie zimowym 2012/2013 na warszawskim i gdańskim lotnisku, gdzie w każdym z czterech badanych wariantów podróży było dostępnych co najmniej 20 połączeń. Na kolejnych trzech miejscach uplasowała się grupa miast: Kraków, Katowice, Wrocław charakteryzująca się podobną liczbą połączeń (między 15 a 20). Pozostałe miasta (z wyjątkiem Poznania) posiadały jedynie kilka budżetowych połączeń w rozpatrywanym limicie cenowym (tab. 2).

Tab. 2. Dane dotyczące liczby połączeń lotniczych w wybranym zakresie cenowym

lp.	miasto	miernik syntetyczny	liczba połączeń			
			tygodniowa rezerwacja		miesięczna rezerwacja	
			dni robocze	weekend	dni robocze	weekend
1	Warszawa	100	23	27	24	28
2	Gdańsk, Gdynia, Sopot	83,7	20	23	20	24
5	Kraków	67,0	18	20	13	19
6	Katowice	63,2	16	18	15	19
7	Wrocław	61,9	17	18	16	18
8	Poznań	37,3	11	12	11	12
9	Łódź	12,4	5	6	5	6
10	Bydgoszcz	8,04	3	5	4	5
11	Rzeszów	7,59	3	2	5	5
12	Szczecin	2,27	3	3	3	4
13	Lublin	0,23	2	3	3	3

Źródło: opracowanie własne analizowanych biletów

W porównaniu z sezonem zimowym, w sezonie letnim na wszystkich analizowanych lotniskach liczba regularnych połączeń zwiększyła się od 20% w Bydgoszczy do 133% w Rzeszowie, przy czym w większości przypadków wzrost ten mieścił się w granicach 40-70%. Również częstotliwość rejsów uległa zwiększeniu, jednak wzrost w tym przypadku nie był aż

tak wyraźny i wynosił od 4% w Katowicach do 100% w Bydgoszczy (na większości pozostałych lotnisk wartość ta mieściła się w przedziale 10-50%).

Liczba tanich połączeń z tygodniowym okresem rezerwacji była dwukrotnie lub kilkakrotnie niższa niż z miesięcznym i dotyczy to większości lotnisk (z wyjątkiem katowickiego i po części stołecznego), przy czym liczba połączeń weekendowych jest również wyraźnie niższa niż rejsów w dni robocze.

Różnicę między sezonem zimowym a letnim widać również porównując odsetek tanich połączeń względem ogółu oferowanych połączeń. Średnio jest on dwukrotnie niższy w przypadku rezerwacji z miesięcznym wyprzedzeniem (większość lotnisk w przedziale 30-50%) oraz jeszcze niższy przy rezerwacjach tygodniowych (zazwyczaj między 15-30%).

Dojazd z lotniska do danej destynacji, zwłaszcza dla osób podróżujących tam po raz pierwszy, stanowi istotną kwestię w procesie planowania wycieczki. Z tego względu autor postanowił włączyć do badanego potencjału dane dotyczące połączenia lotnisk z analizowanymi miastami.

Najmniejszy dystans z lotniska do strefy clubbingowej istnieje w Bydgoszczy, gdzie podróżni mają do pokonania tylko 4,3 km. Innymi miastami, w których port lotniczy zlokalizowany jest stosunkowo blisko są: Poznań (6,7 km), Łódź (7,3 km) oraz Warszawa (9,1 km). Reszta analizowanych lotnisk leży w odległości co najmniej kilkunastu kilometrów od ośrodka, przy czym dwoma zdecydowanie najbardziej oddalonymi są Katowice-Pyrzowice (31 km) oraz Szczecin-Goleniów (43,6 km).

Przy każdym lotnisku istniała możliwość wynajęcia taksówki, jednak ceny różniły się znacząco pomiędzy poszczególnymi ośrodkami. Najdroższa była podróż do Szczecina i Katowic (odpowiednio 150 oraz 120 zł). W pozostałych miastach ceny przejazdu taxi między lotniskiem a centrum miasta kształtowały się między 90 za 30 zł. Należy zaznaczyć, że pod uwagę brane były tylko najtańsze korporacje. Niektóre firmy posiadały zróżnicowany cennik, w zależności od wybranej opcji (np. możliwość przejazdu limuzyną).

Większość lotnisk była bardzo dobrze skomunikowana za pośrednictwem transportu publicznego. Wyjątkiem były lotniska obsługujące Katowice, Szczecin, Rzeszów, Gdynię i Lublin, gdzie liczba kursów komunikacji publicznej odpowiadała z grubsza liczbie przylotów w danym dniu. W pozostałych ośrodkach turyści mieli do dyspozycji najczęściej ponad 30 kursów dziennie między lotniskiem a centrum miasta, przy czym w Krakowie i Warszawie oprócz autobusów kursowały również pociągi. Dodatkowo, w Gdańsku, Poznaniu, Wrocławiu, Krakowie i Warszawie do dyspozycji turystów były również autobusy nocne.

Miastem o największej dostępności komunikacyjnej okazała się Warszawa. Wynik ten nie powinien dziwić, ponieważ w większości krajów na świecie stolica jest najważniejszym węzłem komunikacyjnym z racji pełnienia swojej funkcji. Warto wspomnieć, że Warszawa zajęła pierwsze miejsce we wszystkich analizowanych podkategoriach dostępności komunikacyjnej.

Kolejne cztery miejsca za Warszawą zajmuje grupa miast o podobnych wynikach: Kraków, Gdańsk, Sopot, Gdynia. Następne miejsca zajęły: Wrocław oraz Katowice, które uzyskały wyniki istotnie wyższe niż pozostałe badane miasta.

Podsumowując drugi składnik kategorii zagospodarowanie turystyczne, dwoma miastami posiadającymi zdecydowanie najlepiej rozwiniętą bazę noclegową spośród badanych ośrodków były Warszawa oraz Kraków.

Na kolejnych miejscach uplasowały się Wrocław oraz Gdańsk, przy czym w stolicy Pomorza jest ok. dwukrotnie więcej obiektów niż we Wrocławiu. Są to jednak głównie tzw. apartamenty, w których często jest od kilku do kilkunastu miejsc noclegowych, co przekłada się na ogólnie niską liczbę tych miejsc w mieście w porównaniu z Wrocławiem.

Następnie w rankingu figuruje 5 miast, które tworzą grupę charakteryzującą się porównywalnym wynikiem: Poznań, Łódź, Szczecin, Katowice oraz Sopot, wyraźnie wyższym od pozostałych miast (Lublin, Gdyni, Rzeszów oraz Bydgoszcz).

Pod względem wartości miernika syntetycznego dla całej kategorii zagospodarowanie turystyczne wyraźnie dominuje Warszawa, która uzyskała niemal dwukrotnie więcej punktów niż drugi w kolejności Kraków. Za stolicą Małopolski uplasowały się Gdańsk oraz Wrocław, mające podobną ilość punktów. Pozostałe miasta wypadły w rankingu przeciętnie (Sopot, Gdynia, Katowice, Poznań, Łódź) lub słabo (Rzeszów, Szczecin, Lublin, Bydgoszcz) (tab. 3).

Tab. 3. Wartość syntetycznego miernika kategorii zagospodarowanie turystyczne

lp.	miasto	Wartość	lp.	miasto	Wartość
1	Warszawa	97,2	8	Poznań	19,4
2	Kraków	50,9	9	Łódź	15,1
3	Gdańsk	39,3	10	Rzeszów	7,8
4	Wrocław	38,2	11	Szczecin	6,8
5	Sopot	30,5	12	Lublin	6,4
6	Gdynia	27,6	13	Bydgoszcz	6,0
7	Katowice	22,4			

Źródło: opracowanie własne

Ostatnią kategorią badanego potencjału turystycznego był ruch turystyczny. Analizując dane dotyczące zagranicznego ruchu turystycznego we wszystkich 13 badanych ośrodkach wyróżnić można trzy grupy miast. Pierwszą grupę tworzą Kraków i Warszawa, będące zdecydowanie najpopularniejszymi destynacjami. Odwiedziło je ponad milion turystów, tj. niemal dwa razy więcej niż wszystkie pozostałe ośrodki razem wzięte.

Drugą grupę miast stanowią Gdańsk, Wrocław, Poznań i Szczecin, w których w analizowanym okresie, liczba turystów zagranicznych zawarta była w przedziale od 100 tys. do 300 tys. odwiedzających. Ostatnią z omawianych grup stanowią miasta charakteryzujące się najmniejszą popularnością wśród obcokrajowców. Na czele tej grupy w 2013 r. uplasowała się Łódź, do której przyjechało 78,5 tys. turystów z zagranicy. Na kolejnych miejscach widniały: Katowice (73,2 tys.), Lublin (53,2 tys.), Sopot (50,2 tys.), Rzeszów (39,2 tys.), Gdynia (26,3 tys.) oraz Bydgoszcz (16,3 tys.).

Biorąc pod uwagę wskaźnik Schneidera, najwyższą jego wartością charakteryzował się Kraków (1,34), nieznacznie wyprzedzając pod tym względem Sopot (1,33). Na kolejnych miejscach widniała Warszawa (0,62) oraz Gdańsk (0,52). Pozostałe miasta odznaczały się wyraźnie mniejszą wartością wskaźnika, przy czym zdecydowanie najgorszym rezultatem charakteryzowała się Bydgoszcz (0,045).

Po analizach wszystkich cech wchodzących w skład badanego potencjału, określony został ogólny miernik syntetyczny stanowiący średnią ważoną mierników syntetycznych kategorii głównych. W oparciu o wartość ogólnego miernika syntetycznego utworzono ranking miast pod względem potencjału zagranicznej clubbingowej turystyki *city break*.

Tab. 4. Ogólny miernik syntetyczny badanego potencjału turystycznego w analizowanych ośrodkach

l.p.	Miasto	miernik	l.p.	miasto	miernik
1	Kraków	70,7	8	Szczecin	16,8
2	Warszawa	63,9	9	Gdynia	16,5
3	Wrocław	41,3	10	Bydgoszcz	15,3
4	Poznań	40,7	11	Katowice	15,0
5	Sopot	36,7	12	Rzeszów	13,4
6	Gdańsk	26,3	13	Lublin	11,4
7	Łódź	21,0			

Źródło: opracowanie własne

Trzy miasta z największym wskaźnikiem syntetycznym: Kraków, Warszawa, Wrocław, wybrane zostały jako ośrodki, w których przeprowadzono badania kwestionariuszowe wśród zagranicznych turystów odwiedzających te miasta (tab. 4).

BADANIA KWESTIONARIUSZOWE WŚRÓD TURYSTÓW

Badania terenowe przeprowadzone zostały w sezonie letnim 2014 roku, w okresie między czerwcem a wrześniem. Respondenci wybierani byli spośród zagranicznych turystów clubbingowych odwiedzających trzy wybrane polskie miasta: Kraków, Warszawę i Wrocław. Właściwe badanie poprzedzone zostało pytaniem filtrującym, które wykluczyło osoby przybyłe do Polski w innych celach niż clubbing.

Badanie przeprowadzono na terenie portów lotniczych obsługujących wybrane ośrodki wśród podróżnych opuszczających Polskę. Łączna liczba ankiet zakwalifikowanych do analizy wyniosła 814. Największą liczbę ankiet uzyskano w Krakowie (381), następnie w Warszawie (267), najmniej we Wrocławiu (166).

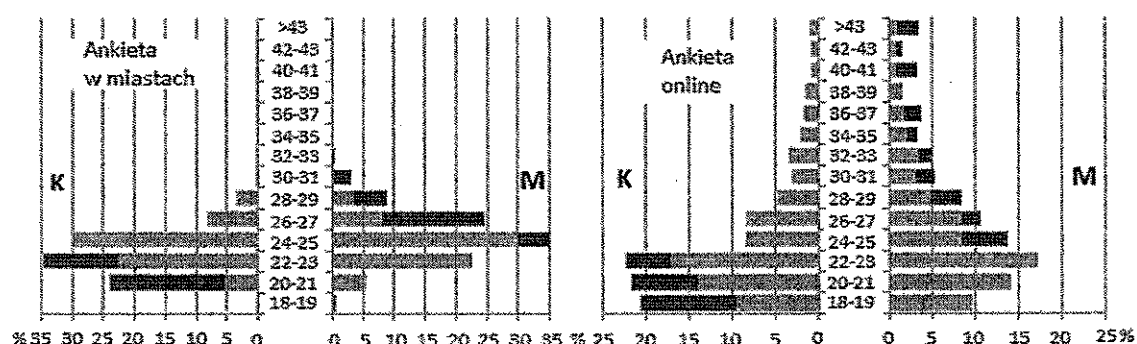
Zdecydowaną większość ankietowanych (68,5%) stanowili mieszkańcy Wielkiej Brytanii, jednak w badanych miastach procentowa reprezentacja Brytyjczyków była różna. Najmniejszy ich odsetek odnotowano wśród respondentów w Krakowie (65,3%), a największy wśród osób przebadanych we Wrocławiu (77,1 %). Brytyjczycy wśród ankietowanych turystów wylatujących z Warszawy stanowili zaś 67,8%.

Wśród wszystkich 814 respondentów zdecydowaną większość stanowili mężczyźni. Udział kobiet wyniósł tylko 8,7%. Jest to odsetek wielokrotnie mniejszy od uzyskanego podczas analizy ankiety online, gdzie kobiety stanowiły 40,7% ankietowanych. Największy odsetek respondentek odnotowano w Krakowie (11,5%). Niemal dwukrotnie niższy udział respondentek był w Warszawie (6,7%) i Wrocławiu (5,4%).

Średni wiek ogółu respondentów wyniósł 24,2 lat, tj. o prawie półtora roku mniej niż średni wiek respondentów ankiety online. Większa rozbieżność dotyczyła średniego wieku męskiej części ankietowanych, który wyniósł 24,3 lat, a więc o 2,5 roku mniej niż w poprzedniej ankiecie. Średni wiek respondentek wyniósł 22,9 lat i był tylko nieznacznie niższy niż u ich odpowiedniczek z ankiety online.

Znacznie większe różnice można zauważyć porównując piramidy wiekowe obu grup ankietowanych (ryc. 10). Wykres z przedziałami wiekowymi charakteryzującymi respondentów ankiety przeprowadzonej w badanych miastach jest bardziej spłaszczony. Wiek

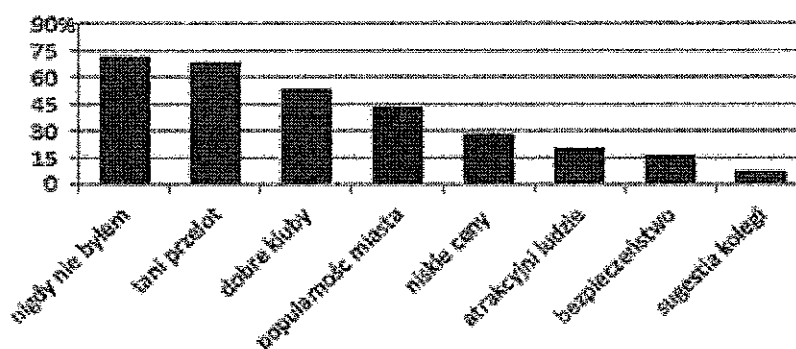
męskiej części respondentów wynosił od 19 do 32 lat, a kobiet od 20 do 29. Oprócz braku osób w wieku powyżej 33 lat wśród ankietowanych w badanych miastach, widoczną różnicą między obydwoma wykresami jest również niemal całkowity brak respondentów w przedziale wiekowym 18-19 lat.



Ryc. 10. Piramidy wiekowe respondentów obu przeprowadzonych ankiet

Źródło: opracowanie własne

Zdecydowana większość ankietowanych odwiedziła badane miasta ponieważ nigdy wcześniej w nich nie byli (71,5%) oraz z powodu niskiej ceny biletów lotniczych (68%) (ryc. 11). Pierwszy z wariantów odpowiedzi jest raczej typowy dla większości gałęzi turystyki, za to drugi z motywów jest cechą charakterystyczną dla turystyki *city break*. Na kolejnych miejscach widniały odpowiedzi związane stricte z clubbingiem: atrakcyjność klubów (53,1%) oraz popularność miasta wśród turystów clubbingowych (42,9%). Pozostałe odpowiedzi wskazane zostały przez mniej niż jedną trzecią ankietowanych i były wśród nich następujące motywy: niskie ceny w mieście (28%), atrakcyjni ludzie (20,2%), bezpieczeństwo (15,7%), sugestia kolegów/rodziny (7%).



Ryc. 11. Główne powody, dla których respondenci wybrali podróż do badanych miast (w %)

Źródło: opracowanie własne

Najczęstszym źródłem informacji, z którego turyści czerpali wiedzę o wybranej destynacji był Internet. Sto procent respondentów wskazało ten środek przekazu, a na kolejnych miejscach znalazły się: przewodniki (10%), znajomi lub rodzina (4,8%) oraz czasopisma (1,3%).

Niemal wszyscy ankietowani podróżowali w gronie znajomych (98,4%). We Wrocławiu wszyscy zaznaczyli ten wariant odpowiedzi, w Warszawie 99,2%, a w Krakowie (97,1%). Pozostałe 1,6% ogółu ankietowanych wybrało podróż w towarzystwie partnera bądź partnerki. Wśród turystów badanych w Krakowie odsetek ten wynosił 2,9%, przy czym w Warszawie był niemal czterokrotnie niższy (0,8%).

Zdecydowana większość turystów (98,4%) przyleciała do badanych miast bezpośrednim połączeniem lotniczym, a tylko 1,6% wybrało lot łączony. Największy odsetek osób, których bilet obejmował tzw. przesiadkę odnotowano wśród respondentów w Krakowie (2,4%). Wśród odwiedzających Warszawę odsetek ten wynosił 1,5%. Natomiast we Wrocławiu wszyscy respondenci wybrali połączenie bezpośrednie.

Niemal trzy czwarte badanych turystów (73%) wybrało wycieczki obejmujący dwa noclegi. Średnio co szósty respondent (17,5%) przebywał w wybranym mieście przez okres trzech noclegów, a co dziesiąty (9,5%) wrócił do domu po spędzeniu dwóch dni (tj. skorzystał z jednego noclegu).

Najczęstszym rodzajem obiektu noclegowego wybieranym przez ankietowanych były hostele. Wybrała je ponad połowa (54,7%) biorących udział w badaniu. Na drugim miejscu znalazły się apartamenty, które jako miejsce noclegu wybrał niemal co trzeci ankietowany (29,0%). Hotele jako odpowiedź zaznaczyło 15,7% turystów. Marginalne znaczenie miały pensjonaty, które wybrało 0,6% badanych.

Największy odsetek badanych, wyszukując miejsca noclegowego, kierował się ceną (100%) oraz lokalizacją obiektu (96,7%). Nieco mniejsza liczba ankietowanych poszukiwała pokoi z darmowym dostępem do sieci Wi-Fi (84,6%). Podobny odsetek osób (82,4%) kierował się wyborem obiektu uwzględniając opinie wyszukane w Internecie, umieszczone przez osoby korzystające w przeszłości z usług poszczególnych obiektów. Dużo mniejsze znaczenie dla respondentów miała klimatyzacja w pokojach (29,8%) oraz ogólny komfort obiektu (12%). Oprócz sieci Wi-Fi i systemu klimatyzacji, respondenci podawali inne własne kryteria, którymi łącznie kierowało się 2,8%. Wśród nich podawano następujące odpowiedzi: całodobowa recepcja, ciekawy widok z okien, dostęp do kuchni lub aneksu kuchennego,

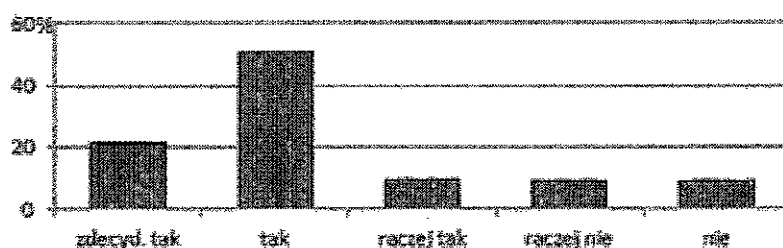
pokój wyposażony w lodówkę, pokój wyposażony w telewizor oraz znajomość języków obcych wśród obsługi obiektu.

Najwięcej respondentów (73,2%) odwiedziło od 6 do 9 klubów w trakcie swojego pobytu. Drugą pod względem odsetka zaznaczeń odpowiedzią był przedział od 10 do 15 klubów (15,2%). Pozostałe przedziały miały mniejsze znaczenie. Co dziesiąty turysta odwiedził od 3 do 5 klubów, a jedynie 2,2% ankietowanych spędziło czas uczestnicząc w wydarzeniach, które odbywały się w więcej niż 15 klubach.

Podczas wieczoru clubbingowego respondenci poruszali się głównie pieszo (92,5%), a niewielka ich część (7,5%) korzystała z usług taxi. Największą popularnością przewoźnicy taxi odznaczyli się wśród respondentów z Warszawy (16,5%), a zdecydowanie mniejszą u turystów z Wrocławia (5,4%) oraz Krakowa (2,1%).

Satysfakcja ze zwiedzania danej destynacji i pozytywne wspomnienia dotyczące udanej wycieczki mogą być podstawą do ponownego odbycia podróży w to samo miejsce. W analizowanej ankiecie zawarte zostały trzy pytania mające na celu określenie poziomu satysfakcji badanych respondentów i prawdopodobieństwo ich ponownej podróży do badanych ośrodków.

W odpowiedzi na pytanie: „czy jest Pan/Pani zadowolony/a z wycieczki”, respondenci najczęściej wybierali odpowiedź „tak” (50,7%). „Zdecydowanie tak” zaznaczyło 21,6% ankietowanych, a „raczej tak” 9,6%. Niezadowoleni turyści stanowili łącznie 18,1% (ryc. 12). Warto zaznaczyć, że żaden z respondentów nie wybrał odpowiedzi „zdecydowanie nie”.

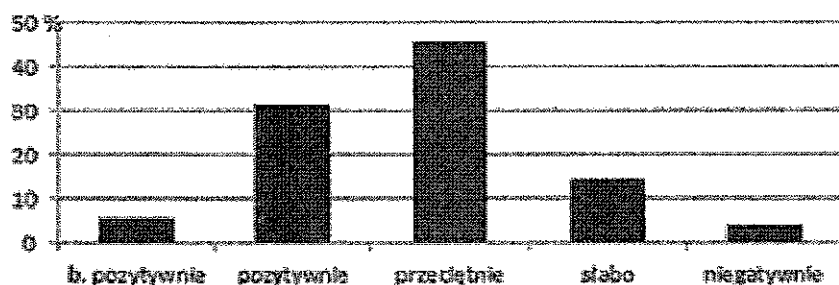


Ryc. 12. Stopień zadowolenia respondentów z wyjazdu (w %)

Źródło: opracowanie własne

Badani turyści w jednym z pytań zostali poproszeni o porównanie jakości nocnego życia i infrastruktury clubbingowej w odwiedzonych miastach do najbardziej atrakcyjnych pod tym względem europejskich miast już wcześniej przez nich odwiedzonych.

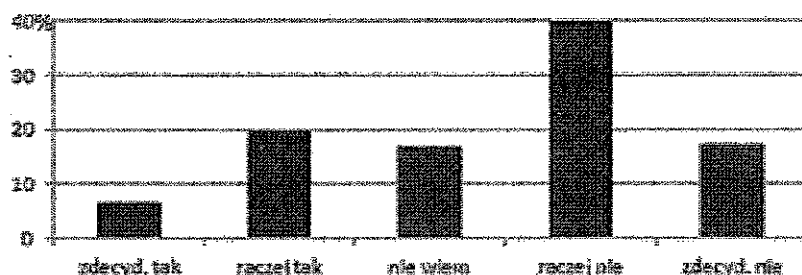
Największy odsetek ankietowanych uznał (45,6%), że odwiedzone miasta nie wyróżniały się niczym szczególnym na tle innych ośrodków clubbingowych i zaznaczyli odpowiedź „przeciętnie” (ryc. 13). Porównanie z korzyścią dla polskich miast wskazało 36,5%, a blisko połowę mniejszy odsetek (17,9%) odpowiedział, że odwiedzone ośrodki wypadły słabo bądź negatywnie.



Ryc. 13. Opinia o atrakcyjności badanych ośrodków

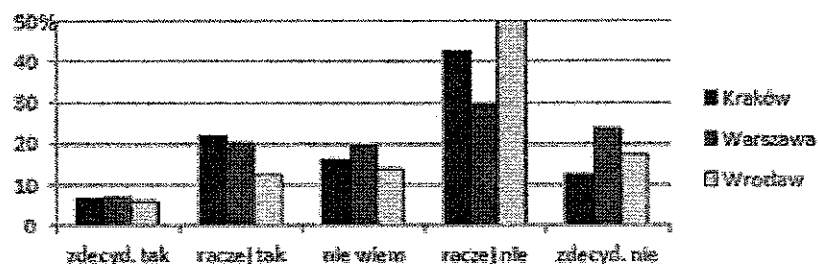
Źródło: opracowanie własne

W ostatnim pytaniu ankiety respondenci pytani zostali o gotowość ponownego odwiedzenia badanych ośrodków. Większość (57,1%) odpowiedziała przecząco, wybierając wersje odpowiedzi: „raczej nie” oraz „zdecydowanie nie” (ryc. 14). Twierdząco odpowiedziało 26,1% ankietowanych, w tym 6,6% stwierdziło, że zdecydowanie odwiedzą ponownie badane miasta. Niezdecydowani turyści, którzy zaznaczyli odpowiedź „nie wiem” stanowili 16,7% ogółu ankietowanych.



Ryc. 14. Gotowość respondentów do ponownego odwiedzenia badanych miast (w %)

Źródło: opracowanie własne



Ryc. 15. Gotowość respondentów do ponownego odwiedzenia badanych miast

Źródło: opracowanie własne

Najmniejszy odsetek osób, które zadeklarowały ponowne odwiedzić miasta odnotowano we Wrocławiu (18,6%), a największy w Krakowie (28,6%). Podobne wyniki we wszystkich miastach wystąpiły odnośnie odpowiedzi „zdecydowanie tak” (od 6% we Wrocławiu do 7,1% w Warszawie). Wyraźnie najwyższy odsetek badanych wskazał brak ochoty na kolejną podróż do Wrocławia (67,5%), podczas gdy analogiczny odsetek turystów w Warszawie i Krakowie wyniósł odpowiednio: 53,2% oraz 55,4% (ryc. 15).

WNIOSKI

Główny cel pracy, jakim była konstrukcja metody wielowymiarowej analizy potencjału turystycznego miast pod kątem rozwoju zagranicznej turystyki clubbingowej, został według opinii autora niniejszej rozprawy osiągnięty. Wybrane kategorie główne, podkategorie oraz cechy pozwoliły na miarodajne oszacowanie potencjału turystycznego w każdym z badanych ośrodków, co w rezultacie umożliwiło utworzenie rankingu miast pod względem możliwości rozwoju zagranicznej turystyki clubbingowej w zakresie *city break*.

Większość wskaźników wagowych, przydzielonych badanym zmiennym oraz podkategoriom badawczym miała empiryczne podłoże. Wagi te wybrane zostały na podstawie wyników ankiety online, istniejącej literatury, a także monitoringu portali internetowych oraz stron poświęconych turystyce clubbingowej. Pozwoliło to w dużej mierze na uniknięcie głównego zarzutu stawianego analizom porównawczym potencjałów turystycznych – dużej subiektywności w doborze wskaźników wagowych. Jedyną „drażliwą” stroną zastosowanej przez autora metody był sposób przydzielenia niektórych wskaźników wagowych, zwłaszcza głównym kategoriom badawczym: walorom turystycznym (60%), dostępności komunikacyjnej (30%) oraz ruchowi turystycznemu (10%). Niestety, w tego typu analizach

nie da się uniknąć określonego stopnia subiektywności. Autor świadomie podjął więc pewnego rodzaju ryzyko, uważając, że przydzielone wskaźniki wagowe wpływają na bardziej miarodajną ocenę badanego potencjału niż potraktowanie głównych kategorii jako równoznacznych. Dodatkowo, ewentualny, ujemny wpływ wyboru autora, powinien zostać w dużej mierze zniwelowany poprzez dużą liczbę starannie wybranych zmiennych.

Ranking miast, który powstał na podstawie zastosowanej przez autora metody uwidocznił istotne różnice pomiędzy potencjałem turystycznym poszczególnych ośrodków. Dwa zdecydowanie wyróżniające się miasta: Kraków oraz Warszawa, posiadają dużą przewagę nad innymi ośrodkami, z których trzy: Wrocław, Poznań oraz Sopot odstają z kolei znacznie od pozostałych ośmiu badanych miast. Niestety, dane dotyczące liczby turystów clubbingowych odwiedzających polskie ośrodki są niedostępne. Nie można więc jednoznacznie powiedzieć, czy określona ocena potencjału turystycznego idzie w parze z popularnością danego miasta wśród turystów. Z posiadanych przez autora danych niewiele można na ten temat stwierdzić. Respondenci ankiety online odwiedzili Warszawę, Kraków oraz Sopot, więc zakładając duży błąd pomiarowy, można wyciągnąć na podstawie ich odpowiedzi wniosek, że te trzy miasta są w gronie najpopularniejszych polskich ośrodków wśród europejskich turystów clubbingowych. Spośród respondentów badanych w polskich ośrodkach, niewielka ich część odwiedziła również Sopot, a także Gdańsk oraz Łódź. W przypadku pierwszego z wymienionych miast, informacja ta jest niejako potwierdzeniem jego względnej popularności. Gdańsk oraz Łódź również zapewne stanowią miejsca o określonej atrakcyjności dla turystów zagranicznych. Dopóki jednak nie zostaną przeprowadzone badania dedykowane temu zagadnieniu, oszacowanie choćby przybliżonej liczby turystów clubbingowych w polskich miastach będzie niemal niemożliwe.

Dzięki zastosowanemu w pracy procesowi badawczemu, autor zrealizował również wymienione we wstępie rozprawy cele szczegółowe o charakterze poznawczym. Przeprowadzona analiza pozwoliła na określenie struktury każdego z elementów potencjału turystycznego oraz silnych i słabych stron tych elementów. Najbardziej równomiernie rozkładają się elementy potencjału w Krakowie. Bardzo dobrze rozwinięta infrastruktura clubbingowa idzie w parze z dobrą dostępnością komunikacyjną (mimo dość wysokich cen biletów lotniczych) oraz zainteresowaniem miastem przez zagranicznych turystów.

Warszawa, będąca na drugim miejscu pod względem ogólnego potencjału turystycznego, „nadrabia” głównie niemal doskonałą dostępnością komunikacyjną, oraz pozostałymi elementami potencjału (z wyłączeniem infrastruktury clubbingowej). Sieć klubów, mimo dużej ogólnej liczby obiektów, wypada w tym mieście przeciętnie, z powodu

słabo zaznaczonej strefy clubbingowej, która jest w dodatku bardzo rozległa, co nie sprzyja swobodnemu poruszaniu się pomiędzy poszczególnymi klubami.

Wrocław oraz Poznań są do siebie podobne pod względem analizowanego potencjału. Stolica Dolnego Śląska posiada jednak nieco słabiej rozwiniętą infrastrukturę clubbingową w porównaniu z Poznaniem, za to prześciga go pod względem dostępności komunikacyjnej. Pozostałe miasta (z wyjątkiem Sopotu, który zawdzięcza piątą pozycję w rankingu dobrze skomunikowanemu gdańskiemu lotnisku, stosunkowo rozwiniętej sieci klubów, a także dostępności plaży w niedalekiej odległości od centrum miasta) wypadają w niemal każdej kategorii przeciętnie lub słabo.

Pozostałe wyniki badań związane z celami szczegółowymi mogą służyć do wyciągnięcia interesujących wniosków w przyszłości, pod warunkiem powtórnego przeprowadzenia tych badań w okresie co najmniej kilku lat. Stanowiłyby one podstawę do sporządzenia kierunków zmian w preferencjach turystów clubbingowych.