

Jolanta Latosińska

Uniwersytet Łódzki
Instytut Geografii Miast i Turyzmu
Zakład Geografii Turyzmu
jolanta.latosińska@geo.uni.lodz.pl

BIURA PODRÓŻY W ŁODZI NA POCZĄTKU XXI WIEKU – GENEZA, RODZAJE I ROZMIESZCZENIE

Zarys treści: Prezentowane badania są kontynuacją badań nad rozmieszczeniem biur podróży w Łodzi prowadzonych w połowie lat 90. XX w., w 2006 i 2010 r. przez pracowników Instytutu Geografii Miast i Turyzmu. Obserwacje funkcjonowania biur podróży w Łodzi poczynione w ciągu ostatnich 25 lat pozwalają stwierdzić, że jest to zjawisko dynamiczne. Biura pojawiają się w rejestrach i znikają, zmieniają nazwy i lokalizacje oraz przedmiot i zakres działalności. W artykule przedstawiono krótki rys historyczny rozwoju biur podróży w Łodzi, podział biur ze względu na przedmiot i zakres działalności, rozmieszczenie biur turystycznych w przestrzeni miasta. W zakończeniu pracy zwrócono uwagę na pewne ograniczenia i zagrożenia w rozwoju łódzkich biur podróży wynikające z barier zewnętrznych (formalnych) i wewnętrznych związanych z dalszym rozwojem Łodzi.

Słowa kluczowe: Łódź, biuro podróży, organizator turystyki, pośrednik turystyczny, agent turystyczny, rozmieszczenie, centroid.

1. WSTĘP

Prezentowane wyniki badania są kontynuacją studiów nad rozmieszczeniem biur podróży w Łodzi prowadzonych w połowie lat 90. (GRZELKA 1996), w roku 2006 (KACZMAREK, LISZEWSKI, WŁODARCZYK 2006) i 2010 (LATOSIŃSKA 2011). Obserwacje rozmieszczenia biur turystycznych w Łodzi poczynione w ciągu ostatnich 25 lat pozwalają stwierdzić, że jest to zjawisko dynamiczne. Biura pojawiają się w rejestrach i znikają, zmieniają nazwy i lokalizacje oraz przedmiot i zakres działalności. Uwarunkowania ich rozwoju w Łodzi można podzielić na: zewnętrzne – będące skutkiem poziomu rozwoju gospodarczego kraju, rzeczywistego popytu na usługi turystyczne, odzwierciedlającego siłę nabywczą polskiego społeczeństwa, jakości i stylu życia, uwarunkowań formalnoprawnych dotyczących funkcjonowania biur podróży jako podmiotów gospodarczych oraz dotyczących swobody podróżowania, np. przynależność do strefy Schengen, przepisy paszportowo-wizowe; wewnętrzne – wynikające ze specyfiki Łodzi jako wielkiego miasta, jego potencjału demograficznego, gospodarczego, poziomu bezrobocia, jakości życia łódzian, ich potrzeb wypoczynku i rekreacji, którym biura podróży mają ambicję sprostać.

Celem autorki artykułu jest zarówno określenie liczby biur podróży w Łodzi w 2015 r., prezentacja ich historii, zróżnicowania i rozmieszczenia w przestrzeni miasta, jak również ukazanie prawidłowości i uwarunkowań funkcjonowania analizowanych biur turystycznych.

Biura podróży były przedmiotem rozważań autorki we wcześniejszych jej pracach (LATOSIŃSKA 2006, 2011), która w niniejszym artykule również przyjmuje, że biura podróży to „wyspecjalizowane podmioty świadczące usługi pośrednictwa i organizacji...” (KONIECZNA-DOMAŃSKA 2008, s. 9). Występują one w roli pośrednika pomiędzy jednostkami oferującymi usługi turystyczne i turystami lub w roli podmiotu świadczącego usługi własne. W świetle *Ustawy o usługach turystycznych* z 29 sierpnia 1997 r., na polskim rynku turystycznym funkcjonują następujące rodzaje biur podróży: organizator turystyki, pośrednik turystyczny i agent turystyczny¹ (LATOSIŃSKA 2006 s. 86–88). Z ekonomicznego punktu widzenia biura podróży znajdują się na rynku turystycznym po stronie podaży turystycznej, a ich działalność została szczegółowo omówiona w pracy M. KACHNIEWSKIEJ, E. NAWROCKIEJ,

A. NIEZGODY i A. PAWLICZA (2012), zatytułowanej *Rynek turystyczny. Ekonomiczne zagadnienia turystyki* oraz opracowaniu A. PANASIUKA (2014) pt. *Rynek turystyczny. Studium strukturalne*.

2. RYS HISTORYCZNY BIUR PODRÓŻY

Początki rozwoju biur podróży w Łodzi, podobnie jak i w całej Polsce, sięgają okresu międzywojennego. Pierwszym biurem podróży w obecnym rozumieniu tego słowa było przedsiębiorstwo Orbis. Powstało w 1923 r. we Lwowie, a następnie przeniosło swoją siedzibę do Warszawy. Jako drugie należy uznać Spółdzielnię Turystyczno-Wypoczynkową Gromada założoną w 1937 r. w Warszawie. W Łodzi w okresie międzywojennym, w 1938 r. działały biura: Wagon Lits/Cook, Orbis, Gromada, Argos, Frankpol i Poltur. Po drugiej wojnie światowej sytuacja przedsiębiorstw turystycznych zmieniała się wraz ze zmianami politycznymi i gospodarczymi kraju. Do 1981 r. liczba biur podróży w Łodzi wzrosła do 10 i były to przede wszystkim biura państwowe, m.in. takie jak: Polskie Biuro Podróży Orbis (od 1991 r. Orbis Travel, które ogłosiło upadłość w 2010 r.), Spółdzielnia Turystyczno-Wypoczynkowa Gromada (obecnie Ogólnokrajowa Spółdzielnia Turystyczna Gromada i jednocześnie najstarsze biuro podróży w Polsce), Biuro Obsługi Ruchu Turystycznego PTTK, Spółdzielcze Biuro Turystyczne Turysta, Biuro Turystyki Młodzieżowej Juventur, Biuro Turystyki Sportowej Sprts-Tourist, Biuro Turystyki Studenckiej Almatour. Były to oddziały biur państwowych, które główną siedzibę miały w Warszawie. Jeszcze przed transformacją ustrojową w 1981 r. w Łodzi powstało pierwsze w powojennej Polsce prywatne Biuro Podróży Wojciecha Marzyńskiego Tour-Retour, które na początku swojej działalności zajmowało się organizacją imprez turystycznych na terenie kraju, później organizacją imprez zagranicznych, głównie pielgrzymek. Biuro funkcjonuje do chwili obecnej jako agent turystyczny pod nieco zmienioną nazwą Tour-Retour Centrum Turystyki. W następnych latach powstawały kolejne, głównie prywatne biura podróży, np. Intertour, Atlas, Panorama, Atas, Grand Tour, Orbital, Tourpol, Harctur, Trade & Travel, Rainbow Tours, Logos Tour i wiele innych. W latach 1981–1991 nastąpił ponad sześciokrotny wzrost liczby biur podróży, co było wynikiem zmian ustrojowych w Polsce – gospodarki centralnie planowanej na gospodarkę rynkową. W roku 1991 zarejestrowanych było ponad 60 biur. W latach 1991–1994 wzrost był trzykrotny i w połowie lat 90. w Łodzi funkcjonowało 198 biur podróży, a najwięcej w tym okresie założonych w 1992 i 1993 r. Powstawały głównie

małe firmy zatrudniające od 1 do 6 osób, wiele z nich działało krótko, a na ich miejsce pojawiały się nowe. Inną grupę stanowiły biura wywodzące się z funkcjonujących w latach wcześniejszych jako instytucje państwowe bądź spółdzielnie, które często po przekształceniach własnościowych stały się prywatnymi przedsiębiorstwami prowadzącymi działalność organizacyjną lub agencyjną. Biura podróży zlokalizowane były głównie w centrum miasta, a ponad połowa miała swoją siedzibę w dzielnicy Śródmieście (GRZELKA 1996). Dwanaście lat później, w 2006 r. w Centralnym Rejestrze Zezwoleń widniało 157 instytucji posiadających zezwolenie na sprzedaż usług turystycznych i to jest o 41 biur mniej niż w roku 1994, co może być wynikiem uporządkowania rynku usług turystycznych poprzez ustawę o usługach turystycznych z roku 1997, ustawę o swobodzie działalności gospodarczej, powołania Centralnej Ewidencji Organizatorów Turystyki i Pośredników Turystycznych (CEOTiPT) oraz wejścia Polski do Unii Europejskiej w 2004 r. Według dostępnych rejestrów w 2010 r. działało 206 biur podróży, a w chwili obecnej – tj. w 2015 r. – funkcjonuje ich w Łodzi 200. Biorąc pod uwagę czas powstania i/lub wpis do rejestru tych podmiotów gospodarczych obecnie działających w Łodzi – 5% powstało przed 1989 r., 19% w latach 1989–1998, 31% w okresie 1999–2008 r., 45% – 2009–2015 r. Najwięcej biur powołano w 2004 r. (26 biur), kiedy wprowadzono obowiązek wpisu do CEOTiPT. Najwięcej podmiotów ma też najmłodszą metrykę, tylko niewielka część najstarszych przetrwała do czasów obecnych, co oznacza dużą dynamikę zmian na rynku biur podróży w Łodzi (rys. 1).

Liczba biur podróży od jakiegoś czasu jest w miarę stabilna, oscyluje wokół 200, ale nie są to ciągle te same biura, albowiem – jak już wcześniej zaznaczono – w rejestrach poza biurami mającymi stałą pozycję istnieje grupa biur „rotujących” oraz nowo powstałych. W ciągu ostatnich pięciu lat pojawiło się wiele nowych nazw, a poza tym powstały salony firmowe touroperatorów oraz punkty obsługi klienta internetowych biur podróży.

Zmienia się także lokalizacja biur w Łodzi, które coraz chętniej lokują się w centrach handlowych i są to głównie salony firmowe wiodących biur podróży w Polsce (tab. 1). Spośród łódzkich organizatorów turystyki na szczególną uwagę zasługują: Biuro Podróży Rainbow Tours oraz Trade & Travel Company Konsorcjum Polskich Biur Podróży, które w ciągu ostatnich sześciu lat znalazły się na liście największych polskich touroperatorów (tab. 1).

Trade & Travel Company Konsorcjum Polskich Biur Podróży w Łodzi powstało w 1988 r. z czterech odrębnych podmiotów gospodarczych. Od roku 1993, po przekształceniach własnościowych i konsolidacji,

Tab. 1. Miejsce łódzkich organizatorów turystyki na liście największych polskich touroperatorów (na podstawie wyników finansowych w latach 2009–2014)

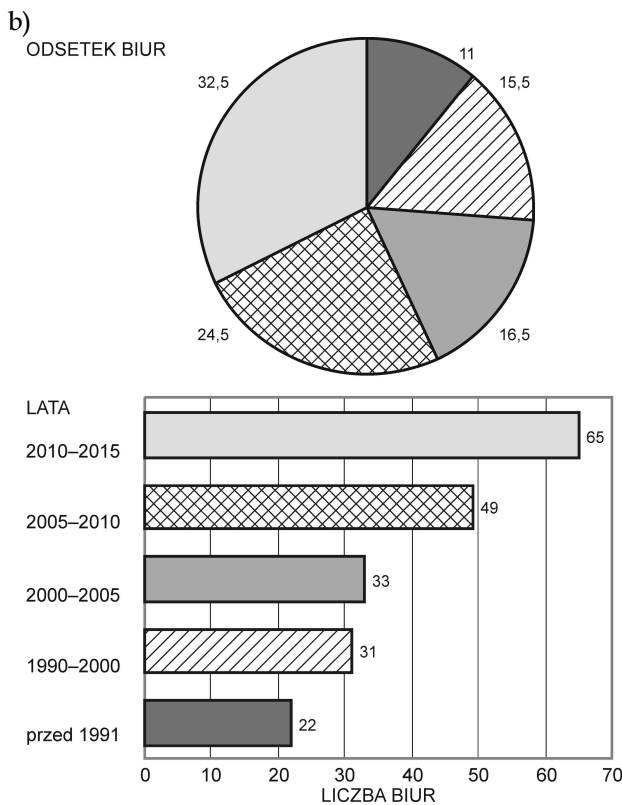
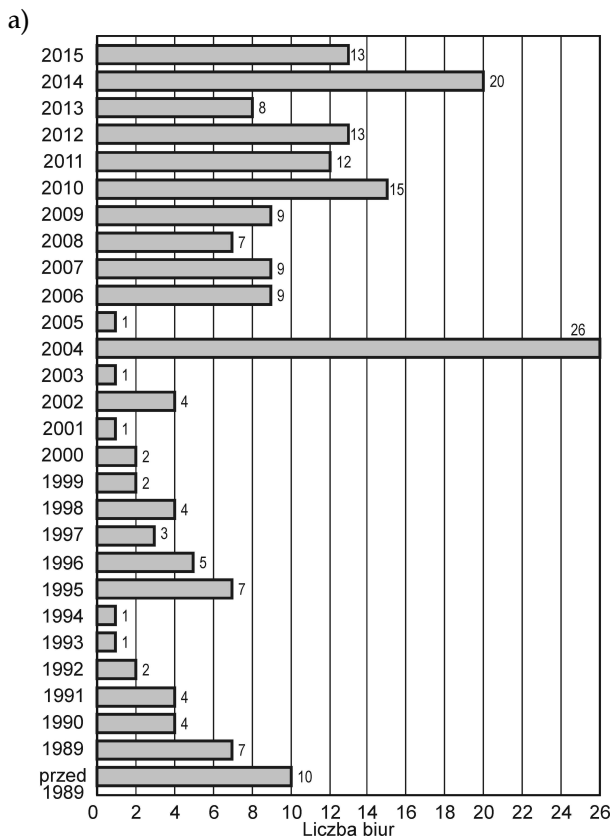
Miejsce w rankingu	Rok					
	2009	2010	2011	2012	2013	2014
1	Biuro Podróży „Itaka” sp. z o.o.	Biuro Podróży Itaka (forma prawna: Nowa Itaka Sp. z o.o.	Biuro Podróży Itaka (forma prawna: Nowa Itaka Sp. z o.o.	Nowa Itaka Sp. z o.o.	Nowa Itaka Sp. z o.o.	Nowa Itaka Sp. z o.o.
2	Triada SA	Triada SA	TUI Poland Sp. z o.o.	TUI Poland Sp. z o.o.	TUI Poland Sp. z o.o.	Rainbow Tours SA
3	TUI Poland Sp. z o.o.	TUI Poland Sp. z o.o.	Rainbow Tours SA	Rainbow Tours SA	Rainbow Tours SA	TUI Poland
4	Neckermann Polska Biuro Podróży Sp. z o.o.	Rainbow Tours SA	Neckermann Polska Biuro Pod-róży Sp. z o.o.	Wezyr Holidays Service Sp.z o.o.	Neckermann Polska Biuro Podróży Sp. z o.o.	Wezyr Holidays Service Sp.z o.o.
5	„Alfa Star” Biuro Podróży Izabela Strzylak, Sylwester Strzylak SJ	Neckermann Polska Biuro Podróży Sp. z o.o.	Alfa Star Biuro Podróży Izabela Strzylak, Sylwester Strzylak Sp. J.	Neckermann Polska Biuro Podróży Sp. z o.o.	Wezyr Holiday Service Sp. z o.o	Neckermann Polska Biuro Podróży Sp. z o.o.
6	Rainbow Tours SA	Alfa Star Biuro Podróży Izabela Strzylak, Sylwester Strzylak Sp. J.	Wezyr Holidays Service Sp. z o.o.	Sun & Fun Holidays Sp. z o.o.	Grecos Holiday Sp. z o.o.	Grecos Holiday Sp. z o.o.
7	Exim Tours Sp. z o.o.	Exim Tours Sp. z o.o.	Sky Club Sp. z o.o.	Alfa Star Biuro Podróży Izabela Strzylak, Sylwester Strzylak, spółka jawna	Sun & Fun Holidays Sp. z o.o.	Sun & Fun Holidays Sp. z o.o.
8	Sun & fun Holidays Sp. z o.o.	Wezyr Holidays service Sp. z o.o.	Sun & Fun Holiday Sp.z o.o.	Exim SA	Exim SA	Exim SA
9	PBP Orbis sp. z o.o.	Oasis Tours Sp.z o.o.	Ecco Holiday Sp.z o.o.	Grecos Holiday Spółka z o.o.	Alfa Star SA	Alfa Star SA
10	Ecco Holiday Sp. z o.o.	Sun&Fun Holidays Sp. z o.o.	Konsorcjum Polskich Biur Pod-róży - Trade & Travel Company Sp. z o.o.	Biuro Podróży i Turystyki Almatour	Biuro Podróży i Turystyki Almatour - Polska SA	Biuro Podróży i Turystyki Almatour - Polska SA

Źródło: opracowanie własne na podstawie: *Touroperatorzy. Ranking 2015* (2015), *Touroperatorzy. Raport 2014* (2014), *Touroperatorzy. Raport 2013* (2013), *Touroperatorzy. Raport 2012* (201), *Touroperatorzy. Raport 2011* (2011), *Touroperatorzy. Raport 2010* (2010).

funkcjonuje pod nazwą Trade & Travel Company Sp. z o.o. Konsorcjum Polskich Biur Podróży. Od lat jest jednym z najbardziej liczących się biur podróży w Polsce. W 2011 r. znalazło się w pierwszej dziesiątce biur pod względem obrotów. Główne kierunki wyjazdów proponowane przez Trade & Travel to USA, Izrael, Ameryka Południowa i Środkowa. Biuro Podróży Rainbow Tours Spółka Akcyjna jest nieco młodsze, powstało w 1990 r., a od kilku lat znajduje się w ścisłej czołówce największych polskich biur (tab. 1). W 2013 r. zajęło drugie miejsce pod względem osiągniętych zysków. Jako główne kierunki wyjazdów deklaruje Hiszpanię, Grecję, Turcję Chorwację, a jako nowości w 2015 r. – RPA i Mauritius. Rocznie obsługuje ponad ćwierć miliona turystów. Obydwa biura znajdują się przy najbardziej reprezentacyjnej ulicy

Łodzi – Piotrkowskiej oraz wprowadzają w życie coraz to nowe pomysły na udane wakacje. Prowadzą, w przypadku Rainbow Tours, sprzedaż poprzez 115 własnych punktów sprzedaży pod marką touroperatora i 30 oddziałów w sieci franczyzowej oraz poprzez sieć agentów (Rainbow Tours – 1362, a Trad & Travel Company – 69) (NOWACKA 2014).

Należy podkreślić, że w okresie powojennym, aż do 1997 r. w Polsce, nie było poza systemem politycznym szczególnych uwarunkowań formalnoprawnych odnoszących się do działalności biur podróży. Sytuację zmieniła *Ustawa o usługach turystycznych* z 1997 r., która podzieliła biura podróży ze względu na przedmiot działalności na organizatorów turystyki, pośredników i agentów turystycznych. Wprowadzony został także, w przypadku organizatorów i pośred-



Rys. 1. Rok powstania (a) i okres wpisu (b) biur podróży działających w Łodzi w 2015 r.

Źródło: opracowanie własne

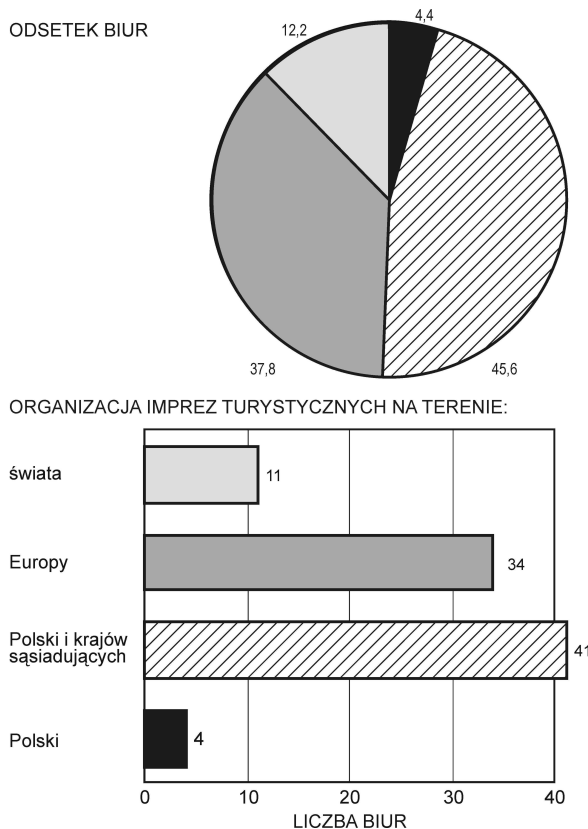
ników turystycznych, obowiązek uzyskania wpisu do centralnej ewidencji. Łódzkie biura należą do Polskiej Izby Turystyki, do Ogólnopolskiego Stowarzyszenia Agentów Turystyki, Polskiego Zrzeszenia Organizatorów Turystyki, Polskiej Izby Turystyki Młodzieżowej i wielu innych organizacji turystycznych. Właściciele niektórych łódzkich biur podróży brali udział w przygotowaniu Kodeksu dobrych praktyk wydanego na potrzeby organizacji turystyki szkolnej (KARWAT, JURA, WILK 2014).

3. RODZAJE BIUR PODRÓŻY W ŁODZI (PRZEDMIOT DZIAŁALNOŚCI, ZAKRES DZIAŁALNOŚCI, GWARANCJA FINANSOWA)

W Polsce funkcjonuje ponad 6 tys. biur podróży, w tym 3895 biur to organizatorzy/pośrednicy posiadający wpis do ewidencji (stan z 10.09.2015 r.). Nie jest możliwe podanie dokładnej liczby biur agencyjnych. Ogólnopolskie Stowarzyszenie Agentów Turystyki szacuje, że biur zajmujących się tylko i wyłącznie działalnością agencyjną jest około 2500, oczywiście nie licząc tych, które wykonują działalność agencyjną przy okazji bycia organizatorem. Obecnie w Łodzi funkcjonuje 200 biur podróży według dostępnych rejestrów Centralnej Ewidencji Organizatorów Turystyki i Pośredników Turystycznych, statystyk GUS, inwentaryzacji terenowej oraz weryfikacji internetowej i telefonicznej. Ze względu na przedmiot działalności w Łodzi wyróżnić można 110 (55,8%) agentów turystyki, do których poza ustawowymi agentami turystycznymi (83 biura) zaliczono salony firmowe, oddziały franczyzowe (25) oraz punkty obsługi klienta internetowych biur podróży (2), które nie są uwzględnione w statystykach GUS i ewidencji centralnej. Spośród tych 200 biur turystycznych 90 (44,2%) podmiotów to organizatorzy turystyki, w tym 77, posiadając jedną gwarancję finansową, zdecydowało się na wpis „organizator/pośrednik”, a tylko 13 biur ma wpis „organizator”. W ewidencji nie odnotowano biura o przedmiocie działalności wyłącznie pośrednictwa turystycznego. Często zdarza się, że jedno biuro organizuje imprezy turystyczne, ale jednocześnie pośredniczy na rzecz i w imieniu klienta jako pośrednik turystyczny oraz na rzecz i w imieniu organizatora jako agent turystyczny. Szczegółowe badania tych podmiotów gospodarczych znajdujących się przy ulicy Piotrkowskiej w 2012 r. wykazały, że w przypadku 43 biur objętych badaniem 39,5% prowadziło wyłącznie działalność agencyjną, 14,5% wyłącznie działalność touroperatorską, a 46% działalność zarówno organizatora, jak i agenta (ŚWIĘCICKA 2012), co oznacza że najwięcej jest

biur prowadzących działalność mieszaną. Na rynku omawianych podmiotów gospodarczych w Łodzi dominują biura agencyjne oferujące imprezy turystyczne często kilkudziesięciu znanych organizatorów turystyki w Polsce (tab. 1) lub funkcjonują pod marką jednego touroperatora, np. Nowa Itaka, Rainbow Tours, TUI Centrum Podróży, Neckermann, Gromada, Turysta, Sports Tourist, Harctur, PTTK i wielu innych.

Podział biur ze względu na zakres działalności odnosi się tylko do organizatorów/pośredników. Spośród 90 biur turystycznych najczęściej (45,6%), miało możliwość organizacji imprez turystycznych na terenie kraju i krajów sąsiadujących z Rzeczpospolitą Polską, 37,8% na obszarze Europy, 12,2% na świecie i tylko 4,4% na terenie kraju (rys. 2). To oznacza, że formalnie wszystkie biura (100%) mogą organizować wyjazdy w kraju, 95,5% biur na terenie Polski i krajów sąsiednich, 49,5% na obszarze pozostałych krajów europejskich i 12,2% w krajach pozaeuropejskich.

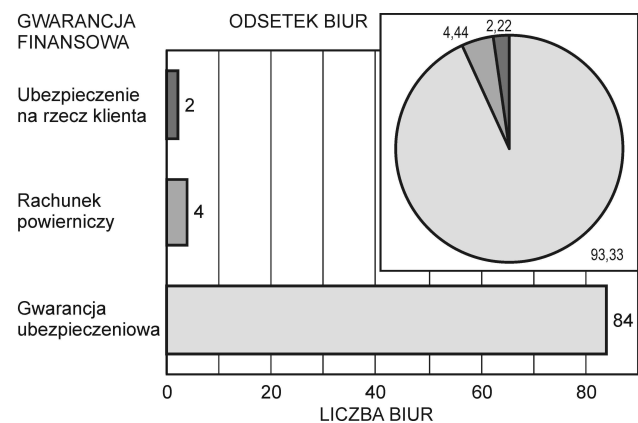


Rys. 2. Zakres działalności biur podróży w Łodzi w 2015 r.
Źródło: opracowanie własne

Od zakresu działalności (choć nie tylko) uzależniona jest wysokość gwarancji finansowej, którą muszą posiadać organizatorzy i pośrednicy turystyczni. Oprócz zakresu działalności ważna jest wysokość i termin pobieranej przedpłaty oraz rodzaj środka transportu. Dominującym typem zabezpieczenia finansowego w łódzkich biurach podróży jest gwarancja

ubezpieczeniowa, którą posiada aż 93,3% biur, co odzwierciedla ogólną tendencję zabezpieczeń finansowych biur podróży w Polsce.

Rachunek powierniczy jako zabezpieczenie finansowe zadeklarowało tylko 4,5% biur i ta forma jest możliwa tylko w przypadku organizacji imprez na terenie kraju. Najmniejszym zainteresowaniem cieszyło się ubezpieczenie na rzecz klienta, co zadeklarowało jedynie 2,2% biur (rys. 3). Poza wymienionymi formami zabezpieczeń istnieje jeszcze gwarancja bankowa, która nie została zadeklarowana przez łódzkie biura podróży (w skali Polski deklaruje ją niespełna 3% biur podróży). Zarówno zakres działalności, jak i konieczność posiadania zabezpieczenia finansowego nie odnosi się do biur agencyjnych, gdyż te sprzedają ofertę przygotowaną przez organizatora i nie ponoszą odpowiedzialności finansowej oraz prawnej za jej realizację.



Rys. 3. Biura podróży w Łodzi według rodzaju gwarancji finansowej w 2015 r.
Źródło: opracowanie własne

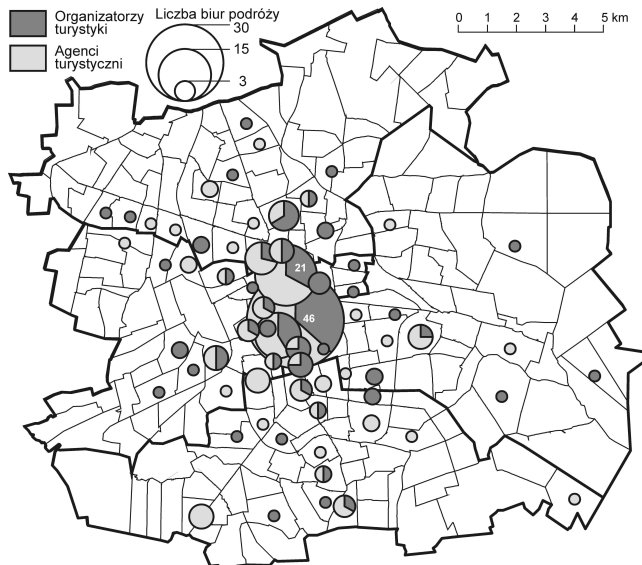
Z zakresu działalności łódzkich biur podróży wynika, że oferta obejmuje imprezy turystyczne organizowane na całym świecie. Oczywiście oferta ta jest bez wątpienia bardzo bogata i istnieje możliwość zorganizowania imprezy turystycznej w dowolnym zakątku ziemskiego globu, ale jej lektura pozwala zauważyć, że biura specjalizują się w wybranych kierunkach i różnych formach wyjazdów (*Polska. Touroperatorzy...* 2015). Ze względu na specjalizację i charakter prowadzonej działalności tourooperatorskiej można organizatorów podzielić na następujące grupy: sprzedających typowe pakiety wypoczynkowe (produkt masowy, wyjazdy głównie pobytowe, klient wrażliwy na cenę, popyt elastyczny, niskie marże, bardzo ważne są działania marketingowe w mediach), sprzedających wycieczki objazdowe (często są to kierunki egzotyczne obejmujące odległe państwa, klienci są mniej wrażliwi na cenę, a bardziej na jakość oferty, możliwe wyższe marże, większy zysk jednostkowy), sprzedających pakiety wypoczynkowe i wycieczki objazdowe (typ mie-

szany, różne grupy docelowe, trudny marketing, większa dywersyfikacja działalności, mniejsze ryzyko niż w przypadku organizacji imprez pobytowych), sprzedające ofertę specjalistyczną (klienci mniej wrażliwi na cenę, bardziej na jakość oferty zapewniającej odpowiedni obszar do realizacji różnych form turystyki kwalifikowanej, sprzęt, instruktorów, informacje o potrzebnych kwalifikacjach i wymaganiach itp.), organizujące wyjazdy typu *incentive* (wysokie marże oraz zyski w przeliczeniu na jednego klienta, działalność ukierunkowana na niszowe segmenty, klient bardzo wymagający, oczekujący wielu atrakcji), sprzedających wyjazdy z dojazdem własnym (niskie ryzyko działalności, dobre wyniki finansowe). Ten krótki przegląd nie wyczerpuje pełnego zakresu usług świadczonych w biurach, a jedynie daje pogląd jak duża jest to różnorodność.

4. ROZMIESZCZENIE BIUR PODRÓŻY W ŁODZI

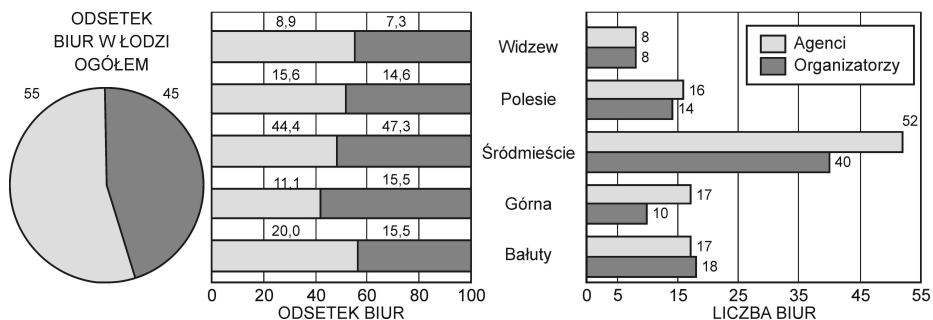
Rozmieszczenie biur podróży w Łodzi jest nierównomierne. Najwięcej biur zlokalizowanych jest w dzielnicy Śródmieście (46%), następnie w północnej dzielnicy Bałuty (17,53%), zachodniej dzielnicy Polesie (15%), południowej dzielnicy Górna (13,5%) i najmniej we wschodniej dzielnicy Widzew (8%). Biura podróży w Łodzi bardziej koncentrują się na linii północ-południe niż wschód-zachód. W dzielnicy śródmiejskiej, Polesie i Górna mamy przewagę biur agencyjnych nad organizatorami/pośrednikami, na Widzewie jest równowaga rodzajów działalności, natomiast w dzielnicy Bałuty nieznacznie dominują biura organizatorzy/pośrednicy (rys. 4, 5). Rozmieszczenie tych podmiotów gospodarczych w Łodzi w 2015 r. wykazuje większe rozproszenie biur w przestrzeni miasta niż w 1994 i 2010 r. (GRZELKA 1996, LATOSIŃSKA 2011), na co niewątpliwie ma wpływ rosnąca koncentracja biur podróży w rozwijających się centrach handlowych, ta-

kich jak Galeria Łódzka, Manufaktura, Pasaż Łódzki, Port Łódź, Sukcesja, Centrum Handlowe M1 i wielu innych centrach, np. Carrefour, Guliwer, Tesco, Tulipan, E. Leklerc oraz przy szlakach handlowych, przy których te centra się znajdują (ROCHMIŃSKA 2013).

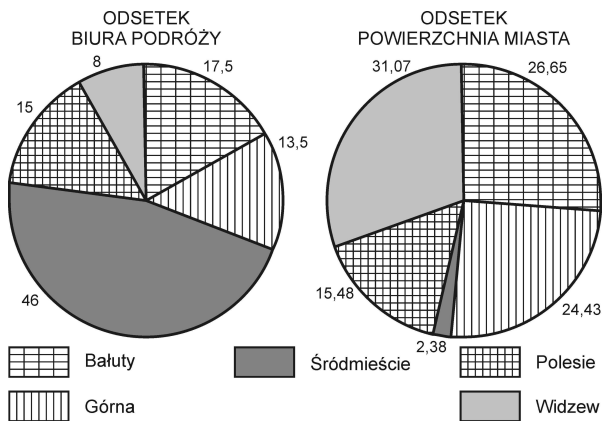


Rys. 5. Struktura ze względu na przedmiot działalności i rozmieszczenie biur podróży w Łodzi w 2015 r.
Źródło: opracowanie własne

Biorąc pod uwagę liczbę biur w poszczególnych dzielnicach oraz powierzchnię dzielnic obserwujemy następującą zależność: dzielnica Śródmieście zajmuje jedynie 2,4% powierzchni Łodzi, a koncentruje ponad 46% biur podróży, dlatego gęstość biur w tej dzielnicy jest największa. Z kolei największą powierzchnię zajmuje dzielnica Widzew (31%), a skupia niecałe 8% biur podróży, stąd ich gęstość w tej dzielnicy jest najmniejsza. Dzielnice Górna i Bałuty zajmują podobne odsetki powierzchni Łodzi (24,4% i 26,6%), ale Bałuty koncentrują więcej biur (17,5%) niż Górna (13,5%). Najbardziej zbliżony udział powierzchni (15,4%) i biur (15%) wykazuje dzielnica Polesie (rys. 6, 7).



Rys. 4. Struktura biur podróży ze względu na przedmiot działalności w poszczególnych dzielnicach Łodzi w 2015 r.
Źródło: opracowanie własne



Rys. 6. Udział biur podróży w poszczególnych dzielnicach a powierzchnia Łodzi w 2015 r.

Źródło: opracowanie własne



Rys. 7. Gęstość biur podróży w Łodzi według obrębów i dzielnic w 2015 r.

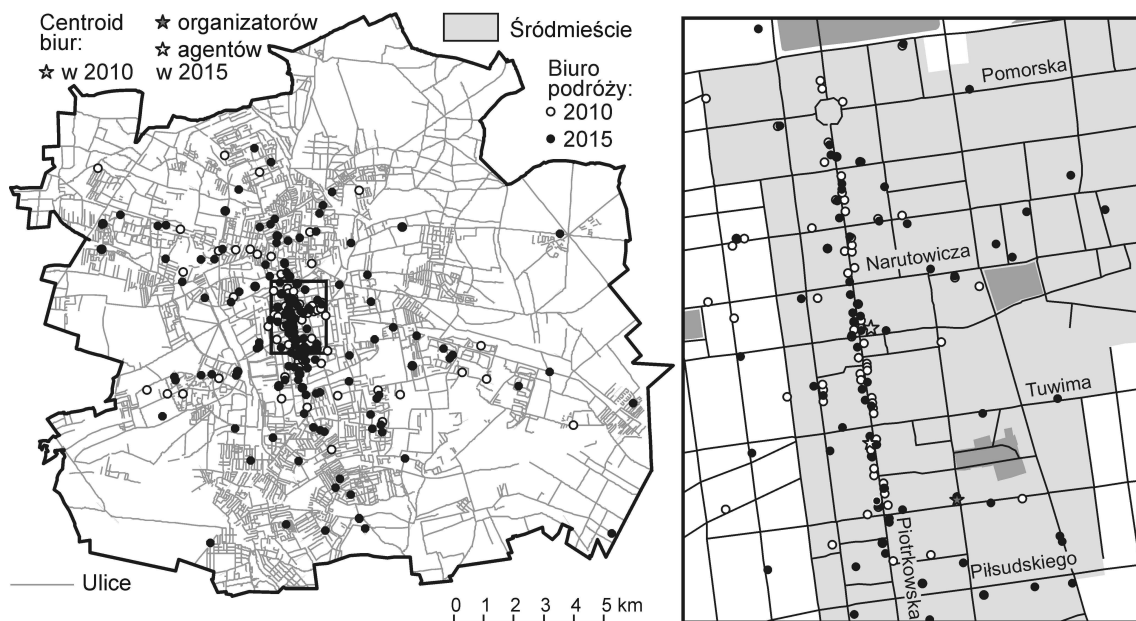
Źródło: opracowanie własne

Jak już wcześniej wspomniano, rozmieszczenie biur w Łodzi jest bardzo nierównomierne. Te podmioty gospodarcze zlokalizowane są przy 108 łódzkich ulicach, a więc na jedną ulicę, przy której zlokalizowane są biura, przypada 1,8 biuro. Zdecydowanie najczęściej, 48 (23,8%) biur podróży, zlokalizowanych jest przy śródmiejskiej ulicy Piotrkowskiej. Ich ponad połowa (28) zlokalizowanych przy tej ulicy to biura agencyjne, w tym cztery salony firmowe, m.in. największego polskiego touroperatora Biura Podróży Itaka. Pozostałe 20 stanowią organizatorzy/pośrednicy mający możliwość organizowania imprez turystycznych na terenie krajów europejskich w 12 przypadkach, w pięciu na całym świecie i w trzech na terenie kraju i państw sąsiadujących z RP. Wszyscy organizatorzy

pośrednicy z lokalizacją przy ulicy Piotrkowskiej mają zabezpieczenie finansowe w postaci gwarancji ubezpieczeniowej. Przy tej ulicy swoją siedzibę mają najstarsze biura, takie jak Almatour, Turysta, Harctur, Logos Tour, Trade & Travel, Grand Tour, Orbital, Wilejka, najwięksi łódzcy touroperatorzy – Rainbow Tours i Trade & Travel Company Konsorcjum Polskich Biur Podróży, a do niedawna najstarsze biuro w Polsce – Gromada. W ostatnim czasie ulica Piotrkowska była remontowana, co zapewne dodało jej blasku, ale podniosło czynsz i podczas prac skutecznie utrudniało dojście do biur przy niej zlokalizowanych. Biorąc pod uwagę rozmieszczenie biur wyraźnie zaznacza się dominacja reprezentacyjnej części ulicy Piotrkowskiej na odcinku od placu Wolności do alei J. Piłsudskiego, gdzie biura podróży mają często lokalizację w podwórku, a tylko 15 ma siedzibę od frontu. Biura znajdujące się poza częścią reprezentacyjną mają lokalizację frontową (ŚWIĘCICKA 2012). Pod niektórymi numerami zlokalizowane są po dwa, a nawet trzy biura.

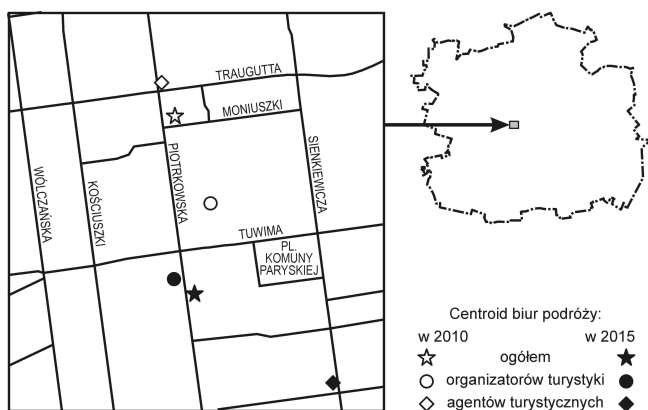
Przy alei J. Piłsudskiego zlokalizowanych jest siedem biur. Jest to główna arteria komunikacyjna miasta wiodąca z zachodu na wschód, przy której zlokalizowana jest Galeria Łódzka. Przy alei Kościuszki, równoległej do ulicy Piotrkowskiej, funkcjonuje sześć biur podróży, po cztery biura znajdują się przy ulicy Karaskiego (w Manufakturze), Narutowicza, Pabianickiej (w Porcie Łódź) i Sienkiewicza. Są to ulice śródmiejskie, równoległe lub dochodzące do ulicy Piotrkowskiej lub ulice, przy których zlokalizowane zostały centra handlowe. Po trzy biura odnotowano przy ulicach Zgierskiej i Kolumny, po dwa przy Babickiego, Brzezińskiej w Centrum Handlowym M1, Gdańskiej, Grota Roweckiego, Jaracza, Julianowskiej, Karolewskiej, Kilińskiego, Milionowej, Pojezierskiej, Pomorskiej, Senatorskiej, Stefana, Tuwima, Żeromskiego, Żubardzkiej (rys. 8). Na wymienionych 25 ulic przypada 117 biur podróży, co oznacza, że na jedną ulicę z tej grupy przypadają średnio 4,5 biura. Pozostałe 83 biura znajdują się po jednym przy jednej z 83 ulic.

Na podstawie rozmieszczenia biur podróży w Łodzi można powiedzieć, że obszarem uprzywilejowanym nadal pozostaje centrum miasta, a najbardziej pożądaną lokalizacją ulica Piotrkowska, z usytuowaniem biura od frontu, ale siła tego centrum słabnie ze względu na bardziej peryferyjną lokalizację centrów handlowych, w których powstają salony firmowe największych touroperatorów. Poza tym wzrasta znaczenie alei Piłsudskiego, nie tylko ze względu na Galerię Łódzką, ale z uwagi na położenie i zaplecze parkingowe. W tym przypadku biura podróży podążają za dziennym przepływem klientów i dlatego albo zmieniają lokalizację, albo otwierają kolejne salony firmowe.



Rys. 8. Rozmieszczenie biur podróży w Łodzi według ulic w 2015 r.

Źródło: opracowanie własne



Rys. 9. Centroid biur podróży na terenie Łodzi w 2010 i 2015 r.

Źródło: opracowanie własne

Takie spostrzeżenia potwierdza „wędrówka” centroidu (rys. 9), który zmienił swoje położenie w ciągu ostatnich pięciu lat. W 2010 r. dla ogółu biur podróży znajdował się u zbiegu ulic Piotrkowskiej/Moniuszki, a obecnie został wyznaczony na rogu ulic Sienkiewicza/Piłsudskiego, czyli przesunął się w kierunku południowo-wschodnim. Podobną lokalizację posiada centroid wyznaczony dla organizatorów turystyki, który pięć lat wcześniej znajdował się nieopodal ulic Piotrkowska/Tuwima. W przypadku agentów turystyki centroid przesunął się na południe od zbiegu Piotrkowskiej/Traugutta na ulicę Piotrkowską, nieco na południe od Tuwima.

5. ZAKOŃCZENIE

Biorąc pod uwagę czynniki zewnętrzne i wewnętrzne warunkujące rozwój biur podróży w Łodzi, zaakcentowane we wstępie, należy podkreślić, że ze statystycznego punktu widzenia liczba biur podróży w ciągu ostatnich lat jest stała i wynosi około 200. O ile liczbę organizatorów turystyki i pośredników turystycznych należy uznać za wiarygodną, o tyle liczba agentów nie do końca jest precyzyjna. Tak więc badania nad rozmieszczeniem biur podróży wymagają inwentaryzacji terenowej i monitoringu, gdyż w ciągu ostatnich lat obserwuje się dużą rotację biur w przestrzeni miasta. Generalnie zmiany dotyczące biur podróży w Łodzi można podzielić na funkcjonalne i organizacyjne oraz lokalizacyjne.

Analiza wykazała istnienie na terenie Łodzi biur zajmujących się organizacją imprez turystycznych oraz pośrednictwem na rzecz klienta i organizatora turystyki i jest to sytuacja zgodna z ustawą o usługach turystycznych. Jeżeli chodzi o zakres działalności, to formalnie najwięcej biur posiada możliwość organizacji imprez na terenie kraju, ale *de facto* częściej oferują zagraniczną turystykę wyjazdową niż krajową. Według badań Instytutu Turystyki, w latach 2004–2014 biura podróży biorą najmniejszy udział w organizacji i pośrednictwie wyjazdów krótkoterminowych w kraju, większy w przypadku wyjazdów długoterminowych i największy jeśli chodzi o wyjazdy organizowane dla szkół, zakładów pracy, stowarzyszeń. Instytut Turystyki w Warszawie podaje, że „91,6% podróży po

kraju w 2014 r. było zorganizowanych samodzielnie, 7,1% całkowicie lub częściowo przez zakład pracy lub inną instytucję, a jedynie 1,4% było zorganizowanych za pośrednictwem biur podróży” (s. 14). W przypadku organizacji turystyki zagranicznej od 2011 r. udział biur podróży rośnie i w 2014 r. wynosił 23,2% (*Polska. Wybrane wskaźniki...* 2015). Należy przypuszczać, że działalność łódzkich biur podróży wpisuje się w te tendencje ich funkcjonowania w Polsce. Pozytywnym trendem jest stały wzrost liczby wyjazdów zagranicznych Polaków, kształtujący się na poziomie ponad 50 mln przekroczeń granicy rocznie.

Obszarem koncentracji przestrzennej biur w Łodzi pozostaje dzielnica śródmiejska, ale w ciągu ostatnich lat te podmioty gospodarcze coraz częściej pojawiają się w centrach handlowych, co potwierdza lokalizacja biur w Galerii Łódzkiej, która funkcjonuje od 2002 r., Manufakturze (od 2006), Porcie Łódzkim (2010) (ROCHMIŃSKA 2013) czy Sukcesji (2015). Centra handlowe to miejsca, które generują duży przepływ dzienny klientów i wychodząc temu naprzeciw biura podróży lokują się w tych centrach, stwarzając tym samym wygodną możliwość zakupu usług turystycznych (w Łodzi 10% biur posiada właśnie taką lokalizację i są to najczęściej salony firmowe największych touroperatorów działających w Polsce).

Rozpatrując działalność biur podróży w Łodzi w kontekście ogólnego poziomu rozwoju gospodarczego kraju i notowanego ciągłego jego wzrostu, rynek biur podróży w Łodzi można by uznać za bezpieczny. W Łodzi, podobnie jak w całym kraju, rozpoczęto wiele inwestycji, które stwarzają nowe możliwości zatrudnienia i zarobkowania. Optymizmem napawa fakt, że poziom bezrobocia w Polsce wynosi poniżej 10% i wzrasta PKB, co ma bezpośrednie przełożenie na realizację podróży turystycznych i rzeczywisty popyt turystyczny. Pewnym zagrożeniem dla istnienia biur podróży w Łodzi może być ciągle malejący potencjał demograficzny trzeciego pod względem liczby ludności miasta w Polsce, jak również coraz większa skłonność młodego pokolenia do samodzielnego organizowania podróży i zakupów przez wszechobecny we wszystkich dziedzinach życia Internet. Jak już wspomniano, liczba biur podróży utrzymuje się jeszcze na stałym poziomie, ale można przypuszczać, że odbywa się to kosztem dochodów/zysków dużej liczby biur turystycznych, które maleją i pozostaje tylko pytanie o granicę rentowności tych instytucji, poniżej której działalność przestaje się opłacać. Społeczeństwo łódzkie wykazuje duże zainteresowanie ofertą *first* i *last minute*, czyli po cenie promocyjnej, co generuje niższe zyski dla biur.

Jednak chyba największego zagrożenia dla rynku biur podróży należy upatrywać w przekształceniach, jakie dokonują się w branży turystycznej. Dyskusja pomiędzy przedstawicielami touroperatorów i agen-

tów turystycznych Ogólnopolskiego Forum Agentów Biur Podróży odbywającego się od czterech lat w Warszawie wykazała, że zmieniają się warunki współpracy pomiędzy biurami podróży, a w szczególności pomiędzy organizatorami i agentami. Od kilku lat niektórzy organizatorzy wprowadzają normy sprzedaży warunkujące podpisanie umowy agencyjnej i tym samym eliminują sprzedaż oferty innych organizatorów. Touroperatorzy otwierają w dużych miastach, w dobrych lokalizacjach, coraz więcej salonów firmowych, co może eliminować (eliminuje) z rynku agentów turystycznych. Wzrasta sprzedaż bezpośrednia touroperatorów poprzez e-mailing lub system *call center* poprzez oferowane zniżki, rabaty, promocje przy bezpośrednim zakupie u organizatora. Z kolei zagrożeniem dla działalności tourooperatorskiej jest bezpośrednia sprzedaż pobytów przez usługodawców, tzn. obiekty noclegowe, przedsiębiorstwa transportowe, szczególnie linie lotnicze, które oferują tanie podróże/przeloty do najczęściej odwiedzanych miast Europy. To tylko niektóre z działań obserwowanych na rynku usług turystycznych w Polsce, które mogą przyczynić się w najbliższym czasie do weryfikacji funkcjonowania biur turystycznych. Wzorem innych krajów europejskich biura czeka konsolidacja, duża specjalizacja, zmiany w zakresie dystrybucji, dynamiczne pakietowanie i ciągle poszukiwanie segmentów niszowych. Pewną nadzieją na stabilizację rynku turystycznego i jednocześnie bodźcem do działania może być zapowiadana nowa ustawa o usługach turystycznych, która zapewne uwzględni procesy obecnie zachodzące na rynku usług turystycznych, w tym funkcjonowanie biur podróży.

PRZYPIS

¹ Organizator turystyki to przedsiębiorca organizujący imprezę turystyczną. Pośrednik turystyczny to przedsiębiorca, którego działalność polega na wykonywaniu na zlecenie klienta czynności faktycznych i prawnych związanych z zawieraniem umów o świadczenie usług turystycznych. Agent turystyczny to przedsiębiorca, którego działalność polega na stałym pośredniczeniu w zawieraniu umów o świadczenie usług turystycznych na rzecz organizatorów turystyki mających zezwolenia w kraju lub na rzecz innych usługodawców (*Ustawa o usługach turystycznych* z 29 sierpnia 1997 r.).

BIBLIOGRAFIA

- GRZELKA D., 1996, *Lokalizacja biur podróży na terenie Łodzi*, „Turyzm”, 6, 1, s. 5-29.
- KACHNIEWSKA M., NAWROCKA E., NIEZGODA A., PAWLICZ A., 2012, *Rynek turystyczny. Ekonomiczne zagadnienia turystyki*, Oficyna, Warszawa.
- KACZMAREK J., LISZEWSKI S., WŁODARCZYK B., 2006, *Strategia rozwoju turystyki w Łodzi*, Łódzkie Towarzystwo Naukowe, Łódź.

- KARWAT M., JURA D., WILK K., 2014, *Kodeks dobrych praktyk przy organizacji turystyki szkolnej. Poradnik dla dyrektorów placówek oświatowych, biur podróży oraz rodziców*, wyd. II poprawione, Łódź.
- KONIECZNA-DOMAŃSKA A., 2008, *Biura podróży na rynku turystycznym*, PWN, Warszawa.
- LATOSIŃSKA J., 2006, *Pośrednictwo*, [w:] B. Meyer (red.), *Obsługa ruchu turystycznego*, PWN, Warszawa, s. 84-94.
- LATOSIŃSKA J., 2011, *Biura podróży w środowisku wielkomiejskim. Przykład Łodzi*, [w:] B. Włodarczyk (red.), *Turystyka. Księga jubileuszowa w 70. rocznicę urodzin Profesora Stanisława Liszewskiego*, Wyd. Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź, s. 297-315.
- NOWACKA M., 2014, *Oferta turystyczna łódzkich touroperatorów*, mps pracy magisterskiej pod kier. prof. A. Matczaka w Instytucie Geografii Miast i Turyzmu UŁ, Łódź.
- PANASIUK A., 2014, *Rynek turystyczny. Studium strukturalne*, Difin, Warszawa.
- Polska. Touroperatorzy. *Ranking 2015, Analiza danych*, 2015, Raport „Wiadomości Turystycznych”, Ranking. Touroperatorzy, czerwiec, s. 15-18.
- Polska. *Wybrane wskaźniki charakteryzujące rynek*, 2015, Raport „Wiadomości Turystycznych”, Ranking, Touroperatorzy, czerwiec, s. 12-14.
- ROCHMIŃSKA A., 2013, *Atrakcyjność łódzkich centrów handlowych oraz zachowania nabywcze i przestrzenne ich klientów*, Wyd. Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź.
- ŚWIĘCICKA M., 2012, *Monografia Konsorcjum Polskich Biur Podróży Trade and Travel Company Spółka z o.o. w Łodzi*, mps pracy licencjackiej pod kier. dr J. Latosińskiej w Instytucie Geografii Miast i Turyzmu UŁ, Łódź.
- Ustawa o usługach turystycznych z 29 sierpnia 1997 r. i rozporządzenia wykonawcze do niej*, 2006, Ministerstwo Gospodarki, Departament Turystyki, Warszawa.
- Raport „Wiadomości Turystycznych”, Touroperatorzy, 2010, 16 czerwca.
- Raport „Wiadomości Turystycznych”, Touroperatorzy, 2011, 16 czerwca.
- Raport „Wiadomości Turystycznych”, Touroperatorzy, 2012, 16 czerwca.
- Raport „Wiadomości Turystycznych”, Touroperatorzy, 2013, 16 czerwca.
- Raport „Wiadomości Turystycznych”, Touroperatorzy, 2014, 16 czerwca.
- Raport „Wiadomości Turystycznych”, Ranking. Touroperatorzy, 2015, czerwiec.
- www.turystyka.gov.pl/CRZ.

Artykuł wpłynął do redakcji:
22 października 2015 r..