

Raport

Ewa Malchrowicz

Polscy touroperatorzy turystyki kulturowej

Wprowadzenie:

Celem opracowania pierwszego w Polsce raportu na temat touroperatorów wyspecjalizowanych i aktywnych w dziedzinie turystyki kulturowej było zebranie informacji o realnym stanie oferty tego segmentu turystyki w kraju. Ma on w założeniu być wstępnym źródłem informacji dla wykładowców i studiujących turystykę kulturową, wskazującym im, do kogo mogą kierować pytania o wyprawy kulturowe, ich destynacje, profile turystów czy zgłaszane przez nich potrzeby. Raport może być także bazą informacyjną dla organizatorów turystyki, którzy dowiedzą się z niego, kto może być wykonawcą bardziej wymagających zleceń w tym zakresie grup i osób zainteresowanych tą formą podróżowania. Z lektury raportu odbiorca może dowiedzieć się, gdzie mogą być zamawiane podróże kulturowe do różnych destynacji oraz kto, gdzie i na jakim poziomie oferuje usługi w ramach poszczególnych ich form – dlatego może on być wykorzystany także przez indywidualnych turystów jako potencjalna baza danych o usługodawcach. Opracowanie może się również okazać przydatną wskazówką dla osób zajmujących się strategią działania polskich biur podróży, gdyż wskazuje na potencjalnie atrakcyjne a wciąż niezagospodarowane nisze turystyczne.

Metodologia:

Dla potrzeb raportu zapoznano się z wymienioną literaturą fachową, zanalizowano zasoby Internetu oraz przygotowano ankiety na temat turystyki kulturowej, które wysłano do wszystkich ważniejszych organizatorów turystyki kulturowej w Polsce. W ankietach zapytano między innymi o: profil działalności względnie wiodący segment oferty, przeważającą grupę klientów (polscy – obcokrajowcy, w tym dominujące grupy narodowościowe), odsetek wypraw i turystów przyjazdowych i wyjazdowych, typy wycieczek, w których biuro się specjalizuje, najpopularniejsze destynacje, długość organizowanych podróży kulturowych, ilość obsługiwanych grup i klientów w skali roku oraz orientacyjny roczny poziom obrotów. Dane uzyskano w lipcu i sierpniu 2011.

Raport opracowano w trzech częściach:

część I – touroperatorzy specjalizujący się w turystyce kulturowej

część II – touroperatorzy specjalizujący się w poszczególnych formach turystyki kulturowej

część III – więksi touroperatorzy działający na terenie Polski, dla których turystyka kulturowa jest jedną z ważniejszych gałęzi ich oferty

Wyniki analizy:

I. Polskie biura podróży specjalizujące się w turystyce kulturowej¹ (dla tych biur podróży turystyka kulturowa jest głównym obszarem działalności; biura te oferują przynajmniej cztery różne formy podróży kulturowych²):

¹ Wybór autorki oparty został na jej bieżącej obserwacji rynku turystycznego w Polsce.

² Najstarszym z wymienionych biur podróży jest LogosTour, jednakże ten touroperator nie od początku swojego istnienia deklarował organizację podróży kulturowych. Czyste formy turystyki kulturowej jako pierwszy zaczął organizować Marco der Pole (12 lat na rynku). Natomiast pierwszy raz w historii polskich touroperatorów, wyrażenie „organizator turystyki kulturowej” pojawiło się w nazwie poznańskiego biura podróży Kultour.pl,

a/ polscy organizatorzy turystyki kulturowej z najbogatszą ofertą

1. Biuro Podróży KulTour.pl – Organizator Turystyki Kulturowej i Edukacyjnej (Poznań)
2. IdeaTour Podróże Kulturowe (Gdańsk)
3. Logos Travel Marek Śliwka, (Poznań)
4. Marco der Pole (Kraków)
5. Culture Art Travel – Kultura Sztuka Podróże (Lublin)
6. WarsawAdventure, (Warszawa)
7. LogosTour (siedziba w Warszawie, oddziały w największych miastach Polski)
8. Almatour (siedziba w Warszawie, oddziały w największych miastach Polski)

Komentarz: Biura turystyki kulturowej w Polsce znajdują się w większości z najważniejszych polskich miast – nie są one natomiast lokalizowane w średnich i mniejszych miejscowościach, co wynika z faktu nadal utrzymującej się niszowej skali tego rodzaju turystyki w naszym kraju. Ilość biur specjalizujących się w organizowaniu turystyki kulturowej jest niewielka. Jednak należy zaznaczyć, że świadczą one swoje usługi zgodnie ze światowymi standardami, a struktura ich oferty świadczy o tym, że ich kadry dobrze rozumieją istotę i cele turystyki kulturowej. Zgodnie z postulatami teoretyków turystyki kulturowej ważną funkcją krajowych biur wyspecjalizowanych w tym zakresie powinna być obsługa turystów przyjazdowych, gdyż bez tego turystyka kulturowa do Polski nadal pozostałaby tylko elitarną (czyli niszową) aktywnością. Biura powinny oferować między innymi poznanie regionów, w którym są zlokalizowane. Takie zadanie jest dobrze wypełniane w Warszawie (WarsawAdventure), Poznaniu (Kultour.pl.), Gdańsku (IdeaTour), Krakowie (Marco der Pole) i Lublinie (Kultura Sztuka Podróże). Oprócz tego, wymienione pięć biur oferuje również wycieczki po całym terenie kraju dla turystów zagranicznych, zajmuje się tym również LogosTour. Większość z wymienionych w raporcie polskich biur turystyki kulturowej posiada szeroką ofertę turystyki wyjazdowej. Jednocześnie bardzo widoczna jest skromna oferta turystyki kulturowej po Polsce skierowana do samych Polaków. Usługi takie oferują wprost jedynie dwa ośrodki: biuro Kultour.pl z Poznania i założone w roku 2010 biuro Kultura Sztuka Podróże z Lublina. Potrzeby polskich miłośników turystyki kulturowej, preferujących zwiedzanie własnego kraju, wydają się zatem być tylko w niewielkim stopniu zauważone po stronie popytu. Wydaje się, że już samo istnienie tej luki powinno stanowić wezwanie dla touroperatorów do podjęcia odpowiednich działań, które mogą w tej sytuacji okazać się relatywnie zyskowe.

b/polscy organizatorzy turystyki kulturowej o ograniczonym zasięgu (działający na konkretnym obszarze):

9. Glob Net, z siedzibą w Częstochowie (usługi wyłącznie na terenie Indii i Nepalu)
10. Polskie Biuro Podróży w Meksyku, z siedzibą w Quintana Roo (usługi wyłącznie na terenie Ameryki Południowej i Środkowej; prawdopodobnie jedyne polskie biuro turystyki kulturowej z siedzibą zagranicą)

c/ przykłady polskich biur podróży, nie deklarujących swojej działalności jako realizację turystyki kulturowej, przy jednoczesnej dominacji tego rodzaju wypraw w ich ofercie:

11. Biuro Turystyczne Sabat, z siedzibą w Starachowicach
12. Biuro Podróży CST TRAVEL, z siedzibą w Krakowie
13. Biuro Podróży Polonus, z siedzibą w Warszawie
14. RAMS, z siedzibą w Jaworznie

które działa od roku 2004. W zależności od przyjętego kryterium każde z nich mogłoby być zatem uznawane za pierwszego organizatora turystyki kulturowej w Polsce.

15. Ecotravel, z siedzibą w Krakowie
16. Biuro Turystyki Zagranicznej Progress Travel, z siedzibą w Sulęcinie
17. AKADEM Incoming Poland z Warszawy
18. BTE Travel&Study Tours z Krakowa

Komentarz: Tych biur podróży prawdopodobnie jest w rzeczywistości najwięcej, w raporcie wymieniono jedynie ważniejsze z nich, posiadające bogatszą ofertę lub zdecydowanie większe obroty.

Wyniki badań ankietowych: Najważniejsze biura turystyki kulturowej zasadniczo dzielą się w Polsce na dwie grupy: zajmujące się w większości turystyką przyjazdową (jak Marco der Pole czy WarsawAdventure) oraz zajmujące się przede wszystkim turystyką wyjazdową (IdeaTour Podróże Kulturowe, Logos Travel Marek Śliwka i Almatour). Względna równowaga zarówno co do oferty jak i ilości realizowanych wypraw pomiędzy turystyką kulturową wyjazdową i przyjazdową występuje w przypadku trzech spośród wyspecjalizowanych touroperatorów: biur Kultour.pl i Culture Art Travel (tylko Europa) oraz biura LogosTour (cały świat).

Z ofert zamieszczonych na portalach oraz ankiety wynika, że najpopularniejsze polskie destynacje turystyki kulturowej to:

- regiony: Małopolska, Pomorze Gdańskie, Warmia i Mazury, Dolny Śląsk, Polesie Lubelskie,
- miasta: Kraków, Warszawa, Gdańsk, Poznań, Lublin,
- oraz szlaki: Szlak Piastowski, Szlak Trzech Kultur.

Do Polski najczęściej przyjeżdżają Niemcy (83% turystów kulturowych incoming), Rosjanie, Austriacy, Włosi i Francuzi. Potwierdzają to informacje od ankietowanych touroperatorów.

Najpopularniejsze europejskie destynacje turystyki kulturowej to:

Lwów i Ukraina Zachodnia, Praga i Republika Czeska, Niemcy (w tym Berlin), Austria (przede wszystkim Wiedeń), Słowacja, Węgry, Litwa.

Najpopularniejsze destynacje polskich organizatorów turystyki kulturowej poza Europą to: Chiny, Indie, Rosja (część azjatycka), Mongolia, Laos, Kambodża.

Podróże kulturowe najczęściej odbywane są w formie wypraw kulturowych do historycznych miast (3-4 dniowe pobyty), podróży tematycznych (na przykład biograficznych i po szlakach, 3-7 dniowych) oraz w formie krótkich wyjazdów z jednodniowym zwiedzaniem miast z przewodnikiem miejskim.

Podróże kulturowe organizowane przez polskie biura podróży i trwające do 4 dni stanowią 30% wyjazdów, a wycieczki dłuższe niż 4 dni – 70% (tu jednak statystyki podwyższają wyprawy egzotyczne, które rzadko trwają mniej niż tydzień).

Jak wynika z analizy nadesłanych odpowiedzi, przeciętne polskie biuro turystyki kulturowej obsługuje rocznie między 15 a 25 grup wielodniowych (co przy ograniczonej liczebności grup daje około 600 klientów indywidualnych rocznie), oraz nawet do 300 grup jednodniowych. Biorąc pod uwagę zdecydowanie wyższą skalę przychodów z imprez organizowanych na tym poziomie i dla względnie zamożnej grupy konsumentów, ich roczny przychód podzielony na 12 miesięcy może osiągnąć poziom około 75 tys. PLN miesięcznie.

Komentarz i postulaty: Potencjał polskiego dziedzictwa kulturowego dla rozwoju turystyki kulturowej, który należy uznać za stosunkowo duży, pozostaje nie w pełni wykorzystany. Wprawdzie działające w Polsce biura podróży oferują usługi zgodne z najwyższymi standardami tej formy podróżowania, jednakże ich ilość jest nadal niewielka. Z kolei, choć coraz więcej polskich touroperatorów organizuje podróże które na podstawie ich programów można bez wątpienia określić jako kulturowe, to jednak nie wyodrębniają ich one jako takich w swojej ofercie, a także stosują do takich ofert nieadekwatną terminologię (jak np. „wycieczki objazdowe”) co może świadczyć o tym, że same kadry tych przedsiębiorstw nie są w pełni świadome ani istoty turystyki kulturowej, ani jej potencjalnej atrakcyjności dla polskich klientów. Stan ten jest rezultatem z jednej strony nikłej znajomości głównych cech

fenomenowi turystyki kulturowej w kręgach branżowych w Polsce, z drugiej jednak także ich przekonania o ograniczonej nośności oferty jednoznacznie klasyfikowanej jako „kulturowa”. Dowodem na to ostatnie niech będzie choćby fakt, że nierzadko polski touroperator proponując określoną wyprawę odbiorcy zagranicznemu używa w jej tytule terminu „wyprawa kulturowa” lub „wycieczka studyjna” – a w odniesieniu do oferty o bardzo podobnym programie, skierowanej do polskiego klienta, stosuje określenie „wycieczka objazdowa”. Dla zaradzenia temu stanowi rzeczy – i w efekcie dla wykreowania oryginalnych produktów turystyki kulturowej dla polskich odbiorców – niezbędna wydaje się współpraca teoretyków z organizatorami podróży w branży turystyki kulturowej w postaci publikacji, szkoleń i – przede wszystkim – rewizji programu studiów turystyki.

II. Biura specjalizujące się w jednej z form turystyki kulturowej³:

II.A. KLASYCZNE PODRÓŻE KULTUROWE:

W zakresie organizacji klasycznych wypraw turystyki kulturowej, czyli turystyki dziedzictwa kulturowego (heritage tourism), turystyki muzealnej, turystyki literackiej i elitarnej turystyki eventowej (turystyki eventów kultury wysokiej) stanowiących główne formy klasycznej turystyki kulturowej – badanie nie wykazało istnienia w Polsce żadnego touroperatora specjalizującego się wyłącznie w tego rodzaju podróżach. Natomiast jako jeden z filarów swojej aktywności organizują je wszyscy touroperatorzy turystyki kulturowej wymienieni w rozdziale I, przy czym wszystkie te formy są obecne tylko w ofercie biura KulTour.pl z Poznania. W swojej nazwie wyrażenie „turystyka dziedzictwa kulturowego” posiada jedynie przedsiębiorstwo Green Traveller z Suchej Beskidzkiej działające przy Babiogórskim Stowarzyszeniu „Zielona Linia” – jednak z uwagi na fakt, że ten podmiot obsługuje wyłącznie region babiogórski, należałoby go zakwalifikować raczej jako operatora kulturowej turystyki regionalnej. Pojedyncze oferty z tego segmentu posiadają także poza wymienionymi m.in. Specjalistyczne Biuro Podróży PROEKO z Warszawy czy BTE Travel&Study Tours z Krakowa (organizujące pakiety i wyjazdy grupowe m.in. na Mozart Festival in Warsaw, Warsaw Chopin Weekends) oraz kilka mniejszych podmiotów.

II.B. TURYSTYKA EDUKACYJNA:

Najlepiej rozwiniętą w Polsce formą turystyki edukacyjnej jest turystyka językowa.

a/podróżę językowe:

Podróżę językowe w kraju i zagranicą jako jedyny lub główny segment swojej działalności oferują następujący touroperatorzy:

1. Lektor z Wrocławia
2. ATAS z Józefowa
3. Language Tourism z Ostrowa Wielkopolskiego
4. Biuro Turystyczne Wonderland Tours z Łodzi
5. Biuro Turystyki Pelikan ze Szczecina
6. PREMAR TRAVEL z Wrocławia
7. Agencja Turystyki LINGWISTA z Warszawy
8. Biuro Podróży ALMATRAMP z Łodzi
9. Biuro Podróży GEO z Chojnic
10. Biuro Podróży Mój Londyn z Krakowa
11. Travelbueno z Bielsko-Białej
12. Holiday Factory z Bielsko-Białej

Komentarz i postulaty: Mimo dużej liczby organizatorów podróży językowych, turystyka językowa na polskim rynku wciąż pozostaje działalnością niszową. Rzadko zdarza się, aby biuro podróży specjalizowało się wyłącznie w tym jednym segmencie turystyki. Jest to rynek

³ Klasyfikacja poszczególnych form oparta została na kryterium podziału form turystyki kulturowej [Mikos v. Rohrscheidt 2010] natomiast wybór prezentowanych oferentów na bieżącej obserwacji rynku turystycznego w Polsce, prowadzonej przez autorkę.

trudny i przeznaczony dla wytrwałych organizatorów. Mimo wciąż niesłabnącego zainteresowania nauką języków obcych za granicą, biura podróży łatwo zniechęcają się silną konkurencją ze strony szkół językowych.

W tym segmencie mieści się jednak kolejna nisza, która mogłaby z sukcesem zostać wykorzystana przez polskich touroperatorów – otóż żadne polskie biuro podróży nie organizuje wyjazdów językowych do Polski dla cudzoziemców (podobne działania w ramach kursów wakacyjnych podejmuje na przykład szkoła Calleo School of Polish z Krakowa). Warto również pamiętać, że obok możliwości nauki języka i poznawania polskiej kultury na cudzoziemców czekają też w Polsce inne ciekawe osobliwości natury lingwistycznej, jak na przykład Szlak Esperanto w Białymstoku. Wakacyjny kurs esperanto prawdopodobnie miałby szanse sporego powodzenia, jeśli tylko dobrze rozeznana zostałaby właściwa grupa docelowa takiej oferty⁴.

b/ podróże studyjne (study tours):

Analizę w tym zakresie należy poprzedzić koniecznym rozróżnieniem: Mianem podróży studyjnych bardzo często w języku polskim określa się podróże medialne, organizowane dla przedstawicieli środków przekazu w ramach promocji poszczególnych destynacji turystycznych. Natomiast kulturowa podróż studyjna, klasyczny gatunek kulturowej podróży edukacyjnej miewa w języku polskim różne określenia włącznie z terminem „podróż objazdowa”. W tym kontekście należy stwierdzić, że jakkolwiek szereg polskich podmiotów organizuje podróże „studyjne” (w istocie medialne, prasowe, promocyjne)⁵, to prawdziwe, klasyczne podróże studyjne dla obcokrajowców po Polsce oferuje poznańskie biuro KulTour.pl (posiadające zresztą ten termin w swojej pierwotnej nazwie „organizator turystyki studyjnej”) oraz Marco der Pole z Krakowa, Nature Travel z Białegostoku i (pod inną nazwą) Logos Tour z Warszawy.

c/ Podróże tematyczne i seminaryjne

Te rodzaje wypraw są także rzadko organizowane pod ich właściwą nazwą. Częściej określenie „turystyka tematyczna” czy „podróże (wyprawy) tematyczne” są zastępowane terminem „szlakiem” (np. podróż Szlakiem Piastowskim, szlakiem małopolskiego Renesansu, Szlakiem Jagiellonów czy Mickiewicza) – i z użyciem takiej lub podobnej nomenklatury organizują je wszystkie biura wymienione w rozdziale pierwszym⁶. Ciekawsze propozycje wypraw tematycznych pojawiają się sporadycznie także w ofercie mniejszych biur podróży, jak BIAL-TUR z Białegostoku, CONTI z Kluczborka czy BTE Travel&Study Tours z Krakowa (na przykład: Poland Unknown, Italian Renaissance in Poland, Religion & Arts). Z kolei podróże tematyczne do Japonii oferuje EX ORIENTE LUX z Warszawy.

Podróże seminaryjne natomiast (typowe wyprawy akademickie, adresowane głównie do zainteresowanych studentów, często w ramach programu studiów lub wymiany akademickiej) organizuje między innymi wyspecjalizowane Biuro Study Tours to Poland z Warszawy, a także różnego rodzaju fundacje (jak na przykład Fundacja Edukacji i Rozwoju Społeczeństwa Obywatelskiego z Łodzi). W przypadkach tych podmiotów – jakby w ramach ogólnego zamieszania w terminologii – wyprawy te są nazywane z kolei ... studyjnymi. Pod ich właściwą nazwą podróże seminaryjne (ale tylko na konkretne zamówienie) oferują natomiast biuro KulTour.pl z Poznania i biuro Sobtur ze Szczecina.

Analizując ofertę turystyki edukacyjnej w Polsce należy zwrócić uwagę także na zjawisko wycieczek edukacyjnych organizowanych przez biura podróży, które oferują je szkołom,

⁴ Więcej o turystyce esperanckiej w artykule I. Wysowskiej w publikacji „Współczesne podróże kulturowe”.

⁵ Takie podróże organizuje m.in. Polska Organizacja Turystyczna i szereg lokalnych organizacji turystycznych, np. stowarzyszenia (Stowarzyszenie Polskich Atrakcji Turystycznych i Dziedzictwa Narodowego „Festiwal Polska”), czy też takie organizacje jak Polska Izba Turystyki czy Poznańska Lokalna Organizacja Turystyczna.

⁶ Wyniki raportu są zgodne z treścią artykułu:

www.biznesfirma.pl/Biuro_podrozy_z_wycieczkami_tematycznymi,16754.sP.1.html:
„Niszą na tymże rynku może się okazać biznes oferujący wycieczki tematyczne”.

określane przez niektórych badaczy jako „turystyka szkolna” i często klasyfikowane jako odrębny segment turystyki. Jeżeli program takiego wyjazdu zawiera w większej części treści o charakterze kulturowym lub przynajmniej poznawczym, można go w zgodzie z definicją turystyki kulturowej [Mikos v. Rohrscheidt 2010, s. 42] zaliczyć do kulturowej turystyki edukacyjnej.

Touroperatorzy oferujący najszerszą gamę wyjazdów edukacyjno-kulturowych dla szkół to:

1. Biuro Podróży POLAND TRAVEL z Bielsko-Białej
2. Via Polonia z Warszawy (Hispaniola)
3. Jaris Event z Bydgoszczy
4. Biuro Turystyki Młodzieżowej „Maciej Stanisławski” z Piechowic
5. Tourist Track z Krakowa
6. Biuro Turystyki i Edukacji z Zielonej Góry
7. Biuro Usług Turystycznych Lubczyk z Poznania
8. Tuptuś z Gdańska
9. BTE Travel&Study z Krakowa
10. Biuro Turystyczne „Project” z Gorzowa Wielkopolskiego

Ponadto w grupie oferentów tej grupy produktów znajdziemy dziesiątki małych lokalnych biur podróży, posiadających ograniczoną ofertę i często skoncentrowanych właśnie na zaspokajaniu potrzeb placówek edukacyjnych. Często specjalizują się one dodatkowo, np. w zakresie „zielonych szkół, w organizacji wycieczek do historycznych miast: np. Krakowa, Gdańska, Warszawy Torunia czy Poznania) albo na najbardziej popularne szlaki turystyczne (Piaśkowski, Orlich Gniazd, ostatnio także śląski Szlak Zabytków Techniki).

Komentarz i postulaty: Turystyka edukacyjno-kulturowa dla szkół wydaje się być w naszym kraju bardzo dobrze rozwinięta. Prócz wyspecjalizowanych touroperatorów wyjazdy takie organizują różne ośrodki edukacyjne. Widoczny natomiast jest brak podobnej oferty skierowanej do innych grup wiekowych, na przykład do studentów czy seniorów. Wyjazdy takie organizują między innymi kluby seniorów i są to zorganizowane wyprawy grupowe. Jednakże jeśli przeciętny turysta-senior chciałby zamówić indywidualny pakiet edukacyjny, to może mieć trudności ze znalezieniem touroperatora, który mu to zapewni. Stan ten powinien się zmienić, tym bardziej, że seniorzy są w Polsce grupą coraz liczniejszą i coraz większa ich liczba posiada i czas i konieczne środki, aby podróżować. Turystyka osób starszych jest bardzo dobrze rokującym rynkiem do zagospodarowania. Wiele lat minie zapewne, zanim starsi Polacy zaczną podróżować w takiej skali jak na przykład emerytowani Niemcy, jednakże już dziś coraz chętniej podejmują oni wycieczki po własnym kraju.

IIC. POWSZECHNA TURYSTYKA KULTUROWA:

a/turystyka religijna i pielgrzymkowa:

Jest to obok turystyki miejskiej zdecydowanie najpopularniejsza w naszym kraju forma powszechnej turystyki kulturowej, a to ze względu na wciąż bardzo znaczny popyt wynikający z religijnej specyfiki Polaków. Wśród biur podróży specjalizujących się w tej formie turystyki do posiadających najbogatszą ofertę i działających najprężniej należą:

1. Biuro Turystyczne Pielgrzymkowe FRATER z Bydgoszczy
2. Biuro Turystyczne Pielgrzymkowe ALFA-TUR z Wrocławia
3. Franciszkańskie Biuro Turystyczne Pielgrzymkowe PATRON TRAVEL z Warszawy
4. Biuro Pielgrzymkowe Turystyczne NOMADA z Warszawy
5. Biuro Pielgrzymkowe Turystyczne ARCUS z Bydgoszczy
6. Biuro Pielgrzymkowe Turystyczne ELŻBIETA z Legnicy
7. Biuro Pielgrzymkowe AWERTOUR z Bielsko-Białej
8. Biuro Pielgrzymkowe ORATE z Komorowa
9. Biuro Pielgrzymkowe AVE z Katowic
10. Katolickie Biuro Pielgrzymkowe z Warszawy

Komentarz i postulaty: W raporcie wymieniono 10 touroperatorów, jednak w tym segmencie rynku funkcjonuje ich znacznie więcej. Obok nich podobną działalnością zajmują się dodatkowo ośrodki kościelne, tzw. duszpasterstwa pielgrzymkowe, działające przy poszczególnych diecezjach, prowincjach zakonnych a nawet większych parafiach. Pielgrzymki oferuje też wiele większych biur podróży (jak na przykład Eco Tour z Wrocławia) – dla tych biur są one tylko jedną z wielu gałęzi usług. Stronę podaźową rynku turystyki pielgrzymkowej w Polsce należy zatem uznać za w pełni nasyconą, a jej organizatorzy oferują już nie tylko pielgrzymki do najistotniejszych dla wiernych miejsc, jak Palestyna, Lourdes czy Fatima, ale mają w swojej ofercie także propozycje bardziej „wyszukane”, jak na przykład pielgrzymka śladami św. Jana Sarkandra czy podróż do miejsc związanych ze stygmatykiem, ojcem Pio. Zjawisko to wpisuje się w proces rozwarstwiania oferty i jej dalsza dywersyfikacja będzie zapewne kontynuowana, wyprzedzając w tym zakresie w Polsce zdecydowanie inne formy turystyki kulturowej.

Warto nadmienić, że w ostatnim czasie obok ofert stricte pielgrzymkowych pojawiają się także pojedyncze skierowane do Polaków oferty wyjazdów z programem turystyki religijnej (nie pielgrzymkowej). Taką ofertę można znaleźć przykładowo w ofercie biura KulTour.pl (podróż po niemieckich miejscach Reformacji z programem edukacyjnym) albo na portalu www.hispania-polonia.eu; z kolei biuro podróży Aurora z Sosnowca oferuje swoim klientom wyjazd na event religijny: „Niedziela Palmowa w Kalwarii Zebrzydowskiej”. Jeżeli chodzi o turystykę kulturowo-religijną (o ukierunkowaniu religioznawczym) dobrym przykładem takiej oferty są pojawiające się pojedyncze oferty tzw. „podróży życia” do Indii w celu odwiedzenia tamtejszych najważniejszych świątyń buddyjskich. Trudno na razie mówić o polskich touroperatorach wyspecjalizowanych w dziedzinie turystyki kulturowo-religijnej czy religioznawczej, jednakże turyści wchodzą w styczność z elementami jej oferty podczas znacznej części większości typowych wycieczek objazdowych i wypraw egzotycznych.

b/kulturowa turystyka egzotyczna:

Biura podróży specjalizujące się w kulturowej turystyce egzotycznej:

1. Prestige Holidays & Tours z Krakowa
2. Adventure Explores z Warszawy
3. Biuro Podróżników Flugo z Bydgoszczy
4. Marco Polo z Warszawy
5. Africa Line z Warszawy
6. Alco-Tours Kafarski z Ostrowa Wielkopolskiego
7. Air Tours z Krakowa
8. Adventure24 z Gliwic
9. Adventure Xt z Warszawy
10. Studio Podróży z Gdyni

Komentarz i postulaty: Oferty polskich touroperatorów podróży egzotycznych obejmują wszystkie części świata. Organizatorzy nieustannie dostosowują swoje produkty do potrzeb klientów i przygotowują je z myślą o różnych grupach docelowych. Można więc wyjechać z grupą zorganizowaną lub zdecydować się na ofertę indywidualną. W ofercie znajdują się między innymi wyjazdy dla wielbicieli nurkowania, safari czy miłośników medytacji i wiele innych. Obecny rynek podróży egzotycznych jest w Polsce bardzo dobrze rozwinięty. Liczba organizatorów w ostatnim dziesięcioleciu uległa znaczącej zmianie. O ile w okresie Polski Ludowej z trudem zaliczyć można było do tej kategorii kilku organizatorów (takich jak Almatour), to obecnie znaczących touroperatorów specjalizujących się w takich wyjazdach można liczyć już w dziesiątkach, a w raporcie wymieniono jedynie największe z nich. Oczywiście wyprawy takie organizują również podmioty największe, jak na przykład Rainbow Tours, dla którego egzotyka stanowi jedynie osobny segment oferty. Podaż w zakresie kulturowej turystyki egzotycznej funkcjonuje zatem w Polsce bardzo dobrze.

c/turystyka miejska (w tym city break):

Przykłady touroperatorów specjalizujących się w organizacji wycieczek dla cudzoziemców do miast polskich⁷:

1. Exciting Travel Poland z Krakowa
2. Poland Tour z Warszawy
3. Krakow Tours (touroperator polsko-brytyjski)
4. Furner Travel International z Warszawy

Przykłady touroperatorów specjalizujących się w organizacji wycieczek dla Polaków do miast polskich:

5. Grupa Fabricum z Łodzi
6. Biuro Turystyczne Sandra z Wrocławia
7. Biuro Turystyczne Gazela z Ustronia
8. Sun Travel z Piły („Piękna Polska”)

Przykłady touroperatorów specjalizujących się w organizacji wycieczek dla Polaków do miast zagranicznych:

Takim biurem jest CityTours (Europa Adventure) lub Madagaskar z Łodzi (posiadający osobną ofertę pod nazwą „City break”); jednakże prawie wszystkie biura podróży posiadają w swojej ofercie zwiedzanie miast gdyż od lat turystyka miejska jest jedną z najpopularniejszych form turystyki i od zawsze ruch turystyczny koncentrował się w największych i najpiękniejszych metropoliach świata. Ponadto wszystkie biura wymienione w rozdziale pierwszym (organizatorzy turystyki kulturowej w najpełniejszym zakresie) mają w swojej ofercie turystykę do ważniejszych polskich miast, najczęściej przy tym ich oferta jest najbogatsza w odniesieniu do miasta, w którym funkcjonują, jednak obejmuje także przynajmniej kilka innych ważniejszych ośrodków. Tak jest np. w przypadku KulTour.pl (znaczną koncentracją usług na Poznaniu z uwzględnieniem 5 innych miast) oraz Marco der Pole (koncentracja oferty na Krakowie).

Komentarz i postulaty: Lista touroperatorów wyspecjalizowanych w turystyce miejskiej po Polsce obejmuje zaledwie kilkanaście pozycji – jest ona zatem wciąż liczbą niezadowalającą. Można przyjąć, że jeszcze przez dłuższy czas będzie warto inwestować w poszerzanie oferty polskiej turystyki miejskiej, tak aby turysta zagraniczny nie odwiedzał standardowo tylko Warszawy, Krakowa i Gdańska, ale zobaczył również inne polskie miasta.

d/turystyka kulinarna:

Biura organizujące wycieczki kulinarne:

1. Polka Travel z Kielc (prawdopodobnie najbogatsza obecnie oferta na rynku: obejmuje kuchnię arabską i orientalną, azjatycką, „Starego Kontynentu,” latynoamerykańską, śródziemnomorską, kursy gotowania w Barcelonie i we Florencji, podróże piwne, „w 80 win świata”)
2. RAMS z Jaworzna (również bogata oferta: wakacje i wyprawy kulinarne do Hiszpanii, Francji, Argentyny, Portugalii, Turcji, Wietnamu, Anglii, Czech, Szwajcarii i na Cypr),
3. Maroko Travel z Poznania (kuchnia arabska),
4. Foodlovers z Warszawy (organizator wyjazdów kulinarnych w kraju i za granicą, prawdopodobnie jako jedyny zajmuje się także promocją kuchni regionalnych z terenu Polski),
5. Kulisy Smaku z Warszawy (właścicielem marki jest touroperator Nomada)
6. CateringBlaut z Bytomia (kuchnia włoska)

⁷ Usługi te oferują również biura turystyki kulturowej wymienione w rozdziale I.

7. Kulinarne Podróże z Gdyni (serwis HoReCa na Pomorzu)
8. Wakacje w Toskanii.pl z Warszawy (biuro zajmuje się turystyką regionalną i kulinarną)
9. Biuro Podróży CST TRAVEL z Krakowa (produkt Podróże z Winem)

Komentarz i postulaty: Polscy organizatorzy wyjazdów kulinarnych często nie są klasycznymi biurami podróży. Zajmują się oni także działalnością cateringową (CateringBlaut), sprzedają produktów spożywczych (Kulinarne Podróże) czy przyrządów kuchennych (Foodlovers). W niektórych przypadkach wyjazdy kulinarne są tylko częścią ich oferty (jak to jest w Maroko Travel). Turysta poszukujący propozycji kulinarnego wyjazdu znajdzie ją jednak bez większych problemów, gdyż również większe biura podróży, jak na przykład Triada, mają w swojej ofercie wyjazdy kulinarne („Paryż – szlakiem win i kabaretów”). Jednakże fakt, że w Polsce funkcjonuje tylko jedno biuro podróży wyspecjalizowane stricte w turystyce kulinarnej (Kulisy Smaku; będące od niedawna autonomiczną filią biura pielgrzymkowego Nomada) świadczy o niewielkim stopniu wykorzystania tego potencjału. Natomiast w sytuacji, kiedy żadne polskie biuro podróży nie organizuje wyjazdów kulinarnych do Polski dla cudzoziemców (a dla Polaków organizuje je jedynie Foodlovers), można już mówić o zaprzepaszczeniu kulinarnego potencjału turystycznego kraju, na który składają się nie tylko różnorodność polskiej kuchni czy polska gościnność, ale i istniejące już szlaki i trasy turystyczne. Warto wspomnieć, że z dużym powodzeniem działalnością taką zajmuje się już, godny naśladowania, touroperator... amerykański: POLAND CULINARY VACATIONS; (docenić należy także starania Almaturu, który przygotował i wprowadził na rynek produkt pt.: „Sandomierz Kulinary”). Wymienione w raporcie powyższe cztery formy turystyki, mieszczące się w obszarze powszechnej turystyki kulturowej, funkcjonują w Polsce na dobrym poziomie (przy czym w stadium początkowego rozwoju jest turystyka kulinarna). W dalszej części raportu przedstawione zostały natomiast (i pokrótce omówione) pozostałe formy, które funkcjonują w kraju w skali znacznie skromniejszej, a tym samym ich znaczący nierzadko potencjał pozostaje niewykorzystany.

e/kulturowa turystyka militarna⁸ – w Polsce nie funkcjonuje żadne biuro podróży, które specjalizowałoby się w tym segmencie wyjazdów turystycznych (brak wyspecjalizowanego touroperatora – w dalszej części raportu będzie używany skrót: BWT). W ofercie polskich biur podróży znajdują się jedynie pojedyncze wycieczki (Monte Cassino czy Szlakiem Zamków Krzyżackich). Najciekawszą z istniejących ofert posiada natomiast Biuro Turystyki Kulturowej i Edukacyjnej KulTour.pl (na przykład propozycja „Śladami dawnych fortec”).

f/turystyka obiektów przemysłowych i technicznych (turystyka industrialna) – brak wyspecjalizowanego touroperatora (BWT) w tej branży. W ofercie polskich biur podróży znajdziemy jedynie pojedyncze oferty, takie jak zwiedzanie łódzkich fabryk czy wycieczkę do Kopalni Soli w Wieliczce. Ogromny polski potencjał w tym zakresie skoncentrowany zwłaszcza na Śląsku jest zagospodarowany pasywnie tylko przez szlaki tematyczne.

g/turystyka kulturowa obszarów wiejskich – BWT. Niektórzy touroperatorzy mają w swojej ofercie pojedyncze tego rodzaju wycieczki, jak na przykład Exodus z Koszalina (wycieczka po Kaszubach) czy Ecotravel (wycieczka do Andaluzji obejmująca zwiedzanie puebllos blancos). Bardzo popularne wśród Polaków są obecnie wakacje w Toskanii, i to wykorzystuje wiele większych biur podróży.

h/regionalna turystyka kulturowa – BWT. Sytuacja jest podobna jak w przypadku na przykład turystyki kulturowej do miast czy na obszarach wiejskich – często turyści mają z nią styczność, ale żadne polskie biuro podróży się w tej dziedzinie nie specjalizuje. Natomiast

⁸ Zainteresowanych tematem np. touroperatorów odsyłam do książki T. Jędrysiaka i A. Mikosa v. Rohrscheidt „Militarna turystyka kulturowa”, wydanej w PWE w roku 2011, opisującej potencjał naszego kraju w tej dziedzinie.

pojawiają się pojedyncze takie propozycje dla turystów indywidualnych: jako ciekawy projekt w tej dziedzinie można wskazać na „Paszport Wielkopolanina”, opracowany przez KulTour.pl w odniesieniu do Wielkopolski i promujący jej kulturowe atrakcje różnego rodzaju (w liczbie 27), przy czym touroperator zobowiązuje się do organizowania wycieczek do uwzględnionych w paszporcie miejsc także dla niewielkich grup na każde zamówienie.

i/turystyka historyczna i „żywej historii” – BWT. Oczywiście wiele innych form podróży zawiera w sobie wątki i moduły historyczne, a więc turyści bardzo często stają się na szlaku „konsumentami historii” nieświadomie. Liczne biura podróży organizują także wycieczki o silnym akcencie historycznym w programie (na przykład GLOBAL Travel & Cruises). Podobną działalnością, a zwłaszcza promowaniem eventów „żywej historii” zajmują się organizacje o charakterze innym niż czysto turystyczny, jak na przykład Kuźnia Kultury. Instytucje takie organizują wycieczki na eventy o tematyce historycznej, jak na przykład coroczną inscenizację oblężenia Malborka czy rekonstrukcję bitwy pod Grunwaldem.

j/popularna turystyka eventowa (turystyka eventowa kultury popularnej) – ta forma turystyki nie ma nic wspólnego z na przykład imprezami integracyjnymi dla firm, organizowanych w formie eventu. Jej oferta znacząco różni się także od wypraw elitarniej turystyki eventowej. Do popularnej turystyki eventowej zaliczamy między innymi udział w masowych koncertach muzycznych, przedstawieniach teatrów otwartych czy festynach. Na polskim rynku nie funkcjonuje żaden touroperator wyspecjalizowany w tym sposobie spędzania czasu wolnego. Jedynie Biuro Podróży Polonus posiada na swojej stronie internetowej zakładkę „Jedziemy na koncert/wystawę”, a Tropical Travel zakładkę „Muzyka, teatr, sport” i tym samym – prawdopodobnie niezupełnie świadomie – oferują one swoim klientom turystykę eventową. Niekiedy biura turystyczne organizują wyjazdy na pojedyncze eventy (na przykład Ramis organizuje wycieczki do teatrów dla szkół). Często też biura podróży zajmują się sprzedażą samych biletów na wydarzenia kulturalne, nie organizując transportu czy pobytu w miejscu wydarzenia. Rzadko kiedy biura proponują bilety czy wyjazdy w odleglejsze zakątki Europy czy świata.

k/turystyka etniczna – dość popularna forma turystyki kulturowej. Jej szczególną odmianą jest turystyka polonijna. Podróże sentymentalne dla Polaków organizuje wiele biur podróży. Liderami w segmencie firm wyspecjalizowanych są biuro Podróży „Polonia”, Biuro Usług Turystycznych Inter-Zamość czy Biuro „Bezkręsy” (wycieczki na Kresy Wschodnie). Tego rodzaju wycieczki (w tym także wyprawy osób pochodzenia polskiego do starej ojczyzny) organizuje na większą skalę kilka większych polskich biur podróży, w tym w największej skali Mazurkas Travel, które swoją działalność od początku opierało na tej grupie docelowej i jej zainteresowaniach, jednak potem poszerzyło ofertę na inne rodzaje turystyki. Natomiast w zakresie (często utożsamianej z turystyką etniczną) turystyki etnograficznej (etnoturystyki), mającej w rzeczywistości więcej wspólnego z turystyką egzotyczną niż z etniczną, pod nazwą „wyprawy etniczne i przygodowe” funkcjonuje Polskie Biuro Podróży w Meksyku.

l/turystyka kulturowo-przyrodnicza – podobnie jak w przypadku powyższych form, trudno jest wskazać polskie biura podróży organizujące wyprawy o charakterze czysto kulturowo-przyrodniczym. Jednocześnie każda podróż takie wątki w sobie zawiera. Czy dane biuro się w tej formie specjalizuje czy nie – decyduje o tym świadomość organizatorów, i to czy oni sami za takowych się uważają. W Polsce pojawiają się biura, które świadomie zaczynają nazywać siebie organizatorami wycieczek kulturowo-przyrodniczych, na przykład Nature Travel czy Bialtur. Ponadto duża grupa programów wyjazdów w ramach turystyki edukacyjnej-szkolnej stanowi mieszanekę poznawania przyrody i kultury.

l/turystyka kolekcjonerska i hobbystyczna – BWT. Wynika to prawdopodobnie z faktu, że człowiek może mieć nieograniczoną ilość hobby oraz może kolekcjonować, co tylko zechce. Biura podróży oferują jednak nietypowe wyjazdy (na przykład wyjazdy na połowy ryb; podany przykład ma jednak niewiele wspólnego z turystyką kulturową). Pojawiają się także inicjatywy w ramach turystyki kreatywnej, jak oferta biura ART WALK w Warszawie

(podczas zwiedzania stolicy istnieje możliwość samodzielnego tworzenia w pracowni malarskiej, rzeźbiarskiej i ceramicznej pod okiem fachowca). Creative tourism powoli zaczyna być widoczny i coraz bardziej modny wśród polskich turystów (kreatywne wakacje proponuje na przykład biuro DADA).

Wyniki badań ankietowych odnośnie najpopularniejszych form powszechnej turystyki kulturowej:

Biura turystyki pielgrzymkowej w Polsce w 95% zajmują się turystyką wyjazdową Polaków. Najpopularniejsze cele pielgrzymek to: Włochy, Francja, Portugalia i Rosja. Przeważają podróże dłuższe niż 4 dniowe – 75%. Statystyczne biuro podróży obsługuje około 13 grup po 58 osób każdego miesiąca.

W kulturowej turystyce egzotycznej dominują takie kierunki jak: Indie, Nepal, Peru, Meksyk, Kuba, RPA, Japonia, Indonezja i Tajlandia. Klienci z Polski stanowią 95% ich uczestników. W 100% jest to turystyka wyjazdowa i w 100% egzotyczne wyprawy trwają dłużej niż 4 dni. Średnio biura w tym segmencie organizują 3 wyprawy miesięcznie i obsługują na nich 46 klientów indywidualnych łącznie. Najpopularniejsze formy to: objazdy, w tym z elementami aktywnymi takimi jak nurkowanie i safari. Przychód miesięczny w tej grupie organizatorów oscyluje w granicach 300 tys. pln miesięcznie.

Także biura zajmujące się turystyką kulinarną obsługują przede wszystkim Polaków (prawie 100%) i w prawie 100% jest to turystyka wyjazdowa poza Polskę. Najczęściej wyprawy przybierają formę kursów gotowania w danym miejscu albo podróży enologicznych (winoznawczych). Najpopularniejsze destynacje kulinarne to Włochy, Hiszpania, Francja, Indie i kraje Ameryki południowej. 60% takich wycieczek trwa dłużej niż 4 dni. Miesięcznie biura obsługują 2 grupy turystyczne po średnio 8 osób.

III. Duże polskie biura podróży, dla których turystyka kulturowa jest jedną z ważniejszych gałęzi ich oferty⁹:

a/biura, w ofercie których pojawia się nazwa turystyka kulturowa (lub inna zbliżona nazwa):

brak!

b/biura, w ofercie których nie pojawia się nazwa turystyka kulturowa (lub zbliżona) ale znaczący fragment ich oferty może być uznany za wyprawy kulturowe:

1. *TUI/Scan Holiday* proponuje m.in. wycieczki objazdowe po Maroko, Izraelu, Turcji, Zjednoczonych Emiratach Arabskich, Chinach, Singapurze i USA z ambitnym programem zwiedzania.

2. Bogatą ofertę pod nazwą „Zwiedzanie” proponuje *Triada*. Wśród destynacji między innymi: Grecja: Perły Hellady, Portugalia: Śladami Maurów oraz Maroko: Cesarskie Miasta.

3. Biuro podróży *Rainbow Tours* w swoich katalogach proponuje szeroką gamę objazdów poza kontynentem europejskim pod nazwą „Egzotyka”.

4. W ramach „Zwiedzaj z nami” wyjazdy kulturowe proponuje biuro podróży *Neckermann*. W ofercie między innymi: „Maroko: Królewskie Miasta”, czy „Kuba: Rum i Cygara”. Z kolei pod zbiorczą nazwą „Dalekie podróże” Neckermann proponuje wyjazdy egzotyczne, a pod tytułem „Angielski na Malcie” oferuje turystykę językową.

5. Wycieczki mocno zabarwione elementami kulturowymi posiada biuro podróży *Itaka*. Jednakże biuro to nie wykorzystuje tego faktu jako atut, gdyż w jego ofercie mieszczą się one pod nazwą „Wycieczki”, a wyrażenie „kultura” pojawia się dopiero w opisach programu (identyczna sytuacja jest w odniesieniu do egzotyki). Na stronach pojawia się natomiast wyrażenie „city break”, a także „zwiedzanie+wypoczywanie” (program 7+7 jest coraz

⁹ Wybór autorki oparty został na jej bieżącej obserwacji rynku turystycznego w Polsce.

popularniejszy w Polsce i tym samym daje turystom możliwość kontaktu z kulturą odwiedzanego miejsca). Ciekawe produkty posiada Itaka pod nazwą zbiorczą „Dla odkrywców” (na przykład podróże pod nazwą „W Poszukiwaniu Zaginionej Arki” czy „Tajemnice Nilu”).

6. Działy „Egzotyka” i „City Express” (turystyka miejska) posiada *Gromada*. W dziale „Wycieczki” znajdują się liczne propozycje o charakterze kulturowym.

7. Ciekawe propozycje z kulturą w tle posiada również biuro podróży Funclub (W+Z wypoczynek+zwiedzanie oraz wycieczki objazdowe).

* Natomiast w grupie większych biur nie posiadających w swojej ofercie wyjazdów o znamionach turystyki kulturowej można wymienić Ecco Holiday, Wezyr i Exim Tours.

Podsumowanie:

Przeprowadzona analiza pokazuje, że podaż usług w segmencie turystyki kulturowej polskiego rynku turystycznego jest bardzo nierównomierna. Popyt w zakresie takich form jej jak: turystyka pielgrzymkowa, kulturowa turystyka egzotyczna, turystyka językowa czy turystyka kulinarna jest obsługiwany w Polsce w skali zadowalającej. Pozostałe natomiast, w tym turystyka eventowa, industrialna, militarna czy nawet klasyczne podróże kulturowe (wszystkie o wysokim potencjale) – są obsługiwane tylko przez nielicznych polskich touroperatorów, przy czym nie istnieją biura wyspecjalizowane w tych zakresach. Bardzo często rodzimi touroperatorzy nie są nawet świadomi tego, co tak naprawdę sprzedają. Z drugiej strony na naszym rynku działa już kilka dobrze zorganizowanych firm, które prowadzą działalność wielokierunkową w segmencie turystyki kulturowej i starają się one wypełniać luki na polskim rynku usług turystycznych w tym obszarze. Co ważne – robią to na światowym poziomie. Te biura to przede wszystkim: KulTour.pl, IdeaTour, LogosTour, Marco der Pole i LogosTravel. Cieszy również, że coraz częściej także lokalni touroperatorzy (jak np. Polka Travel) dostrzegają zmieniające się preferencje polskich turystów i przygotowują niebanalne oferty. Ten stan należy uznać za dobry punkt wyjścia dla ich własnej ekspansji i dobry przykład dla potencjalnych naśladowców.

Literatura:

Jędrzyak T., Mikos v. Rohrscheidt A. 2011, *Militarna turystyka kulturowa*. Wyd. PWE, Warszawa, (rozdział czwarty)

Kazimierczak M. (red.), *Współczesne podróże kulturowe*, Wyd. AWF Poznań, 2010

Kruczek Z. 2011, *Egzotyczna turystyka kulturowa*, „Turystyka kulturowa” Nr 1-3, s. 33-49

Mikos v. Rohrscheidt A. 2011, *Turystyka kulturowa – fenomen, potencjał, perspektywy*, Wyd. 2, Poznań, (rozdział drugi)

Odpowiedzi ankietowanych touroperatorów, udzielone w dniach 4-24 sierpnia 2011.

Wykorzystane strony i portale WWW (dostęp do wszystkich i stan informacji z dni 14-17 sierpnia 2011)

oficjalne portale internetowe wymienionych w raporcie wyspecjalizowanych polskich touroperatorów wymienionych w raporcie (data dostępu i stan informacji: 14-17 sierpnia 2011)

www.wiadomosciturystyczne.pl/index.php?action=artykuly&start=artykul&m=0,58&ID=281

www.biznes-firma.pl/Biuro_podrozy_z_wycieczkami_tematycznymi,16754.html