

MICHAŁ ŻEMŁA

Uniwersytet Pedagogiczny w Krakowie, Polska
Pedagogical University of Krakow, Poland

ANGELIKA BOŁOZ

Uniwersytet Pedagogiczny w Krakowie, Polska
Pedagogical University of Krakow, Poland

Motywy i zachowania osób wybierających jazdę na nartach przy sztucznym oświetleniu przez nabywców krajowych

Motives and behavior of visitors choosing to ski with artificial lighting

Streszczenie: Temat roli oświetlenia tras jako ważnego komponentu produktu ośrodków narciarskich nie był do tej pory poruszany na szerszą skalę w badaniach naukowych w Polsce i na świecie. Dotychczasowa wiedza pozwala jednak wskazać na szczególną popularność tej oferty wśród gości polskich ośrodków. W badaniach podjęto próbę analizy przyczyn, dla których mieszkańcy Polski wybierają taką ofertę, a także tego, w jaki sposób korzystanie z niej jest wkomponowane w ich wyjazdy turystyczne. W tym celu przeprowadzono ponad 200 ankiet z osobami deklarującymi korzystanie z oferty wieczornej jazdy. Wyniki badań wskazują na atrakcyjniejsze ceny oraz mniejszy tłok na stoku i w kolejce do wyciągu jako na główne motywy wyboru tej oferty. Spośród zaproponowanych sześciu form uczestnictwa w wyjeździe turystycznym, podczas którego uprawia się jazdę po oświetlonych trasach, respondenci nieco częściej wybierali wyjazdy dłuższe, czyli weekendowe lub urlopowe, jednak także wyjazdy krótsze, a więc jednodniowe i kilkugodzinne, miały znaczną liczbę zwolenników, zwłaszcza wśród osób mieszkających stosunkowo niedaleko ośrodków narciarskich. Pośród respondentów widoczne są dwie grupy: osoby korzystające bardzo rzadko z oświetlonych tras w jakiegokolwiek formie, a także osoby cechujące się bardzo dużą aktywnością i deklarujące częste uczestnictwo we wszystkich proponowanych formach wyjazdów. Ta druga grupa niewątpliwie jest podstawą frekwencji na oświetlonych trasach i szczegółowe poznanie cech i preferencji jej członków stanowi ważny kierunek przyszłych badań.

Abstract: The topic of artificially lighted ski slopes analysed as an important part of the ski resorts' product has not been so far presented neither in Polish nor international literature. Contemporary knowledge allows for the recognition of special popularity of this offer among citizens of Poland. The research attempts to analyse the reasons why Polish residents choose such an offer and how the use of this offer is integrated into their trips. Over 200 questionnaires were carried out via the Internet with people declaring that they would use the evening rides offer. The research results indicate more attractive prices and a smaller crowd on the slopes and queues for the lifts as the main reasons for choosing this offer. Among the proposed six forms of participation in a tourist trip, during which riding on illuminated routes is practiced, longer trips were chosen by the respondents slightly more often, but also shorter, one-day and several-hour long trips had a significant number of supporters, especially among people living relatively close to a ski resort. Among the respondents, there is a group of people who very rarely use illuminated routes in any form, and another group of people who are very active and declare frequent participation in all proposed forms of trips. This group is undoubtedly the basis for attendance on illuminated routes, and a detailed understanding of the characteristics and preferences of its members is an important direction for future research.

Słowa kluczowe: motywy uczestnictwa w wyjazdach narciarskich; polskie ośrodki narciarskie; oświetlenie tras narciarskich; sporty zimowe

Keywords: motives for participating in ski trips; Polish ski resorts; illumination of ski runs; winter sports

Otrzymano: 5 grudnia 2021

Received: 5 December 2021

Zaakceptowano: 13 lipca 2022

Accepted: 13 July 2022

Sugerowana cytacja / Suggested citation:

Żemła, M., Bołoz, A., (2022). Motywy i zachowania osób wybierających jazdę na nartach przy sztucznym oświetleniu przez nabywców krajowych. *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego*, 36(3), 109–121. doi: <https://doi.org/10.24917/20801653.363.8>

WSTĘP

Sporty zimowe obejmujące narciarstwo zjazdowe i snowboarding (a także szereg innych aktywności, takich jak narciarstwo biegowe, ski-touring, łyżwiarstwo, saneczkarstwo, które jednak generują znacznie mniejszy ruch turystyczny, wymagają innych elementów infrastruktury i znajdują się poza obszarem analiz niniejszego opracowania) stanowią bardzo ważny element ruchu turystycznego i często decydują o atrakcyjności turystycznej poszczególnych destynacji położonych na obszarach górskich. Pomimo licznych problemów związanych z rozwojem infrastruktury sportów zimowych identyfikowanych od wielu lat, takich jak wpływ budowy i funkcjonowania tej infrastruktury na środowisko przyrodnicze i konflikty z ochroną przyrody (Krzesiwo, 2015; Krტიčka i in., 2018; Żemła, 2021), wpływ zmian klimatycznych (Scott i in., 2003; Scott i in., 2006; Hendrikx i in., 2013; Rutty i in., 2017) czy zmiany w popycie (Żemła, 2004; Mika i in., 2007; Dorocki i in., 2014; Steiger i in., 2020), sporty zimowe wciąż przeżywają okres intensywnego rozwoju, zarówno w skali Europy oraz świata, jak i w Polsce. Biorąc pod uwagę istotne zapóźnienie związane z okresem gospodarki centralnie planowanej oraz czasem transformacji systemowej, infrastruktura sportów zimowych w Polsce na przełomie wieków pozostawała w stanie istotnie odbiegającym od standardów krajów alpejskich (Żemła, 2004; Mika i in., 2007). Jako lepiej rozwinięte postrzegane były też oferty czeska i słowacka (Żemła, 2005; Nowacki 2017). Niemniej dwie pierwsze, a zwłaszcza druga dekada XXI w. stanowią okres niespotykanej wcześniej intensywności inwestycji w infrastrukturę sportów zimowych w Polsce (Krzesiwo, 2014; Krzesiwo i in., 2018). Doprowadziło to nie tylko do wzrostu liczby ośrodków narciarskich, lecz przede wszystkim do skokowego podniesienia jakości tej infrastruktury w ośrodkach już istniejących i nowo tworzonych. Liczba kolei linowych w tym czasie uległa zwielokrotnieniu, standardem stało się naśnieżanie, ratrakowanie i sztuczne oświetlenie tras. Pozwoliło to polskim ośrodkom narciarskim sprostać rosnącym wymaganiom krajowych narciarzy i snowboardzistów, którzy jeszcze na początku wieku wskazywali, że głównym powodem uprawiania sportów zimowych w Polsce są przyzwyczajenie, czas i łatwość dojazdu oraz cena (Żemła, 2004, 2005).

Współcześnie polskie ośrodki narciarskie zmuszone są do konkurowania na wolnym rynku turystycznym zarówno ze sobą, jak i z ośrodkami z innych państw. W tej sytuacji rodzi się pytanie o źródła ewentualnej przewagi konkurencyjnej ośrodków krajowych, gdy najważniejsi konkurenci – kraje alpejskie, Czechy i Słowacja, a także kraje skandynawskie, Hiszpania i Andora – dysponują znacznie korzystniejszymi warunkami naturalnymi. Jednym z elementów, który wyróżnia polskie ośrodki narciarskie na tle większości

innych państw, jest bardzo szeroka oferta jazdy wieczornej (Żemła, Biłos, 2020). Liczba oświetlonych stoków, długość tras czy nawet godziny otwarcia sprawiają, że oferta polskich, zwłaszcza karpaccich, ośrodków narciarskich jest w zasadzie niepowtarzalna. Praktyka pokazuje też, że oferta ta spotyka się z życzliwym przyjęciem krajowych klientów, którzy chętnie z niej korzystają. Zatem celem niniejszego opracowania jest wskazanie najważniejszych motywów, którymi kierują się krajowi goście ośrodków narciarskich, decydujący się na uprawianie sportów zimowych przy sztucznym oświetleniu stoków. Aby zrealizować tak postawiony cel, dokonano ankietyzacji polskich narciarzy i snowboardzistów, którzy deklaruwali doświadczenie połączone korzystaniem z oferty wieczornej. W sezonie zimowym 2020/2021 zebrano 204 odpowiedzi za pośrednictwem internetu.

PROBLEMATYKA OŚWIETLENIA TRAS W OŚRODKACH NARCIARSKICH

Początek XXI w. był okresem szczególnie widocznych zmian w podejściu do funkcjonowania ośrodków narciarskich w Polsce. O ile lata dziewięćdziesiąte XX w. były czasem transformacji statusu własnościowego i początków modernizacji większości ośrodków narciarskich, o tyle od początku nowego wieku podmioty gospodarcze zarządzające tymi ośrodkami, działając w warunkach wolnorynkowych, zmuszone są do prowadzenia aktywnych działań rozwojowych i marketingowych w celu przyciągnięcia ruchu turystycznego. Powstające nowe kompleksy urządzeń dla narciarstwa w Polsce stały się poważną konkurencją dla ośrodków tradycyjnych, wymuszając na nich także silne zaangażowanie inwestycyjne. Największą zaletą nowo powstających ośrodków było ich nowoczesne wyposażenie, np. wygodne wyciągi krzeselkowe, oświetlone trasy, snow parki dla snowboardzistów (Mika i in., 2007). W takich warunkach uzyskanie przewagi konkurencyjnej przez ośrodek narciarski jest możliwe przede wszystkim dzięki oferowaniu usług wyższej jakości lub ewentualnie tańszych niż konkurencja (Nowacki, 2013).

Obok jakości przygotowania tras i pewności śniegu elementem zasadniczo budującym pozycję konkurencyjną krajowych ośrodków narciarskich stała się infrastruktura narciarska i jej poziom rozwoju w poszczególnych ośrodkach. Kluczowy element ośrodków sportów zimowych stanowią koleje linowe i wyciągi narciarskie. Drugim tak samo ważnym elementem infrastruktury narciarskiej są właściwie przygotowane stoki zjazdowe (Pawlikowska-Piechotka, 2009). Urządzenia ratrakujące pomagają odpowiednio przygotować trasy poprzez wyprofilowanie i wyrównanie nawierzchni. Coraz częściej w ośrodkach wprowadzane są popołudniowe przerwy techniczne na tzw. ratrakowanie stoków. Zazwyczaj trwają one dwie godziny i mają na celu przygotowanie trasy narciarskiej do jazdy wieczornej, coraz popularniejszej wśród narciarzy. Sztuczne naśnieżanie tras ma przede wszystkim na celu przedłużenie wykorzystania wyciągów i terenów narciarskich. Związana jest z tym możliwość wydłużenia sezonu narciarskiego. Naśnieżanie pozwala w ograniczonym stopniu na niezależnienie ośrodków od niekorzystnych warunków pogodowych (Nowacki, 2013). Powszechnie postrzega się stosowanie coraz bardziej zaawansowanych technicznie armatek i lanc śnieżnych jako podstawowego narzędzia, za pomocą którego ośrodki narciarskie mogą zmniejszać zagrożenia związane ze zmianami klimatycznymi (Evette i in., 2011; Damm i in., 2014; Suzuki-Parker i in., 2018; Żemła, 2021). Z drugiej strony sztuczne naśnieżanie jest też przedmiotem szczególnej uwagi, jeśli chodzi o wpływ ośrodków narciarskich na środowisko przyrodnicze (Štursa, 2007; Evette i in., 2011; Roux-Fouillet i in., 2011; Bausch i in., 2019). Nie zaskakuje zatem

fakt, że problematyka sztucznego naśnieżania tras jest jedną z najczęściej podejmowanych w badaniach nad obecnym i przyszłym funkcjonowaniem ośrodków narciarskich.

Dodatkowym, lecz bardzo istotnym elementem infrastruktury najatrakcyjniejszych tras narciarskich w ośrodkach jest oświetlenie elektryczne, umożliwiające jazdę po zmroku (Krzesiwo, 2014). Coraz więcej tras w ośrodkach sportów zimowych oferuje narciarzom jazdę do późnych godzin wieczornych dzięki wydłużeniu godzin otwarcia. Poprawnie zainstalowane oświetlenie na słupach (odpowiednio zabezpieczonych materacami i siatkami) obok stoków lub bezpośrednio na nich pozwala równomiernie oświetlić trasy zjazdowe, zapewniając dobrą widoczność i bezpieczeństwo jazdy po zmroku. Inaczej niż w przypadku sztucznego naśnieżania oświetlenie tras dotychczas nie było szczegółowo analizowane w literaturze krajowej i światowej. Z reguły zagadnienie to traktowane jest jako jeden z wielu elementów infrastruktury ośrodka narciarskiego o średnim znaczeniu (Krzesiwo, 2014; Hudson, Hudson, 2015; Hudson, 2000), co znajdowało także odzwierciedlenie w badaniach preferencji turystów (Chudy-Hyski, Cieślukowski, Żemła, 2008; Krzesiwo, 2014). Warto jednak zauważyć, że już od wielu lat określone uwarunkowania rozwoju ośrodków narciarskich w Polsce, a zwłaszcza potrzeba rozłożenia w czasie znacznego nadpopytu i związanych z tym kolejek do wyciągów (Chudy-Hyski, Cieślukowski, Żemła, 2008), a z czasem także przyzwyczajenie gości krajowych spowodowały, że oświetlenie istotnej części tras poszczególnych ośrodków narciarskich zaczęło być traktowane jako oczywistość. Znaczenie oświetlenia tras dodatkowo stymulowała popularność krótkich jednodniowych (a nawet krótszych) przyjazdów do miejscowości narciarskich (Żemła, 2005) i związana z nią mała odległość między dużymi aglomeracjami (Kraków, Katowice, Wrocław), generującymi znaczną część popytu w ośrodkach sportów zimowych, a regionami narciarskimi. Żemła i Biłos (2020), dokonując porównania pomiędzy polskimi i słowackimi regionami górskimi, wykazali, że oferta ośrodków polskich jest w tym zakresie zdecydowanie bardziej kompleksowa. Przejawia się to zarówno liczbą i długością oświetlonych tras w poszczególnych ośrodkach, jak i godzinami ich otwarcia. Ogromna liczba ośrodków po stronie polskiej, także dużych, jak np. Białka Tatrzańska czy Jaworzyna Krynicka, oferuje 100% tras oświetlonych po zmroku, a oświetlone trasy są czynne przez kilka godzin dziennie, czasem nawet do godziny 23.00. Tymczasem w Słowacji dominuje model, gdzie w poszczególnych ośrodkach oświetlana jest jedna, stosunkowo krótka trasa, która traktowana jest jako dodatkowa atrakcja, nierzadko czynna wyłącznie w weekendy. Podobna sytuacja występuje w innych liczących się krajach europejskich. Cytowani autorzy wskazują wręcz, że oświetlenie tras może stać się swego rodzaju wyróżnikiem i ważnym elementem atrakcyjności polskich ośrodków narciarskich na międzynarodowym rynku turystycznym. Źródeł tak spektakularnego rozwoju Żemła i Biłos (2020) doszukują się w sytuacji obserwowanej na krajowym rynku sportów zimowych na przełomie wieków. Wobec znacznego popytu na usługi ośrodków narciarskich oraz relatywnie wówczas niewielką ich liczbę cechą charakterystyczną dla krajowych ośrodków stały się długie kolejki do wyciągów (Żemła, 2004; Chudy-Hyski, Cieślukowski, Żemła, 2008). W konsekwencji narciarze, którzy spędzili cały dzień na stoku, po zmroku byli wciąż skłonni do dalszej jazdy ze względu na niewielką liczbę przejazdów. Można zatem przypuszczać, że ten popyt został wykorzystany przez gestorów ośrodków, którzy wydłużając godziny otwarcia, zwiększali swoje przychody. Z czasem bywalcy krajowych ośrodków przyzwyczaili się do tego udogodnienia i zaczęli oczekiwać takiej oferty niezależnie od kolejek w ciągu dnia. Gestorzy ośrodków funkcjonujących w coraz bardziej konkurencyjnym otoczeniu dostrzegli też rosnący większy potencjał związany

z rozwojem oświetlenia tras i zaczęli dążyć do wykreowania swego rodzaju dodatkowej, nieco ekskluzywnej oferty, wprowadzając ratrakowanie tras przed jazdą wieczorną i specjalne stawki za bilety (Żemła, Biłos, 2020).

Zatem kwestia oświetlenia tras narciarskich wymaga nadal wielokierunkowych badań naukowych. Niewiele do tej pory wiadomo o wpływie takiego rozwiązania na środowisko przyrodnicze. Brakuje także precyzyjnych analiz ekonomicznych, przedstawiających koszty i przychody gestorów ośrodków związanych ze stosowaniem oświetlenia tras. Nie są też znane motywy, jakimi kierują się odwiedzający ośrodki narciarskie, którzy decydują się na skorzystanie z oferty wieczornej jazdy. Niniejszy artykuł jest próbą wypełnienia ostatniej z wymienionych luk. W sytuacji, w której to właśnie polskie ośrodki narciarskie przodują we wprowadzaniu oświetlenia tras, celowe wydaje się skoncentrowanie wstępnych badań sondażowych na krajowym rynku i ankietyzacja mieszkańców Polski wybierających właśnie tę formę aktywności.

METODOLOGIA BADAŃ WŁASNYCH

Kwestionariusz ankiety został skierowany do osób odwiedzających ośrodki narciarskie w Polsce, deklarujących jazdę na nartach lub snowboardzie po zmroku przy sztucznym oświetleniu tras. Celem badań jest poznanie preferencji tych narciarzy i snowboardzistów. Kwestionariusz był udostępniany potencjalnym uczestnikom rynku sportów zimowych na portalach i forach internetowych związanych z tematyką narciarską i snowboardową, tj.: www.skionline.pl, www.skifever.pl, www.kochamnarty.pl, www.skimania.com.pl, www.e-snowboard.info, a także na portalach społecznościowych. Sytuacja epidemiologiczna i związane z tym zamknięcie ośrodków narciarskich w kraju uniemożliwiło realizację badania w terenie. Badania ankietowe przeprowadzono w internecie w sezonie zimowym 2020/2021. Ostatecznie w wyniku realizacji badania, które miało charakter anonimowy, uzyskano łącznie 204 odpowiedzi zwrotne. Struktura kwestionariusza uwzględniała 12 pytań zamkniętych, w tym dwa pytania wielokrotnego wyboru. Odpowiedzi opisowe zastąpiono rangami, co pozwoliło na analizę statystyczną sum i średnich arytmetycznych uzyskanych odpowiedzi, a także na zastosowanie współczynnika korelacji rang Spearmana.

Spośród 204 respondentów 74% stanowiły kobiety, natomiast 26% – mężczyźni. Do badań zdecydowano się wybrać wyłącznie osoby pełnoletnie. Wśród ankietowanych dominującą grupą wiekową był przedział 18–25 lat, czyli osoby młode, stanowiące 78% wszystkich respondentów. Drugą najliczniejszą grupą były osoby w przedziale wiekowym 26–44, które stanowiły 17% pytanych, natomiast najmniejszy odsetek (5%) reprezentowały osoby w przedziale 45–59 lat i więcej. Pod względem wykształcenia 81% respondentów posiadało wykształcenie wyższe, 12% – średnie; niewielki odsetek osób posiadał wykształcenie zasadnicze zawodowe (3%) i gimnazjalne (4%). Wśród badanych największy odsetek (77%) stanowiły osoby uprawiające narciarstwo zjazdowe podczas jazdy wieczornej. Znacznie mniejsza część respondentów (15,7%) uprawiała snowboarding, natomiast pozostali (7,4%) deklarowali uprawianie tych obu form sportów zimowych. W grupie ankietowanych poziom umiejętności jazdy układał się zróżnicowanie. Przeważały osoby oceniające swoje umiejętności jako średnie (30,9%), a nieznacznie mniej osób (28,4%) oceniło je jako dobre. Osoby o słabym poziomie umiejętności stanowiły 17,6%, a bardzo słabym – 8,8%. Z kolei bardzo dobrym poziomem umiejętności jazdy dysponowało 14,2% respondentów.

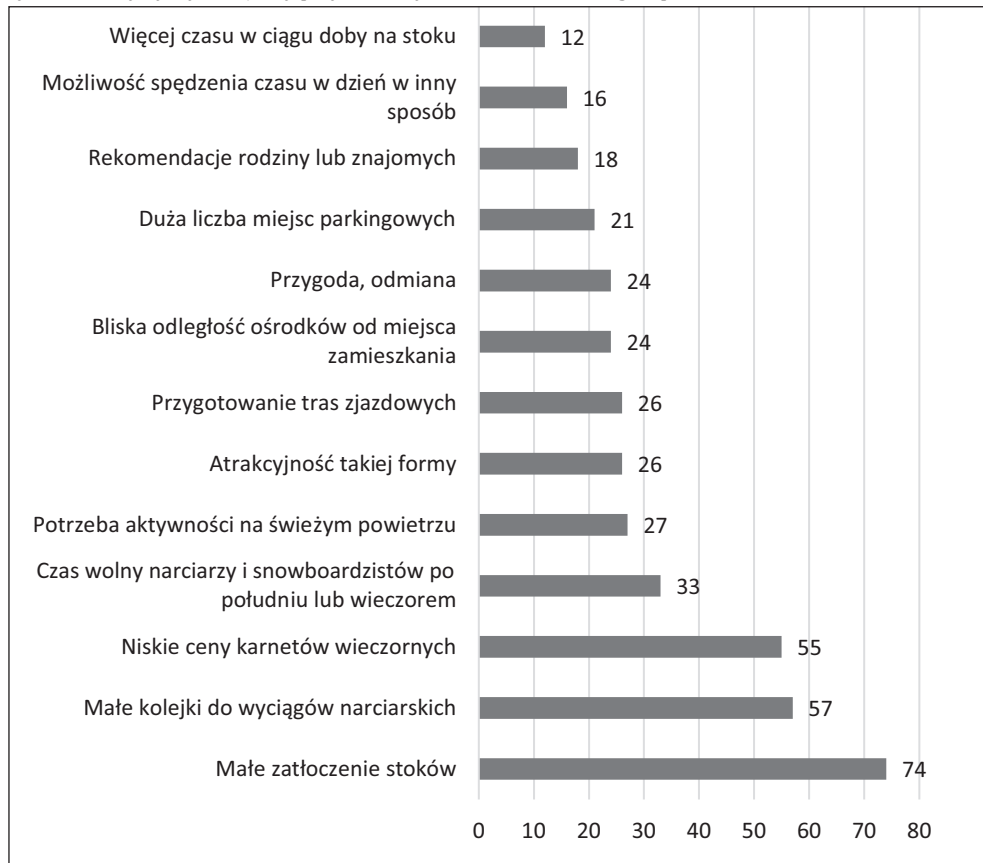
Blisko co trzeci ankietowany mieszka na wsi. Osoby pochodzące z miasta do 100 tys. mieszkańców stanowiły 18% respondentów, z miasta 100–500 tys. mieszkańców – 17%; z największych miast (powyżej 500 tys. mieszkańców) pochodziło 34%. Najwięcej respondentów zamieszkiwało województwo małopolskie (38,2%). W przypadku tego obszaru wysoki udział w ruchu turystycznym w ośrodkach narciarskich mają osoby pochodzące z pobliskich miejscowości górskich, np. Nowego Sącza. Na drugim miejscu znaleźli się ankietowani z województwa mazowieckiego (18,1%), a na trzecim – z województwa śląskiego (11,7%). Niewielki był udział osób z województwa wielkopolskiego (6,8%), dolnośląskiego (4,9%) i łódzkiego (4,4%). Osoby z pozostałych województw stanowiły w badaniach jedynie niewielką grupę respondentów. W konsekwencji najliczniej reprezentowane w próbie badawczej były osoby pokonujące odległość między miejscem zamieszkania a ośrodkiem narciarskim mniejszą niż 30 km (43,6%) Około 20% wszystkich respondentów najczęściej pokonywało odległość liczącą od 30 do 60 km, 12,7% – odległość od 60 do 100 km, a 23,5% – odległość powyżej 100 km. Wyniki te mają także odzwierciedlenie w czasie dojazdu do ośrodka narciarskiego. Co trzeci ankietowany (32,4%) musiał przeznaczyć na pokonanie drogi do ośrodka od 30 minut do 1 godziny. Osoby, którym dojazd do ośrodka zajmował poniżej 30 minut lub powyżej 2 godzin, stanowiły po 23,5% wszystkich respondentów. Nieco mniejsza grupa respondentów (20,6%) pokonywała odległość do ośrodka w czasie od 1 do 2 godzin.

Znaczna część respondentów (37,7%) wskazała, że podczas wieczornej jazdy spędza na stoku zazwyczaj od 2 do 3 godzin. Nieco mniej respondentów (30,4%) to osoby spędzające na wieczornej jeździe od 1 do 2 godzin. Około 20% wszystkich pytaných zazwyczaj uprawia sporty zimowe po zmroku przez więcej niż 3 godziny, a 11,3% spędza na stoku wieczorem nie więcej niż 1 godzinę. Ponad połowa respondentów (56,3%) zazwyczaj rozpoczynała jazdę wieczorną o godzinie 17.00. Grupę osób rozpoczynających jazdę wieczorną o godzinie 18.00 stanowiło 30,7% wszystkich badanych. Niewielki odsetek respondentów (11,1%) zadeklarował, iż jazdę wieczorną zaczynał o godzinie 19.00, natomiast kilka osób (1,9%) rozpoczynało jazdę o godzinie 20.00.

Ankietowani wskazali, że podczas wyboru wieczornej jazdy kierowali się przede wszystkim trzema motywami (rycina 1): małe zatłoczenie stoków (74%), małe kolejki do wyciągów narciarskich (57%) oraz niskie ceny karnetów wieczornych (55%). Istotny wpływ na wybór jazdy wieczornej miały także: czas wolny narciarzy i snowboardzistów po południu lub wieczorem (33%), potrzeba aktywności na świeżym powietrzu (27%), atrakcyjność takiej formy (26%) oraz przygotowanie tras zjazdowych (26%). Stosunkowo licznie wskazane przez respondentów zostały także: bliska odległość ośrodków od miejsca zamieszkania (24%), a także przygoda czy odmiana (24%). Wśród mniej istotnych motywów decydujących o wyborze pojawiły się: duża liczba miejsc parkingowych (21%), rekomendacje rodziny lub znajomych (18%), możliwość spędzenia czasu w dzień w inny sposób lub więcej czasu w ciągu doby na stoku (odpowiednio 16% i 12%; rycina 1). Na interpretację wyników istotnie wpływa fakt, że respondenci mieli możliwość wyboru kilku zaproponowanych odpowiedzi, a maksymalna liczba dopuszczonych wskazań wynosiła aż sześć.

Respondentów poproszono także o określenie częstotliwości uprawiania sportów zimowych na oświetlonych trasach podczas różnych wyjazdów turystycznych (tabela 1). Pytanie dotyczyło wyjazdów różnej długości oraz ewentualnego łączenia różnych form aktywności. Najbardziej preferowane przez respondentów były pobyty w ośrodkach narciarskich podczas dłuższych wyjazdów, tj. urlopy lub weekendy. Około 80% respondentów

Rycina 1. Motywy wyboru jazdy przy sztucznym oświetleniu według respondentów



Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań

wyjeżdżało w sezonie zimowym co najmniej raz w roku lub rzadziej, aby podczas dłuższego pobytu korzystać z jazdy w ośrodku narciarskim tylko wieczorem lub przez cały dzień. Nieco mniej popularne wśród narciarzy i snowboardzistów były wyjazdy jednodniowe. Mimo to co trzeci respondent wyjeżdżał co najmniej kilka razy w sezonie zimowym na pobyt całonocny w ośrodku, a co piąty – co najmniej kilka razy w sezonie na pobyt wieczorny na stoku. Najmniej preferowane wśród badanych były popołudniowe kilkogodzinne wyjazdy do ośrodków, zarówno w dzień roboczy, jak i w dzień wolny. Niemniej więcej osób spędzało czas na jeździe wieczornej w dzień wolny aniżeli w dzień roboczy. Na podobnym poziomie rozkładały się preferencje dotyczące tych wyjazdów, gdyż ok. 30% pytanym wyjeżdżało nie mniej niż kilka razy w sezonie zimowym, aby spędzić kilka godzin na jeździe wieczornej w dniu wolnym lub w dniu roboczym.

Zaprezentowane odpowiedzi na pytanie o sposób organizacji wyjazdu połączonego z użytkowaniem oświetlonych tras w zestawieniu z innymi pytaniami kwestionariusza pozwalają na wychwycenie określonych zależności. Pomimo pewnego zróżnicowania odpowiedzi można zauważyć, że wszystkie opisane sytuacje cieszą się uznaniem istotnej grupy respondentów. Co bardzo charakterystyczne poszczególne odpowiedzi stosunkowo rzadko były wskazywane przez różne grupy respondentów – koncentrowali się oni

wyłącznie na jednej/dwóch z nich. Jednocześnie można zaobserwować umiarkowanie silną korelację (0,45) pomiędzy odpowiedziami wskazującymi na częste korzystanie z jazdy wieczorem podczas wyjazdów dłuższych i podczas wyjazdów jednodniowych i półdniowych. Także pomiędzy poszczególnymi badanymi modelami spędzania czasu na oświetlonych stokach występuje korelacja pozytywna, jednak w większości przypadków jest ona dość słaba.

Tabela 1. Sposób organizacji wyjazdu połączonego z użytkowaniem oświetlonych tras

	Nigdy	Raz w roku lub rzadziej	Kilka razy w roku	Kilkanaście razy w roku
W trakcie urlopu/weekendu w górach, spędzając czas w ciągu dnia w inny sposób	22,5	44,6	27	5,9
W trakcie urlopu/weekendu w górach, spędzając dni i wieczory na nartach	18,1	48	28,4	5,5
W trakcie wyjazdu jednodniowego, spędzając dzień i wieczór na nartach	34,8	30,9	28,4	5,9
W trakcie wyjazdu jednodniowego, spędzając czas w ciągu dnia w inny sposób	40,2	35,3	20,6	3,9
W trakcie wyjazdu popołudniowego w dzień wolny, na kilka godzin	38,2	30,4	21,6	9,8
W trakcie wyjazdu popołudniowego w dzień roboczy, na kilka godzin	45,6	24,5	24	5,9

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań

W próbie badawczej w sposób zdecydowany rzucają się w oczy dwie przeciwstawne grupy o podobnej liczebności. Z jednej strony jest to grupa osób o małej aktywności, bardzo rzadko korzystających z oferty oświetlonych tras podczas jakiegokolwiek formy wyjazdu. Przyjmując wartości liczbowe 0 dla odpowiedzi nigdy, 1 – raz w roku lub rzadziej, 2 – kilka razy w roku, 3 – kilkanaście razy w roku, można zauważyć, że aż dla 63 respondentów (30,8%) średnia odpowiedzi na sześć proponowanych wskazań wynosi 0,5 lub mniej, a więc są to osoby bardzo rzadko pojawiające się na oświetlonych stokach. Z drugiej strony 34 respondentów (16,7%) wskazało, że uprawia często wszystkie formy aktywności, łącznie z wieczorną jazdą, a średnia ich odpowiedzi była równa lub większa niż 2. W tym gronie znalazło się trzech respondentów (1,5%), którzy na wszystkie pytania odpowiedzieli: kilkanaście razy w roku. Charakterystyczna jest także pozytywna korelacja między częstotliwością wszystkich form wyjazdów a umiejętnościami. Zatem zgodnie z przypuszczeniami można zauważyć, że grupę uprawiających sporty zimowe, którzy decydują o frekwencji na oświetlonych stokach, stanowią przede wszystkim osoby o wyższych umiejętnościach jazdy.

Pomimo braku wyraźnej korelacji pomiędzy częstotliwością poszczególnych wyjazdów a odległością między miejscem zamieszkania i ośrodkiem narciarskim można zauważyć, że wskazanie uczestnictwa we wszystkich rodzajach wyjazdów co najmniej kilka razy w sezonie dotyczyło w zdecydowanej większości osób mieszkających w odległości do 30 km od ośrodków. Osoby te w szczególności pochodziły z województwa małopolskiego, w którym koncentruje się najwięcej ośrodków narciarskich. Respondenci, którzy pokonywali dłuższy dystans do ośrodka, powyżej 60 km, pochodzili również z województwa małopolskiego, a także śląskiego. Z kolei osoby pokonujące odległość powyżej 100 km reprezentowały miasta powyżej 100 tys. mieszkańców, zlokalizowane przede

wszystkim w województwach Polski centralnej i północnej, m.in. Wrocław, Warszawa, Gdańsk, Zielona Góra. Warto zaznaczyć, że osoby wyjeżdżające najczęściej, czyli kilkanaście razy w sezonie, charakteryzowały się wyższymi umiejętnościami jazdy na nartach lub snowboardzie niż osoby wyjeżdżające kilka razy w sezonie. Można zaobserwować, iż respondenci zmuszeni do pokonywania większych odległości do ośrodków, powyżej 60 km, odznaczeni się najlepszą sytuacją materialną. Preferencje w odniesieniu do długości wyjazdów w strukturze płci i wieku rozkładały się w identyczny sposób.

DYSKUSJA I WNIOSKI

Temat sztucznego oświetlenia stoków narciarskich po zmroku nie budził dotąd większego zainteresowania badaczy. W przypadku literatury anglojęzycznej wynikać to może z relatywnie małej roli, jaką przypisuje się temu elementowi oferty ośrodka narciarskiego w większości wiodących destynacji alpejskich. Inaczej sytuacja przedstawia się w Polsce. Oświetlenie tras jest szeroko wykorzystywane jako bardzo istotne narzędzie konkurencji pomiędzy poszczególnymi ośrodkami, co doprowadziło do stworzenia oferty wyraźnie wyróżniającej produkt ośrodków polskich na tle konkurentów z innych krajów europejskich. Najprawdopodobniej wiąże się to także z innymi oczekiwaniami i wzorcami zachowań zamieszkałych w Polsce osób uprawiających sporty zimowe. Stwierdzenie to można w tym miejscu podać jedynie jako prawdopodobne, gdyż wprawdzie przytoczone badania prezentują informacje na temat popytu na korzystanie z oświetlonych tras w Polsce, jednak brakuje podobnych analiz przeprowadzonych w innych krajach. Niemniej można założyć, że tamtejsza podaż stanowi odzwierciedlenie oczekiwań tamtejszego popytu.

Wyniki zaprezentowanych badań wskazują, że grupa osób korzystających z oświetlonych tras narciarskich jest wysoce różnorodna, choć można zauważyć pewne prawidłowości. Pierwsza – bardzo ważna – kwestia dotyczy miejsca zamieszkania narciarzy i snowboardzistów. Zdecydowana większość z nich mieszka w województwach Polski południowej, w których zlokalizowane są także najważniejsze pasma górskie i ośrodki narciarskie. Nie zaskakuje fakt, że są to zazwyczaj mieszkańcy największych aglomeracji tych województw, zwłaszcza krakowskiej i katowickiej. Uwagę zwraca jednak to, że spory odsetek respondentów to osoby zamieszkałe w bezpośrednim pobliżu gór i ośrodków narciarskich. Dzięki krótkiemu czasowi dojazdu mają oni możliwość korzystania z usług tych ośrodków w stosunkowo niewielkim wymiarze czasowym – znajduje to także potwierdzenie w zgłaszanym przez nich popycie na jazdę po zmroku. Osoby te są najliczniejszymi klientami decydującymi się na taką jazdę w dni robocze, po zakończeniu obowiązków zawodowych lub szkolnych. Warto zwrócić uwagę, że uczestnictwo w krótkich wyjazdach połączonych przede wszystkim z wieczornym uprawianiem sportów zimowych, w dni zarówno robocze, jak i wolne, zgłaszają także mieszkańcy położonych nieco dalej od gór aglomeracji krakowskiej i katowickiej, dla których dojazd do tych ośrodków nierzadko wiąże się z podróżą trwającą ok. 1,5 godziny. Co więcej, pojedyncze osoby zamieszkałe także w innych województwach, w tym województwie mazowieckim, również z rzadka deklarują swoje uczestnictwo w tego typu wyjazdach.

Elementem, który znacząco różnicuje zachowania poszczególnych respondentów w zakresie ich korzystania z oświetlonych tras narciarskich, jest poziom ich aktywności. W sposób szczególny trzeba zwrócić uwagę na relatywnie niewielką, ale bardzo silnie rzucającą na wyniki badań grupę osób wykazujących bardzo dużą częstotliwość korzystania z oferty jazdy wieczornej. Grupa licząca w prezentowanych badaniach blisko 17% może

stanowią najważniejszy element zapewnienia frekwencji w ośrodkach. Osoby z tej grupy deklarują częste wyjazdy w celu korzystania z oferty jazdy wieczornej we wszystkich proponowanych formach. Ponieważ dotyczy to także spędzania w destynacji górskiej kilku godzin, w grupie tej dominują mieszkańcy województw Polski południowej. Kolejna grupa, także licząca kilkanaście procent, to osoby, które z dużą częstotliwością uprawiają sporty zimowe w formie wyjazdów urlopowych i weekendowych, podczas których korzystają z oferty jazdy wieczornej w różnych sytuacjach. W tej grupie stosunkowo duży odsetek stanowią osoby zamieszkałe w Polsce centralnej, a zwłaszcza w województwie mazowieckim.

Niezależnie od przynależności do określonego segmentu rynku względem poziomu aktywności respondenci zwracają uwagę na korzyści związane z wieczorną jazdą na nartach – chodzi przede wszystkim o wymiar organizacyjny. Dostrzegają oni zwłaszcza mniejszą liczbę osób na stokach i w kolejkach oraz atrakcyjnie skalkulowane ceny biletów. Ponadto co trzeci respondent wskazuje, że taki wybór wiąże się z dysponowaniem czasem w odpowiednich godzinach. Warto zauważyć, że w odpowiedziach tych brakuje obiektywnie trwałych motywów wyboru jazdy wieczornej, a ewentualne zmiany w poziomie zatłoczenia stoków i cen mogą łatwo zniechęcić narciarzy i snowboardzistów. Jednocześnie co czwarty ankietowany wskazuje na szczególną atrakcyjność jazdy po oświetlonych stokach. Dokładniejsza analiza źródeł takiego postrzegania jazdy wieczornej jest jednym z najważniejszych kierunków przyszłych badań tej tematyki. Zrozumienie, dlaczego, w jakiej sytuacji i pod jakimi warunkami oferta jazdy wieczornej może być uznana za bardziej atrakcyjną od tradycyjnej jazdy dziennej przy założeniu podobnych warunków organizacyjnych i logistycznych (dojazd, ceny, tłok), jest podstawą dalszego właściwego rozwoju tej oferty. Co więcej, dokładne przeanalizowanie motywów gości krajowych może stać się z czasem także podstawą do skutecznego marketingu na rynku międzynarodowym i przyciągania zagranicznych turystów. Wówczas pojawi się też szansa na realizację postulatu Żemły i Biłosa (2020) wskazującego, że oferta jazdy wieczornej może stać się głównym wyróżnikiem polskich ośrodków narciarskich.

Nakreślony powyżej kierunek nie jest jednak jedynym, który warto wskazać w kontekście przyszłych badań. Zaprezentowane wyniki mają charakter pionierski i eksploracyjny. Cechą charakterystyczną tego typu badań jest dość ogólne zbadanie poruszanej problematyki w poszukiwaniu bardziej szczegółowych problemów do rozwiązania (Clarke, 2000), a ich wyniki z reguły nie stanowią podstawy do szerszej generalizacji (Goodrich, Goodrich, 1987; Egger i in., 2020). Brakuje także dotychczas jakichkolwiek innych badań krajowych lub międzynarodowych, do których można by odnieść uzyskane wyniki. Dlatego powtórzenie podobnych badań na inaczej dobranej próbie – zwłaszcza poprzez prowadzenie badań w miejscu docelowym, co nie było możliwe w sezonie 2020/2021 – w celu potwierdzenia zależności zaobserwowanych w prezentowanych wynikach jest obiecującym kierunkiem przyszłych badań. Wskazując w tym miejscu na potrzebę poparcia wyników badań realizowanych w miejscu zamieszkania respondentów danymi uzyskanymi w miejscach docelowych, należy podkreślić występowanie zalet i wad każdego z dwóch sposobów gromadzenia materiału empirycznego w turystyce. W literaturze przedmiotu (Crompton, 2001; Liu, 2017) zwraca się uwagę na większą obiektywność danych pochodzących z badań przeprowadzonych w miejscu zamieszkania, gdyż odpowiedzi pozyskane w miejscu docelowym cechują się większym docenieniem walorów odwiedzanego miejsca i uprawianej tam formy turystyki.

Kolejne badania analizowanego zjawiska w celu potwierdzenia i rozwinięcia spostrzeżeń zaprezentowanych w tym tekście wydają się konieczne także ze względu na nietypową strukturę próby prezentowanych badań. Znaczna przewaga kobiet oraz osób młodych z pewnością nie odzwierciedla dobrze całej populacji osób uprawiających w Polsce narciarstwo zjazdowe przy sztucznym oświetleniu. Taka struktura próby wynika ze sposobu prowadzenia badań. Gromadzenie odpowiedzi poprzez rozpowszechnianie linku do kwestionariusza na tematycznych portalach i grupach w mediach społecznościowych nie pozwala badaczom na kontrolę próby i powoduje, że jej struktura nabiera cech przypadkowych. Ponadto samo gromadzenie kwestionariuszy za pośrednictwem internetu, co od dawna jest popularną metodą badań, której znaczenie gwałtownie wzrosło w czasach pandemii, może w sposób naturalny prowadzić do nadreprezentacji w badanej próbie osób młodych, częściej korzystających z mediów elektronicznych i uczestniczących w grupach tematycznych w mediach społecznościowych.

Warto także w tym miejscu wskazać na nieznaną wpływ pandemii COVID-19 na analizowane zjawisko. Nie ograniczył się on w przypadku prezentowanych badań do kwestii proceduralnych i wykluczenia możliwości prowadzenia badań w miejscu docelowym, ale wpłynął również na interpretację uzyskanych wyników. W momencie prowadzenia badań respondenci mieli możliwość odniesienia się wyłącznie do swoich zachowań i preferencji z czasów normalnego funkcjonowania branży sportów zimowych w sezonach przedpandemicznych. W obecnej sytuacji należy na te preferencje i zachowania spojrzeć częściowo w kategoriach historycznych, gdyż aktualny i przyszły stan jest uzależniony od szeregu nieznanymi czynników. Pierwszym z nich jest kwestia tego, w jaki sposób rygorystyczne obostrzenia pandemiczne wpłynęły na zachowania rynkowe narciarzy podczas sezonu 2020/2021. Nie wiadomo też, czy ewentualne zmiany będą miały charakter trwały, czy też ustąpią wraz z poprawą sytuacji pandemicznej. Także optymistyczne założenie o stopniowym ustępowaniu pandemii i powrocie do normalności przedpandemicznej w turystyce nie może być traktowane jako pewne.

Wydaje się ponadto, że pogłębienie wiedzy o motywach osób należących do poszczególnych segmentów rynkowych dzięki wykorzystaniu metod jakościowych, a zwłaszcza wywiadów pogłębionych powinno pomóc w wypełnieniu luki we współczesnej wiedzy naukowej na temat badanego zjawiska.

Prezentowane badania, podobnie jak wcześniejsza praca Żemły i Biłosa (2020), koncentrowały się na popytowych czynnikach wyjaśniających dysproporcję w skali oświetlenia stoków narciarskich w Polsce i innych krajach. Niemniej konieczne są także pogłębione analizy strony podaźowej, a zwłaszcza podstaw formalnych funkcjonowania infrastruktury umożliwiającej jazdę po zmroku. Dotyczyć to może kwestii regulacji zanieczyszczenia światłem oraz ewentualnego poziomu jej egzekwowania, ale przede wszystkim – samej świadomości społecznej szkodliwości tego zjawiska. Doświadczenie m.in. transgranicznego Izerskiego Parku Ciemnego Nieba (Mrozek, Kolomanski, 2014) zdaje się potwierdzać, że w Republice Czeskiej podejście do tematu jest zdecydowanie bardziej zasadnicze niż w Polsce.

Literatura References

Bausch, T., Humpe, A., & Gössling, S. (2019). Does climate change influence guest loyalty at alpine winter destinations?. *Sustainability*, 11(15), 4233.

- Chudy-Hyski D., Cieślowski K., Żemła M. (2008). Jakość oferty polskich ośrodków narciarskich, *Ekonomia*, 21, 172–197.
- Clarke, J. (2000). Tourism brands: An exploratory study of the brands box model. *Journal of Vacation marketing*, 6(4), 329–345.
- Crompton, J.L. (2001). On-site sampling: a potential source of overestimating visitor use. *Journal of Travel Research*, 39(3), 321–322.
- Damm, A., Köberl, J., Prettenthaler, F. (2014). Does artificial snow production pay under future climate conditions?—A case study for a vulnerable ski area in Austria. *Tourism Management*, 43, 8–21.
- Dorocki, S., Obirek, D., Raźniak, P. (2014). Rozwoju infrastruktury narciarskiej w Polsce i na terenie Podhala w świetle badań ankietowych. *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego*, 28, 59–77.
- Egger, I., Lei, S.I., Wassler, P. (2020). Digital free tourism – An exploratory study of tourist motivations. *Tourism Management*, 79, 104098.
- Evette, A., Peyras, L., François, H., Gaucherand, S. (2011). Environmental risks and impacts of mountain reservoirs for artificial snow production in a context of climate change. *Journal of Alpine Research*, 99(4), 1481.
- Goodrich, J.N., Goodrich, G.E. (1987). Health-care tourism – an exploratory study. *Tourism Management*, 8(3), 217–222.
- Hendriks, J., Zammit, C., Hreinsson, E. Ö., Becken, S. (2013). A comparative assessment of the potential impact of climate change on the ski industry in New Zealand and Australia. *Climatic Change*, 119(3), 965–978.
- Hudson, S. (2000). *Snow business. A study of the international ski industry*. London: Cassell.
- Hudson, S., Hudson, L., (2015). *Winter sport tourism*. Oxford: Goodfellow Publishers.
- Krtička, L., Tomčíková, I., Rakytová, I. (2018). Development versus conservation: evaluation of landscape structure changes in Demänovská Valley, Slovakia. *Journal of Mountain Science*, 15(6), 1153–1170.
- Krzesiwo, K. (2014). *Rozwój i funkcjonowanie stacji narciarskich w polskich Karpatach*. Kraków: Instytut Geografii i Gospodarki Przestrzennej Uniwersytetu Jagiellońskiego.
- Krzesiwo, K. (2015). Rozwój turystyki narciarskiej w świetle idei zrównoważonego rozwoju – stan badań. *Prace Geograficzne*, 141, 159–165.
- Krzesiwo, K., Ziółkowska-Weiss, K., Żemła, M. (2018). Atrakcyjność wybranych państw Europy Środkowej pod kątem uprawiania sportów zimowych i pieszej turystyki górskiej. *Turyzm / Tourism*, 28(1), 35–41.
- Liu, T.M. (2017). Testing on-site sampling correction in discrete choice experiments. *Tourism Management*, 60, 439–441.
- Mika, M., Krzesiwo, K., Krzesiwo, P. (2007). Współczesne problemy rozwoju ośrodków narciarskich w Polsce: przykład Szczyrku. *Prace Geograficzne*, 117, 63–77.
- Mrozek, T., Kolomanski, S. (2014). Izerski Park ciemnego nieba i inne inicjatywy. *Prace i Studia Geograficzne*, 53, 171–185.
- Nowacki, M. (2013). Model uwarunkowań cen skipassów w polskich ośrodkach narciarskich. *Ekonomiczne Problemy Usług*, 53, 435–446.
- Nowacki, M. (2017). Porównanie polskich, czeskich i słowackich ośrodków narciarskich za pomocą analizy FDH (Free Disposable Hull). *Folia Turistica*, 45, 9–29.
- Pawlikowska-Piechotka, A. (2009). *Zagospodarowanie turystyczne i rekreacyjne*. Gdynia: NovaRes – Wydawnictwo Innowacyjne.
- Roux-Fouillet, P., Wipf, S., Rixen, C. (2011). Long-term impacts of ski piste management on alpine vegetation and soils. *Journal of Applied Ecology*, 48(4), 906–915.
- Rutty, M., Scott, D., Johnson, P., Pons, M., Steiger, R., Vilella, M. (2017). Using ski industry response to climatic variability to assess climate change risk: An analogue study in Eastern Canada. *Tourism Management*, 58, 196–204.
- Scott, D., McBoyle, G., Mills, B. (2003). Climate change and the skiing industry in southern Ontario (Canada): exploring the importance of snowmaking as a technical adaptation. *Climate Research*, 23(2), 171–181.

- Scott, D., McBoyle, G., Minogue, A., Mills, B. (2006). Climate change and the sustainability of ski-based tourism in eastern North America: A reassessment. *Journal of Sustainable Tourism*, 14(4), 376–398.
- Steiger, R., Posch, E., Tappeiner, G., Walde, J. (2020). The impact of climate change on demand of ski tourism—a simulation study based on stated preferences. *Ecological Economics*, 170, 106589.
- Stursa, J. (2007). Ekologicke aspekty sjezdoveho lyzovani v Krkonosich / Ecological aspects of downhill skiing in the Giant Mountains. *Opera Corcontica*, 44, 603.
- Suzuki-Parker, A., Miura, Y., Kusaka, H., Kureha, M. (2018). Assessing the Sustainability of Ski Fields in Southern Japan under Global Warming. *Advances in Meteorology*, 2018.
- Żemła, M. (2004). Ośrodki narciarskie w Polsce i Europie – wybrane dylematy i drogi rozwoju. *Turyzm / Tourism*, 14(1), 49–63.
- Żemła, M. (2005). Pomiar percepcji jakości oferty krajowych ośrodków narciarskich. *Turystyka i Hotelarstwo*, 8, 61–70.
- Żemła, M. (2021). Winter Sports Resorts and Natural Environment – Systematic Literature Review Presenting Interactions between Them. *Sustainability*, 13(2), 636.
- Żemła, M., Biłos, D. (2020). Oświetlenie tras narciarskich: porównanie regionów z Polski i Słowacji. W: M. Najda-Janoszka (red.), *Turystyka w Naukach Społecznych. Ujęcie interdyscyplinarne*. Kraków: Uniwersytet Jagielloński. Instytut Przedsiębiorczości, 45–60.

Michał Żemła, doktor habilitowany, profesor nadzwyczajny w Katedrze Turystyki i Badań Regionalnych Instytutu Geografii Uniwersytetu Pedagogicznego w Krakowie. Autor licznych publikacji związanych z marketingiem i konkurencyjnością produktu turystycznego obszaru. Przedmiotem jego szczególnego zainteresowania jest rozwój turystyki na obszarach górskich, a zwłaszcza ośrodków narciarskiej i turystyki pieszej.

Michał Żemła, PhD, associate professor in the Department of Tourism and Regional Studies, Institute of Geography, Pedagogical University of Krakow. The author of numerous publications on destination's product marketing and competitiveness. The subject of his main interest is development of tourism in mountain areas with special regard to winter sports and hiking tourism.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3521-8128>

Adres/address:

Uniwersytet Pedagogiczny w Krakowie
Instytut Geografii
Katedra Turystyki i Badań Regionalnych
ul. Podchorążych 2
30-084 Kraków, Polska
e-mail: michal.zemla@up.krakow.pl

Angelika Bołoz, magister, absolwentka studiów drugiego stopnia na kierunku turystyka i rekreacja w Instytucie Geografii Uniwersytetu Pedagogicznego w Krakowie.

Angelika Bołoz, MSc, a graduate of second-cycle studies in tourism and recreation in the Institute of Geography, Pedagogical University of Krakow

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7969-7343>

e-mail: angbol68@gmail.com