

Jadwiga Berbeka

Charakterystyka popytu w zakresie wybranych form wodnej turystyki przygodowej

Ekonomiczne Problemy Usług nr 84, 497-509

2012

Artykuł został opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej bazhum.muzhp.pl, gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach dozwolonego użytku.

JADWIGA BERBEKA

Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie

**CHARAKTERYSTYKA POPYTU W ZAKRESIE
WYBRANYCH FORM WODNEJ TURYSTYKI
PRZYGODOWEJ**

Wprowadzenie

Ludzie poszukują coraz większych wyzwań, bowiem z jednej strony osiągnęli już bardzo wiele, a z drugiej – postęp techniczny i technologiczny stwarzają kolejne możliwości. Obszarem, który daje szansę zaspokajania potrzeb eksploracji otoczenia i siebie samego jest turystyka przygodowa. W polskiej literaturze znaleźć można relatywnie niewiele pozycji poświęconych problematyce turystyki przygodowej, co stało się przesłanką do podjęcia tego tematu w niniejszym opracowaniu. Kolejnym powodem zajęcia się omawianą problematyką jest konieczność permanentnego badania popytu turystycznego, zwłaszcza jego wąskich, specyficznych form. Na konkurencyjnym turystycznym rynku tylko innowacyjne produkty dostosowane do danego segmentu, a czasem wręcz niszy, mają szansę odniesienia sukcesu.

1. Cel artykułu oraz stosowane metody badawcze

Cele artykułu są dwójakiego rodzaju:

1. W warstwie teoretycznej: uporządkowanie sfery terminologicznej związanej z turystyką przygodową oraz przeprowadzenie jej klasyfikacji.

2. W warstwie empirycznej: określenie profilu społeczno-demograficznego turysty w zakresie wodnej turystyki przygodowej, badanie motywacji jej uprawiania i weryfikacja modelu *Travel Career Ladder* P. Pearce'a i L. Caltabiano¹ – odpowiedź na pytanie: czy wraz ze zdobywaniem doświadczenia w zakresie podróży motywacje turystów ulegają modyfikacji.

Dla osiągnięcia pierwszego celu dokonano przeglądu literatury, zwłaszcza anglojęzycznej. Natomiast dla realizacji drugiego założenia przeprowadzono badania ankietowe w ośrodkach oferujących produkty z zakresu turystyki przygodowej. Zdecydowano się prowadzić badania wśród wybranych operatorów afrykańskich, gdyż Afryka to jeden z rejonów świata, który uwarunkowania przyrodnicze predestynują do oferowania produktów z zakresu turystyki przygodowej. Co więcej – naturalna dzikość i brak infrastruktury pogłębiają silne doznania klientów.

2. Turystyka przygodowa – kwestie teoretyczne i terminologiczne

Turystykę przygodową definiuje się różnorodnie, jednak żadne z określeń nie znalazło jeszcze powszechnej akceptacji.

W ujęciu mikro, a więc z perspektywy danej jednostki, turystyką przygodową będzie to, co ona osobiście uważa za posiadające charakter przygody. Wyraźnie zaznacza się więc tu ogromny subiektywizm podejścia – to, co dla jednych jest standardem, dla innych może być przygodą w zależności od wcześniejszych doświadczeń, umiejętności, cech osobniczych. Nawet ocena rzeczywistości dokonana przez tę samą osobę, ale w różnym okresie jej życia, bywa różna.

Podstawą definiens jest słowo „przygodowa”. Zgodnie ze słownikiem przygoda oznacza: *niezwykłe zdarzenie spotykające kogoś, odbiegające od zwykłego trybu życia tej osoby*². Podkreślone są tu więc następujące kwestie: musi być zdarzenie (a więc aspekt aktywności), w dodatku niezwykle (element rzadkości). W innych źródłach nacisk kładziony jest ponadto na: fakt zaskocze-

¹ Por. P.L. Pearce, M.L. Caltabiano, *Inferring travel motivation from travellers experiences*, „Journal of Travel Research” 1983, nr. 22(29).

² www.sjp.pwn.pl, 11.11.2011.

nia/niezananego, a więc nowości, nieprzewidywalności, ekscytacji, wyzwania, ryzyka³.

Już sama kategoria turystyki obejmuje szerokie spektrum składowych, co prowadzi do przekonania, że pojęcie turystyki przygodowej jest szczególnie różnorodnie rozumiane. Produkt turystyczny posiada w tym przypadku bogaty rdzeń, a produkt rzeczywisty przybiera zróżnicowane formy. Nic więc dziwnego, że definicje turystyki przygodowej są zdywersyfikowane.

Według Canadian Tourism Commision turystyka przygodowa jest związana z większym lub mniejszym poziomem aktywności. Stanowi więc *wypoczynek czynny na wolnym powietrzu, który odbywa się w niezwykłym, egzotycznym, odległym bądź dzikim terenie*⁴. S.J. Page i R.K. Dowling definiują ją jako turystykę nastawioną na aktywność w środowisku przyrodniczym⁵. Autorzy ci podkreślają, że opiera się ona na kontakcie z przyrodą, wiąże się z wyzwaniami fizycznymi, ale zawiera w sobie też elementy edukacyjne. W pracy J. Swarbrooke i innych współautorów zamieszczono zestaw cech turystyki przygodowej, który powtarza się w rozważaniach wielu autorów⁶. Oprócz tych już wcześniej wymienianych należy do nich zaliczyć: niepewność wyniku, spodziewaną nagrodę, oddziaływanie stymulujące i podniecające, ucieczkę, eksplorację i odkrywanie, przeciwstawne emocje.

Istnieje kilka klasyfikacji turystyki przygodowej, a jedną z pierwszych zaproponował w 1990 roku D.R. Christiansen⁷. Na podstawie poziomu ryzyka wyróżnia on turystykę przygodową „twardą” (ang. *hard adventureactivities*) i „miękką” (ang. *softadventureactivities*), co nawiązuje do ogólnego dualnego ujmowania turystyki jako *soft* i *hard*. Inny, równie znany jest podział zaproponowany przez S.J. Page i R.K. Dowlinga, którzy rozróżnili:

- turystykę małej skali z wieloma elementami ekoturystyki (np. obserwacja ptaków, nurkowanie);

³ Por. np. Oxford Dictionary, Webster Dictionary.

⁴ D.A. Fennell, *Ecotourism. An introduction*, Routledge, London & New York 2000, s. 51.

⁵ S.J. Page, R.K. Dowling, *Ecotourism*, Prentice Hall, Pearson Education Limited, Harlow 2002, s. 48.

⁶ J. Swarbrooke, C. Beard, S. Leckie, G. Pomfret, *Adventure Tourism. The new frontier*. Butterworth, Heinemann, Oxford 2003, s. 9; S. Priest, M. Gass, *Effective Leadership in Adventure Programming*, „Human Kinetics” 2005, nr 1.

⁷ D.A. Fennell, *Ecotourism...*, s. 55.

- turystykę średniej skali o orientacji sportowej (np. kajakerstwo, rafting);
- turystykę dużej skali przejawiającą cechy turystyki masowej (np. safari)⁸.

W kilku klasyfikacjach podstawowym kryterium jest środowisko, w którym uprawia się turystykę przygodową. Zazwyczaj dzieli się ją wówczas na: powietrzną, lądową i wodną, z dalszym wydzieleniem konkretnych jej form⁹.

R. Buckley w swej książce zatytułowanej *Adventure Tourism Management* w obrębie turystyki morskiej wyróżnia cztery podstawowe typy¹⁰:

- 1) grupa pierwsza – podstawową atrakcją jest oglądanie określonego gatunku stworzeń, wśród których można wymienić: wieloryby, delfiny, rekiny, manty, foki czy ptaki morskie;
- 2) grupa druga – podstawową atrakcją jest oglądanie określonej scenerii nad lub pod wodą (np. gór lodowych czy raf koralowych);
- 3) grupa trzecia – czynny udział w aktywności, który wymaga umiejętności i ewentualnie certyfikatów (np. kajakerstwo morskie, żeglarstwo);
- 4) grupa czwarta – także aktywny udział klientów, ale główną atrakcją są tu krótkotrwałe, silne wrażenia. W niektórych przypadkach turysta sam wykonuje czynność, w innych jest pasażerem.

Przedstawiony powyżej podział nie jest bardzo ostry i jednoznaczny, również zdaniem autora.

Reasumując dotychczasowe rozważania, za wodną turystykę przygodową można uznać wyjazd, którego celem (lub jednym z celów) jest przeżycie w wodzie lub na jej powierzchni czegoś niezwykłego, ekscytującego, zawierającego dla danej jednostki element ryzyka. Można ją podzielić ze względu na akwen na: morską i lądową; w obrębie tej drugiej można jeszcze rozróżnić: turystykę rzeczną i uprawianą w jeziorach. W każdej z nich należy wyodrębnić formy:

⁸ S.J. Page, R.K. Dowling, *Ecotourism*, Prentice Hall, Pearson Education Limited, Harlow 2002, s. 11–12.

⁹ Taki podział zaproponowali T.A. Bentley i S.J. Page, w: T.A. Bentley, S.J. Page, *The cost of adventure tourism accidents to the New Zealand tourism industry*, „Annals of Tourism Research” 2001, nr 28, 3 oraz S.J. Page, R.K. Dowling, *op. cit.*, s. 13.

¹⁰ R. Buckley, *Adventure Tourism Management*, Elsevier, Oxford 2010, s. 162.

- 1) polegające na oglądaniu wybranych elementów środowiska przyrodniczego bez indywidualnego aktywnego udziału i bez posiadania kwalifikacji;
- 2) polegające na fizycznej aktywności w środowisku wodnym (na powierzchni lub pod wodą), które mogą być:
 - a. kierowane/nadzorowane przez przewodnika/instruktora,
 - b. realizowane samodzielnie, co wymaga posiadania kwalifikacji/uprawnień i doświadczenia.

3. Wybrane formy wodnej turystyki przygodowej

Ze względu na ograniczoną objętość referatu omówiono tylko wybrane formy, w zakresie których były prowadzone badania.

3.1. Oglądanie rekinów wielorybich (*snorkeling*)

Rekiny wielorybie są największymi przedstawicielami swego gatunku, a równocześnie to roślinożercy, co zwiększa bezpieczeństwo oglądania ich z bliska. Czynnikiem przyciągającym chętnych jest niezwykle piękno tych ryb mających błękitną skórę w białe, nieregularne, misterne wzory. Gdy znajdują się one na niewielkiej głębokości – co umożliwia obserwację z powierzchni – dochodzące promienie słońca, podświetlając wzory na skórze ryb, eksponują ich urok. Rekiny wielorybie spotkać w wielu miejscach na świecie, a jednym z najbardziej znanych jest rafa Ningaloo w zachodniej Australii¹¹. Spotyka się je także w Oceanie Indyjskim, np. u wybrzeży Mozambiku.

Ze względu na to, że przebywają one na relatywnie niewielkiej głębokości, najczęstszą formą ich oglądania jest pływanie nad nimi w masce i z rurką do oddychania, czyli snorkelowanie. Zazwyczaj łodzie z chętnymi krążą w okolicy, szukając miejsc, w których rekiny się pojawiają. Ponieważ rekiny się nie wynurzają, trudno je dostrzec. Niektórzy operatorzy korzystają z usług małych samolotów, które przed porą wypłynięcia łódek starają się zlokalizować rekiny wielorybie, co podnosi cenę *snorkelingu*. Doświadczeni organizatorzy takich wypraw stawiają na łodziach specjalne wysokie krzesła bądź wypatrują rekinów

¹¹ C. Cater, E. Cater, *Marine Ecotourism: between the Devil and the Deep Blue Sea*, CAB International, Oxford 2007, s. 17.

z dziobu. W momencie gdy rekin zostanie zauważony podpływa się relatywnie blisko (są specjalne przepisy określające dystans) i klienci wskakują do wody, by nad nimi pływać. W niektórych częściach świata dozwolone jest nurkowanie koło tych ryb ze sprzętem nurkowym, w innych nie, jak na przykład na wspomnianej rafie Ningaloo. Tak więc snorkelowanie nad rekinami wielorybimi jest formą aktywności, która nie niesie ze sobą dużego ryzyka i nie wymaga posiadania kwalifikacji.

3.2. *Nurkowanie w klatce w celu oglądania rekinów (cage diving)*

W przypadku *cage divingu* obiektami obserwacji są rekiny – żarłaczce białe. Gatunek ten postrzegany jest jako stanowiący zagrożenie dla człowieka przede wszystkim z uwagi na przypadki ataków na ludzi, do których dochodziło w różnych rejonach świata. Część z tych zdarzeń zakończyła się śmiercią lub poważnym poranieniem ofiary. Oglądanie żarłaczy białych odbywa się zatem ze specjalnych łodzi, częściowo z ich pokładu, a częściowo z klatki, która jest spuszczana z rufy łodzi do wody. Uczestnicy używają wyłącznie rurek do *snorkelingu* lub powietrze podawane jest im poprzez specjalne rurki z powierzchni. Klatka nie jest zanurzana głęboko, jej górna część wystaje 20 cm nad wodę, więc można swobodnie oddychać.

Należy podkreślić, że od uczestników – wbrew nazwie – nie są wymagane uprawnienia nurkowe. Do klatki, w zależności od jej rozmiarów, wchodzi od jednej do kilkunastu osób. Rekiny często wabione są poprzez wylewanie z łodzi zwierzęcej krwi i odpadów z ryb.

Pewną formą komplementarną w stosunku do *cage divingu* jest tzw. *breaching* – czyli obserwacja polowania rekinów na fokii. Jest to niezwykle widowisko, najczęściej organizuje się je o świcie, bo to typowa pora ataków rekinów. Przy próbach chwycenia ofiary potrafią one wyskakiwać wysoko nad powierzchnię wody (nawet do 2 m).

W RPA rejonami, gdzie oferuje się *cage diving* na południu są okolice Kapsztadu (False Bay i Gansbay) oraz Mosselbay, w Australii zaś Port Lincoln.

Popyt w zakresie *cage divingu* generowany jest przez ludzi, którzy nie muszą posiadać żadnych kwalifikacji sportowych.

3.3. *Rafting*

Rafting jest formą wodnej turystyki przygodowej, ale o niemorskim charakterze, realizuje się go bowiem na górskich rzekach. Warunkiem koniecznym

jest bystry nurt rzeki i występujące progi skalne. W zależności od wysokości progów i szybkości nurtu określa się stopień trudności (od 1 do 6). Do jednych z najtrudniejszych należy raft na Białym Nilu w Ugandzie i na rzece Zambezi w Zambii.

Do spływu używa się specjalnych kiluosobowych pontonów. W każdym z nich oprócz uczestników znajduje się jeden sternik, a wszyscy ubrani są w kamizelki ratunkowe i kaski. Udział w rafcie nie wymaga posiadania kwalifikacji ani uprawnień. Wyższy stopień trudności wiąże się z większym prawdopodobieństwem wywracania raftu (w trakcie wyżej wymienionych najtrudniejszych raftów niemożliwe wręcz jest ich uniknięcie), stąd konieczna jest ogólna sprawność i brak lęku przed wodą.

Można wymienić jeszcze wiele form wodnej turystyki przygodowej, takich jak: nurkowanie¹², oglądanie wielorybów z łodzi i w nieco trudniejszej formie – z kajaków, oglądanie wybrzeży oceanów i wysp z kajaków, wyprawy polarne (na statkach), różne formy surfingu (windsurfing, kitesurfing, czartery surfingowe), żeglarstwo, przejażdżki różnego rodzaju łodziami motorowymi, wyprawy wędkarskie, wyprawy w łodziach podwodnych¹³.

3.4. *Metodyka badań*

W celu zbadania motywacji uprawiania turystyki przygodowej i określenia profilu turysty przygodowego w zakresie turystyki wodnej oraz zweryfikowania modelu *Travel Career Ladder* P. Pearce'a i L. Caltabiano przeprowadzono badania ankietowe strony podażowej. Jako rejon badania wybrano kraje afrykańskie. Przygotowano kwestionariusz ankiety w języku angielskim i rozesłano do wybranych operatorów. Jako obszary badawcze przyjęto: oglądanie rekinów wielorybich, nurkowanie w klatce z rekinami żarłaczami i rafting.

Przy tworzeniu kwestionariusza dotyczącego motywacji posiłkowano się opublikowanymi wynikami badań z zakresu tej problematyki¹⁴. Kwestionariusz

¹² Szerzej na ten temat: J. Berbeka, Współzależność nurkowania i turystyki wyjazdowej, w: *Turystyka i sport dla wszystkich w promocji zdrowego stylu życia*, red. W.W. Gaworecki, Z. Mroczyński, WSTiH, Gdańsk 2008, s. 457–458.

¹³ R. Buckley, *Adventure Tourism Management...*, s. 139–214.

¹⁴ Por. I. Patterson, R. Pan, *The Motivations of Baby Boomers to Participate in Adventure Tourism and the Implications for Adventure Tour Providers*, „Annals Of Leisure Research” 2007, nr 1 oraz D. Morgan, K. Moore, R. Mansell, *Adventure tourists on water: Linking expectations, affect, achievement and enjoyment to the sports tourism adventure*, „Journal of Sport Tourism” 2005, nr 10(1).

rozesłano drogą elektroniczną do operatorów we wrześniu 2011 roku; stopa zwrotu wyniosła 46%.

W badaniach dotyczących oglądania rekinów wielorybich wzięły udział trzy bazy nurkowe organizujące *snorkeling* w Tofo w Mozambiku: Tofo Scuba, Diversity i Liquid Adventure. Jeśli chodzi o nurkowanie w klatce z rekinami żarłaczami, to odpowiedzi udzieliło sześciu operatorów: w imieniu Shark adventures odpowiedział Theunis Esterhuizen (właściciel), z ramienia Apex Shark Expeditions odpowiedziała Karyn Cooper (dyrektor), z African Shark Eco-Charters – Karen (właścicielka), z Shark Diving Unlimited – Lara (pracownik), z Dive South Africa – Maryka Oosthuizen (pracownik), z White Shark Projects – Liz Botha (dyrektor). Odpowiedzi udzieliły też wszystkie bazy z Republiki Południowej Afryki z okolic Falsebay, Gansbai i Moselbay. Na temat raftu odpowiedziały dwie firmy: Nile River Explorers z Ugandy (dyrektor Mark) oraz Zambezi Safari and Travel Co z Zambii (pracownik Delene Dempster). Należy podkreślić, że we wszystkich trzech kategoriach byli to najważniejsi operatorzy na danym rynku.

4. Demograficzno-społeczny profil oraz motywacje uczestników wybranych form wodnej turystyki przygodowej w krajach afrykańskich

4.1. Oglądanie rekinów wielorybich

Popyt w tym zakresie generują ludzie we wszystkich przedziałach wiekowych o w miarę zbliżonej strukturze płciowej, pochodzący z różnych krajów i kontynentów, o relatywnie wysokich dochodach. Najczęściej są to mieszkańcy miast. Nie mają oni dużego doświadczenia turystycznego. Ich motywacje są następujące: poszukiwanie rozrywki i poznawanie podwodnego świata.

4.2. Rafting

W raftingu biorą udział w większości mężczyźni (60%). Wśród uczestników tej formy turystyki dominują ludzie młodzi – turyści z grup wiekowych 18–25 i 26–35 lat stanowią po 40% zgłaszanego popytu; 10% uczestników to osoby w przedziale wiekowym 36–45 lat, a po 5% wynoszą zbiorowości w wieku 46–55 lat i powyżej 55. roku życia. Jeśli chodzi o narodowość, 50%

popytu na rafting na Białym Nilu i Zambezi generują mieszkańcy Ameryki Północnej – przede wszystkim Amerykanie, w mniejszym stopniu Kanadyjczycy, 20% uczestników stanowią Australijczycy, 4% Azjaci i 2% mieszkańcy Afryki. Pozostałą część tworzą Europejczycy, wśród których dominują: Brytyjczycy (10%), Holendrzy i Hiszpanie (po 4%), mieszkańcy pozostałych krajów zachodnich (2%), turyści z Europy Wschodniej (około 4%). Są to ludzie, którzy przyjeżdżają do Afryki, by realizować różne cele o przygodowym charakterze, a rafting jest jednym z nich. Najczęściej uczestniczą oni w jednym rafcie¹⁵, ale pozostają w okolicy do 3 dni (korzystając z oferowanej przez organizatorów infrastruktury noclegowej). Osoby biorące udział w raftingu najczęściej przyjeżdżają w zorganizowanych grupach. Często są to grupy wolontariuszy robiące sobie odpoczynek w trakcie pobytu w Afryce¹⁶. Innym modelem jest indywidualne podróżowanie po kontynencie i tacy pojedynczy uczestnicy również generują popyt na spływ raftem.

Jeśli chodzi o motywacje to wyniki badań są następujące: na pierwszym miejscu znajduje się odkrywanie wodnego świata, na drugim – poszukiwanie wyzwań, na trzecim – ucieczka od codziennej rutyny, na czwartym – chęć dokonania czegoś niezwykłego, a na piątym – poszukiwanie rozrywki i zabawy. Widoczna jest tendencja do motywów wyższego rzędu wraz ze wzrostem doświadczenia turystycznego jednostek, zgodna z modelem *Travel Career Ledger* Pearce’a.

4.3. Nurkowanie w klatce

W tej formie wodnej turystyki przygodowej w Republice Południowej Afryki uczestniczą zarówno mężczyźni, jak i kobiety. Dominacja pierwszej grupy jest nieznaczna – przeciętnie jest to około 55%. Jeśli chodzi o wiek uczestników, to opinie poszczególnych operatorów na ten temat są dość zróżnicowane. Zgodny jest jedynie pogląd, że niewielki jest tu udział ludzi starszych (ok. 3% stanowią osoby powyżej 56. roku życia) i młodych – (6% osób poniżej 18. roku życia). Przedstawiciele niektórych bazy twierdzą, że w 50% popyt generują ludzie dojrzały (w wieku od 46 do 55 lat), a w 40% osoby w przedziale wiekowym 36–45 lat. Większość organizatorów deklaruje bardziej zdywersyfi-

¹⁵ Mimo, że udział w następnym jest tańszy prawie o 50%.

¹⁶ Szerzej na temat turystyki wolontariuszy: J. Berbeka, *Turystyka wolontariuszy na świecie – istota i znaczenie*, Ekonomiczne Problemy Turystyki nr 17, Szczecin 2011.

kowany rozkład wiekowy uczestników, jednakże i w tej kwestii zdania są rozbieżne. Niektóre bazy oceniają, że większość „śmiałków” to ludzie w średnim wieku (35% uczestników ma od 26 do 35 lat, a 30% stanowią osoby w wieku 36–45 lat), ale inne wskazują, że są to ludzie młodzi (60% z nich ma 18–25 lat, zaś 17,5% należy do przedziału wiekowego 26–35 lat). Analizując powyższe informacje, należy stwierdzić, że w nurkowaniu z rekinami żarłaczami białymi biorą udział i ludzie młodzi, i dojrzały, a określanie średniej wieku nie ma w tym przypadku większego sensu. Rzadkością są natomiast osoby starsze i bardzo młode. Należy sądzić, że nie ma tu znaczenia metrykalny wiek uczestników, lecz subiektywne poczucie młodości i przekonanie o własnych możliwościach.

Również w zakresie narodowości uczestników otrzymane w czasie badania informacje są zróżnicowane. Niektóre bazy twierdzą, że 90% klientów pochodzi z Ameryki Północnej, po 2% stanowią Brytyjczycy i Australijczycy, 1% Niemcy, a reszta jest w miarę równomiernie podzielona między różne kraje i kontynenty. Natomiast większość pozostałych organizatorów wskazuje, że wśród uczestników *cage divingu* dominują Brytyjczycy, którzy generują – w zależności od operatora – od 28% do 40% popytu. Na drugim miejscu operatorzy ci zgodnie wymieniają Amerykanów (25–30%). Ocena odnośnie pozostałych uczestników jest niejednoznaczna. Jedni mówią, że ma miejsce w miarę równomierny rozkład między osobami z różnych krajów, inni zaś podają dość szczegółowe estymacje, w świetle których: obywatele RPA stanowią 20%, Niemcy – 12%, Holendrzy i Skandynawowie po 6%, Australijczycy i Francuzi po 5%, Hiszpanie, Azjaci i mieszkańcy krajów Ameryki Południowej po 3%, Włosi – 2%, Portugalczycy, Austriacy i osoby z krajów Europy Wschodniej po 1%, inni Afrykanie – 0,2%.

Należy zauważyć, że w wypowiedziach właścicieli/zarządów firm, uzyskanych w trakcie dodatkowego wywiadu, dominowała opinia, że rynki docelowe są silnie uzależnione od realizowanej strategii marketingowej.

Operatorzy oceniają, że popyt ich klientów ukierunkowany jest głównie na nurkowanie w klatce, a w mniejszym stopniu na obserwację polowania rekinów (wspomniany *breaching*), co wynika z sezonowości tego ostatniego (tylko około czterech miesięcy w roku – od maja do września).

Odpowiedzi dotyczące celu przyjazdu do RPA są w miarę zgodne – jest to wachlarz celów, z których część związana jest z turystyką przygodową. Również odwiedziny Kapsztadu i Mosselbay dokonywane są w związku z *cage*

divingiem, niemniej klienci kierują się także innymi pobudkami, nie tylko z zakresu turystyki przygodowej.

W większości przypadków są to przyjazdy na jedno nurkowanie z rekinami (opinie operatorów są w tej kwestii w miarę zgodne i mówią o około 80% turystów), pobyt kilku procent przyjeżdżających trwa do 3 dni, a kilku nawet ponad tydzień. Rekordziści spędzają w danej destynacji nawet około 3 tygodni. Jeśli chodzi o towarzystwo, z którym przyjeżdżają uczestnicy nurkowania z rekinami, to bywa ono równomiernie podzielone. Z opinii operatorów wynika, że 40% stanowią osoby przyjeżdżające z rodziną oraz z przyjaciółmi, pozostali zaś docierają w pojedynkę. Jednakże są bazy, których przedstawiciele uważają, że większość ich klientów podróżuje indywidualnie.

Jeśli chodzi o motywacje klientów, to na pierwszym miejscu wymieniano: dążenie do zdobycia nagrody (o charakterze osobistym i zewnętrznym), poszukiwanie rozrywki oraz chęć poznawania podwodnego środowiska. Na drugim i trzecim miejscu znalazły się zamiennie: chęć osiągnięcia czegoś i poszukiwanie wyzwań. Jako czwarty czynnik motywacyjny wymieniano chęć poznawania podwodnego świata, natomiast na piątym miejscu była potrzeba poznania/sprawdzenia samego siebie oraz prywatne zainteresowania. Jako pozostałe czynniki motywacyjne operatorzy wymieniali: możliwość zrobienia niepowtarzalnych zdjęć, edukację, a także chęć zobaczenia żarłaczy białych w ich naturalnym środowisku¹⁷. Odpowiedzi na temat motywacji powtarzały się u wszystkich operatorów, wymieniane jedynie w nieco innej kolejności. Czynniki takie, jak: poszukiwanie ryzyka, ucieczka od codzienności czy realnego świata, poprawa kondycji psychofizycznej, nie były wymieniane w ogóle.

Uzyskane rezultaty pozwoliły pozytywnie zweryfikować hipotezę, że wraz ze wzrostem doświadczeń turystycznych zmieniają się motywacje ludzi, przechodząc od podstawowych (poszukiwanie rozrywki) do coraz bardziej wyszukanych, psychologicznych (dążenie do uzyskania nagrody, o charakterze osobistym i zewnętrznym, poszukiwanie wyzwań).

Uwagi końcowe

Produkty z zakresu wodnej turystyki przygodowej są drogie, co jest istotną determinantą popytu. Stać na nie osoby, które osiągnęły już określony poziom

¹⁷ Szacuje się, że na świecie jest ich tylko około 2 tys.

dochodu, ewentualnie młodzież dofinansowywaną przez zamożnych rodziców. Uczestnicy tej formy turystyki pochodzą ze wszystkich zakątków świata. Dystrans nie ma w tym wypadku znaczenia (nie sprawdzają się więc modele grawitacyjne¹⁸) – udział w danej formie jest podstawowym motywem wyjazdu i w sposób celowy wybiera się daną destynację. Uzyskane rezultaty badań dowodzą, że realizowana przez operatorów strategia wyboru poszczególnych rynków przynosi efekty w postaci dominacji klientów z danego kraju w ich bazie. Być może działa także marketing szeptany.

Udział w określonej formie turystyki przygodowej jest zazwyczaj jednym z celów wyjazdu. Pozostałe mają w dużej mierze również charakter przygodowy. Prowadzi to do ważnej dla danego regionu recepcyjnego konkluzji: turyści poszukują pakietu atrakcji. Oferowanie różnych produktów z zakresu turystyki przygodowej powinno zatem stwarzać efekt synergii i stanowić istotną przesłankę decyzyjną przy wyborze destynacji.

Natomiast nie ma potrzeby pozycjonowania tych produktów ze względu na uwarunkowania demograficzne, gdyż oczekiwania uczestników są zbliżone mimo różnicy wieku i przynależności społecznej; wspólne przeżywanie jest czynnikiem niezwykle integrującym i uczestnicy akceptują swą różnorodność.

Wyniki badań wskazują, że do ważnych motywów należą: chęć samosprawdzenia, sprostanie wyzwaniu, ucieczka od szarej codzienności i rutyny, rozrywka, poznanie wodnego (podwodnego) świata. Można dostrzec też następujący związek: im bardziej dany rodzaj turystyki przygodowej wymaga kwalifikacji/uprawnień, tym częściej jako główny motyw wymieniane są samosprawdzenie i sprostanie wyzwaniom. Występuje także wprost proporcjonalna zależność między turystycznym doświadczeniem a bardziej wyrafinowanymi psychologicznie motywami, co potwierdza model TCL P. Pearce'a i L. Caltabiano.

¹⁸ Szerzej na ten temat: C.M. Hall, *Tourism. Rethinking of Social Science of Mobility*, Pearson Education Limited, Harlow 2005, s. 65–67.

**CHARACTERISTICS OF THE DEMAND IN WATER
ADVENTURE TOURISM – SELECTED ASPECTS**

Summary

Aims of the paper are twofold: in the theoretical sphere –the clarification of terminology and theclassification of adventure tourism and in cognitive and application domain: the identification of socio-demographic profile of water adventure tourist, the research of his motivation and a verification of Travel Career Ladder Model of P. Pearce and L. Caltabiano.

Reaching the first goal has required in-depth review of Polish and English literature. For the purpose of the second aim the questionnaire surveys there were conducted at some African operators offering water adventure tourism products.

Translated by Jadwiga Berbeka