

Katarzyna Duda-Gromada

Uniwersytet Warszawski
Wydział Geografii i Studiów Regionalnych

Motywacje turystyczno-rekreacyjne osób wypoczywających nad Zbiornikiem Solińskim

Każdy człowiek w swoim życiu podejmuje niezliczoną ilość decyzji. Za każdym razem mają na to wpływ różnorodne czynniki – od środowiska, w którym żyjemy, po ostatnio przeczytany artykuł. Przez różnorodność owych bodźców proces ten jest bardzo złożony. Jedną z decyzji, którą podejmują turyści, jest decyzja o miejscu docelowym wyjazdu. Rzadko turyści kierują się tylko jednym motywem (Kowalczyk 2000). W. W. Gaworecki (1998) wyróżnia następujące typy motywacji: fizyczne, psychiczne, interpersonalne, kulturalne i prestiżowe. Podobnie G. Shaw i A. M. Williams grupują czynniki mające wpływ na preferencje i zachowania turystyczne (Kowalczyk 2000). Wyróżniają oni cztery ich grupy: cechy społeczno-ekonomiczne i demograficzne turystów, cechy psychologiczne, czynniki geograficzne oraz cechy produktu turystycznego. Według K. Koźuchowskiego (2005) biorąc pod uwagę natężenie, ukierunkowanie i rozpowszechnienie motywacji, można wśród motywów wyróżnić te bardziej i mniej istotne dla turystów. Autor ten przytacza także wyniki badań K. Lubańskiego, który wśród motywów wyróżnił:

- wypoczynek,
- zmianę otoczenia,
- przeżycie (emocje),
- współuczestnictwo,
- motywy poznawcze,
- samorealizację,
- motywy zdrowotne.

K. Przeclawski (1979) motywy wyjazdu turystycznego podzielił na następujące grupy:

- związane z pragnieniem udania się do określonego kraju, miejscowości,
- związane z pragnieniem opuszczenia na jakiś czas miejsca stałego pobytu,
- związane z pragnieniem spędzenia czasu z kimś bliskim poza miejscem stałego zamieszkania,
- związane z pragnieniem zawarcia nowych znajomości,
- związane z pragnieniem pozostawania w zgodzie ze stereotypami, z normami obowiązującymi w jego środowisku,
- związane z zaspokajaniem potrzeb emocjonalnych i estetycznych,
- związane z zaspokajaniem potrzeb twórczych,
- związane z zaspokajaniem potrzeb biologicznych,
- związane z uprawianiem turystyki (np. w celach zarobkowych, religijnych, sportowych).

A. Krzymowska-Kostrowicka (1995), na podstawie analizy wielu prac, podaje następujące motywacje wyjazdów turystyczno-rekreacyjnych:

- potrzeba przeżycia czegoś nowego, odkrywanie nowych rzeczy (67,1%),
- potrzeba wypoczynku poza miejscem zamieszkania (66,8%),
- oglądanie nowych, pięknych krajobrazów (63,7%),
- poznawanie i podziwianie przyrody (48,2%),
- uczestnictwo w sporcie (44%),
- poznawanie nowych ludzi, udział w spotkaniach towarzyskich (36,5%),
- ucieczka od hałasu, zanieczyszczeń itp. (33,7%),
- poprawa stanu zdrowia i kondycji fizycznej (27,5%),
- moda (26,4%),
- ucieczka od otoczenia społecznego (20,5%).

Przedstawione klasyfikacje motywów wyjazdów turystycznych, wg różnych autorów, charakteryzują się większą lub mniejszą szczegółowością, jednak w zasadniczych treściach są do siebie bardzo podobne. W swej istocie dotyczą tych samych sfer życia człowieka i aktualnych potrzeb.

Problem motywacji turystycznych jest skomplikowany i wielowarstwowy. Badania, które mają na celu poznanie motywacji turystyczno-rekreacyjnych są bardzo ważne, zgodnie z aktualnymi poglądami na istotę ruchu turystycznego (Kowalczyk 2000). Kożuchowski (2005) odwołując się do etymologii terminu motywacja (skojarzenie z bodźcem, ruchem, odniesienie do twórczości) uważa, iż sama motywacja jest czynnikiem aktywnie kształtującym turystykę. Z uwagi

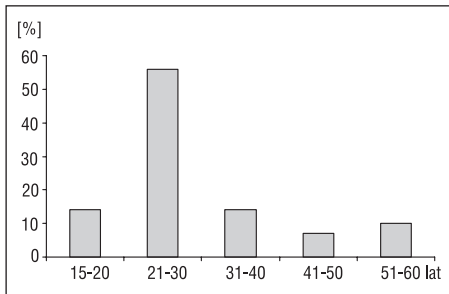
na rolę tego zagadnienia, w niniejszym opracowaniu, zostaną przedstawione wyniki własnych badań.

Pilotażowe badania ankietowe miały miejsce w maju 2006 r. nad Zbiornikiem Solińskim, gdzie łącznie przeprowadzono 59 ankiet. Kwestionariusz ankiety składał się z 14 pytań zamkniętych i 4 pytań wchodzących w skład tzw. metryczki. Niektóre pytania były wielokrotnego wyboru. Celem badania było zebranie opinii turystów na temat szeroko rozumianej atrakcyjności obszaru. W niniejszym artykule zostaną przedstawione tylko te opinie respondentów, które dotyczą omawianego problemu.

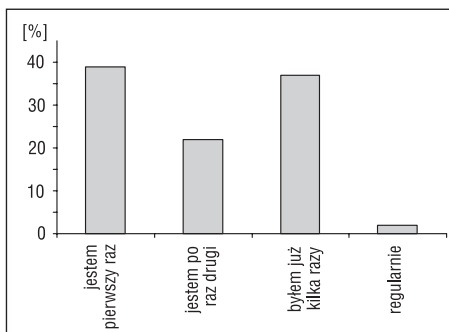
Charakterystyka badanej grupy, z punktu widzenia płci, wieku oraz wykształcenia jest istotna, ponieważ wydaje się, iż w zasadniczy sposób wpływa na potrzeby i motywacje turystów. Wśród wszystkich przeankietowanych osób, 54% stanowiły kobiety, a 46% mężczyźni. W zdecydowanej większości byli to ludzie młodzi, aż 56% respondentów znajdowało się w przedziale 21-30 lat (ryc. 1). W przebadanej grupie nie było ani jednej osoby powyżej 60 roku życia.

Prawie cała badana grupa zadeklarowała wykształcenie wyższe (53%), bądź średnie (44%). Tylko dwie osoby (3%) wskazały na wykształcenie zawodowe. Jeśli chodzi o długość wyjazdu, zdecydowanie przeważał pobyt kilkudniowy – 66%. Na tydzień lub dłużej przyjechało 4% badanych. Dla pozostałych osób (30%) był to jednodniowy lub krótszy wyjazd. Prawdopodobnie miał na to wpływ okres, w jakim przeprowadzono badania. Był to długi weekend na początku maja, nie jest to więc czas długich urlopów. Przeważającą formą wyjazdu była podróż ze znajomymi (35 osób) oraz z partnerem (20 osób). Prawie 40% respondentów odwiedziło ten region po raz pierwszy, a 58% po raz kolejny (ryc. 2).

Pytanie, które dostarczyło informacji na temat motywacji turystycznych respondentów, czyli powodów, dla których zdecydowali się wybrać akurat to miejsce na wypoczynek było wielokrotnego wyboru, z zastrzeżeniem, iż respondent może podać maksymalnie trzy odpowiedzi. Ankietowani turyści najczęściej wskazywali walory środowiska przyrodniczego. Dla dużej części respondentów istotne znaczenie miała bliskość gór (tę odpowiedź wskazały 34 osoby). Dla 19 osób ważny był mikroklimat, a dla 9 różnorodny świat roślin i zwierząt. Duże

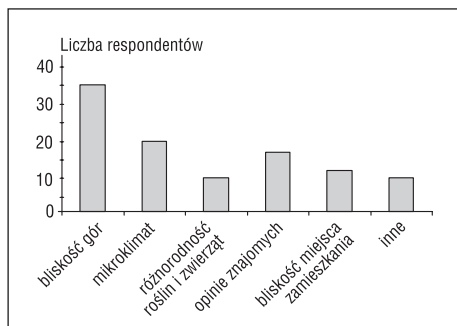


Ryc. 1. Wiek respondentów
Źródło: opracowanie własne.



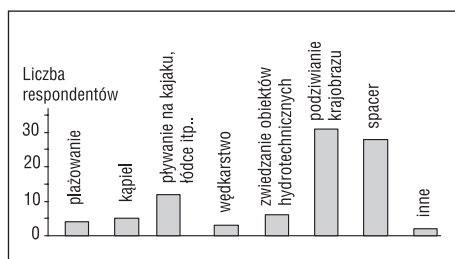
Ryc. 2. Częstotliwość przyjazdów
Źródło: opracowanie własne.

znaczenie miała również opinia znajomych, aż 16 osób wskazało ten czynnik, jako ważny przy podejmowaniu decyzji o miejscu docelowym wyjazdu. Natomiast bliskość miejsca zamieszkania została wskazana przez 11 respondentów (ryc. 3).



Ryc. 3. Motywy wyboru miejsca wypoczynku

Źródło: opracowanie własne.



Ryc. 4. Forma spędzania czasu

Źródło: opracowanie własne.

akwenu) promocję turystyczną opiera właśnie na tym walorze turystycznym. Jednak, jak wynika z badań, dla 54% respondentów obecność zbiornika nie była jednym z głównych powodów przyjazdu. Ponadto prawie 60% ankietowanych deklaruje, iż przyjechałoby w to miejsce, gdyby Zbiornik Soliński nie istniał. Przyczyn takich odpowiedzi może być bardzo dużo. Wydaje się jednak, iż niemałe znaczenie miała popularność i rola Bieszczad, czy krótki czas wyjazdu. Z drugiej jednak strony 78% uważa, że zbiornik i związane z nim zabudowania hydrotechniczne poprawiają atrakcyjność obszaru. Zdecydowanie zaprzecza temu 8%, natomiast 14% badanych nie potrafi ustosunkować się do problemu. W kolejnym pytaniu respondenci zostali poproszeni o podanie, w jaki sposób spędzają czas nad zbiornikiem. Najwięcej osób wskazywało podziwianie krajobrazu – 31 oraz spacerowanie – 28 (ryc. 4).

Większość z podanych odpowiedzi mieści się w typie motywacji związanym z wypoczynkiem. Przez dużą część badanych osób preferowany był wypoczynek bierny, mało wyczerpujący (oglądanie i podziwianie krajobrazu, plażowanie, spacerowanie). Mała część turystów wybrała aktywne spędzenie czasu poprzez pływanie na kaja-

Wśród odpowiedzi do wyboru, respondent mógł wpisać inny powód, który nie został wymieniony w kwestionariuszu. Postąpiło tak 9 osób. Po dwie osoby wskazały ciekawość i dzikość przyrody. Pozostałe przyczyny zostały podane przez pojedynczych respondentów. Są to: odwiedziny u rodziny, popularność miejsca, przywiązanie do miejsca, sentyment do Bieszczad oraz chęć zobaczenia czegoś nowego. W przypadku odpowiedzi dotyczących motywów wyboru miejsca wyjazdu, trudno jest zaobserwować zależność pomiędzy nimi a płcią, wiekiem bądź wykształceniem respondenta.

Wydawałoby się, że obecność zapory wodnej oraz Zbiornika Solińskiego stanowi o atrakcyjności turystycznej, a tym samym jest powodem przyjazdu w ten rejon turystów. Gminy, na których obszarze znajduje się zbiornik, a przede wszystkim gmina Solina (gdyż w jej obrębie jest największa część sztucznego

ku bądź łódce. Odpowiedź ta była podawana przez osoby w młodszym wieku. Dla 6 osób motyw poznawczy miał istotne znaczenie. Swój czas poświęcili zwiedzaniu obiektów hydrotechnicznych. Natomiast 3 osoby, obok wypoczynku i relaksu, zaspokajały potrzeby związane z uprawianiem zamięłowań (łowienie ryb).

Większość badanych turystów spędzała nad zbiornikiem kilka godzin w ciągu dnia (71%), natomiast 5% deklaruje, iż prawie cały dzień. Godzinę lub mniej poświęciło temu miejscu 24% respondentów.

Motywacje turystyczno-rekreacyjne osób wypoczywających nad Zbiornikiem Solińskim, jak wynika z przedstawionych badań, koncentrowały się przede wszystkim wokół walorów środowiska przyrodniczego. Sąsiedztwo dużego pod względem powierzchni zbiornika wodnego (nazywanego często „morzem bieszczadzkim”) oraz gór – Bieszczad, stwarza niezapomniane walory estetyczne (spacerowanie, podziwianie krajobrazu). Stwarza również możliwości uprawiania różnorodnych form turystyki. Respondenci wskazywali przede wszystkim na formy turystyki związane z obecnością wody: pływanie na kajaku, łódce itp., zwiedzanie obiektów hydrotechnicznych, plażowanie, kąpiele czy łowienie ryb. Niespełna 20% badanych wskazało opinię innych osób, jako ważny czynnik w podejmowaniu decyzji. Może to świadczyć o niezdecydowaniu respondentów, o popularności tego miejsca, chęci odwiedzenia obszaru, gdzie „wszyscy znajomi już byli”, itp. Nie bez znaczenia była również bliskość od miejsca zamieszkania. Szczególnie ważne było to dla osób, których wyjazd był krótki.

Należy zdawać sobie jednak sprawę, iż na przedstawione wyniki badań znaczący wpływ mógł mieć czas i charakter wyjazdu osób ankietowanych. W dużej części był to wyjazd jednodniowy. Ponadto badania, z powodu ich charakteru, zostały przeprowadzone na niewielkiej grupie respondentów oraz dotyczyły wybranych aspektów motywacji turystyczno-rekreacyjnych.

Reasumując, poznanie motywacji turystyczno-rekreacyjnych nie jest proste, z uwagi na ich wielowarstwowość oraz zmienność w czasie. Podlegają one modyfikacjom w zależności od potrzeb człowieka, potencjalnego turysty. Potrzeby zmieniają się wraz z rozwojem świadomości społecznej, możliwości zdobywania informacji czy ze zmianą aktualnych trendów (mody).

Literatura

- Gaworecki W. W., 1998, *Turystyka*, PWE, Warszawa.
- Kowalczyk A., 2000, *Geografia turystyki*, PWN, Warszawa.
- Kożuchowski K., 2005, *Walory przyrodnicze w turystyce i rekreacji*, Wydawnictwo Kurpisz S.A., Poznań.
- Krzymowska-Kostrowicka A., 1995, *Zarys geoekologii rekreacji*, t. II, Uniwersytet Warszawski, Wydział Geografii i Studiów Regionalnych, Warszawa.
- Przeclawski K., 1979, *Socjologiczne problemy turystyki*, Instytut Wydawniczy CRZZ, Warszawa.