

Obszary chronione w ofercie turystycznej wiodących organizatorów turystycznych na polskim rynku

Sylvia Graja-Zwolińska, Aleksandra Sychała

Abstrakt. Niniejszy artykuł ma na celu określenie stopnia udziału obszarów chronionych w ofercie turystycznej wiodących jej organizatorów. Aby owo założenie zostało zrealizowane, przestudiowano oferty 32 organizatorów turystycznych, którzy wg rankingu dodatku branżowego „Rzeczpospolitej” należą do głównych na polskim rynku; dodatkowo zastosowano metodę *mystery shopping*, by wychwycić ewentualne indywidualne propozycje. W świetle przeprowadzonych analiz nasuwają się dwa podstawowe wnioski: generalnie obszary chronione nie stanowią docelowej destynacji turystycznej, a jedynie jeden z wielu punktów programu imprezy turystycznej; tego typu miejsca w Polsce, mimo swojej powszechnej dostępności (m.in. cenowej), nie są przedmiotem zainteresowania organizatorów turystycznych. Traktowanie terenów przyrodniczo cennych jako „punktu na trasie” ogranicza poznanie specyfiki takiego terenu i sprowadza się do „zaliczenia kultowej atrakcji”, co nie sprzyja podnoszeniu świadomości ekologicznej społeczeństwa. Funkcje turystyczną z ekologiczną obszarów chronionych łączą ze sobą w swoich ofertach lokalni organizatorzy turystyczni.

Słowa kluczowe: formy ochrony przyrody, produkt turystyczny, biuro podróży

Abstract. Protected areas in touristic offers of leading tour operators on Polish market. The aim of this paper is to define a contribution level of protected areas in tourism offers of Polish main tour operators. To realize this assumption the authors scrutinized offers of 32 tour operators, who – according to tourism trade supplement in “Rzeczpospolita” newspaper – are the biggest in the market; additionally the authors used *mystery shopping* method, to find possibly individual tourist products. In the light of conducted analysis there are two main conclusions: generally the protected areas do not represent crucial destinations – they are only one of many points during journey; tour operators are not interested in these places in Poland, despite they are widely accessible and affordable. Treating these kind of areas only as an item in the program of the journey has limited their knowing and understanding and therefore it is not beneficial for developing ecological consciousness of the society. The ecological and touristic functions of protected areas are linked in offers of local niche tour operators.

Keywords: protected areas, tourist product, travel agency

Wstęp

Współczesny turysta, żyjący na co dzień w coraz bardziej przekształconej przestrzeni geograficznej, w trakcie swoich wyjazdów wakacyjnych pragnie doświadczać odmiany, zarówno w zakresie otoczenia przyrodniczego, jak i kulturowego. Pojawia się oczywiście kluczowe pytanie – na ile jest to potrzeba poszukiwania autentycznego doznania, żywego kontaktu, doświadczenia, a w jakim stopniu chęć ta odnosi się do „zaliczenia” kolejnego punktu polecanego przez organizatora turystycznego, bądź przez przewodniki (internetowe czy tradycyjne bedekery). Ta dyskusyjna kwestia jakości poznawania odnosi się także do obszarów chronionych, które często promowane są jako miejsca warte zobaczenia, czy wręcz jako kluczowe atrakcje turystyczne danego obszaru.

Jak zauważa Kruczek (2009) organizatorzy turystyki potrzebują uznanych, wysoko cenionych atrakcji do tworzenia ofert turystycznych. Niewątpliwie zestawienie odpowiednich elementów (miejsc wartych zobaczenia, obiektów infrastruktury i usług) w propozycji biura decyduje o jej konkurencyjności względem innych dostępnych na rynku. Z drugiej zaś strony traktowanie obszarów cennych przyrodniczo w kategoriach atrakcji turystycznych niesie za sobą niebezpieczeństwo komercjalizacji (Wall-Reinius i Fredman 2007), a tym samym i ryzyko generowania masowego ruchu turystycznego, pociągającego za sobą konsekwencje ekologiczne w ekosystemach (Mika 2000). Jak zaznaczają Poczta i Mariianchuk (2013) obecnie w wielu przypadkach sposób przeżywania wyjazdów turystycznych sprowadza się głównie do „zaliczania” miejsc i ich „wizualnej konsumpcji”, bez rozumienia zależności przyrodniczo-kulturowych.

W konsekwencji m.in. upowszechniania informacji o terenach objętych ochroną, jak również w obliczu ich większej dostępności (w aspektach komunikacyjnym oraz finansowym) organizatorzy turystyczni coraz częściej proponują możliwość ich zwiedzania. Formy tego odkrywania są jednak różne i nie zawsze odnoszą się do kluczowych założeń funkcji turystycznej na obszarach cennych przyrodniczo, takich chociażby jak właściwa kanalizacja ruchu turystycznego (Kowalczyk 2009).

Celem przeprowadzonego badania było określenie zawartości oferty wiodących biur podróży na polskim rynku pod kątem poznania obszarów chronionych.

Metodyka badań

Dla potrzeb niniejszego opracowania przyjęto celowy dobór próby organizatorów turystycznych, opierając się na rankingu opublikowanym w „Rzeczpospolitej” (<http://www.rp.pl...>). Kwerendę ofert turystycznych dostępnych w internecie, proponowanych przez wszystkie 32 podmioty wykazane na liście (tj. oferujące wyjazdy zagraniczne), przeprowadzono w sierpniu 2017 r.

Ponadto zastosowano metodę *mystery shopping*, najczęściej stosowaną w marketingu. Wielokrotnie była ona wykorzystywana także w badaniach dotyczących szeroko rozumianego ruchu turystycznego (m.in. Finn i Kayande 1999, Benckendorff i in. 2010, Wong i McKercher 2011.). Analizę przeprowadzono we wrześniu 2017 r. rozsyłając mail do wszystkich 32 organizatorów, co po pierwsze pozwoliło zweryfikować standardową ofertę katalogową o wyprawy specjalne, tworzone na zamówienie, a po drugie – umożliwiło wstępną ocenę

wiedzy personelu na temat obszarów cennych przyrodniczo znajdujących się w ofercie. Pytanie dotyczyło imprezy turystycznej dla osób chętnie wypoczywających w bliskim kontakcie z przyrodą, podkreślając znaczenie miejsca, a nie ceny imprezy (aby nie ograniczać wyboru destynacji).

Dodatkowo wykorzystano studium przypadku – uniwersalną metodę jakościową (stosowaną zarówno w naukach nomotetycznych, jak i idiograficznych) – pozwalającą na głębszą analizę zjawiska (Pizlo 2009). W jej ramach, celem porównania, weryfikacji poddano oferty tych organizatorów turystycznych, których działalność koncentruje się na obszarach chronionych.

Wyniki

Analizując oferty organizatorów turystycznych dostrzec można dominację dwóch typów obszarów chronionych – parków narodowych i rezerwatów przyrody (tab. 1). Obszary te posiadają bardzo dużą wartość przyrodniczą, gdyż ponad 60% z nich znajduje się na najpopularniejszych listach obszarów przyrodniczo cennych (Lista Dziedzictwa Przyrodniczego i Rezerwat Biosfery UNESCO, a także tzw. lista ramsarska). Z drugiej strony obiekty te są powszechnie znane przez społeczeństwo, nie tylko przez przyrodników. Kolejne spostrzeżenie dotyczy popularności określonej grupy terenów – zagranicznych obszarów chronionych, co wynika z profilu działalności analizowanych organizatorów. Stwierdzono korelację między liczbą oferowanych destynacji (krajów) a liczbą terenów objętych ochroną (współczynnik kształtował się on na poziomie 0,957; $p=0,05$). Jest to związane z tym, że park narodowy, jako jedna z form ochrony przyrody, jest pojęciem znanym powszechnie.

Tab. 1. Zestawienie najpopularniejszych obszarów chronionych występujących w analizowanych ofertach turystycznych (źródło: opracowanie własne)

Table 1. List of the most popular protected areas met in the analysed touristic offers

Nazwa obszaru chronionego	Kontynent	Kraj	Dodatkowy wyróżnik	Liczba organizatorów
PN Krugera	Afryka	RPA	Rezerwat Biosfery	9
PN Serengeti	Afryka	Tanzania	UNESCO	5
Rezerwat Masai Mara	Afryka	Kenia	---	6
PN Etosha	Afryka	Namibia	---	7
PN Chobe	Afryka	Botswana	---	7
PN Namib-Naukluft	Afryka	Namibia	---	5
PN Wielkiego Kanionu	Ameryka Pn.	USA	UNESCO	6
PN Bryce Canyon	Ameryka Pn.	USA	---	5
PN Yosemite	Ameryka Pn.	USA	UNESCO	5
PN Jeziora Plitwickie	Europa	Chorwacja	UNESCO	5
PN Timanfaya	Europa	Hiszpania	Rezerwat Biosfery	5
PN Jeziora Naukuru	Afryka	Kenia	---	5
PN Jezioro Szkoderskie	Europa	Czarnogóra	Ramsar	4

PN Zion	Ameryka Pn.	USA	---	4
PN Isalo	Afryka	Madagaskar	---	4
PN Iguazu	Ameryka Pd.	Argentyna, Brazylia	UNESCO	3
PN Semien	Afryka	Etiopia	UNESCO	3
Rezerwat Ngorongoro	Afryka	Tanzania	UNESCO	3
PN Amboseli	Afryka	Kenia	Rezerwat Biosfery	3
Rezerwat Monteverde	Ameryka Pd.	Kostaryka	---	4
PN Wodospady Wiktorii	Afryka	Zimbabwe	Ramsar	5
PN Wybrzeża Szkieletowego	Afryka	Namibia	---	3
PN Królowej Elżbiety	Afryka	Uganda	Rezerwat Biosfery	3
PN Bwindi	Afryka	Uganda	UNESCO	3
PN Jeziora Malawi	Afryka	Malawi	UNESCO	3
PN Uluru – Kata-Tjuta	Australia	Australia	UNESCO	3
PN Chitwan	Azja	Nepal	UNESCO	3
PN Thingvellir	Europa	Islandia	UNESCO	3
PN Krka	Europa	Chorwacja	---	2
PN Erawan	Azja	Tajlandia	---	1
PN Rapa Nui	Ameryka Pd.	Chile	UNESCO	3
PN Tsavo	Afryka	Kenia	---	2
PN Teide*	Europa/Afryka	Hiszpania	UNESCO	3
PN Cotopaxi	Ameryka Pd.	Ekwador	---	3
PN Galapagos	Ameryka Pd.	Ekwador	UNESCO	3

*tylko jako element wycieczki fakultatywnej

*only as an element of optional tour

W efekcie analizy ofert nasunęły się następujące spostrzeżenia dotyczące obszarów chronionych:

- występują najczęściej w ofercie wycieczek objazdowych;
- w odniesieniu do turystyki wypoczynkowej są wspomniane najczęściej jedynie w opisie destynacji lub pojawiają się jako jedna z proponowanych imprez fakultatywnych;
- wielokrotnie nazwy rodzajowe parków lub rezerwatów stosowane są wymiennie, traktuje się je jako synonimy;
- często pomijane są informacje, że dany obszar jest prawnie chroniony, zwłaszcza w przypadku bardzo znanych obiektów, gdzie dodatkowe podkreślenie jego wartości nie wydaje się już, zdaniem operatorów, potrzebne.

Jeśli chodzi o formy ochrony przyrody w Polsce, które pojawiają się w analizowanych ofertach turystycznych, to również są to jedynie parki narodowe oraz rezerваты. Proponują je tylko dwa biura podróży: BUT i Almatour, specjalizujące się w wycieczkach objazdowych, zwłaszcza dla młodzieży. Generalnie w ramach ofert dominują tereny górskie – oba podmioty oferują zwiedzanie parków narodowych, głównie Ojcowskiego i Świętokrzyskiego (pozostałe to: Tatrzański, Karkonoski, Bieszczadzki, Białowiecki). Niejako „ciekawostką” jest Wielkopolski Park Narodowy, przedstawiony w ofercie jako jedynie obszar otaczający

zwiedzaną miejscowość – Puszczykowo. Jeśli chodzi o rezerwy to wymieniono tylko trzy z nich: „Meteoryt Morasko”, „Nietoperek” oraz „Kadzielnę”. Należy jednak zauważyć, że biura proponują te najcenniejsze obszary przyrodniczo nie podkreślając ich statusu formy ochrony przyrody; zatem wśród ofert można znaleźć po prostu Pieniny, Tatry, Bieszczady, Kępę Karsiborską, Góry Pieprzowe czy dęby rogałkińskie.

Podsumowując analizę ofert różnych organizatorów turystycznych, umożliwiających poznanie obszarów chronionych, a działających na polskim rynku, można dokonać ich podziału na 3 grupy (biorąc pod uwagę zakres oferowanych możliwości, związanych z odwiedzaniem terenem przyrodniczo cennym):

- masowi – nastawieni na konsumpcję wzrokową (dającą możliwość obserwacji);
- wyspecjalizowani (promujący określone formy turystyki aktywnej, kwalifikowanej np. Logos Tour, Almatour, Horyzonty) – zapewniają rzeczywiste poznanie;
- regionalni (najczęściej wyróżniający się działalnością na obszarze jednego obszaru chronionego – profil ekoturystyczny, np. Biebrza Eco-Travel, Biuro Turystyki Przyrodniczej „Dudek”), oferujący poznanie intelektualno-emocjonalne (łączy poznanie z dogłębnym doświadczaniem).

Druga część procesu badawczego, wykorzystująca metodę „mystery shopping”, pozwoliła na wyciągnięcie wniosków, dotyczących wiedzy przedstawicieli poszczególnych biur oraz elastyczności, jeśli chodzi o przygotowanie indywidualnej oferty. Rozczarowujący jest fakt, iż jedynie 21 z nich (tj. z 32) w ogóle odpowiedziało; mail zwrotny otrzymano średnio po 21 godzinach. Przedstawiciele dziewięciu biur podróży poprosili o podanie szczegółów, bądź kontaktu telefonicznego, troje z nich napisało, że zajmują się jedynie wyprawami narciarskimi, a następnych dwoje – że zimą oferują jedynie pobyty wypoczynkowe. Pozostali organizatorzy załączali standardowe oferty zaznaczając, że w pobliżu jest „ładna”, „ciekawą”, „dzika” przyroda, a czasami nawet o tym fakcie nie wspominali. Jedynie kilka biur podróży podało konkretne przykłady wycieczek, opartych o przyrodę danego obszaru, w tym jeden organizator zaoferował wyprawę autorskie, „szyte na miarę”.

Ostatnią częścią badań było studium przypadków, do których wybrano znane autorkom z wypraw terenowych trzy podmioty: „Horyzonty”, „Biebrza Eco-Travel” i Biuro Turystyki Przyrodniczej „Dudek”. Pierwszy wymieniony organizator – działający na rynku od ponad 13 lat – specjalizuje się w przygotowywaniu wypraw nastawionych na odkrywanie, eksplorowanie odwiedzanych miejsc. W relatywnie niewielkich grupach można uczestniczyć w imprezach rowerowych, wspinaczce czy wyprawach stricte przyrodniczych. Celem tych ostatnich jest obserwacja świata flory i fauny oraz struktur krajobrazowych na obszarach chronionych, takich jak parki narodowe, krajobrazowe czy rezerwy. Ofertę biura charakteryzuje wysoki stopień specjalizacji wypraw tematycznych, przejawiający się m. in. odwiedzaniem różnych terenów cennych przyrodniczo oraz obserwacją licznych gatunków zwierząt i roślin. W ramach działalności organizowane są wyjazdy krajowe (obejmujące 6 parków narodowych, 3 parki krajobrazowe i 5 rezerwatów), jak również zagraniczne (pozwalające na poznanie 36 parków narodowych i 13 rezerwatów w 19 krajach (<http://www.horyzonty.pl...>)).

Z kolei „Biebrza Eco-Travel” i Biuro Turystyki Przyrodniczej „Dudek” stanowią przykład lokalnego organizatora koncentrującego się na jednym zasadniczym obszarze chronionym. Są to podmioty działające od ponad 20 lat na rynku, silnie związane zarówno z miejscowym środowiskiem przyrodniczym, jak i społeczno-kulturowym, konstruujące swoje oferty

opierając się głównie na walorach przyrodniczych obszarów chronionych. Ich klienci kwaterowani są w obiektach noclegowych małej skali – głównie w okolicznych gospodarstwach agroturystycznych. „Biebrza Eco-Travel” określiła nawet kryteria doboru gospodarstw polecanych klientom, zwracając uwagę m.in. na możliwość konsumpcji i zakupu produktów żywnościowych wyprodukowanych w gospodarstwie (Ramotowska 2006).

Podsumowanie

Jak zauważa wielu badaczy postępującemu procesowi globalizacji będzie towarzyszyć stały wzrost społecznej i ekonomicznej wartości środowiska przyrodniczego, czego konsekwencją może być wzmożone zainteresowanie organizowaniem wyjazdów tematycznych przez biura podróży. Jak pokazały opisane powyżej badania zjawisko to nie jest jeszcze obecne na polskim rynku usług turystycznych. Z jednej strony ukazują one brak zainteresowania polskich podróżników walorami przyrodniczymi, z drugiej jednak nasuwa się pytanie, czy tereny przyrodniczo cenne powinny być masowo penetrowane? Zapewne wzrosłoby wtedy świadomość istnienia, a także samej wartości różnych obszarów chronionych, jednak odbyłoby się to kosztem wzmożonego ruchu turystycznego – a co za tym idzie – jego negatywnego wpływu na środowisko, jak to ma miejsce m.in. w Tatrzańskim Parku Narodowym. Być może wyniki badań autorek nie powinny martwić, a wręcz przeciwnie – napawać optymizmem, że ruch turystyczny nie zniszczy najcenniejszych obszarów, które powinny pozostać dla przyszłych pokoleń.

Przeprowadzone badania zrodziły kolejne pytania: jak powinna wyglądać współpraca między administracją obszaru chronionego a organizatorem turystycznym, w jakim stopniu może ona zapewnić koegzystencję funkcji turystycznej i ekologicznej? Zapewne staną się one przyczynkiem do dalszych dyskusji i badań zainteresowanych podmiotów.

Literatura

- Beckendorff P., Moscardo G., Pendergast D. (red.) 2010. *Tourism and Generation Y*. Wallingford, CABI.
- Finn A., Kayande U. 1999, *Unmasking a Phantom: A Psychometric Assessment of Mystery Shopping*. *Journal of Retailing*, 75 (2): 195-217.
- Kowalczyk A. 2009. *Zagospodarowanie turystyczne na obszarach chronionych (na przykładzie Afryki Południowej)*. *Prace i Studia Geograficzne*, 42: 15-58.
- Kruczek Z. 2009. *Atrakcje turystyczne. Fenomen, typologia, metody badań*. Proksenia, Kraków.
- Mika M. 2000. *Turystyka jako czynnik przemian środowiska przyrodniczego – stan badań*. *Prace Geograficzne*, Kraków, 102: 73-98.
- Pizlo W. 2009. *Studium przypadku jako metoda badawcza w naukach ekonomicznych*. *Roczniki Naukowe Stowarzyszenia Ekonomistów Rolnictwa i Agrobiznesu*, 5 (11): 246-251.
- Poczta J., Mariianchuk M. 2013. *Samoświadomość turysty kulturowego a wizualność turystycznego świata, powszechność ich fotografii i ich wpływ na jakość turystycznego*

- przeżywania. *Turystyka Kulturowa*, 11: 32-47, http://www.turystykakulturowa.org/pdf/2013_11_03.pdf
- Ramotowska K. 2006. Różnicowanie działalności rolniczej i zbliżonej do rolnictwa w celu zapewnienia różnorodności działań lub alternatywnych źródeł dochodów na przykładzie działalności agroturystycznej prowadzonej przez producentów rolnych województwa podlaskiego, w kontekście Programu Rozwoju Obszarów Wiejskich. Analiza i ocena poziomu konkurencyjności działalności agroturystycznej na rynku usług turystycznych. Ekspertyza, Goniądz.
- Wall-Reinius S., Fredman P. 2007. Protected Areas as Attractions. *Annals of Tourism Research*, 34 (4): 839-854.
- Wong C.U.I., McKercher B. Tourist Information Center Staff as Knowledge Brokers: The Case of Macau. *Annals of Tourism Research*, 38 (2): 481–498.
- <http://www.horyzonty.pl/oferta?offer%5Bfields%5D%5Bcategory%5D=19> (dostęp 15.09.2017)
- <http://www.rp.pl/Biura-podrozy/304249959-Ratingi-biur-podrozy-2017--najlepsze-oceny-w-historii.html#ap-1> (dostęp 20.08.2017).

Sylwia Graja-Zwolińska, Aleksandra Spychała

Katedra Turystyki Wiejskiej
Uniwersytet Przyrodniczy w Poznaniu
sgraja@wp.pl, spychala.a@wp.pl