

Artykuły

Monika Prylińska, podrozdział II - Paulina Ratkowska

City break – próba wyjaśnienia i zdefiniowania zjawiska w odniesieniu do polskiego rynku usług turystycznych

Wstęp

Zjawisko **city break**, które można by roboczo przetłumaczyć na język polski jako imprezę mającą na celu krótkotrwały odpoczynek w mieście¹, jest niezmiernie ciekawe, chociażby ze względu na fakt swego dynamicznego i w polskiej rzeczywistości zupełnie niekontrolowanego, rozwoju na przestrzeni ostatnich lat. City break niewątpliwie istnieje od pewnego czasu na europejskim rynku turystycznym, jako określenie to pojawia się w artykułach branżowych, jest obecne w ofertach coraz większej liczby organizatorów turystyki, bądź też indywidualnych usługodawców, używane jest przez internautów przy opisie wrażeń z podróży na różnego rodzaju portalach turystycznych itp. Nie do końca jednak wiadomo jak należałoby to zjawisko zdefiniować.

Stąd też zasadniczym celem niniejszego artykułu jest określenie, na podstawie analizy materiałów źródłowych oraz dostępnych w Internecie wybranych ofert turystycznych polskich biur i hoteli, czym są dla ich organizatorów i użytkowników imprezy typu city break i jak należałoby je interpretować, by zachować spójność i jednoznaczność przekazu na linii organizator turystyki-klient.

Podjęta przez autorkę próba stworzenia jednoznacznej definicji opisywanego zjawiska, ma z założenia charakter zdecydowanie bardziej aplikacyjny (uporządkowanie sporych rozbieżności terminologicznych) niż czysto teoretyczny.

I. Geneza zjawiska city break

W zasadzie trudno jednoznacznie stwierdzić, kiedy imprezy typu city break pojawiły się, a potem na stałe zagościły, na rynku usług turystycznych. Wiadomo, że przynajmniej od kilkunastu lat określenie to funkcjonuje w europejskiej terminologii turystycznej, o czym świadczy chociażby fakt, że od czterech lat odbywają się w Europie Międzynarodowe Targi Turystyczne „City Break”² organizowane przez Europejskie Stowarzyszenie Touroperatorów (ETOA)³. Są one skierowane przede wszystkim do dużych biur podróży oraz touroperatorów, a także do miast i regionów, organizacji i stowarzyszeń turystycznych, sieci hoteli oraz instytucji związanych z branżą turystyczną i kulturalną w Europie⁴.

Można założyć, że city break jest prostą odpowiedzią na zmiany w popycie na usługi turystyczne, gdyż zjawisko to niewątpliwie bowiem wpisuje się w najnowsze trendy światowej turystyki XXI wieku. Prognoza Światowej Organizacji Turystycznej (*Tourism 2020...*, 1997) zakłada między innymi, że „wyraźnemu skróceniu ulegnie czas spędzany przez turystę w podróży”, a przecież city breaks w najprostszej postaci to nic innego jak krótkie, przez co dostępne przez cały rok, „wypadki” turystyczne do miast.

W literaturze angielskiej pojawiają się aż dwa określenia na tego typu wyjazdy: **city break weekend** i **city break holiday** różniące się od siebie w zasadzie tylko długością

¹ co, ze względu na wyjątkową rozwlekłość i małą „chwytliwość” marketingową wydaje się sformułowaniem skazanym od razu na niepowodzenie i przez to nie będzie tłumaczone w niniejszym artykule

² <http://www.citybreakexpo.com/>

³ W tym roku na targach „City Break 2009” w szwedzkim Goetesborgu po raz pierwszy obecna była także ze swą ofertą Warszawa

⁴ Na podstawie artykułu: *Warszawa na nowoczesnych targach „City Break 2009”*, zamieszczonego na stronie warszawskiego Urzędu Miasta: www.um.warszawa.pl.

pobytu turystów w danym mieście⁵. Z analizy stron internetowych zagranicznych firm oferujących tego rodzaju imprezy wynika, że pojęcie city break weekend odnosi się tylko i wyłącznie do propozycji wyjazdów weekendowych (piątek-niedziela) spędzanych najczęściej w dobrze skomunikowanych, przez co łatwo i tanio dostępnych stolicach europejskich bądź innych miast o atrakcyjnej ofercie turystyczno-kulturowej, natomiast city break holiday to również krótkie (z reguły 2-6 dniowe) wyjazdy do miast, ale odbywające się niekoniecznie podczas weekendu. Mogą to być weekendy przedłużone, krótkie wyjazdy świąteczne, wycieczki pozwalające turystom na uczestnictwo w wydarzeniach kulturalnych, konferencjach, targach czy zakupach, a nawet wyjazdy sprzedawane przez organizatora wypoczynku jako wycieczki fakultatywne do miast i ich obszarów satelitarnych podczas dłuższego pobytu o charakterze urlopowym.

Oprócz wspomnianych już tendencji globalnych, istotnymi czynnikami wpływającymi na dynamiczny rozwój oferty city break w Europie i w Polsce są także:

- rozwój środków transportu, zwłaszcza tanich linii lotniczych, co pozwala na szybkie dotarcie do wybranych miast i na skrócenie pobytów do weekendu czy kilku dni (przedłużony weekend, pobyty świąteczne);
- rozwój Internetu jako źródła szybkiej, powszechnej informacji turystycznej, płaszczyzny komunikowania się pomiędzy wszystkimi sektorami rynku turystycznego, platformy, dzięki której można dokonać rezerwacji czy zapłacić za daną usługę, dzięki rozwojowi kart płatniczych i związanymi z tym usługami (Internet banking). (Marcinkowska 2006; Nalazek 2001);
- brak czasu na długie przygotowania do wyjazdów – kupowanie przez turystów atrakcyjnej, przygotowanej przez specjalistów oferty pakietowej często po obniżonej, promocyjnej cenie;
- ogólna zmiana trybu życia – bardziej intensywna i absorbująca praca, przy której nie wystarcza jeden urlop rocznie, a zarazem coraz wyższe dochody, które dają możliwość częstszego, choćby krótkoterminowego wyjazdu;
- minimalizacja czasu poświęcanego na odpoczynek dzienny poprzez zapełnianie czasu wolnego kolejnymi aktywnościami, do których jesteśmy częściowo zobligowani przez społeczeństwo konsumpcyjne nastawione na czerpanie korzyści ze wszystkiego; które wymusza na jednostce partycypację w określonych imprezach, formach rozrywki, a także nabywanie i użytkowanie określonych kategorii dóbr, które dalej stają się podstawą samookreślenia (Krajewski 1997);
- co z tego wynika, permanentnie kurczący się czas wolny przestaje być czasem wolnym kreowanym przez jednostkę, a staje się czasem wolnym zaprojektowanym przez specjalistów dla konkretnej grupy społecznej, do przynależności w której przyznaje się lub dopiero pretenduje jednostka – bez względu na to, czy mówimy o tzw. kulturze wysokiej czy popularnej (Szablikowska-Manyś, Miedzińska 2007);
- wzrost popularności wyjazdów jawiących się jako oryginalne, szukanie przez turystów nowości rynkowych (bardzo często w ofercie city break pojawiają się określenia typu – oryginalny, inspirujący, niecodzienny, nieoczekiwany itp.);
- silna indywidualizacja współczesnego społeczeństwa i coraz większa niechęć do wielkich imprez zorganizowanych; city break daje możliwość zorganizowania wyjazdu jedynie dla siebie lub swojej grupy znajomych bez potrzeby podporządkowywania się terminom i programom narzuconym przez biuro podróży.

II. City break a pakiet turystyczny

Określenia city break i pakiet turystyczny bywają często mylnie utożsamiane ze sobą. Dla turysty de facto nie ma większego znaczenia czy skorzystał z usługi pakietowej czy wykupił produkt city break, jako że, jak zauważa Medlik (1995), dla turysty „produkt

⁵ www.citybreaksguide.com/Packages - 20.03.2009

turystyczny stanowią wszystkie wydarzenia, jakie zachodzą w trakcie jego pobytu poza domem”, a nazwa produktu nie gra roli. Rozdział tych dwóch produktów jest za to interesujący z punktu widzenia li tylko teoretyka, tym bardziej, że pakiet turystyczny jest już pojęciem dobrze ugruntowanym na polu teorii turystyki, podczas gdy definicja city break dopiero jest tworzona.

Czym więc jest pakiet turystyczny? Jest to najpopularniejsza forma sprzedaży produktu turystycznego. Z punktu widzenia turysty jest to „(...) pakiet składników materialnych i niematerialnych, opartych na możliwościach spędzenia czasu w miejscu docelowym. Pakiet jest postrzegany przez turystę jako przeżycie dostępne za określoną cenę” (Middleton 1996). Jednym słowem, dla turysty pakiet oznacza całą imprezę. Inna definicja zjawiska głosi, że pakiet to „(...) standardowe, znajdujące się pod kontrolą jakościową, powtarzalne oferty składające się z dwóch lub więcej składników: transportu, zakwaterowania, wyżywienia, atrakcji turystycznych, innych urządzeń oraz usług (np. ubezpieczenie turystyczne). Pakiety sprzedawane (...) są (...) po opublikowanej łącznej cenie, w której koszty składników produktu nie są identyfikowane oddzielnie”. Wg Medlika z kolei „pakiet turystyczny to kombinacja dwóch lub więcej elementów sprzedawanych jako jeden produkt po zryczałtowanej cenie, w której koszty poszczególnych pozycji nie są wyodrębnione. W podróży i turystyce termin ten jest używany jako synonim podróży zryczałtowanej (inclusive tourism)” (Medlik 1995). Co istotne jednak, przy coraz intensywniejszym ruchu turystycznym, coraz lepiej wykształconym i coraz lepiej zarabiającym turyście rodzi się potrzeba czegoś więcej niż przeciętnej, masowej turystyki.

Kaczmarek, Stasiak i Włodarczyk (2005) w swojej książce zauważają, że wśród pakietów można wyróżnić kilka podstawowych typów, które przedstawiają nam model budowy oferty turystycznej w sektorze turystyki masowej. Najbardziej powszechny typ to pakiet podstawowy, który zawiera dobra i usługi podstawowe – naturalnie w rozumieniu turystycznym – tj. noclegi, wyżywienia czy transport. Drugi rodzaj to pakiet poszerzony, czyli usługi pakietu podstawowego wzbogacone o inne usługi i dobra dodatkowe zwiększające atrakcyjność oferty zasadniczej, na wybór których klient zazwyczaj nie ma wpływu. I wreszcie trzeci typ - pakiet fakultatywny, czyli te usługi i dobra, które za dodatkową opłatą uzupełniają powyżej omówione pakiety. Usługi te mogą być swobodnie dobierane przez turystę w wybranych przez niego dowolnych konfiguracjach.

Ci sami autorzy wprowadzają jednak i drugi podział – taki, który rozgranicza pakiet będący imprezą od pakietu będącego ofertą skierowaną do turysty indywidualnego. Pojawia się więc pakiet standardowy, czyli produkt dla wszystkich – tak turystów indywidualnych jak grupowych, z dowolnego segmentu rynku. Jest on zbudowany wg konkretnego schematu i zazwyczaj równa się imprezie z katalogu. Obok tego mamy pakiety specjalne, czyli oferty przygotowane na konkretne zamówienie, w którym kombinację usług ustala się pod indywidualne zamówienie. I dopiero ów pakiet specjalny możemy nazwać jako konkurencję czy pojęcie które może być utożsamiane z city break. Tego typu oferta „stanowi przyszłość turystyki - zarówno krajoznawczej jak i kulturowej, szczególnie zaś miejskiej,„ (Mikos von Rohrscheidt 2008)

Reasumując, pakiet turystyczny to w szerokim rozumieniu wszelka kombinacja co najmniej dwóch usług turystycznych sprzedawana turyście po zryczałtowanej cenie w formie gotowego produktu turystycznego. Pakiet w wąskim rozumieniu (zwanym także pakietem specjalnym) to oferta skierowana głównie do turysty indywidualnego zainteresowanego indywidualną usługą dostosowaną do jego oczekiwań.

Czym jest więc w tym świetle oferta city break? Nie istnieje żadne całościowe opracowanie tematu, trudno więc odwołać się do ugruntowanych definicji czy autorytetów. Analizując oferty city break dostępne w Internecie można jednak wyłuskać pewne stałe w nich się pojawiające. City break byłby więc krótkotrwałym (2-6 dni) pobytom w mieście o sporej popularności turystycznej oraz bogatej i atrakcyjnej ofercie kulturalno-turystycznej, a

także dobrze skomunikowanym z innymi miastami. W czasie pobytu turysta korzysta z kilku usług turystycznych – w tym spania i wyżywienia, często także z usługi przewodnickiej, atrakcji turystycznych i kulturalnych oferowanych przez miasto: stałych (muzea, teatry, parki itp.) oraz o charakterze krótkotrwałym (wystawy) lub nawet jednorazowym (koncerty, inscenizacje, zawody sportowe, festyny itd.). Czasem pobyt obejmuje także wycieczkę poza miasto. Wszystkie te usługi turysta może zorganizować sobie sam lub wykupić w formie pakietu oferowanego przez biuro podróży czy hotel.

Jacy są odbiorcy jednego i drugiego produktu? Ci, którzy decydują się na wykupienie konkretnego pakietu (szeroko czy wąsko pojętego) to raczej osoby zamożne, które wolą podjąć jedynie decyzję odnośnie celu destynacji, a cały pobyt w danej miejscowości zapewnia im biuro podróży. Są to osoby z rzadka wykupujące imprezę w konkretnym terminie, czyli takie, u których zazwyczaj najpierw pojawia się pomysł, potem zarezerwowana zostaje impreza, a przed samym wyjazdem turysta przygotowuje się do pobytu wertując przewodniki czy strony internetowe. Nabywca imprezy city break zazwyczaj dysponuje mniejszym budżetem, ale z drugiej strony swój pobyt w danym miejscu chce wykorzystać jak najlepiej. Dlatego w ofercie pojawia się możliwość zwiedzania, odwiedzania galerii sztuki, kina 3D, gry w paintballa, wycieczki za miasto, wieczorku folklorystycznego czy koncertu modnego zespołu. Turysta, który decyduje się na przyjazd do takiej miejscowości zazwyczaj ma jakieś określone powody – od banalnych (typu: uruchomiono nowe połączenie lotnicze), po bardziej wyszukane (jak np. chęć uczestnictwa w konkretnym evencie lub odwiedzenia określonego miejsca). W tym wypadku zazwyczaj najpierw jest przemyślany cel, a dopiero potem podejmowana jest decyzja o szczegółach wyjazdu.

III. City break jako element oferty podażowej poszczególnych sektorów rynku

Poszukiwania dostawców ofert typu city break na polskich stronach internetowych za pomocą popularnej przeglądarki Google, przyniosły ciekawe rezultaty⁶. Zaobserwowano, że wśród stron administrowanych przez podmioty szeroko rozumianej branży turystycznej wyróżnić można dwie zasadnicze grupy:

1. City break oferowany przez organizatorów turystyki (zarówno wyjazdowej, jak i przyjazdowej)
2. City break proponowany przez hotele

Nie można także przy tej klasyfikacji pominąć licznych wypowiedzi samych turystów, którzy polecają sobie wzajemnie idealne miejsca na city break i dzielą się wrażeniami za pośrednictwem portali internetowych. Ze względu na rozbieżne, zdaniem autorki, interpretacje pojęcia wśród przedstawicieli branży i wśród turystów, tych ostatnich też należałoby uznać, na potrzeby niniejszej analizy, za osobny podmiot interpretujący, zgodnie, ze swymi potrzebami, pojęcie city break. Trzecią grupę stanowić więc będzie:

3. City break polecany i opiniowany przez turystów

Poniżej autorka postara się wyjaśnić czym jest, jej zdaniem, city break dla każdego z wyodrębnionych podmiotów.

Ad 1. City break oferowany przez organizatorów turystyki

Jeżeli chodzi o turystykę wyjazdową, na stronach internetowych polskich biur turystycznych nazwą city break określa się krótkotrwałe, najczęściej weekendowe wyjazdy do stolic europejskich oraz innych dużych miast o ciekawej i bogatej ofercie kulturalnej⁷, co pozostaje w zgodzie z pierwotną interpretacją pojęcia. Na pierwszy plan wysuwają się atrakcyjne i łatwo dostępne miasta, budzące konkretne skojarzenia i będące samo w sobie

⁶ Po wpisaniu w przeglądarkę hasła „city break w Polsce” pojawiła się informacja o użyciu tego zwrotu na ok. 590 000 stron internetowych.

⁷ W przypadku tych miast w przewodnikach i innych materiałach promocyjnych często spotykamy się z określeniem „kulturalna stolica kraju”, np. Barcelona, Kraków, Sankt Petersburg i in.

marką turystyczną, jak stolice: Paryż, Londyn, Madryt, Rzym, Lizbona czy inne, duże i dobrze skomunikowane miasta europejskie jak, cieszące się największą popularnością: Barcelona, Mediolan, Florencja czy Sankt Petersburg. Można przyjąć, że city break traktowany jest tu bardziej jako swoisty **produkt turystyki na obszarach miejskich** niż forma turystyki miejskiej czy kulturowej. W propozycjach biur pojawiają się bowiem różnego rodzaju aktywności: od zwiedzania miasta, poprzez uczestnictwo w wydarzeniach i imprezach kulturalnych czy sportowych, po zakupy, clubbing czy nawet randkowanie. Takie wyjazdy proponują w Polsce między innymi biura: „Traper” i „Maxima” z Poznania czy „Promotion” z Wrocławia.

W ofercie turystyki przyjazdowej panuje dużo większa rozbieżność. W zasadzie znowu można byłoby podzielić biura turystyczne na dwie grupy: te, dla których city break jest zupełnie nowym produktem, dodanym do podstawowej oferty oraz te, które sprzedają swą dotychczasową ofertę „przystrojona” tylko w nową, lepszą nazwę i ograniczoną czasem. Dla tych pierwszych city break jest najczęściej **produktem turystyki miejskiej** – zbiorem ciekawych i innowacyjnych propozycji na spędzenie krótkiego odpoczynku w mieście, elastycznym, dostosowanym do indywidualnych odbiorców i ich potrzeb. Na polskim rynku wyróżniają się tutaj następujące biura: „The Best Way” i „Matimpex Ravel”⁸ z Poznania i „Better Poland” z Wrocławia.

Dla pozostałych, city break wydaje się być jedynie **formą turystyki krótkoterminowej**, ponieważ czas trwania imprezy turystycznej jest jedynym wyróżnikiem stosowanym między city break, a standardową wycieczką czy nawet imprezą objazdową. Dla większości tego typu biur oferta promowana jako city break dosyć luźno związana jest z miastem docelowym – często jest to po prostu propozycja spędzenia krótkiego 2-6 dniowego urlopu w mieście i jego okolicach. W przypadku Krakowa standardem jest na przykład pakiet Kraków - Wieliczka - Oświęcim, często wzbogacony przy dłuższych wyjazdach dodatkowo o Szlak Orlich Gniazd, Częstochowę czy Zakopane (por. załącznik nr 1, w którym przedstawiono ofertę CB biura „Polish Travel Adventure” z Krakowa)⁹. Niektóre biura pod szyldem city break sprzedają standardowe, kilkudniowe wycieczki objazdowe, jak w przypadku biura „Mazurkas Travel”, w którego ofercie znaleźć można trzydniowy city break Kraków - Warszawa - Wrocław¹⁰. Tego typu programy budzą jednak wątpliwość autorki, czy nazywanie ich city break nie jest swoistym nadużyciem, gdyż miasta te dzieli spora odległość, co przy polskich środkach komunikacji publicznej nie gwarantuje szybkiego przemieszczania się, zaś same miasta są od siebie odległe pod względem swojej specyfiki i atrakcji turystycznych. O tyle, o ile naturalnym może wydawać się city break Gdańsk - Gdynia - Sopot czy Katowice - Chorzów - Tarnowskie Góry (lub jakakolwiek inna kombinacja miast Górnego Śląska), jako koherentna oferta turystyczna, tak łączenie trzech tak różnych i odległych od siebie – w każdym tego określenia znaczeniu – wydaje się być nadużyciem, możliwym do wykorzystywania tak długo, jak długo nie powstanie konkretna definicja modnego dziś zjawiska. Trasa zaproponowana przez „Mazurkas Travel” powinna być więc rozpatrywana nie jako city break ale krótka wycieczka objazdowa.

Niezależnie od różnic między poszczególnymi ofertami biur turystycznych i stosowaną w nich terminologią, usługi sprzedawane pod szyldem city break, zawierają pewne stałe lub często pojawiające się w ofertach komponenty: zwiedzanie miast i ich najbliższych okolic, uczestnictwo w imprezach kulturalnych bądź eventach na obszarach miejskich, aktywność sportowa lub integracyjna (w przypadku obsługi niewielkiej grupy np. paintball, go cardy, wyścigi samochodowe, kulig, ognisko itd.) zakupy, clubbing, randkowanie.

⁸ biuro w swojej ofercie nie używa określenia „city break” a „weekendy w Europie” jednak jest to oferta, którą jednoznacznie należy utożsamić z city break oferowanymi przez innych organizatorów turystyki.

⁹ www.krakow.turystyka.pl

¹⁰ www.krakow.mazurkas.pl

Można też zaobserwować, że biura organizujące klasycznie rozumiane city break to najczęściej biura młode, obecne dopiero od kilku lat działające na rynku usług turystycznych. W każdej ze znalezionych ofert powtarzają się podobne stwierdzenia. Powtórzenia dotyczą przede wszystkim profilu założycieli i pracowników biur, którzy jawią się jako osoby młode, aktywne, wykształcone, pełne pasji i elastyczne, zarówno jeśli chodzi o zmiany w programie, jak i kalkulowanie cen tak, by odpowiadały one wymaganiom konkretnego klienta.

Na stronie biura „The Best Way” z Poznania znaleźć można na przykład następujący opis firmy: „nasza praca i firma zrodziły się z pasji do podróży, dlatego TBW jest firmą ukierunkowaną na organizowanie wyjazdów, na których czas spędza się aktywnie, rozwija własne pasje, poznaje nowych ludzi, szlifuje język, a przy okazji zarabia się też pieniądze”¹¹.

„Maxima” promuje się jako „biuro elastyczne w działaniu, ze wszech miar otwarte na wszelkie interesujące pomysły i nowinki, jak również indywidualne propozycje, w dziedzinie turystyki”¹².

„Polish Travel Adventure” z Krakowa, jak można wyczytać na oficjalnej stronie internetowej firmy, to z kolei „swoisty rezultat spontanicznej i kreatywnej eksplozji doświadczenia, pasji podróżowania i zgromadzonej przez lata wiedzy o Polsce przekazywanej gościom”¹³.

Ad. 2. City break proponowany przez hotele

W polskiej ofercie hotelowej city break to przede wszystkim pomysł na zwiększenie sprzedaży w luksusowych (3-4-gwiazdkowych) obiektach zlokalizowanych w centrach dużych miast i nastawionych głównie na turystykę biznesową, gdzie podczas weekendów notuje się zdecydowanie mniejsze obłożenie niż w inne dni tygodnia. Tak rozumiany city break to w przeważającej większości **promocyjny pakiet weekendowy**, na który nieodmiennie składają się 1-2 doby hotelowe (piątek-niedziela bądź tylko sobota-niedziela), sprzedawane po bardzo atrakcyjnej cenie, która zawiera w sobie zawsze śniadania, a często także inne usługi (produkt poszerzony), wśród których wymienić można: możliwość nieodpłatnego (bądź oferowanego z dużą zniżką) korzystania z hotelowych salonów spa czy fitness oraz usługi zewnętrzne – najczęściej transportowe bądź przewodnickie.

Oferty city break znaleźć można przede wszystkim na stronach hoteli „Nowotel” z grupy Orbis S.A (por. załącznik nr 2)¹⁴ oraz na stronie warszawskiego hotelu „Jan III Sobieski”¹⁵. We wszystkich przypadkach oferta zawiera: zakwaterowanie wraz z bufetem śniadaniowym w danym hotelu (1-2 noce), zwiedzanie miasta z przewodnikiem, transport i gratisowy wstęp do hotelowego Fitness Centrum.

Ad. 3. City break polecany i opiniowany przez turystów

Przegląd polskich, turystycznych portali internetowych daje odpowiedź na pytanie czym city break jest dla turysty i kim jest turysta korzystający z tej formy aktywności turystycznej. Dla większości internautów city break jawi się jako krótka wycieczka do znanego miasta, której potrzeba motywowana jest w różnorodny sposób. Najczęściej na forum wypowiadają się młodzi ludzie traktujący city break jako formę krótkiego odpoczynku – jest to dla nich dosłownie **krótki i względnie tani „wypad do miasta”** – wyjazd, podczas którego mogą się wyszaleć, uczestnicząc w różnego rodzaju imprezach (najczęściej dalekich od kultury wysokiej), robiąc zakupy, spotykając starych czy poznając nowych znajomych czy przyjaciół¹⁶. Na forach znaleźć można przede wszystkim subiektywne informacje dotyczące najczęściej poszczególnych elementów zagospodarowania turystycznego i rozrywki – turyści

¹¹ www.tbw.pl

¹² www.maxima.com.pl

¹³ www.krakow.turystyka.pl

¹⁴ Oferta sprzedawana w okresie maj-wrzesień jako specjalny pakiet „City Breaks – Wyskocz w miasto”.

¹⁵ www.orbis.pl – dostęp 10.03.2009

¹⁶ www.przewodnik.onet.pl

polecają sobie nawzajem tanie i przytulne miejsca noclegowe, restauracje, kluby czy dyskoteki, dzielą się w sieci swoimi wrażeniami, doradzają, polecają i podpowiadają jak coś takiego zorganizować¹⁷. Zdarzają się także opisy samych miast czy informacje o charakterze krajoznawczym, ale najczęściej mają one silne zabarwienie emocjonalne. Jako przykład podać można chociażby podróżnicze forum na stronie www.przewodnik.onet.pl, gdzie użytkownicy dzielą się wrażeniami z wakacji spędzonych w europejskich miastach i polecają sobie idealne miejskie destynacje turystyczne na jesień. Można tam wyczytać między innymi szereg pochwał na temat Florencji, która jest „piękna, tajemnicza, niezwykła... idealna na jesień”¹⁸, Paryża czy Barcelony. Warto tu podkreślić, że ten typ turysty nie korzysta lub korzysta bardzo rzadko z gotowych ofert city break przygotowanych czy to przez biuro podróży czy to przez hotel. Są to w większości wyjazdy zorganizowane samodzielnie, bardzo często niskobudżetowe (tanie linie lotnicze, hostele, bary, jeśli pojawia się zwiedzanie miasta jest to raczej uczestnictwo w publicznych ofertach dostępnych przez placówki informacji turystycznej niż wynajmowanie prywatnego przewodnika).

W wyniku przedstawionej analizy zjawiska city break zaobserwować można, że city break interpretowany jest niejednoznacznie, a największe rozbieżności – wbrew pozorom – dostrzec można nie pomiędzy stroną podażową (organizatorzy turystyki, hotele), a popytową (turyści), ale w samej podaży, gdzie widoczny jest wyraźny dualizm. Pojawiają się dwa typy turystów uczestniczących w city break – ci, którzy świadomie kupują produkt o takiej nazwie i korzystają ze wszystkich jego profitów (tani, łatwo adaptowalny do indywidualnych potrzeb, pakietowany) oraz ci, którzy są jednocześnie kreatorami i konsumentami wyjazdu nazwanego przez nich modnym określeniem „city break” bo tanio i aktywnie spędzają swój czas wolny w innym mieście.

Ze strony podażowej city break interpretowany jest bowiem jako:

- zindywidualizowana, „szyta na miarę” oferta skierowana do wymagających klientów, bądź standardowa oferta danego biura, ale sprzedawana po zryczałtowanej cenie jako pakiet usług realizowany w konkretnym czasie;
- impreza w całości zorganizowana w celu oszczędzenia zabieganemu turyście tracenia czasu na myślenie o programie lub impreza o charakterze otwartym, z możliwością dowolnego doboru przez klienta poszczególnych aktywności oferowanych jako osobne produkty;
- impreza o charakterze grupowym bądź indywidualnym;
- pobyt krótkoterminowy, przeważnie weekendowy, ale często także zaproszenie na konkretne wydarzenie kulturalne czy eventy, które odbywają się w innym niż weekend terminie;
- wyjazdy o charakterze stacjonarnym, gdzie dane miasto i jego obszar satelitarny stanowią punkt docelowy bądź imprezy objazdowe, gdzie miasto jest tylko miejscem początku i/lub końca imprezy;
- imprezy skierowane raczej do ludzi młodych, charakteryzujące się wykorzystaniem tanich połączeń komunikacyjnych i taniej bazy turystycznej i paraturystycznej, ale również imprezy drogie i ekskluzywne, skierowane do bogatszych i bardziej wymagających klientów;
- oferty charakteryzujące się najczęściej osobistym, zindywidualizowanym podejściem do klienta, bazujące na bezpośrednim kontakcie, ale też imprezy standardowe, bez możliwości elastycznego sterowania poszczególnymi ich elementami w celu dopasowania do potrzeb klienta¹⁹.

¹⁷ www.medialine.pl

¹⁸ Wypowiedź moniqusky z 10.05.2006 r. na forum www.przewodnik.onet.pl

¹⁹ Na stronach firm oferujących takie produkty znaleźć można opinie zadowolonych klientów, dane kontaktowe, fora, na których wymienia się informacje (np. www.citybreaksguide.com).

Reasumując powyższe rozważania, można zauważyć, że w wąskim znaczeniu (sensu stricte) city break to produkt turystyczny, który można by określić jako weekend w dużym (znanym i posiadającym lotnisko) mieście. Produkt ten powinien składać się z kilku usług turystycznych – w tym noclegu i wyżywienia oraz innych np. usługi przewodnickiej, ciekawej oferty spędzenia wieczoru (event) a także marginesu czasu wolnego na np. zakupy. W znaczeniu szerszym (sensu largo) to wszystkie formy turystyki możliwe do zrealizowania w dużym mieście bądź na jego obszarze satelitarnym (powiązany z nim komunikacyjnie bądź funkcjonalnie) w krótkim, nie przekraczającym tygodnia, czasie.

ZAKOŃCZENIE

Przedstawiony artykuł nie pretenduje do miana skończonych czy jednoznacznie podających sprawdzone definicje, gotowe do zastosowania w praktyce. Autorka zdaje sobie sprawę, że, ze względu na brak jakiegokolwiek literatury i niejednoznaczność interpretacji poruszanego zagadnienia, może on budzić u czytelników wiele emocji i zastrzeżeń. Czymże jest jednak nauka, jak nie odpowiadaniem na wciąż rodzące się pytania i wątpliwości. Czymże jest więc city break? Dyskusję autorki artykułu uważają za otwartą.

Literatura:

- Kowalczyk A., 2005, *Nowe formy turystyki miejskiej*, [w:] „Prace i studia geograficzne”, t. 35.
- Kosiewicz J., 2007, *Spór o istnienie czasu wolnego* [w:] *Turystyka i podróżowanie w aksjologicznej perspektywie*, pod red. M. Kazimierczaka, Wyd. AWF Poznań
- Krajewski M., 1997, *Konsumpcja i współczesność. O pewnej perspektywie rozumienia świata społecznego*, „Kultura i społeczeństwo” nr 3, Warszawa
- Marcinkowska K., 2006, *Cały świat w systemie*, „Wiadomości Turystyczne”, nr 10.
- Medlik S., 1995, *Leksykon podróży, turystyki, hotelarstwa*, PWN, Warszawa.
- Middleton V.T.C., 1996, *Marketing w turystyce*, Warszawa
- Mikos von Rohrscheidt A., 2008, *Turystyka kulturowa. Fenomen, potencjał, perspektywy*, Wyd. GWSHM Milenium, Gniezno
- Nalazek M., 2001, *Nowoczesne technologie w turystyce i hotelarstwie*, „Rynek Turystyczny”, nr 13/14.
- „Rynek turystyczny”, nr 13/14 2001
- Szablikowska-Manyś M., Miedzińska I., 2007, *Stereotyp w pojmowaniu i kreowaniu czasu wolnego kobiet na wybranych przykładach*, [w:] *Turystyka i podróżowanie w aksjologicznej perspektywie*, pod red. M. Kazimierczaka, Wyd. AWF Poznań
- Tarkowska E., 2001, *Czas społeczny a czas wolny: koncepcje i współczesne przemiany*, [w:]
- Żarnowska A., Szwarc A. (red), *Kobieta i kultura czasu wolnego*, Wyd. DiG Warszawa
- Tourism 2020 vision. Influences, directional flows and key trends. A new forecast from the World Tourism Organization. Executive summary*, 1997, World Tourism Organization, Madrid.
- Urry J., 2007, *Spojrzenie turysty*, PWN, Warszawa.
- „Wiadomości turystyczne” nr 10, 2006

Źródła internetowe:

- www.betterpoland.com
- www.citybreakexpo.com
- www.citybreaksguide.com
- www.krakow.mazurkas.pl
- www.krakow.turystyka.pl
- www.maxima.com.pl
- www.medialine.pl

www.orbis.pl
www.promotion.com.pl
www.przewodnik.onet.pl
www.tbw.pl
www.traper.poznan.pl
www.travelcounsellors.co.uk/City-Breaks
www.um.warszawa.pl

Załącznik nr 1. OFERTA TYPU CITY BREAK BIURA TURYSTYCZNEGO „POLISH TRAVEL ADVENTURE” Z KRAKOWA²⁰



CITY BREAK – 3 DNI KRAKÓW – DWA DNI W KRÓLEWSKIM MIEŚCIE

Zapraszamy Cię na wyjątkowy weekend do Krakowa – miasta, po którym niegdyś przechadzali się polscy królowie, a teraz zasiadają przy kawiarnianych stolikach znani artyści i ludzie ze świata biznesu, miejsca, w którym wspaniała architektura sąsiaduje z przytulnymi klubami, a turyści zaraz po przybyciu stają się częścią tworzonej codziennie historii...

Dzień 1. Przyłot do Krakowa

Tego dnia spotkamy się z Tobą na lotnisku w Krakowie, skąd zawieziemy Cię do hotelu o wybranym przez Ciebie standardzie. Wieczorem proponujemy kolację w typowej polskiej restauracji. Jeżeli masz na to ochotę i nie dopadnie Cię zmęczenie po podróży, możemy zorganizować na wieczór również bilety do teatru czy filharmonii, zaprosić Cię na koncert jazzowy lub po prostu odwiedzić z Tobą kilka sławnych krakowskich pubów, byś poznał prawdziwe życie miasta, nie tylko jego turystyczną twarz.

Dzień 2. Zwiedzanie Krakowa i Kopalni Soli w Wieliczce

Po śniadaniu zapraszamy Cię na niezapomnianą wycieczkę śladami legend, historii i kultury po historycznym centrum Krakowa. Możemy Cię zapewnić, że ulice, którymi będziemy spacerować podczas tej wycieczki mają swoją wielowiekową historię, a każde mijane miejsce ma do opowiedzenia coś ciekawego o wydarzeniach, które się tu rozgrywały. Naszymi opowieściami spróbujemy przekazać Ci prawdę o czasach, kiedy ulicą Floriańską podążały orszaki królewskie na zamek, na krakowskim Rynku odbywały się wystawne uczyty, a w Wawelskiej Katedrze, którą z nami obejrzysz, rozbrzmiewały tony mszy koronacyjnej J.S. Bacha. Pokażemy Ci między innymi dziedziniec Wawelskiego Zamku, nie tylko jako ciekawe architektonicznie miejsce, ale również jako świadka rycerskich turniejów i królewskich spotkań, prastarą monarszą siedzibę i centrum wszelkich wydarzeń i rzeczy, które można by w skrócie określić mianem Polska.

Po lunchu udowodnimy Ci, że podróż do wnętrza Ziemi może rozpocząć się już 10 kilometrów na południe od Krakowa, w małym mieście o nazwie Wieliczka. Właśnie tam znajduje się zabytkowa Kopalnia Soli, w której zobaczyć można cudowny solny świat - podziemne korytarze, dawne szyby górnicze, komory, z których wydobywano niegdyś sól,

²⁰ www.krakow.turystyka.pl

tajemnicze, podziemne jeziora, przepiękne solne kaplice i rzeźby wykonane przez miejscowych górników. Atmosfera tego miejsca sprawi, że poczujesz się niezwykle, jego klimat uczyni Cię zdrowszym, a spacer górnictwami korytarzami sprawniejszym fizycznie.

Po przejściu Trasą Turystyczną proponujemy kolację w eleganckiej krakowskiej restauracji przy Rynku Głównym.

Dzień 3. Zwiedzanie Kazimierza i Muzeum Auschwitz- Birkenau, powrót

Ten dzień to dzień refleksji i wspomnień, dzień zadawania trudnych pytań i szukania na nie odpowiedzi. Po śniadaniu chcemy zaproponować Ci niecodzienną wycieczkę szlakiem kultury i historii żydowskiej. Pragniemy pokazać Ci to, co zostało z tętniącego niegdyś życiem, żydowskiego Kazimierza, pospacerować po sławnej ulicy Szerokiej z czynną do dzisiaj synagogą Remu, zabrać Cię w miejsce, z którego obejrzeć można fragmenty murów wojennego getta, zobaczyć prawdziwą fabrykę Schindlera na krakowskim Zabłociu, stanąć pod pomnikiem w miejscu byłego obozu zagłady w Płaszowie.

Po lunchu planujemy wyjazd do Auschwitz, największego obozu stworzonego przez Nazistów na ziemiach polskich. Lokalny przewodnik opowie Ci o historii tego miejsca, warunkach życia więźniów i zaprowadzi do pomnika utworzonego przy ruinach krematorium w Birkenau.

Wieczorem odwiedzimy Cię na lotnisko i pomożemy w załatwieniu wszelkich szczegółów związanych z Twoim bezpiecznym powrotem do kraju.

* Program imprezy może ulec zmianie w zależności od zapotrzebowania, pomysłów i czasu, jakim dysponujesz!

Cena: Zależy od ilości osób uczestniczących w imprezie i od wybranego standardu hotelu, zostanie skalkulowana na podstawie informacji zamieszczonych w formularzu

W cenę wliczone są: opieka pilota mówiącego w języku określonym przy zamawianiu wycieczki, usługi lokalnych przewodników (według szczegółowych ustaleń) prywatny transport, noclegi (standard według szczegółowych ustaleń), wyżywienie (ilość posiłków według szczegółowych ustaleń), bilety wstępu do zwiedzanych obiektów (według szczegółowych ustaleń)

CITY BREAK – 4 DNI KRAKÓW – KULTURA NA WYCIĄgniĘCIE RĘKI

Zapraszamy Cię na wyjątkowy weekend do Krakowa – miasta, w którym wszystko jest na wyciągnięcie ręki. Tylko tutaj w ciągu kilku dni zobaczysz trzy obiekty z Listy UNESCO (historyczne centrum miasta, Kopalnię Soli w Wieliczce, Muzeum Auschwitz – Birkenau), odpoczniesz, najesz się do woli i jeszcze zdążysz zrobić zakupy.

Dzień 1, 2 i część 3 – jak w ofercie 3-dniowej

Dzień 3. inny program wieczorny:

Wieczorem zapraszamy na kolację i koncert pieśni żydowskiej do Galerii Galicja, gdzie obejrzeć możesz również wspaniałe fotografie przedstawiające żydowską przeszłość, teraźniejszość i przyszłość Krakowa i całej południowej Polski.

Dzień 4. Powrót

Chcielibyśmy tego dnia nie tylko odwiedzić cię na lotnisko i zadbać o wszelkie szczegóły związane z Twoim powrotem do kraju, ale także zapewnić Ci, że kraj, z którego wyjeżdżasz, to kraj, który warto było zobaczyć i do którego zawsze możesz wrócić. I że dajemy Ci nasze adresy internetowe nie tylko, aby dopełnić pewnych formalności, ale

również dlatego, że pragniemy utrzymywać z Tobą kontakt i odpowiadać na Twoje pytania, jeśli tylko Ci się one nasuną po powrocie do domu...

* Program imprezy może ulec zmianie w zależności od zapotrzebowania, pomysłów i czasu, jakim dysponujesz!

Cena: Zależy od ilości osób uczestniczących w imprezie i od wybranego standardu hotelu, zostanie skalkulowana na podstawie informacji zamieszczonych w formularzu

W cenę wliczone są: opieka pilota mówiącego w języku określonym przy zamawianiu wycieczki, usługi lokalnych przewodników (według szczegółowych ustaleń) prywatny transport, noclegi (standard według szczegółowych ustaleń), wyżywienie (ilość posiłków według szczegółowych ustaleń), bilety wstępu do zwiedzanych obiektów (według szczegółowych ustaleń)

CITY BREAK – 5 DNI W PIĘĆ DNI DOOKOŁA KRAKOWA

Zapraszamy Cię na krótką podróż po Krakowie i jego najbliższych okolicach. Zapewniamy, że pięć dni wystarczy, żeby bez pośpiechu zobaczyć najważniejsze krakowskie i małopolskie atrakcje, wczuć się w atmosferę naszego kraju, spróbować tutejszej, wyśmienitej kuchni, poznać ludzi, którzy mają coś ciekawego do powiedzenia...

Dzień 1, 2, 3 – jak w ofercie 4-dniowej

Dzień 4. Folklorystyczny spacer po Zakopanem śladami żywej wciąż kultury ludowej

Po śniadaniu zapraszamy na wycieczkę do Zakopanego – niezwykle malowniczego miasta u stóp polskich Tatr, naszej „Zimowej Stolicy”. Chcemy, byś znalazłszy się tu poczuł pulsującą w górach energię, ich piękno i tajemniczą, pradawną moc. Oczywiście najlepiej zrobić to podczas kilkugodzinnej wyprawy zakończonej góralską herbatą w którymś z tatrzańskich schronisk, do czego szczerze namawiamy. Jeśli jednak nie czujesz się na siłach bądź nie masz ochoty czy czasu na dalekie wędrówki, zapraszamy na krótką przestrzenną podróż kolejką linową na szczyt Gubałówki skąd rozciąga się niezapomniany widok na Tatry. W samym mieście nie wolno przeoczyć Krupówek – tętniącej życiem promenady pełnej sklepów, restauracji, klubów, trzeba również zobaczyć niezwyklej architekturę drewnianą, która ze względu na swą oryginalność i odrębność stylu zyskała miano zakopiańskiej. Po dniu pełnym wrażeń, proponujemy posiłek w regionalnej restauracji, gwarantujemy, że smaku lokalnych dań w górskiej scenerii nie zapomina się tak łatwo...

Dzień 5. Powrót

Chcielibyśmy tego dnia nie tylko odwieźć cię na lotnisko i zadbać o wszelkie szczegóły związane z Twoim powrotem do kraju, ale także zapewnić Cię, że kraj, z którego wyjeżdżasz, to kraj, który warto było zobaczyć i do którego zawsze możesz wrócić. I że dajemy Ci nasze adresy internetowe nie tylko, aby dopełnić pewnych formalności, ale również dlatego, że pragniemy utrzymywać z Tobą kontakt i odpowiadać na Twoje pytania, jeśli tylko Ci się one nasuną po powrocie do domu...

* Program imprezy może ulec zmianie w zależności od zapotrzebowania, pomysłów i czasu, jakim dysponujesz!

Cena: Zależy od ilości osób uczestniczących w imprezie i od wybranego standardu hotelu, zostanie skalkulowana na podstawie informacji zamieszczonych w formularzu

W cenę wliczone są: opieka pilota mówiącego w języku określonym przy zamawianiu wycieczki, usługi lokalnych przewodników (według szczegółowych ustaleń) prywatny transport, noclegi (standard według szczegółowych ustaleń), wyżywienie (ilość posiłków według szczegółowych ustaleń), bilety wstępu do zwiedzanych obiektów (według szczegółowych ustaleń).

CITY BREAK – 6 DNI W KRAKOWSKIM TYGLU KULTUR, RELIGII I HISTORII

Mamy nadzieję, że sześć dni, które przeznaczysz na odwiedzenie Krakowa i okolicznych miejscowości, będą dla Ciebie niezapomnianą przygodą. Dołożymy wszelkich starań, by pokazać Ci wszystko, co warto tu zobaczyć w ciekawy i bezpośredni sposób – bez pośpiechu, bez „zaliczania” kolejnych miejsc tylko dlatego, że opisano je w przewodniku turystycznym. Pragniemy opowiedzieć Ci w ciekawy sposób o przeszłości, teraźniejszości i przyszłości niezwykłego miasta i powiązanych z nim miejscowości, zwracając uwagę na ich różnorodność, wielokulturowość, pokazując życie zwykłych ludzi, którzy wybrali Kraków spośród tylu innych miast by tutaj właśnie żyć, pracować i marzyć...

Dzień 1, 2, 3 i 4 – jak w ofercie 5-dniowej

Dzień 5. Częstochowa – duchowa stolica Polski, Ojcowski Park Narodowy

Dzisiaj po śniadaniu zapraszamy na niezwykłą podróż w głąb polskiej historii i katolickiej tradycji, do miejsca, które dla wielu stanowi kwintesencję polskości, życiowy cel i przyczynę podejmowanych trudów pielgrzymowania. Oprócz barokowej Bazyliki ze sławną Kaplicą Matki Boskiej Częstochowskiej, zwiedzać tu można również skarbiec, w którym zgromadzono dary i wota składane w podzięcie Czarnej Madonnie, historyczne księgi, świadectwa i dokumenty będące częścią polskiej historii.

Niezależnie od tego, kim jesteś, jakiego jesteś wyznania, jakie są Twoje sądy i przekonania, uważamy, że podróż do Jasnogórskiego Sanktuarium stanowi punkt obowiązkowy na drodze do zrozumienia czegoś, czego być może szukasz podczas swoich dalekich podróży, źródła, nieuchwytnego początku fascynującej opowieści, który w skrócie i dużym uproszczeniu można by nazwać polskością...

Po lunchu udamy się w podróż powrotną do Krakowa zwiedzając jednak po drodze położone w niesamowitej scenerii Ojcowskiego Parku Narodowego, ruiny zamków na Szlaku Orlich Gniazd. Po krótkim odpoczynku w hotelu i ostatnich przed wyjazdem zakupach, proponujemy pożegnalną kolację w jednej z krakowskich restauracji.

Dzień 6. Powrót

Chcielibyśmy tego dnia nie tylko odwieźć cię na lotnisko i zadbać o wszelkie szczegóły związane z Twoim powrotem do kraju, ale także zapewnić Cię, że kraj, z którego wyjeżdżasz, to kraj, który warto było zobaczyć i do którego zawsze możesz wrócić. I że dajemy Ci nasze adresy internetowe nie tylko, aby dopełnić pewnych formalności, ale również dlatego, że pragniemy utrzymywać z Tobą kontakt i odpowiadać na Twoje pytania, jeśli tylko Ci się one nasuną po powrocie do domu...

* Program imprezy może ulec zmianie w zależności od zapotrzebowania, pomysłów i czasu, jakim dysponujesz!

Cena: Zależy od ilości osób uczestniczących w imprezie i od wybranego standardu hotelu, zostanie skalkulowana na podstawie informacji zamieszczonych w formularzu

W cenę wliczone są: opieka pilota mówiącego w języku określonym przy zamawianiu wycieczki, usługi lokalnych przewodników (według szczegółowych ustaleń) prywatny transport, noclegi (standard według szczegółowych ustaleń), wyżywienie (ilość posiłków

według szczegółowych ustaleń), bilety wstępu do zwiedzanych obiektów (według szczegółowych ustaleń).

Załącznik nr 2. OFERTA TYPU CITY BREAK HOTELOWY „NOVOTEL” Z GRUPY HOTELOWEJ ORBIS S.A.²¹



City Breaks – Wyskocz w miasto *Odkryj Polskę, korzystając z niskich cen!*

Przygotowaliśmy dla Ciebie specjalny pakiet „City Breaks – Wyskocz w miasto”, który zawiera:

- śniadanie dla dwóch osób
- bezpłatny nocleg i śniadanie dla dwojga dzieci poniżej 16 lat mieszkających w pokoju opiekunów
- wstęp wolny do fitness center, spa, basenu (w zależności od hotelu)
- późny check-out w niedzielę do godziny 17.00 (w większości Novoteli na świecie)

Oferta dotyczy minimum 2 nocy.

Hotele, które biorą udział w promocji:

- Novotel Gdańsk Centrum
- Novotel Gdańsk Marina
- Novotel Katowice Centrum
- Novotel Kraków Centrum
- Novotel Kraków Bronowice
- Novotel Poznań Centrum
- Novotel Poznań Malta
- Novotel Szczecin
- Novotel Warszawa Centrum

City break – an attempt to explain and define the phenomenon with regard to Polish market of tourist services

Abstract:

The article presents short tourist trips to cities as a modern form of cultural tourism taken up individually. The authors clarify and organize the definitions, present the genesis of city break offers, analyze their organization and the group of the offer suppliers, as well as they attempt to draw a brief characteristic of the typical consumer.

²¹ www.orbis.pl