

Katarzyna Gralak

Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie

Wybrane aspekty rozwoju turystyki *city break* na przykładzie Warszawy

Streszczenie. Artykuł analizuje zjawisko podróży typu *city break*, a w szczególności charakterystyczne dla tej formy podróży cechy oraz czynniki, które wpłynęły na jego rozwój. Głównym miastem krótkich pobytów turystycznych w Polsce oprócz Krakowa jest Warszawa, lecz dynamicznie rośnie znaczenie miast położonych poza stolicą, głównie Gdańsk, Poznań i Wrocław. W pracy przedstawiono czynniki warunkujące rozwój turystyki *city break* oraz elementy potencjału turystycznego Warszawy, umożliwiające rozwój tej formy turystyki w mieście.

Słowa kluczowe: turystyka miejska, *city break*, potencjał turystyczny, Warszawa

Wstęp

W rozwoju współczesnych miast ważne miejsce zajmuje turystyka. Miasta od wieków, głównie ze względu na dostępność komunikacyjną, koncentrację walorów kulturowych oraz wydarzeń kulturalnych i rozrywkowych, były przedmiotem zainteresowania turystów. Nigdy jednak zainteresowanie wyjazdami turystycznymi do miast, czyli turystyką miejską, nie było tak duże jak obecnie. Przyczyny tego zjawiska tkwią nie tylko we wzroście mobilności podróżujących, lecz przede wszystkim w zmianie postrzegania miast, które stały się centrami życia kulturalnego i miejscami wypoczynku, gdzie ludzie mogą dokonywać zakupów lub spędzać czas wolny w tętniącej życiem przestrzeni publicznej. Z punktu widzenia turysty, współczesne miasta mają wiele do zaoferowania, poczynając od zwiedzania obiektów zabytkowych i przyrodniczych, poprzez spacer, spotkania towarzyskie, rozrywkę klubową, zakupy w placówkach handlowych, aż po uczestnictwo w konferencjach i targach. Masowy napływ turystów spowodował, że światowe metropolie (Londyn, Paryż, Nowy Jork, Singapur, Hong Kong) uznaje się za symbol turystyki masowej. W 2014 r. w rankingu 100 najczęściej odwiedzanych miast świata, w pierwszej dziesiątce znalazły się: Hong Kong (28 mln turystów), Londyn (17,4 mln), Singapur (17 mln), Bangkok (16,2 mln), Paryż (14,9 mln), Makau (14,9 mln), Dubai (13,2 mln), Shenzhen (13,1 mln), Nowy Jork (12,3) i Istambuł (11,8 mln). Warszawa zajęła w rankingu 43 miejsce (4,1 mln), a Kraków – 78 miejsce z liczbą 2,5 mln odwiedzających¹.

W Europie turystyka miejska (*city tourism*) stała się motorem rozwoju gospodarczego, zwłaszcza w miastach o dużym potencjale turystycznym. W latach 2005–2010 największy

¹ "Euromonitor International, Euromonitor International's Top 100 City Destinations Ranking 2016"; <http://www.euromonitor.com/travel-and-tourism> [19.07.2016].

wzrost w liczbie udzielonych noclegów odnotowano w Berlinie (o 7,3%) oraz Sztokholmie (o 5,7%). Największej liczby noclegów w 2015 r. udzielono w Londynie (56,9 mln), Paryżu (36 mln), Berlinie (28,7 mln), Rzymie (25,4 mln) oraz Barcelonie (17,9 mln) i Madrycie (16,5 mln)².

Sukces miasta wykorzystującego potencjał turystyczny jest silnie uzależniony od wymagań turysty dotyczących jakości zakwaterowania, wyżywienia, rozrywek itp. Wartości poznawcze stają się czymś oczywistym, oczekiwania zaś kierują się w stronę wartości dodatkowych, tj. emocje, wydarzenia, przygoda, niepowtarzalność, atmosfera miejsca, ludzie. Turystykę kulturową uzupełniają nowe formy turystyki miejskiej, tj. rozrywkowa, gastronomiczna czy też turystyka sportowa³.

Jednym z najważniejszych trendów ostatniej dekady, który charakteryzuje obecnie miejski popyt turystyczny jest stały wzrost podejmowania krótkookresowych podróży do miast, określane powszechnie jako *city break*, co oznacza dosłownie „krótki pobyt w mieście”. Powszechnie używane określenie *city break* to krótka wycieczka do jednego miasta, bez noclegu w innym miejscu w czasie podróży. Większość statystyk dotyczących turystyki, gromadzonych przez miasta, odnosi się do wszelkiego rodzaju wyjazdów turystycznych do miast, niezależnie od długości ich trwania i celu.

Celem pracy jest omówienie czynników rozwoju turystyki typu *city break* oraz analiza elementów potencjału turystycznego Warszawy, wpływających na rozwój tej formy turystyki. W ocenie potencjału miasta uwzględniono cztery zmienne, określające atrakcyjność miasta dla turystów preferujących krótkie pobyty: a) dostępność transportową, b) koszty pobytu, c) atrakcje turystyczne i d) ofertę kulturalno-rozrywkową. W pracy wykorzystano krajową i zagraniczną literaturę przedmiotu, oficjalne strony internetowe organizacji zajmujących się problematyką rozwoju turystyki miejskiej, raporty i analizy.

Istota i cechy *city break*

Wyjazdy typu *city break*, mimo iż obecnie szeroko dyskutowane i nagłaśnianie w mediach, są zjawiskiem nowym i nie do końca precyzyjnie zdefiniowanym. Terminem tym zaczęto się posługiwać w latach 90. XX w. w mediach i branży turystycznej do opisu krótkich (1–3 dni) wyjazdów rekreacyjnych do dużych miast o wysokiej atrakcyjności turystycznej, w celach poznawczych bądź rekreacyjnych (wypoczynkowych). Wyjazdy tego typu, zgodnie z założeniami, mają stanowić uzupełnienie tradycyjnego, wakacyjnego, rodzinnego urlopu nad morzem lub w górach.

Najczęściej używaną ogólną definicją *city break* jest definicja zaproponowana przez J. Trew i N. Cockerell, którzy tym terminem określają krótki, rekreacyjny wyjazd do miasta, bez noclegu w żadnym innym miejscu podczas całej podróży⁴. Definicja ta jest przydatna w tym sensie, że umożliwia rozróżnienie podróży tylko do jednego konkretnego

² R. Berger: European Capital City Tourism. Report – Analysis and findings. Roland Berger Strategy Consultants. Wiedeń 2012, s. 14.

³ A. Kowalczyk: Nowe formy turystyki miejskiej. „Prace i Studia Geograficzne”, tom 35, Warszawa 2005, s. 162–191.

⁴ J. Trew, N. Cockerell: The European Market for UK City Breaks. „Tourism Insights”, Vol. 14, London 2002, s. 86.

miasta, w przeciwieństwie do podróży do miasta, która jest częścią dłuższych wyjazdów, np. wakacyjnych. Głównym motywem tego typu podróży jest odpoczynek i relaks oraz ucieczka od rutyny codziennego życia, a kilkudniowy pobyt w mieście ma te potrzeby zaspokoić. Nie do końca precyzyjnie określono czas pobytu, który, według różnych badań, wynosi od 1 do 6 dni. W literaturze angielskiej wprowadzono dwa określenia wyjazdów tego typu: *city break weekend* (2–3 dni) oraz *city break holiday* (2–6 dni), które różnią się tylko długością pobytu w mieście.

M. Prylińska i P. Ratkowska na podstawie literatury i własnych rozważań podają, że w wąskim znaczeniu *city break* to produkt turystyczny, który można by określić jako weekend w dużym (znanym i posiadającym lotnisko) mieście. Na produkt ten składa się kilka usług turystycznych – w tym nocleg i wyżywienie oraz inne usługi, np. przewodnicka, ciekawa oferta spędzenia wieczoru (event), a także margines czasu wolnego na np. zakupy (czyli pakiet turystyczny proponowany przez hotele, biura podróży lub komponowany indywidualnie). W znaczeniu szerszym – to wszystkie formy turystyki możliwe do zrealizowania w dużym mieście bądź na jego obszarze satelitarnym w krótkim, nieprzekraczającym tygodnia, czasie⁵.

Ze strony popytowej zjawisko jest opisywane poprzez pryzmat kilku charakterystycznych cech, zebranych w pięciu głównych obszarach (ang. 5D), tj.: czas trwania (*duration*), odległość (*distance*), natura wyjazdu (*discretionary nature*), elastyczność czasowa (*date flexibility*), charakterystyka grupy (*destination travel party*)⁶. Pierwszą cechą charakterystyczną wyjazdów *city break* jest *krótki czas trwania wyjazdu*. Jak wynika z badań przeprowadzonych przez Instytut Technologii w Dublinie – są to najczęściej pobyty 2–3-dniowe. Tak krótki czas pobytu wynika z trzech przyczyn. Po pierwsze, *city break* stanowi uzupełnienie głównych wakacji lub urlopu, dlatego wyjazdy te są krótkie, ponieważ realizowane są kilka razy w roku i nie zastępują głównych wakacji. Po drugie, większość osób odwiedzających miasto jest w stanie poznać je w kilka dni. Teza ta sprawdza się szczególnie w odniesieniu do osób, które odwiedzają miasto w celu uczestnictwa w imprezach masowych (np. koncerty, mecze). Trzeci powód związany jest ze współczesnym trendem w turystyce międzynarodowej, a mianowicie upowszechnianiem się krótszych, ale częstszych wyjazdów rekreacyjnych do miast.

Drugą cechą wyróżniającą podróże *city break* jest *odległość*. Miasta-destynacje odwiedzane są głównie przez mieszkańców sąsiednich krajów. Potwierdzają to badania przeprowadzone w Dublinie, które wykazały, że 80% odwiedzających pochodziła z Wielkiej Brytanii⁷. Podobnie jest w wielu innych miastach europejskich. W tym typie turystyki podróżni nie chcą marnować czasu na dojazd i powrót z miejsca docelowego. Decydujące znaczenie dla podróżujących pod presją czasu turystów *city break* ma rozwój tanich i bezpośrednich połączeń lotniczych.

⁵ M. Prylińska, P. Ratkowska: City break – próba wyjaśnienia i zdefiniowania zjawiska w odniesieniu do polskiego rynku usług turystycznych. *Turystyka Kulturowa*, nr 10/2009, www.turystykakulturowa.org [19.07.2016].

⁶ G. Dunne, J. Buckley, S. Flanagan: City Break Motivation: The Case of Dublin a Successful National Capital. *Dublin Institute of Technology, Dublin 2007*, s. 4.

⁷ *Ibidem*, 239.

Natura wyjazdu to kolejna cecha odróżniająca *city break* od innych form turystyki. Dla większości turystów ta opcja wyjazdu nie zastępuje głównej formy wypoczynku w roku. Wiele podróży do miast to krótkie wyprawy, będące uzupełnieniem tradycyjnych długich urlopów wakacyjnych, które opierają się na wypoczynku w górach bądź nad morzem⁸. Wiele osób podejmuje decyzję o wyjeździe w wyniku szczególnych okoliczności, w sposób spontaniczny, w ramach spontanicznej, impulsywnej decyzji.

Charakterystyczną cechą *city break* jest *brak sezonowości*, z czym wiąże się pozytywny wpływ na całoroczne wykorzystanie miasta. Na wyjazd nie ma wpływu ani pora roku, ani pogoda, często odbywają się one „po sezonie”. Termin niektórych wyjazdów jest natomiast uzależniony od wydarzeń, tj. koncerty, rozgrywki sportowe, wystawy, targi.

Oferta *city break* jest szczególnie atrakcyjna dla grupy osób podróżujących wspólnie (znajomych, przyjaciół itp.) lub par, które albo nie posiadają dzieci, albo zostawiły je w domu⁹. Wiele z tych osób wybrało tę formę podróży dlatego, że nie byli uzależnieni od kalendarza szkolnego i w swoich planach mogli być bardziej elastyczni. Dzięki temu byli w stanie zorganizować podróż w trakcie trwania roku szkolnego, gdy oferowane są niższe ceny. Dodatkowo podróżujący bez dzieci potrzebują mniej czasu na zaplanowanie wyjazdu, dlatego często podejmują decyzję szybko i spontanicznie. Kolejnym powodem, dla którego nie zabiera się dzieci, jest chęć ucieczki od problemów związanych z ich wychowywaniem. Dla kontrastu letnie wakacje to idealna szansa na spędzenie z dziećmi więcej czasu niż w roku szkolnym. Trzeci powód wiąże się z odbiorem miast jako miejsc nieodpowiednich dla dzieci. Uważa się, że w mieście nie ma wielu atrakcji dla najmłodszych.

Jeżeli przyjmie się, że wyjazdy typu *city break*, to krótkie wyjazdy do konkretnego miejsca, gdzie turysta spędza co najmniej jedną noc, a mniej niż trzy noce, to z danych ITB World Travel Trends wynika, iż Europejczycy odbywają rocznie 57 mln tego typu podróży, co stanowi to 18% wszystkich podróży realizowanych w celach turystycznych w Europie¹⁰

Czynniki rozwoju *city break*

Globalny fenomen, jakim jest *city break*, jest wynikiem stylu życia zamożnych społeczeństw oraz rozwoju infrastruktury komunikacyjnej. Do czynników, które determinują podjęcie tego typu wyjazdów do miast po stronie potowej należą:

1. Zwiększona liczba dni płatnego urlopu w ciągu roku.
2. Święta i długie oraz przedłużone weekendy, a także łączenie świąt państwowych w długie weekendy, które są idealne dla wyjazdów typu *city break*.
3. Wzrost liczby gospodarstw domowych z podwójnym dochodem (tzw. Dinks – double income, no kids).
4. Zmiana postrzegania podróży (niższa cena, komfort, dostępność różnych opcji transportu).

⁸ S.J. Page: Urban tourism: evaluating tourists' experience of urban places, [w:] C. Ryan (red.), *The Tourist Experience*, Continuum, Londyn 2002, s. 112–136.

⁹ *Ibidem*, 242.

¹⁰ ITB World Travel Trends Report 2016, Berlin 2016.

Z kolei wybór miasta docelowego warunkuje kilka czynników¹¹, tj.:

1. Wygoda dotarcia i przemieszczania się, gdzie została zachowana właściwa relacja między długością pobytu a długością podróży.

2. Koszt pobytu, uwzględniający koszt podróży w obie strony, koszt noclegu i wyżywienia oraz koszty na miejscu (bilety wstępu, komunikacja miejska itd.).

3. Ogólna atrakcyjność miasta, wyobrażenie miejsca docelowego przez podejmujących decyzję oraz pozytywne emocjonalne konotacje wzbudzające motywację do odwiedzenia danego miejsca.

4. Wcześniej zaplanowane wydarzenia o charakterze kulturalnym lub rozrywkowym: koncerty, spektakle, wydarzenia sportowe, wystawy czy imprezy masowe.

Światowa Organizacja Turystyki (UNWTO) prognozuje, że czas spędzany przez turystę w podróży ulegnie wyraźnemu skróceniu, co doskonale pasuje do opisu city break jako krótkich, dostępnych przez cały rok „wypadów” turystycznych do miast. Jednak dwa czynniki rozwoju *city break* mają kluczowe znaczenie i są to niskie koszty transportu lotniczego oraz wykorzystanie Internetu w turystyce.

Transport lotniczy, niezależnie od pokonywanej odległości i stanu dróg, konsekwentnie zastępuje podróże samochodem. Jednym z głównych powodów tych zmian jest wzrost znaczenia *tanich linii lotniczych*. Niskie koszty podróży spowodowały wzrost dostępności transportu lotniczego dla podróżujących, stanowiąc poważną alternatywę dla konkurencyjnych form transportu w międzynarodowym ruchu pasażerskim. Obecność taniego przewoźnika wykorzystali przede wszystkim te miasta, które nie były postrzegane jako destynacje turystyczne, zarówno ze względu na ich geograficzną lokalizację, jak i brak infrastruktury turystycznej. Niski koszt podróży powoduje, że wiele z nich pojawia się na mapie turystycznej Europy jako nowe cele podróży. Na przykład w Wielkiej Brytanii obserwuje się w ostatnich latach stały trend wzrostu liczby pasażerów na lotniskach regionalnych, tj.: Bristol, Liverpool czy Manchester. Podobnie w Polsce wzrasta liczba pasażerów na lotniskach regionalnych, tj. Gdańsk, Wrocław, mimo iż Warszawa nadal utrzymuje pozycję lidera¹². Atrakcyjnie turystycznie ze względu na dostępność drogą powietrzną stają się m.in. Helsinki, Turku, Malmo. W rzeczywistości obecność przewoźnika tanich linii lotniczych często może zagwarantować pojawienie się nowych użytkowników miasta (turystów).

Istotnym czynnikiem przyczyniającym się do rozwoju podróży tego typu jest możliwość szerokiego wykorzystania Internetu w turystyce. Łatwość, z jaką społeczeństwo może uzyskać dostęp do informacji i dokonywać rezerwacji przez Internet znacznie ułatwiła podróże i organizację krótkiego pobytu w mieście. Nieskomplikowany charakter większości pobytów w mieście zmniejsza czynnik ryzyka związany z rezerwacją i organizacją długich wakacji. Wiele pobytów typu city break składa się tylko z dwóch elementów, tj. transport i zakwaterowanie, które można łatwo zarezerwować online.

¹¹ A. Szymkowiak: Portale zakupów grupowych jako narzędzie promocji turystyki miejskiej w formie city break. „STUDIA OECONOMICA POSNANIENSIA”, 2014, vol. 2, no. 3 (264), s. 139.

¹² „Analiza rynku transportu lotniczego w Polsce w 2011 roku”, Urząd Lotnictwa Cywilnego, Warszawa 2012, s. 3.

Ta tendencja będzie się utrzymywać, biorąc pod uwagę zwiększony poziom zaufania do rezerwacji on-line. Przewoźnicy i właściciele obiektów noclegowych szybko wykorzystali elektroniczne kanały dystrybucji. Linie lotnicze Wizzair sprzedają prawie wszystkie swoje miejsca przez Internet, a wielu internetowych pośredników oferuje zakup pakietu lub taniej wycieczki *city break*.

Warszawa jako cel podróży typu city break

Licząca obecnie 1,7 mln mieszkańców Warszawa jest największym pod względem wielkości miastem Polski i pełni funkcję centrum politycznego, gospodarczego i kulturalnego. Lokalizacja w centrum Polski, walory kulturowe i historia to zasoby, które powodują, że miasto wzbudza duże zainteresowanie zarówno wśród turystów krajowych, jak i zagranicznych.

Pod względem liczby turystów Warszawa jest obok Krakowa, najchętniej odwiedzanym miastem w Polsce. Według szacunków Instytutu IPSOS w 2015 roku stolicę odwiedziło 8,4 mln osób, z czego ponad 2,8 mln (33,1%) stanowili turyści zagraniczni. W strukturze przyjazdów dominują wizyty o charakterze biznesowym¹³.

a. Dostępność transportowa

Warszawa posiadająca status miasta stołecznego, położona na przecięciu szlaków komunikacyjnych, jest miastem relatywnie łatwo dostępnym, co czyni ją jedną z atrakcyjnych destynacji turystycznych, zwłaszcza tych weekendowych. Warszawę wyróżnia gęsta sieć połączeń kolejowych oraz drogowych, dobrze rozwinięta komunikacja miejska, którą obsługuje 246 linii autobusowych, 27 linii tramwajowych oraz 2 linie metra, możliwość przewozu busami, taxi, wynajęcia samochodu, przejazdki dorożką lub tramwajem wodnym.

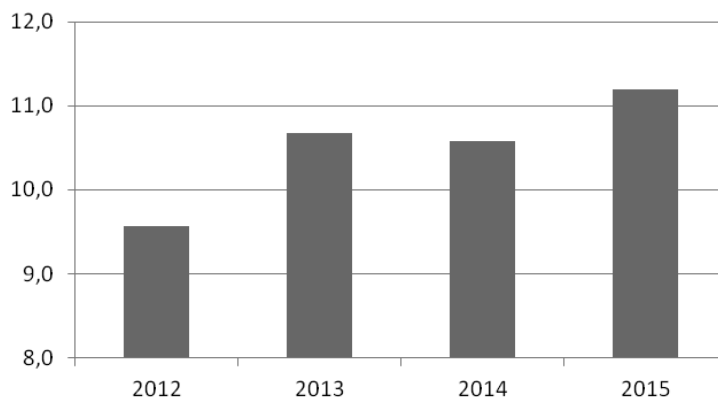
Jednak głównym warunkiem rozwoju turystyki w formie *city break* w większej skali jest posiadanie dobrze rozwiniętej sieci międzynarodowych połączeń lotniczych, szczególnie niskokosztowych¹⁴. Ruch lotniczy w Warszawie obsługują dwa lotniska: Lotnisko Chopina w Warszawie oraz zaprojektowany jako uzupełniający – port lotniczy Warszawa-Modlin, stwarzający warunki dla obsługi ruchu niskokosztowego oraz czarterów.

Lotnisko Chopina zajmuje nieprzerwanie pierwszą pozycję pod względem liczby oferowanych połączeń międzynarodowych oraz obsługiwanych pasażerów (rys. 1). Dzięki przewoźnikom tradycyjnym, miasto ma zapewnione regularne połączenia ze wszystkimi stolicami krajów europejskich oraz z 3 lotniskami w USA, 4 na Bliskim Wschodzie (Emiraty Arabskie, Izrael, Liban, Katar), 3 w Azji Pół-Wschodniej (Japonia, Chiny, Indonezja), 3 w Afryce (Egipt, Maroko), po jednym w Ameryce Łacińskiej (Dominikana), Armenii i Gruzji. Według statystyk prowadzonych przez Urząd Lotnictwa Cywilnego (ULC) z kwietnia 2016 r. Lotnisko Chopina i port lotniczy w Modlinie w 2015 r. obsłużyły łącznie 13,8 mln pasażerów (10 mln – Lotnisko Chopina, 3 mln – Modlin), co stanowi 45,4% krajowego przewozu pasażerów¹⁵.

¹³ „Szacunek wielkości ruchu turystycznego w Warszawie w 2015”, IPSOS, Warszawa 2015, s. 11.

¹⁴ G. Iwanicki, A. Dłużewska: Wybrane aspekty zagranicznej turystyki clubbingowej w Trójmieście. Turystyka Kulturowa, nr 12/2014, s. 41, [www.turystykakulturowa.org.].

¹⁵ „Liczba obsłużonych pasażerów oraz wykonanych operacji w ruchu regularnym i czarterowym w polskich portach lotniczych w latach 2013–2015”, ULC, Warszawa 2016 [19.07.2016].



Rysunek 1. Liczba pasażerów obsługiwanych na regularnych trasach międzynarodowych na Lotnisku Chopina w latach 2012–2015 (w mln)

Źródło: Urząd Lotnictwa Cywilnego.

Warszawa ma też dobrze rozwiniętą sieć połączeń lotniczych obsługiwanych przez tanie linie lotnicze (LCC), głównie przez dwóch przewoźników: Wizz Air na Lotnisku Chopina i Ryanair – na lotnisku Warszawa-Modlin. Lotnisko Modlin posiada tanie połączenia z 35 miastami Europy Zachodniej¹⁶.

Istotnym czynnikiem dla turystów przyjeżdżających indywidualnie są też kwestie dojazdu z lotniska do centrum. Lotnisko Chopina leży w odległości zaledwie 10 km od centrum Warszawy (dzielnica Włochy) i jest dobrze skomunikowane w zakresie transportu samochodowego (20 minut ze śródmieścia samochodem, taksówką lub autobusem komunikacji miejskiej). Bezpośrednio przy Terminalu A zlokalizowana jest stacja kolejowa, która umożliwia podróżnym dojazd z lotniska do centrum miasta (w 25 minut).

b. Koszty pobytu

Drugim czynnikiem, który ma duże znaczenie dla rozwoju przyjazdów typu *city break* są koszty pobytu w miejscu docelowym. Do kosztów, które potencjalny turysta bierze pod uwagę przy wyborze miejsca pobytu należą w szczególności: zakwaterowanie, wyżywienie, uczestnictwo w imprezach, wejścia do odwiedzanych obiektów, przejazdy taksówką, środkami komunikacji zbiorowej. Warszawa należy do najtańszych stolic europejskich, co niewątpliwie stanowi czynnik przyciągający turystów zagranicznych (tab. 1).

Według obliczeń portalu *www.priceoftravel*, średni koszt dziennego pobytu w Warszawie w 2015 r. wyniósł prawie 64 dolary (przy uwzględnieniu 4 zmiennych: zakwaterowanie w hotelu, przejazd taksówką, bilet do muzeum i jeden posiłek w restauracji). Najdroższym miastem w Europie od wielu lat pozostaje Zurych, w którym dzienny budżet turysty nie może być mniejszy niż 206 dolarów.

¹⁶ <http://modlinairport.pl> [19.07.2016]

Tabela 1. Warszawa w rankingu 56 miast europejskich ze względu na koszty pobytu w 2015 r.

Lp.	Miasto	Koszt pobytu /dzień(w USD)	Lp.	Miasto	Koszt pobytu /dzień(w USD)
1	Kijów	36,01	42	Oslo	127,31
2	Bukareszt	42,98	43	Bruksela	128,76
3	Belgrad	43,67	44	Edynburg	129,95
4	Sarajewo	46,16	45	Luxemburg	130,83
5	Saint Petersburg	46,20	46	Helsinki	133,24
6	Sofia	49,30	47	Kopenhaga	123,28
7	Cesky Krumlov	50,64	48	Paryż	134,20
8	Zagrzeb	54,35	49	Reykjavik	136,40
9	Budapeszt	54,76	50	Amsterdam	136,94
10	Kraków	55,06	51	Wenecja	147,11
11	Split	60,01	52	Sztokholm	155,83
12	Bratysława	63,00	53	Bergen	160,30
13	Warszawa	63,90	54	Interlaken	171,36
14	Istambuł	64,90	55	Londyn	177,55
15	Ryga	6,89	56	Zurich	205,86

Źródło: R. Wade: 56 European cities by price. Europe Backpacker Index for 2016, <http://www.price-of-travel.com> [19.07.2016].

c. Atrakcje turystyczne miasta

Atrakcyjność turystyczną każdego miasta tworzą jego zasoby kulturowe oraz przyrodnicze, które wraz z upływem czasu stają się przedmiotem zainteresowania szerszych grup turystów. Warszawa oferuje wiele miejsc, obiektów i atrakcji do dyspozycji turystów. Według danych GUS dziedzictwo materialne miasta tworzy 1300 zabytkowych budynków, 54 muzea (m.in. Muzeum Powstania Warszawskiego, Muzeum Chopina, Muzeum Narodowe), 34 teatry, które budują historyczno-kulturowe oblicze Warszawy¹⁷. Ich uzupełnieniem są: kluby, bary, kawiarnie, restauracje, sklepy, które oferują rozrywkę i wypoczynek.

Szczególne znaczenie dla turystów preferujących krótkie pobyty poznawczo-wypoczynkowe ma historyczne centrum miasta (Stare Miasto), z licznymi klubami, pubami, galeriami, restauracjami, kawiarniami, wpisane w 1997 r. na Listę Światowego Dziedzictwa UNESCO. Istotną atrakcją jest też zabytkowa zieleń parków i ogrodów (Ogród Zoologiczny, Łazienki Królewskie, Wilanów, Ogród Saski). Tereny zieleni miejskiej zajmują prawie 25% obszaru miasta, co wyróżnia Warszawę wśród metropolii europejskich. Uzupełnieniem naturalnych parków i ogrodów są też cenione przez turystów inne założenia, wśród których warto wymienić nowoczesny ogród na dachu Biblioteki Uniwersytetu Warszawskiego oraz park Poła Mokotowskie.

¹⁷ „Miasta wojewódzkie. Podstawowe dane statystyczne, Główny Urząd Statystyczny”, nr 17, Warszawa 2009, s. 35.

Przedmiotem zainteresowania turystów są też obiekty sportowe, tj. Stadion Narodowy oraz nowoczesne miejsca i obiekty związane z kulturą, nauką i sztuką, tj. Muzeum Chopina czy też Centrum Nauki Kopernika. Istotne znaczenie mają również przestrzenie zakupowe, w tym ponad 20 galerii handlowych (największe – Złote Tarasy, Arkadia, Galeria Mokotów), liczne sklepy, w tym sklepy polskich projektantów, sklepy najdroższych światowych marek (Burberry, Emporio Armani, Marc Cain, Furla), a także dwa luksusowe centra handlowe: Dom Mody Vitkac i Mysia 3.

Największą atrakcją turystyczną Warszawy, o czym świadczy liczba odwiedzających, jest Stare Miasto (12 mln turystów w 2013 r.). Pozostałe obiekty, wzbudzające największe zainteresowanie, to: Pałac w Wilanowie, Łazienki Królewskie, Ogród Zoologiczny, Zamek Królewski oraz Muzeum Powstania Warszawskiego, Muzeum Wojska Polskiego, Muzeum Narodowe, Muzeum Historii Żydów Polskich, Muzeum Sztuki Nowoczesnej (por. tab. 2).

Tabela 2. Atrakcje turystyczne Warszawy wg liczby odwiedzających w 2013 r.

Miejsce	Atrakcja turystyczna	Liczba (tys.)
1	Stare Miasto	12 200 000
2	Pałac Wilanów	2 698 768
3	Zespół Pałacowo-Parkowy Łazienki Królewskie	2 100 000
4	Miejski Ogród Zoologiczny	713,804
5	Zamek Królewski	594 649
6	Muzeum Powstania Warszawskiego	500 160
7	Muzeum Wojska Polskiego	372 898
8	Muzeum Narodowe	271,576
9	Muzeum Historii Żydów Polskich	348 140
10	Muzeum Sztuki Nowoczesnej	133 714

Źródło: Kurek W., Frekwencja w atrakcjach turystycznych w 2014 r., Wyd. POT, Warszawa 2014, 85–86.

Turystom odwiedzającym Warszawę znane są najczęściej dzielnice staromiejskie i główne szlaki, tj. Trakt Królewski oraz okolice atrakcji turystycznych, położonych poza centrum miasta i najczęściej uczęszczanymi trasami, tj. Wilanów¹⁸.

d. Oferta kulturalno-rozrywkowa

Z raportu o polskich metropoliach¹⁹ wynika, iż Warszawa jest miastem o bardzo wysokim potencjale kulturalnym, a także edukacyjnym i społecznym (tab. 3 i 4). W obszarze tzw. kultury wysokiej miasto wyróżnia się największą liczbą organizowanych festiwali teatralnych, muzyki poważnej i największych w Polsce koncertów.

¹⁸ J. Piotrowski: Atrakcyjność turystyczna małych ojczyzn Warszawy, 2014, www.almamer.pl [19.07.2016].

¹⁹ Na podstawie: „Raport o polskich metropoliach 2015”, www.pwc.pl [19.07.2016].

Tabela 3. Najważniejsze cykliczne wydarzenia kulturalne, rozrywkowe i sportowe w Warszawie

Wydarzenia kulturalno-rozrywkowe	Wydarzenia sportowe
Festiwal Filmowy 'Wiosna Filmów'	Maraton Warszawski
Warszawskie Spotkania Teatralne	Impreza biegowa „Biegnij Warszawo”
Festiwal Filmowy „Planete Doc Review	European Judo Open
Noc Muzeów	Turniej Bokserski im. Feliksa Stamma
Parada Szumana	Zawody międzynarodowe Warsaw Cup
Koncerty Chopinowskie	Międzynarodowy Turniej Kokoro Cup 9
Wianki	
Warsaw Summer Jazz Days	
Warszawa Singera	
Międzynarodowe Bienalle Plakatu	
International Jazz Festival Jazz Jamboree	
Orange Festival	

Źródło: Opracowanie na podstawie danych Biura Stołecznego Turystyki.

W sferze organizacji różnego rodzaju imprez, zwłaszcza o charakterze kulturalnym, rozrywkowym oraz sportowym, kluczową rolę dogrywają trzy główne instytucje: Ministerstwo Kultury i Dziedzictwa Narodowego, Urząd Miasta Stołecznego Warszawy, Stołeczna Estrada oraz dzielnicowe Ośrodki Kultury.

Tabela 4. Infrastruktura w obszarze kultury i rozrywki

Obiekty	Liczba	Kluczowe obiekty
Kina	26	Sieć Cinema City – IMAX, Sieć Multikino, Iluzjon, Atlantic, Luna
Teatry	45	Teatr 6. Piętro, Teatr Baj – teatr dla dzieci, Och-Teatr, Teatr Muzyczny Roma, Teatr Narodowy, Teatr Dramatyczny
Sal koncertowe	11	Filharmonia Narodowa, Teatr Wielki – Opera Narodowa
Kawiarnioksięgarnie i klubokawiarnie	54	Cafe Kulturalna, MiTo.Art.Cafe.Books, 4 Pokoje
Kluby	64	Hard Rock Cafe, Palladium, Remont, Stodoła
Shot bary	17	Pijalnia wódki i piwa, Zamieszanie cocktail bar
Puby	49	Bierhalle
Kluby bilardowe	12	ArenA, Golden Wheat
Kręgielnie	7	Kręgielnia Saska, Bowl-Pub
Centra rozrywki	15	Blue City, Horror House – Interaktywne Muzeum Strachu

Źródło: Opracowanie na podstawie danych Biura Stołecznego Turystyki.

Wizerunek miasta kształtuje jednak w większym stopniu dostęp turystów krajowych i zagranicznych oraz mieszkańców do kultury życia codziennego na którą składa się: oferowany wybór restauracji, hoteli, liczba kin, możliwości relaksu w parkach i udział w popularnych imprezach masowych. Warszawa wyróżnia się na tle innych przede wszystkim

ofertą gastronomiczną, którą charakteryzuje duża liczba obiektów gastronomicznych (restauracji) oraz wysoka jakość usług²⁰.

Warszawska Organizacja Turystyczna (WOT) w 2015 r., wzorem innych miast europejskich, zainicjowała kampanię „Warsaw City Break – Przyjedź do Warszawy latem”. Kampania w 2015 r. była prowadzona na rynku brytyjskim i szwedzkim, przede wszystkim poprzez działania w Internecie. Na potrzeby kampanii stworzona została strona internetowa, (www.warsawcitybreak.com), w całości w języku angielskim. Zamieszczono na niej informacje na temat aktualnych wydarzeń w Warszawie, sieci hoteli oraz atrakcji turystycznych.

Podsumowanie

W Europie, krótkie wyjazdy do miast, niezależnie od celu (wypoczynek, rozrywka, odwiedziny znajomych lub krewnych itp.), stały się najszybciej rozwijającym się segmentem turystyki, który przyczynił się do popularyzacji i rozwoju kilku mniej znanych miast Europy (np. Ryga, Tallin). Nic dziwnego zatem, że rynek *city break* ma dużą wartość ekonomiczną, co coraz częściej potwierdzają władze lokalne i lokalne organizacje turystyczne. Jednak nasza wiedza o tym ważnym segmencie rynku pozostaje względnie niska. W rzeczywistości, jednym z głównych problemów w badaniu rynku *city break* jest brak danych statystycznych. Każde miasto rozwija turystykę, ale stosunkowo niewiele z nich ma konkretne informacje na temat jej charakteru (popytu i podaży).

Warszawa jest miastem, które dostrzegło możliwości promowania oferty turystycznej wśród turystów, zainteresowanych krótkim, trwającym od 1 do 3 dni, pobytem. Przejawem tego zainteresowania jest kampania Warszawskiej Organizacji Turystycznej oraz próba wyeksponowania potencjału turystycznego miasta, uwzględniająca potrzeby turystów preferujących krótkie pobyty. Miasto ma kilka atutów, które predestynują jego obszar do eksploracji: jest dobrze skomunikowane, oferuje zróżnicowaną ofertę spędzania wolnego czasu (kulturalno-rozrywkową) i posiada status stolicy kraju.

Literatura

- „Analiza rynku transportu lotniczego w Polsce w 2011 roku”, Urząd Lotnictwa Cywilnego, Warszawa 2012.
- Berger R.: European Capital City Tourism. Report – Analysis and findings, Roland Berger Strategy Consultants, Wiedeń 2012.
- Dunne G., Buckley J., Flanagan S.: City Break Motivation: The Case of Dublin a Successful National Capital., Dublin Institute of Technology, Dublin 2007.
- Dunne G.: Motivation and Decision Making in City Break, Dublin Institute of Technology, Dublin 2009.
- “Euromonitor International, Euromonitor International’s Top 100 City Destinations Ranking 2016”; <http://www.euromonitor.com/travel-and-tourism>.
- Iwanicki G., Dłużewska A.: Wybrane aspekty zagranicznej turystyki clubbingowej w Trójmieście, Turystyka Kulturowa, nr 12/2014.
- Miasta wojewódzkie. Podstawowe dane statystyczne, Główny Urząd Statystyczny, nr 17, Warszawa 2009.

²⁰ Ibidem.

- Kowalczyk A.: Nowe formy turystyki miejskiej, „Prace i Studia Geograficzne”, tom 35, Warszawa 2005.
- Kurek W.: Frekwencja w atrakcjach turystycznych w 2014 r., Wyd. POT, Warszawa 2014.
- Page S.J.: Urban tourism: evaluating tourists' experience of urban places, [w:] C. Ryan (red.) The Tourist Experience, Continuum, Londyn 2002.
- Piotrowski J.: Atrakcyjność turystyczna małych ojczyzn Warszawy, 2014; www.almamer.pl.
- Prylińska M., Ratkowska P.: City break – próba wyjaśnienia i zdefiniowania zjawiska w odniesieniu do polskiego rynku usług turystycznych, „Turystyka Kulturowa”, www.turystykakulturowa.org nr 10/2009.
- Raport o polskich metropoliach 2015 (www.pwc.pl).
- „Szacunek wielkości ruchu turystycznego w Warszawie w 2015”, IPSOS, Warszawa 2015.
- Szymkowiak A.: Portale zakupów grupowych jako narzędzie promocji turystyki miejskiej w formie city break, STUDIA OECONOMICA POSNANIENSIA, 2014, vol. 2, no. 3 (264).
- Trew J., Cockerell N.: The European Market for UK City Breaks, “Tourism Insights” Vol. 14, London 2002.
- Wade R.: 56 European cities by price: Europe Backpacker Index for 2016, <http://www.priceoftravel.com> (19.07.2016).

Selected aspects of city break travel on Warsaw example

Summary. The article study the phenomenon of city break travel, in particular characteristic of this form of travel features and the factors that influenced its development. The main city break travel place in Poland, besides Kraków, is Warsaw, but the growing importance of cities located outside the capital, especially Gdansk, Poznan and Wrocław. The paper presents the factors influencing the development of tourism city break and elements of the tourism potential of Warsaw, enabling the development of this form of tourism in the city.

Key worlds: city tourism, city break, tourism potential, Warsaw