

A-1236

I N S T Y T U T T U R Y S T Y K I

ODDZIAŁ W KRAKOWIE

ZYGMUNT KRUCZEK, JANUSZ ZDEBSKI

PERSPEKTYWY ROZWOJU TURYSTYKI
POLONIJNEJ

(SYNTEZA TEMATU)

KBN-11

KRAKÓW 1991 r.

SPIIS TRESCI

STR

1. WPROWADZENIE.....	3
2. RYNEK TURYSTYKI POLONIJNEJ NA SWIECIE ZE SZCZEGOLNYM UWZGLESDNIENIEM USA, WIELKIEJ BRYTANII I AUSTRII.....	6
2.1. RYNEK TURYSTYKI POLONIJNEJ W USA.....	9
2.2. RYNEK TURYSTYKI POLONIJNEJ W WIELKIEJ BRYTANII.....	17
2.3. RYNEK TURYSTYKI POLONIJNEJ W AUSTRII.....	22
2.4. BADANIA TURYSTOW POLONIJNYCH W KRAKOWIE.....	24
3. PROGNOZA ROZWOJU TURYSTYKI POLONIJNEJ.....	35
4. WNIOSKI.....	41
SPIS TABEL I WYKRESOW.....	43
SPIS PRAC WYKONANYCH W RAMACH CPBP 08.06 - 3.10.....	44

A-1236

BIBLIOTEKA IT
Archiwum Prac
Naukowe-Badawczych

SPIS TRESCI

STR

1. WPROWADZENIE.....	3
2. RYNEK TURYSTYKI POLONIJNEJ NA SWIECIE ZE SZCZEGOLNYM UNZGLĘDNIENIEM USA, WIELKIEJ BRYTANII I AUSTRII.....	6
2.1. RYNEK TURYSTYKI POLONIJNEJ W USA.....	9
2.2. RYNEK TURYSTYKI POLONIJNEJ W WIELKIEJ BRYTANII.....	17
2.3. RYNEK TURYSTYKI POLONIJNEJ W AUSTRII.....	22
2.4. BADANIA TURYSTÓW POLONIJNYCH W KRAKOWIE.....	24
3. PROGNOZA ROZWOJU TURYSTYKI POLONIJNEJ.....	35
4. WNIOSKI.....	41
SPIS TABEL I WYKRESÓW.....	43
SPIS PRAC WYKONANYCH W RAMACH CPEP 06.06 - 3.10.....	44

A-1236
BIBLIOTEKA IT
Archiwum Prac
Naukowo-Badawczych

1. WPROWADZENIE

Według danych Światowej Organizacji Turystyki (WTO) zagraniczna turystyka w dekadzie lat osiemdziesiątych wykazywała stały coroczny wzrost w granicach 5% ilości turystów oraz 10 - 12% wpływów. Nadal ponad 80% zagranicznego ruchu turystycznego przypada na kraje Europy Zachodniej i Ameryki Północnej. W 1990 roku wpływy z turystyki zagranicznej na świecie wyniosły 230 mld USD a podróżujących było 425 mln (dane WTO). W tym czasie przyjazdy do Polski z krajów zachodnich szacowano na około 2.4 mln osób zaś z tzw. dwynych KDL na ponad 3 mln osób. Wpływy dolarowe z turystyki zagranicznej w 1990 r. szacowano w Polsce na około 1 mld USD. Szacunki te są niepełne, nie mówią o wpływach przewoźników, handlu itp.

W strukturze przyjazdów turystycznych do Polski turystyka polonijna posiada znaczny udział (wg różnych szacunków od 30 do 60%) ogółu przyjazdów. Obecna sytuacja stwarza znaczne ułatwienia przyjazdowe dla naszych rodaków z zagranicy (ułatwienia paszportowe i wizowe oraz dewizowe). Stwarza się również podstawy dla inwestowania w Polsce dla kapitału polonijnego, w tym również w branży turystycznej. Rozwój turystyki polonijnej posiada także swój wydźwięk społeczny i polityczny a także kulturowy.

Potwierdzeniem tej tendencji może być podsumowanie badań prowadzonych w ramach CPBP 08.06. "Turystyka jako czynnik rozwoju społeczno-gospodarczego", gdzie sformułowano wniosek, iż "w zakresie turystyki przyjazdowej przez najbliższe lata dominować będzie turystyka sentymentalna (rodzinna)..."

CEL, ZAKRES I METODA BADAŃ

Celem podjętych badań jest uzyskanie możliwie wszechstronnych informacji o charakterze, rozmiarach i motywach turystyki polonijnej. Efektem prowadzonych badań powinno być sformułowanie konkretnych wskazań pozwalających w optymalny sposób organizować promocję, akwizycję, recepcję turystów

polonijnych. W tym celu należy poznać podstawowe potrzeby turystów polonijnych związane z przyjazdem i pobytem w "starym kraju".

Badania mają charakter monograficzny. Ich zakres obejmuje szeroko rozumiane nauki ekonomiczne (aspekty marketingowe) jak również nauki społeczne (socjologia, psychologia) oraz przestrzenne (planowanie regionalne, zagospodarowanie turystyczne). Podkreślić należy iż wyniki badań powinny służyć praktyce, stając się instrumentem konkretnych działań decyzyjnych.

Ze względu na interdyscyplinarność badań zostały one przeprowadzone przy użyciu specyficznych dla tych dyscyplin narzędzi badawczych. W badaniach społecznych zastosowano ankietę. Pozwoli ona na bliższe poznanie potrzeb i motywów turystów polonijnych, ich opinii i postaw oraz wyobrażeń związanych z Polską. W badaniach przestrzennych posługwano się głównie metodą kartograficzną oraz metodami statystycznymi (grupowanie danych itp.).

Mając na uwadze marketingowe ujęcie badań nad turystyką polonijną skonstruowano ankietę ujmującą różnorodne jej aspekty, istotne dla kształtowania się tego segmentu rynku turystycznego. W ankiecie znalazły się zatem pytania zarówno natury socjologicznej, demograficznej, geograficznej a wreszcie finansowo-ekonomicznej.

Pytania dotyczyły bezpośrednio ankietowanego i zmierzają do określenia struktury turystów polonijnych ze względu na płeć, wiek, wykształcenie, kraj stałego zamieszkania, formę przyjazdu, czas pobytu, środek lokomocji itp., jak również dotyczą środowiska polonijnego, które zna ankietowany (np. najczęstszych przyczyn rezygnacji z przyjazdów do Polski). W innym ujęciu pytania dotyczyły zarówno pobytu w Polsce (w tym szczególnie w Krakowie) - motywów przyjazdu, częstotliwości, rozmieszczenia tego ruchu w Polsce - jak i mobilności turystów polonijnych w ogóle (jak często podejmują podróże zagraniczne).

Jednym z celów ankiety było również uzyskanie oceny wizyty w Polsce przez turystów pochodzenia polskiego z punktu widzenia poniesionych kosztów. Starano się ustalić - czy Polska jako kraj docelowy - poza czynnikami emocjonalnymi jest atrakcyjna jako miejsce taniego wypoczynku (pobytu). Służyły temu pytania o bezpośrednią ocenę kosztów przyjazdu w ich ujęciu globalnym oraz poszczególnych składników kosztów, a także pytania porównawcze dotyczące kosztów urlopu spędzonego w Polsce a w kraju stałego zamieszkania czy też innych krajów, w których turysta polonijny ostatnio przebywał w celach turystycznych.

W badaniach posłużyliśmy się kwestionariuszem ankietowym zawierającym 18 pytań o konstrukcji zamkniętej tj. ankietowany miał do wyboru gotowy zestaw odpowiedzi. Umieszczono w nim również 1 pytanie otwarte, umożliwiające swobodną wypowiedź turysty na temat pobytu w Polsce, a szczególnie w Krakowie.

Badania były realizowane w Krakowie - mieście bardzo często odwiedzanym przez turystów polonijnych. Badania te, wzorem takich krajów jak Austria, Belgia, Czechosłowacja, Dania, Holandia itp. odbywały się głównie w bazie noclegowej. Podjęto również próbę dotarcia do turystów poprzez pilotów PP "Orbis", część badań prowadzili jako ankieterzy studenci kierunku "turystyka" AWF w Krakowie.

2. RYNEK TURYSTYKI POLONIJNEJ NA ŚWIECIE ZE SZCZEGÓLNYM UWZGLĘDNIENIEM USA, WIELKIEJ BRYTANII I AUSTRII

Ruch emigracyjny ludności z rodzinnego kraju, i osiedlania się jej poza jego granicami był dawniej i jest obecnie zjawiskiem szeroko rozpowszechnionym i obejmuje swoim zasięgiem w mniejszym lub większym stopniu niemal wszystkie kraje świata.

Proces przesiedlania się części ludności jest dla każdego narodu z którego wywodzi się wychodźstwo, zagadnieniem istotnym zarówno w aspekcie społeczno-gospodarczym, jak i z punktu widzenia historyczno-kulturalnego. Również narody stanowiące miejsce docelowe emigracji poddawane są różnorodnym (słabszym lub silniejszym) wpływom z racji oddziaływania na nich przybyszów (imigrantów).

Polska w swojej bogatej i burzliwej historii przeżywała (i nadal przeżywa) okresy wzmożonej emigracji. Przyczyny tych ruchów są zróżnicowane i należą do nich między innymi powody polityczne, religijne, ekonomiczne oraz społeczne. W zależności od historycznych realiów w/w czynniki zanikały lub aktywizowały społeczeństwo stając się stymulatorem emigracji w danym okresie. W wyniku tych procesów poza granicami państwa znalazła się ogromna liczba ludzi narodowości polskiej lub polskiego pochodzenia. Ogół tej ludności określa się mianem Polonii i szacuje na od 5 mln do 14 mln. osób (1).

Mówiąc "polonijny rynek turystyczny" mamy na myśli Polonię Zagraniczną zamieszkałą na kontynencie europejskim, w obu Amerykach i w Australii. Poza tymi głównymi skupiskami Polonia Zagraniczna rozproszona jest po całym świecie i jak wynika z obecnych informacji zamieszkuje w 76 - ciu krajach. (4).

Szacunki Instytutu Turystyki (5) wg stanu na 1988 r. określają polonijny rynek turystyczny (bez KDL) na 9.5 mln osób. Największą zbiorowość polonijną reprezentuje kontynent północno-amerykański. Na terenie USA mieszka około 6.6 mln osób, głównie na obszarze stanów: Nowy Jork, Connecticut, New Jersey

oraz w rejonie Wielkich Jezior (Illinois, Michigan, Wisconsin), główne ośrodki miejskie to Chicago, Nowy Jork, Buffalo, Milwaukee, Cleveland.

Statystycznie rzecz biorąc po USA drugie skupisko Polaków to ZSRR, szacuje się ich liczbę w tym kraju na 2 mln, a zamieszkują głównie na zachodniej Ukrainie (Lwów) oraz na Litwie (Wilno). Jest to specyficzna co do swojej genezy Polonia - ci ludzie nigdzie nie wyjeżdżali, tkwią w miejscu urodzenia, tylko fatalny zbieg losów politycznych odciął ich od Ojczyzny. Ta Polonia, ze względów politycznych nie była do tej pory badana, nie tworzy ona również na razie aktywniejszego rynku turystycznego. W pozostałych krajach bloku wschodniego liczebność Polonii nie jest znaczna, za wyjątkiem może Czechosłowacji.

Na czwartej pozycji pod względem liczebności znajduje się Kanada (400 tys.osób). Polonia mieszka głównie w prowincjach Ontario (Toronto), Manitoba (Winnipeg), Quebec (Montreal).

W Ameryce Pd. największe skupisko znajduje się w Argentynie i Brazylii. Wielkość Polonii brazylijskiej szacować można na 400 - 500 tys. osób, osiadłych głównie w stanach: Parana, Rio Grande del Solo, Santa Catarina i w Rio de Janeiro. W Argentynie wielkość Polonii ocenia się na 150 000 osób, przy czym główne ośrodki to : Buenos Aires, Rosario, Cordoba, Misiones.

Po II wojnie światowej powstały dość znaczne skupiska polonijne w Australii. Polonia australijska liczy 120 000 osób, skupiona jest w Sydney, Melbourne, Adelajda, Perth Hobarth. Na terenie Europy Zach. Polonia liczy około 1 400 000 osób. Największe jej skupiska to Francja, RFN, Wielka Brytania, Belgia.

Wielkość polonijnego rynku turystycznego oraz aktywność turystyczną poszczególnych środowisk polonijnych ilustruje tabela 1.

Tab. 1. Rynek turystyki polonijnej (bez krajów Europy Wschodniej)

L.P.	Kraje\regiony	Rynek	Ruch	Aktywność	PK
1.	Europa Zach.	1,4 mln	210 000	15.5%	23 %
	Francja	0.75	50 000	7.0%	22%
	Belgia	0.06	9 300	15.0%	23%
	Wlk.Brytania	0.17	30 000	18.0%	21.5%
	Holandia	0.016	4 500	25.0%	35%
	RFN	0.25	73 000	30.0%	11.1%
	Berlin Zach.	0.02	8 000	40.0%	39%
	Austria	0.025	8 000	32.0%	25%
	Szwecja	0.025	15 400	61.6%	60.8%
	Dania	0.015	3 000	20.0%	26.0%
2.	Ameryka Pn(1)	7.000	41 200	0.6%	18.5%
3.	Australia	0.120	6 500	5.4%	9.3%
4.	Inne kraje	0 800	20 000	25.0%	47.0%
5.	RAZEM	9 000	280 000	2.9%	24.05 (1)
		9 500	300 000	3.0%	50.0% (2)

Legenda: 1 - dane za 1979 r., 2 - dane za 1988 r.

Uwagi: Rynek = wielkość Polonii w danym regionie lub kraju

Ruch = szacunkowa wielkość ruchu turystycznego polonijnego do Polski

Aktywność = stosunek wielkości rynku do ruchu turystycznego w odsetkach

PK = Paszporty konsularne (ich procentowy udział w przyjazdach do Polski)

źródło - dane Instytutu Turystyki w Krakowie, konspekt Turystyka etniczna. Perspektywy rozwoju turystyki polonijnej. Wybrane zagadnienia", Kraków 1989, autorzy - K.Kraskiewicz, Z.Kruczek i inni.

2.1. RYNEK TURYSTYKI POLONIJNEJ W USA

Spośród różnych skupisk polonijnych na świecie Polonia w USA wyróżnia się charakterystycznymi cechami. Jest ona najliczniejsza oraz najbardziej zróżnicowana w swojej masie. Równocześnie społeczność amerykańska składająca się z wielu grup narodowościowych wpływa na proces przemian w samym środowisku polonijnym oraz na jego integrację z otoczeniem.

Cechą charakterystyczną polonijnego rynku turystycznego w USA jest minimalny wskaźnik aktywności turystycznej (7). Potwierdzają to nasze badania ankietowe przeprowadzone wśród amerykańskiej Polonii.

CHARAKTERYSTYKA BADANEJ POPULACJI

(liczebność, wiek, płeć, zawód, miejsce zamieszkania)

Badania ankietowe przeprowadzone zostały w środowisku polonijnym w Chicago na zasadzie doboru celowego oraz wśród osób, które przyjechały do Polski. Badaniami objęto 107 osób reprezentujących środowisko polonijne USA. Część ankiet rozproszono w miejscu stałego zamieszkania respondentów tj. w Chicago (70%) a resztę w Polsce wśród polonijnych turystów.

Blisko połowa (49.5%) badanych mieściła się w przedziale wiekowym od 31 do 50 lat. Następne pod względem ilości grupy lokowały się w przedziale wiekowym od 21 do 30 lat i od 51 do 65 lat. Natomiast niski jest udział osób w wieku do 20 lat i powyżej 65 lat w badanej grupie (odpowiednio 2.8% oraz 1.9%). Porównując nasze badania do wyników uzyskanych przez H. Haaso (6) w których wyraźnie dominowała grupa w przedziale wiekowym od 51 do 65 lat (44.1%) można zauważyć wyraźne odmłodzenie wśród Polonii amerykańskiej odwiedzającej Polskę obecnie.

Wśród ankietowanych turystów polonijnych z USA wyraźnie przeważają robotnicy wykwalifikowani (tab. 2) stanowiący 1/4 badanych (25.2%). Reprezentanci wolnych zawodów, wysokokwalifikowani pracownicy techniczni i urzędnicy stanowili odpowiednio 13.1% oraz 10.3%. Nieco inne wartości charakteryzują

robotników niewykwalifikowanych (8.4%), managerów, wyższych urzędników, właścicieli (7.5%) oraz rzemieślników i mistrzów (7.5%). Na taki rozkład cech może mieć wpływ fakt, że wysokwalifikowani pracownicy fizyczni stanowili zdecydowaną większość wśród zatrudnionych przedstawicieli Polonii w roku 1970. Interesujący jest spadek liczby emerytów w ogólnej masie przyjeżdżających do Polski w badanej grupie w porównaniu z wynikami H.Haaso.

Warto podkreślić również wzrost uczestnictwa studentów i uczniów w przyjazdach do Polski. W niniejszych badaniach grupa ta stanowiła 6.5% ogółu przyjeżdżających a u H.Haaso 2.9%. w 1970 r. Podobnie jak w przypadku pracowników fizycznych zjawisko to może być spowodowane ogólnym poziomem wykształcenia w ostatnich latach w środowisku Polonii amerykańskiej. Z powyższych rozważań można wywnioskować, że kolejne pokolenia ludności polskiego pochodzenia upodobniają się pod względem struktury zawodowej do struktury całego społeczeństwa USA.

Tab. 2. Struktura badanych wg grup zawodowych

LP	Grupy zawodowe	Ilość	%
	WHITE COLLAR WORKERS	35	32.8
1	wolne zawody, wysokwalifikowani prac.tech	14	13.1
2	managerowie, wyżsi urzędnicy, właściciele	8	7.5
3	urzędnicy	11	10.3
4	sprzedawcy	2	1.9
	BLUE COLLAR WORKERS	44	41.1
5	rzemieślnicy, mistrzowie	8	7.5
6	robotnicy wykwalifikowani	27	25.2
7	robotnicy niewykwalifikowani	9	8.6
	POZOSTALI	16	11.2
8	rolnicy	1	0.9
9	gospodynie domowe	5	4.7
10	studenci, uczniowie	7	6.5
11	emeryci, renciści	3	2.8
12	brak danych	12	11.6
12	Razem	107	100.0

źródło - badania własne

WIELKOŚĆ I CZĘSTOTLIWOŚĆ PRZYJAZDÓW

Ilość przyjazdów ankietowanych systematycznie wzrasta od 1981 roku uzyskując najwyższe rozmiary w latach 1986 i 1987 (stanowiąc odpowiednio 32,7 % i 26,2 % badanych) a następnie malała. Na taki rozkład przyjazdów badanych do Polski prawdopodobnie miały wpływ wydrzenia społeczno-polityczne nasilające się kraju na początku i końcu lat 80-tych.

Rozpatrując przeciętną częstotliwość wyjazdów do dawnej ojczyzny Polonii amerykańskiej na tle innych grup etnicznych zamieszkałych na terenie USA zauważamy, że Polonia zajmowała ostatnie miejsce spośród piętnastu badanych grup w roku 1970 (10).

Przeważająca liczba członków Polonii amerykańskiej w badanym okresie odwiedza Polskę po raz pierwszy, stanowiąc 65,4 % badanej grupy. Podobne wyniki uzyskał H. Haaso. Osoby które jeszcze nie były w Polsce stanowiły 12,1 % ankietowanych.

Na pytanie, czy respondent ma zamiar ponownie przyjechać do Polski odpowiedzi udzieliło 97 osób. Blisko połowa badanych (47,7%) wykazało brak zdecydowania odnośnie ponownego przyjazdu do Polski (respondentom trudno było pojąć decyzję, wybierali wariant odpowiedzi - jeszcze nie wiem). Spośród 37,4% ankietowanych zdecydowanych na przyjazd do Polski 7,5% deklarowało przyjazd w następnym roku, a 29,9% w ciągu najbliższych 5 lat.

CZYNNIKI WPLYWAJĄCE NA PRZYJAZD DO POLSKI

Na pytanie co wpłynęło przede wszystkim na decyzję przyjazdu do Polski 64,5% osób ankietowanych wskazało listy od krewnych, lub znajomych jako główny powód. W następnej kolejności jako czynnik wpływający na decyzję przyjazdu do Polski nasi respondenci wymieniali opowiadania krewnych lub znajomych, którzy odwiedzili Polskę. Powód ten wskazało 46 osób, co stanowi 43,0% ankietowanych.

Porównując wyniki naszych badań ankietowych (respondenci którzy przyjechali do Polski w latach 1981 - 89) z podobnym opracowaniem H.Haaso (6) dotyczącym roku 1970, można stwierdzić, że w ciągu 15 lat główne czynniki nie uległy zmianie.

Tab. 3. Czynniki wpływające na przyjazd do Polski badanej populacji *

LP	Wyszczególnienie czynników	Ilość	%
1	listy od krewnych lub znajomych	69	37.91
2	opowiadanie krewnych, którzy odwiedzili już Polskę	46	25.27
3	informacje uzyskane w polonijnych biurach podróży	7	3.84
4	potaniecie kosztów podróży do Polski	7	3.84
5	własne zainteresowania zawodowe	11	6.04
6	artykuły lub ogłoszenia w prasie USA	6	3.29
7	artykuły lub ogłoszenia w prasie polskiej wydawanej w USA	2	1.09
8	audycje w polskich programach radiowych lub telewizyjnych emitowanych w USA	13	7.14
9	imprezy organizowane przez polskie placówki dyplomatyczne w USA	1	0.54
10	inne przyczyny	7	3.84
11	brak danych	13	7.14
12	Razem	182	100.0

źródło - badania własne

* Respondenci często podawali więcej niż jedną przyczynę przyjazdu.

CELE PRZYJAZDU DO POLSKI

Spośród respondentów znacząca większość bo 71.9% jako cel przyjazdu do Polski podało wizytę u rodziny, a w dalszej kolejności odwiedziny znajomych i przyjaciół (42.0%). Za

poznaniem kraju i wypoczynkiem jako celem przyjazdu do Polski odpowiedziało się odpowiednio 17.7% i 21.5%.

Jako cel ponownego przyjazdu do Polski zdecydowana większość (71.0%) podała zamiar odwiedzenia rodziny lub przyjaciół. Niepopularne okazały się pobyty w pensjonacie "Orbisu", stanowiąc tylko 1,6% ogółu badanych. Podobnie pobyt w uzdrowisku jak i wycieczka z "Orbisem" po kraju (odpowiednio 6.5% i 4.7%) nie spotkały się z większą aprobatą.

Tab. 4. Cel przyjazdu do Polski *

LP	Cel przyjazdu	Ilość osób	%
1	rodzina	77	71.0
2	znajomi	45	42.0
3	poznanie kraju	19	17.7
4	wypoczynek	23	21.5
5	inne	7	6.5
6	brak danych	15	14.0
7	Razem	186	100.0

źródło - badania własne

* Uwaga! respondenci mogli wybrać kilka wariantów odpowiedzi, dlatego % nie sumują się do 100.

Z uzyskanych odpowiedzi dotyczących celu i czynników wpływających na przyjazd do Polski oraz zamiaru ponownego przyjazdu wynika jednoznacznie, że głównym stymulatorem przyjazdów są listy od rodziny i opowiadania krewnych lub znajomych, którzy odwiedzili Polskę a głównym motywem przyjazdów do "Starej ojczyzny" są przyjazdy do rodziny i krewnych.

Tab. 5. Cel ponownego przyjazdu do Polski *

LP	Cel przyjazdu	Ilość osób	%
1	odwiedzenie rodziny lub przyjaciół	76	71.0
2	pobyć w pensjonacie	2	1.9
3	pobyć w kurorcie	7	6.5
4	wycieczka po kraju z Orbisem	5	4.7
5	inne	20	18.7
6	brak danych	15	14.0
7	Razem	125	100.0

źródło - badania własne

* Uwaga! respondenci mogli wybrać kilka wariantów odpowiedzi, dlatego % nie sumują się do 100.

Analiza wyników ankiet wskazuje, że najwięcej ankietowanych (20.6%) odwiedziło woj. nowosądeckie. Następnym pod względem liczby odwiedzających w badanej grupie były województwa: miejskie - krakowskie (11.2%), białostockie i tarnowskie (po 9.3%). Ogółem osoby objęte naszym badaniem odwiedziły 28 województw. Frekwencja odwiedzających układa się zatem południkowo. Ciekawe jest również to, że ten rozkład odpowiada wcześniej obserwowanej strukturze przestrzennej ruchu turystycznego Polonii Amerykańskiej. Potwierdza to fakt podziału państwa polskiego od dawna na tereny o wyraźnej emigracji do USA (Podhale, Tarnowskie, Białostockie, rejon Łomży). Natomiast obszary Polski leżące na zachód od Wisły były terenami emigracji do krajów Europy Zachodniej (głównie Francji, Niemiec, krajów Beneluksu). Natomiast wschodnie i południowo wschodnie tereny objęte były emigracją zaoceaniczną głównie do Stanów Zjednoczonych a również Kanady i Argentyny. Dlatego też zrozumiałym jest że Polonia Amerykańska odwiedzając Polskę przebywa głównie we wschodnich i południowych województwach,

które stanowią ich rodzinne strony, bądź też są miejscem zamieszkania rodzin i krewnych dawnych emigrantów.

Ponadto trudno się dziwić dużej frekwencji "Polonusów" w województwie miejskim krakowskim które w całości znane jest w świecie jako historyczne i pełne zabytków miasto. Natomiast dużą liczbę odwiedzających woj. nowosądeckie należy tłumaczyć faktem iż stanowi ono centrum turystyczne w Polsce posiadając wysokie walory krajobrazowe i turystyczne oraz uzdrowiskowe z wieloma ośrodkami turystyczno-wypoczynkowymi.

FORMA PRZYJAZDU DO POLSKI

Na pytanie odnośnie preferencji i formy wyjazdów do Polski oraz ich organizatorów respondenci wypowiedzi się w przeważającej większości za indywidualną formą przyjazdu (63.5%) lub w niewielkiej grupie (21.5%), a czas pragną sami sobie organizować (47.7%) lub jako organizatorów swego pobytu w Polsce widzą rodzinę (21.5% ogółu badanych). Powyższe wypowiedzi wynikają z faktu przedstawionego przez nas wcześniej iż 41.5% ankietowanych wskazało jako cel przyjazdu do Polski rodzinę, która jednocześnie była organizatorem czasu wolnego podczas ich pobytu.

Tab. 6. Preferencje odnośnie formy przyjazdu do Polski

LP	Formy przyjazdu	Ilość	%
1	w grupie wycieczkowej	5	4.7
2	w niewielkiej grupie	23	21.5
3	indywidualnie	68	63.5
5	brak danych	11	10.3
6	Razem	107	100.0

źródło - badania własne

Tab. 7. Preferencje odnosnie organizatorow pobytu w Polsce

LP	Organizatorzy	Ilość	%
1	biuro podróży	10	9.3
2	rodzina	23	21.5
3	znajomi	14	13.1
4	przez samego siebie	51	47.7
5	brak danych	9	8.4
6	Razem	107	100.0

źródło - badania własne

OCENA POBYTU W POLSCE I POZIOMU USŁUG TURYSTYCZNYCH

Na pytanie - co najbardziej podobało się w Polsce i dlaczego odpowiedzi zaszeregowano w kilka grup tematycznych, które zawarte są w tabeli 10.

Największym uznaniem cieszyła się gościnność wskazana przez 21.5 % badanych. Zabytki wzbudziły uznanie wśród 24.3% ankietowanych, a walory krajobrazowe i ośrodki turystyczno-krajoznawcze odpowiednio 18.7% oraz 17.7%

Zwrócenie szczególnej uwagi respondentów na gościnność w upodobaniach Polonii w badanej grupie tłumaczyć można faktem występowania dużego ładunku emocjonalnego towarzyszącego przyjazdowi do Polski w ogóle, a w szczególności odwiedzinom rodziny i krewnych, którzy starali się podjąć gości zza oceanu szczególnie serdecznie.

Tab. 8. Preferencje turystyczne respondentów

LP	Rodzaj preferencji	Ilość	%
1	walory krajobrazowe	20	12.8
2	zabytki	23	14.7
3	przyroda polska	14	9.0
4	goscinność	26	16.7
5	ludzie	17	10.9
6	folklor	6	3.9
7	ośrodki turystyczno-krajobrazowe	19	12.2
8	rodzina	3	1.9
9	szczerłość, uprzejmość	5	3.2
10	brak danych	23	14.7
11	Razem	156	100.0

źródło - badania własne

2.2. RYNEK TURYSTYKI POLONIJNEJ W WIELKIEJ BRYTANII

Badania ankietowe przeprowadzone w środowisku Polonii Brytyjskiej objęły 62 osoby. Większość uzyskanych ankiet dotyczy respondentów zamieszkałych na stałe w Londynie (około 50%). Około 30% ankiet zostało wypełnionych na zasadzie doboru celowego wśród pracowników i klientów Polskiego Ośrodka Społeczno-Kulturalnego w Londynie. W badanej zbiorowości nieznacznie przeważały kobiety (51.5%). Blisko połowa badanych mieściła się w przedziale wiekowym od 41 do 60 lat ale znaczny odsetek (38.8%) stanowiły osoby w wieku od 21 do 40 lat.

Znikoma ilość osób z wykształceniem podstawowym (tylko 3.2%) świadczy o silnych związkach między statusem wykształcenia a aktywnością turystyczną. Najwięcej respondentów legitymowała się wykształceniem średnim (45%) i wyższym (32%). Analiza struktury wiekowej i wykształcenia sugeruje większą aktywność młodszej Polonii Brytyjskiej.

Większość badanych uznała swoją sytuację finansową jako średnią (47.6%) i dobrą (41%). Zdecydowanie więcej oceniło ją natomiast jako złą (9.8) niż bardzo dobrą (1.6%). Stąd wniosek, że "stary kraj" częściej odwiedzają osoby średnio sytuowane.

WIELKOŚĆ I CZĘSTOTLIWOŚĆ PRZYJAZDÓW

Na podstawie tabeli nr 9. można stwierdzić, że największa grupa ankietowanych spędziła w Polsce od 6 do 10 dni, duża jest też liczba turystów których pobyt trwał od 11 do 20 dni.

Tabela 9. Czas pobytu w Polsce w badanej populacji

LP	Czas pobytu	Ilość osób	%
1	mniej niż 6 dni	5	8.2
2	6 - 10 dni	28	45.1
3	11 - 20 dni	18	29.0
4	21 - 30 dni	8	12.9
5	powyżej 30 dni	3	4.8
6	Razem	62	100.0

źródło - badania własne

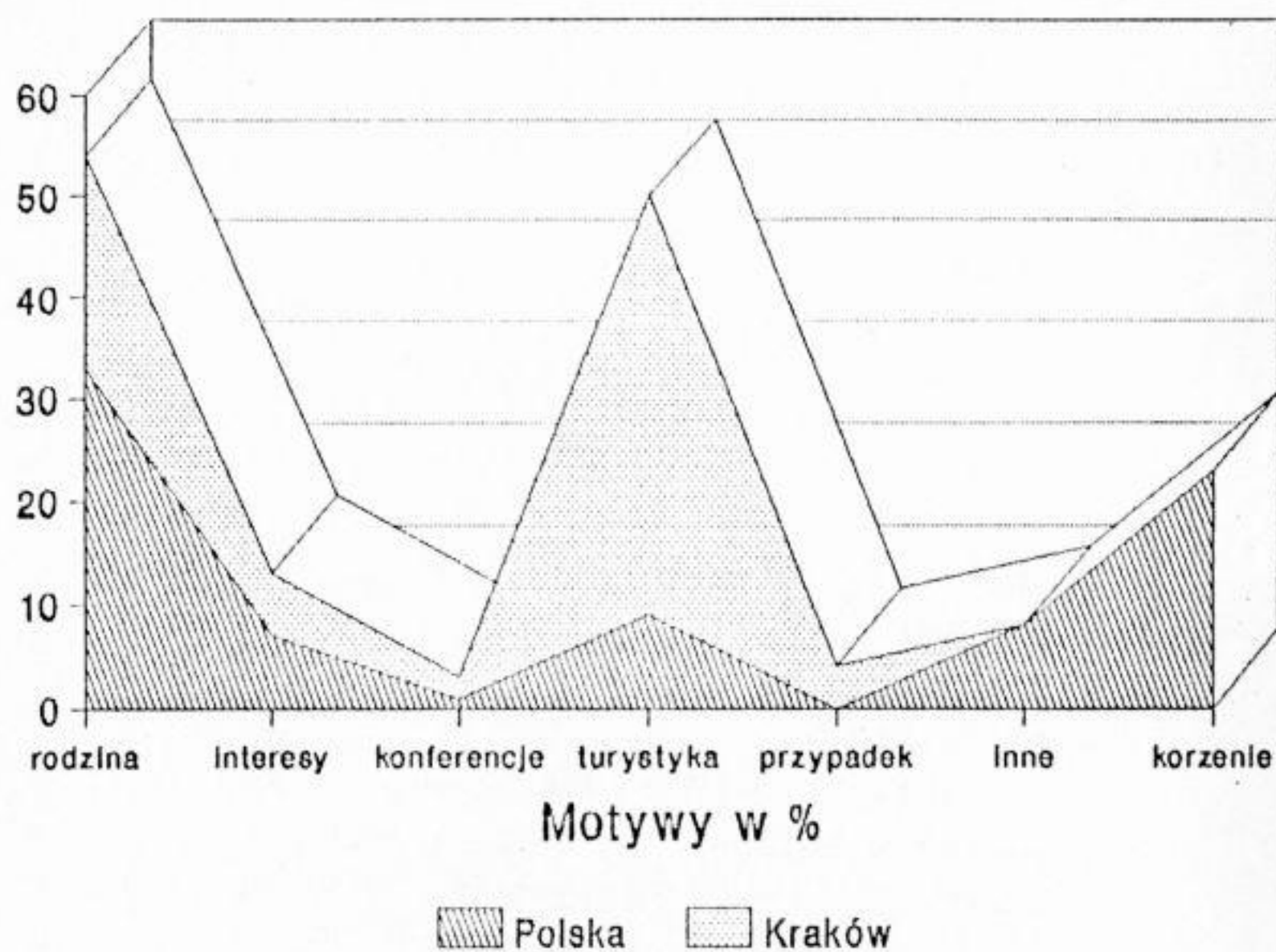
W badanej zbiorowości połowa respondentów deklarowała wielokrotność przyjazdów do Polski ale też niewiele mniejszy jest procent osób, które przybyły do kraju po raz pierwszy (33%).

MOTYWY WYJAZDU DO POLSKI I KRAKOWA

Najczęściej powodem przyjazdu do Polski są więzy rodzinne (ponad połowa badanych - patrz rys 1). Na drugiej pozycji lokują się osoby zainteresowane Polską jako krajem pochodzenia (37%). Zdecydowanie mniejsza liczba osób jako powód przyjazdu do kraju wymienia turystykę (14.5%).

Wśród przyczyn przyjazdu do Krakowa respondenci niemal w równym stopniu wymieniają zainteresowania miastem, program

Rys.1. MOTYWY PRZYJAZDOW DO POLSKI
I DO KRAKOWA WSROD POLONII BRYTYJSKIEJ



zrodlo: badania własne

wycieczki oraz chęć odwiedzenia rodziny. Jednocześnie łączny odsetek celów turystycznych (74%) przeważa nad motywami rodzinnymi (33%).

STRUKTURA WYDATKÓW TURYSTÓW POLONIJNYCH W POLSCE

Najbardziej znaczącą pozycją wśród wydatków są koszty transportu. Wynika to poniekąd z wyboru środka transportu - aż 61 osób korzystało z najdroższej komunikacji tj. samolotowej. na drugim miejscu lokują się wydatki na prezenty (połowa ankietowanych przebywa u krewnych i znajomych). W dalszej kolejności respondenci wymieniają koszty noclegów i wydatki związane z zakupami.

Tabela 10. Wydatki w Polsce w układzie rangowym

LP	Wydatki	Ilość	%
1	podróż do Polski	47	75.8
2	noclegi	11	17.7
3	wyżywienie	1	1.6
4	komunikacja	2	3.2
5	prezenty	19	30.6
6	zakupy w Polsce	5	8.2
7	inne	6	9.6

źródło - badania własne

Więcej niż połowa badanych (66%) uważa, że pobyt w Polsce kosztuje mniej niż w kraju ich zamieszkania, jedna trzecia - że kosztuje tyle samo, a co dziesiąty respondent uznał, że więcej. Ankietowanych pytano też również o porównanie kosztów pobytu w Polsce i w innych krajach. Tu również 66% uznało, że Polska jest tańsza od innych, znanych im z autopsji krajów, a tylko 11% sądzi, że jest państwem droższym.

BARIERY WYJAZDOWE DLA TURYSTYKI POLONIJNEJ

Najczęściej jako przyczynę rezygnacji z ponownego przyjazdu do Polski podawano niski standard usług (41%), brak odpowiedniej informacji o kraju (37%) i odległość (24.2%). Podkreślano też trudności wizowe.

Tabela 11. Przyczyny rezygnacji z przyjazdu do Polski

LP	Przyczyny	Ilość osób	%
1	problemy wizowe	1	1.6
2	zbyt droga wiza	15	24.2
3	odległość	15	24.2
4	standard usług	26	41.9
5	brak informacji	23	37.0
6	brak zainteresowania	8	12.9
7	nie lubi podróży	9	14.5
9	Razem		

źródło - badania własne

Generalnie - dalszy rozwój polonijnej turystyki przyjazdowej z Wielkiej Brytanii do naszego kraju zależeć będzie od następujących czynników:

- lepszego dotarcia do środowisk polonijnych z informacją o wyjeździe do "starego kraju",
- wprowadzeniu usprawnień formalno-prawnych z zakresu procedury wydawania wiz, odpraw granicznych,
- podnoszenie jakości świadczonych usług i systematyczne usuwanie niedociągnięć w obsłudze.

2.3. RYNEK TURYSTYKI POLONIJNEJ W AUSTRII

Badaniami objęto 100 osób, ankiety rozprowadzono wśród członków organizacji polonijnych w Wiedniu. Większość respondentów to osoby w wieku 31 - 40 lat (43%) oraz 41 - 60 lat

(35%). Jest to emigracja generalnie sprzed wprowadzenia stanu wojennego w Polsce. Prawie połowa badanych to osoby o wykształceniu średnim, a 38% posiada wykształcenie wyższe.

Aktywność turystyczna badanej grupy zdominowana jest przez udział w ruchu weekendowym, wiele osób uczestniczy również w wycieczkach krajoznawczych. Stosunkowo mniejszą popularnością cieszą się wczasy i turystyka kwalifikowana.

Tabela 12. Formy turystyki uprawiane przez respondentów

LP	Formy turystyki	Ilość osób- %
1	wycieczki krajoznawcze	56
2	wczasy	46
3	wyjazdy weekendowe	60
4	wyjazdy zdrowotne	10
5	wyjazd do własnego domku	8
6	turystyka wodna	5
7	turystyka piesza, w tym górską	21
8	sporty zimowe	11

źródło - badania własne

WYJAZDY DO POLSKI - ICH CZĘTOTLIWOŚĆ I CZAS TRWANIA

Wszystkie badane osoby odpowiedziały, że wyjeżdżają do Polski, z tego 42% wyjeżdża 2 - 3 razy do roku, 29 osób tylko raz a zaledwie 7 osób częściej niż 5 razy.

Tabela 13. Częstotliwość wyjazdów do Polski

LP	Częstotliwość	Ilość osób- %
1	brak odpowiedzi	0
2	raz w roku	29
3	2 - 3 razy	42
4	4 - 5 razy	22
5	częściej	7

źródło - badania własne

W wyjazdach do Polski dominują pobyty krótkoterminowe, aż 84% osób przebywa krócej niż 2 tygodnie. Najliczniejszą grupę stanowią wyjazdy trwające od 4 do 7 dni.

Tabela 14. Czas trwania pobytu w Polsce

LP	Czas trwania	Ilość osób- %
1	brak odpowiedzi	6
2	do 3 dni	10
3	4 - 7 dni	35
4	do dwóch tygodni	33
5	do miesiąca	9
6	dłużej	7

źródło - badania własne

Tabela 15. Cel przyjazdu respondentów do Polski *

LP	Cel przyjazdu	Ilość osób- %
1	odwiedziny rodziny	94
2	odwiedziny znajomych	37
3	wypoczynek	18
4	tani wypoczynek	0
5	interesy	14
6	udział w turystyce kwalifikowanej	0
7	zakupy	20
8	inne	4

źródło - badania własne

* Uwaga! respondenci mogli wybrać kilka wariantów odpowiedzi, dlatego % nie sumują się do 100.

CELE PRZYJAZDÓW W POLSCE

Cechą charakterystyczną ruchu polonijnego z Austrii do Polski jest jego koncentracja w rejonie Polski południowo-wschodniej. Cztery woj.: krakowskie, nowosądeckie, katowieckie i wrocławskie skupiają 53% pobyków, z tego 27% przypada na woj. miejskie krakowskie a 15% na nowosądeckie. Wiąże się to zapewne z historycznymi uwarunkowaniami (związki dawnej Galicji z Wiedniem).

2.4. BADANIA TURYSTÓW POLONIJNYCH W KRAKOWIE

Oprócz badań ankietowych przeprowadzonych w USA, Wielkiej Brytanii i Austrii przeprowadzono badania wśród turystów polonijnych przyjeżdżających do Krakowa. W badaniach "krakowskich" pod uwagę brano 178 prawidłowo wypełnionych ankiet.

CHARAKTERYSTYKA BADANEJ POPULACJI

Nieznaczną przewagę w badanej populacji mieli mężczyźni. Najbardziej liczną okazała się grupa osób mających od 41 do 60 lat (42%), więcej zarejestrowano osób w wieku poprodukcyjnym tj. liczących ponad 60 lat (29%) niż w przedziale 21 - 40 lat. Najmniej liczna była w badanej próbie młodzież do lat 20 bo tylko 1.7%.

Interesująca jest struktura przyjeżdżających do Krakowa turystów polonijnych z punktu widzenia ich wykształcenia. Przyjeżdżają tu głównie osoby z wykształceniem wyższym (45%) oraz średnim (39%). Znikoma ilość osób z wykształceniem podstawowym dotarła do Krakowa (2.8%). Świadczy to o silnym związku między statusem wykształcenia a aktywnością turystyczną w badanej grupie.

Większość badanych oceniło swoją sytuację finansową jako średnią (36%) i dobrą (32%), więcej osób wybrało ocenę bardzo dobrą (20%) niż poniżej średniej. Proporcje te przedstawia tabela 19. Na jej podstawie możemy sądzić, że turystykę do "starego kraju" uprawiają osoby dobrze sytuowane.

Tabela 16. Samoocena sytuacji finansowej respondentów
w kraju zamieszkania

LP		Ilość osób	%
1	bardzo dobra	36	20.5
2	dobra	57	32.4
3	średnia	65	36.9
4	poniżej średniej	12	6.8
5	trudno ocenić	6	3.4
6	Razem	176	100.0

źródło - badania własne

Najwięcej turystów polonijnych przeankietowano ze Stanów Zjednoczonych AP (prawie połowa badanej grupy) oraz z Wielkiej Brytanii (35%). Na trzecim miejscu dopiero znajdują się turyści polonijni z RFN (5.6%) a dalej z Austrii i Francji. Proporcje te bynajmniej nie oddają struktury przyjazdów do Polski, są odbiciem natomiast organizacji badań - większość ankiet wykonano w hotelu Forum w Krakowie, w którym zdecydowanie przeważali turyści z USA, wysoka ilość turystów z Wielkiej Brytanii jest natomiast związana z kompleksowym objęciem ankietami kilku grup turystycznych z tego kraju.

W badanej grupie więcej osób przyjeżdża w sposób zorganizowany tzn. korzystając z pośrednictwa biur podróży (prawie 60%). Większość badanych spędza w naszym kraju od 11 do 20 dni, więcej osób decydowało się na spędzenie jednak tylko kilku (do 6 dni) w Polsce niż pobyt ponad 30 dni (5%). Od 6 do 20 dni spędzało w naszym kraju jedna trzecia badanych.

Większość badanych przybyła do Polski korzystając z komunikacji samolotowej (69%), wiąże się to z przewagą turystów z USA korzystających wyłącznie z komunikacji lotniczej. Na drugiej pozycji znajduje się grupa osób, które przybyły do Krakowa samochodem (23%), a w dalszej kolejności autobusem (5%). Stosunkowo małą rolę odgrywa komunikacja kolejowa i promowa.

W badanej grupie połowa respondentów przybyła do Polski po raz pierwszy, można sądzić, że dominacja tej kategorii turystów wiąże się w pewien sposób z przewagą osób zamieszkałych w USA - aktywność tamtejszej Polonii jest mała, a przyjazdy sporadyczne. Jedna trzecia badanych deklarowała natomiast wielokrotność przyjazdów do Polski.

Nasi respondenci przyjeżdżali do Polski najczęściej z rodziną lub osobami towarzyszącymi (73%). Zapewne wiąże się to przeprowadzeniem większości badań w okresie wakacyjnym, kiedy to siłą rzeczy mamy do czynienia z rodzinnym stylem spędzania urlopu.

CZYNNIKI DETERMINUJĄCE CZAS POBYTU ORAZ CZĘSTOTLIWOŚĆ PRZYJAZDÓW DO POLSKI TURYSTÓW POLONIJNYCH

Ekonomiczne efekty recepcji ruchu turystycznego zależą w dużym stopniu od czasu pobytu turystów w docelowym regionie (państwie). Mając to na uwadze postawiono pytanie od czego zależy czas pobytu turysty polonijnego w Polsce. Oprócz motywacji przyjazdów - często cel określa bezpośrednio czas pobytu np. załatwianie spraw handlowych, pielgrzymka, ważnym czynnikiem okazał się kraj zamieszkania. Bardzo wyraźne różnice zaznaczają się między turystami z USA - prawie połowa tej grupy osób przebywa w Polsce od 11- 22 dni a innymi krajami - gdzie średni czas pobytu jest krótszy (prawie połowa badanych mieści się w przedziale 6 - 10 dni).

Zdajemy sobie sprawę, że w wypadku turystów mieszkających "u rodziny" (badania ankietowe były przeprowadzone wśród turystów zamieszkujących w hotelach) wskaźnik długości pobytu w Polsce będzie znacznie dłuższy. Hotele wyższego standardu tj. Orbisowskie są drogie (relatywnie do poziomu usług) co rzutuje na czas pobytu zarówno grup turystów polonijnych jak i osób indywidualnie podróżujących.

Tabela 17. Kraj zamieszkania a czas pobytu w Polsce

Kraj zamieszkania respondentów	Czas pobytu w Polsce									
	do 6 %		6 - 10 %		11 - 20 %		21 - 30 %		> 30 %	
U.S.A.	13	15.1	20	23.3	46	53.5	3	3.5	4	4.6
W. Brytania	5	7.9	28	44.4	19	30.2	8	12.7	3	4.8
Inne kraje	5	17.9	12	42.9	6	21.4	3	10.7	2	7.1

źródło - badania własne

Kraj zamieszkania - a zwłaszcza rozróżnienie turystów na zamieszkujących kraje europejskie i USA wpływa również najbardziej na częstotliwość przyjazdów do Polski. Turysci z USA

- ze względu na odległość i znaczne koszty podróży lotniczej rzadko powtarzają swoje przyjazdy do Polski. Prawie trzy czwarte turystów z USA po raz pierwszy odwiedziło nasz kraj, z Wielkiej Brytani już jedna trzecia z pozostałych krajów europejskich tylko 17%. Analogicznie turyści z Wielkiej Brytani i innych krajów Europy częściej przyjeżdżają do Polski - co druga osoba odwiedza nasz kraj już trzeci raz.

W ciekawy sposób rozkłada się częstotliwość przyjazdów do Polski w badanej zbiorowości w zależności od wieku respondentów. Osoby najstarsze (ponad 60 lat) dominują w grupie turystów przyjeżdżających po raz pierwszy, zanotowano ich tu prawie 70% (tabela 3). Świadczy to o niskiej aktywności turystycznej starszej generacji Polonii. Zdecydowanie najaktywniejsza - najczęściej korzystająca z wyjazdów turystycznych do Polski jest młodsza Polonia.

Tabela 18. Częstotliwość przyjazdów do Polski a wiek

LP	Wiek respondentów	Liczebność wizyt w Polsce					
		pierwsza		druga		trzecia *	
			%		%		%
1	do 20 lat	1	33.3	-	-	2	66.6
2	20 - 40	20	41.7	11	22.9	17	35.4
3	41 - 60	33	44.0	15	20.0	27	36.0
4	ponad 60	36	69.2	4	7.7	12	23.1

źródło - badania własne

Częstotliwość przyjazdów do Polski wiązać też należy z celami podróży. Wielokrotne podróże wykazują osoby, który jako główny cel przyjazdu do naszego kraju obrały sobie odwiedziny krewnych (50% deklarowała obecną podróż jako trzecią). Zbliżone są odpowiedzi uczestników kongresów oraz osób przyjeżdżających w celach religijnych. Po raz pierwszy przyjeżdżające osoby podawały jako cel wizyty interesy (57%), oraz te które znalazły się w Polsce, ponieważ organizator wycieczki taką ułożył trasę

(77%). Pomijamy w tej analizie cel studia - ze względu na liczebność odpowiedzi (1 osoba).

W ciekawy sposób, odwrotnie niż zakładano układają się relacje pomiędzy liczebnością wizyt w Polsce a sytuacją finansową badanych. Okazuje się, że osoby najlepiej sytuowane (autoocena) w 70% przybywały do Polski po raz pierwszy, a osoby żyjące na poziomie poniżej średniego prawie w 60% deklarowały trzecią podróż do Polski. Prawdopodobnie osoby bardzo dobrze sytuowane zajęte były pomnażaniem swojego majątku i nie miały czasu na wyjazd do kraju rodzinnego.

DEKLAROWANIE PONOWNEGO PRZYJAZDU DO POLSKI A WIEK I SYTUACJA FINANSOWA BADANYCH

Organizatorzy badań przyjęli założenie, że sytuacja finansowa będzie jednym z czynników warunkujących ponowną podróż do Polski. Osoby najlepiej sytuowana zdecydowanie (72%) twierdzą, że przyjadą jeszcze do naszego kraju, reszta w tej grupie jeszcze nie wie, ale nikt nie wykluczał ponownej podróży. Osoby, które zdecydowane są, że nie przyjadą do Polski ponownie się w zdecydowanie niewielkim procencie i skupione w grupach o średnim i poniżej średniego poziomu finansowego (8%).

Mając na uwadze taki rozkład odpowiedzi, należy wnioskować, że jednak nie sytuacja finansowa a raczej względy emocjonalne, towarzyskie decydują o podejmowaniu decyzji o ponownym przyjeździe do Polski.

Bardziej wyraźny związek istnieje pomiędzy wiekiem badanych a ich zamiarem powtórnego przyjazdu do Polski. Osoby młodsze - tj. do 40 roku życia są bardziej zdecydowane na ponowny przyjazd (od 66 do 83%) najmniejsze zainteresowanie kolejną podróżą jest natomiast w grupie osób liczących ponad 60 lat (tylko 55%).

MOTYWY PRZYJAZDU DO POLSKI I DO KRAKOWA

W tabeli 19 przedstawiony powody dla których nasi respondenci przyjechali do Polski. Zdecydowana większość oświadczyła, że odwiedzenie rodziny było motywem podróży do kraju (43%). Ten wysoki odsetek motywów rodzinnych potwierdza się również w badaniach prowadzonych w USA, Wielkiej Brytanii i Austrii. Na drugiej pozycji znajdują się wyjazdy które można określić jako "szukanie korzeni", ciekawość "ojczyzny" swoich rodziców czy dziadków. Na trzeciej pozycji plasuje się wyjazd typowo turystyczny (25%), a na czwartej podróże w interesach [18%]. Udział w konferencjach deklarowało jako główny powód wyjazdu tylko 6% badanych, a tylko 2% podawało motywy religijne.

Tabela 19. Motywy przyjazdów do Polski

LP	Motywy przyjazdu	Ilość osób	%
1	rodzina	77	43.3
2	interesy	32	18.2
3	konferencje	11	6.2
4	studia	2	1.1
5	pątnicze	4	2.2
6	sportowe	2	1.1
7	szukanie korzeni	64	40.0
8	turystyka	45	25.3
9	inne	18	10.1

źródło - badania własne

* - respondenci mogli wybrać kilka motywów, stąd też ich suma jest większa niż 178.

Ankietowanym zadano również pytanie o przyczyny przyjazdu do Krakowa. W tym wypadku rozkład odpowiedzi wygląda zdecydowanie inaczej. Połowa respondentów podała, że sprowadza ich tutaj ciekawość miasta, a jedna trzecia, że Kraków był w programie wycieczki. Tylko jedna czwarta przyjechała do Krakowa dla odwiedzenia rodziny a 11% za interesami.

CELE PODROŻY W POLSCE

Ciekawie przedstawia się geografia rozmieszczenia turystów polonijnych w Polsce. Jako najczęściej odwiedzanym (poza Krakowem) miastem jest Warszawa (84%) a na drugim mmiejscu lokuje się Częstochowa (51%). Można powiedzieć, że jest to typowy standard polonijnych wycieczek zorganizowanych do Polski - odwiedzenie stolicy, Krakowa i Częstochowy. Na dalszych miejscach znalazły się takie miasta jak: Zakopane (49%), Poznań (46%) i Gdańsk (43%) - czyli wielkie centra turystyki krajoznawczej i zimowa stolica Polski. Znaczną część ruchu skupia również Wrocław (ponad 30%). Rozkład odpowiedzi ilustruje tabela 20.

Tabela 20. Miasta odwiedzane przez respondentów [poza Krakowem]

Miasta *	N = 178	
	Ilość osób	%
Warszawa	151	84.8
Poznań	82	46.1
Gdańsk	77	43.3
Toruń	35	19.7
Wrocław	56	31.5
Lublin	22	12.4
Zakopane	87	48.9
Szczecin	25	14.0
Częstochowa	92	51.7
Inne	47	26.4

źródło - badania własne

* - respondenci mogli wybrać kilka miast, stąd też ich suma jest większa niż 178

Turyści zapytani o sprawę ewentualnego ponownego przyjazdu do Polski w zdecydowanej większości deklarowali ponowny przyjazd (70%), znikoma liczba osób była przekonana, że nie przyjedzie

ponownie do Polski (2.8%), wiele osób było jednak jeszcze niezdecydowanych w kwestii ponownego przyjazdu (27%).

Jako przyczyny rezygnacji z przyjazdu do Polski podawano najczęściej brak odpowiedniej informacji o kraju i ofertach turystycznych, niski standard usług, a także znaczną odległość (w wypadku USA). Podkreślano także znaczny koszt wizy jako czynnika ograniczającego zainteresowanie naszym krajem. Pełny zestaw odpowiedzi w tej kwestii ilustruje tabela 21.

Tabela 21. Przyczyny rezygnacji z przyjazdu do Polski

LP	Przyczyny	Ilość osób	%
1	problemy wizowe	5	2.8
2	zbyt droga wiza	40	22.5
3	odległość	38	21.3
4	standard usług	52	29.2
5	brak informacji	72	40.4
6	brak zainteresowania	19	10.7
7	nie lubi podróży	30	16.9
9	inne	17	9.5

źródło - badania własne

* - respondenci mogli wybrać kilka motywów, stąd też ich suma jest większa niż 178.

WYDATKI TURYSTÓW POLONIJNYCH W POLSCE

W tabeli 22 przedstawiono w układzie rangowym wydatki związane z podróżą do Polski. Najdroższą okazuje się być podróż do naszego raju (co staje się jasne, jeżeli pamiętać będziemy, że połowa ankietowanych to obywatele USA). Na drugim miejscu lokują się wydatki na noclegi (28%) a na dalszych prezenty dla rodziny i znajomych oraz zakupy w Polsce. Wyżywienie natomiast tylko dla znikomej liczby badanych (9.5%). było najwyższym wydatkiem.

Tabela 22. Wydatki w Polsce w układzie rangowym

LP	Wydatki *	Ilość	%
1	podróż do Polski	115	64.8
2	noclegi	51	28.6
3	wyżywienie	17	9.5
4	komunikacja	4	2.2
5	prezenty	36	20.2
6	zakupy w Polsce	28	15.7
7	inne	10	5.7

źródło - badania własne

* - respondenci mogli wybrać kilka odpowiedzi, stąd też ich suma jest większa niż 178

Prawie połowa badanych była przekonana, że pobyt w Polsce kosztuje mniej niż w ich kraju zamieszkania, jedna trzecia, że więcej a co piąty badany uważał, że tyle samo (tabela 17).

Pytaliśmy również respondentów, czy pobyt w Polsce, ich zdaniem jest tańszy niż w innych krajach znanym im z autopsji. I tutaj większość sądzi, że w Polsce jest jednak taniej (44%), a 28% uważa, że Polska jest krajem drogim. Na podobnym poziomie (jedna piąta) utrzymuje się ilość osób uważających, że nie ma różnicy w wydatkach turystycznych w Polsce i w innych krajach.

przypisy

1. Liczba i rozmieszczenie Polaków na świecie, Wyd. Uniwersytetu Wrocławskiego, 1981, porównaj: Dybowski R, Poland in the World, New York, 1959
2. Kubiak H, Polonia Amerykańska, Przeszłość i współczesność. (red. H. Kubiak), PAN Ossolineum 1989
3. Harvard Encyclopedia of American Ethnic Groups, . S. Therstrom Cambridge, Mass., 1980.
4. Kraskiewicz K, Raport o stanie turystyki polonijnej, Instytut Turystyki, Kraków 1982
5. Turystyka etniczna. Perspektywy rozwoju turystyki polonijnej. Konspekt. Instytut Turystyki - Oddział w Krakowie. (autorzy: K. Kraskiewicz, Z. Kruczek i inni), Kraków 1989
6. Hasso H, Turystyka polonijna z Ameryki Płn. do Polski, Ruch Turystyczny (opracowania monograficzne), SGPiS Warszawa nr
7. Kraskiewicz K, Kruczek Z, Turystyka zagraniczna Stanów Zjednoczonych A.P. w latach osiemdziesiątych. Biuletyn Informacyjny Instytutu Turystyki nr 1 (83), 1988,

3. PROGNOZA ROZWOJU TURYSTYKI POLONIJNEJ

Nasza prognoza [1] oparta będzie o szacunki retrospektywne turystycznego ruchu przyjazdowego do Polski w okresie 1986 - 1990. Szacunki wielkości przyjazdów polonijnych do Polski oparto o notowania z kart przekroczenia granicy (od roku 1990 już nie stosowane). Na kartach tych przekraczający granicę w ruchu przyjazdowym w pozycji "cel przyjazdu" określali swój przyjazd jako prywatny, turystyczny, służbowy. Analiza tych kart pozwoliła z dość znacznym stopniem dokładności oszacować wielkość przyjazdów turystów polonijnych z poszczególnych krajów. Stąd też prawidłowość, że w krajach, gdzie polskie grupy etniczne stanowiły ilość znaczną zdecydowanie wzrastała ilość deklarowanych przyjazdów w celach określanych jako "prywatne". Szczególnie wyraźnie zjawisko to wskazywało na duży etniczny ruch turystyczny z takich krajów jak Kanada (około 50 - 60%), USA (50-60%), Australia (50%), Wielka Brytania (30-40%), Francja - Belgia (30%). Z opracowań wykonanych w Oddziale IT w Krakowie na przestrzeni ostatnich 10 lat wynika, że przyjazdy polonijne do roku 1988 stanowiły 28-30% przyjazdów z zachodu oraz 5-10% z byłych KDL (głównie z ZSRR). W ostatnich 2 - 3 latach wskaźnik ten wzrósł nieco ze względu na ożywienie w przyjazdach polonijnych do Polski. Wydaje się, że jest właściwe przyjęcie jako pozycji wyjściowej do prognozy wskaźnika 30 - 35 % z krajów zachodnich i około 10% z byłych krajów demokracji ludowej.

Mylące mogą być tu aktualne dane za 10 miesięcy 1991 r. mówiące o 2.5 krotnym wzroście przyjazdów zagranicznych do Polski. Szacunki te są oczywiście poprawne. Z naszej prognozy wypada jednak usunąć ruch wycieczkowo-handlowy na całej granicy zachodniej (chodzi o kilkugodzinne wycieczki z Niemiec w rejon przygraniczny) oraz dynamicznie rozwinięty ze względu na znaczne różnice cen i relacje dolarowe ruch przyjazdowy do Polski z Białorusi, Litwy, Ukrainy i innych państw byłego ZSRR a także z Czecho-Słowacji. Znaczana część tych przyjazdów ma charakter komercyjny zaś pobyty w Polsce są krótsze niż oczekiwania na przekroczenia ze wschodniej granicy. Oczywiście i tu występują turyści etniczni zapraszani przez rodzinę czy znajomych. Ogólnie jednak obecny charakter ruchu turystycznego ze wschodu jest swoistą efemerydą i jak sądzimy już w latach 1992 - 93

znacznie zmaleje na skutek reform gospodarczych oraz wyrównywania relacji cenowych.

Według danych Instytutu Turystyki w roku 1991 38% badanych turystów zagranicznych deklarowało, że celem ich pobytu w Polsce są odwiedziny rodzin i ich krewnych. Jest to wskaźnik istotny, potwierdzający nasze założenia, że turystyka etniczna do Polski jest i będzie jeszcze przez wiele lat jednym z głównych czynników rozwoju turystyki przyjazdowej do Polski. Podana kliczba 38% jest niemal zbieżna z badaniami z lat siedemdziesiątych i osiemdziesiątych, gdy turyści z 10 krajów (USA, Kanada, Australia, Austria, Belgia, Holandia, Francja, Wielka Brytania, Francja, RFN) deklarowali swój cel podróży do Polski 38.12% jako prywatny.

Uzyskane rezultaty stanowią podstawę do prognozowania wzrostu liczby turystów polonijnych odwiedzających nasz kraj. Świadczą o tym następujące fakty. Spośród ankietowanych turystów około 70% wyraziło chęć ponownego przyjazdu do Polski. Byli wśród nich turyści, którzy już poprzednio odwiedzali Polskę. Wśród osób deklaruujących chęć ponownego przyjazdu do naszego kraju przeważali ludzie poniżej 40 roku życia. Istotnym uzupełnieniem powyższych danych będzie informacja, iż jedynie około 3% badanych wykluczyło możliwość ponownego przyjazdu do Polski. Biorąc pod uwagę, iż połowę badanej populacji stanowili turyści, którzy odwiedzili Polskę po raz pierwszy można stwierdzić, iż rysuje się tendencja wzrostu liczebności turystyki polonijnej.

Analiza przyczyn przyjazdu turystów polonijnych do "starego kraju" wskazuje przede wszystkim na rodzinny charakter wizyt. Dowodzi to emocjonalnego podłoża motywacji przyjazdów do Polski. Rozwija się również handlowy cel przyjazdów do naszego kraju z racji wzrastających powiązań gospodarczych ze środowiskami polonijnymi. Istotne z ekonomicznego punktu widzenia jest dążenie aby turyści polonijni poza odwiedzeniem krewnych i znajomych posiadali również cele turystyczne pobytu w Polsce. Jak wynika z danych cele te najczęściej ograniczają się do Krakowa, Częstochowy i Warszawy. Wydaje się, iż najważniejszą

barierę stanowi tutaj brak informacji, brak szeroko rozumianej promocji turystycznej a także niefunkcjonalność istniejącej bazy informacyjnej. Potwierdzają ten fakt wyniki badań. Jeżeli 56% badanych zauważa i podnosi ten fakt a tylko 20% mówi o niskim standardzie usług w Polsce, to liczby te są wystarczającym argumentem.

Oceniamy realnie szansę wzrostu turystyki polonijnej do Polski i szacujemy, że do roku 2000 coroczna dynamika wzrostu przyjazdów polonijnych oscylować będzie w granicach 10%. Pozytywny wyjątek stanowić tu będzie rok 1991, gdzie wzrost przyjazdów polonijnych w stosunku do roku ubiegłego szacujemy na około 20 %. W minionym dziesięcioleciu (poza nietypowym okresem 1982-85 - stan wojenny) dynamika wzrostu przyjazdów polonijnych wynosiła około 7 - 10 %.

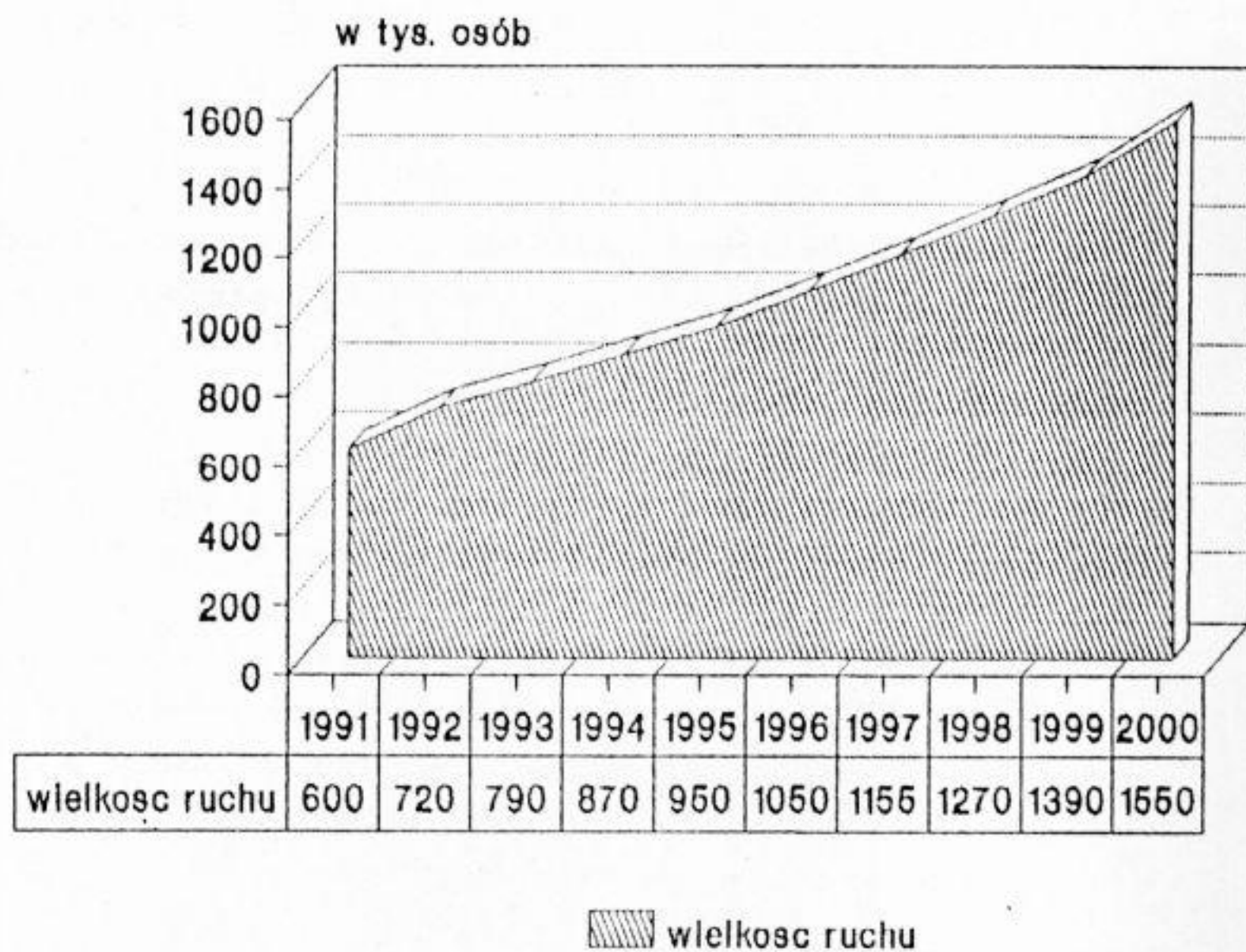
Aktywność turystyczna środowisk polonijnych w krajach zachodnich jest niższa niż aktywność turystyczna społeczeństw w tamtych krajach. Stąd w naszej ocenie pilna potrzeba bardziej aktywnej zintegrowanej promocji turystyki polonijnej. Przewidujemy, że w ostatniej dekadzie XX wieku nadal decydującą rolę w przyjazdach polonijnych odgrywać będzie Europa (około 80% wszystkich przyjazdów etnicznych). Oceniamy, że największą aktywność przyjazdów polonijnych do Polski przejawiać będą Polskie grupy etniczne z Niemiec, Szwecji, Austrii, Belgii, Francji i Wielkiej Brytanii. Przyjazdy turystów polonijnych z "krajów zamorskich" takich jak USA, Kanada, Australia będą sukcesywnie wzrastać, jednak ich aktywność turystyczna w przyjazdach do Polski mierzona stosunkiem przyjazdów do wielkości tamtejszych zbiorowości polonijnych będzie słabsza. Rzucają na to odległość i związane z tym koszty transportu, ale nie tylko. Środowiska polonijne w Ameryce Pn. i Pd. a zwłaszcza drugie, trzecie i dalsze pokolenia asymilują się. Świadomość więzów etnicznych i kulturowych z Polską winna być stale wspierana promocją turystyki polonijnej. Poniżej przedstawiona tabela i wykres prezentują przewidywaną wielkość przyjazdów turystów etnicznych do Polski.

W okresie ostatnich 2 - 3 lat roczne przyjazdy turystów polonijnych szacowano na około 500-550 tys. osób. Przyjmując przewidywany rozwój turystyki polonijnej w roku 2000 powinniśmy osiągnąć liczbę ponad 1.5 mln osób. Trzeba jednak pamiętać o istotnym czynniku tj. stabilizacji politycznej naszego kraju. Około 60% przyjazdów polonijnych pochodzić będzie z krajów zachodnich zaś 40% z krajów Europy Wschodniej. Jeżeli dla turystyki polonijnej z krajów Europy Wschodniej stać nas będzie na stosowanie preferencji ekonomicznych to przyjazdy te mogą wykazać znacznie większą dynamikę wzrostu. W chwili obecnej bowiem kondycja ekonomiczna Polaków na terenach byłego ZSRR jest słaba. Trzeba wyraźnie podkreślić, że nasza prognoza nie uwzględnia krótkich (czasem kilkugodzinnych) pobytów wycieczkowych w rejonach przygranicznych na wschodzie, zachodzie czy południu Polski. Turystyka etniczna ma zazwyczaj charakter pobytowy, związany z odwiedzeniem rodzin, krewnych czy miejsc pochodzenia.

Badania sondażowe wykazują, że turyści etniczni z zachodu spędzają w Polsce 7 - 10 dni i wydają około 200 - 300 tys. zł dziennie. Pieniądze te przeznaczają na podróże wewnątrz krajowe, na paliwo, na gastronomię oraz na zakup towarów i usług. Sumy te nie obejmują kosztów hotelowych bowiem turyści polonijni w zdecydowanej większości zamieszkują u krewnych, rodzin i znajomych. Wysokość dziennych wydatków turystów polonijnych jest mniej więcej zbieżna (poza hotelem) z wydatkami jakie deklarował statystyczny turysta zagraniczny w Polsce w okresie 1990 - 91.

[1]. prognozę przedstawiono wg koncepcji K. Krasiewicza i B. Prażanowskiego, Turystyka Polonijna (Prognoza rozwoju na okres 1991-1990). Instytut Turystyki, Oddział w Krakowie 1991, mnp.

**RYS.2. PROGNOZA WIELKOSCI ETNICZNEGO
RUCHU TURYSTYCZNEGO DO POLSKI**



W LATACH 1991 - 2000

WNIOSKI

1. Przeprowadzona analiza wykazuje, iż w nadchodzącym okresie należy się spodziewać ok. 10% wzrostu przyjazdów polonijnych w stosunku rocznym, do ok. 1,5 mln turystów w roku 2000.

2. Około 80% tych przyjazdów obejmie kraje europejskie, 20% inne kontynenty.

3. Podstawową barierą dla wzrostu przyjazdów polonijnych pozostaje brak odpowiedniej informacji, sprawnie działającego systemu obsługi turysty.

4. Najważniejszym zadaniem w chwili obecnej pozostaje stworzenie systemu promocji turystycznej dla środowiska polonijnego:

a. Jak wynika z danych charakter i program tej promocji powinien uwzględniać specyfikę środowiska do którego jest adresowana, nawet w obrębie tego samego kraju.

b. Szczególny nacisk należy położyć na aktywizację środowisk polonijnych 2-3 pokolenia, urodzonych na obczyźnie, odbierających Polskę jako kraj przodków. Ta grupa odpowiednio umotywowana byłaby zainteresowana turystycznym objazdem Polski i tym samym większym zakresem usług.

c. Istotnym elementem oferty jest jej wzbogacenie i urozmaicenie, odejście od typowych, standartowych tras i programów.

d. Z perspektywicznego punktu widzenia szczególnie istotnym odbiorcą programu promocji winna być młodzież (głównie z krajów europejskich). Szczególnie atrakcyjne dla młodzieży są pobyty w Polsce połączone z specjalistycznym programem np. nauką języka polskiego, udziałem w festiwalach, igrzyskach sportowych, itp.

SPIS PRAC WYKONANYCH W RAMACH CPBP 08.06 - 3.10
WYKORZYSTANYCH DLA SYNTEZY TEMATU

Andrzej Dziewulak, Wybrane zagadnienia turystyki polonijnej. Problemy turystyki 1/2 (47/49), 1990.

Kazimierz Kraskiewicz, Etniczny rynek turystyczny i jego aktywność. Instytut Turystyki, Kraków 1989.

K. Krasiewicz B. Prażanowskiego, Turystyka Polonijna (Prognoza rozwoju na okres 1991-1990). Instytut Turystyki, Oddział w Krakowie 1991, mnp.

Anna Król - Jeżabek, Zygmunt Kruczek; Badania ankietowe turystów polonijnych w Krakowie (II etap badań) INSTYTUT TURYSTYKI ODDZIAŁ KRAKÓW 1990,

Anna Król-Jeżabek, Opinie turystów etnicznych o wizycie w Polsce (badania ankietowe turystów polonijnych w Krakowie w 1990 r.). Instytut Turystyki, Zakład Naukowo-Badawczy w Krakowie, Kraków 1991.

Zygmunt Kruczek, Janusz Zdebski, TURYSTYKA ETNICZNA PERSPEKTYWY ROZWOJU TURYSTYKI POLONIJNEJ. WYBRANE ZAGADNIENIA. Rocznik CPBP nr III, Instytut Turystyki Warszawa 1991.

Zygmunt Kruczek; Badania ankietowe turystów polonijnych w Krakowie część II, INSTYTUT TURYSTYKI ODDZIAŁ KRAKÓW 1990,

Zygmunt Kruczek, Renata Bednarz-Obrzut, Polonijny ruch turystyczny ze Stanów Zjednoczonych AP do Polski w świetle badań ankietowych. Instytut Turystyki - Kraków 1989.

Ewa Rytko, Polonijny ruch turystyczny z Wielkiej Brytanii do Polski w świetle badań ankietowych. Praca magisterska w AWF Kraków promotor - Z. Kruczek. Kraków 1991.

Barbara Zagórska, Polonijny ruch turystyczny z Austrii do Polski w świetle badań ankietowych. Praca magisterska w AWF Kraków - promotor Z. Kruczek. 1990.

5. Istotny, z poznawczego punktu widzenia, jest problem pomiaru wielkości polonijnego ruchu turystycznego. Biorąc pod uwagę definitywne odejście od wypełniania kart przekroczenia granicy zasadne jest prowadzenie systematycznych i powtarzalnych badań ankietowych na granicach jak i w regionach recepcji ruchu polonijnego.

BIBLIOTEKA IT
Archiwum Prac
Naukowo-Badawczych

A-1236