

Karina HERMANN*, Agnieszka JONKIS*

LOGISTYCZNE WSPARCIE ORGANIZACJI WYPOCZYNKU MŁODZIEŻY SZKOLNEJ MIASTA GLIWICE

Streszczenie

W artykule podjęto próbę zidentyfikowania problemów natury logistycznej w obszarze organizacji wypoczynku młodzieży szkolnej miasta Gliwice. Autorki omówiły istotę wypoczynku z punktu widzenia turystyki, jego rolę w życiu młodych ludzi a także ukazały kryteria wyboru zachowań turystycznych, umożliwiających jego realizację. W artykule zamieszczono wyniki badań przeprowadzonych wśród młodzieży szkolnej miasta Gliwice na temat ich preferencji turystycznych, sposobów realizacji podróży oraz oczekiwań w obszarze wypoczynku. Ponadto zidentyfikowano potencjalne bariery natury logistycznej w tym obszarze. Autorki zaproponowały przykładowe możliwości rozwojowe logistyki w obszarze organizacji wypoczynku młodzieży szkolnej ze szczególnym uwzględnieniem konieczności kształcenia wyspecjalizowanej kadry logistycznej na rzecz obsługi turystycznej w celu zaspokojenia nieustannie rosnących potrzeb wspomnianej grupy turystów.

Słowa kluczowe: turystyka, wypoczynek, logistyka, logistyka w turystyce, sektor turystyczny.

1. WPROWADZENIE

Turystyka postrzegana jest współcześnie jako społeczno – ekonomiczny fenomen XX wieku. Międzynarodowi eksperci wskazują, iż turystyka będzie stanowiła jedną z najefektywniej rozwijających się dziedzin światowej gospodarki. Polska, podobnie jak inne kraje, upatruje w ewolucji gospodarki turystycznej szanse dalszego rozwoju, podkreślając znaczenie turystyki w strategii swojego rozwoju.

Turystyka to sposób pokonywania przestrzeni, ruch czy konsumpcja przestrzeni kulturowej człowieka, tak więc traktuje się ją, jako jedną z form rekreacji, stanowiącą ogół zjawisk i procesów, wynikających z przemieszczania głównie w celu wypoczynku, który odgrywa niezwykle istotną rolę w życiu każdego człowieka. Turystykę charakteryzuje przede wszystkim więź z przestrzenią, której pokonywanie stanowi potencjalną przeszkodę w zaspakajaniu potrzeb turystycznych ludzi. Przestrzeń będąca trójwymiarowym obszarem, może być jednorodna, nieograniczona bądź nieskończona. Można ją adaptować, przyswajając a także kształtować. Poznawanie przestrzeni turystycznej wpływa zarówno na sferę behawioralną, a więc na zachowania ludzi oraz na sferę semiotyczną to znaczy na znaczenia dla podmiotu postrzegającego. Przestrzeń, którą postrzegają podróżujący przechodzi nie tylko przez filtr kulturowy i osobowościowy jednostek społecznych, ale także przez filtr zmysłowy, który nie jest doskonały. Dużo większe znaczenie mają jednak czynniki psychologiczne, kulturowe społeczne i ekonomiczne mające wpływ na postrzeganie przestrzeni turystycznej. Potrzeby związane z turystyką ulegają nieustannym przeobrażeniom. Można wyróżnić szereg warunków, które umożliwiają jej realizację [3]:

- powód (wypoczynek, poratowanie zdrowia),
- kondycja fizyczna (wiek, sprawność ruchowa),
- stan socjalny (zamożność, bezrobocie),
- wykształcenie i charakter wykonywanej pracy (intelektualna, fizyczna),
- charakter socjodemograficzny (indywidualna, grupowa),

* Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach, Wydział Zarządzania, Katedra Logistyki Ekonomicznej

- środek realizacji (pieszo, rowerem, środkami komunikacji indywidualnej lub zbiorowej),
- czas trwania (kilka dni, miesiąc, okres wakacyjny),
- zasięg (w środowisku zamieszkania, większe oddalenie),
- częstotliwość (cyklicznie, sporadycznie),
- forma (wędrowanie, wypoczynek osiadły),
- trwałość więzi z miejscem (drugi dom, pobyt u krewnych, ogródek działkowy),
- standard komfortu (namiot, dom wypoczynkowy, hotel).

Globalizacja światowej gospodarki turystycznej a także nieustanny wzrost zapotrzebowania na usługi turystyczne skłaniają ku stosowaniu rozwiązań o charakterze logistycznym w tym obszarze. Logistyka stanowi nie lada wyzwanie dla operatywności systemu rekreacji i rozwoju kultury turystycznej.

2. LOGISTYKA JAKO INDUKTOR ROZWOJU GOSPODARKI TURYSTYCZNEJ

Implikacja logistyki w obszarze turystyki oznacza zastosowanie pewnych działań i rozwiązań logistycznych, które mogłyby przyczynić się do zminimalizowania czasu oczekiwania na realizację świadczonych usług turystycznych, efektywnego zarządzania potencjałem usługowym a przede wszystkim do zaspokojenia potrzeb turystycznych wszystkich potencjalnych podróżnych. W sektorze usług turystycznych logistyka postrzegana jest jako strategiczne i operacyjne zarządzanie funkcjami zaopatrzenia, przechowywania i transportowania w przedsiębiorstwach turystycznych, mającym na celu udostępnienie klientom usług oczekiwanej jakości, we właściwym czasie i miejscu, przy minimalnych kosztach realizacji tych funkcji [2]. Ponadto wykorzystanie strategii logistyki może prowadzić do wzmocnienia przewagi konkurencyjnej na rynku turystycznym, polepszenia jakości świadczonych usług oraz zadowolenia klientów.

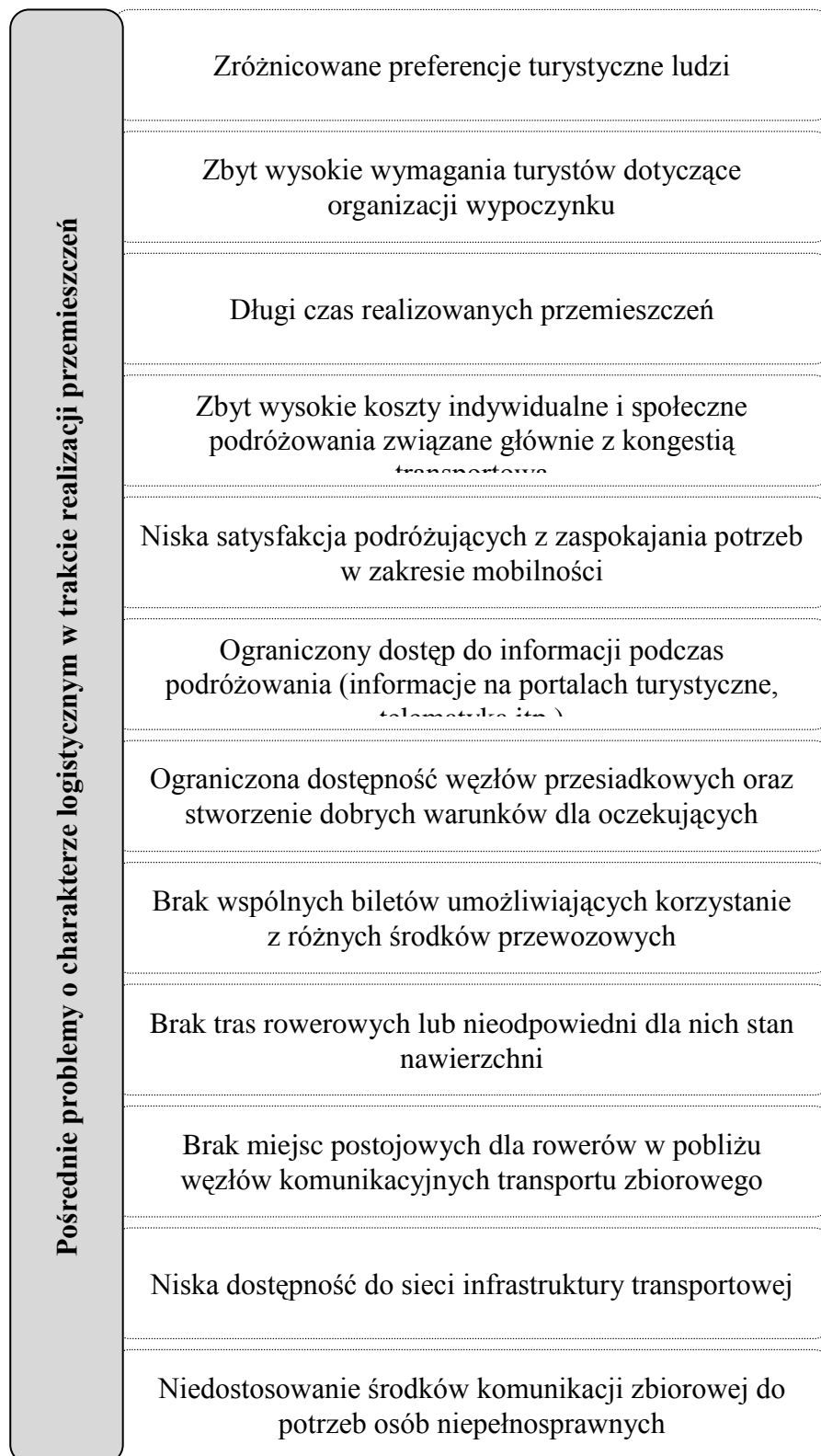
Głównym zadaniem logistyki w obszarze turystyki jest koordynowanie we wszystkich fazach, procesów materialnych i niematerialnych koniecznych do wykonania usługi w sposób precyzyjny, efektywny pod względem kosztów oraz zgodny z oczekiwaniami i życzeniami klientów. Zatem, zarządzanie logistyczne usługami turystycznymi obejmuje planowanie i realizację usługi z uwzględnieniem analizy potrzeb, możliwości i sposobów świadczenia usług, w całym łańcuchu logistycznym przedsiębiorstwa turystycznego. Należy również podkreślić, iż formułowanie strategii, ustalanie celów oraz sposobów działania przedsiębiorstwa turystycznego powinno przede wszystkim uwzględniać maksymalne zaspokojenie potrzeb klientów, szczególnie w sferze jakości usług.

W obszarze turystyki mamy do czynienia z licznymi problemami o charakterze logistycznym związanymi zarówno z działalnością przedsiębiorstw turystycznych jak i innych, od niej niezależnych. Do grupy pierwszej możemy zaliczyć między innymi [4]:

- wybór strategicznych dostawców materiałów niezbędnych do prawidłowego świadczenia usług turystycznych (żywność, paliwa, odpowiednie wyposażenie pomieszczeń, itd.),
- decyzję o własnej lub zewnętrznej obsłudze transportowej procesów logistycznych,
- rozwój własnej sieci dystrybucji lub skorzystanie z sieci innych przedsiębiorstw (systemy rezerwacji miejsc, sprzedaż biletów lotniczych),
- właściwa obsługa logistyczna klientów,
- kształtowanie struktury podmiotowej sprzedaży usług turystycznych.

Wymienione powyżej problemy mają charakter strategiczny, wieloletni, zatem podejmowanie odpowiednich decyzji logistycznych w tych obszarach warunkuje prawidłowe funkcjonowanie przedsiębiorstw turystycznych. Druga grupa potencjalnych problemów o

charakterze logistycznym, które nie wynikają bezpośrednio z działalności przedsiębiorstw turystycznych została przedstawiona na poniższym schemacie.



Schemat 1. Przykładowe problemy o charakterze logistycznym występujące podczas przemieszczania
Źródło: opracowanie własne

3. ANALIZA PREFERENCJI TURYSTYCZNYCH MŁODZIEŻY SZKOLNEJ MIASTA GLIWICE

W październiku 2011 roku na terenie miasta Gliwice zostało przeprowadzone badanie na temat preferencji turystycznych wśród młodzieży szkolnej. W badaniu wzięło udział 79 osób w przedziale wiekowym od 16 do 20 lat. Próba badawcza składała się z czterech klas szkoły średniej. Zastosowano jedną z najczęściej stosowanych metod ilościowych badań rynku – metodę ankietową. Respondenci otrzymali skrupulatnie ułożone kwestionariusze ankiet składające się z 17 pytań dotyczących ich preferencji turystycznych. Ankieta została przeprowadzona anonimowo. Czas poświęcony na wypełnienie ankiety zajmował od 8 do 10 minut. Kwestionariusz ankiety zawierał pytania jednokrotnego wyboru oraz informacje uzupełniające (metryczka).

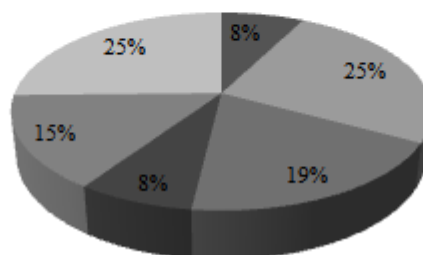
Dzięki przeprowadzonemu badaniu została określona częstotliwość realizowania przemieszczeń związanych z ich wypoczynkiem. 56% badanych zadeklarowało iż wyjeżdża 2 razy w roku, 20% 1 raz w roku, 18% respondentów podróżuje częściej niż 2 razy w roku, a 5% rzadziej niż 1 raz w roku (jeden respondent nie realizuje przemieszczeń związanych z wypoczynkiem). Można, zatem stwierdzić, że znaczna większość badanych podróżuje cyklicznie, w tym co najmniej 2 razy w roku, co potwierdza występowanie znacznego popytu na usługi turystyczne wśród młodzieży szkolnej. Badano również długość pobytu respondentów miejscu wypoczynku – niespełna 60% ankietowanych odpowiedziało, że spędza tam więcej niż 5 dni, 16% spędza od 3 do 5 dni, natomiast pozostali mniej niż 3 dni. Na podstawie przeprowadzonych badań można stwierdzić, iż młodzież preferuje podróże dłuższe, co nasuwa wniosek, że są, bądź też powinny być to wyjazdy zorganizowane.

Kolejne zagadnienie poruszone w ankiecie, dotyczyło sposobu pozyskiwania informacji na temat ofert turystycznych oraz o możliwościach podróżowania. Prawie połowa badanych najczęściej korzysta z Internetu, szukając niezbędnych informacji na portalach turystycznych, 29% respondentów opiera się na zdaniu i opinii rodziny lub znajomych. Zaledwie 16% młodzieży odwiedza w tym celu biura podróży, a pozostałe osoby – zaledwie kilka procent pozyskuje te informacje z telewizji oraz innych źródeł (gazeta, radio).

Respondenci byli również poproszeni o wskazanie informacji najbardziej przydatnych podczas wyboru oferty turystycznej (rysunek 1). Najbardziej pożądanymi okazały się zarówno informacje dotyczące organizacji atrakcji turystycznych w miejscu wypoczynku jak i ograniczania kosztów związanych z podróżą (25%) oraz hoteli o wysokim standardzie w atrakcyjnej cenie (15%). Informacje, które miały mniejszą liczbę zwolenników dotyczyły ograniczenia kosztów podróży, połączeń komunikacyjnych w miejscu wypoczynku czy możliwości wynajęcia samochodu.

Które z informacji uważa Pan/Pani za najistotniejsze na portalach turystycznych?

- Cena i miejsce zakupu biletów
- Ograniczenie kosztów związanych z podróżą
- Połączenia komunikacyjne w miejscu wypoczynku
- Tanie wynajęcie samochodu w miejscu wypoczynku
- Wybór hoteli w atrakcyjnej cenie
- Atrakcje turystyczne



Rys. 1. Przydatne informacje podczas wyboru oferty turystycznej

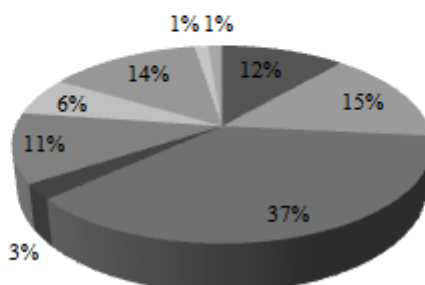
Źródło: opracowanie własne

Przy wyborze miejsca jako celu podróży ankietowani kierują się w znacznym stopniu ceną (39%), aczkolwiek bardzo duże znaczenie mają też warunki klimatyczne (24%) oraz rekomendacja znajomych (19%). Obecność ciekawych miejsc w danej miejscowości oraz zachęcający opis w Internecie dotyczący danego miejsca zostały wskazane jako ważne przy wyborze przez 10% respondentów. 8% ankietowanych stwierdziło, że ich wybór jest zupełnie przypadkowy. Z kolei wybór konkretnej oferty turystycznej jest uzależniony od czynników przedstawionych na rysunku 2.

Decyzję odnośnie wyjazdu 54% badanych podejmuje na 3 do 6 miesięcy przed planowaną podróżą. 34% planuje wyjazd z miesięcznym wyprzedzeniem, 8% czeka na oferty „last minute”, a zaledwie 4% ankietowanych podejmuje pierwsze kroki w tym kierunku na rok przed. Młodzież szkolna podróżuje przede wszystkim w okresie wakacji letnich (lipiec – 46%, sierpień – 29%) oraz ferii zimowych i świąt (grudzień – 5%, styczeń – 4%, luty – 4%), a na miejsce swojego odpoczynku najczęściej wybiera tereny nadmorskie – ponad 50%, tereny górskie 27% badanych, natomiast pojezierza oraz inne miejsca – 21%.

Które z wymienionych czynników wpływają na Pana/Pani wybór oferty turystycznej?

- Bogata oferta
- Wysoka jakość
- Cena
- Reklama
- Obsługa klienta
- Lokalizacja/Dostępność
- Opinia rodziny/znajomych
- Profesjonalna strona WWW
- Możliwość rezerwacji przez Internet



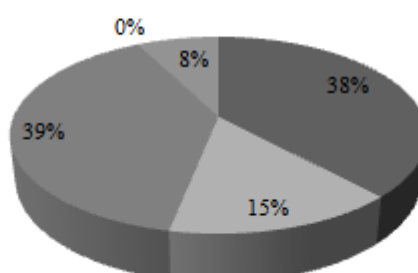
Rys. 2. Czynniki warunkujące wybór miejsca wypoczynku

Źródło: opracowanie własne

Badając preferencje turystyczne młodzieży szkolnej, zweryfikowano również jakimi środkami transportu realizują przemieszczenia związane z wypoczynkiem. Najchętniej wybieranym środkiem transportu w podróży jest samochód (38%), 24% respondentów podróżuje pociągiem, 22% autokarem, a 16% wybiera samolot. Wybór środka transportu jest oczywiście uzależniony od odległości jaką musimy przebyć do miejsca docelowego oraz związanych z tym kosztów. Natomiast jeśli chodzi o sposób przemieszczania się w miejscu wypoczynku, to większość preferuje wycieczki piesze (39%) lub podróż samochodem (38%) (rysunek 3).

W jaki sposób najczęściej Pan/Pani porusza się w miejscu wypoczynku?

- Samochód
- Rower
- Pieszo
- Skuter
- Autokar



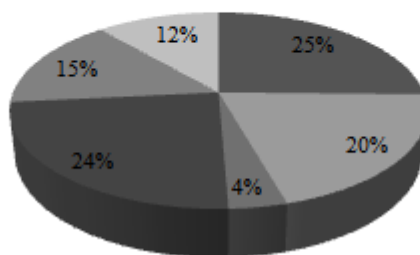
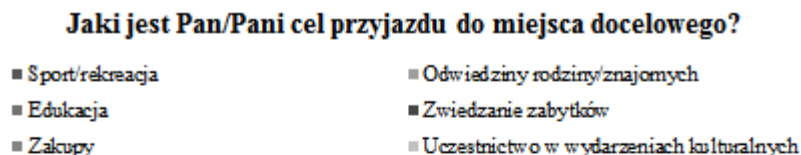
Rys. 3. Preferowane środki transportu wykorzystywane w miejscu wypoczynku

Źródło: opracowanie własne

Pomimo, wydawałoby się, bardzo bogatych ofert biur podróży i przedsiębiorstw turystycznych większość badanych stwierdziła, że preferują organizację podróży we własnym zakresie (35%), albo z rodziną lub znajomymi (24%). 15% badanych twierdzi, że korzysta z ofert biur podróży, podobnie 16% bierze udział w wyjazdach organizowanych przez kluby sportowe, a tylko 4% wskazało, iż korzysta z organizacji wycieczek przez oświatę, szkołę.

Struktura podróży turystycznych ze względu na cel pobytu wskazuje zdecydowanie na atrakcyjność przyrodniczą oraz możliwość aktywnego wypoczynku, gdyż aż 25%

respondentów wskazała jako główny cel przyjazdu sport i rekreację oraz zwiedzanie zabytków (24%). 20% młodzieży wybiera się w podróż, aby odwiedzić znajomych/rodzinę, 15% na zakupy, 12% jest zainteresowanych uczestnictwem w wydarzeniach kulturalnych, a zaledwie 4% w celach edukacyjnych (rysunek 4).



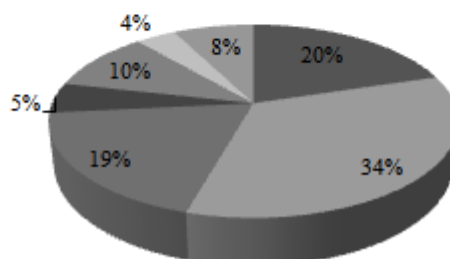
Rys. 4. Cele realizowanych podróży

Źródło: opracowanie własne

Przeprowadzone wśród gliwickiej młodzieży badanie miało na celu nie tylko analizę ich preferencji turystycznych, ale umożliwiło również wykazanie problemów o charakterze logistycznym, z jakimi zetknęli się oni podczas podróżowania. Prawie 1/3 badanych wykazała, iż problemem natury logistycznej, który najczęściej pojawiał się wśród młodzieży szkolnej, były wysokie koszty indywidualne i społeczne podróżowania związane z kongestią transportową. Kolejnymi problemami co do częstotliwości ich występowania okazały się długi czas realizowanych przemieszczeń oraz niska satysfakcja podróżujących z zaspokajania potrzeb w zakresie mobilności. Młodzież zwróciła również uwagę na problem braku tras rowerowych, a także nieodpowiedni stan ich nawierzchni oraz ograniczoną dostępność węzłów przesiadkowych wraz z ich odpowiednim wyposażeniem. Badanie wykazało również, że niewielu badanych zwróciło uwagę na problem niedostosowania środków komunikacji zbiorowej do osób niepełnosprawnych. Istotna też jest tendencja wzrostowa populacji odnośnie niepełnosprawności (w tym również wśród młodzieży), należy, zatem podejmować działania w celu ułatwienia im podróżowania, zarówno w celach zarobkowych jak i wypoczynkowych (rysunek 5).

Z jakimi problemami o charakterze logistycznym zetknął się Pan/Pani w trakcie podróżowania?

- Długi czas podróżowania
- Wysokie koszty indywidualne i społeczne podróżowania związane przede wszystkim z kongestią transportową
- Niska satysfakcja podróżujących z zaspokajania potrzeb w zakresie mobilności
- Brak wspólnych biletów umożliwiających korzystanie z różnych środków przewozowych
- Brak tras rowerowych lub ich nieodpowiedni stan nawierzchni
- Niedostosowanie środków komunikacji zbiorowej do osób niepełnosprawnych,
- Ograniczona dostępność węzłów przesiadkowych oraz ich wyposażenie w urządzenia stwarzające dobre warunki dla osób oczekujących na przejazd



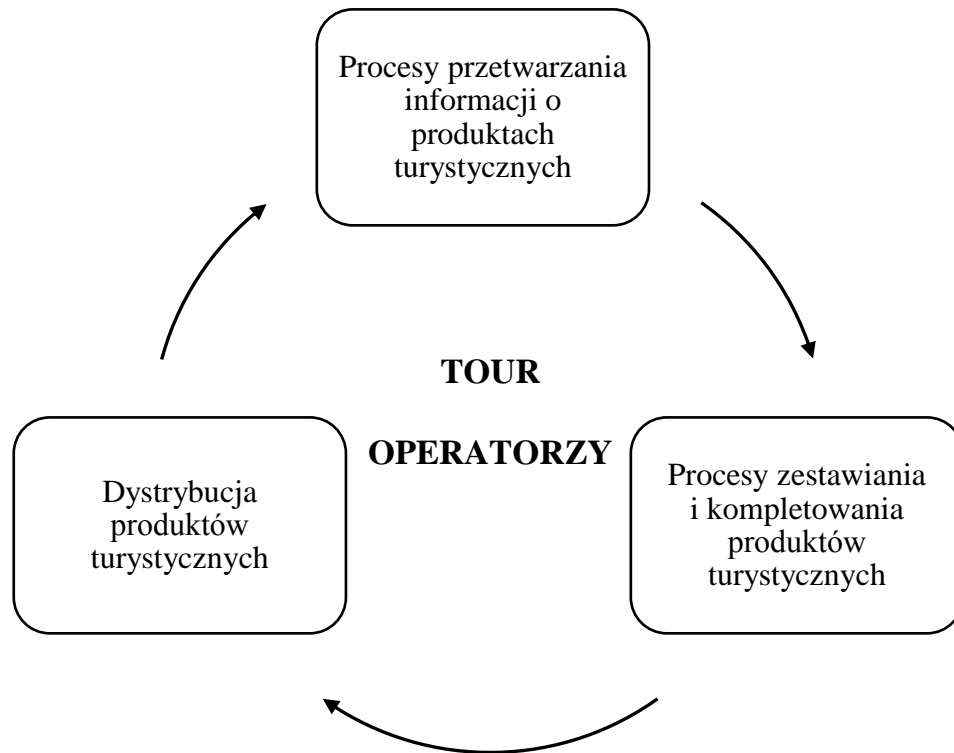
Rys. 5. Problemy natury logistycznej w trakcie realizowania przemieszczeń

Źródło: opracowanie własne

4. PROPOZYCJA MOŻLIWOŚCI ROZWOJOWYCH LOGISTYKI W OBSZARZE ORGANIZACJI WYPOCZYNKU MŁODZIEŻY SZKOLNEJ

Podstawą skutecznego wdrażania logistyki w obszarze turystyki jest wykształcenie specjalistycznych kadr logistycznych, zarówno na poziomie średnim jak i wyższym. Współczesny menedżer logistyki powinien posiadać niezbędną wiedzę oraz praktyczne umiejętności z zakresu analizy systemowej, teorii podejmowania decyzji, badań operacyjnych, organizacji i zarządzania, informatyki oraz lokalizacji i kontrolingu. Taki zakres wiedzy i umiejętności w zakresie logistyki gwarantuje tylko kształcenie specjalistyczne w szkołach w szkołach średnich i wyższych, a zatem warto je rozpocząć w formie wyodrębnionych specjalizacji lub specjalności, a także stworzenia nowego kierunku kształcenia logistyka [1]. Studia na kierunku Turystyka i Rekreacja – o specjalności Logistyka i transport w gospodarce turystycznej – oferują umożliwiając zdobycie gruntownej wiedzy z zakresu zabezpieczenia (wsparcia) funkcjonowania wszelkich organizacji związanych z hotelarstwem i turystyką. W trakcie studiów student poznaje wszystkie aspekty zabezpieczenia logistycznego w tego typu organizacjach, a także problematykę transportu osobowego, krajowego i międzynarodowego, w tym m.in. regulacje na poziomie ONZ i Unii Europejskiej i krajowe, systemy komunikacyjne i logistyczne innych krajów oraz najnowsze trendy w rozwoju branży w Europie i na świecie. Absolwent tych studiów pozyskuje kompetencje do pracy na stanowiskach logistycznych oraz zarządczych w zawodach związanych z zabezpieczeniem działalności w gospodarce turystycznej i hotelarskiej. Student zdobywa również wiedzę teoretyczną i praktyczną z zakresu zabezpieczenia logistycznego w ruchu turystycznym lądowym, powietrznym i morskim np. funkcjonowania portów lotniczych, morskich, jak również podmiotów współpracujących stanowiących ich bliższe czy dalsze otoczenie [7].

Kolejną propozycją możliwości rozwojowych logistyki we wspomnianym obszarze jest tworzenie się firm touroperatorskich. Firmy te oferują swoim klientom pakiety produktów turystycznych kładąc szczególny nacisk na ich aspekt jakościowy. Należy zwrócić uwagę, iż rosnąca konkurencja pomiędzy tego typu firmami wymusza stosowanie coraz bardziej specyficznych i specjalistycznych rozwiązań w obszarze dystrybucji produktów turystycznych, co może przyczynić się do redukcji kosztów, a także umożliwić dostępność wysokiej klasy produktów turystycznych zgodnie z zasadą 7W, a więc w odpowiednim czasie, miejscu, jakości, ilości, cenie itd. Podstawowe założenia funkcjonowania touroperatorów przedstawione zostały na poniższym rysunku.



Rys. 5. Podstawowe założenia funkcjonowania touroperatorów

Źródło: opracowanie własne na podstawie [5].

Według opublikowanego raportu Touroperatorzy 2011 przygotowanego przez branżowe pismo „Wiadomości Turystyczne” do największych touroperatorów w Polsce można zaliczyć Itakę, która jest największym polskim biurem podróży z ubiegłorocznymi obrotami na poziomie 900 mln zł. Na drugim miejscu znalazła się Triada (507 mln zł przychodów), a za nią TUI Poland (322 mln zł) [6].

5. PODSUMOWANIE

Zwiększenie popytu na usługi turystyczne, wzrost wymagań klientów – turystów, zmiana ich preferencji, a także wysoka konkurencyjność na rynku wiąże się z koniecznością podejmowania w tym obszarze działań o charakterze logistycznym. Można zatem stwierdzić, że gospodarka turystyczna ma szerokie możliwości praktycznego wykorzystania logistyki w rozwiązywaniu bieżących i przyszłościowych problemów. Należy podkreślić, iż niezbędne

wydaje się w tym celu kształcenie wyspecjalizowanej kadry logistycznej oraz prawidłowe funkcjonowanie firm touroperatorских.

Wykorzystanie strategii logistyki w tym obszarze może prowadzić zarówno do wzmocnienia przewagi konkurencyjnej, polepszenia jakości świadczonych usług oraz do wzrostu zadowolenia klientów.

LITERATURA

- [1] Bosiacki S. : *Logistyka w turystyce – moda czy konieczność?*, Logistyka 4/2003 (na podstawie).
- [2] Rapacz A.: *Przedsiębiorstwo turystyczne*, Difin, Warszawa 2007.
- [3] Rzeczyński B.: *Logistyka w przestrzeni turystycznej*, Logistyka 4/2003 (na podstawie).
- [4] Skowronek Cz., Sariusz-Wolski Z.: *Logistyka w przedsiębiorstwie*, PWE, 2008.
- [5] Wartecki A.: „*Logistyka w turystyce – teoria i praktyka*”, Zeszyty Naukowe Wielkopolskiej Wyższej Szkoły Turystyki i Zarządzania w Poznaniu, Zeszyt 3/ 2009.
- [6] <http://www.rp.pl/artykul/677491.html> (10-11-2011)
- [7] http://www.wsg.byd.pl/id_283,Logistyka-i-transport-w-gospodarce-turystycznej.html (10-11-2011)

LOGISTICS SUPPORT IN ORGANIZING LEISURE OF SCHOOL YOUTH LIVING IN GLIWICE

Abstract

The article attempts to identify logistical problems of school youth leisure living in Gliwice. Authors discuss the essence of leisure in tourism area, its role in life of young people and also show selection criteria of tourism behaviors, enabling its realization. In the article there were shown the results of research carried out among school youth in Gliwice about their tourism preferences, the ways of travelling and expectations in the leisure area. In addition, there were also identified the potential logistical barriers in this area. Authors suggested the examples of developmental possibilities of logistics in the area of school youth leisure with the special consideration of the need of training specialized logistics staff in this area in order to meet the ever growing needs of that group of tourists.

Keywords: tourism, leisure, logistics, logistics in tourism, tourism area.