

*Renata Seweryn*

*Agata Niemczyk*

# Turystyka miejska mieszkańców wsi (na przykładzie turystów odwiedzających Kraków)

## Streszczenie

O wsi i turystyce mówi się zwykle w kontekście turystycznego wykorzystania obszarów wiejskich lub ich aktywizacji poprzez turystykę. Bardzo rzadko prowadzone są analizy dotyczące aktywności turystycznej mieszkańców wsi. Celem artykułu jest określenie, czym jako uczestnicy turystyki miejskiej mieszkańcy wsi różnią się od mieszkańców miast. Wykorzystując informacje uzyskane podczas badań ruchu turystycznego w Krakowie, określono statystycznie istotne różnice w zachowaniach tych dwóch grup turystów odwiedzających miasto w 2017 r. Analizy empiryczne zostały poprzedzone studiami polskiej i zagranicznej literatury przedmiotu z zakresu zagadnień dotyczących aktywności turystycznej i jej determinant, turystyki miejskiej oraz funkcjonowania współczesnej wsi. Uzyskane wyniki pozwoliły dowieść, że turyści będący mieszkańcami wsi częściej niż turyści mieszkający w miastach decydują się na krótki pobyt w mieście oraz korzystają z usług biur podróży.

**Słowa kluczowe:** wieś, turystyka miejska, aktywność turystyczna, badania sondażowe, Kraków.

**Klasyfikacja JEL:** D1, Q18, Z32.

Renata Seweryn, Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie, Wydział Zarządzania, Katedra Turystyki, ul. Rakowicka 27, 31-510 Kraków, e-mail: [sewerynr@uek.krakow.pl](mailto:sewerynr@uek.krakow.pl)

Agata Niemczyk, Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie, Wydział Zarządzania, Katedra Turystyki, ul. Rakowicka 27, 31-510 Kraków, e-mail: [niemczya@uek.krakow.pl](mailto:niemczya@uek.krakow.pl)

## 1. Wprowadzenie

Zestawienie wyrazów „wieś” i „turystyka” nasuwa najczęściej skojarzenia z wypoczynkiem na wsi i związaną z tym pozarolniczą formą aktywności mieszkańców wsi, angażującą społeczności lokalne. Problematyka ta stała się przedmiotem zainteresowania przedstawicieli różnych dyscyplin naukowych. Rzadko podejmowane w literaturze są natomiast zagadnienia dotyczące aktywności turystycznej mieszkańców wsi. Wynika to zapewne z przeświadczenia, że są oni zdecydowanie mniej zainteresowani wyjazdami turystycznymi niż mieszkańcy miast, podczas gdy obserwowane w ostatnim czasie zmiany w strukturze ludności terenów wiejskich pozwalają stwierdzić, iż mieszkańcy wsi kreują popyt turystyczny, zwłaszcza jeśli chodzi o destynacje o odmiennym charakterze niż otoczenie, w którym przebywają na co dzień, czyli miasta. Celem prezentowanego artykułu jest określenie, czym jako uczestnicy turystyki miejskiej mieszkańcy wsi różnią się od turystów będących mieszkańcami miast.

Wykorzystano wyniki analiz dotyczących ruchu turystycznego w Krakowie w 2017 r. Na podstawie tych informacji za pomocą testu  $\chi^2$  Pearsona i *U* Manna-Whitneya określono statystycznie istotne różnice w zachowaniach turystów będących mieszkańcami wsi i turystów będących mieszkańcami miast. Aby osiągnąć przyjęty cel, dokonano również przeglądu literatury przedmiotu dotyczącej czynników kształtujących aktywność turystyczną, zmian zachodzących obecnie na wsiach, a także turystyki miejskiej i jej segmentów.

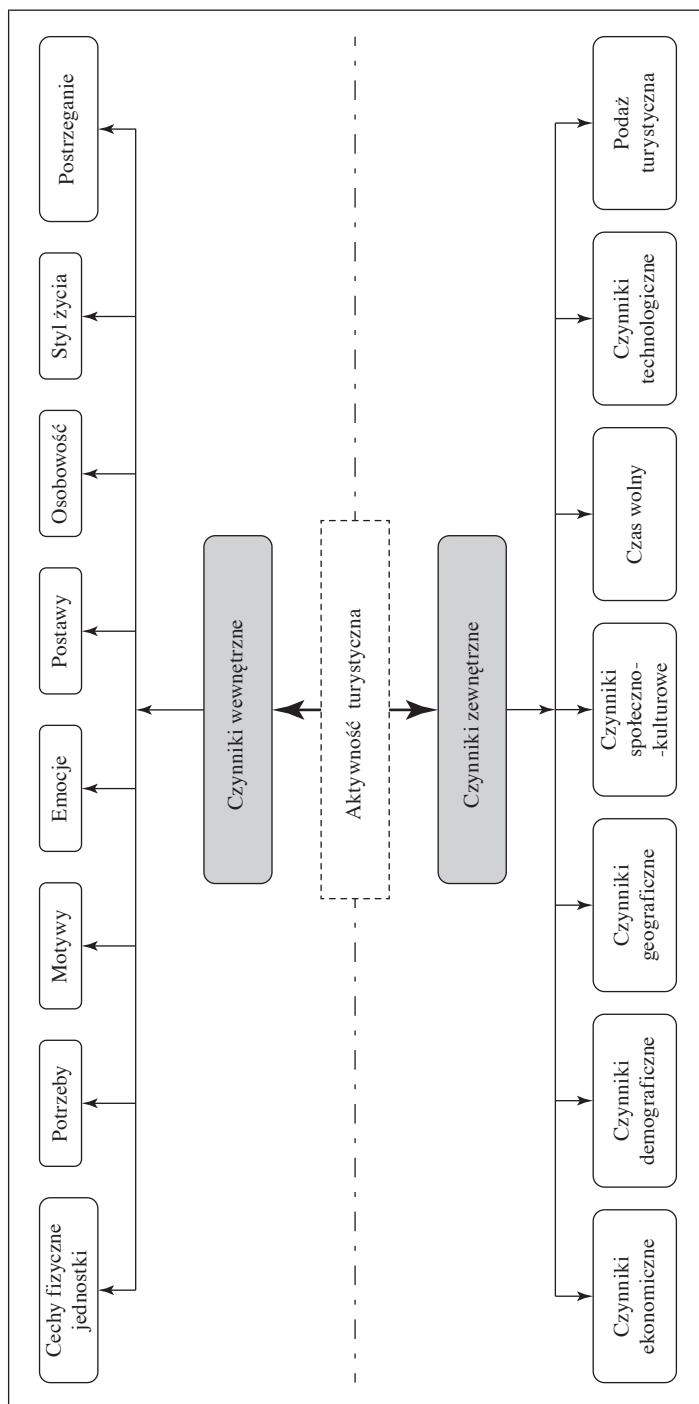
## 2. Determinanty aktywności turystycznej

Jedną z form aktywności ludzkiej jest uczestnictwo w turystyce<sup>1</sup>. Odgrywa ono coraz większą rolę we współczesnym modelu konsumpcji. Na taki stan rzeczy wpływa wiele okoliczności (Nowakowska 2006, Niemczyk 2008, *Technologie... 2017, Zachowania... 2017*), które sprawiły, że XX w. nazwano wiekiem turystyki (Przećławski 2004). Obecnie zjawisko to się nasila, o czym świadczą dane statystyczne: w 2017 r. w podróż turystyczną udało się 1,322 mld osób. Jak podkreśla UNWTO, jest to największa wartość od siedmiu lat (<http://media.unwto.org/press-release/2018-01-15/2017-international-tourism-results-highest-seven-years>, data dostępu: 12.05.2018) – dla porównania: w 2000 r. podróżowało 687 mln turystów.

Zwiększanie się liczby osób podróżujących jest efektem dobrej sytuacji gospodarczej na świecie. Wynika m.in. z lepszej sytuacji ekonomicznej podróżujących,

---

<sup>1</sup> Pojęcie aktywności turystycznej definiowane jest w literaturze przedmiotu m.in. przez: K. Łopacińskiego (1988), J. Zdebskiego i R. Winiarskiego (1990), B. Włodarczyka (1999), A. Niemczyk (2012, s. 98).



Rys. 1. Determinanty aktywności turystycznej

Źródło: opracowanie własne.

z chęci naśladowania przez nich osób, z którymi chcą się utożsamiać. Mają na to wpływ także inne okoliczności, np. przemęczenie wynikające z przepracowania itp. Wszystkie te i inne, niewymienione względy stanowią o determinantach aktywności turystycznej (rys. 1), wśród których wydziela się determinanty wewnętrzne i zewnętrzne.

Biorąc pod uwagę to, że wspomniane determinanty zostały szczegółowo opisane w literaturze przedmiotu (Ziarkowski 2016), oraz ze względu na podejmowany w artykule temat, omówiono jedną ich grupę, tj. czynniki geograficzne. Wśród nich V.T.C. Middleton (1996) wydzielił: miejsce zamieszkania turysty, wielkość ośrodka, z którego pochodzi, a także odległość pomiędzy miejscem zamieszkania a miejscem docelowym podróży.

Miejsce zamieszkania turysty wpływa na preferencje dotyczące kierunków podróży (Niemczyk 2015a). Z reguły wynikają one z potrzeby zmiany codziennego otoczenia. Jeśli chodzi o wielkość ośrodka emisji, to dostrzega się natomiast, że mieszkańcy aglomeracji miejskich wykazują większą aktywność w zakresie turystyki. Zauważa się, że im kraj lub region jest bardziej zurbanizowany, tym większy udział w turystyce biorą jego mieszkańcy. Mieszkańcy dużych miast charakteryzują się na ogół wyższym poziomem zamożności, wykształcenia i uczestnictwa w życiu kulturalnym, co przekłada się na ich relatywnie większy udział w wyjazdach turystycznych, zwłaszcza zagranicznych.

Przedstawione tezy zostaną uzupełnione o treści dotyczące wzorów uczestnictwa w turystyce mieszkańców wsi, z uwagi na to, że w ostatnich latach wsi uległy głębokim przeobrażeniom funkcjonalnym, co spowodowało również zmiany warunków życia ich mieszkańców.

### 3. Funkcjonowanie współczesnej wsi

GUS określa obszary wiejskie jako wszystkie tereny położone poza granicami administracyjnymi miast. Inne definicje zaproponowali m.in. A. Skwara (2007, s. 83–84), J. Bański (2008, s. 8), F. Kapusta (2011, s. 1–2). Na przełomie XX i XXI w. doszło do istotnych zmian gospodarczych, społecznych i kulturowych na polskiej wsi. Były one kształtowane przez różne procesy i zjawiska: przyrodnicze, ludnościowe i gospodarcze, przy czym z uwagi na cel artykułu istotne są dwie ostatnie kategorie. Coraz mniej liczne wiejskie gospodarstwa domowe, coraz mniejsza liczba dzieci w tych gospodarstwach, a także zmiany na rynku pracy ukierunkowane na działalność pozarolniczą są to charakterystyczne przejawy owych procesów i zjawisk (Piekut 2017). Nastąpił wzrost aktywności gospodarczej ludności wiejskiej, przy czym na obszarach podmiejskich jej głównymi formami są usługi i drobna działalność produkcyjna, podczas gdy na obszarach peryferyjnych

i słabo rozwiniętych rozwój usług jest ograniczony (ze względu na niewystarczającą liczbę odbiorców). A. Skwara (2007, s. 85) podaje, że „od 1999 r. następuje odpływ mieszkańców z miast w ich dotychczasowych granicach administracyjnych głównie do strefy podmiejskiej”. W kontekście aktywizacji obszarów wiejskich należy podkreślić znaczenie rozwoju turystyki wiejskiej oraz posiadania drugich domów jako stymulatorów tego zjawiska. Głównym źródłem dochodów ludności wsi staje się działalność pozarolnicza, zmniejszenie znaczenia rolnictwa na obszarach wiejskich nie przeszkadza jednak w zachowaniu rolniczego charakteru tych terenów (Bański 2008). Ludności obszarów wiejskich przybywa. W ostatnich latach liczba mieszkańców wsi zwiększyła się pomimo wyraźnego spadku przyrostu naturalnego. Redukcja migracji ze wsi do miast to konsekwencja tworzenia nowych miejsc pracy, ale także szybko rosnących kosztów utrzymania w mieście, niemniej jednak „w zakresie procesów demograficznych należy oczekiwać polaryzacji przestrzennej; wieś na obszarach metropolitalnych i w sąsiedztwie ośrodków subregionalnych będzie charakteryzował wzrost ludnościowy, natomiast obszary «tradycyjne» (oddalone od ośrodków miejskich i peryferia) będą poddane procesowi depopulacji” (Bański 2014, s. 10). Mieszkańcy wsi stają się bardziej przedsiębiorczy. Do poprawy ich warunków życia przyczynia się m.in. dynamiczny rozwój infrastruktury technicznej, co podnosi atrakcyjność inwestycyjną ich miejsc zamieszkania.

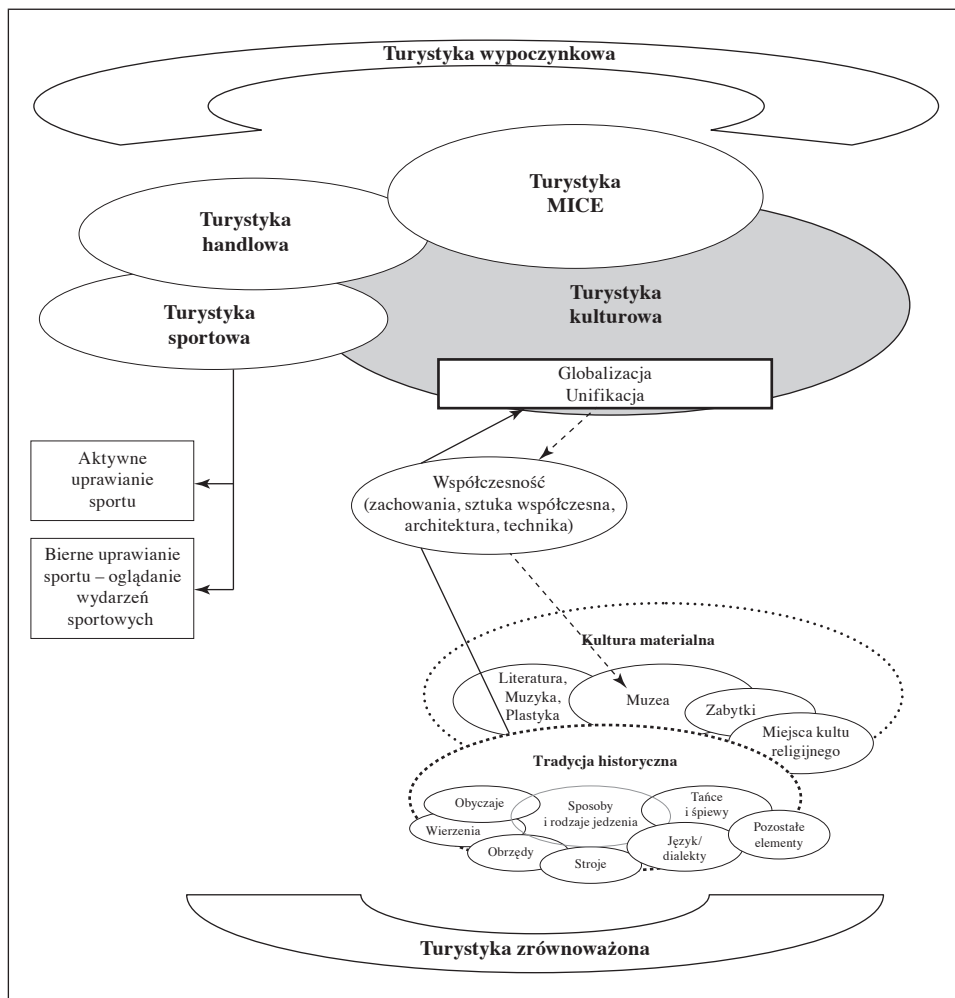
Podsumowując, należy przywołać za J. Bańskim (2008, s. 26) obraz wsi przyszłości, która: „będzie pod wieloma względami bardziej zróżnicowana przestrzennie niż obecnie. Wsie na obszarach metropolitalnych i w ich sąsiedztwie zatracą swoją «wiejskość» zarówno pod względem pełnionych funkcji gospodarczych, struktury mieszkającej tam ludności, jak i charakteru krajobrazu. Wsie rolnicze i turystyczne wzmocnią swoje funkcje wiodące i jednocześnie wzbogacą funkcje drugiego rzędu”. Z pewnością przyczyni się to do zwiększenia atrakcyjności obszarów wiejskich, których mieszkańcy będą poszukiwać przestrzeni turystycznych – w wielu wypadkach będą to miasta (Karbowski 2006, s. 159).

#### 4. Turystyka miejska i jej segmenty

Wśród wielu obszarów recepcji wybieranych przez turystów wymienia się także miasta. Według Ch.M. Lawa (1993, 2002) są one miejscami najczęściej odwiedzanymi przez turystów.

Miasto jest typowym przykładem obszarowego produktu turystycznego, zbudowanego na elementach (materialnych i niematerialnych) stanowiących podstawę wyobrażenia turysty oraz jego oczekiwań związanych z pobytem w danym miejscu. Współcześni turyści szukają „autentyczności zarówno w środowisku

naturalnym, jak i kulturowym oraz możliwości nabycia głębokich doświadczeń” (Zareba 2006, s. 87); są żądni wrażeń, wyjątkowych i budzących silne emocje. W odpowiedzi na wymagania klientów przygotowana jest oferta turystyki miejskiej (Ashworth i Page 2011). Jest ona bardzo zróżnicowana, co upoważnia do przeprowadzenia segmentacji turystyki miejskiej. W jej ramach wydziela się m.in.: turystykę kulturową, biznesową, handlową i sportową (rys. 2).



Rys. 2. Wybrane formy współczesnej turystyki miejskiej

Źródło: (Niemczyk 2010, s. 490).

W literaturze przedmiotu proponuje się różne definicje turystyki kulturowej – wszystkie mają wspólny rdzeń, który precyzyjnie określa G. Richards (2001, s. 7), pisząc, iż jest to „turystyka odnosząca się zarówno do historycznych wytworów kultury, jak i wytworów kultury współczesnej oraz sposobów życia danych grup ludzi lub w danych regionach; obejmująca turystykę ukierunkowaną na poznawanie dziedzictwa kulturowego oraz turystykę ukierunkowaną na sztukę i poznawanie kultury współczesnej”. Turystyka kulturowa obejmuje wiele form aktywności turystycznej realizowanych na obszarach miejskich, m.in.: turystykę przemysłową, muzealną, religijną, kulinarną, etniczną (*Współczesne...* 2009). Z tego względu turystyka kulturowa jest idealnym narzędziem dywersyfikacji oferty turystycznej danego miasta.

Istotną składową turystyki miejskiej jest również turystyka MICE (Borodako, Berbeka i Rudnicki 2015), generująca dla miejsc recepcji relatywnie wysokie dochody, a także turystyka sportowa, określana jako podróżowanie w celu rekreacyjnego lub zawodowego uprawiania sportu, oglądania wydarzeń sportowych bądź zwiedzania słynnych obiektów sportowych (np. muzeów sportu) (Gaworecki 2008, s. 17).

Istotną atrakcją niemal każdej współczesnej metropolii jest możliwość uprawiania turystyki handlowej (zakupowej) (Niemczyk 2015a, s. 174–184). Galerie handlowe, bez których nie byłoby mowy o turystyce zakupowej, to jak pisze A. Wilkońska (2009, s. 141 i nast.), obiekty składające się z różnego rodzaju elementów tworzących multifunkcjonalne centra handlu i kultury.

Rozwój wyróżnionych form turystyki miejskiej powinien odbywać się zgodnie z zasadą zrównoważonego rozwoju (zob. rys. 1) (Aranburu, Plaza i Esteban 2016). Chodzi o takie programowanie rozwoju turystyki, które będzie sprzyjało ograniczeniu niekorzystnych zmian środowiska społeczno-kulturowego.

Kraków jest typowym przykładem miasta o rozwiniętej funkcji turystycznej. Co roku odwiedzają go miliony gości: w 2017 r. było to ponad 12 mln odwiedzających, w tym 3 mln turystów zagranicznych. Duża liczba odwiedzających potwierdza szeroką ofertę produktową miasta: w zakresie turystyki kulturowej (zabytki, festiwale, zwyczaje, osadzone zarówno w sferze sacrum, jak i profanum), biznesowej (atrakcyjne centrum kongresowe, obiekty targowe, rekreacyjne), zakupowej (galerie i centra handlowe, bazary, sklepy), a także wypoczynkowej. W każdej z opisanych przestrzeni turystycznych realizowane są zasady zrównoważonego rozwoju. W tym kontekście stolica Małopolski jest przykładem obszarowego produktu turystycznego z zakresu turystyki miejskiej, a wśród jej odbiorców znajdują się również mieszkańcy wsi.

## 5. Metodyka badań

W celu odpowiedzenia na pytanie, czym wyróżniają się mieszkańcy wsi jako uczestnicy turystyki miejskiej, przeanalizowano wyniki badań ruchu turystycznego przeprowadzonych w Krakowie w 2017 r. pod nadzorem Małopolskiej Organizacji Turystycznej na zlecenie Urzędu Miasta. Kwestionariusz wypełniło wówczas 3509 respondentów (Borkowski i in. 2018, s. 5–8), ale w prezentowanym artykule wykorzystano odpowiedzi 3340 badanych, w tym 647 mieszkańców wsi. Statystycznie istotne różnice między odpowiedziami respondentów będących mieszkańcami wsi i respondentów mieszkających w mieście odwiedzających Kraków określono za pomocą testu  $\chi^2$  Pearsona: w odniesieniu do cech wyrażonych w skali nominalnej (Zeliaś, Pawełek i Wanat 2002, s. 402–403), także w wypadku tablic symetrycznych  $2 \times 2$  – z tzw. poprawką Yatesa (Francuz i Mackiewicz 2007, s. 426–427), oraz U Manna-Whitneya: w wypadku zmiennych wyrażonych w skali porządkowej (Aczel 2006, s. 716–722). Postawiono 22 razy dwie hipotezy statystyczne:  $H_0$  – zachowania turystyczne mieszkańców wsi są takie same jak zachowania mieszkańców miast oraz  $H_1$  jako hipotezę alternatywną. W sytuacji, gdy wynik prawdopodobieństwa testowego  $p$  był mniejszy od  $\alpha = 0,05$ , należało przyjąć  $H_1$ . W przeciwnym wypadku nie było podstaw do odrzucenia  $H_0$ . Na podstawie uzyskanych wyników postanowiono zweryfikować siedem hipotez badawczych.

$H_{1,1}$ : Mieszkańcy wsi rzadziej niż mieszkańcy miast wykorzystują zasoby internetu podczas zdobywania wiedzy o miejscu docelowym podróży

We współczesnym świecie internet odgrywa ważną rolę w życiu zawodowym i społecznym użytkowników, w tym także w stymulowaniu popytu turystycznego – rozbudza potrzeby dotyczące wyjazdu i dostarcza informacji o tym, jak je zaspokoić. Umożliwia także rezerwację i zakup produktów turystycznych. Możliwości skorzystania z globalnej sieci są jednak większe w miastach niż na wsi: w Polsce tylko 70% mieszkańców wsi ma komputer z dostępem do internetu, podczas gdy w mieście wskaźnik ten wynosi 76% (*Budżety...* 2017, s. 68). Co więcej, mimo dostępu do sieci nie wszyscy mieszkańcy wsi korzystają z internetu, przede wszystkim z powodu niedostatecznego poziomu umiejętności w tym zakresie (Inglot-Brzęk 2011, s. 382).

$H_{1,2}$ : Mieszkańcy wsi częściej niż mieszkańcy miast podróżują do miast w celach religijnych

Zazwyczaj religijność mieszkańców wsi jest większa niż ludności miejskiej, co przekłada się na wyższy udział mieszkańców wsi w zorganizowanych lub indywidualnych pielgrzymkach do miejsc kultu religijnego. Wyjazdy tego typu są często na terenach wiejskich organizowane przez parafię z uwagi na oddalenie od biur podróży oraz niższy poziom zamożności pielgrzymów (Balińska 2014, s. 116).



H<sub>1,3</sub>: Mieszkańcy wsi rzadziej niż mieszkańcy miast korzystają z usług biur podróży

Zainteresowanie usługami biur podróży jest niewielkie pomimo licznych korzyści, które oferują. Większość tradycyjnych biur podróży zlokalizowana jest w miastach i ludność wiejska ma do nich mniejszy dostęp (Balińska 2014, s. 115).

H<sub>1,4</sub>: Mieszkańcy wsi częściej niż mieszkańcy miast decydują się na krótki pobyt w mieście

Z badań przeprowadzonych przez A. Balińską (2014, s. 119) wynika, że niemal połowa ankietowanych mieszkańców wsi najchętniej wybrałaby się na kilkunastodniowe wakacje, ale w tej grupie przeważały osoby mające pozarolnicze źródło utrzymania. Respondenci utrzymujący się z rolnictwa najchętniej zdecydowałiby się na wyjazd dwu- lub trzydniowy. Może to wynikać z posiadania gospodarstwa rolnego (którego nie można zostawić bez opieki ze względu na ciągłość i specyfikę wykonywanych prac) lub ograniczonych funduszy.

H<sub>1,5</sub>: Mieszkańcy wsi częściej niż mieszkańcy miast podróżują samochodem

Gospodarstwa domowe na wsi gorzej niż w miastach wypadają pod względem wyposażenia w sprzęt nowej generacji (np. smartfon posiada 35% gospodarstw domowych na wsi i 49% gospodarstw domowych w miastach, a urządzenie do odbioru telewizji satelitarnej lub kablowej, odpowiednio: 53% i 67%). Zdecydowanie natomiast większy odsetek gospodarstw domowych na terenach wiejskich niż na terenach miejskich charakteryzuje się posiadaniem samochodu osobowego (odpowiednio: 73% i 59%), co jest związane z mniej rozbudowaną siecią komunikacji publicznej na wsi i koniecznością pokonywania większych odległości (*Budżety...* 2017, s. 68).

H<sub>1,6</sub>: Mieszkańcy wsi częściej niż mieszkańcy miast wybierają tańsze formy zakwaterowania, w tym noclegi u krewnych lub znajomych

Poziom wydatków na hotele i restauracje w wypadku gospodarstw domowych na wsi jest zdecydowanie niższy niż w wypadku gospodarstw domowych w miastach (odpowiednio: 28,07 zł i 62,91 zł) (*Budżety...* 2017, s. 141). Migracje ludności wiejskiej (zwłaszcza osób młodych) do miast powodują wzrost liczby wyjazdów do miast mieszkańców wsi w celu odwiedzenia krewnych i znajomych, przy czym korzystają oni podczas pobytu z ich gościnności (Balińska 2014, s. 116).

H<sub>1,7</sub>: Mieszkańcy wsi wydają mniej podczas turystycznego pobytu w mieście niż mieszkańcy miast

Różnice dotyczące sytuacji materialnej mieszkańców miast i wsi stopniowo się zmniejszają, głównie w wyniku szybszego bogacenia się mieszkańców wsi

niż mieszkańców miast (w 2016 r. w miastach przeciętny miesięczny dochód rozporządzalny przypadający na osobę wzrósł w stosunku do 2015 r. o 4,9%, a na wsi – o 9,8%), nadal jednak są istotne – w 2016 r. przeciętny miesięczny dochód rozporządzalny przypadający na osobę był w gospodarstwach domowych na wsi niższy o 26,1% niż w gospodarstwach domowych w miastach i o 17,7% niższy niż średnia ogólnopolska; również wydatki na osobę w gospodarstwach domowych na terenach wiejskich były niższe: o 26,3% niższe niż w miastach i o 17,9% niższe niż średnia ogólnopolska (*Budżety... 2017*, s. 42 i 53–54).

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

Zmienne	Test	$p^a$
Prasa <sup>b</sup>	$\chi^2$ z poprawką Yatesa	$p = 0,14392$
Radio <sup>b</sup>		$p = 0,00010$
Telewizja <sup>b</sup>		$p = 0,64323$
Film <sup>b</sup>		$p = 0,31232$
Internet <sup>b</sup>		$p = 0,00183$
Media społecznościowe <sup>b</sup>		$p = 0,02054$
Przewodniki <sup>b</sup>		$p = 0,03878$
Katalogi biur podróży <sup>b</sup>		$p = 0,02608$
Foldery i ulotki <sup>b</sup>		$p = 0,20099$
Rodzina <sup>b</sup>		$p = 0,35043$
Znajomi <sup>b</sup>		$p = 0,00005$
Szkoła <sup>b</sup>		$p = 0,02759$
Światowe Dni Młodzieży (ŚDM) <sup>b</sup>		$p = 0,99818$
Korzystanie z usług przewodników w Krakowie		$p = 0,00322$
Korzystanie z informacji turystycznej w Krakowie	$p = 0,00380$	
Główny motyw przyjazdu do Krakowa	$\chi^2$	$p = 0,00000$
Organizator podróży do Krakowa		$p = 0,00000$
Osoby towarzyszące w podróży do Krakowa		$p = 0,09032$
Środek transportu wykorzystywany w podróży do Krakowa		$p = 0,00000$
Miejsce noclegu w Krakowie		$p = 0,00000$
Długość pobytu w Krakowie	$U$ Manna- -Whitneya	$p = 0,00000$
Przeciętne wydatki podczas pobytu w Krakowie		$p = 0,00000$

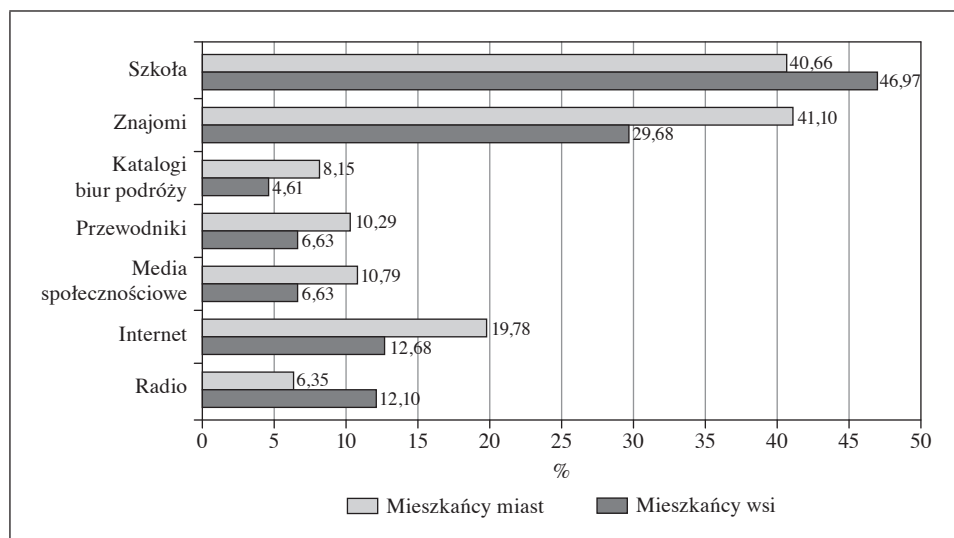
<sup>a</sup> pogrubioną czcionką zaznaczono różnice statystycznie istotne, <sup>b</sup> jako źródło informacji o Krakowie.

Źródło: obliczenia własne.

Wyniki testów istotności różnic w zachowaniach turystycznych mieszkańców wsi i mieszkańców miast zaprezentowano w tabeli 1. Pozwalają one stwierdzić, że nie występują statystycznie istotne różnice pomiędzy tymi dwoma grupami turystów odwiedzających Kraków, jeśli chodzi o korzystanie z prasy, telewizji, filmu, folderów i ulotek oraz informacji od rodziny jako źródeł wiedzy o mieście. Również Światowe Dni Młodzieży jako zmienna nie są istotnym nośnikiem w tym względzie. Mieszkańcy wsi nie różnią się od mieszkańców miast również w odniesieniu do zmiennej dotyczącej osób towarzyszących w podróży do Krakowa. Pozostałe aspekty zachowań konsumenckich istotnie różnicują badane grupy uczestników ruchu turystycznego.

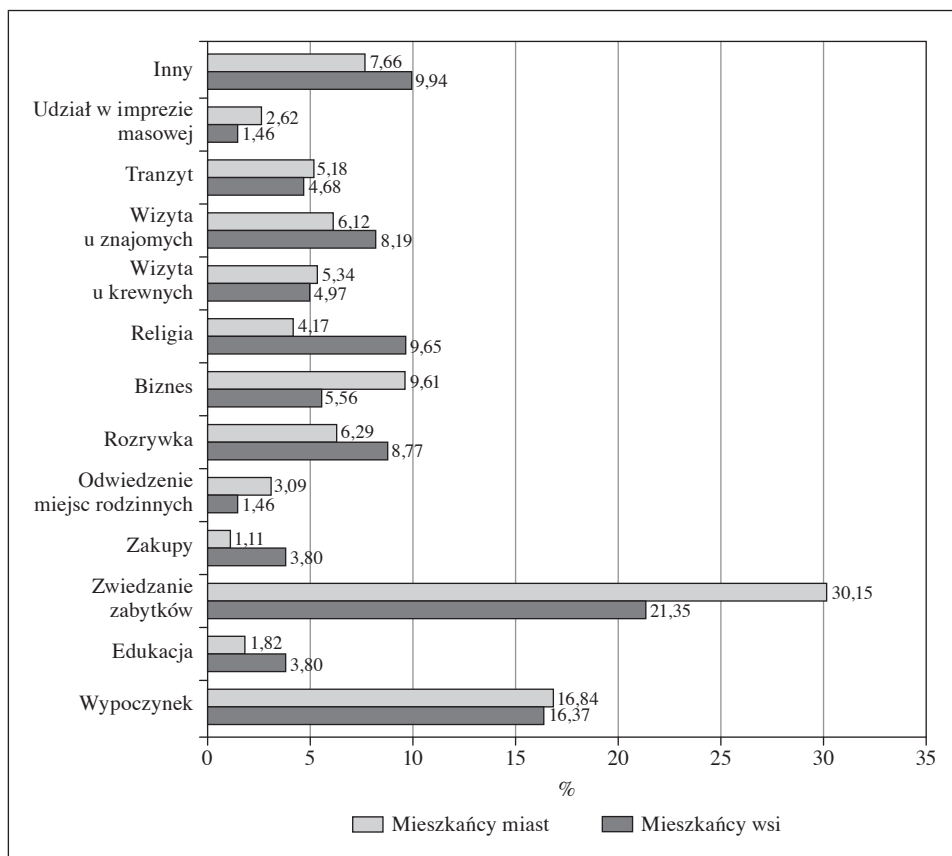
## 6. Specyfika zachowań rynkowych w turystyce mieszkańców wsi

Jedną ze zmiennych istotnie wyróżniających zachowania konsumenckie mieszkańców wsi w zakresie turystyki jest źródło informacji o mieście: częściej korzystają oni z radia (prawie dwukrotnie) i opierają się na wiedzy zdobytej w szkole (o ponad 1/7; zob. rys. 3). Z kolei mieszkańcy miast preferują nowoczesne technologie (internet i media społecznościowe), co potwierdza pierwszą z założonych hipotez badawczych ( $H_{1,1}$ ). Częściej też korzystają ze źródeł pisanych (katalogów biur podróży i przewodników) oraz informacji przekazanych przez znajomych.



Rys. 3. Źródła informacji o Krakowie, z których korzystali turyści odwiedzający miasto w 2017 r.

Źródło: opracowanie własne.



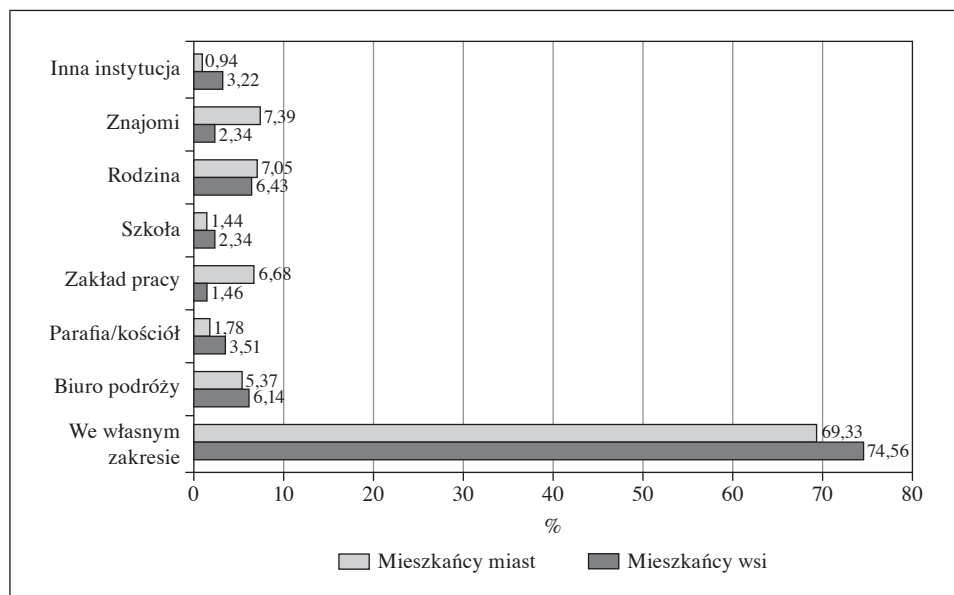
Rys. 4. Główny cel przyjazdu do Krakowa wskazywany przez turystów odwiedzających miasto w 2017 r.

Źródło: opracowanie własne.

Inną cechą istotnie wyróżniającą turystów będących mieszkańcami wsi jest cel podróży turystycznej. Wprawdzie w wypadku obu grup odwiedzających Kraków przeważały wskazania dotyczące zwiedzania zabytków, ale częściej (o prawie 1/2) było ono wybierane przez mieszkańców miast. Przedstawiciele tej grupy częściej też (choć różnice są minimalne) przyjeżdżają do Krakowa w celach wypoczynkowych (zajmujących drugie miejsce pod względem liczby wskazań; rys. 4). Mieszkańcy wsi częściej natomiast wskazywali następujące cele: religijny (prawie 2,5-krotnie, co potwierdza empirycznie drugą z hipotez badawczych –  $H_{1,2}$ ), rozrywkowy (o ponad 1/3), odwiedzenie znajomych (o ponad 1/3), edukację (ponad

2-krotnie) oraz zakupy (niemal 3,5-krotnie). Częściej też wybierali kategorię „inny cel”, do jakiej zaliczano np. ślub, wesele, pogrzeb (o prawie 1/3 wskazań więcej).

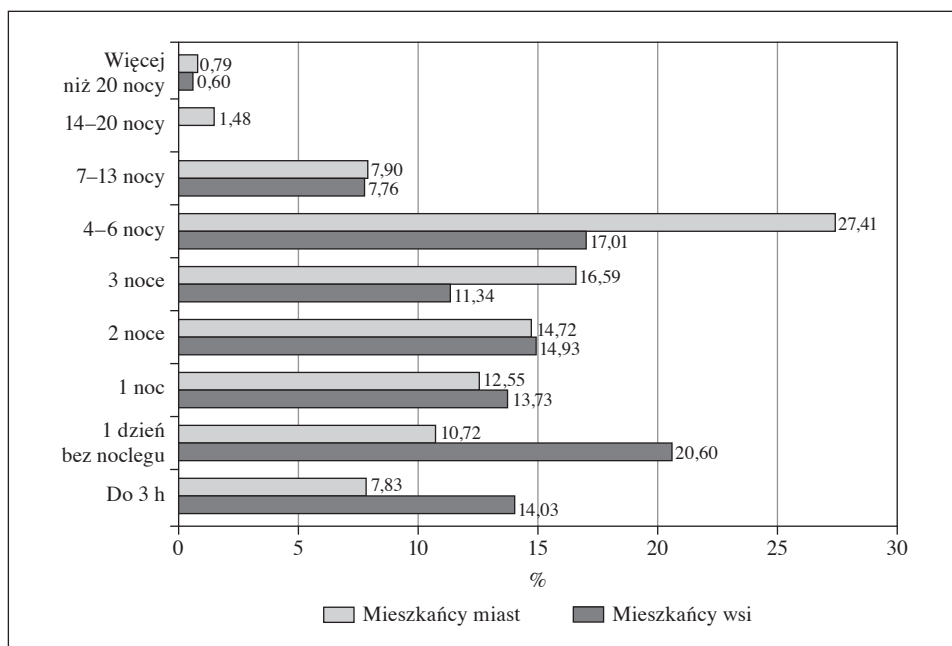
Analizując dane dotyczące podmiotu organizującego podróż, należy stwierdzić, że z reguły turyści sami przygotowują podróż do Krakowa, przy czym taki sposób organizacji preferuje większy odsetek (o ponad 5 pkt proc.) mieszkańców wsi niż mieszkańców miast (zob. rys. 5). Analogiczna sytuacja występuje w wypadku organizowania wyjazdu przez parafię lub kościół (niemal 2-krotnie większy odsetek wskazań w wypadku mieszkańców wsi niż mieszkańców miast, co potwierdza wcześniejsze założenia odnośnie do celów przyjazdu), szkołę (o ponad 1/2) i inną instytucję niż wymienione (np. harcerstwo czy koło gospodyń wiejskich – prawie 3,5-krotnie wyższy udział). Mieszkańcy wsi w większym stopniu korzystają też z usług biur podróży (o ponad 14%), tym samym trzecia z hipotez badawczych ( $H_{1,3}$ ) nie została potwierdzona. Mieszkańcy miast zdecydowanie częściej natomiast biorą udział w podróżach przygotowanych przez zakład pracy (ponad 4,5-krotnie) i przez znajomych (ponad 3-krotnie).



Rys. 5. Organizator podróży do Krakowa wskazywany przez turystów odwiedzających miasto w 2017 r.

Źródło: opracowanie własne.

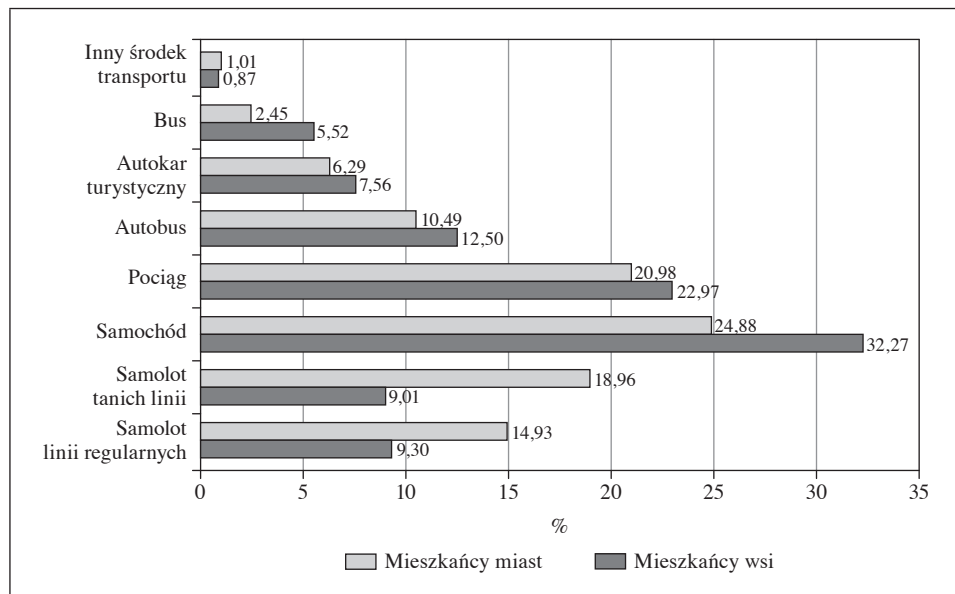
Rozpatrując długość pobytu, należy stwierdzić, że turyści będący mieszkańcami wsi decydują się zazwyczaj na pobyt w Krakowie trwający jeden dzień (bez noclegu), ale wybierali także kategorię „do 3 godzin” oraz „1–2 noce” (w sumie 63,28% mieszkańców wsi i 45,83% mieszkańców miast). Na dłuższe pobyty (w tym w szczególności te na 4–6 nocy: ponad 27%, i 3 noce: prawie 17%) decydują się natomiast częściej odwiedzający będący mieszkańcami miast (rys. 6). Czwarta z hipotez badawczych ( $H_{1,4}$ ) zyskuje zatem potwierdzenie empiryczne.



Rys. 6. Długość pobytu w Krakowie turystów odwiedzających miasto w 2017 r.

Źródło: opracowanie własne.

Jeśli chodzi o środek transportu wybierany podczas podróży turystycznej do Krakowa, to jak wynika z danych przedstawionych na rys. 7, mieszkańcy wsi korzystają głównie z samochodu (prawie 1/3 wskazań), co potwierdza piątą z hipotez badawczych ( $H_{1,5}$ ). W większym odsetku niż mieszkańcy miast wybierają oni również tańsze środki lokomocji: pociąg (o prawie 2 pkt proc.), autobus linii regularnej (o 2 pkt proc.), autokar (o ponad 1 pkt proc.) oraz bus (ponad 2-krotnie więcej wskazań). Odwiedzający mieszkający w miastach częściej z kolei wybierają samolot (odpowiednio: 33,89% i 18,31%) i inny środek transportu niż wymienione (o 16%).



Rys. 7. Środki transportu, z których skorzystali turyści podczas podróży do Krakowa w 2017 r.

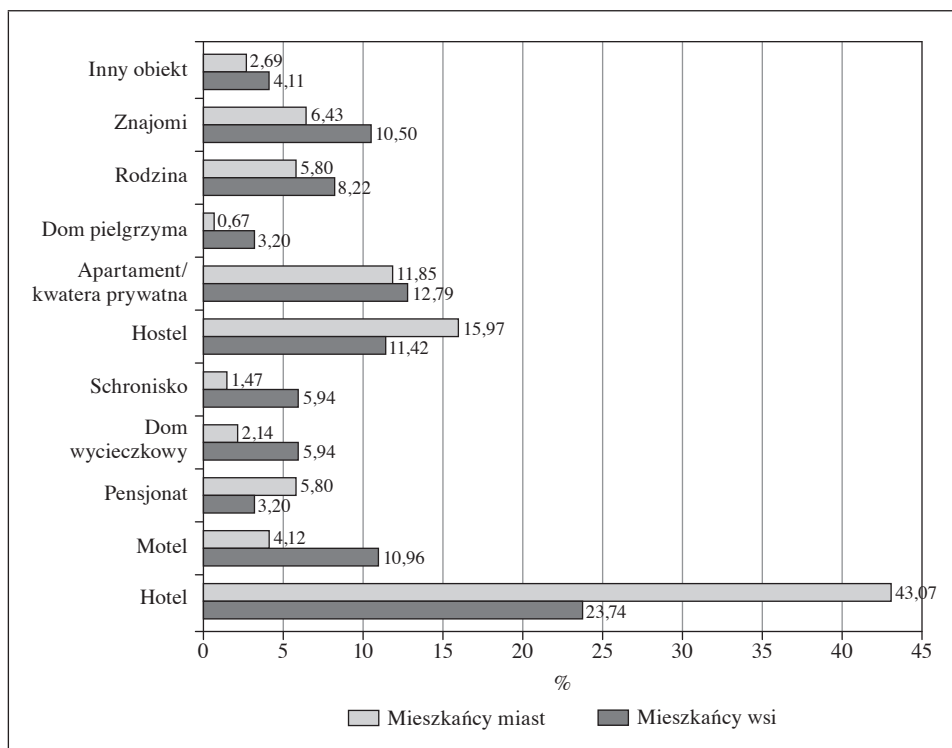
Źródło: opracowanie własne.

Wybór miejsca zakwaterowania również określa zachowania turystyczne mieszkańców wsi. Wprawdzie zarówno turyści będący mieszkańcami miast, jak i ci mieszkający na wsi najczęściej podczas pobytu w Krakowie nocują w hotelach (rys. 8), lecz niemal dwukrotnie więcej mieszkańców miast wybiera te obiekty (podobnie jak hostele: o niemal 40%, i pensjonaty: ponad 80% więcej wskazań).

Mieszkańcy wsi częściej natomiast wskazywali pozostałe miejsca zakwaterowania, przede wszystkim domy pielgrzyma (prawie 5-krotnie, co także potwierdza wcześniejsze ustalenia), schroniska (ponad 4-krotnie), domy wycieczkowe (prawie 3-krotnie) i motele (ponad 2,5-krotnie). Częściej też nocowali w apartamentach lub kwaterach prywatnych (prawie 8% więcej wskazań) i innych, niewymienionych obiektach (53% więcej wskazań) oraz korzystali z gościnności znajomych (prawie 2/3 więcej wskazań) i rodziny (ponad 40% więcej wskazań), tym samym szósta z hipotez badawczych została potwierdzona empirycznie ( $H_{1,6}$ ).

Ostatnim z wyróżników charakteryzujących zachowania turystyczne mieszkańców wsi jest wysokość wydatków poniesionych podczas pobytu w Krakowie, mianowicie większy niż w wypadku mieszkańców miast procent wskazań doty-

czył w tej grupie niskich kwot (rys. 9). Potwierdza się zatem ostatnia z założonych hipotez badawczych ( $H_{1,7}$ ).

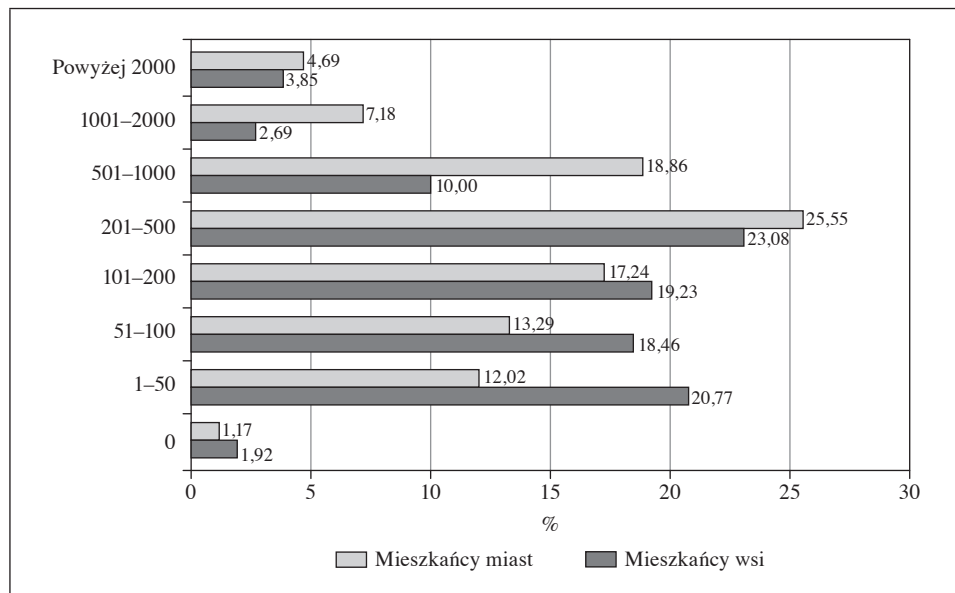


Rys. 8. Miejsce noclegu turystów podczas pobytu w Krakowie w 2017 r.

Źródło: opracowanie własne.

Wprawdzie turyści obu grup najczęściej wydają kwoty 201–500 zł, lecz sumy do 200 zł wskazało aż 60% mieszkańców wsi, podczas gdy wśród mieszkańców miast kwoty te wskazało tylko niecałe 44% respondentów. W największym stopniu wskazania osób mieszkających na wsi przeważają w wypadku kwot 1–50 zł (ponad 70% więcej) i 0 zł (ponad 64%). Również wydatki 51–100 zł ponosi prawie 40% więcej mieszkańców wsi niż mieszkańców miast, a w kategorii 101–200 zł – ponad 10%. Wskazania mieszkańców miast przeważają natomiast w odniesieniu do wydatków wyższych niż 200 zł, zwłaszcza jeśli chodzi o kwoty 1001–2000 zł (ponad 2,5-krotnie więcej wskazań).





Rys. 9. Wydatki poniesione w Krakowie przez turystów odwiedzających miasto w 2017 r. (w zł)

Źródło: opracowanie własne.

## 7. Wnioski

Przemiany rynkowe zachodzące w ostatnich latach pozwalają zakładać, że ludność wiejska będzie coraz mniej różnić się w swych zachowaniach turystycznych od mieszkańców miast. Obecnie różnice te jeszcze jednak występują. Biorąc pod uwagę, że członkowie społeczności wiejskich najczęściej wyjeżdżają do miast (Karbowski 2006, s. 159), analizy przeprowadzone na podstawie wyników badań dotyczących turystów odwiedzających Kraków wydają się dostarczać informacji na temat tych różnic, a zatem, że mieszkańcy wsi częściej niż mieszkańcy miast: korzystają z radia i wiedzy zdobytej w szkole jako źródeł informacji o miejscu docelowym, podróżują do miast w celach religijnych, rozrywkowych, edukacyjnych, aby odwiedzić znajomych, na zakupy i w innych, niewymienionych, sami przygotowują podróż lub organizuje ją parafia bądź kościół, szkoła, biuro podróży albo inna instytucja, decydują się na krótki pobyt w mieście (od 3 godzin do 2 nocy), podróżują samochodem lub tańszymi środkami lokomocji (pociągiem, autobusem linii regularnej, autokarem i busem), nocują w domach pielgrzymia, schroniskach, domach wycieczkowych, motelach, apartamentach lub kwaterach

prywatnych i innych, niewymienionych obiektach, korzystają także z gościnności znajomych i członków rodziny. Wydają w mieście małe kwoty (do 200 zł).

Z postawionych siedmiu hipotez tylko jedna nie została potwierdzona – wbrew przypuszczeniom dotyczącym mniejszej dostępności biur podróży na terenach wiejskich odsetek korzystających z ich usług mieszkańców wsi okazał się wyższy niż w wypadku mieszkańców miast. Prawdopodobnie wynika to z ograniczonego dostępu do internetu, a tym samym mniejszych możliwości samodzielnego zorganizowania wyjazdu przez turystów będących mieszkańcami wsi. Wydaje się jednak, że sytuacja ta będzie się zmieniać, ponieważ zwiększa się dostęp do internetu i zmniejsza się rola biur podróży.

Przeprowadzone rozważania i wyniki analiz statystycznych z naukowego punktu widzenia pozwoliły ustalić powyższe fakty. W praktyce mogą one zostać wykorzystane przez podmioty podaży turystycznej w celu dopasowania stosowanych narzędzi marketingowych (produktu, ceny, dystrybucji i promocji) do specyfiki grupy docelowej, jaką są mieszkańcy wsi. Aby bowiem skutecznie prowadzić działalność, należy wiedzieć, czego turyści potrzebują i jak dotrzeć do nich z ofertą. Dotyczy to zarówno dobrze prosperujących firm, jak i tych, w których rozważa się wprowadzenie istotnych zmian biznesowych, a których w związku z dynamicznym rozwojem rynku będzie przypuszczalnie coraz więcej.

## Literatura

- Aczel A.D. (2006), *Statystyka w zarządzaniu*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- Aranburu I., Plaza B., Esteban M. (2016), *Sustainable Cultural Tourism in Urban Destinations: Does Space Matter?*, „Sustainability” vol. 8, nr 8, <https://doi.org/10.3390/su8080699>.
- Ashworth G., Page S.J. (2011), *Urban Tourism Research: Recent Progress and Current Paradoxes*, „Tourism Management”, vol. 32, nr 1, <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2010.02.002>.
- Balińska A. (2014), *Aktywność turystyczna mieszkańców wsi w kontekście przemian społeczno-gospodarczych – rzeczywisty i potencjalny popyt turystyczny mieszkańców wsi*, „Roczniki Naukowe Ekonomii Rolnictwa i Rozwoju Obszarów Wiejskich”, t. 101, z. 2.
- Bański J. (2008), *Współczesny rozwój obszarów wiejskich – wybrane procesy społeczne i ekonomiczne*, „Woda – Środowisko – Obszary Wiejskie”, t. 8, z. 1(22).
- Bański J. (2014), *Perspektywy rozwoju polskiej wsi – wybrane zagadnienia*, „Wieś i Rolnictwo”, nr 4(165).
- Borkowski K., Grabiński T., Seweryn R., Mazanek L., Grabińska E. (2018), *Ruch turystyczny w Krakowie w 2017 roku*, Małopolska Organizacja Turystyczna, Kraków.
- Borodako K., Berbeka J., Rudnicki M. (2015), *Zarządzanie innowacjami w przemyśle spotkań*, C.H. Beck, Warszawa.
- Budżety gospodarstw domowych w 2016 roku* (2017), GUS, Warszawa.

- Francuz P., Mackiewicz R. (2007), *Liczy nie wiedzą, skąd pochodzą. Przewodnik po metodologii i statystyce nie tylko dla psychologów*, Wydawnictwo KUL, Lublin.
- Gaworecki W.W. (2008), *Turystyka sportowa – uwarunkowania i funkcje* (w:) *Turystyka i sport dla wszystkich w promocji zdrowego stylu życia*, red. W.W. Gaworecki, Z. Mroczyński, Wyższa Szkoła Turystyki i Hotelarstwa w Gdańsku, Gdańsk.
- Inglot-Brzęk E. (2011), *Brak dostępu do internetu jako wskaźnik wykluczenia społecznego*, „Nierówności Społeczne a Wzrost Gospodarczy”, nr 19.
- Kapusta F. (2011), *Polska wieś – quo vadis?*, „Wieś Jutra”, nr 11–12.
- Karbowiak K. (2006), *Uczestnictwo Polaków – mieszkańców miast i wsi – w wyjazdach turystycznych – podobieństwa i różnice*, „Roczniki Nauk Rolniczych. Seria G: Ekonomia Rolnictwa”, t. 93, z. 1.
- Law Ch.M. (1993), *Urban Tourism: Attracting Visitors to Large Cities*, Mansell Publishing, London–New York.
- Law Ch.M. (2002), *Urban Tourism: The Visitor Economy and the Growth of Large Cities*, Continuum, London.
- Łopaciński K. (1988), *Poziom aktywności turystycznej studentów* (w:) *Społeczno-pedagogiczne problemy turystyki*, red. J.A. Malinowski, Instytut Turystyki, Warszawa.
- Middleton V.T.C. (1996), *Marketing w turystyce*, Polska Agencja Promocji Turystyki, Warszawa.
- Niemczyk A. (2008), *Changes to Consumer Behaviour in the Environment of the Global Tourist Market* (w:) *Problems Marketing Management in Globalization*, red. J. Ďaďo, J. Petrovičová, Faculty of Economics Matej Bel University, Banská Bystrica.
- Niemczyk A. (2010), *Turystyka miejska w Polsce w warunkach globalizacji rynku turystycznego* (w:) *Konkurencyjność miast i regionów na globalnym rynku turystycznym*, red. J. Sala, PWE, Warszawa.
- Niemczyk A. (2012), *Zróżnicowanie zachowań konsumentów na rynku turystyki kulturowej*, Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie. Seria specjalna: Monografie, nr 214, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie, Kraków.
- Niemczyk A. (2015a), *Czynniki geograficzne jako determinanta wyboru miejsca docelowego podróży w procesie zaspokajania potrzeb turystycznych*, „Marketing i Rynek”, nr 8.
- Niemczyk A. (2015b), *Turystyka zakupowa – istota i uwarunkowania jej rozwoju*, „Handel Wewnętrzny”, nr 3(356).
- Nowakowska A. (2006), *Turystyka a proces globalizacji* (w:) *Turystyka w ujęciu podmiotowym i przestrzennym. Człowiek – przestrzeń – przedsiębiorstwo*, red. G. Gołembski, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Poznaniu, Poznań.
- Piekut M. (2017), *Społeczno-demograficzne determinanty wyposażenia gospodarstw domowych w dobra trwałe na wsi*, „Zagadnienia Ekonomiki Rolnej”, nr 4(353), <https://doi.org/10.30858/zer/84960>.
- Przećłowski K. (2004), *Człowiek a turystyka. Zarys socjologii turystyki*, Albis, Kraków.
- Richards G. (2001), *The Development of Cultural Tourism in Europe* (w:) *Cultural Attraction and European Tourism*, red. G. Richards, Cabi, Cambridge.
- Skwara A. (2007), *Tendencje zmian na obszarach wiejskich w Polsce*, „Actia Scientiarum Polonorum. Oeconomia”, vol. 6, nr 4.
- Technologie informacyjne i komunikacyjne na rynku turystycznym* (2017), red. J. Berbeka, K. Borodako, Wydawnictwo C.H. Beck, Warszawa.

- Wilkońska A. (2009), *Galerie handlowe jako produkt turystyczny (na przykładzie Krakowa i Łodzi)*, „Handel Wewnętrzny”, numer specjalny, listopad.
- Włodarczyk B. (1999), *Przemiany form aktywności turystycznej. Przykład krawędzi Wyżyny Łódzkiej*, Łódzkie Towarzystwo Naukowe, Łódź.
- Współczesne formy turystyki kulturowej* (2009), red. K. Buczkowska, A.M. von Rohrscheidt, Akademia Wychowania Fizycznego w Poznaniu, Poznań.
- Zachowania konsumentów. Globalizacja, nowe technologie, aktualne trendy, otoczenie społeczno-kulturowe* (2017), red. M. Bartosik-Purgat, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- Zdebski J., Winiarski R. (1990), *Psychologia turystyki w Polsce. Stan obecny i perspektywy rozwoju*, „Folia Turistica”, nr 1.
- Zeliaś A., Pawełek B., Wanat S. (2002), *Metody statystyczne. Zadania i sprawdziany*, PWE, Warszawa.
- Ziarkowski D. (2016), *Determinanty zachowań turystów na rynku (w:) Zmiany zachowań turystycznych Polaków i ich uwarunkowań w latach 2006–2015*, red. J. Berbeka, Fundacja Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie, Kraków.

## **Rural Citizen, Urban Tourist – the Example of Tourists from Rural Areas Visiting Kraków**

(Abstract)

The combination of the terms „countryside” and „tourism” is usually associated with the use of rural areas or activating them for the purpose of tourism. However, the tourist activity of rural dwellers is rarely analysed. The purpose of this article is to try to answer the following question: How do tourists coming from rural areas to cities differ from visitors who come from urban areas? With the use of information obtained from the study of tourist traffic in Kraków, Poland, statistically significant differences in the behaviour of these two groups visiting the city in 2017 were determined. The empirical analyses are preceded by a review of Polish and foreign literature on tourist activity and its determinants, on urban tourism and on the functioning of the modern countryside. The results show that rural dwellers, more frequently than their urban counterparts, take short visits to cities and use the services of tour operators.

**Keywords:** village, urban tourism, tourist activity, sample survey, Kraków.