



VII Ogólnopolska Konferencja Naukowa

POPYT TURYSTYCZNY

Wiesław Alejziak

Sekwencyjna Analiza Trendów Turystycznych (SATT) - jako instrument diagnozowania zmian w popycie turystycznym



Kołoברzeg, 16-18 maja 2012



Plan wystąpienia:

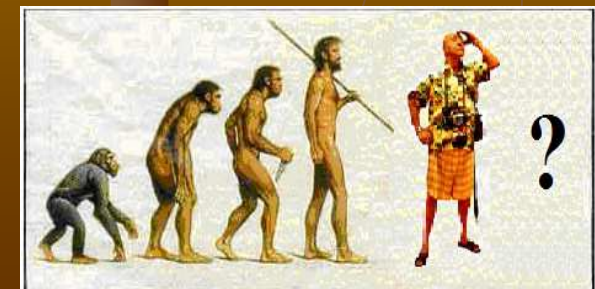
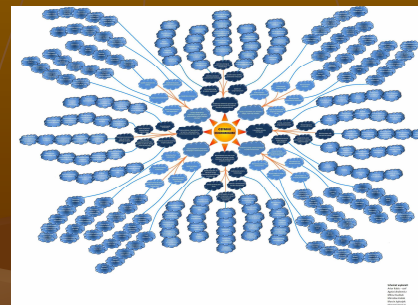
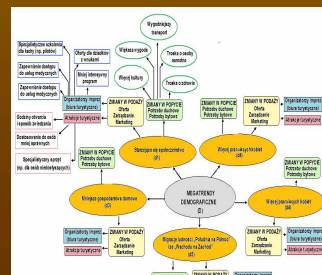
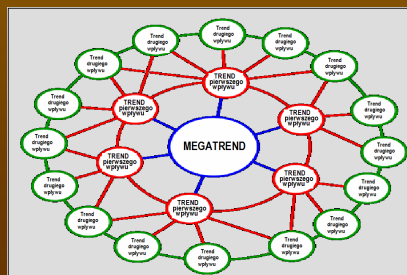
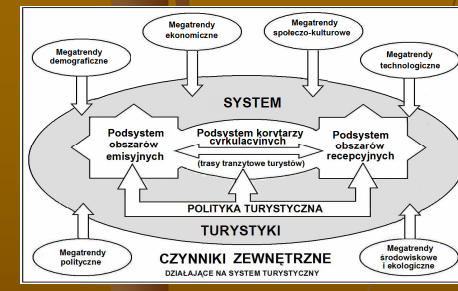
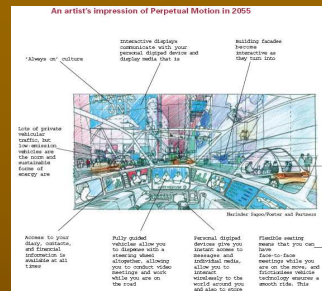
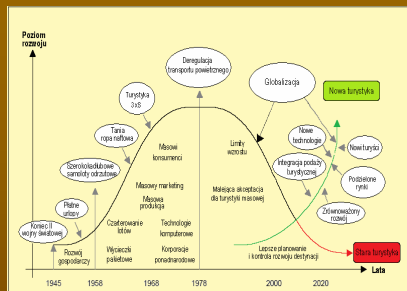
1. Megatrendy rozwojowe cywilizacji a turystyka:

- ewolucja turystyki – dylematy i wyzwania;
- projekty turystyczne XXI (a może XXI) wieku - odpowiedź na zmiany w popycie turystycznym czy też przykłady jego sztucznego kreowania?
- kierunki rozwoju rynku turystycznego – aspekty popytowe.

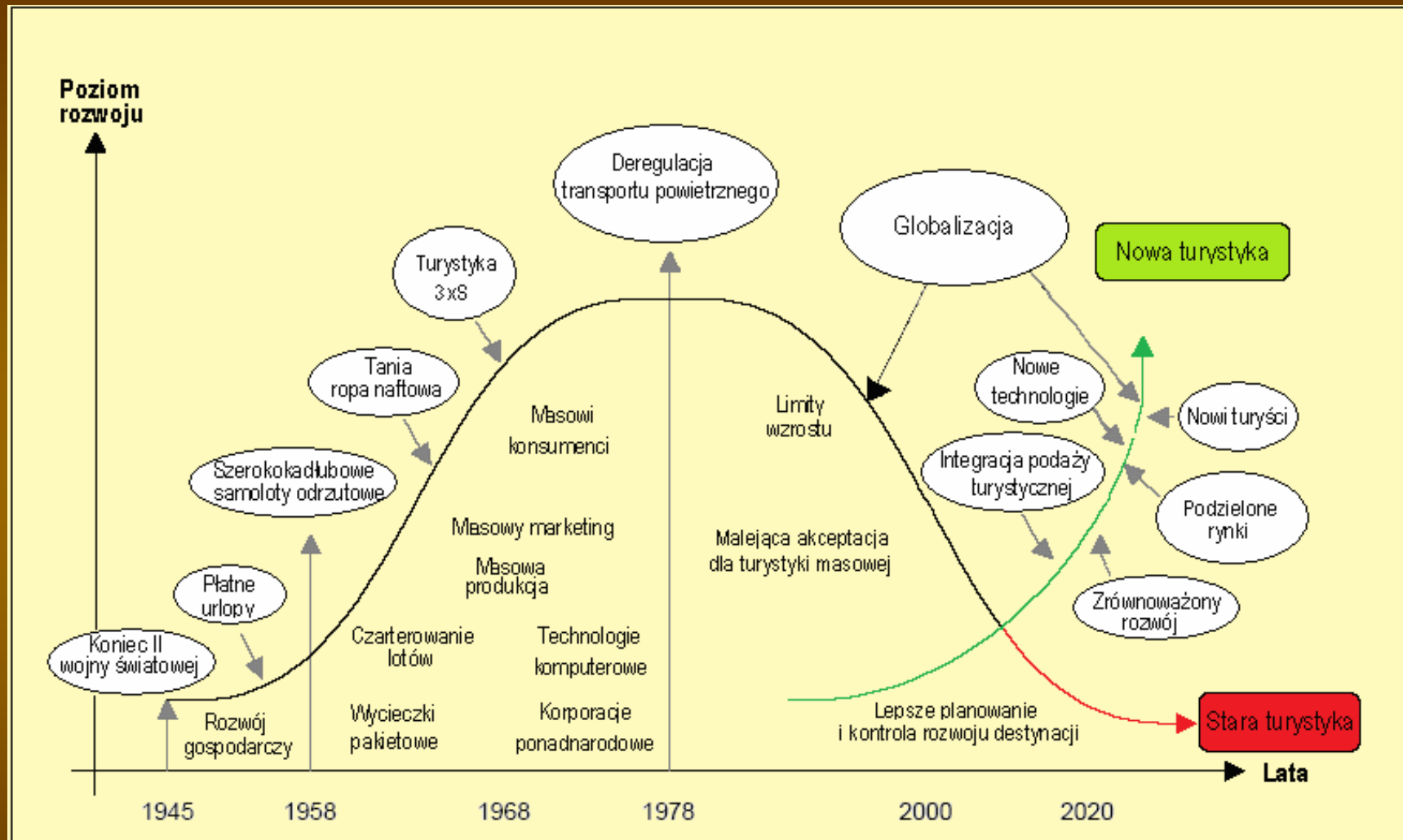
2. Sekwencyjna Analiza Trendów Turystycznych (SATT) jako przykład turystycznego zastosowania metody „Futures Wheel” J. Glenna:

- podstawowe założenia metody
- fraktale jako częsty efekt końcowy analiz metodą SATT.
- badania pilotażowe – wstępne wyniki.

3. Homo Turisticus - „nietykowa” i tylko z pozoru wyłącznie humorystyczna typologia współczesnych i przyszłych turystów według W. Alejsiaka ☺

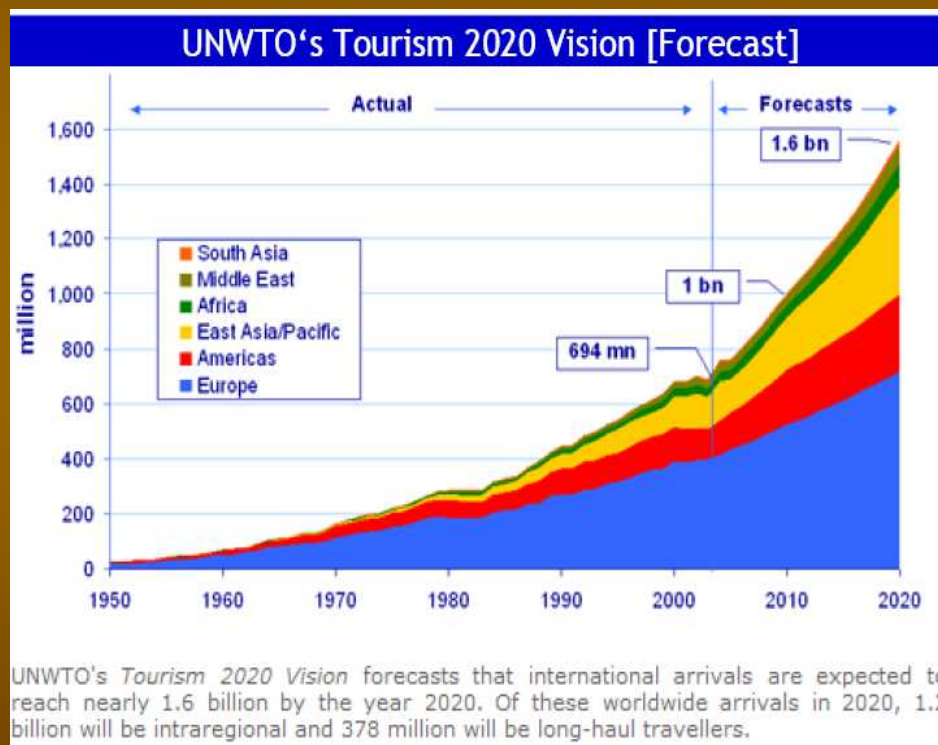


Ewolucja i nowe wyzwania dla turystyki



Źródło: Opracowanie własne na podst: Poon, A., *Tourism, technology and competitive strategies*, CAB International, Wallingford, 1993, s. 115 oraz *Working Party on National Environmental Policy. OECD Programme on Sustainable Consumption Sector Case Studies Series Household Tourism Travel: Trends, Environmental Impacts and Policy Responses*, Environment Directorate Environment Policy Committee, ENV/EPOC/WPNEP(2001)14/FINAL, OECD, 18 April 2002, s. 38. <http://www.oecd.org/dataoecd/32/18/32347645.pdf>

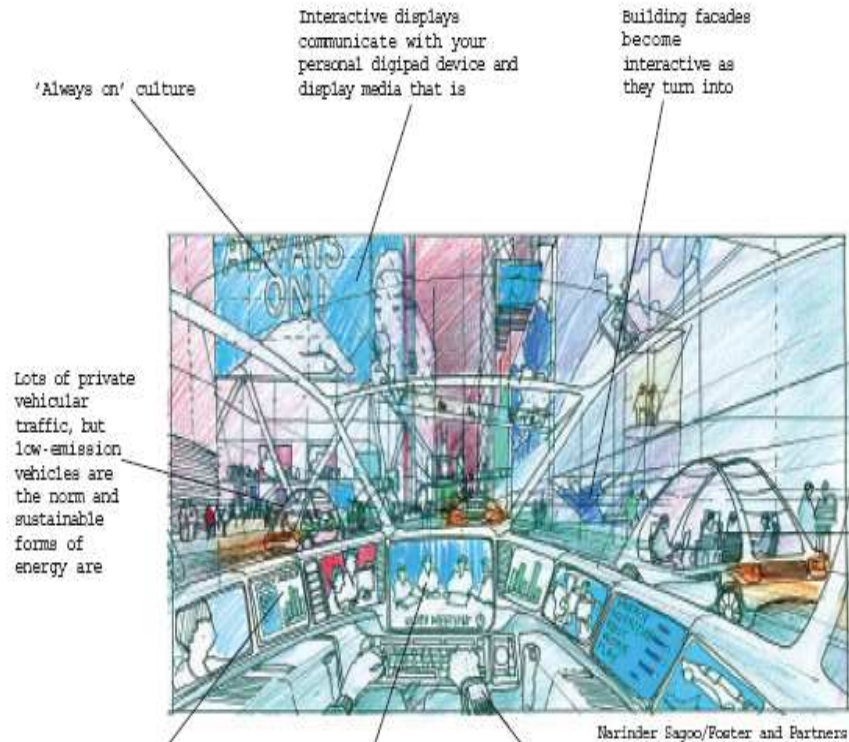
Prognozy rozwoju turystyki międzynarodowej do 2020 roku: wymiar ilościowy - według Światowej Organizacji Turystyki (UNWTO)



UNWTO's Tourism 2020 Vision [International Tourist Arrivals Forecast]

	Base Year	Forecasts		Market share (%)		Average annual growth rate (%)
	1995	2010	2020	1995	2020	1995-2020
	(Million)					
World	565	1006	1561	100	100	4.1
Africa	20	47	77	3.6	5.0	5.5
Americas	110	190	282	19.3	18.1	3.8
East Asia and the Pacific	81	195	397	14.4	25.4	6.5
Europe	336	527	717	59.8	45.9	3.1
Middle East	14	36	69	2.2	4.4	6.7
South Asia	4	11	19	0.7	1.2	6.2

An artist's impression of Perpetual Motion in 2055



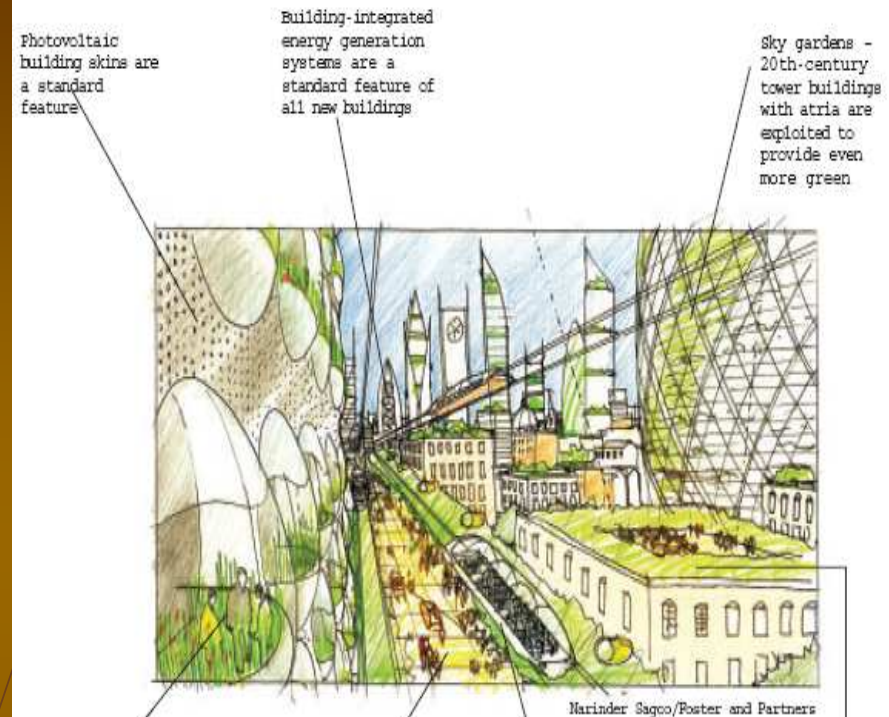
Access to your diary, contacts, and financial information is available at all times

Fully guided vehicles allow you to dispense with a steering wheel altogether, allowing you to conduct video meetings and work while you are on the road

Personal digipad devices give you instant access to messages and individual media, allow you to interact wirelessly to the world around you and also to store

Flexible seating means that you can have face-to-face meetings while you are on the move, and frictionless vehicle technology ensures a smooth ride. This

An artist's impression of Urban Colonies in 2055



Truly green design: Building facades have hydroponic facades and integrated gardens that help supply the city with locally produced fresh fruit and vegetables

The decline in private automobile use has led to the pedestrianisation of streets and a better quality of public life

Cycling and walking are an integral part of everyday life, and hydrogen-powered public transport systems are widely used by all

Green roof to help reduce the 'urban heat island' effect, serve as elevated parks for people and also provide opportunities for

Źródło: Intelligent Infrastructure Futures. The Scenarios – Towards 2055. Office of Science and Technology, Foresight, London 2010, s. 10 i 28. Praca dostępna na stronie:

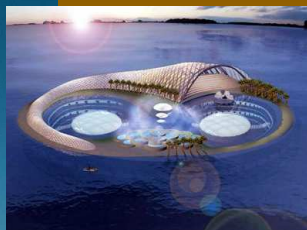
http://www.foresight.gov.uk/Intelligent%20Infrastructure%20Systems/the_scenarios_2055.pdf (1.10.2010)

Dr Wiesław Alejskiak

Projekty turystyczne XXI (a może XXII) wieku (na przykładzie Dubaju)



Pietro	Zastosowanie
160 i wyżej	Piętra techniczne
156-159	Komunikacja i łączność
155	Piętra techniczne
139-154	Powierzchnie biurowe
136-138	Piętra techniczne
125-135	Powierzchnie biurowe
124	Wieża widokowa At the Top
123	Sky lobby
122	Restauracja Atmosphere
111-121	Powierzchnie biurowe
109-110	Piętra techniczne
78	Najwyżej położony basen
77-108	Apartamenty
76	Sky lobby
73-75	Piętra techniczne
44-72	Apartamenty
43	Sky lobby
40-42	Piętra techniczne
38-39	Armani Hotel suites
19-37	Armani Residences
17-18	Piętra techniczne
9-16	Armani Residences
1-8	Armani Hotel
Parter	Armani Hotel
Hol	Armani Hotel
B1-B2	Podziemny parking, pomieszczenia techniczne



Ryc. Burj Khalifa i szczegółowy plan pieter (po prawej).
Źródło: <http://burj-khalifa.eu/gallery?album=1&gallery=5>, (20.05.2010) <http://burj-khalifa.eu/the-tower-design> (20.05.2010).



Ryc. Dynamic Tower w różnych etapach ruchu- wizualizacja Davida Fishera.
Źródło: <http://www.scribd.com/doc/3803736/BrochureDubaj> (10.03.2010).



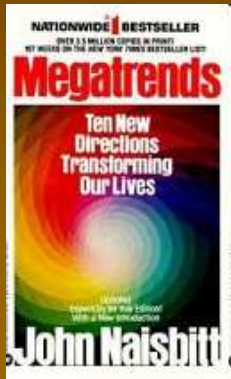
Ryc. Wieża O-14. Po lewej wizualizacja.
Źródło: <http://www.archdaily.com/22200/in-progress-o-14-tower-by-reiser-umemoto/> (16.05.2010).

Dr Wiesław Alejskiak

Projekty turystyczne XXI (a może XXII) wieku (na przykładzie Dubaju)



Megatrendy rozwojowe cywilizacji a rozwój turystyki



10 megatrendów wg. Johna Naisbitta:

1. Od technologii siłowej do ultratechnologii (high tech – high touch),
2. Od społeczeństwa przemysłowego do społeczeństwa informatycznego,
3. Od gospodarki narodowej do gospodarki globalnej,
4. Od myślenia krótkofalowego do długofalowego,
5. Od centralizacji do decentralizacji,
6. Od pomocy zinstytucjonalizowanej do samopomocy,
7. Od demokracji przedstawicielskiej do demokracji uczestniczącej,
8. Od hierarchii do sieci,
9. Z Północy na Południe,
10. Od schematu „albo-albo” do wielokrotnego wyboru.

- J. Naisbitt: Megatrends. Ten New Directions Transforming Our Lives, Fortuna Publications, New York 1982.
- J. Naisbitt: Megatrendy: 10 nowych kierunków zmieniających nasze życie, Zysk i Spółka, Poznań 1997.

- A. Toffler, The Third Wave, Bantam, New York 1981.
- A. Toffler, Trzecia fala, Państwowy Instytut Wydawniczy, Warszawa 1997.



Tab. 1. Wybrane megatrendy rozwojowe cywilizacji a rozwój turystyki

<p>I. Czynniki demograficzne (D), w tym zwłaszcza:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 1. Starzenie się społeczeństw; - 2. Zakładanie rodziny w coraz późniejszym okresie życia; - 3. Zmniejszająca się liczebność gospodarstw domowych, w tym: <ul style="list-style-type: none"> - dominujący model rodziny 2+1; - wzrost liczby osób samotnych; - wzrost liczby małżeństw bezdzietnych; - 4. Wzrost ilości pracujących kobiet; - 5. Nasilające się migracje ludności z tzw. Południa na Północ i ze Wschodu na Zachód; 	<p>II. Czynniki polityczne (P), w tym zwłaszcza:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 1. Upadek komunizmu i demokratyzacja społeczeństw w Europie Środkowo-Wschodniej; - 2. Integracja i dalsze rozszerzanie się Unii Europejskiej oraz liberalizacja migracji międzynarodowych (np. Układ z Schengen); - 3. Wojny i niestabilna sytuacja polityczna w wielu regionach świata; - 4. Terroryzm międzynarodowy i radykalizacja niektórych ruchów społecznych, politycznych, religijnych, etnicznych itd.; - 5. Wzrost znaczenia organizacji oraz różnego rodzaju ugrupowań międzynarodowych, przy jednoczesnym spadku znaczenia państw.
<p>III. Czynniki społeczno-kulturowe (SK), w tym zwłaszcza:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 1. Wzrost ilości czasu wolnego (urlopy, emerytura, elastyczne systemy zatrudnienia i pracy); - 2. Zwrot w kierunku zdrowego trybu życia; - 3. Kryzys wiary i religii, jako ważnych elementów kultury oraz czynników kształtujących panujące stosunki społeczne; - 4. Kryzys rodziny oraz wartości tradycyjnie z nią związane; - 5. Wielokulturowość i transkulturowość; - 6. Wzrost znaczenia, a przy tym szybsze „starzenie się” wiedzy; - 7. Rewolucja multimedialna oraz wpływ mediów, a zwłaszcza telewizji na społeczeństwo (syndrom „homo videns”); - 8. Konflikty pomiędzy tożsamością a potrzebą dążenia do nowoczesności, szczególnie w krajach rozwijających się. 	<p>IV. Czynniki ekonomiczne (E), w tym zwłaszcza:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 1. Globalizacja działalności gospodarczej, coraz większa koncentracja kapitału oraz wzrost znaczenia przedsiębiorstw ponadnarodowych; - 2. Rosnące dysproporcje w poziomie rozwoju i poziomie życia pomiędzy krajami bogatymi a biednymi; - 3. Zmiany rozkładu sił gospodarczych na świecie, w tym gwałtowny wzrost znaczenia Azji, w tym zwłaszcza Chin oraz Indii; - 4. Kryzysy gospodarcze i finansowe występujące w wielu krajach świata; - 5. Wprowadzenie euro oraz wzrost znaczenia tej waluty w handlu światowym, przy jednoczesnych problemach wielu krajów UG-W; - 6. Gwałtowny rozwój i zmiany zachodzące na rynkach finansowych; - 7. Bezrobocie oraz coraz bardziej niewydolne systemy emerytalne; - 8. Rosnące i niestabilne ceny nośników energii, w tym ropy naftowej.
<p>V. Czynniki technologiczne (T), w tym zwłaszcza:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 1. Komputeryzacja oraz rozwój systemów informatycznych, znajdujących zastosowanie praktycznie w każdej dziedzinie; - 3. Automatyzacja i robotyzacja procesów produkcyjnych (także w sferze usług); - 4. Rozwój telekomunikacji, w tym telefonii komórkowej i Internetu; - 5. Rozwój środków transportu oraz związanej z tym infrastruktury (lotniska, autostrady, nowoczesne budownictwo); - 6. Rozwój tzw. technologii miękkich (np. franchising). 	<p>VI. Czynniki środowiskowe (Ś), w tym zwłaszcza:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 1. Kurczące się zasoby środowiska (w tym zwłaszcza wody i lasów); - 2. Zmiany klimatyczne, w tym zwłaszcza globalne ocieplenie się klimatu; - 3. Coraz częstsze i coraz gwałtowniejsze katastrofy naturalne; - 4. Wzrost świadomości ekologicznej społeczeństwa; - 5. Postępująca urbanizacja i konflikty wywołane rozwojem wielkich aglomeracji (tak w krajach rozwiniętych, jak i rozwijających się); - 6. Rozwój ekologii i koncepcji zrównoważonego rozwoju oraz współpraca międzynarodowa w tym względzie.

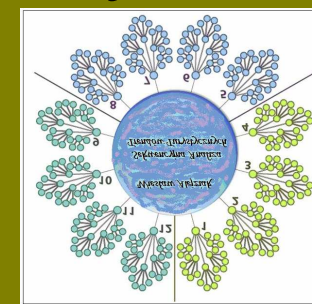
Źródło: Opracowanie własne.

Patrzeć w przyszłość i wyznaczać kierunki



Sekwencyjna Analiza Trendów Turystycznych (SATT)

- jako przykład zastosowania metody
„Futures Wheel”



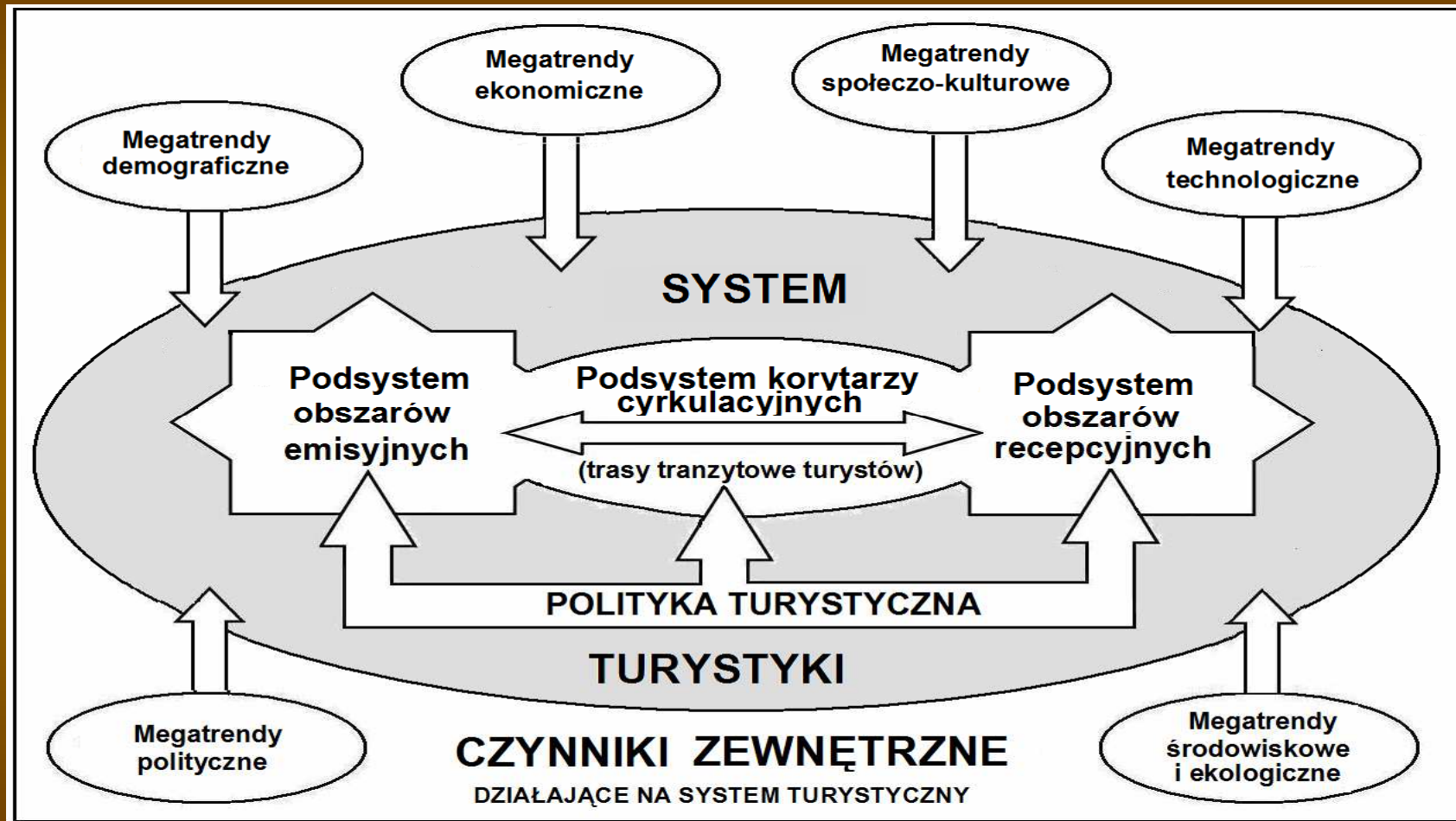


Materiał do dyskusji w czasie zajęć warsztatowych
– panel „Wyzwania dla turystyki kulturowej – perspektywa do 2025 roku”
 (opracowanie: Wiesław Alejski)

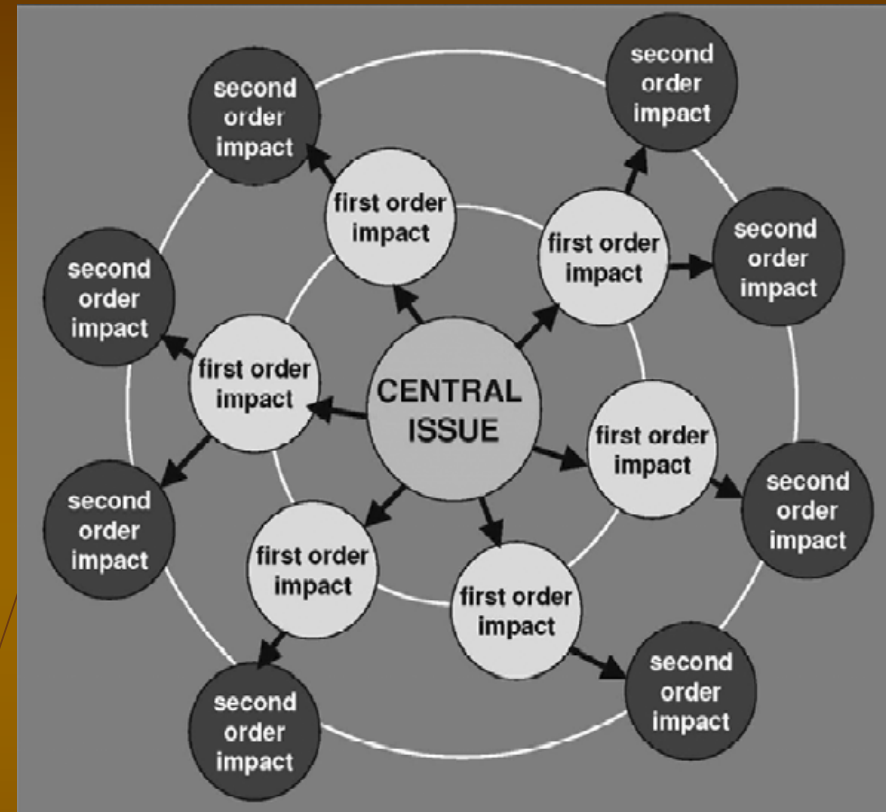
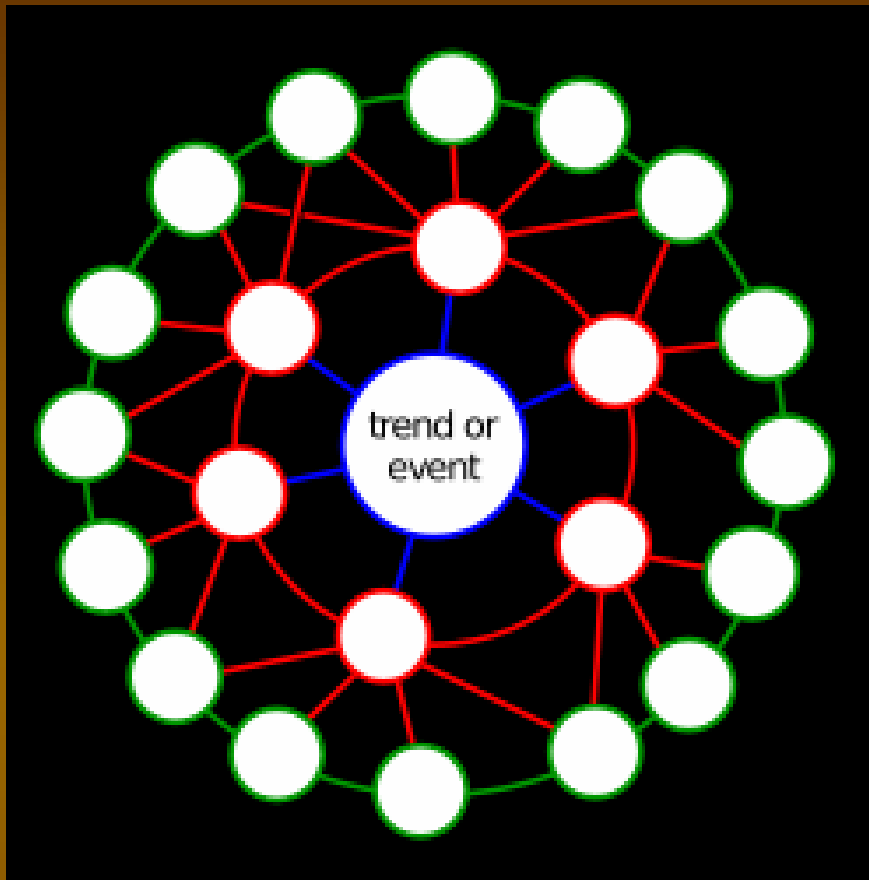
Tabela 1. Najważniejsze trendy cywilizacyjne oraz ich skutki dla sektora turystycznego i dla turystyki kulturowej

TRENDY	ZNACZENIE DLA CAŁEGO SEKTORA TURYSTYCZNEGO	ZNACZENIE DLA SEKTORA TURYSTYKI KULTUROWEJ
DEMOGRAFIA - gwałtownie zrośnie liczba osób starszych. Seniorzy będą zdrowsi i będą dysponować większymi zasobami finansowymi. Wcześniej zdecydują się skorzystać z emerytury.	<ul style="list-style-type: none"> - wzrost popytu na jakość, wygodę i bezpieczeństwo, - wzrost popytu na łatwy i szybki transport, - wzrost popytu na spokojniejsze obiekty rozrywkowe, - wzrost popytu na produkty dla osób podróżujących pojedynczo, - większy popyt w okresach przed i po sezonowych, - w marketingu należy mniej podkreślać wiek, a bardziej komfort. 	<p style="font-size: 48px;">?</p>
EKONOMIA - średnia liczba osób przypadająca na jedno gospodarstwo domowe będzie malała, w skutek czego ludzie będą dysponować wyższym dochodem i większą siłą nabywczą.	<ul style="list-style-type: none"> - zwiększenie popytu na luksus, - zwiększenie popytu na produkty specjalistyczne nabywane pod wpływem impulsu, - zwiększenie popytu na wyjazdy z miasta i inne krótkie wyjazdy (w tym zagraniczne) w okresach, które wcześniej nie były preferowane, - wyższy poziom zainteresowania imprezami zimowymi (tzw. wyjazdy na narty i „zimowe wakacje w słońcu”). 	

Czynniki zmian w systemie turystycznym – wpływ megatrendów cywilizacyjnych

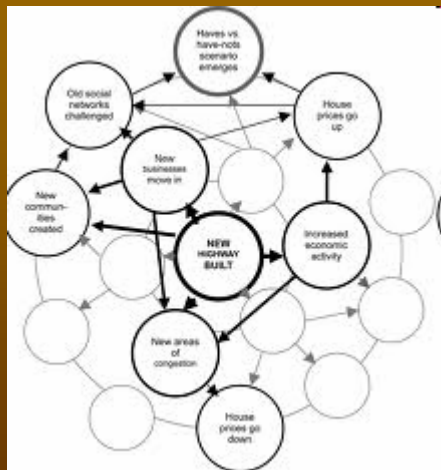
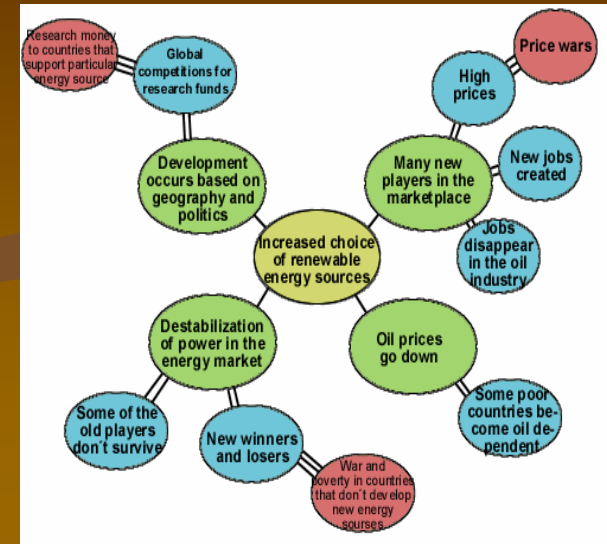
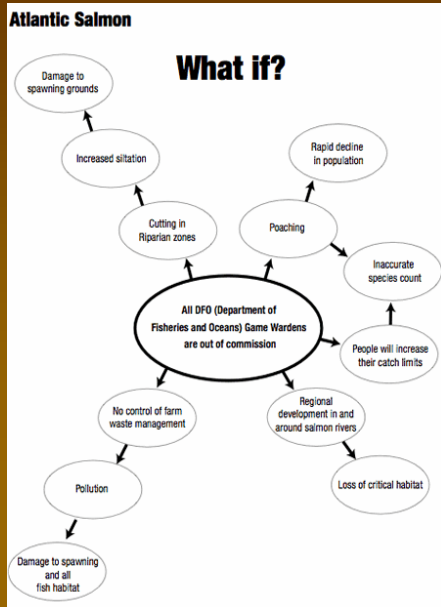


Źródło: Opracowanie własne na podst.: Cooper Ch., Fletcher J., Gilbert D., Wanhill S., Tourism - Principles & Practice, Pitman Publishing, Surrey, 1993, p. 266

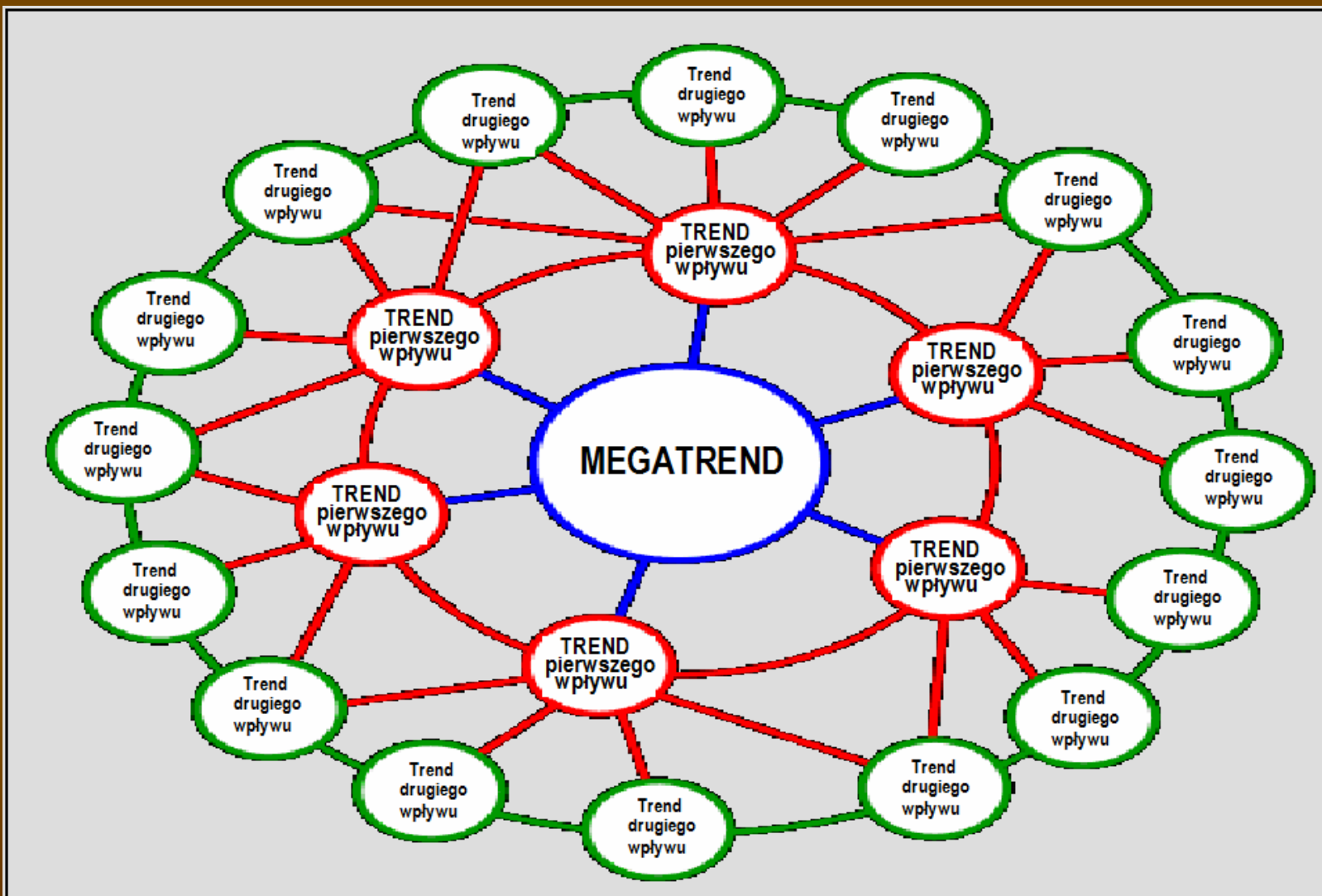


1. Jerome Glenn, „Futurizing Teaching vs Futures Course“, [w:] Social Science Record, Syracuse University, Volume IX, No. 3 Spring 1972.
2. Douglas Snyder, „The Futures Wheel: A Strategic Thinking Exercise,“ The Snyder Family Enterprise, Bethesda, Maryland 1993.

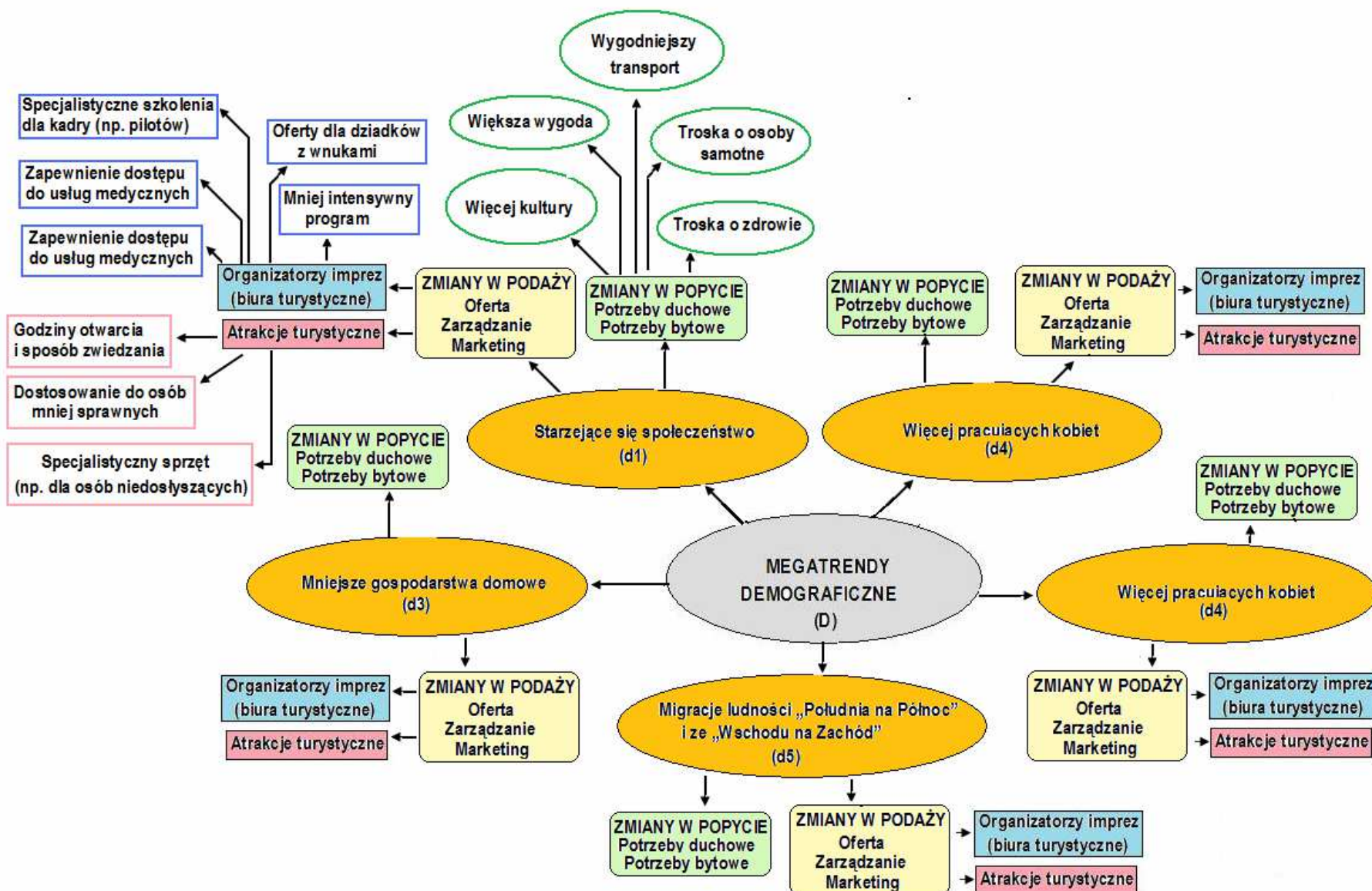
Przykłady grafów w metodzie „Futures Wheel”

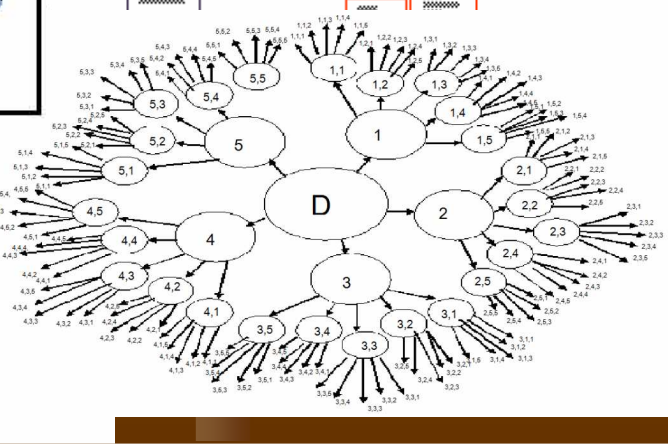
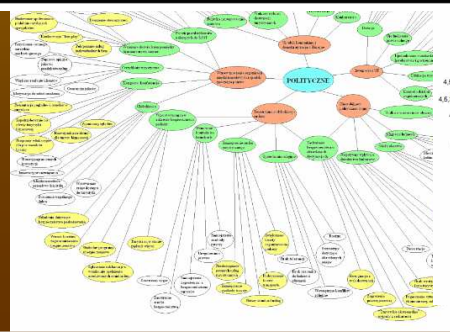
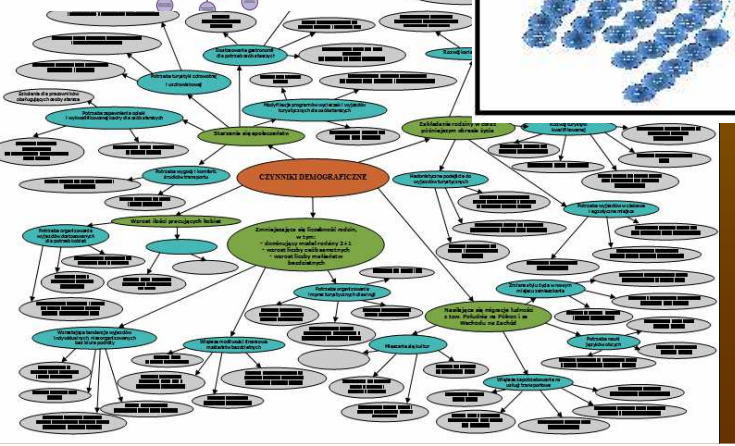
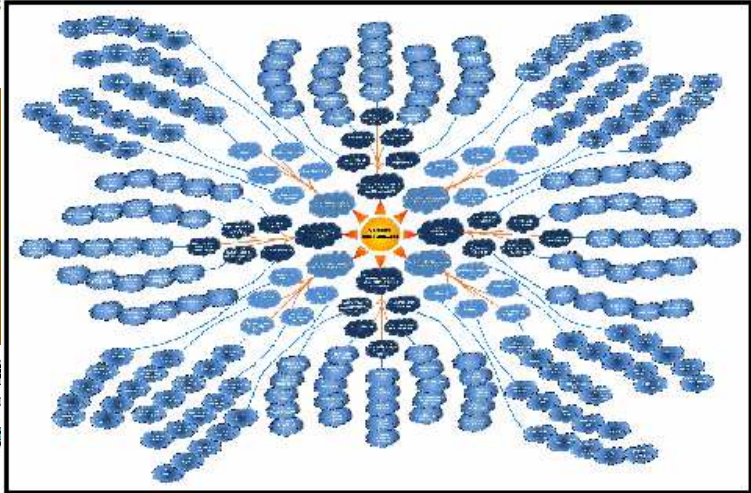
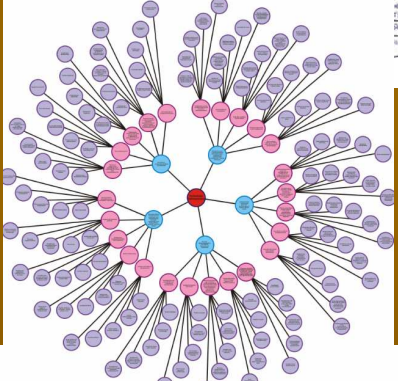
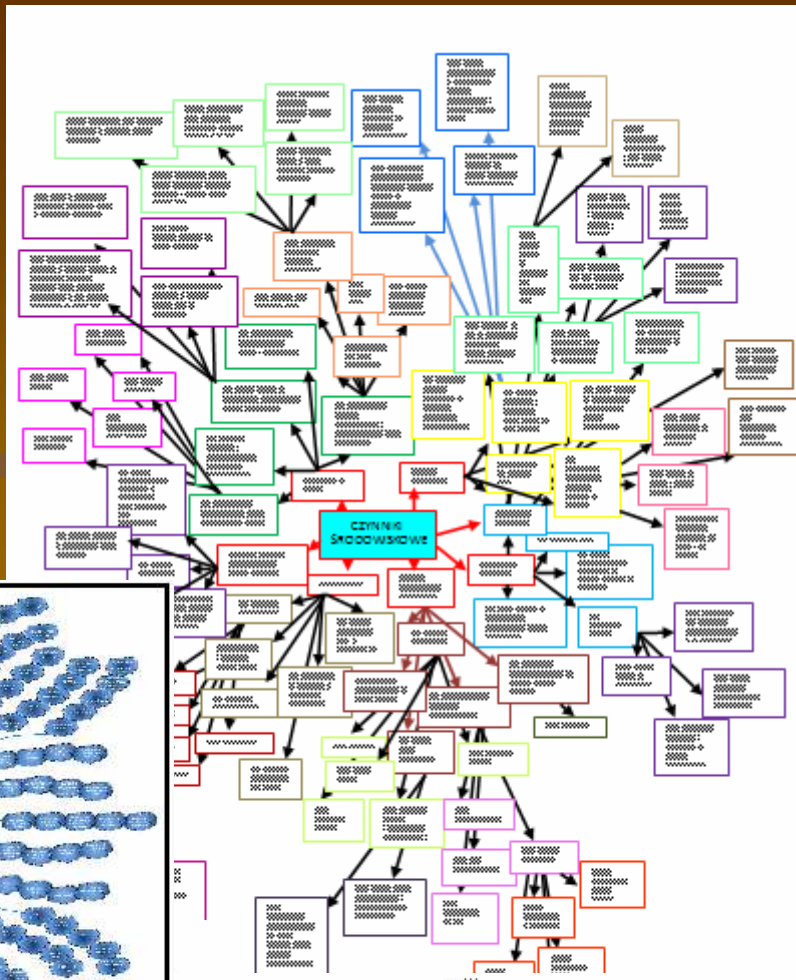
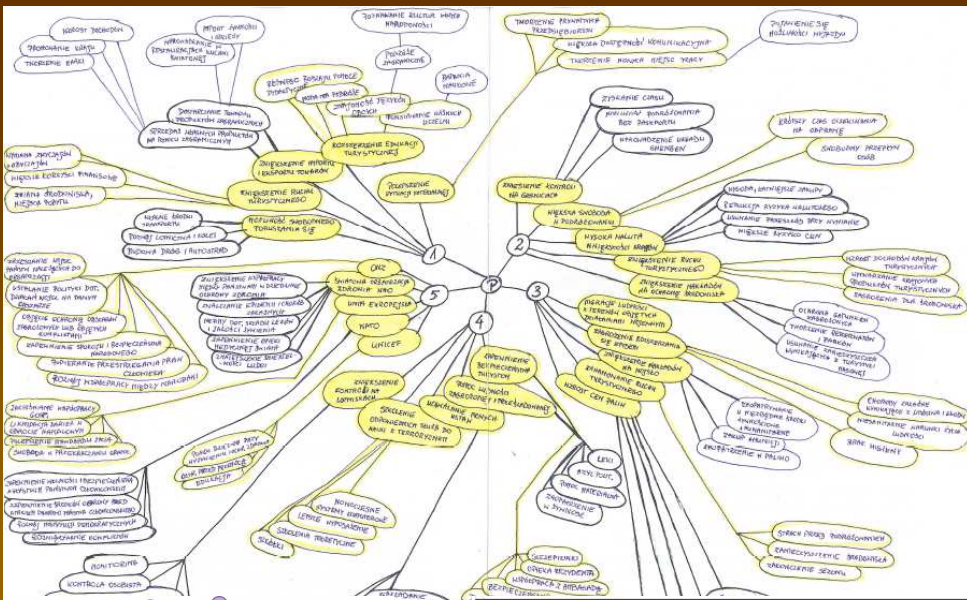


Schemat ilustrujący postępowanie w Sekwencyjnej Analizie Trendów Turystycznych



Przykładowy graf dla trendu „starzejące się społeczeństwo”





Fraktale – jako częsty efekt Sekwencyjnej Analizy Trendów Turystycznych

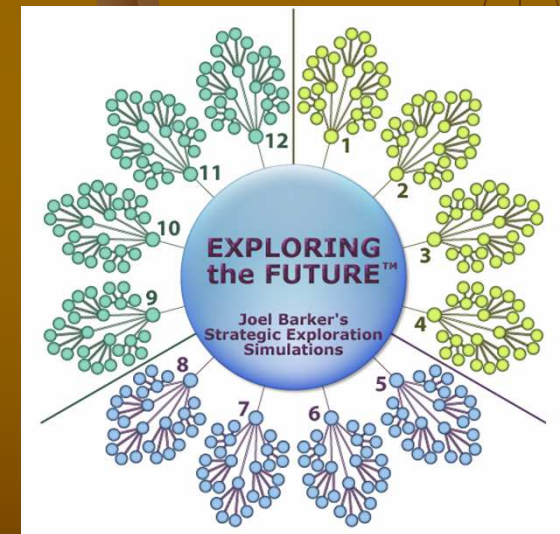
Fraktal (łac. *fractus* – złamany, cząstkowy) w znaczeniu potocznym oznacza zwykle obiekt samo-podobny (tzn. taki, którego części są podobne do całości) albo "nieskończenie subtelny" (ukazujący subtelne detale nawet w wielokrotnym powiększeniu). Dobrym przykładem fraktala jest liść paproci, którego poszczególne elementy bardzo przypominają to, jak wygląda on w całości. Ze względu na olbrzymią różnorodność przykładów, obecnie unika się podawania ścisłej definicji fraktali i proponuje się określać je jako zbiór, który:

- ma nietrywialną strukturę w każdej skali, struktura ta nie daje się łatwo opisać w języku tradycyjnej geometrii euklidesowej,
- jest samo-podobny, jeśli nie w sensie dokładnym, to przybliżonym lub stochastycznym;
- ma względnie prostą definicję rekurencyjną*);
- ma *naturalny* ("poszarpany", "kłębiasty" itp.) wygląd;
- jego tzw. wymiar Hausdorffa jest zawsze większy, niż jego wymiar topologiczny.

Źródło: <http://pl.wikipedia.org/wiki/Fraktal> (15.10.2010).

*) Istotą rekurencji – jako pewnej reguły wnioskowania - jest tożsamość dziedziny i przeciwdziedziny reguły wnioskowania, wskutek czego wynik wnioskowania może podlegać tej samej regule zastosowanej ponownie – przykład każdy ojciec jest starszy od swojego syna; każdy ojciec jest czymś synem itd.).

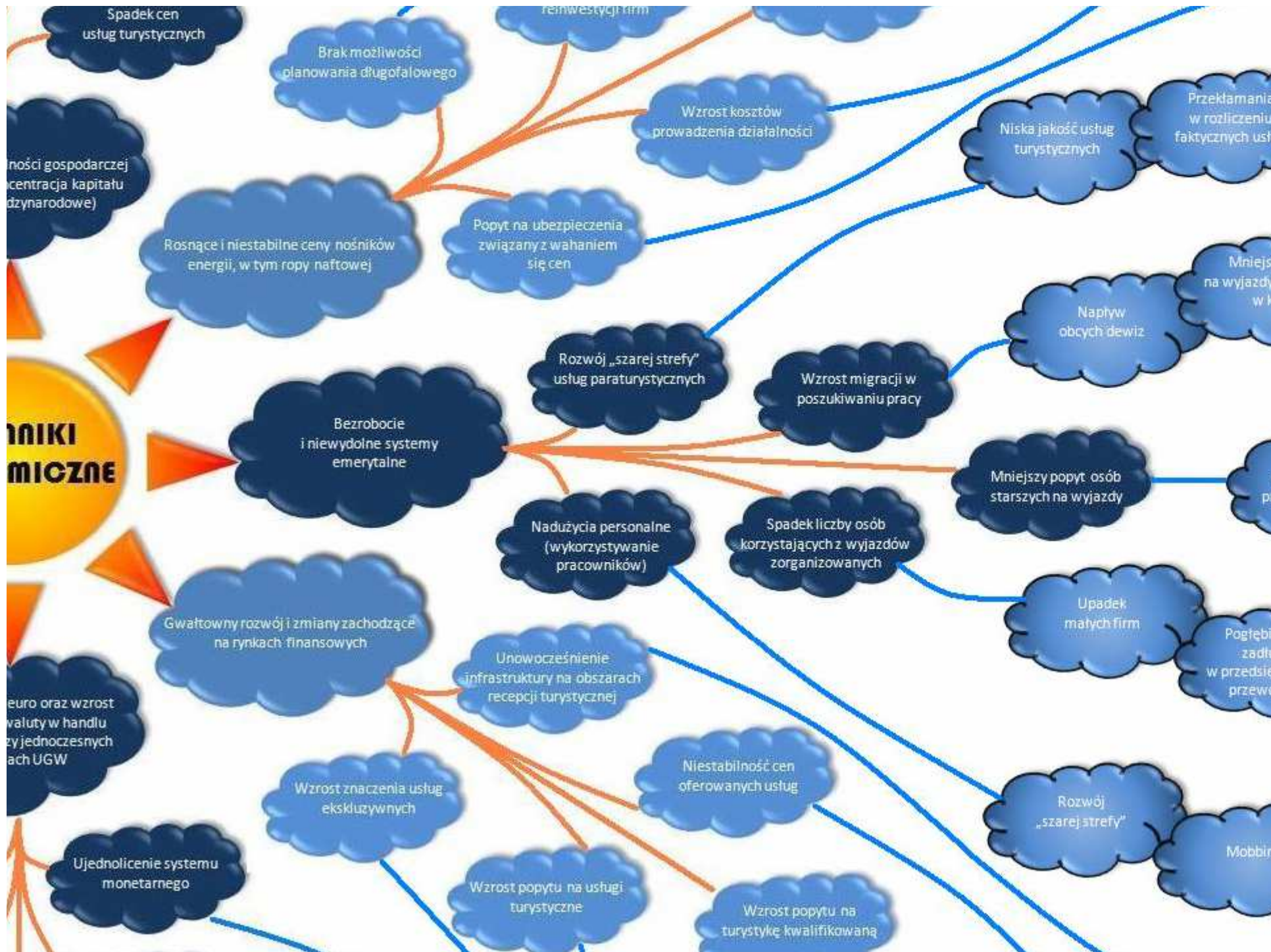
Por. <http://pl.wikipedia.org/wiki/Rekurencja> (15.10.2010).



Źródło:

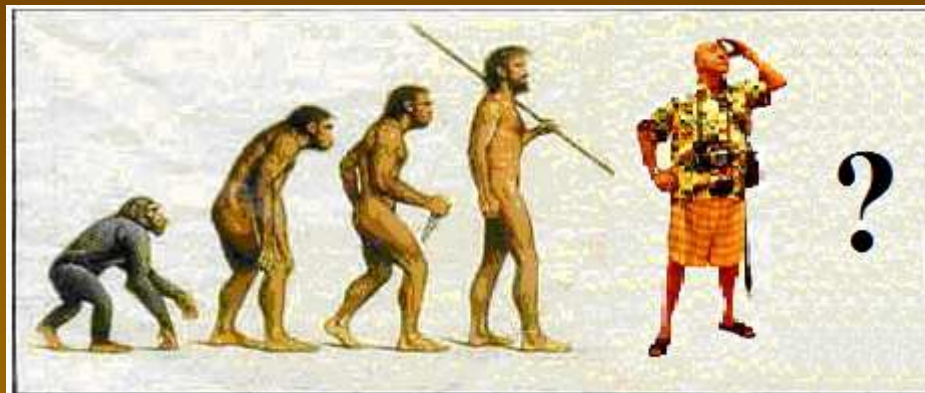
<http://www.exploringthefuture.com/wp-content/uploads/2009/06/etf-logo-1.png>
(15.10.2010)

WYKLIKI RYNKOWE



Typologia Homo Turisticus

(„nietykowa” i tylko z pozoru wyłącznie humorystyczna typologia turystów według W. Alejziaka ☺)



Homo Turisticus – to gatunek ssaka, ostatnio bardzo rozpowszechniony, który można spotkać praktycznie w każdym miejscu na kuli ziemskiej. Wprawdzie potrafi przystosować się do wszystkich warunków, ale w szczególności preferuje tereny ciepłe oraz zlokalizowane blisko zbiorników wodnych oraz niektóre skupiska miejskie, zwłaszcza jeśli występuje w nich coś konsumpcji specyficznego rodzaju, w której się specjalizuje – czyli „konsumpcji wizualnej”. Dlatego też prowadzi zdecydowanie wędrowny tryb życia, przenosząc się z miejsca na miejsce w poszukiwaniu wrażeń, które stanowią jego podstawowe pożywienie. Homo turisticus występuje w dwóch wyraźnie różniących się podgatunkach:

- **homo turisticus vulgaris** – czyli popularny, masowy;
- **homo turisticus scitus** – czyli zręczny, świadomy, wytrawny.



Dziękuję
za uwagę !!!

Wiesław Alejziak:

wieslaw.alejziak@awf.krakow.pl