

**AKADEMIA WYCHOWANIA FIZYCZNEGO
IM. BRONISŁAWA CZECHA W KRAKOWIE**

MONOGRAFIE NR 26

MAŁGORZATA KRYCZKA

**KONSUMPCJA USŁUG
TURYSTYCZNYCH W POLSCE**



KRAKÓW 2014

KOLEGIUM REDAKCYJNE

Przewodniczący: Andrzej Klimek

Członkowie: Wiesław Alejziak, Jerzy Cempla, Anna Marchewka,
Marek Pieniążek, Zbigniew Szyguła, Ryszard Winiarski,
Halina Zdebska

Sekretarz naukowy Redakcji: Edward Mleczeko

Adres Redakcji: al. Jana Pawła II 78, 31-571 Kraków

Recenzenci: Dr hab. prof. SGH Małgorzata Bombol
Dr hab. prof. nadzw. Jan Szumilak

Adiustacja stylistyczna i korekta: Michał Stachowski

ISBN 978-83-62891-38-1

ISSN 2082-7202

© Copyright by University School of Physical Education, Cracow, Poland

Projekt okładki: Zdzisław J. Przybyło

Opracowanie typograficzne i DTP: Zdzisław J. Przybyło

Druk: Alnus sp. z o.o., ul. Cechowa 51, 30-614 Kraków. Nakład 100 egz.

Spis treści

Wstęp	5
1. Konsumpcja usług turystycznych i jej funkcje	11
1.1. Charakterystyka usług turystycznych i ich rola w zaspokajaniu potrzeb	11
1.2. Istota konsumpcji usług turystycznych i jej uwarunkowania	24
1.3. Modele decyzyjne konsumentów na rynku usług turystycznych	42
2. Metodologia badań konsumpcji usług turystycznych	55
2.1. Konsumpcja usług turystycznych jako przedmiot badań	55
2.2. Źródła danych o konsumpcji usług turystycznych w Polsce	58
2.3. Mierniki i wskaźniki konsumpcji usług turystycznych	67
3. Zapotrzebowanie Polaków na usługi turystyczne – analiza zmian długo- okresowych	73
3.1. Aktywność turystyczna polskiego społeczeństwa jako czynnik zapo- trzebowania na usługi turystyczne	73
3.2. Dynamika zmian zapotrzebowania na usługi transportowe i noclegowe	84
3.3. Długookresowe zmiany w wydatkach na podróże i usługi turystyczne	97
3.4. Subiektywna ocena zaspokojenia potrzeb wypoczynku wobec zmian w stanie zamożności społeczeństwa	103
4. Konsumpcja usług turystycznych w świetle dochodów gospodarstw do- mowych	117
4.1. Aktywność turystyczna i cele wyjazdów a zróżnicowanie dochodów gospodarstw domowych	125
4.2. Wpływ wielkości osiągniętych dochodów w gospodarstwie do- mowym na wydatki na wyjazdy turystyczne	138
4.3. Dochody gospodarstw domowych a formy wyjazdów turystycznych i sposoby podróżowania	148
5. Uczestnictwo w turystyce w świetle jakości życia gospodarstw do- mowych – wybrane zagadnienia	173

5.1. Spożytkowanie czasu wolnego na turystykę na tle różnic w zamożności gospodarstw domowych	173
5.2. Transfery jako finansowe wsparcie uczestnictwa w wyjazdach turystycznych	178
5.3. Materialne i pozamaterialne przyczyny braku uczestnictwa w turystyce	189
Podsumowanie	199
Bibliografia	205
Wykaz tabel i rysunków	217
Aneks	225

Wstęp

Termin konsumpcja (łac. *consumptio*) oznacza spożycie lub zużycie rozmaitych dóbr i usług w celu zaspokojenia potrzeb¹. Konsumpcja jest zatem najbardziej powszechną czynnością ludzką, a jej poziom i struktura związane są bezpośrednio z poziomem rozwoju gospodarczego i społecznego kraju. Ranga poszczególnych dziedzin spożycia w ogólnym modelu konsumpcji świadczy o skali zaspokojenia potrzeb ludności oraz o stopniu zaawansowania procesów rozwoju lub zacofania gospodarczego i społecznego kraju (Babińska 1990, 18). Wielkość konsumpcji jest zatem podstawowym czynnikiem określającym poziom dobrobytu społecznego, a także ważnym elementem odzwierciedlającym kondycję i warunki życia społeczeństwa.

Jednym ze skutków ogólnego rozwoju społeczno-gospodarczego na świecie jest dynamiczny rozwój turystyki, a tym samym konsumpcji turystycznej. W bogatych społeczeństwach uczestnictwo w turystyce stało się istotną formą spędzania wolnego czasu i wreszcie integralnym składnikiem stylu życia.

W Polsce, w przeciwieństwie do wysoko rozwiniętych krajów Europy Zachodniej, warunki sprzyjające rozwojowi turystyki pojawiły się dopiero wraz z wprowadzeniem głębokich przemian społeczno-politycznych i gospodarczych, które rozpoczęto w 1989 roku. Wprowadzenie zasad funkcjonujących w gospodarce rynkowej spowodowało, że zaistniały nowe perspektywy dla rozwoju usług turystycznych. Przekształcenia systemowe, dokonujące się w skali makro, miały decydujący wpływ na sytuację ekonomiczną gospodarstw domowych i kształtowanie zachowań konsumenckich. Zmieniły się również potrzeby konsumpcyjne ludności, zwiększyła się ich różnorodność oraz intensywność odczuwania. Znaczący wpływ na kierunki rozwoju turystyki oraz kształtowanie się konsumpcji turystycznej wywarła też integracja europejska oraz postępująca globalizacja rynku światowego.

W konsekwencji dynamicznego rozwoju gospodarki i wzrostu zamożności społeczeństwa zmienił się sposób gospodarowania dochodami oraz poziom i struktura wydatków. Zarówno dochody, jak i wydatki ponoszone na turystykę zasługują na szczególną uwagę, gdyż odzwierciedlają one zmiany, jakie zaszły w ostatnich latach

¹ Pojęcia „konsumpcja” i „spożycie” są synonimami i będą używane zamiennie.

w gospodarce polskiej w skali makroekonomicznej oraz na poziomie mikroekonomicznym. Jednocześnie wydatki na usługi turystyczne przyczyniają się do rozwoju gospodarki przez wkład w tworzenie produktu krajowego brutto oraz wpływ na wzrost zatrudnienia (Chenguang Wu, Li, Song 2012, 667). W związku z powyższym pojawia się pytanie o wielkość i siłę oddziaływania czynników ekonomicznych na poziom i strukturę konsumpcji usług turystycznych we współczesnej Polsce. Pytanie to implikuje kolejny problem: czy w wyniku wieloletnich, gruntownych przemian, jakie zaszły w gospodarce polskiej, nastąpił faktyczny wzrost konsumpcji w zakresie turystyki, w efekcie czego zmieniła się jakość życia polskiego społeczeństwa?

Ponieważ aktualnie dostępna literatura nie jest dość rozbudowana o przekrojowe analizy dotyczące kształtowania się konsumpcji usług turystycznych w Polsce, a także brakuje kompleksowych badań dotyczących wpływu uwarunkowań ekonomicznych na wielkość i strukturę tej konsumpcji, postanowiono przyjrzeć się właśnie temu zagadnieniu. Badanie zjawisk i procesów zachodzących w turystyce, zwłaszcza w konsumpcji usług turystycznych, staje się konieczne. Analizy długookresowych zmian w wielkości i strukturze konsumpcji usług turystycznych społeczeństwa polskiego pozwolą zapewne na wyciągnięcie interesujących wniosków. Te z kolei mogą być pomocne w prowadzeniu skutecznej polityki turystycznej oraz funkcjonowaniu wielu podmiotów gospodarczych działających na rynku turystycznym, dlatego tym bardziej zasadne stało się podjęcie tego tematu.

Celem pracy jest pogłębienie wiedzy Czytelnika z zakresu długookresowego kształtowania się konsumpcji usług turystycznych w Polsce, ze szczególnym wskazaniem współzależności między poziomem i strukturą tej konsumpcji a determinującymi ją czynnikami ekonomicznymi.

W zasadniczej części rozważań podmiotem analizy jest gospodarstwo domowe jako podstawowa jednostka konsumująca, należąca do zbioru „gospodarstwa domowe”. W gospodarstwie domowym kształtują się bowiem potrzeby turystyczne oraz podejmowane są wszelkie decyzje dotyczące konsumpcji w ramach posiadanych środków. Pod pojęciem „gospodarstwa domowego” rozumiemy – zgodnie z terminologią Głównego Urzędu Statystycznego – zespół osób spokrewnionych ze sobą lub niespokrewnionych, mieszkających razem i wspólnie utrzymujących się, lub osoba utrzymująca się samodzielnie, bez względu na to, czy mieszka sama, czy też z innymi osobami (Budżety 2008, 13). Zgodnie z głównym kryterium, za które uznano poziom uzyskiwanych dochodów, w niniejszej pracy wyodrębniono grupy kwintylowe gospodarstw domowych.

Przedmiotem analizy jest konsumpcja usług turystycznych, rozpatrywana jako strumień wydatków przeznaczonych na zakup tych usług w celu zaspokojenia potrzeb uczestników turystyki. Należy wskazać, że pojęciem szerszym jest konsumpcja turystyczna, gdzie za wydatki uznaje się całkowitą wartość dóbr i usług użytych w celu bezpośredniego zaspokojenia potrzeb odwiedzających (Terminologia turystyczna 1995, 21).

Wydatki turystyczne stanowią zatem podstawowy miernik wartościowy rozpatrywanej konsumpcji. Za główny wskaźnik ilościowy uznano natomiast aktywność turystyczną, która jest określana poziomem uczestnictwa oraz średnią liczbą wyjazdów na osobę w ciągu roku, czyli częstotliwością wyjazdów. Wyjaśnijmy, iż terminem „aktywność turystyczna” określamy szereg działań podejmowanych w związku z wyjazdem w celach turystycznych². Są to zatem działania, do których dochodzi przed, w trakcie i po wyjeździe turystycznym. Należy tu zaznaczyć, że aktywność turystyczna jest pojęciem szerszym od uczestnictwa w turystyce. Uczestnictwo zawiera się mianowicie w aktywności turystycznej, stanowiąc jej drugi etap, czyli działania podejmowane podczas wyjazdu turystycznego.

Za wydatki turystyczne uznano całkowite wydatki konsumpcyjne, poniesione przez odwiedzającego lub na jego rzecz w związku z wyjazdem. Są to wydatki na pokrycie kosztów podróży, podczas jej trwania oraz podczas pobytu w miejscu docelowym, a także pozostające w związku z tą podróżą. Wydatki turystyczne ponoszone są zatem etapowo, podobnie jak rozpatrywana jest aktywność turystyczna.

Zgodnie z tematem niniejszej pracy podjęto ilościową i jakościową analizę zjawisk i tendencji zachodzących w sferze konsumpcji usług turystycznych, rozważanej w obszarze turystyki krajowej i wyjazdowej³ społeczeństwa polskiego w okresie dwudziestu lat funkcjonowania gospodarki rynkowej. Z punktu widzenia dokonanych zmian społeczno-politycznych to właśnie korzystanie z bogatej oferty turystycznej stało się synonimem sukcesu transformacyjnego Polaków. Określenie współzależności zjawisk pozwala rozszerzyć efekt ich oddziaływania poza cezurę czasową, w której zjawiska te są rozpatrywane. W podjętej analizie konsumpcji brany jest pod uwagę przede wszystkim aspekt makroekonomiczny, choć w treści rozważań obecny jest również aspekt mikroekonomiczny.

Niniejsza monografia stanowi owoc własnych badań i analiz, prowadzonych w zakresie konsumpcji usług turystycznych. Zaprezentowano w niej wielkość wydatków gospodarstw domowych na turystykę i ich skorelowanie z wielkością i strukturą osiągniętych przez nie dochodów, w tym dochodów transferowych, a także relacje zachodzące między wielkością dochodów i czasem wolnym, przeznaczanym przez gospodarstwa domowe na turystykę. Dokonano pogłębionych analiz współzależności zachodzących między aktywnością turystyczną społeczeństwa i wielkością zapotrzebowania na usługi turystyczne a poziomem zamożności gospodarstw domowych. Wykorzystano w tym celu szeroko zakreślony zbiór danych liczbowych, w tym wskaźnikowych, traktowanych jako wyznaczniki konsumpcji usług turystycznych, ujętych najczęściej w wieloletnie szeregi czasowe. Zaprezentowano również wyniki

² Za wyjazdy turystyczne przyjmuje się wszelkie podróże poza miejsce stałego pobytu na okres nieprzekraczający dwunastu miesięcy, których celem nie jest podjęcie stałej pracy w odwiedzanych regionach.

³ Turystyka krajowa obejmuje podróże mieszkańców po własnym kraju, natomiast wyjazdowa ich podróże zagraniczne.

ogólnopolskich badań sondażowych, dotyczących subiektywnej oceny zaspokojenia potrzeb w zakresie turystyki.

Praca została napisana w oparciu o analizę literatury przedmiotu. W części empirycznej podjęto próbę dokonania analiz i oceny konsumpcji usług turystycznych społeczeństwa polskiego na źródłowych i wtórnych materiałach publikowanych przez Główny Urząd Statystyczny, Instytut Turystyki oraz Centrum Badania Opinii Społecznej. Korzystano także z prasy i raportów branżowych oraz informacji publikowanych w Internecie. Z uwagi na brak uniwersalnych metod badania konsumpcji usług turystycznych utrudnione jest jednak porównywanie wyników badań przeprowadzanych przez różne instytucje oraz ośrodki badawcze.

Badania ekonomicznych determinant konsumpcji usług turystycznych zostały przeprowadzone na podstawie materiału statystycznego, stanowiącego bazę danych indywidualnych obserwacji nieidentyfikowalnych, pochodzącego z badania budżetów gospodarstw domowych oraz danych z badania modułowego „Turystyka i wypoczynek w gospodarstwach domowych”, zgromadzonych przez Główny Urząd Statystyczny. Dane te zostały odpowiednio przetworzone. Badania dotyczyły uczestnictwa społeczeństwa polskiego w turystyce w następujących okresach: 1.10.2000 r. – 30.09.2001 r., 1.10.2004 r. – 30.09.2005 r., 1.10.2008 r. – 30.09.2009 r.⁴ Przedmiotem tych badań było przede wszystkim uczestnictwo w różnego typu wyjazdach turystycznych, preferowany sposób wypoczynku, wyposażenie w sprzęt turystyczny oraz wydatki poniesione w celach turystycznych. Badania obejmowały wyjazdy krajowe: krótkoterminowe – trwające od 2 do 4 dni (1–3 noclegi), i długoterminowe – trwające 5 dni i więcej (co najmniej 4 noclegi), oraz zagraniczne: krótkoterminowe – trwające 1 dzień (beznoclegowe), i długoterminowe – trwające 2 dni i więcej (przynajmniej 1 nocleg). Podmiot obserwacji statystycznej stanowiły zarówno gospodarstwa domowe, jak i poszczególni członkowie tych gospodarstw.

Praca składa się z pięciu rozdziałów. Pierwszy z nich poświęcony został zagadnieniom teoretycznym. Zdefiniowano w nim podstawowe pojęcia związane z tematem pracy. Dokonano zatem charakterystyki usług turystycznych oraz podjęto próbę ustalenia ich miejsca w hierarchii potrzeb człowieka. Omówiono istotę konsumpcji usług turystycznych oraz określono jej determinanty, wśród których wyróżniono czynniki ekonomiczne. Zaprezentowano ponadto modele odzwierciedlające procesy decyzyjne konsumentów usług turystycznych. W rozdziale drugim, poświęconym metodyce badań, dokonano przeglądu zrealizowanych badań w zakresie konsumpcji turystycznej w Polsce. Omówiono źródła informacji o konsumpcji usług turystycznych, a także mierniki tej konsumpcji. W rozdziale trzecim poddano analizie poziom i dynamikę konsumpcji usług turystycznych społeczeństwa polskiego w dwudziestoletnim horyzoncie czasowym. W tym celu zastosowano główne mierniki konsumpcji, czyli aktywność turystyczną i wydatki turystyczne. Zbadano zmiany, które zaszły w zakresie korzystania z podstawowych usług turystycznych.

⁴ W części analitycznej pracy podane przedziały czasowe uproszczono do 2001, 2005 i 2009 r.

Na podstawie Rachunku Satelitarnego Turystyki dla Polski podjęto analizę struktury konsumpcji usług turystycznych. Przedstawiono także na podstawie ogólnopolskich badań sondażowych subiektywną ocenę zaspokojenia potrzeb w obszarze turystyki. W rozdziale czwartym zawarto analizy ekonomicznych uwarunkowań konsumpcji usług turystycznych w gospodarstwach domowych. Szczegółowe badania dotyczą wpływu dochodów gospodarstw domowych na poziom ich aktywności i wydatków turystycznych. W rozdziale piątym podjęto rozważania na temat zjawiska uczestnictwa w turystyce w świetle jakości życia gospodarstw domowych. Dokonano analizy wykorzystania czasu wolnego na turystykę z uwagi na poziom uzyskiwanych przez gospodarstwa domowe dochodów. Omówiono skalę dofinansowania wyjazdów turystycznych oraz przyczyny braku uczestnictwa w turystyce.

Praca z uwagi na poruszaną w niej problematykę skierowana jest do słuchaczy kierunków studiów, których przedmiotem jest turystyka jako zjawisko społeczno-gospodarcze. Może okazać się również pomocna dla studentów pragnących pogłębić swoją wiedzę z zakresu ekonomiki turystyki, marketingu usług turystycznych, rynków turystycznych, a także opracowujących prace projektowe i magisterskie o tematyce związanej z ekonomicznymi zagadnieniami uwarunkowań zaspokajania potrzeb turystyki. Wyniki badań stanowią interesujące źródło wiedzy dla praktyków gospodarczych, przedstawicieli nauki i branży badań rynkowych.

1

Konsumpcja usług turystycznych i jej funkcje

W pierwszej części rozważań podjęto kwestie definiowania usług turystycznych oraz ich charakterystyki i roli w zaspokajaniu potrzeb społecznych. Potrzeby stanowią bowiem punkt wyjścia zachowań człowieka jako konsumenta na rynku. Następnie dokonano charakterystyki konsumpcji tych usług ze wskazaniem jej znaczenia oraz uwarunkowań. W konsekwencji wyjaśnienia podstawowych zagadnień zaprezentowano przegląd modeli odzwierciedlających procesy decyzyjne konsumentów usług turystycznych.

1.1. Charakterystyka usług turystycznych i ich rola w zaspokajaniu potrzeb

W literaturze przedmiotu występują różne definicje usług turystycznych. Według W.W. Gaworeckiego są to wszystkie społecznie pożyteczne czynności, służące zaspokojeniu materialnych i niematerialnych potrzeb turystycznych człowieka. Odnoszą się one zarówno do obsługi osoby turysty (potrzeby materialne, np. komunikacyjne, noclegowe), jak i jego osobowości (potrzeby duchowe, np. kulturalno-rozrywkowe) (Gaworecki 2000, 251). Z kolei R. Łazarek usługami turystycznymi nazywa „wszelkie czynności, które zaspokajają potrzeby turystów związane z podróżą oraz realizacją jej celu na obszarze turystycznym, tj. zaspokajają potrzeby turystyczne przed, w czasie i po podróży” (Łazarek 2001, 43). Inna definicja traktuje usługi turystyczne: „podobnie jak inne usługi, jako wszelkie wymienne, zbywalne czynności będące wynikiem pracy, związane bezpośrednio lub pośrednio z zaspokajaniem potrzeb przed i w czasie podróży oraz pobytu turystycznego, ale nie służące bezpośrednio do wytwarzania przedmiotów. Są one uzależnione od pojawienia się klienta-turysty” (Kornak, Montygierd-Łoyba 1985, 196).

Powyższe definicje sprowadzają istotę usług turystycznych do czynności zaspokajających potrzeby zaistniałe w związku z uprawianiem turystyki⁵. Są to więc wszelkie

⁵ Na potrzeby dalszych rozważań przyjęto za obowiązującą interpretację pojęcia turystyka jako: „ogół czynności osób podróżujących w celach wypoczynkowych, służbowych lub innych, które po-

świadczenia na rzecz turysty. Zgodnie z obowiązującą ustawą z dnia 29 sierpnia 1997 r.⁶ usługi turystyczne to „usługi przewodnickie, usługi hotelarskie oraz wszystkie inne usługi świadczone turystom lub odwiedzającym” (rozdz. 1, art. 3, pkt 1). Jest to określenie zbiorcze o szerokim zakresie, bowiem do innych usług należą m.in. usługi transportowe, organizatorskie i gastronomiczne.

Wyodrębnione w definicji pojęcie odwiedzającego, oznacza osobę, która podróżuje do innej miejscowości poza swoim stałym miejscem pobytu, dla której celem podróży nie jest podjęcie stałej pracy w odwiedzanej miejscowości oraz niekorzystającej z noclegu (art. 3, pkt 10). Za turystę uznaje się osobę, która podróżuje do innej miejscowości (miejsca) poza swoim stałym miejscem pobytu na okres nieprzekraczający 12 miesięcy, dla której celem podróży nie jest podjęcie stałej pracy w odwiedzanej miejscowości i która korzysta z noclegu przynajmniej przez jedną noc (rozdz. 1, art. 3, pkt 9). Przyjmując w niniejszej pracy ekonomiczny punkt widzenia, należy stwierdzić, że turysta jest konsumentem usług turystycznych.

Usługi turystyczne posiadają wiele charakterystycznych cech. Umożliwiają one przede wszystkim dostęp i korzystanie z walorów i dóbr turystycznych. W przeciwieństwie do dóbr mają jednak charakter niematerialny, w związku z czym nie można ich magazynować ani transportować. Do „zmagazynowania” usług turystycznych potrzebne są rezerwy miejsc hotelowych, środków transportu itd. Brak możliwości składowania powoduje, że niesprzedane miejsce w hotelu czy samolocie oznacza dla przedsiębiorcy stratę nie do odrobienia. Niemożliwa jest również przecena niesprzedanych usług. Można je jedynie rezerwować, ale tylko w określonym miejscu i czasie, gdyż ich świadczenie i konsumpcja następują jednocześnie. Oznacza to, że usługa jest konsumowana tak długo, jak trwa czynność świadczenia tej usługi. Gdy świadczenie ustaje, kończy się też konsumpcja usługi. Faktyczne spożycie większości usług nabywanych przez turystów dokonuje się zatem podczas tzw. fazy turystycznej, a więc w trakcie wyjazdów w celach turystycznych poza miejsce stałego zamieszkania. Konsumpcja niektórych usług odbywa się jednak także w ramach przygotowania do wyjazdu, w fazie przedturystycznej. Chodzi tu m.in. o naprawy i przeglądy sprzętu sportowo-turystycznego, samochodu, zakup aparatu fotograficznego w celu utrwalenia przeżyć podczas podróży. Konsumpcja występuje również w fazie postturystycznej i dotyczy głównie usług naprawczych i konserwacyjnych (Bosiacki 1987, 43). W związku z powyższym spożycie usług turystycznych może odbywać się zarówno w miejscu docelowym, jak i w miejscu zamieszkania (przed lub po wyjeździe), o ile wiąże się z uczestnictwem w turystyce.

zostają poza swoim codziennym środowiskiem nie dłużej niż rok, z wyłączeniem wyjazdów, których głównym celem jest działalność zarobkowa” (*Terminologia turystyczna...*, 1995, 5–7).

⁶ Ustawa z dnia 29 sierpnia 1997 r. o usługach turystycznych: Dz. U. z 2004 r., Nr 223, poz. 2268; Dz. U. z 2004 r., Nr 273, poz. 2703; Dz. U. z 2005 r., Nr 175, poz. 1462; Dz. U. z 2006 r., Nr 220, poz. 1600; Dz. U. z 2008 r., Nr 180, poz. 1112; Dz. U. z 2010 r., Nr 106, poz. 672; Dz. U. z 2011 r., Nr 80, poz. 432; Dz. U. z 2011 r., Nr 171, poz. 1016.

Usługi są wynikiem pracy żywej. Tym samym cechy i ocena danej usługi są kształtowane w bezpośrednim kontakcie między świadczącym a klientem. Konsumpcja usług turystycznych jest zawsze aktem jednorazowym, ponieważ sposób świadczenia zawsze będzie różny. Z powodu abstrakcyjnego charakteru usług nie można ich wcześniej wypróbować, zobaczyć bądź dotknąć. Kupuje się wyobrażenie, ideę, a potem świadczy i konsumuje. Brak możliwości kupowania usług na własność sprawia, iż nabywa się jedynie tymczasowe prawo do skorzystania z nich. Większość usług turystycznych ma charakter sezonowy, czyli dla klienta posiadają one wartość tylko w określonym czasie.

Za jedną z najistotniejszych cech usług turystycznych należy uznać komplementarność. Najbardziej typowe formy komplementarności, czyli uzupełniania jednych usług turystycznych innymi, to kompleks usług świadczonych w obiektach hotelarskich (nocleg, gastronomia, rozrywka) oraz usługi świadczone przez organizatorów turystyki w formie pakietów turystycznych (transport, nocleg, wyżywienie, opieka pilota, przewodnictwo, ubezpieczenie, wstęp do obiektów będących atrakcjami turystycznymi). Usługi turystyczne są również substytucyjne, co oznacza że turyście decydującemu się na odpoczynek i relaks może być obojętne, czy wolny czas spędzi korzystając z usług wypoczynkowych i kultury fizycznej (np. pływanie w basenie lub korzystanie z sauny) bądź z usług kulturalno-rozrywkowych (np. spektakl w teatrze lub koncert). Chcąc spędzić urlop na Półwyspie Iberyjskim, przy braku konkretnych preferencji, jednakowe zadowolenie sprawi mu pobyt w Hiszpanii, jak i w Portugalii. Powstają zatem różne kombinacje wzajemnych zależności, dające turyście ten sam poziom satysfakcji. Pojedyncza usługa tworzy produkt turystyczny-usługę, natomiast zestaw co najmniej dwóch usług lub usług i dóbr materialnych to produkt turystyczny-impresa, czyli pakiet turystyczny. Usługi te tworzą pewną funkcjonalną całość i są ze sobą tak powiązane, że realizacja każdej z nich może wpłynąć na wykonanie całej umowy (Raciborski 1999, 39).

Do najważniejszych usług turystycznych należą usługi: transportowe, hotelarskie, gastronomiczne, organizacji i pośrednictwa, przewodnickie i pilotażu wycieczek, informacyjne, wypoczynkowe i kultury fizycznej, infrastruktury lokalnej, bankowe, ubezpieczeniowe, handlowe i rzemieślnicze (Gaworecki 2000, 255–336).

Ze względu na szeroki zakres usług turystycznych stosowane są różne kryteria ich klasyfikacji (Naumowicz 1986, 121–124; Mazur 1993, 64–65;). Najczęściej stosuje się podział na usługi podstawowe i komplementarne (Wodejko 1997, 27). Usługi podstawowe są związane z dojazdem, pobytem i powrotem turysty z podróży (usługi transportowe, noclegowe, gastronomiczne). Usługi komplementarne ułatwiają natomiast dostęp do walorów turystycznych (m.in. usługi organizatorsko-pośrednicze, przewodnickie, informacyjne, wypoczynkowe i kultury fizycznej).

Jak zauważono, do podstawowych usług turystycznych należą usługi transportowe, gdyż ich rozwój i konsumpcja determinują dostępność walorów turystycznych. W strukturze konsumpcji turystycznej podróż jest zawsze pierwszą i ostatnią jej fazą. Usługi transportowe w celach turystycznych świadczone są różnego rodzaju

środkami transportu. Zalicza się do nich: samochód, samolot, autokar, kolej, w tym kolej specjalna (koleje zębate, kolejki linowe i wyciągi), żegluga pasażerska. Do najczęściej wykorzystywanych środków transportu należą: samochód, autokar oraz samolot. Transport autokarowy odbywa się w sposób regularny (stałe połączenia liniowe), wahadłowy (dowóz jednej grupy na miejsce, np. wypoczynku, i powrót z drugą grupą) i objazdowy (dotyczy wycieczek objazdowych). Transport lotniczy obejmuje połączenia regularne oraz czarterowe, realizowane przez tradycyjnych przewoźników sieciowych i niskokosztowych. Przewoźnicy niskokosztowi (*Low Cost Carrier* – LCC) stanowią dużą konkurencję dla przewoźników tradycyjnych, ponieważ stosują charakterystyczną strategię, która opiera się na wykorzystaniu ceny jako głównego instrumentu marketingu. W celu uzyskania niskich kosztów przewozu pasażerów przedsiębiorstwa LCC obniżają koszty obsługi lotu przez korzystanie z tańszych w obsłudze lotnisk (często usytuowanych w znacznej odległości od miast) oraz rezygnacji z wielu usług, zwyczajowo oferowanych w ramach opłat za przelot, takich jak bezpłatne posiłki i napoje na pokładzie, dostęp do gazet oraz pełnej obsługi bagażu. Ponadto zmniejszają do niezbędnego minimum liczbę członków personelu pokładowego oraz skracają czas pobytu na lotniskach. Tani przewoźnicy jako pierwsi w branży lotniczej wprowadzili na wielką skalę bezpośrednią sprzedaż biletów (przez Internet i telefonicznie), co pozwoliło znacząco obniżyć koszty dystrybucji.

Ważnym kryterium podziału transportu w turystyce jest zasięg jego działania. Rozróżnia się zatem transport o zasięgu lokalnym, regionalnym, krajowym i międzynarodowym (kontynentalnym i międzykontynentalnym). Usługi transportowe obejmują również usługi pełniące funkcje pomocnicze w stosunku do transportu. Są to usługi portów, stacji kolejowych, dworców lotniczych i autobusowych, parkingów, baz remontowo-naprawczych, stacji benzynowych, przechowalni, przedsiębiorstw najmu garażów, samochodów oraz usługi związane z bezpieczeństwem na drogach, pogotowia technicznego i inne (Kornak 1998, 139).

Obok funkcji komunikacyjnej transport pełni także funkcję noclegową (np. wagony sypialne), żywieniową, rekreacyjno-rozrywkową (np. zwiedzanie miasta piętrowym autokarem z odkrytym dachem, rejs statkiem wycieczkowym, widokowa przejażdżka kolejką).

Do podstawowych usług turystycznych zalicza się też usługi hotelarskie. Obejmują one grupę czynności związanych z przygotowaniem i wynajęciem turysty noclegu na określony czas poza stałym miejscem zamieszkania. W świetle ustawy o usługach turystycznych usługi te mogą być świadczone w obiektach hotelarskich, spełniających określone wymagania dotyczące wielkości obiektu, jego wyposażenia oraz zakresu świadczonych usług, ustalone dla rodzaju i kategorii, do których obiekt został zaszeregowany. Obiekty te muszą spełniać wymagania sanitarne, przeciwpożarowe oraz inne określone przepisami. Charakter i struktura obiektów noclegowych w znacznym stopniu zależą od uwarunkowań przyrodniczych oraz społeczno-ekonomicznych. W ustawie wyodrębniła się następujące rodzaje obiektów hotelarskich:

hotele, motele, pensjonaty, kempingi, domy wycieczkowe, schroniska młodzieżowe, schroniska, pola biwakowe (Ustawa 1997, rozdz. 5, art. 36).

W ustawie znajduje się ponadto zapis, iż usługi hotelarskie mogą być świadczone również w innych obiektach, jeżeli obiekty te spełniają minimalne wymagania dotyczące wyposażenia. Ustala się dla:

- 1) hoteli, moteli i pensjonatów – pięć kategorii oznaczonych gwiazdkami,
- 2) kempingów (campingów) – cztery kategorie oznaczone gwiazdkami,
- 3) domów wycieczkowych i schronisk młodzieżowych – trzy kategorie oznaczone cyframi rzymskimi (Ustawa 1997, rozdz. 5, art. 37).

Nadawanie kategorii i prowadzenie ewidencji poszczególnych rodzajów obiektów hotelarskich należy do kompetencji marszałka województwa, natomiast zaszeregowanie i ewidencję pól biwakowych prowadzi wójt, burmistrz lub prezydent gminy. W 1996 roku Główny Urząd Statystyczny, w związku z obowiązkiem składania rocznych sprawozdań statystycznych, wprowadził własną klasyfikację bazy noclegowej. Poza wymienionymi w ustawie GUS wyodrębnia następujące grupy turystycznych obiektów zbiorowego zakwaterowania: szkolne schronisko młodzieżowe, ośrodek wczasowy, ośrodek kolonijny, ośrodek szkoleniowo-wypoczynkowy, dom pracy twórczej, zespoły ogólnodostępnych domków turystycznych, ośrodek wypoczynku sobotnio-niedzielnego i świątecznego, zakład uzdrowiskowy, inny obiekt hotelowy oraz pozostałe niesklasyfikowane (m.in. internaty, domy studenckie, hotele robotnicze; do 2004 roku do grupy tej zaliczano również obiekty, które nie spełniają wymogów kategoryzacyjnych dla poszczególnych rodzajów obiektów) (Turystyka w 2004 r., 2005).

Oprócz usług noclegowych na usługi hotelarskie składają się także – w zależności od obiektu – usługi gastronomiczne i dodatkowe (np. informacyjne, handlowe, fryzjersko-kosmetyczne, pralnicze, renowacyjne, telekomunikacyjne, rekreacyjno-rozrywkowe). Szeroki zakres usług hotelarskich wiąże się ze zróżnicowaniem popytu turystycznego oraz z odmiennością funkcji pełnionych przez obiekty.

Do podstawowych usług turystycznych należą – obok usług transportowych i noclegowych – usługi gastronomiczne. Usługi te tworzy złożony zestaw czynności, w skład których wchodzi czynności produkcyjne (przygotowanie wyrobów kulinarnych do konsumpcji), czynności handlowe (sprzedaż gotowych wyrobów) oraz czynności usługowe (zapewnienie odpowiednich warunków konsumpcji) (Kurek 2007, 160). Usługi gastronomiczne mogą być świadczone zarówno w miejscu wytworzenia, jak i poza nim. Ta druga forma świadczeń nosi nazwę cateringu. Jest to „działalność gastronomiczna polegająca wyłącznie na przygotowaniu gotowych posiłków i napojów przeznaczonych do spożycia w innym miejscu niż miejsce przygotowania, np. dla przedsiębiorstw, dla obsługi bankietów, przyjęć podczas konferencji prasowych. Charakterystyczną cechą cateringu jest więc oddzielenie przestrzenne i czasowe miejsca produkcji, sprzedaży i konsumpcji” (Schillinger 1992, 13 [w:] Sala 2004, 21). Właściwość ta zdaje się przeczyć specyficznym cechom usług, wyrażającym się w jedności procesu produkcji i konsumpcji.

W literaturze przedmiotu istnieje wiele koncepcji klasyfikacji zakładów gastronomicznych, gdyż są one bardzo zróżnicowane z punktu widzenia zakresu i standardu świadczonych usług. Uwzględniając zakres działalności, obiekty gastronomiczne dzieli się na: żywieniowe (np. restauracje, bary uniwersalne, jadłodajnie i bary szybkiej obsługi, bistra i bary przekąskowe), uzupełniające (np. kawiarnie i herbaciarnie, cukiernie, winiarnie, piwiarnie, bary rozrywkowe i aperitif) oraz punkty gastronomiczne (np. bufety, smażalnie, pijalnie, lodziarnie) (Gaworecki 2000, 303). W polskiej statystyce placówki gastronomiczne ujmowane są w czterech segmentach: restauracje, bary, stołówki, bary gastronomiczne (Mały Rocznik Statystyczny 2007, 2008, 206). Z usług gastronomicznych, które są substytutem usług żywieniowych wykonywanych w gospodarstwie domowym, korzysta coraz powszechniej oprócz turystów miejscowa ludność, co powoduje, iż obiekty gastronomiczne często zaliczane są do bazy paraturystycznej. Usługi gastronomiczne stymulują jednak rozwój turystyki, gdyż wpływają na wielkość ruchu turystycznego i jakość jego obsługi.

Wśród komplementarnych usług turystycznych wyróżniają się usługi organizacji i pośrednictwa, gdyż kreują one nowe oferty i ułatwiają turyście nabycie właściwego pakietu usług. Usługi te świadczone są przez organizatorów turystyki, pośredników bądź agentów turystycznych. Działalność gospodarcza w zakresie organizowania usług turystycznych oraz pośredniczenia na zlecenie klientów w zawieraniu umów o świadczenie usług turystycznych jest działalnością regulowaną w rozumieniu przepisów ustawy z dnia 2 lipca 2004 r. o swobodzie działalności gospodarczej i wymaga uzyskania wpisu w rejestrze organizatorów turystyki i pośredników turystycznych (Ustawa 1997, rozdz. 2, art. 4, pkt 1). Przedsiębiorca świadczący usługi organizacji bądź pośrednictwa jest obowiązany spełniać warunki określone w ustawie (Ustawa 1997, rozdz. 2, art. 5, pkt 1)⁷, m.in. musi zawrzeć umowę gwarancji bankowej lub ubezpieczeniowej albo umowę ubezpieczenia na rzecz klientów w zakresie pokrycia kosztów powrotu klienta do kraju, a także na pokrycie zwrotu wpłat wniesionych przez klientów w razie niewykonania zobowiązań umownych. Organizator turystyki (czyli touroperator) jest przedsiębiorcą organizującym imprezy turystyczne. Tworzy zatem programy, zabezpiecza usługi transportowe, hotelarskie, gastronomiczne, przewodnickie, ubezpieczeniowe itd. oraz realizuje i rozlicza usługi. Touroperator ponosi odpowiedzialność za organizację imprezy, jakość i wyznaczony standard usług, za zrealizowanie świadczeń zgodnie z zawartą z klientem umową oraz za rozliczenie z dostawcami usług. Działalność touroperatora polega na skupowaniu w dużych ilościach pojedynczych dóbr od bezpośrednich producentów dóbr i usług turystycznych (bądź korzystania z własnej bazy, np. transportowej lub hotelarskiej) oraz tworzeniu z nich pakietów usług turystycznych (*package tours*), sprzedawanych klientowi po określonej cenie. Organizator proponuje kompleksowe pakiety usług albo przygotowuje je na zlecenie klienta, zgodnie z jego konkretnymi preferencjami co do rodzaju, standardu i miejsca świadczonych usług. Pośredniczy również w za-

⁷ *Ibidem*.

kupie pojedynczych usług noclegowych (wykupuje miejsca w hotelu), transportowych (np. zapewnia czarter lotów), żywieniowych, rozrywkowych, rekreacyjnych i innych. Własne pakiety usług turystycznych oraz pojedyncze usługi kieruje na rynek w systemie promocji i w formie ofert (Kryczka 2006, 73–74).

Przedsiębiorca świadczący usługi pośrednictwa wykonuje na zlecenie klienta czynności faktyczne i prawne związane z zawieraniem umów o świadczenie usług turystycznych. Odpowiada on wyłącznie za wybór usługodawcy bądź organizatora turystyki. Natomiast za należyte wykonanie umowy o świadczenie usług turystycznych ponosi odpowiedzialność wobec klienta wykonawca tej usługi lub organizator turystyki.

Obecnie usługi organizacji i pośrednictwa świadczone są w tradycyjnych biurach podróży oraz za pomocą Internetu. Usługi pośrednictwa w zawieraniu umów o świadczenie usług turystycznych świadczy również agent turystyczny. Agent stanowi pośrednie ogniwo w systemie dystrybucji usług turystycznych, ponieważ sprzedaje kompleksowe pakiety udostępnione mu przez touroperatora lub pojedyncze usługi uzyskane od dostawców (np. od hoteli czy restauracji). Rolą agencji jest zapewnienie zleceniodawcy dostępu do rynku, a klientowi miejsca, w którym może nabyć usługi turystyczne (Chmielarz 2003, 6). Zasadnicza różnica pomiędzy agentem turystycznym a pośrednikiem polega na tym, że agent działa na rzecz organizatora turystyki lub wykonawcy usługi turystycznej, natomiast pośrednik na zlecenie klienta. Przedsiębiorca, który zawiera umowy na rzecz innego przedsiębiorcy, ale we własnym imieniu, nie może być uznany za agenta turystycznego. Staje się on organizatorem turystyki lub innym usługodawcą (Raciborski 1999, 44).

Przedmiotem usług pośrednictwa jest m.in. dokonywanie rezerwacji i sprzedaż pakietów turystycznych, biletów na środki transportu, miejsc noclegowych, usług kulturalnych, rozrywkowych, sportowych, ubezpieczeń oraz udzielanie informacji (Konieczna-Domańska 1994, 21–22).

Do komplementarnych usług turystycznych należą również usługi przewodnickie i pilotaż wycieczek. Do dnia 31 grudnia 2013 roku wykonywanie zawodu pilota i przewodnika regulowała ustawa (Ustawa 1997, rozdz. 4). 1 stycznia 2014 roku weszła w życie ustawa deregulacyjna, której celem jest ograniczenie części wymogów formalnych w dostępie do zawodu. W związku z tym nastąpiło uwolnienie zawodu pilota wycieczek oraz przewodnika turystycznego terenowego i przewodnika turystycznego miejskiego. Nadal podlega regulacji zawód przewodnika górskiego⁸.

Do zadań przewodnika turystycznego należy prowadzenie wycieczek oraz fachowe udzielanie ich uczestnikom informacji o kraju, odwiedzanych miejscowościach,

⁸ Od dnia 1 stycznia 2014 r., aby zostać przewodnikiem miejskim lub terenowym lub pilotem wycieczek, należy jedynie spełnić trzy wymagania, tj. mieć skończone 18 lat, nie być karany za przestępstwo umyślne lub inne popełnione w związku z wykonywaniem zadań przewodnika turystycznego lub pilota wycieczek oraz posiadać wykształcenie średnie. Natomiast według nowych regulacji, aby ubiegać się o nadanie uprawnień przewodnika górskiego, oprócz powyższych 3 wymagań, należy również ukończyć szkolenie teoretyczne i praktyczne dla określonego obszaru górskiego oraz zdać egzamin państwowy na przewodnika górskiego, zorganizowany przez odpowiedni terytorialnie urząd marszałkowski.

obszarach i obiektach. Do podstawowych obowiązków pilota wycieczek należy natomiast sprawowanie, w imieniu organizatora turystyki, opieki nad uczestnikami imprezy turystycznej, czuwanie nad sposobem wykonywania usług oraz przyjmowanie reklamacji dotyczących świadczonych usług, a także reprezentowanie organizatora turystyki wobec kontrahentów świadczących usługi w trakcie trwania imprezy.

Istotną rolę na rynku turystycznym odgrywają usługi informacyjne. Usługi te polegają na dostarczaniu wszelkich informacji dotyczących podróży w określone miejsce. Świadczą je instytucje pośredniczące w organizowaniu podróży przez punkty informacji turystycznej. Sprawny system informacji turystycznej ułatwia obsługę turystów oraz popularyzuje mało znane regiony. Za funkcjonowanie i rozwijanie polskiego systemu informacji turystycznej odpowiada Polska Organizacja Turystyczna, powołana ustawą z dnia 25 czerwca 1999 roku jako jedna z ponad 200 narodowych organizacji turystycznych na świecie (Ustawa o Polskiej Organizacji Turystycznej, Dz. U. z 1999 r., Nr 62, poz. 689). System informacji turystycznej, wraz z towarzyszącymi działaniami promocyjnymi, definiowany jest jako zespół przemyślanych przedsięwzięć, obejmujących poza aktywną informacją także poradnictwo, pomoc merytoryczną i techniczno-organizacyjną dla organizacji i instytucji zainteresowanych promocją swoich ofert (http://www.pot.gov.pl/Kategorie/dzialalnosc/informacja_turystyczna, dostęp: 20.07.2009).

Informacja turystyczna jest zatem uporządkowanym zbiorem danych, służących organizatorom i konsumentom usług turystycznych. Należy ona do podstawowych narzędzi wspomagających rozwój turystyki. Gromadzenie i dystrybucja informacji umożliwia aktywne uczestnictwo w kształtowaniu podaży i popytu na rynku turystycznym. W Polsce informacja dostarczana jest przez:

- samoobsługowe punkty informacyjne (elektroniczne punkty informacyjne, bezpłatne połączenia telefoniczne, informacja na ulicy bezpośrednia, środki komunikacji, terminale informacyjne, tablice informacyjne, stelaże z materiałami informacyjnymi),
- punkty informacji turystycznej (przejścia graniczne, dworce, hotele, kempingi, parkingi, stacje benzynowe, centra handlowe, biblioteki, domy kultury, ośrodki sportu i rekreacji, muzea, straż miejska, taxi),
- centra informacji turystycznej (informacje bezpośrednie, gromadzenie informacji, dostęp do sieci elektronicznych – Internet, dodatkowe usługi, koordynacja pracy punktów „it”),
- lokalne i regionalne organizacje turystyczne (prowadzenie i planowanie działalności „it” w powiązaniu i współpracy z innymi jednostkami zajmującymi się turystyką).

Poza granicami kraju działa 14 polskich ośrodków informacji turystycznej. Ośrodki te wydają bezpłatnie materiały promocyjno-informacyjne (broszury, foldery, filmy, mapy turystyczne, trasy tematyczne), uczestniczą w targach turystycznych, organizują wystawy, konkursy, pokazy, rozpowszechniają informacje za pomocą

prasy, Internetu, radia i telewizji. Głównym celem działalności systemu informacji jest zainteresowanie zarówno krajowych, jak i zagranicznych turystów Polską jako krajem atrakcyjnym turystycznie. W Polsce swoje oddziały posiadają natomiast zagraniczne narodowe organizacje turystyczne, które promują kraj swojego pochodzenia i zachęcają turystów do jego odwiedzenia⁹.

Komplementarne usługi turystyczne to także usługi wypoczynkowe i kultury fizycznej. Obejmują one działalność umożliwiającą czynny wypoczynek i uprawianie sportu, dzięki czemu wpływają na regenerację sił fizycznych i psychicznych. Cel ten osiąga się przez udostępnienie turystom obiektów i urządzeń technicznych, takich jak: stadiony, boiska, plaże, baseny, sauny, korty tenisowe, trasy narciarskie, wyciągi, kolejki linowe, tory saneczkowe, łyżwiarskie, regatowe, oznakowane szlaki górskie, pola golfowe i stadniny koni. Rozwój i świadczenie tych usług wymaga rozbudowanej i modernizowanej bazy sportowo-rekreacyjnej.

Usługi infrastruktury lokalnej obejmują obsługę techniczno-sanitarną, energetyczną i komunalną oraz zapewnienie porządku publicznego. Dbałość o ochronę środowiska naturalnego oraz atrakcyjność turystyczną regionu wymaga istnienia wodociągów, oczyszczalni ścieków, kanalizacji, niezakłóconych dostaw prądu i gazu, rozwiniętych usług zbiorowej komunikacji miejskiej i telekomunikacji. Istotną kwestią jest też zapewnienie bezpieczeństwa publicznego, ochrona mienia, zwalczanie terroryzmu, zachowanie ładu i porządku, a także sprawna organizacja ratownictwa górskiego, wodnego i drogowego. Ważną funkcję pełni również służba zdrowia, z której usług często korzystają turyści. Infrastrukturę lokalną tworzą także muzea, kina, teatry, sale koncertowe i wystawowe itd., które świadczą usługi kulturalno-rozrywkowe. Wzrastający ruch turystyczny determinuje zatem rozwój usług infrastruktury technicznej i społecznej.

Usługi ubezpieczeniowe dotyczą ubezpieczeń podróży, ubezpieczeń chroniących majątek turystów, ubezpieczeń usług turystycznych oraz wszelkich stosunków umownych występujących na tym rynku. Istotą usług ubezpieczeniowych w turystyce jest zapewnienie turystom ochrony w sytuacji zajścia zdarzenia o charakterze losowym, które będzie rodzic niekorzystne dla niego skutki natury finansowej, prawnej i innej (Kurek 2007, 189). Zakres ochrony ubezpieczeniowej jest każdorazowo określany umową pomiędzy zakładem ubezpieczeniowym a osobą ubezpieczoną lub osobą trzecią działającą w jej imieniu. Ubezpieczenia podróżne obejmują koszty leczenia (KL), następstw nieszczęśliwych wypadków (NNW) oraz ubezpieczenie rzeczy osobistych i bagażu. Ubezpieczenia majątku odnoszą się przede wszystkim do środków transportu, biur, hoteli oraz pozostałych obiektów bazy noclegowej i rekreacyjnej. Zakres ochrony obejmuje ubezpieczenia od kradzieży i dewastacji, od ognia i innych zdarzeń losowych. Typowym ubezpieczeniem majątkowym jest też ubezpieczenie od kosztów odstąpienia od umowy o imprezę turystyczną, zwane ubezpieczeniem

⁹ Narodowe organizacje turystyczne, które w wyjątkowo znaczący sposób przyczyniły się do popularyzacji własnego kraju na świecie i które uzyskały międzynarodowy prestiż oraz sukces w tej dziedzinie gospodarki, to m.in.: British Tourist Authority, Maison de la France, niemiecka Deutsche Zentrale fuer Touristik (DZT), Austrian Tourist Board, Tourespana, irlandzka Bord Fa' ilte.

od kosztów rezygnacji. Jego celem jest pokrycie turyście strat związanych z brakiem możliwości skorzystania z przyczyn losowych z wykupionej usługi turystycznej.

Organizatorzy i pośrednicy turystyki, którzy nie posiadają gwarancji bankowej lub ubezpieczeniowej, często stosują ubezpieczenia odpowiedzialności cywilnej na rzecz klientów. Ubezpieczenie odpowiedzialności cywilnej i gwarancja ubezpieczeniowa dają takie samo zabezpieczenie z punktu widzenia podmiotów turystycznych.

Usługi bankowe ułatwiają podróżowanie, oferując transakcje bezgotówkowe za pomocą różnego rodzaju kart. Wyróżnia się wśród nich karty: bankomatowe, płatnicze, kredytowe, debetowe, wirtualne itd. Dzięki kartom bankowych istnieje możliwość szybkiego wglądu do rachunku (możliwość dokonywania transakcji) oraz pobierania gotówki. Usługi finansowe rozwinęły również system kredytowania, umożliwiając wielu ludziom uprawianie turystyki. Nieodzownym elementem finansowym podczas podróży jest też wymiana walut, której dokonuje się w bankach lub kantorach. Banki i inne przedsiębiorstwa świadczące usługi finansowe oferują także bezgotówkową formę przewozu pieniędzy. Są to czekki podróżnicze (turysta po dotarciu na miejsce może je zamienić na gotówkę) i euroczeki (czeki gwarantowane przez bank do ściśle określonej kwoty). Obecnie wzrasta liczba miejsc, w których czekki te są akceptowane jako środek płatniczy (m.in. w hotelach, restauracjach, punktach usługowo-handlowych).

Usługi rzemieślnicze obejmują usługi osobiste (fryzjerskie, kosmetyczne, szewskie, krawieckie, pralnicze, fotograficzne, motoryzacyjne itp.) oraz naprawę sprzętu turystycznego (Gaworecki 2000, 335). Turyści korzystają z usług naprawy i konserwacji środków transportu (samochodów, motocykli i rowerów), sprzętu fotograficznego i turystycznego (namiótów, materaców, plecaków, kuchenek itp.). Niektórzy producenci pamiątek (malarstwo regionalne, koronki, rzeźbione figurki) lub regionalnej odzieży (np. kożuchów zakopiańskich, kierpców) łączą usługi rzemieślnicze z usługami handlowymi. Usługi handlowe w odniesieniu do turystyki dotyczą sprzedaży artykułów żywnościowych, odzieży, obuwia i sprzętu turystycznego, pamiątek, wydawnictw turystycznych, a także innych produktów, mających praktyczne zastosowanie dla turysty.

W związku ze zmieniającymi się potrzebami turystów oraz zmianami sposobu ich obsługi pojawiają się nowe usługi, odgrywające istotną rolę na rynku turystycznym, np. w zakresie finansów, telekomunikacji, edukacji czy ochrony zdrowia. Właściwie nie ma takich usług, które nie mogłyby zaspokajać potrzeb związanych z uprawianiem turystyki.

Należy przy tym wskazać, iż usługi turystyczne odgrywają istotną rolę w zaspokajaniu potrzeb społecznych, które generowane są na skutek funkcjonowania człowieka w określonym środowisku. Potrzeby te – kształtowane m.in. przez zwyczaje, styl życia, pozycję zajmowaną w społeczności, modę – zaliczane są w hierarchii potrzeb do mniej pilnych, gdy zaś chodzi o nieodzowność ich zaspokojenia – do potrzeb wyższego rzędu. Jednak wraz z rozwojem cywilizacyjnym zmienia się zakres odczuwanych potrzeb, a w konsekwencji pilność i intensywność ich odczuwania. Dlatego też potrzeby związane z turystyką, odczuwane jako potrzeby wyższego rzędu, stają

się wraz z rozwojem społeczno-gospodarczym potrzebami niższego rzędu, a nawet podstawowymi. Ich istotność zależy również od panującego systemu wartości oraz od sytuacji finansowej. Potrzeby te można zatem uznać za podstawowe dla niektórych grup społeczno-zawodowych (w tym zamożniejszych konsumentów), a za ponadpodstawowe dla pozostałych grup społeczeństwa (Żabińska 1990, 15).

Ponieważ istota potrzeby sprowadza się do występującego w naturze ludzkiej odczucia braku czegoś, co w związku ze strukturą organizmu, indywidualnym doświadczeniem oraz miejscem jednostki w społeczeństwie jest niezbędne do utrzymania jej przy życiu, umożliwienia jej rozwoju, utrzymania określonej roli społecznej, zachowania równowagi psychicznej (<http://encyklopedia.pwn.pl>, dostęp: 24.07.2009), usługi turystyczne zaspokajają także, a może przede wszystkim, potrzeby biologiczne i psychiczne. Potrzeby biologiczne (fizjologiczne, wrodzone) wynikają z fizycznych właściwości organizmu, niezrealizowane zaś stanowią zagrożenie bytu człowieka. Należą do nich najbardziej podstawowe kategorie potrzeb: potrzeba snu, zaspokojenia głodu, okrycia ciała, bezpieczeństwa, seksualna itd. W zakresie turystyki ich zaspokojenie umożliwiają przede wszystkim usługi transportowe, noclegowe i gastronomiczne. Wynikiem napięć powstających w świadomości człowieka są natomiast potrzeby psychiczne, które zależą od indywidualnych cech osobowości. Zalicza się do nich potrzebę wypoczynku, rozrywki, przyjemności itd. Tę grupę potrzeb zaspokajają m.in. usługi wypoczynkowe i kultury fizycznej, usługi organizacji i pośrednictwa oraz infrastruktury lokalnej.

Układ potrzeb o różnym stopniu ważności i znaczenia dla życia oraz rozwoju osobowości, od najbardziej podstawowych – fizjologicznych, przez potrzeby bezpieczeństwa, przynależności i miłości, szacunku, do najbardziej zaawansowanych potrzeb samorealizacji zaproponował Abraham H. Maslow¹⁰. Według tego amerykańskiego psychologa stopień zaspokojenia potrzeb niższej grupy nie musi być całkowity, aby ujawniły się kolejne potrzeby.

G.F. Foxal i R.E. Goldsmith (1998, 205–207) wskazali jednak wielowymiarowe ujęcie, zakładające, iż nie istnieje jedna hierarchia potrzeb, a jeden produkt lub usługa może zaspokajać jednocześnie wiele potrzeb¹¹. Sytuacja taka występuje w przypadku usług turystycznych.

Uwzględniając zatem koncepcję piramidy potrzeb Maslowa oraz stanowisko Foxala i Goldsmitha, w niniejszej pracy dokonano próby zestawienia potrzeb oraz służących ich zaspokojeniu usług turystycznych (tab. 1.1). Potrzeby z niższych po-

¹⁰ W literaturze przedmiotu występują różne kryteria klasyfikacji potrzeb, m.in.: J. Szczepański wyodrębnia potrzeby biologiczne, psychiczne, gospodarcze, społeczne, kulturalne (Szczepański 1981, 76–124); B. Malinowski wyodrębnia potrzeby podstawowe, pochodne i integracyjne (Bywalec, Rudnicki 2002, 26–27); Murray wyróżnia dwadzieścia siedem potrzeb; C. Menger zbudował skalę potrzeb zwaną trójkątem Mengera; F.B. Herman podzielił potrzeby m.in. na absolutne i relatywne, pozytywne i negatywne, stałe i niewyczerpane, prywatne i społeczne; T. Kocowski wyodrębnił 38 rodzajów potrzeb (m.in. pokarmowe, przemieszczania, aktywnej rekreacji). O klasyfikacji potrzeb Mengera, Hermana i Kocowskiego pisze G. Światowy (2006, 30–34).

¹¹ Autorzy ci wyróżnili następujące potrzeby: fizjologiczne, symboliczne, hedonistyczne, poznawcze i przeżyć.

Tabela 1.1. Usługi turystyczne w hierarchii potrzeb

Potrzeby	Usługi turystyczne	
Estetyczne	infrastruktury lokalnej (muzea, kina, teatry, sale koncertowe i wystawowe)	
	transportowe (np. rejs statkiem po Nilu, przejażdżka tramwajem wodnym po Canale Grande w Wenecji)	
	hotelarskie (wystroj wnętrza, atmosfera)	
	gastronomiczne (wystroj wnętrza, atmosfera, sposób serwowania dań)	
	rzemieślnicze (np. zakup pamiątek regionalnych, usługi fryzjersko-kosmetyczne)	
Wiedzy i zrozumienia	przewodniczkę i pilotaż wycieczek (fachowe udzielanie informacji o odwiedzanych miejscach)	
	informacyjne	
	organizacji i pośrednictwa	
Samorealizacji	wypoczynkowe i kultury fizycznej	
Szacunku i uznania	wysoki standard	usług hotelarskich (m.in. obsługa personelu, atmosfera)
		usług gastronomicznych (m.in. obsługa personelu, atmosfera, wystroj, wysoka jakość serwowanych potraw)
		usług wypoczynkowych i kultury fizycznej (baseny, sauny, korty tenisowe, trasy narciarskie, pola golfowe, stadniny koni)
		usług rzemieślniczych (np. fryzjerskie, kosmetyczne)
Przynależności i miłości	hotelarska (kontakty z innymi gośćmi)	
	gastronomiczna (kontakty z innymi gośćmi)	
	przewodniczkę i pilotaż wycieczek (przynależność do grupy, kontakty z innymi uczestnikami imprezy)	
Bezpieczeństwa	przewodniczkę i pilotaż wycieczek (opieka nad uczestnikami imprezy turystycznej, czuwanie nad sposobem wykonywania usług)	
	infrastruktury lokalnej (zapewnienie bezpieczeństwa publicznego, ochrona mienia, zwalczanie terroryzmu, zachowanie ładu i porządku, sprawna organizacja ratownictwa górskiego, wodnego i drogowego, usługi służby zdrowia)	
	ubezpieczeniowe (ubezpieczenia podróżnych, ubezpieczenia chroniące majątek turystów)	
	bankowe (np. bezpieczeństwo finansowe dzięki możliwości dokonywania transakcji bezgotówkowych)	
	transportowe (jakość i bezpieczeństwo podróży)	
	organizacji i pośrednictwa (zapewnienie świadczeń związanych z wyjazdem)	
Fizjologiczne	wypoczynkowe i kultury fizycznej (aktywność ruchowa)	
	hotelarskie (noclegowe – potrzeba snu, ciepła)	
	gastronomiczne (żywieniowe – zaspokojenie głodu, pragnienia)	
	handlowe (sprzedaż artykułów żywnościowych, odzieży, obuwia i sprzętu turystycznego)	

Źródło: opracowanie własne na podstawie Maslow 1990 oraz Gaworecki 2000, 255–236

ziomów zaspokajane są najczęściej przez materialne elementy usług turystycznych (np. hotelarskich i gastronomicznych: wyposażenie, wyroby kuchni hotelowej), natomiast potrzeby wyższych rzędów – przez niematerialne składowe tych usług (np. obsługa personelu, atmosfera, kontakty z innymi gośćmi) (Panasiuk 2008, 77–78).

Jak wynika z przeprowadzonych rozważań, zakres usług turystycznych jest szeroki i zróżnicowany, co wynika z różnorodności potrzeb. W związku z masowym rozwojem turystyki pojawiło się nawet pojęcie potrzeb turystycznych jako potrzeb charakterystycznych dla tego typu aktywności. Pojawia się pytanie o zasadność wprowadzenia takiego terminu. Niektórzy naukowcy zajmujący się badaniem potrzeb ludzkich uznają bowiem za bezzasadne wyodrębnianie potrzeby turystycznej jako samodzielnej kategorii, gdyż przeczy to całościowej koncepcji człowieka jako kompleksu potrzeb. Zdaniem T. Żabińskiej przyczyną wydzielenia potrzeb turystycznych może być sam wyjazd turystyczny, który stwarza ludziom tak odmienną jakościowo sytuację, iż nie może jej zastąpić wypoczynek w miejscu stałego zamieszkania (Żabińska 1994). K. Broclawik uważa, że uprawianie turystyki należy do jednej z potrzeb człowieka, której celem jest zachowanie zdrowia i dobrego samopoczucia (Broclawik 1988, 21). Według J. Zenhauserna potrzeby turystyczne są świadomym dążeniem do usunięcia zakłóceń psychofizycznych, co łączy się ze zmianą napięć i doprowadzeniem do równowagi w życiu człowieka (Zenhausern 1975, 16). Autorka podziela stanowisko S. Bosiackiego, że za potrzeby turystyczne uznaje się te potrzeby, które wynikają z uczestnictwa w turystyce i oznaczają pożądanie określonych wartości użytkowych, jakie posiadają dobra i usługi turystyczne (Bosiacki 1987, 103).

Aby potrzeby turystyczne znalazły stałe miejsce w hierarchii ludzkich potrzeb, niezbędne jest jednak zaspokojenie potrzeb podstawowych oraz osiągnięcie odpowiedniego poziomu i struktury spożycia, zarówno w skali jednostki, jak i całego społeczeństwa. Usytuowanie potrzeb turystycznych w ogólnej hierarchii potrzeb zależy zatem od wielu czynników, wśród których najważniejsze to: ogólny poziom rozwoju gospodarczego i społecznego kraju oraz cechy ekonomiczne i demograficzne poszczególnych grup ludności. Określona w danym momencie hierarchia potrzeb znajduje bezpośrednie odzwierciedlenie w istniejącym modelu konsumpcji. Zmieniające się zamiłowania i dążenia ludzkie generują nowe potrzeby, w związku z czym nie występuje trwały model konsumpcji, czyli niezmienna struktura spożycia. Istnieją silne związki pomiędzy konsumpcją a sferą potrzeb człowieka.

W wyniku przeprowadzonych rozważań niezbędne staje się wyjaśnienie istoty i uwarunkowań konsumpcji usług turystycznych. Właśnie tej problematyce poświęcony zostanie kolejny podrozdział.

1.2. Istota i uwarunkowania konsumpcji usług turystycznych

Jak już zasygnalizowano we wstępie, konsumpcja oznacza spożycie lub zużycie rozmaitych dóbr i usług w celu zaspokojenia potrzeb. Podstawowy sens konsumpcji sprowadza się zatem do sposobu zaspokajania potrzeb ludzkich (Bywalec 2010, 13). Jest to jednak proces złożony, dlatego konsumpcję można analizować w różnych ujęciach jako: akt społeczny, proces społeczny oraz fazę reprodukcji społecznej (Sikorska 1998, 15; Bywalec, Rudnicki 2002, 13–15). Konsumpcja oznacza bowiem nie tylko bezpośredni akt spożycia, zaspokajający indywidualną potrzebę przez użytkowanie określonego dobra materialnego lub usługi, lecz także skomplikowany proces postaw i działań, tworzących zachowania konsumpcyjne ludzi przez podejmowanie działalności przedsiębiorczej oraz wykonywanie pracy w celu uzyskiwania środków umożliwiających coraz lepszą i satysfakcjonującą konsumpcję (Sztucki 1998, 140).

Współczesna konsumpcja jest jednak procesem znacznie szerszym niż samo zaspokojenie potrzeb. Umożliwia ona bowiem, poza utrzymaniem się przy życiu i zachowaniem kondycji fizycznej i psychicznej, rozwój osobowości, budowanie kapitału ludzkiego, a także atrakcyjne zagospodarowanie czasu wolnego. Jest też wyznacznikiem przynależności do określonej grupy zawodowej lub społecznej (Dąbrowska, Janoś-Kresło 2007, 55). Konsumowanie oznacza obecnie nie tylko nabywanie, posiadanie i użytkowanie rzeczy, ale również staje się podstawowym sposobem budowania przez człowieka własnej tożsamości (Janoś-Kresło, Mróz 2006, 78). Analizując konsumpcję, jej poziom i strukturę, zwraca się szczególną uwagę na ponoszone w tym celu wydatki (Hall, Taylor 1999, 57).

W świetle ogólnego rozumienia istoty konsumpcji za konsumpcję turystyczną uznaje się całkowitą wartość dóbr i usług, użytych w celu bezpośredniego zaspokojenia potrzeb odwiedzających (Terminologia turystyczna 1995, 21). Termin ten, poza przypadkiem, kiedy ma związek z pośrednią konsumpcją przedsiębiorstw, jest zgodny z pojęciem konsumpcji finalnej w krajowym rachunku ekonomicznym, bez względu na rodzaj konsumenta. Realizacja konsumpcji turystycznej związana jest z kategorią wydatków turystycznych i obejmuje wiele pozycji, począwszy od zakupu dóbr i usług konsumpcyjnych, uwarunkowanych podróżą i pobytem, a kończąc na zakupie drobnych przedmiotów osobistego użytku, pamiątek i prezentów.

A.G. Woodside i C. Dubelaar (2002, 120) zaproponowali teorię systemu konsumpcji turystycznej (*tourism consumption system* – TCS), w której konsumpcję odnieśli do sfery zachowań, określając ją jako zbiór myśli związanych z podróżą, decyzji i zachowań turysty przed, w trakcie i po podróży. Bazując na współzależności zmiennych, czyli myśli, decyzji i zachowań dotyczących podróży, zaproponowali wiele bezpośrednich i pośrednich związków zachodzących pomiędzy nimi.

Nieco węższym pojęciem od konsumpcji turystycznej jest termin „konsumpcja usług turystycznych”. Dotyczy ona zazwyczaj wydatków przeznaczanych na zakup

usług turystycznych w celu zaspokojenia potrzeb uczestników turystyki. Zdaniem autorki konsumpcja usług turystycznych najpełniej wyrażana jest przez poziom i strukturę wydatków oraz poziom aktywności turystycznej. Mierniki te zastosowano do analiz zaprezentowanych w kolejnych rozdziałach pracy.

W literaturze przedmiotu stosuje się różne kryteria klasyfikacyjne konsumpcji usług turystycznych¹². Konsumpcja ta charakteryzuje się określonymi właściwościami, wynikającymi z cech usług turystycznych, które wyróżniają ją spośród innych rodzajów spożycia. Są to: heterogeniczność, homogeniczność, odmienność, wirtualizacja, koncentracja czasowa i przestrzenna (Naumowicz 1986, 51).

Istotę i charakter konsumpcji najpełniej oddają spełniane przez nią funkcje, a więc znaczenie, jakie odgrywa ona w życiu człowieka. Zasadnicze funkcje konsumpcji mają charakter społeczno-kulturalny i gospodarczy (Bywalec 2007, 113–118). Społeczno-kulturalna funkcja konsumpcji odnosi się do rozwoju osobowości człowieka. Zaspokajając swoje potrzeby na poziomie podstawowym (odżywianie, sen, odpoczynek, aktywność fizyczna), człowiek odtwarza siły witalne i zdolności wytwórcze, korzystając zaś z usług turystycznych, zaspokajających potrzeby na wyższym poziomie, rozwija się on i wzbogaca. Przez uczestnictwo w turystyce człowiek poszerza swoje horyzonty, zdobywa i pogłębia wiedzę oraz doświadczenie, co z kolei przyczynia się do wzrostu potencjału intelektualno-twórczego. Coraz częściej formą wyrazu statusu społecznego, przynależności do grupy społecznej, wreszcie tożsamości staje się konsumpcja usług turystycznych. Spełniły się prorocze słowa Karola Marksa, dotyczące dni: „gdy miernikiem bogactwa nie będzie już czas pracy, lecz czas wolny” (Marks 1956, 400–401).

Funkcja o charakterze gospodarczym dotyczy z kolei oddziaływania konsumpcji na zachowania ekonomiczne człowieka. Jej efektem może być wzrost dobrobytu (lub ubóstwa) w skali mikro i rozwój gospodarczy w skali makro (lub regres). Dzieje się tak, ponieważ w wyniku wzrostu konsumpcji następuje zwiększenie zatrudnienia, a tym samym wzrost stopy aktywności zawodowej społeczeństwa. Wraz ze wzrostem dochodów następuje poprawa poziomu i jakości życia. Dążenie do podnoszenia poziomu życia i prestiżu społecznego mobilizuje do większej aktywności gospodarczej i społecznej, co wpływa na zwiększenie wydajności pracy. Rozwój konsumpcji prowadzi zatem do wzrostu produktu krajowego brutto, czyli do rozwoju gospodarczego kraju.

Konsumpcja usług turystycznych ma ponadto znaczenie wychowawcze i poznawcze, umożliwia rozbudzanie zainteresowań, poznanie rzeczywistości, realizację osobistych aspiracji, przeżywanie wrażeń estetycznych, wpływa na kształtowanie

¹² Za główne kryteria klasyfikacyjne konsumpcji usług turystycznych najczęściej przyjmuje się: przedmiot konsumpcji, podmiot konsumpcji, źródła finansowania oraz źródła pochodzenia usług. Wyróżnia się m.in. konsumpcję rynkową, naturalną i społeczną (Kornak, Montygierd-Łoyba 1985, 261–262); konsumpcję indywidualną i publiczną (Say 1960); konsumpcję pozytywną i negatywną, konsumpcję trwałą i nietrwałą (Jastrzębska-Smolaga 2000).

świadomości, rozwija umiejętności człowieka, jego cechy i postawę, a ponadto uaktywnia sferę doznań psychicznych. „Przeżycia turystyczne wywierają wielki wpływ na poglądy i zainteresowania człowieka. One to wpływają na jego stosunek do obowiązków, do dobra społecznego, one kształtują jego postawę wobec innego człowieka lub zbiorowości” (Przeclawski 1983, 83–84). Konsumpcja usług turystycznych przyczynia się też do poprawy zdrowia. Kontakt z naturą, możliwość ruchu, zmiana codziennego rytmu życia sprzyjają utrzymaniu zdrowia i kondycji. Pod wpływem piękna przyrody czy architektury budzi się czasem potencjał twórczy i powstają wspaniałe dzieła. Zatem „w procesie konsumpcji rośnie siła intelektualna i siła moralna człowieka, zwiększa się jego moc wytwórcza, rozwija wyobraźnia, zwiększa potęgę umysłową. Konsumpcja staje się najpotężniejszą siłą wytwórczą, gdyż w czasie wolnym od pracy, od bezpośredniego czasu produkcji, odbywa się rozwój jednostki ludzkiej” (Lipiński 1969, 272 [za:] Bywalec 2007, 118). Należy jednak zaznaczyć, iż nadmierna i niekontrolowana konsumpcja może doprowadzić do negatywnych skutków, które wpisują się w dysfunkcje turystyki (szerzej na temat dysfunkcji turystyki: Alejziak 1999, 30-70).

Konsumpcja usług turystycznych determinowana jest wieloma czynnikami, które różnicują jej poziom i strukturę. Stąd w literaturze przedmiotu znaleźć można liczne klasyfikacje jej uwarunkowań¹³. Światowa Organizacja Turystyki wyodrębniła ponad 130 czynników wpływających na konsumpcję, które podzielono na trzy główne grupy: ekonomiczne (ogólnogospodarcze, dochodowe, cenowe), społeczno-psychologiczne (czas wolny, czynniki demograficzne, industrializacyjne, urbanizacyjne, kulturalne, motywacyjne) i podażowe (polityka turystyczna, transport, baza noclegowa, organizatorzy podróży) (Wodejko 1997, 62–76).

Z uwagi na cel pracy przyjęto podział tych czynników na dwie główne grupy: ekonomiczne i pozaekonomiczne (tab. 1.2).

Grupę uwarunkowań, wyodrębnioną na podstawie kryterium ekonomicznego, charakteryzują głównie czynniki ilościowe, natomiast grupę determinantów pozaekonomicznych określają czynniki jakościowe. Za podstawowe wyznaczniki poziomu i struktury konsumpcji turystycznej uznaje się zmienne ekonomiczne. Do uwarunkowań pozaekonomicznych zaliczono determinanty demograficzno-społeczne, psychologiczno-kulturowe oraz pozostałe. Na każdą z tych grup składa się wiele determinant szczegółowych. Działają one w sposób syntetyczny, wzajemnie się krzyżują i uzupełniają. Pomimo ich mnogości uśredniają się one w dużej liczbie przypadków i nabierają cech prawidłowości. Wszystkie razem tworzą całość obrazu konsumpcji i zachowań konsumenta na rynku.

¹³ V.T.C. Middleton systematyzuje główne uwarunkowania konsumpcji w osiem grup: ekonomiczne, demograficzne, geograficzne, postawy społeczno-kulturalne i społeczne, regulacje rządowe, media, mobilność (Middleton 1996, 38–49). R. Łazarek do determinant konsumpcji zalicza: czynniki ekonomiczne, otoczenie, społeczeństwo, osobowość, państwo, podaż oraz media (Łazarek 2001, 75). M. Jedlińska dokonuje podziału na uwarunkowania wewnętrzne i zewnętrzne (Jedlińska [w:] Nowakowska, Przydział 2006, 173–175).

Tabela 1.2. Klasyfikacja uwarunkowań konsumpcji usług turystycznych

Czynniki ekonomiczne		Czynniki pozaekonomiczne		
w skali makro	w skali mikro	demograficzno- -społeczne	psychologiczno- -kulturowe	inne
<ul style="list-style-type: none"> – koniunktura gospodarcza – produkt krajowy brutto – inflacja – ceny – podaż dóbr i usług turystycznych – stopa bezrobocia – kursy walut – polityka socjalna – integracja europejska – globalizacja 	<ul style="list-style-type: none"> – dochody – oszczędności – kredyty – zasoby – czas wolny 	<ul style="list-style-type: none"> – miejsce zamieszkania – wiek – płeć – wykształcenie – zawód – stan cywilny i rodzinny – faza cyklu życia rodziny – cykl życia rodziny – opinie i normy społeczne – grupy odniesienia – grupa społeczna – stan zdrowia 	<ul style="list-style-type: none"> – potrzeby – motywy – preferencje turystyczne – wartości – aspiracje – postawy – osobowość – emocje – nawyki i zwyczaje – religia, wyznanie – znajomość języków obcych – moda – styl życia 	<ul style="list-style-type: none"> – środowisko geograficzne – warunki klimatyczne – postęp technologiczny – polityka turystyczna – działania marketingowe – skłonność do ryzyka

Źródło: opracowanie własne

W pierwszej grupie czynników wydzielono zmienne makro- i mikroekonomiczne. Zmienne makroekonomiczne stanowią zbiór zewnętrznych zjawisk i czynników, pośrednio oddziałujących na ogólne warunki, w których gospodarstwa domowe zaspokajają swoje potrzeby konsumpcyjne. Odnoszą się one m.in. do sytuacji ekonomicznej kraju, stanu koniunktury, poziomu PKB i tempa jego zmian, trendów gospodarczych, poziomu inflacji, kursów walut, stopy bezrobocia, przekształceń własnościowych, integracji europejskiej i globalizacji oraz innych czynników niezależnych od podmiotów konsumpcji. Czynniki te stanowią ogólnie swoiste tło dla zachowań konsumpcyjnych. Rozwój społeczno-gospodarczy jest ściśle skorelowany z dużą aktywnością turystyczną jego mieszkańców, gdyż wpływa na wzrost dochodów indywidualnych, ilości czasu wolnego, poziomu życia oraz stwarza korzystne warunki do wzrostu poziomu konsumpcji turystycznej. Osłabienie koniunktury gospodarczej może przyczynić się natomiast do wzrostu bezrobocia, spadku dochodów ludności, a tym samym ograniczenia wydatków konsumpcyjnych.

Powszechnie uznanym ekonomicznym miernikiem poziomu rozwoju gospodarczego jest produkt krajowy brutto (PKB). Wyraża on wartość finalną działalności gospodarczej danego społeczeństwa w określonym czasie – zwykle roku (Lis 2002, 27). Z kolei wielkość PKB na 1 mieszkańca informuje o poziomie życia ludności. Wyższa jego wielkość z reguły świadczy o lepszych warunkach życia w danym kraju. Poziom rozwoju gospodarczego jest m.in. konsekwencją uprawianej polityki ekonomicznej. Zakres uwarunkowań zewnętrznych dla konsumpcji określają zatem

decyzje podejmowane przez władze państwowe, dotyczące przede wszystkim podziału dochodu narodowego i alokacji dochodów ludności w grupach społeczno-zawodowych. Istotną częścią dochodu narodowego jest fundusz spożycia przeznaczony na konsumpcję indywidualną. Zbyt niski fundusz powoduje ograniczenie aktywności ludności, odpowiednio wyższy pobudza ją i tworzy pozytywne nastroje społeczne, nadmiar natomiast może natomiast obniżyć wydajność pracy (Światowy 2006, 136).

Spółecznie niekontrolowane i nieakceptowane zmiany proporcji podziału PKB stanowią niekiedy wynik procesu wzrostu cen. Inflacja jest istotnym ekonomicznym czynnikiem ogólnogospodarczym, warunkującym konsumpcję usług turystycznych. Przy niezmiennych dochodach wzrost cen powoduje spadek siły nabywczej pieniądza, co z kolei przyczynia się do zmniejszenia wydatków, czyli spadku popytu na dane dobra lub usługi i odwrotnie. Istotne zmiany cen usług turystycznych wywołują zazwyczaj zmiany w popycie zarówno na nie, jak i na dobra substytucyjne i komplementarne (np. obniżka cen na wczasy w Tunezji spowoduje wzrost ich sprzedaży kosztem droższego pobytu w Egipcie, a wzrost cen za usługi przewodnickie spowoduje mniejsze zainteresowanie wycieczkami fakultatywnymi).

Miarą reakcji konsumpcji na dany produkt względem zmiany ceny jest wskaźnik elastyczności cenowej. Wyraża on zależność między relatywną zmianą ceny a relatywną zmianą konsumpcji (popytu konsumpcyjnego). Zwykle produkty luksusowe charakteryzuje wysoka elastyczność cenowa, a podstawowe niska (Milewski 1998, 113 nn.). Wpływ zmian cen na konsumpcję uwidacznia się też w różnym stopniu w zależności od rodzaju turystyki. Stosunkowo małą elastycznością cenową popytu charakteryzuje się turystyka biznesowa, w przeciwieństwie do turystyki wypoczynkowej, popyt sztywny natomiast dotyczy turystyki zdrowotnej (Niemczyk 2010, 34). Konsumenci nie reagują jednak w ten sam sposób na zmiany cen. Na rynku usług turystycznych – podobnie jak w innych przypadkach – występują również liczne paradoksy. Wzrost cen może powodować wzrost konsumpcji, czego przykładem jest paradoks Veblena, którego istota tkwi w potrzebach prestiżu i uznania (prestiżowy efekt cen). Część konsumentów tym chętniej zatem nabywa usługi turystyczne, im są one droższe i bardziej ekskluzywne, a przez to będące synonimem wysokiej jakości (np. elitarne wyprawy tropikalne ze znanymi podróżnikami). Jest to sposób na wyróżnienie się w środowisku i wzbudzenie zazdrości, a także chęć przynależności do danej grupy. Ludzie decydują się też na zakup drogiej usługi turystycznej pod wpływem silnych bodźców emocjonalnych. Chcąc wywołać podziw i uznanie, wyjeżdżają na ekskluzywne wczasy zagraniczne, chociaż tak naprawdę wcale tego nie potrzebują (np. pobyt w bajecznie drogich hotelach w kurortach alpejskich). Ujawnia się w takich przypadkach efekt snoba, kiedy zakup danej usługi turystycznej jest tym atrakcyjniejszy, im mniej osób może sobie na niego pozwolić. Wysokie i ostentacyjne wydatki są sposobem na pokazanie swojej pozycji majątkowej i demonstracji możliwości płatniczych. Na rynku usług turystycznych występuje również paradoks spekulacyjny. Polega on na wstrzymywaniu się od zakupów przy spadku cen w nadziei, że ceny w przyszłości będą jeszcze niższe. Za przykład może posłużyć

oczekiwanie klientów na zakup usługi turystycznej po jak najniższej cenie w ofercie *last minute*. Sytuacja odwrotna to kupno usługi turystycznej z dużym wyprzedzeniem czasowym wobec jej świadczenia w obawie przed spodziewanym wzrostem kursu walut. W związku ze zmiennym nasileniem ruchu turystycznego w ciągu roku występuje paradoks sezonowy, czego przykładem są gwałtownie wzrastające ceny w kurortach nadmorskich w okresie wakacyjnym i towarzyszący im wzrost konsumpcji. Po wysokim sezonie natomiast konsumpcja obniża się mimo spadku cen. Mogą pojawiać się jeszcze inne zakłócenia prawa Marshalla¹⁴.

Należy zaznaczyć, że wskaźniki elastyczności cenowej tych samych dóbr i usług w miejscu stałego zamieszkania i miejscu wypoczynku/rekreacji mogą znacznie się różnić. Spontaniczne zachowanie podczas wyjazdu turystycznego, często pod wpływem impulsu, powoduje nietypowe reagowanie na ceny i skłonność do nieuzasadnionych wydatków. Pojawia się wówczas konsumpcja subiektywnie satysfakcjonująca, lecz obiektywnie nieracjonalna (Altkorn 1995, 24–25). Reakcje konsumentów na zmiany cen determinowane są bowiem wieloma czynnikami, do których należą m.in. charakter usługi, poziom ceny, ilość substytutów, udział wydatków na jej zakup w budżecie (Rudnicki 2004, 145). Wraz ze wzrostem dochodów zmniejsza się rola ceny, większego znaczenia nabiera natomiast rodzaj, jakość, a nawet wyjątkowość nabywanych usług. Elastyczność popytu wobec cen produktu czy usług niestandardowych jest niska, a wobec produktu powtarzalnego wysoka.

Zachowanie konsumentów (pod wpływem zmiany cen) zależy też od poziomu osiągniętych dochodów. Dochody są jednym z najważniejszych czynników mikroekonomicznych determinujących poziom i strukturę konsumpcji. Stanowią one istotny element poziomu życia, umożliwiając bowiem zaspokojenie potrzeb. Dochody kształtujące konsumpcję to dochody rozporządalne, które określają przeciętny miesięczny dochód przypadający na jedną osobę w gospodarstwie domowym. Wielkość bieżącego dochodu pozwala określić możliwości decyzji konsumpcyjnych danego podmiotu.

Według polskiej statystyki na dochód rozporządzalny składają się dochody do dyspozycji, w tym dochody z pracy najemnej i z pracy na własny rachunek, z gospodarstwa indywidualnego w rolnictwie, ze świadczeń z ubezpieczeń społecznych, obejmujących m.in. emerytury i renty, ze świadczeń pomocy społecznej (w tym zasiłki dla bezrobotnych) oraz inne (m.in. darowizny) (Budżety 2004). Podstawową pozycję dochodów stanowi płaca jako rzeczywiste wynagrodzenie za wykonaną pracę. Dochody rozporządalne stanowią zarówno pieniężne, jak i niepieniężne (np. wartość produktów otrzymanych nieodpłatnie) bieżące dochody gospodarstwa

¹⁴ Na przykład spadek cen usług lotniczych w wyniku zamachów terrorystycznych w Stanach Zjednoczonych w 2001 r. nie spowodował wzrostu ich sprzedaży w związku z obawami konsumentów o bezpieczeństwo. Podobnie pomimo spadku cen usług noclegowych i kulturalno-rozrywkowych w Neapolu w 2008 r. nie nastąpił wzrost konsumpcji, gdyż miasto borykało się z problemem dużego zanieczyszczenia odpadami komunalnymi.

domowego, pomniejszone o podatki bezpośrednie oraz składki na ubezpieczenia społeczne, a powiększone o transfery socjalne otrzymywane od państwa (renty, emerytury, zasiłki, stypendia). Dochody te przeznaczane są na cele konsumpcyjne, oszczędności oraz pozostałe wydatki, które stanowią podatki osobiste i inne płatności (np. darowizny, alimenty, opłaty za czynsz). Po ich zapłaceniu pozostaje dochód do dyspozycji. Konsumpcja usług turystycznych zależy zatem pośrednio od polityki fiskalnej państwa, która reguluje poziom stawek podatkowych, progów dochodowych, zwolnień oraz ulg podatkowych. W miarę wzrostu dochodów oraz zaspokajania potrzeb podstawowych pozostaje pewna nadwyżka dochodów, w odniesieniu do której wybory konsumentów są bardziej swobodne. Gdy racjonalne koszty konsumpcji nie przekraczają 80% dochodu, resztę stanowi dochód wolny, zwany funduszem swobodnej decyzji (Światowy 2006, 159). Wydatki na usługi turystyczne należą do funduszu swobodnej decyzji, a zatem występują tylko przy dochodzie przekraczającym poziom zaspokojenia potrzeb podstawowych. Zgodnie z prawem Engla wraz ze wzrostem dochodów zmniejsza się udział wydatków na dobra i usługi podstawowe (np. żywność) w całości wydatków konsumpcyjnych, zwiększa natomiast udział wydatków na potrzeby wyższego rzędu, w tym na turystykę. Na wybór konsumpcji turystycznej w ramach funduszu swobodnej decyzji znaczny wpływ ma siła oddziaływania czynników kształtujących popyt turystyczny. Istnieje bowiem możliwość dużego wyboru innych wydatków (Tokarz, Lewandowska 2004, 12). O udział w dochodzie konkurują z wyjazdami turystycznymi inne dobra i usługi wyższego rzędu (m.in. bilety do opery, teatru lub na koncert, wyjście do restauracji, zakup modnych rzeczy lub wysokiej klasy sprzętu audiowizualnego itp.).

Spadek dochodów nie pociąga za sobą natychmiastowej redukcji wydatków (efekt rygla). Źródłem finansowania stają się wówczas posiadane aktywa finansowe lub dobra materialne. Ograniczone dochody mogą być bowiem okresowo powiększane przez zgromadzone wcześniej oszczędności oraz zaciągane kredyty lub pożyczki. Niektóre banki oferują korzystnie oprocentowane kredyty konsumpcyjne, przyznawane na cele turystyczne. Rosnące stopy procentowe działają jednak niekorzystnie na majątek, podnosząc także koszty kredytu, co prowadzi do ograniczenia popytu konsumpcyjnego.

Każde gospodarstwo domowe, dysponujące ustalonym dochodem rozporządzalnym, podejmuje decyzje o jego podziale na wydatki i oszczędności. Wydatkowana część funduszy określa skłonność do konsumpcji. Oszczędności natomiast uszczuplają bieżący fundusz nabywcy konsumenta, zwiększając jednak możliwości zakupu w przyszłości.

Miernikiem służącym do określenia wpływu dochodu na wydatki konsumentów jest wskaźnik elastyczności dochodowej popytu. Obrazuje on związek między relatywną zmianą dochodów a relatywną zmianą wydatków na dany produkt. Jego wartość jest zwykle większa od zera, ponieważ wzrostowi dochodu towarzyszy z reguły wzrost konsumpcji, a w dłuższym okresie zmiana jej struktury, która polega na zwiększeniu udziału wydatków na dobra i usługi wyższego rzędu w wydatkach

całkowitych. Niekiedy może mieć jednak wartość ujemną, co świadczy o spadku wydatków na dobra. Wraz ze wzrostem dochodów konsumenci są zazwyczaj skłonni ponieść większe wydatki na wyjazdy turystyczne, przeznaczając część dochodów na wyższej jakości usługi noclegowe (np. hotele wyższej kategorii) i lepszy rodzaj transportu (np. zastępując autokar samolotem), a także na usługi dodatkowe (wycieczki fakultatywne, rozrywka, kultura, sport). Wskaźnik elastyczności dochodowej popytu może określać rynek turystyczny jako dochodowo elastyczny (wzrost dochodu wpływa na relatywnie większą zmianę popytu) bądź dochodowo nieelastyczny (wzrost dochodu powoduje małą zmianę popytu). Dochodowa elastyczność popytu dla turystyki krajowej przybiera na ogół wartości poniżej jedności (względne zmiany dochodu powodują mniej niż proporcjonalne zmiany w popycie), natomiast dla zagranicznej turystyki wyjazdowej – powyżej jedności (większa podatność na spadek koniunktury gospodarczej) (Niemczyk 2010, 33). Należy zaznaczyć, że wyjątek stanowi popyt na produkty turystyczne noszące znamiona luksusu i ostentacji. Jest on niezbyt elastyczny wobec dochodu, co wynika z zamożności konsumentów dóbr luksusowych (Rudnicki 2010, 83). Wraz z bogaceniem się społeczeństwa i upowszechnianiem się turystyki dochodowa elastyczność popytu maleje. Wysokość, a także struktura rodzajowa dochodów stanowią istotną informację, niezbędną do analizy poziomu i proporcji wydatków.

Do czynników ekonomicznych determinujących konsumpcję zalicza się również wyposażenie gospodarstwa domowego w dobra trwałe. Satysfakcjonujące danego konsumenta posiadanie dóbr codziennego użytku, typu lodówka, telewizor, pralka, meble itp., sprawia, iż jest on skłonny przeznaczyć część swoich wydatków na mniej niezbędne dobra i usługi, w tym turystyczne. Konsument dysponujący domkiem letniskowym, przyczepą kempingową, jachtem bądź sprzętem sportowo-turystycznym (np. sprzętem do nurkowania, narciarskim, rowerem, namiotem) będzie skłonny do korzystania z tych dóbr, wykazując się aktywnością turystyczną.

Znaczny wpływ na poziom oraz strukturę konsumpcji ma dostęp do dóbr publicznych, m.in. do usług medycznych, edukacyjnych czy kulturowych. Dobra te są często komplementarne lub substytucyjne w stosunku do dóbr prywatnych i zwalniają część zasobów pieniężnych gospodarstw, które mogą być przeznaczone na inne cele.

Do wzrostu konsumpcji usług turystycznych przyczyniają się świadczenia socjalne. Dla niektórych osób stwarzają one jedyną okazję do uczestnictwa w ruchu turystycznym. Główna idea przyświecająca rozwojowi turystyki socjalnej dotyczy dystrybucji świadczeń, modyfikującej zmiany w hierarchii potrzeb w celu kształtowania określonego modelu konsumpcji. Świadczenia socjalne (społeczne) obejmują ogół świadczeń przekazywanych przez rząd określonym grupom społecznym lub całemu społeczeństwu w pieniądzu bądź naturze. Są to środki zaspokajania indywidualnych potrzeb jednostki, których uzyskanie nie jest bezpośrednim efektem własnej pracy. Świadczenia socjalne w turystyce udzielane są w sposób bezpośredni lub pośredni. W pierwszym przypadku są to gratyfikacje urlopowe, świadczenia ubezpieczeniowe, pokrywanie części kosztów podróży i pobyków wakacyjnych, szkoleń, zasił-

ków, pożyczek itp. Pośrednie wspieranie konsumpcji usług turystycznych dotyczy finansowania budowy i eksploatacji urządzeń turystycznych służących turystyce socjalnej, świadczeń na rzecz funduszy rozwoju wypoczynku, popierania inicjatyw rozwoju turystyki socjalnej. Świadczenia te są podstawowym instrumentem polityki społecznej i formą realizacji zabezpieczenia społecznego. Z prawnego punktu widzenia zobowiązania rządu do określonych świadczeń społecznych oraz ich zakres wynikają z odpowiednich ustaw i są wyrazem polityki społecznej państwa (http://portalwiedzy.onet.pl/30422,swiadczenia_spoeczne,haslo.html, dostęp: 20.10.2009).

Niezwykle istotnym determinantem konsumpcji usług turystycznych jest czas wolny¹⁵, rozpatrywany jako kategoria ekonomiczna. Istnieje wiele definicji czasu wolnego, które powstały na gruncie różnych dyscyplin nauk¹⁶. W kontekście turystyki jest to „czas, który pozostaje do dyspozycji po odjęciu czasu pracy, dojazdów do i z pracy, czasu snu oraz wykonywania niezbędnych czynności osobistych i domowych, tzn. czas do swobodnej dyspozycji, który może być różnie wykorzystany, w tym także na turystykę” (Medlik 1995, 154). Czas poza pracą jest człowiekowi niezbędny do osiągnięcia dobrostanu (*well-being*) i do reprodukcji siły roboczej (Dickinson, Peeters 2014, 11–21).

Rozmiar i struktura czasu wolnego, a przede wszystkim rodzaj wykonywanych czynności, stanowią, obok poziomu dochodów, wskaźnik poziomu i jakości życia ludności. Aktywność w czasie wolnym może być miernikiem stopnia rozwoju społecznego. Brak czasu wolnego ogranicza konsumpcję usług turystycznych, sportowo-rekreacyjnych i kulturalnych (Dąbrowska 1997, 9). Czas wolny oddziałuje zatem na konsumpcję podobnie jak dochód: im więcej się go posiada, tym większe może być spożycie usług turystycznych. Pomiędzy poziomem dochodów oraz ilością czasu wolnego występuje jednak silna negatywna korelacja (Carpentier 1996, 29). W celu uzyskania wyższych dochodów zwykle wydłużeniu ulega czas przeznaczony na

¹⁵ Pojęcie i problem czasu wolnego pojawił się wraz ze społeczeństwem przemysłowym i związaną z nim standaryzacją produkcji. W społeczeństwie tradycyjnym, w którym miejsce pracy było tożsame z miejscem zamieszkania, problem ten nie był istotny, gdyż nie rozgraniczono czasu wolnego i czasu pracy. Obecnie czas wolny nierozzerwalnie łączy się z relacją między czasem pracy a czasem przeznaczonym na odpoczynek, aczkolwiek w niektórych grupach społecznych zacierają się granice między czasem przeznaczonym na pracę a czasem wolnym. Dotyczy to zwłaszcza osób o nienormowanym czasie pracy, do których należą rolnicy, prywatni przedsiębiorcy, a także osoby wykonujące tzw. wolne zawody, np. artyści. Czas pracy w krajach członkowskich Unii Europejskiej jest różnie regulowany. W Polsce określa go Kodeks Pracy (art. 129), zgodnie z którym pracownikowi przysługuje prawo do płatnego urlopu wypoczynkowego, który wynosi od 18 do 26 dni roboczych (art. 154 § 1). Dni wolne od pracy (urlop, święta, weekendy) sprzyjają uczestnictwu w turystyce (wyjątkiem są podróże służbowe).

¹⁶ Jedną z definicji sformułował francuski socjolog Jeffré Dumazediere: „czas wolny to czas przeznaczony na wszelkie zajęcia, jakim może się oddawać jednostka z własnej ochoty, bądź dla wypoczynku, bądź dla rozrywki, bądź dla rozwijania swych wiadomości lub dla bezinteresownego kształcenia się, dobrowolnego udziału w życiu społecznym poza obowiązkami zawodowymi, rodzinnymi i społecznymi” (http://www.wychowawca.pl/miesiecznik/07-08_139-140/07.htm, dostęp: 10.01.2010).

pracę, a tym samym skraca się czas wolny. Zgodnie z prawem Engla w miarę wzrostu dochodów zwiększa się udział wydatków na zagospodarowanie czasu wolnego w łącznych wydatkach ludności (Berbeka, Makówka, Niemczyk 2008, 21).

W ramach funduszu czasu wolnego można wydzielić, podobnie jak w przypadku dochodu, fundusz czasu na zaspokojenie potrzeb podstawowych (np. odpoczynek, sen, odżywianie) oraz fundusz czasu swobodnej decyzji (np. rekreacja, uczestnictwo w kulturze i turystyce) (Bywalec, Rudnicki 2002, 72). Aby zaspokoić potrzeby związane z czasem wolnym, konsument musi dysponować jednocześnie funduszem czasu i dochodu. Konsumpcja jest zatem zarówno funkcją dochodu, jak i czasu wolnego. Wraz ze wzrostem czasu wolnego wzrasta konsumpcja. Jednak w miarę wzrostu czasu wolnego obniża się jej użyteczność krańcowa. Jest to prawidłowość zgodna z pierwszym prawem Gossena, znanym jako prawo malejącej użyteczności krańcowej (prawo nasycalności potrzeb). Również drugie prawo Gossena (prawo wyrównywania użyteczności krańcowych) znajduje odzwierciedlenie w sferze konsumpcji usług turystycznych. Z uwagi na niską stabilność przyzwyczajzeń nabywczych konsumentów usług turystycznych oraz specyficzne cechy usług (m.in. niepowtarzalny sposób ich świadczenia) zmiana użyteczności krańcowej dokonuje się znacznie wolniej i na wyższych poziomach wartości niż innych produktów. Przykładem może być początkowa satysfakcja konsumenta korzystającego z usługi transportowej, świadczonej dowolnym środkiem transportu – trwająca kilka lub kilkanaście godzin podróż przynosi jednak zmęczenie i niezadowolenie. Podobnie turysta, któremu świadczona jest usługa przewodnicka, najpierw wykazuje zainteresowanie, niemniej zbyt długie zwiedzanie jakiegoś miejsca lub obiektu powoduje znużenie i niezchęcenie.

Podobieństwo, jakie zachodzi między czasem wolnym a dochodem, dotyczy również rozdysponowania tych dwóch funduszy na usługi komplementarne bądź substytucyjne. Czas wolny (tak jak dochód) można na przykład przeznaczyć na indywidualne wczasy krajowe lub zorganizowaną wycieczkę zagraniczną (substytucyjność). W przypadku wyboru wycieczki zagranicznej czas wolny zostanie zagospodarowany przez komplementarne usługi turystyczne (transportowe, noclegowe, gastronomiczne, organizacji, ubezpieczeniowe itd.).

W związku z czasem wolnym dokonuje się klasyfikacji produktów i usług na czasoszczędne, zwiększające zasoby czasu wolnego (np. usługi gastronomiczne, transportowe) oraz czasochłonne, służące zagospodarowaniu tego czasu (np. usługi wypoczynkowe i kultury fizycznej, sprzęt sportowo-turystyczny) (Bywalec 2007, 65). Konsumpcja może być zatem środkiem do osiągnięcia czasu wolnego, a sam czas wolny celem dążeń jednostki (Cieloch, Kuczyński, Rogoziński 1992, 29–31). Wzrost ilości czasu wolnego, korespondujący ze wzrostem zamożności, jest zatem warunkiem rozwoju konsumpcji oraz podniesienia poziomu życia.

W czasie wolnym organizacja i rodzaj zajęć zależą między innymi od dostępnej infrastruktury, sieci usług, wyposażenia gospodarstw domowych oraz od preferencji, zainteresowań, przyzwyczajzeń danej osoby, wieku, rodzaju wykonywanej pracy, innych obowiązków, ilości dostępnego czasu oraz możliwości finansowych.

Na poziom i strukturę konsumpcji oddziałują zatem także czynniki pozaekonomiczne, wśród których wyodrębnia się determinanty demograficzno-społeczne. W odróżnieniu od zmiennych ekonomicznych charakteryzują się one dużą stabilnością, dość trwale determinując model konsumpcji. Do tej grupy czynników zalicza się wiek, płeć, wykształcenie, wielkość gospodarstwa domowego i jego strukturę, fazę rozwoju rodziny, miejsce zamieszkania i przynależność do poszczególnych grup społeczno-zawodowych. Wymienione czynniki wpływają na główny czynnik ekonomiczny, jakim jest dochód, oraz z różnym natężeniem oddziałują na konsumpcję usług turystycznych.

Jednym z podstawowych uwarunkowań demograficznych konsumpcji usług turystycznych jest wiek, gdyż określa on potrzeby i aktywność człowieka. Wraz ze starzeniem się zmieniają poziom i struktura konsumpcji, ponieważ zmienia się hierarchia potrzeb. Z reguły wyodrębnia się trzy główne grupy wiekowe o odmiennych wzorcach wypoczynku: młodzież, osoby w średnim wieku oraz osoby starsze. Zróżnicowanie to dotyczy rodzaju turystyki, preferowanego środka transportu i zakwaterowania, co z kolei określa poziom i strukturę wydatków turystycznych. Z wiekiem związany jest cykl życia rodziny, obejmujący fazy, przez które przechodzi rodzina w miarę dojrzewania. Są to etapy odpowiadające wyżej wymienionym trzem grupom wiekowym: młodzi (stan wolny, małżeństwo bezdzietne, małżeństwo z dziećmi, rozwiedzeni bez dzieci, rozwiedzeni z dziećmi), w średnim wieku (stan wolny, małżeństwo bezdzietne, małżeństwo z dziećmi, rozwiedzeni bez dzieci, rozwiedzeni z dziećmi), starsi (starsze małżeństwa, osoby starsze stanu wolnego) (Kotler, Armstrong, Saunders, Wong 2002, 272). Etap, na jakim znajduje się jednostka, w znacznym stopniu determinuje jej skłonność do uczestnictwa w określonych rodzajach turystyki. Wraz z pojawianiem się kolejnych członków rodziny zwykle spada jednostkowy poziom wydatków na turystykę. Pomiędzy wielkością gospodarstwa domowego, oznaczającą liczbę osób, a rocznymi wydatkami na turystykę występuje wyraźna korelacja ujemna (Bosiacki 1987, 177). A zatem poszczególne grupy gospodarstw domowych w kolejnych fazach życia charakteryzują się innym poziomem i strukturą konsumpcji, co wynika ze zmieniającej się sytuacji dochodowej oraz odczuwanych potrzeb.

Kolejny determinant – płeć – nie wykazując w zasadzie bezpośredniego wpływu na poziom aktywności turystycznej, oddziałuje jednak na preferencje dotyczące jej rodzajów. Mężczyźni wybierają zazwyczaj bardziej czynną formę uczestnictwa w turystyce, związaną ze sportem, zdobywaniem nowych doświadczeń bądź wynikającą z odrębności zainteresowań (wędkarstwo, polowania), często podejmując ryzyko, podczas gdy kobiety skłaniają się do tych rodzajów turystyki i destynacji, które związane są z kulturą, rekreacją, poczuciem bezpieczeństwa oraz które wpływają na możliwość umacniania więzi rodzinnych (Meng, Uysa 2008). W ostatnich latach status kobiety uległ jednak istotnym przeobrażeniom, co powoduje, iż wykazują one coraz częściej aktywność charakterystyczną dotychczas dla mężczyzn (np. turystyka ekstremalna).

Na poziom i charakter konsumpcji turystycznej oddziałuje niewątpliwie wykształcenie. Większa wiedza rozszerza światopogląd, skłania do poznawania różnych środowisk, kultur i ludzi, stymuluje zatem do podróżowania (Cooper, Fletcher, Gilbert, Wanhill 1993, 32). Wraz ze wzrostem wykształcenia znaczenia nabierają potrzeby wyższego rzędu i zwiększa się popyt na usługi. Im wyższy jest poziom wykształcenia, tym większy udział w turystyce zarówno w celach służbowych, jak i wypoczynkowych (Middleton 1996, 52). Wpływ wykształcenia jest nierozzerwalnie związany z wysokością osiąganego dochodu. Lepsze wykształcenie umożliwia osiąganie wyższych dochodów, które stanowią źródło zaspokojenia potrzeb turystycznych. Gdy wzrasta poziom wykształcenia, rozwijają się nowe potrzeby, a jednocześnie szansa na ich zaspokojenie.

Wykształcenie związane jest z zawodem i charakterem wykonywanej pracy. Istnieje wyraźna zależność między zawodem pełnionym przez głowę rodziny a modelem konsumpcji turystycznej całej rodziny. Zawód wymagający wysokich kwalifikacji gwarantuje na ogół wyższe stanowisko, a tym samym wyższe dochody, które stwarzają lepsze możliwości konsumpcyjne. Wywiera on również istotny wpływ na zachowania konsumpcyjne, a więc na poziom i styl życia. Wyższa pozycja zawodowa (wykonywany zawód i zajmowane stanowisko) przyczynia się do większej aktywności. Jest ona zatem najniższa wśród rolników i robotników niewykwalifikowanych, najwyższa natomiast w grupie wysoko wykwalifikowanych pracowników umysłowych, właścicieli przedsiębiorstw oraz osób wykonujących wolne zawody (Wodejko 1997, 69). Zjawisko to związane jest z zazwyczaj wyższym poziomem kulturalnym jednostki reprezentującej zawód o wyższym statusie społecznym. Przynależność do danej grupy społeczno-zawodowej w dużym stopniu różnicuje zatem konsumpcję turystyczną.

Wśród grup społecznych najczęściej wyróżnia się grupy dobrowolne i niedobrowolne oraz grupy formalne i nieformalne (Bywalec, Rudnicki 2002, 70). Do grup dobrowolnych człowiek przystępuje świadomie z własnej woli (np. kluby zainteresowań, stowarzyszenia). Przynależność do grup niedobrowolnych jest natomiast wymuszona i wynika ze statusu społecznego, biologicznego lub prawnego (np. uczniowie, emeryci, żołnierze). Grupy formalne działają w oparciu o statut lub regulamin, posiadają strukturę organizacyjną i sformułowane zadania. Grupy nieformalne zawiązują się luźno, aby zrealizować doraźny cel, np. chęć odbycia wspólnej wycieczki lub uprawiania rekreacji. Są to na przykład grupy partnerskie, które powstają w celu realizacji specjalistycznej wyprawy turystycznej.

Na konsumpcję usług turystycznych mają także wpływ grupy odniesienia, czyli takie grupy, do których jednostka (lub gospodarstwo domowe) należy bądź pragnie należeć, z którymi konfrontuje swoje poglądy i zachowanie. Wśród podstawowych grup odniesienia wyróżnia się: komparatywną (czyli porównawczą, na podstawie której ludzie porównują i oceniają swoje zachowanie), statusową (aspiracyjną, w której poszukuje się akceptacji, oraz negatywną, której normy i zasady odrzuca się) oraz normatywną (stanowiącą wzorzec zachowań) (Kassarjian, Robertson 1981,

281–282). W zasadzie wszystkie grupy odniesienia posiadają pewne normy i wzory konsumpcji.

Dość istotną rolę w kształtowaniu profilu konsumpcji usług turystycznych odgrywa miejsce zamieszkania. Osoby mieszkające w dużych miastach posiadają inny wzorzec konsumpcji niż zamieszkujące małe miasteczka lub wsie. Ma to duży związek z urbanizacją i uprzemysłowieniem, zwiększającymi uciążliwość dnia codziennego. Dlatego też im większa jest aglomeracja miejska, tym większa aktywność turystyczna (Wodejko 1997, 70). Podróże mieszkańców miast są częstsze również z powodu wyższego poziomu zamożności, wykształcenia, kultury czy dostępności do usług turystycznych.

Poziom i struktura konsumpcji usług turystycznych są także zróżnicowane w przekrojach przestrzennych. Źródłem tych różnic jest stopień rozwoju społeczno-gospodarczego regionów, a także ich wyposażenie w walory turystyczne oraz stan i rozwój infrastruktury turystycznej i paraturystycznej. Badania wykazują, iż istnieje dodatnia korelacja między poziomem konsumpcji turystycznej gospodarstw zamieszkujących regiony o bogatych walorach turystycznych, a także regiony o wysokim poziomie rozwoju społeczno-gospodarczego (Bosiacki 1987, 184).

Kolejną grupą pozaekonomicznych uwarunkowań konsumpcji usług turystycznych jest grupa czynników psychologiczno-kulturowych. Są to czynniki o charakterze subiektywnym, takie jak: potrzeby, motywy, nawyki, cechy osobowości, cele i aspiracje życiowe, systemy wartości, a także postawy i opinie.

Potrzeby (problematykę potrzeb podjęto w rozdziale 1.2), będące przyczyną i celem gospodarowania, wyzwalają motywy, a zatem wprawiają w ruch całą motoryczną stronę działalności człowieka. Ludzie nie zawsze są świadomi motywów kierujących ich postępowaniem, gdyż są one uwarunkowane zarówno biologicznie (czynniki indywidualne), jak i społecznie (czynniki środowiskowe) (Winiarski 1988, 6). W literaturze można znaleźć różne motywy uprawiania turystyki¹⁷. Są one

¹⁷ McIntosh, Goeldner i Rirchie wyodrębnili cztery kategorie motywacji: fizyczne, kulturalne, interpersonalne oraz statusu i prestiżu. Do pierwszej kategorii zaliczyli wypoczynek, regenerację ciała i umysłu, sport oraz przyjemności. Grupa ta dotyczy takich aktywności, które redukują napięcie i stres. Motywacje kulturalne związane są z pragnieniem spotkania i poznania innych kultur i narodów, ich stylu życia, muzyki, sztuki, folkloru, tańca itd. Trzecia kategoria zawiera potrzebę poznania nowych ludzi, odwiedzin przyjaciół i krewnych oraz poszukiwania nowych doświadczeń. Powodem podjęcia podróży mogą być poszukiwania duchowe lub ucieczka od rutyny codziennych kontaktów z przyjaciółmi i sąsiadami, a także chęć zmiany środowiska. Czwarta grupa motywacji związana jest z potrzebą rozwoju osobistego przez poświęcanie się własnemu hobby oraz kontynuację edukacji (Swarbrooke, Horner 1999, 34). M. Bocheńska i K. Bujak proponują pięć grup motywów uprawiania turystyki: społeczne, poznawcze, biologiczne, zmiany środowiska społecznego oraz związane z dążeniem do realizacji tłumionych potrzeb i skłonności, które nie mogą być urzeczywistnione w środowisku życia codziennego (Bocheńska, Bujak 1975, 85). Z kolei K. Przeclawski wyróżnia dziewięć grup motywów, związanych z: pragnieniem udania się w określone miejsce; pragnieniem czasowego opuszczenia miejsca stałego pobytu; pragnieniem spędzenia określonego czasu z kimś bliskim poza miejscem stałego pobytu; pragnieniem zawarcia nowych znajomości; pragnieniem pozostawania w zgodzie z zasadami obowiązującymi we własnym środowisku; zaspokojeniem

najczęściej powiązane z potrzebami turystycznymi. U podstaw motywacji leżą siły popychania (*push*) do wyjazdu, związane z czynnikami wewnętrznymi (np. potrzeba wypoczynku, aspiracje, zainteresowania), i przyciągania (*pull*), odnoszące się do czynników zewnętrznych (np. walory historyczne i kulturalne, klimat, krajobraz, okolicznościowe wydarzenia rozrywkowe i sportowe, standard i zakres świadczonych usług turystycznych, działania marketingowe, zwłaszcza polityka cenowa, reklama, oferty o charakterze *first-last minute*)¹⁸. Szczególną siłą motywującą do konsumpcji usług turystycznych jest dążenie do przeżywania pozytywnych uczuć. Wpływ wewnętrznych motywów zauważalny jest w sytuacji, gdy na przykład dochodzi do konsumpcji turystycznej mimo niższego od wymaganego poziomu dochodów lub mimo wysokiej relatywnie ceny. Motywacja turystyczna często odzwierciedla zdobyte doświadczenia i nawyki związane z uprawianiem turystyki. Gromadzone przez długi czas doświadczenia w zakresie konsumpcji turystycznej stają się naturalną podstawą do powstawania nawyków. W niektórych środowiskach określony model wypoczynku przekazywany jest z pokolenia na pokolenie, tworząc zwyczaje i tradycje w sferze konsumpcji turystycznej. Pozytywne doświadczenia wypoczynkowe wpływają na aspiracje i oczekiwania związane z zaspokojeniem potrzeb turystycznych, a także mają wpływ na wybór określonego zestawu dóbr i usług turystycznych. Zgromadzone doświadczenia prowadzą do zmiany indywidualnych zachowań, modyfikacji przekonań oraz postaw.

Postawy kształtują w istotny sposób konsumpcję usług turystycznych. Termin ten oznacza trwale przychylną lub niechętną ocenę, wynikającą z doświadczenia, emocji oraz skłonności, związanych z ocenianym przedmiotem, usługą lub ideą (Światowy 2006, 73). Ze względu na to, iż zakres osobistych doświadczeń jest silnie uwarunkowany położeniem społecznym jednostki, postawy stanowią najczęściej odzwierciedlenie jej pozycji w społeczeństwie. Znaczny wpływ na kształtowanie postaw ma rodzina, zwłaszcza rodzice. Od nich bowiem są nabywane poglądy dotyczące różnorodnych sfer życia, m.in. religii, polityki, ekonomii, ambicji, miłości. Nawet jeśli usamodzielniony człowiek nie przebywa na co dzień z rodzicami (opiekunami), ich oddziaływanie na zachowania konsumpcyjne jest wyraźny. W zależności od modelu rodziny oraz układu ról różny jest wpływ poszczególnych jej członków na decyzje dotyczące konsumpcji (Kotler 1997, 177–178).

Odzwierciedleniem postawy jest zachowanie. Ma ono na ogół charakter poli-motywacyjny, co oznacza, iż jest skutkiem działania kilku motywów (Obuchowski 1982, 22). Postawa przychylna, czyli pozytywna, przyczynia się do konsumpcji określonej usługi turystycznej, z kolei postawa niechętna, a więc negatywna, powo-

potrzeb emocjonalnych i estetycznych; zaspokojeniem potrzeb twórczych; zaspokojeniem potrzeb biologicznych; uprawianiem turystyki w szerokim znaczeniu (Przeclawski 1997, 40–44).

¹⁸ Koncepcja push-and-pull factors powstała na bazie teorii migracji i została zaadaptowana do turystyki przez G.M. Danna jako próba wyjaśnienia motywacji turystycznych (Crompton 1976, 408–424; Dann 1977, 184–194; Ashworth, Goodall 1991, 43–44; Hudson [w:] Pizam, Mansfeld 1999, 8–9; Decrop 2006, 17, 79–80).

duże rezygnację z niej. Postawy konsumpcyjne są różnorodne, ale zazwyczaj zgodne z zachowaniem człowieka.

Na decyzje dotyczące konsumpcji usług turystycznych wpływa naśladownictwo, czyli powielanie zachowań osób stanowiących wzorzec. Takimi osobami są zwykle wybitni aktorzy, muzycy, sportowcy, biznesmeni, celebryci, przywódcy grup społecznych lub politycznych. Przejawiana przez nich forma aktywności turystycznej może stać się przykładem do naśladowania dla innych. Silna presja naśladownictwa określonego modelu konsumpcji powoduje przesunięcie wydatkowanych środków finansowych na usługi turystyczne kosztem dóbr podstawowych, np. wyżywienia, odzieży. Dzieje się tak wówczas, gdy aspiracje konsumenckie wykraczają poza realne możliwości ich realizacji w ramach posiadanych środków. Oddziaływanie otoczenia może następować zatem według modelu wzorca („tak jak inni”), ale także według modelu antywzorca („inaczej niż inni”) (Bywalec, Rudnicki 2002, 63).

Zachowanie konsumpcyjne pozostaje pod silnym wpływem postrzegania rzeczywistości. Postrzeganie jest procesem, w którym jednostka selekcjonuje, porządkuje i interpretuje informacje w celu uzyskania obrazu świata (Kotler, Armstrong, Saunders, Wong 2002, 281). Ludzie o takich samych motywacjach mogą zachować się odmiennie w tej samej sytuacji, ponieważ w różny sposób tę sytuację postrzegają. Postrzeganie odbywa się przez pryzmat osobowości.

Osobowość z kolei stanowi zespół względnie trwałych cech psychicznych, pozwalających na adaptację i wewnętrzną integrację myśli, uczuć i zachowania w określonym środowisku w wymiarze czasowym. Osobowość kształtowana jest przez całe życie, zwłaszcza w okresie dzieciństwa oraz młodości, przez wpływ bodźców zewnętrznych w procesie socjalizacji, a także własnej aktywności jednostki. Istotną rolę odgrywają tu również wrodzone cechy biofizyczne. W rezultacie uformowania się osobowości człowiek osiąga zdolność przetwarzania napływających informacji, dzięki czemu tworzy sobie obraz świata i siebie, integruje techniki i sposoby ustosunkowania się do przedmiotów, osób, sytuacji, przez co jego zachowanie nabiera cech stałości i powtarzalności. Osobowość nie jest jedynym wyznacznikiem działania. To, czym i w jaki sposób człowiek się zajmuje, zależy też od doraźnego stanu fizycznego i psychicznego, emocji oraz stopnia przygotowania do danego działania. Najnowsze ujęcia dotyczące osobowości akcentują, że wprawdzie cechy biofizyczne człowieka i zewnętrzne oddziaływanie są podstawą osobowości, ale jej nie determinują. Decydujący wpływ na jej kształtowanie ma natomiast aktywność jednostki (<http://portalwiedzy.onet.pl/11425osobowosc,haslo.html>, dostęp: 08.02.2010). Znaczenie i sens aktywności, ujawnianej w fizycznym, psychicznym, społecznym i duchowym wymiarze, nadają urzeczywistniane wartości. Są one składnikiem osobowości, wyznaczają nie tylko siłę i kierunek motywacji i aktywności, ale przesądzają o przyjętej i realizowanej całościowej koncepcji życia (http://www.wychowawca.pl/miesiecznik/06_138/01.htm, dostęp: 09.02.2010).

Na ogół przyjmuje się, iż pojęcie wartość oznacza wszystko to, co cenne i godne pożądania, co stanowi cel dążeń ludzkich (<http://encyklopedia.pwn.pl/lista.php?co>

=wartość, dostęp: 09.02.2010). Do podstawowych wartości towarzyszących turystyce należą: wolność, pokój, tolerancja, prawda, piękno, dobro i świętość. Wartości wpływają na każdą decyzję i działanie, ponieważ człowiek stara się zdobyć i zachować to, na czym mu zależy. Konsumpcja usług turystycznych jest zatem zależna od systemu wartości, ale także i turystyka jest nośnikiem określonych wartości.

Równie ważnym czynnikiem kształtującym konsumpcję usług turystycznych jest typ osobowości, czyli temperament. Zgodnie z typologią Hipokratesa wyróżnia się cztery rodzaje konsumentów: choleryk, sangwinik, melancholik i flegmatyk. Turysta z temperamentem choleryka jest bardzo aktywny, niecierpliwy, impulsywny, nerwowy i wybuchowy, co skłania go do wywoływania konfliktów. Typ sangwinika charakteryzuje otwartość, aktywność, optymizm, a także brak wytrwałości i zmienność decyzji. Turysta o usposobieniu melancholijnym jest mało aktywny, wrażliwy, uporządkowany i zorganizowany, wytrwały, nieufny wobec ludzi i sytuacji. Flegmatyk jest powolny, niezawodny, ma problemy z szybkim podejmowaniem decyzji, unika konfliktów i ryzyka, a także ponoszenia odpowiedzialności (Strelau 1985). Typ osobowości niewątpliwie wpływa na formę i rodzaj konsumpcji usług turystycznych.

Do czynników kształtujących konsumpcję usług turystycznych należy styl życia. Pojęcie to oznacza indywidualne wzorce działań, przekonań i zainteresowań, którymi konsumenci różnią się między sobą (Foxall, Goldsmith 1998, 200). Styl życia zależy od ogólnej ekonomicznej i politycznej struktury społeczeństw – odzwierciedla zatem jakość życia. Ludzie pochodzący z tej samej grupy społecznej czy zawodowej mogą mieć odmienne style życia (Kotler 1997, 180–181). Osoby posiadające styl konformistyczny preferują mało aktywny sposób wypoczynku w rodzinnym gronie, natomiast charakteryzujące się stylem życia tzw. człowieka sukcesu często chętnie podróżują (Alejsiak 2009, 245). Przez turystykę człowiek wyraża samego siebie. Turystyka stała się istotnym elementem stylu życia. Styl życia kreowany jest przez środki masowego przekazu (telewizję, radio, prasę, Internet). Media, propagując określone wzorce wypoczynku, kierunki wyjazdów i formy uprawiania turystyki, wpływają na poziom i strukturę konsumpcji usług turystycznych. Konsumpcja ta stanowi odzwierciedlenie epoki, w jakiej człowiek żyje. Obecna epoka, określana mianem postmodernizmu (epoka ponowoczesna)¹⁹, propaguje takie wartości jak: wolność, relatywizm, tolerancja, pluralizm, nonkonformizm, pragmatyzm i zeświecczenie²⁰. Charakterystycznym zjawiskiem stała się symulacja rzeczywistości, coraz

¹⁹ Okres ponowoczesny rozpoczął się ok. 1960 r. jako efekt rewolucji informacyjnej i postępującej globalizacji. Poprzedni okres nowoczesny charakteryzował się masową produkcją i konsumpcją. Była to epoka rewolucji przemysłowej, sztywnych różnic społecznych, ideologii, nacjonalizmu i kultury masowej. Aktualne tendencje, wśród których przeważają: brak zaangażowania i przywiązania, postawa wycofania, indywidualizacja, prowadzą do rozczłonkowania społeczeństwa, utraty tożsamości i rozpadu struktur społecznych ([za:] van Raaij [w:] Lambkin, Foxall, Raaij 2001, 324–343).

²⁰ Turyści, którzy są oderwani od swych korzeni religijnych, zwiedzają obiekty sakralne jako atrakcje turystyczne bez zrozumienia symboli religijnych, jakie się w nich znajdują.

bardziej powszechna w turystyce²¹. Wyzwaniem dla współczesnego konsumenta jest konieczność dokonywania wyborów spośród mnogości produktów, usług oraz stylów.

Poza podstawowymi determinantami konsumpcji usług turystycznych, do których należą uwarunkowania ekonomiczne, demograficzno-społeczne oraz psychologiczno-kulturowe, oddziałują na nią także inne różnorodne czynniki. Wśród nich istotną rolę odgrywają właściwości anatomiczne i fizjologiczne człowieka (wzrost, sprawność fizyczna, cechy psychiczne, stan zdrowia), a także środowisko przyrodnicze, w którym człowiek żyje (klimat, ukształtowanie terenu, warunki pogodowe, krajobraz). Równie ważne są uwarunkowania przyrodniczo-klimatyczne, dotyczące docelowych miejsc podróży. Na konsumpcję usług turystycznych wpływa także przynależność etniczna i religijna (dotyczy to zwłaszcza turystyki etnicznej i pielgrzymkowej) (Alejski 2009, 247–250). Z zasad religijnych wynikają różne normy etyczne, rozkład tradycyjnych świąt określający czas wolny itd. Na większą aktywność turystyczną wpływa niewątpliwie znajomość języków obcych, która ułatwia porozumiewanie się za granicą. Istotną rolę odgrywa także rozwój środków transportu oraz ułatwienia organizacyjne (czarterowanie lotów, zniżki grupowe). Udogodnienia technologiczne, a zwłaszcza nowoczesne technologie informatyczne (Internet), zrewolucjonizowały kanały dystrybucji usług, dostęp do informacji oraz sposoby organizacji wyjazdów.

Istotnym uwarunkowaniem konsumpcji usług turystycznych jest postrzegane ryzyko. Oznacza ono prawdopodobieństwo pojawienia się negatywnych konsekwencji podjętej decyzji i jest istotne w stopniu, w którym postrzega je konsument (Maciejewski 2011, 32–40). Według badań przeprowadzonych przez G. Maciejewskiego (2010, 41–50) najczęściej dostrzeganym rodzajem ryzyka przy zakupie usługi turystycznej okazało się ryzyko funkcjonalne (obawa o zgodność oferty z rzeczywistością), a także ryzyko fizyczne (dotyczące należytej realizacji imprezy, bezpiecznej podróży), ryzyko finansowe (strata pieniędzy w wyniku bankructwa biura podróży), ryzyko psychologiczne (niespełnienie oczekiwań), ryzyko społeczne (niemiłe zdarzenia z powodu niezadowolenia z pobytu osób towarzyszących) oraz ryzyko związane ze stratą czasu. W celu oszacowania wielkości postrzeganego ryzyka konsumenci stosują głównie proste sposoby jego oceny, takie jak: wykorzystywanie swoich wcześniejszych doświadczeń zakupowych czy kierowanie się opiniami innych konsumentów (rodziny, znajomych itd.). Należy dodać, że na zakup produktów turystycznych wpływają także inne rodzaje ryzyka, m.in. ryzyko polityczne (terroryzm, wojny), środowiskowe (katastrofy naturalne), zdrowotne (brak dostępu do opieki medycznej), związane z planowaniem (brak solidności organizatorów turystyki) oraz utraty mienia (np. bagażu) (Alejski 2007, 67). Od wielkości postrzeganego ryzyka zależy decyzja o zakupie usług turystycznych. Świadczy to o znacznym stopniu racjonal-

²¹ Za przykład mogą posłużyć tematyczne parki rozrywki (Disneyland, Hansa Park), tropikalne pływalnie w krajach o klimacie umiarkowanym (Tropical Island w Niemczech), sztuczne stoki narciarskie w centrach miast, symulatory lotu czy rzeczywistość wirtualna.

ności decyzji podejmowanych na rynku usług turystycznych przez konsumentów. Interesujące jest to, że podróżujący, którzy chętnie podejmują ryzyko i są otwarci na przygody, nie poszukują zbyt wielu informacji na temat wybranej destynacji turystycznej, w przeciwieństwie do osób, które – obawiając się ryzyka – zbierają szczegółowe informacje (Murphy, Mascardo, Benckendorff 2007).

Konsumpcja usług turystycznych jest uzależniona od podaży oraz rodzaju i jakości tych usług. Ułatwiony do nich dostęp oraz ich różnorodność stwarzają szersze możliwości wyboru, a tym samym większą szansę na zaspokojenie potrzeb związanych z turystyką.

Przedsiębiorstwa świadczące usługi turystyczne funkcjonują na rynku w określonych warunkach zewnętrznych, które regulowane są przez organy państwowe zajmujące się polityką turystyczną. Pozytywne oddziaływanie państwa zasadniczo wpływa na rozwój turystyki, w tym na popyt turystyczny. W Polsce zarządzaniem sektorem turystycznym na poziomie centralnym zajmuje się Departament Turystyki w Ministerstwie Sportu i Turystyki. Odpowiada on przede wszystkim za programowanie rozwoju turystyki (opracowuje i wdraża dokumenty strategiczne) oraz kształtowanie mechanizmów prawno-ekonomicznych (podejmuje prace legislacyjne w zakresie warunków prowadzenia działalności gospodarczej w sferze turystyki). Ponadto prowadzi sprawy związane m.in. z zagospodarowaniem turystycznym kraju oraz tworzeniem mechanizmów regulacji rynku turystycznego, zwłaszcza dotyczących rozwoju przedsiębiorczości, podnoszenia jakości oraz ochrony konsumentów usług turystycznych. Na poziomie regionalnym politykę turystyczną prowadzą samorządy terytorialne, zwłaszcza samorządy wojewódzkie, posiadające największe uprawnienia w zakresie kontroli działalności przedsiębiorstw turystycznych. Przedsiębiorstwa te umożliwiają z kolei konsumpcję usług turystycznych. Rozwój gałęzi transportu i jego dostępność odgrywają decydującą rolę w pobudzeniu popytu turystycznego (liczne połączenia między rynkami emisji i recepcji turystycznej). Podobne znaczenie ma baza noclegowa, która dzięki silnemu zróżnicowaniu jest osiągalna dla dużego grona konsumentów. Kolejnym czynnikiem podażowym są organizatorzy podróży. Stymulują oni popyt turystyczny m.in. przez szeroką sieć dystrybucji świadczonych usług, konkurencyjność cenową oraz różnorodność ofert.

Istotnym elementem polityki turystycznej jest promocja turystyczna regionów²². Przez reklamę kreowana jest moda na określony rodzaj i miejsce aktywności turystycznej, a w efekcie wywołane są zamierzone zachowania konsumpcyjne.

W podsumowaniu należy stwierdzić, że konsumpcja usług turystycznych, a także szerzej rozumiana konsumpcja turystyczna, jest wynikiem skomplikowanego współdziałania różnorodnych uwarunkowań, zarówno ekonomicznych, demograficznych,

²² Za promocją Polski jako kraju atrakcyjnego turystycznie odpowiada Polska Organizacja Turystyczna. Na poziomie regionalnym i lokalnym promocją zajmują się regionalne i lokalne organizacje turystyczne, które wpływają również na tworzenie i rozwój produktów turystycznych oraz infrastruktury turystycznej.

społecznych, psychologicznych, jak i kulturowych. Omówione w tej części opracowania determinanty nie wyczerpują jednak listy czynników, które wpływają na poziom i strukturę tej konsumpcji. Jednocześnie istnieje przecież mnogość innych uwarunkowań, które powodują, iż reakcje ludzkie, a w konsekwencji wybory, stają się czasami nieprzewidywalne i nieracjonalne. Wśród nich można wymienić czynniki losowe (np. klęski żywiołowe, epidemie, strajki) czy też nietypowe zachowania wynikające ze specyficznej osobowości. One to ostatecznie decydują o postępowaniu konsumentów w sferze turystyki.

W oparciu o powiększającą się wiedzę na temat mnogości uwarunkowań konsumpcji usług turystycznych powstają różnorodne modele, których celem jest odwzorowanie zachowań decyzyjnych konsumentów na rynku usług turystycznych. Zagadnienie to podjęto w kolejnym podrozdziale.

1.3. Modele decyzyjne konsumentów usług turystycznych

Proces podejmowania decyzji dotyczącej zaspokojenia potrzeb turystycznych determinowany jest przez różnorodne czynniki. Pierwsze próby wyjaśniania wyborów dokonywanych przez konsumentów podejmowano na bazie założeń o maksymalizacji użyteczności oraz koncepcji racjonalności działania²³. Według teorii użyteczności przyjmowano pogląd, iż konsument dokonując wyboru dąży – zgodnie z zasadą optymalizacji i kierując się własnym interesem – do osiągnięcia maksymalnych korzyści, jakie w danych warunkach może uzyskać z konsumpcji. Zakładano, że

²³ Koncepcja racjonalności związana jest z pojęciem homo oeconomicus, czyli człowieka gospodarującego, dokonującego wyborów według motywów ekonomicznych. Racjonalność zachowania się podmiotów gospodarczych stanowiła główne założenie ekonomii neoklasycznej. Jednak już A. Smith w latach 70. XVIII w. zarysował koncepcję człowieka gospodarującego, kierującego się w swoich wyborach interesem własnym. Model homo oeconomicus został wprowadzony do ekonomii przez J.S. Milla, prekursora analizy marginalnej, stosowanej w szkole neoklasycznej. Jako kontynuator filozofii utilitaryzmu zakładał, iż działania gospodarcze podejmowane racjonalnie są determinowane przez motywy związane z zaspokojeniem potrzeb i maksymalizacją bogactwa, przy marginalizacji motywów emocjonalnych. Czołowy przedstawiciel utilitaryzmu J. Bentham uważał, iż główną zasadą postępowania człowieka jest hedonizm, czyli maksymalizacja zadowolenia. Model homo oeconomicus zmodyfikowali przedstawiciele kierunku subiektywno-marginalistycznego w ekonomii, twórcy teorii użyteczności – W.S. Jevons, C. Menger i L. Walras – którzy dążenie do maksymalizacji dobrobytu zastąpili maksymalizacją użyteczności (pojęciu użyteczności nadali sens subiektywny). Istnienie homo oeconomicus przyjmowali także autorzy teorii preferencji i wyboru – J. Fisher, V. Pareto, J.R. Hicks i P.A. Samuelson. Zakładano, że człowiek gospodarujący posiada pełną wiedzę niezbędną do działania. Krytyka modelu homo oeconomicus trwa już od początku XX w., gdyż jego wizja okazała się niewystarczająca i zbyt odbiegająca od rzeczywistości. Modyfikacje koncepcji człowieka gospodarującego przyczyniły się m.in. do stworzenia koncepcji racjonalności ograniczonej, odejścia od założenia pełnej wiedzy oraz uwzględnienia wpływu otoczenia na działanie podmiotu.

konsument posiada określone, indywidualne preferencje²⁴, stanowiące odzwierciedlenie jego gustów, oraz że potrafi ułożyć skalę tychże preferencji, co oznacza, że posiada zdolność do uporządkowania wszystkich możliwych kombinacji dóbr i usług według maksymalizacji satysfakcji. Założenie o logice efektywnego wyboru spowodowało, że nie uwzględniano odwołania do psychologii, antropologii czy socjologii w celu zweryfikowania przyjętego modelu człowieka. Ekonomia klasyczna prezentuje zatem sposób podejmowania decyzji nabywczych, którego podstawę tworzą czynniki ekonomiczne, wpływające na ograniczenia konsumenta (ceny, dochód) i w pewnym stopniu opisujące jego preferencje (krzywe obojętności²⁵). Potencjalni nabywcy usług turystycznych postępują wobec tego racjonalnie oraz dążą do maksymalizacji użyteczności swoich wyborów w ramach dotykających ich ograniczeń budżetowych. Stanowisko to pomija kwestie procesu podejmowania decyzji i z tego powodu dość szybko – bo niemal od momentu jego sformułowania – spotkało się z zarzutami. Krytykowano koncepcję racjonalności zachowań nabywców oraz pominięcie pozaekonomicznych czynników decydujących o wyborach konsumenckich, zwłaszcza psychologicznych i społeczno-kulturowych. Większość decyzji ludzkich nie jest bowiem podejmowana w sposób zupełnie racjonalny, gdyż istnieje mnóstwo czynników ograniczających lub motywujących do działań irracjonalnych (Bettman, Luce, Payne 1998, 187–217).

Instytucjonaliści w zasadzie jako pierwsi zaproponowali modele decyzyjne konkurujące z wcześniejszymi ujęciami. Zdecydowanie odrzucali oni atomistyczny model *homo economicus*, zastępując go koncepcją *homo sociologicus*, człowieka kierującego się nie tylko rachunkiem ekonomicznym, ale także uwarunkowaniami otoczenia i dominującą koncepcją życia oraz nawykami myślowymi, zwyczajami i emocjami (Stępień, Szarzec 2007, 24–25). Krytyka ta uzewnętrzniła się w poglądach przedstawicieli instytucjonalizmu, zwłaszcza T. Veblena i W.C. Mitchella, którzy uważali, iż o wyborze decydują w znacznym stopniu skomplikowane motywacje, nawyki i zwyczaje (Klimkowski 2002, 837).

Ze wspomnianymi wyżej założeniami nie zgadzał się również twórca koncepcji ograniczonej racjonalności H.A. Simon (1976), który zwracał uwagę na zmienność

²⁴ O ujawnieniu prawdziwych preferencji można mówić jedynie w warunkach rynku zrównoważonego, czyli w stabilnej sytuacji społeczno-gospodarczej. Według J. Kramera: „W warunkach występowania ogólnej nierównowagi ekonomicznej i towarzyszących niedoborów rynkowych ujawniają się wyraźnie konsekwencje w sferze ekonomicznej działalności konsumentów i gospodarstw domowych (...) wymuszają patologiczne zachowania konsumpcyjne” (Kramer 1995, 28).

²⁵ Krzywe obojętności konsumpcji usług turystycznych mogą przedstawiać zestaw dwóch usług komplementarnych świadczonych w czasie podróży (usługi transportowej) i w miejscu pobytu (usługi noclegowej). Jeśli dla turysty najważniejszy jest cel podróży (np. wypoczynek), może on, w ramach określonego budżetu, wyjechać daleko na krótki czas bądź blisko na dłuższy okres. W przypadku pierwszego wariantu zdecyduje się więcej zapłacić za usługi transportowe (ze względu na odległość) oraz mniej za usługi noclegowe (z uwagi na czas trwania). Decydując się natomiast na drugą opcję, więcej może go kosztować nocleg, natomiast mniejsze koszty poniesie na transport. Turyście będzie obojętne, dokąd i jakim środkiem transportu pojedzie, a także gdzie będzie mieszkać, natomiast priorytetem pozostanie wypoczynek (Szubert-Zarzewny 1996, 70–71).

natury ludzkiej oraz akcentował znaczenie ograniczonych zdolności poznawczych człowieka i czynnika czasu w podejmowaniu decyzji. Według niego człowiek nie jest w stanie poznać i dokonać analizy wszystkich alternatyw w ograniczonym czasie, dlatego dokonuje zazwyczaj wyboru satysfakcjonującego, a nie optymalnego²⁶.

Problematyką podejmowania decyzji przez człowieka zajmuje się zwłaszcza ekonomia behawioralna i ekonomia eksperymentalna. Większość twórców nowych modeli opisujących sposób podejmowania decyzji odrzuciło założenia o pełnej racjonalności²⁷.

Twórca behawioralnej teorii konsumpcji G. Katona zaproponował w latach 50. XX wieku szersze rozumienie racjonalności zachowania, mianowicie jako podejmowanie decyzji rozsądnych i przemyślanych w wyniku rozważenia wielu alternatyw wyboru, zdobywania pełniejszych informacji rynkowych oraz konsultacji z bliskimi osobami²⁸. Jego zdaniem takie zachowanie jest zjawiskiem rzadkim i dotyczy zakupu dóbr drogiej i wyjątkowych (np. nieruchomości, prezentów). Obok determinantów ekonomicznych dostrzegał on również znaczenie uwarunkowań psychicznych, wyróżniając postawę jako czynnik rozstrzygający o zakupie. Uważał, że czynniki ekonomiczne kształtują psychikę, co wpływa na decyzje konsumenta. Model Katony (1975, 201–218) zakłada zmienność potrzeb i preferencji oraz uwzględnia decyzje impulsywne i zwyczajowe.

Ciekawe wyjaśnienie procesu podejmowania decyzji, będące alternatywą teorii użyteczności oczekiwanej, zaprezentowali D. Kahneman i A. Tversky (1979, 263–290). Na podstawie przeprowadzonych eksperymentów sformułowali oni teorię perspektywy (ang. *prospect theory*), w której dowiedli, że preferencje wyboru człowieka są uzależnione od sposobu sformułowania problemu decyzyjnego i subiektywnego postrzegania osiągniętych rezultatów w identycznych sytuacjach. Zwrócili oni uwagę na istotę ryzyka i niepewności co do skutków działania, rozpatrywaną na podstawie poziomu ryzyka, a nie wartości oczekiwanej. Wykazali, że jeśli oczekiwaną konsekwencją wyboru będzie zysk, wówczas człowiek wykaże awersję do ryzyka, natomiast wobec perspektywy straty wyrazi on skłonność do ryzyka. Ludzie odczuwają bardziej stratę niż zysk o tej samej wartości bezwzględnej (*losses to loom larger than gains*), dlatego w swoich wyborach kierują się prawdopodobieństwem osiągnięcia większego zysku lub poniesienia mniejszej straty. W przypadku niepewnych zjawisk, chcąc zaoszczędzić czas i energię, stosują jednak skróty myślowe, prowadzące często do nieprawidłowej oceny sytuacji i nieracjonalnych wyborów.

²⁶ Koncepcja racjonalności ograniczonej – prezentowana również w pracach J. March i H. Lebensteina (1988) – nie wyklucza racjonalności działania, lecz wskazuje na wiele czynników ograniczających swobodę wyboru (m.in. tendencje w rozwoju gospodarki rynkowej, brak dostępu do pełnej informacji, przyzwyczajenia, doświadczenie, emocje).

²⁷ Wskazywano, iż neoklasyczna racjonalność pozbawiona jest takich pojęć jak: wolna wola, świadomy wybór, wolność. Negowano m.in. istnienie zbioru spójnych i uporządkowanych preferencji oraz nieograniczonego dostępu do informacji ([za:] Klimkowski 2002, 839-843).

²⁸ Takie rozumienie racjonalności jest uznawane przez większość współczesnych ekonomistów.

Wiele modeli, uwzględniających proces podejmowania decyzji oraz wpływ czynników społeczno-psychologicznych i kulturowych, wypracowano w teorii zachowania konsumentów (Sagan, <http://www.cem.pl/?a=pages&id=42FirefoxHTML\Shell\Open\Command>). Pierwsze, najważniejsze z nich (tzw. *grand models*), miały na celu usystematyzowanie i zrozumienie procesu dokonywania zakupów. Zwłaszcza modele zaproponowane przez Nicosię, Engela, Kollata i Blackwella (EBK) oraz Howarda i Shetha zostały wykorzystane przez badaczy turystyki jako punkt wyjścia do budowy modeli decyzyjnych konsumentów na rynku usług turystycznych.

W modelu Nicosii (1966, 156) proces podejmowania decyzji podzielony jest na cztery obszary. Obszar pierwszy obejmuje przepływ informacji z rynku (od przedsiębiorstwa) do odbiorcy, w wyniku czego – zgodnie z predyspozycjami – kształtowana jest postawa wobec promowanego produktu. W obszarze drugim następuje poszukiwanie informacji na temat produktów i jej wartościowanie. W przypadku pozytywnej oceny pojawia się motywacja do zakupu. Obszar trzeci dotyczy transformacji motywacji w akt zakupu. W obszarze czwartym dochodzi do konsumpcji i sprzężenia zwrotnego w postaci zdobytego doświadczenia zarówno przez przedsiębiorstwo, jak i nabywcę, co może skutkować kolejnymi zakupami. W przypadku braku zakupu zebrane informacje są przechowywane w pamięci konsumenta w postaci nowych predyspozycji. Model ten wyjaśnia najpełniej zachowanie konsumenta w sytuacji rzadkiego zakupu produktów drogiej.

Model Engela, Kollata i Blackwella (EBK) (1968, 32) obejmuje pięć etapów procesu podejmowania decyzji. Są to kolejno: rozpoznanie problemu, poszukiwanie informacji, ocena wariantów wyboru, zakup (decyzja) oraz skutki wyboru (satisfakcja lub dysonans). Model ten zakłada istnienie centralnej jednostki sterującej, stanowiącej element zarządzający procesem podejmowania decyzji (element systemu nerwowego: informacje i doświadczenie, kryteria ocen, postawy, osobowość). Na nabywcę oddziałują również elementy otoczenia (dochody, rodzina, kultura, cechy fizyczne).

W ramach modelu Howarda-Shetha (1969, 54) wyróżniono cztery podstawowe elementy, składające się na proces podejmowania decyzji zakupu. Są to: zmienne wejściowe (cechy produktu, bodźce społeczne), zmienne niezależne (ważność zakupu, cechy charakteru, przynależność społeczna i kulturowa, presja czasu, status finansowy), zmienne hipotetyczne (zmienne psychologiczne: konstrukcje percepcyjne i konstrukcje procesu uczenia się) oraz zmienne wyjściowe (uwaga, przekonania, postawy, intencje i zakup). Model ten dotyczy psychologicznego wyjaśnienia racjonalnego procesu zakupu.

Modele, będące próbą opisu i wyjaśnienia procesów decyzyjnych konsumentów na rynku turystycznym, konstruowane są zgodnie z podejściem behawioralnym lub podejściem dotyczącym wyboru miejsca recepcji turystycznej (*choice-set*) (Sirakaya, Woodside 2005, 823). Podejście behawioralne zakłada, że konsument potrafi ocenić informacje, które odbiera z zewnątrz, a ponadto poszukuje informacji dodatkowych. W celu podjęcia właściwej decyzji kreuje w swoim umyśle alternatywne wybory i w rezultacie dokonuje ostatecznego wyboru. Głównym celem

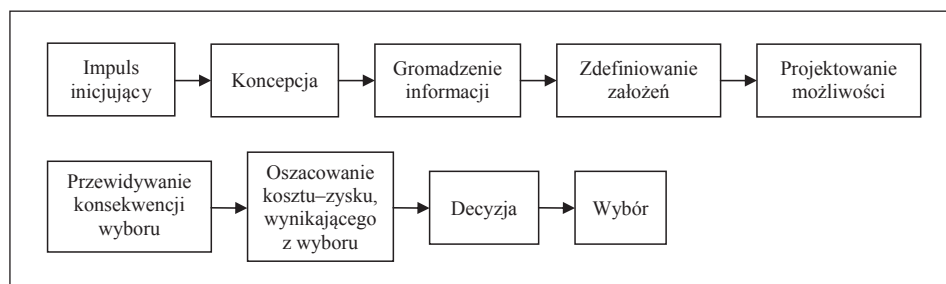
modeli behawioralnych (*behavioral models*) jest określenie etapów podejmowania decyzji oraz identyfikacja czynników wewnętrznych i zewnętrznych wpływających na ten proces.

Modele wyboru miejsca recepcji turystycznej (*choice-set models*) próbują ilustrować ten sam proces w nieco inny sposób²⁹. Objaśniają proces selekcji destynacji turystycznych dokonywanej przez turystów oraz wskazują czynniki determinujące ostateczną decyzję. Z uwagi na temat pracy, poświęcony konsumpcji usług turystycznych, główną uwagę skupiono poniżej na modelach behawioralnych, natomiast zagadnienie wyboru miejsca recepcji turystycznej jedynie zasygnalizowano.

Jeden z pierwszych modeli behawioralnych, opartych na tzw. *grand models* (podobny do modelu Nicosii z uwagi na wyraźny wpływ sprzedającego na proces decyzyjny), stworzyli Wahab, Crampon i Rothfield (1976). Autorzy założyli, że

²⁹ Modele wyboru miejsca recepcji turystycznej opierają się na koncepcji tzw. zbiorów wyboru (*decision sets/choice sets*). Pojęcie „zbiorów wyboru” wprowadził J.A. Howard (1963). Zaproponował on koncepcję zbiorów uświadomionych/znanych przez konsumenta (*awareness*), nieuświadomionych (*unawareness*) i rozpatrywanych/rozważanych (*evoked sets*), którą odniósł do wyboru marek. Narayana i Markin (1975, 1–6) dodali koncepcję zbiorów odłożonych/obojętnych (*inert sets*) i odrzuconych (*inept sets*). Ideę zbiorów wyboru przenieśli na grunt turystyki Woodside i Sherrel i zaaplikowali ją na potrzeby wyboru miejsca recepcji turystycznej. Najważniejsze modele wyboru miejsca docelowego to: model A.G. Woodside’a i D. Sherrella (1977, 14–18), model Woodside’a i Lyonskiego (1989, 10), model Uma i Cromptona (1990, 432–448) oraz model zagnieżdżenia zbioru miejsc docelowych Goodala (Ashworth, Goodal 1991, 66; Solomon, Bamossy, Askegaard, Hogg 2006, 258). Na rynku turystycznym występują również modele decyzyjne, które charakteryzują się podejściem mikroekonomicznym. Są to modele oparte na teorii popytu konsumpcyjnego Lancastera, będącej modyfikacją tradycyjnej teorii popytu. Tradycyjna teoria popytu bazuje na koncepcji homo economicus i zajmuje się analizą wyborów, jakich dokonują konsumenci w ramach ograniczeń budżetowych, a także przewidywaniem zmian wyborów pod wpływem ruchów cen: spadek cen powoduje wzrost popytu i odwrotnie. Lancaster (1966, 132–157) wskazał, że tradycyjna teoria popytu ignoruje właściwości/atraktywy produktów, które decydują o użyteczności i wywierają oczywisty wpływ na preferencje, a w konsekwencji na wybór produktów przez konsumentów. Wśród modeli mikroekonomicznych wyróżnia się modele takich autorów jak: Rugg (1973, 64–72), Morley (1992, 250–267), Papatheodorou (2001, 164–179), Seddighi i Theocharous (2002, 479). Rugg wprowadził do swojego modelu trzy zagadnienia: ograniczenie czasowe, koszty transportu w odniesieniu do rozpatrywanych destynacji (modyfikując ograniczenia budżetowe) oraz koszty czasu (modyfikując ograniczenie czasowe przez rozważenie czasu trwania podróży do alternatywnych miejsc). Morley włączył do modelu decyzję o podjęciu podróży (lub jej zaniechaniu), alokację czasu i budżetu oraz wybór destynacji. Istotnym wkładem było dostrzeżenie wpływu zmian dochodów i cen produktów nieturystycznych na zachowania turystyczne. Papatheodorou zaproponował model, gdzie turyści podróżują tylko do miejsc, które odznaczają się największą użytecznością. Modele mikroekonomiczne są przydatne do określenia i przewidywania wyborów turystycznych, nie służą jednak zrozumieniu procesu podjęcia decyzji w całej swojej złożoności. Spowodowane jest to brakiem uwzględnienia istotnych problemów asymetrii informacji i ewentualnych inwersji krzywej popyt – cena (np. efekt snoba). Ponadto paradygmat racjonalności jest trudny do przyjęcia w przypadku wyboru produktu (usługi) turystycznego z uwagi na jego (jej) cechy. Modele te uniemożliwiają również włączenie znacznej liczby zmiennych, które mogą być istotne w procesie podjęcia decyzji.

turysta podejmuje decyzje w sposób racjonalny (*homo oeconomicus*), dążąc do maksymalizacji użyteczności. Podkreślili oni również unikalne cechy usług turystycznych (ignorowane przez *grand models*), które odróżniają je od innych produktów (np. niematerialność, duże ryzyko zakupu, brak zwrotu z inwestycji) oraz uznali, że podjęcie decyzji zakupu usług turystycznych z uwagi na wysokie wydatki planowane jest z wyprzedzeniem (nie jest spontaniczne) i często wymaga oszczędności. W celu stworzenia jednego modelu decyzyjnego połączyli teorie psychologiczne i ekonomiczne przez włączenie zmiennych, określających unikalny aspekt turystyki, takich jak potrzeby, motywacje, obraz miejsca docelowego, wpływ ryzyka i niepewności. Model ten składa się z kilku następujących po sobie etapów (rys. 1.1). Twierdzenie autorów, iż proces decyzyjny przebiega zawsze w ten sam sposób, powoduje, że model ten uważany jest za stereotypowy.

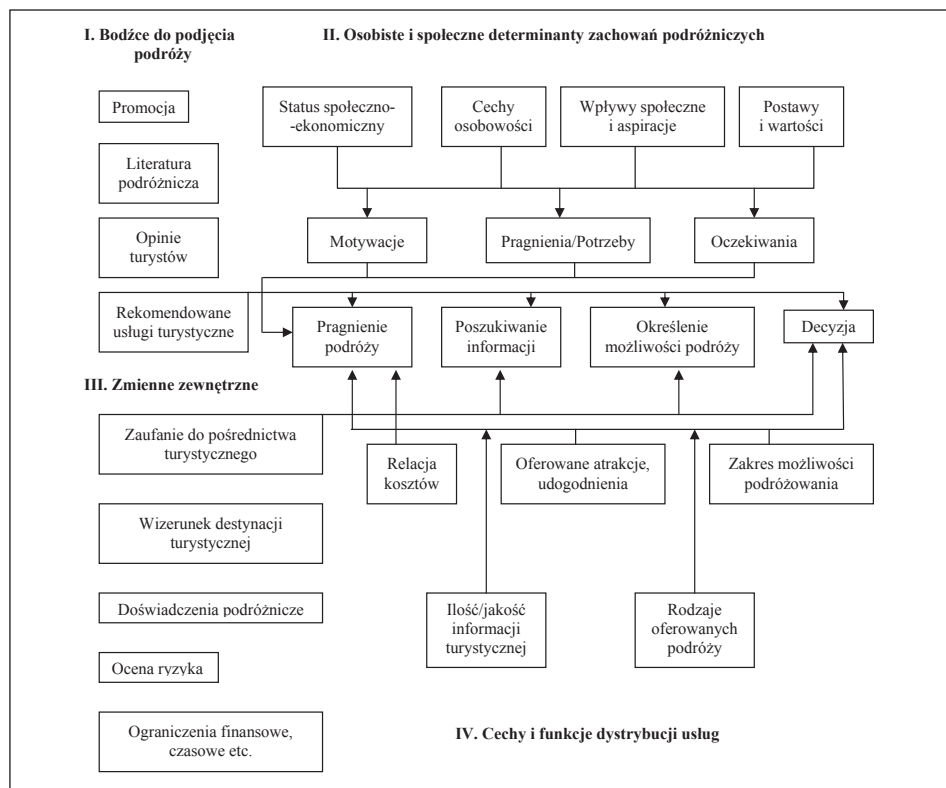


Rys. 1.1. Model decyzyjny konsumentów na rynku usług turystycznych Wahaba, Crampona i Rothfielda.

Źródło: Wahab, Crampon, Rothfield 1976

Modele Nicossi oraz Howarda-Shetha zostały wykorzystane przez Schmolla (1977) oraz Mathiesona i Walla (1982). Schmoll zakładał, że turysta podejmuje decyzje w sposób racjonalny w ramach swoich możliwości i ograniczonej informacji. Na proces podejmowania decyzji wpływ mają cztery grupy czynników: bodźce do podjęcia podróży, uwarunkowania osobiste i społeczne, zmienne zewnętrzne oraz właściwości dystrybucji usług (rys. 1.2). Jest to jedyny model, który uwzględnia ograniczenia i ich wpływ na proces decyzyjny konsumentów na rynku turystycznym. Wskazuje on także działania marketingowe, które oddziałują na ten proces. Nie służy on jednak do przewidywania przyszłych zachowań.

Z kolei Mathieson i Wall uważali, że pragnienie podróży jest funkcją profilu turysty oraz świadomości cech i zasobów destynacji. Proces podejmowania decyzji składa się z kilku etapów, takich jak powstanie potrzeby lub pragnienia podróży, poszukiwanie informacji, podjęcie decyzji, przygotowania do podróży, doświadczenie i ocena odbytej podróży (rys. 1.3). Autorzy modelu pominęli istotne czynniki, takie jak: postrzeganie, pamięć, osobowość i przetwarzanie informacji, które stanowią podstawę modeli tradycyjnych.



Rys. 1.2. Model decyzyjny konsumentów na rynku turystycznym Schmolla.

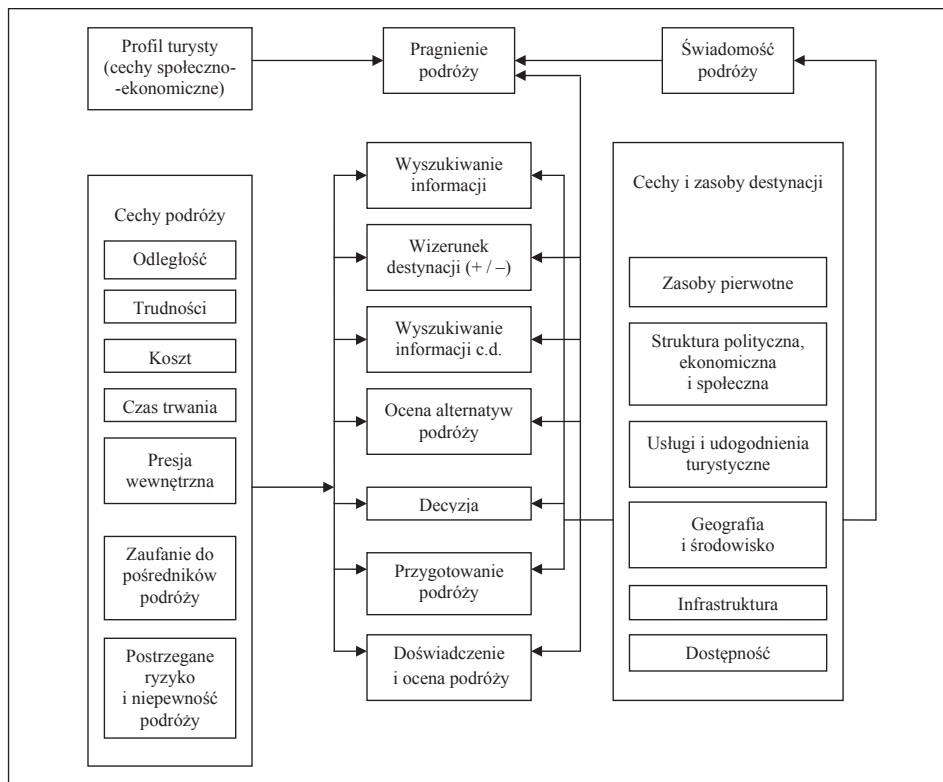
Źródło: Schmoll 1977

Według Mayo i Jarvisa (1981) na indywidualny wybór turysty wpływa długość procesu decyzyjnego oraz czynniki psychologiczne i społeczne. Konsument decydujący się na wyjazd turystyczny podejmuje decyzje w sposób rutynowy lub rozważny. Decyzje rutynowe podejmowane są szybko, bez dłuższego zastanowienia, natomiast decyzje rozważne wymagają zaangażowania czasowego i wkładu wysiłku w pozyskanie informacji oraz ocenę możliwych alternatyw (rys. 1.4).

Autorzy zgrupowali czynniki psychologiczne (wewnętrzne) oraz społeczne (zewnętrzne), determinujące wybór konsumentów na rynku usług turystycznych (rys. 1.5). Nie uwzględnili jednak pozostałych czynników, takich jak zmienne marketingowe (jak w modelu Woodside'a i Lysonskiego) czy bodźce do podjęcia podróży i zmienne zewnętrzne (jak w modelu Schmolla).

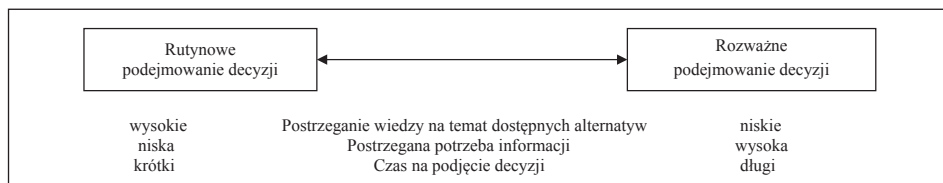
Bazując na modelu EBK oraz jego modyfikacjach, W.F. van Raaij³⁰ opracował wspólnie z D.A. Franckenem (1984, 101–112) kilka etapów procesu decyzyjnego

³⁰ W.F. van Raaij (1981) rozwinął model Katony, prezentując cykl postępowania konsumenta. Obok czynników ekonomicznych i psychologicznych uwzględnił on zależności między zachowaniami



Rys. 1.3. Model decyzyjny konsumentów na rynku turystycznym Mathiesona i Walla.

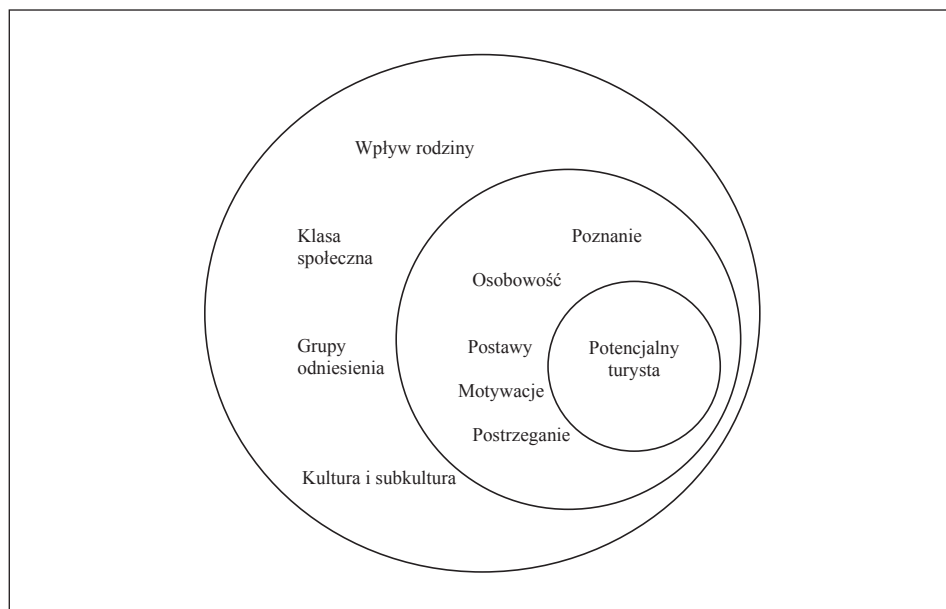
Źródło: Mathieson, Wall 1982; Decrop 2006, 34



Rys. 1.4. Sposób podejmowania decyzji według Mayo i Jarvis.

Źródło: Mayo, Jarvis 1981

i uwarunkowaniami ekonomicznymi oraz aspiracjami. Dostrzegał on wpływ makrośrodowiska (sytuacja gospodarcza i polityczna kraju) na środowisko ekonomiczne konsumenta (wysokość i źródło dochodów, warunki rynkowe). Według van Raaija postrzeganie tego środowiska (determinowane cechami nabywcy i jego doświadczeniami osobistymi oraz komunikacją społeczną i masową), a także sytuacje przewidywalne (np. planowane podróże turystyczne) lub nieprzewidywalne (np. wypadki, choroby, bezrobocie) decydują o ekonomicznym postępowaniu konsumenta, którego konsekwencją jest stopień samopoczucia. Samopoczucie z kolei wpływa na środowisko ekonomiczne i jego postrzeganie. Model ten charakteryzuje się cyklicznością i dynamiką. Wykorzystywany jest do projektowania problemów badawczych, m.in. do badania popytu i podaży dóbr i usług.

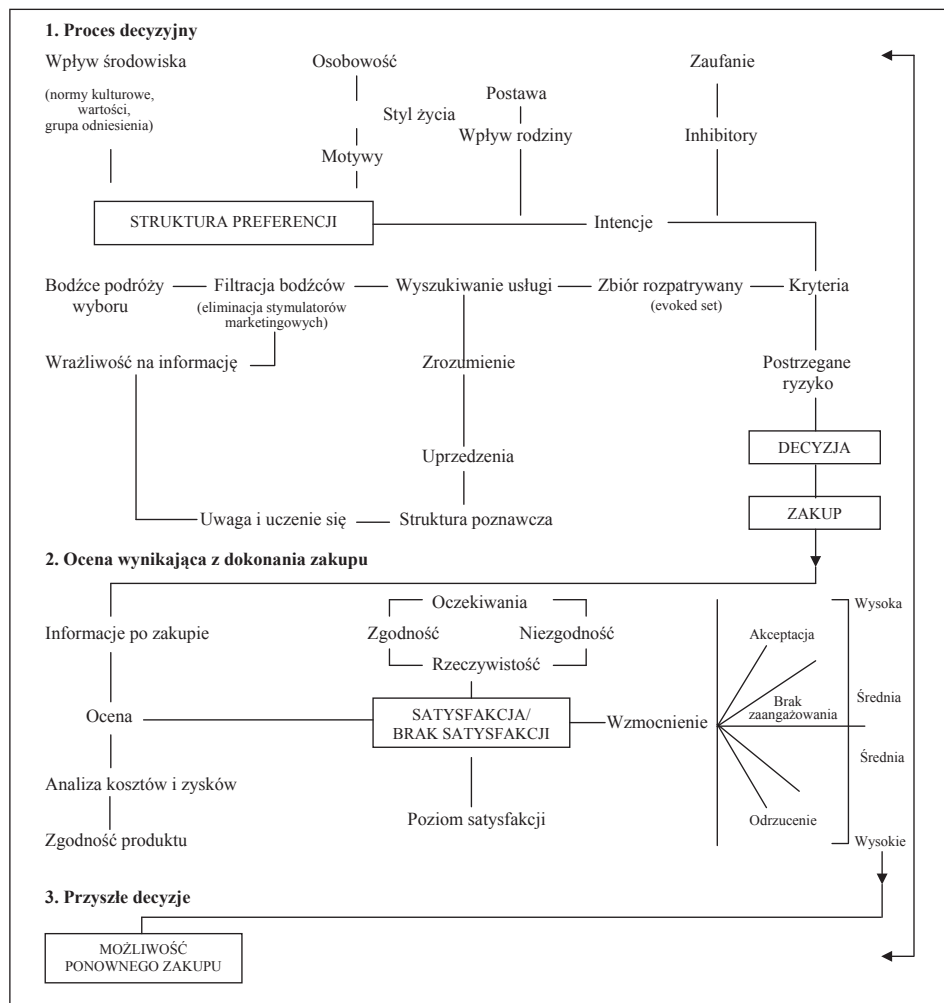


Rys. 1.5. Czynniki determinujące decyzje potencjalnych turystów według Mayo i Jarvis.

Źródło: Mayo, Jarvis 1981

konsumenta na rynku turystycznym. Etap pierwszy obejmuje plany wakacyjne, drugi poszukiwanie informacji (zależnie od doświadczenia i wykształcenia), kolejny ocenę alternatyw i podjęcie finalnej decyzji, natomiast etap końcowy dotyczy przygotowań do wakacji. Na dalsze decyzje oddziałują oceny pozakupowe. Istotnym wkładem tego modelu jest uwzględnienie wpływu na proces zakupu i konsumpcji usług turystycznych zarówno czynników związanych z gospodarstwem domowym (sposób życia, role w rodzinie, struktura władzy, wzorce oraz sposoby podejmowania decyzji), jak i czynników indywidualnych (postawy i zachowania, aspiracje) oraz społeczno-demograficznych. Cechą wyróżniającą jest udział rodziny w procesie decyzyjnym. Autorzy dostrzegli ponadto, że inne wydatki domowe odgrywają dużą rolę w decyzjach dotyczących wakacji.

Duży wpływ rodziny na decyzje dotyczące zakupu usług turystycznych dostrzegł również L. Moutinho (1987, 3–44). W zaproponowanym modelu Moutinho podkreślił wpływ takich czynników zewnętrznych jak: grupy odniesienia, przynależność społeczna, kultura i subkultura. Proces decyzyjny tworzą według niego trzy obszary: struktura preferencji (wpływy środowiskowe, cechy osobowe, postawy, rodzina), decyzja i zakup (rys. 1.6). Preferencje wpływają na wybór. Ocena po dokonaniu zakupu określana jest jako satysfakcjonująca lub niesatysfakcjonująca i odpowiednio pozycjonowana. Decyzje zakupowe w przyszłości podejmowane są w zależności od ewaluacji nabytej usługi.

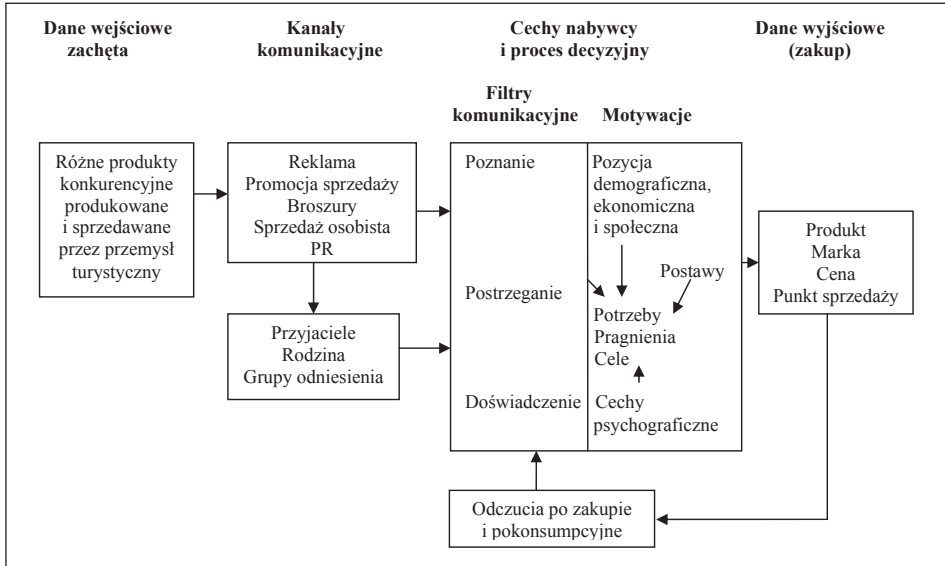


Rys. 1.6. Model decyzyjny konsumentów na rynku turystycznym Moutinho.

Źródło: Moutinho 1987, 1–44

Model Moutinho składa się zatem z trzech etapów: procesu decyzyjnego prowadzącego do zakupu, oceny nabytego produktu/usługi turystycznej i decyzji dotyczącej zakupów w przyszłości. Twórca modelu postrzegał proces decyzyjny jako serię konfliktów decyzyjnych, bazujących na wyobrażeniach, informacjach dostarczanych przez obszar recepcji turystycznej, doświadczeniu, wskazówkach, wizerunku potencjalnych destynacji oraz interakcjach społecznych. Autorowi zarzuca się brak koncentracji na procesie wyboru produktu.

Kolejną koncepcję opracował Middleton (1996, 55–59), określając ją jako model „zachęta – reakcja” (rys. 1.7).



Rys. 1.7. Model „zachęta – reakcja” zachowania nabywczego Middletona.

Źródło: Middleton 1996, 56

Model ten składa się z czterech interaktywnych komponentów, z których dwa pierwsze pozostają pod wpływem działań marketingowych. Centralny punkt stanowią pragnienia, potrzeby i cele, na które oddziałują trzy elementy: pozycja demograficzna, ekonomiczna i społeczna; postawy oraz cechy psychograficzne, czyli cechy osobowości. Elementy te w zależności od sytuacji mogą ograniczać bądź stymulować motywację do zakupu. Motywacja jest procesem dynamicznym, który wypełnia lukę pomiędzy odczuwanymi potrzebami a ich zaspokojeniem. Filtry komunikacyjne służą selekcji i przetwarzaniu informacji docierających do potencjalnego turysty. Jeśli nabywca dokona zakupu, doświadczenie z konsumpcji będzie miało wpływ na późniejsze postawy wobec produktu (ponowny zakup lub rezygnacja). Model Middletona wyjaśnia wiele zmiennych oddziałujących na proces decyzyjny oraz związki między nimi. Słabe są natomiast jego możliwości predykcji.

Podejście jakościowe do procesu podejmowania decyzji na rynku turystycznym zaproponowali Woodside i Mac Donald. Jako pierwsi wyróżnili komponenty produktu turystycznego i zgrupowali je w ośmiu zbiorach dotyczących wyboru: miejsca recepcji turystycznej, aktywności, zakwaterowania, atrakcji, dróg, wyżywienia, powierzchni miejsca recepcji turystycznej i tras, prezentów i innych trwałych zakupów. Jednym z podstawowych założeń tego modelu jest ciągłość decyzyjna, trwająca podczas całego wyjazdu turystycznego, która nie kończy się z chwilą dokonania wyboru pierwszego produktu. Autorzy zaproponowali model, w którym ukazali wzajemną zależność między decyzjami, relacjami wśród uczestników podróży, ro-

dzajami aktywności i zdarzeniami występującymi podczas podróży oraz ich wpływ na kolejne wybory.

Spośród przytoczonych modeli najbardziej użyteczne do wyjaśniania zmian zachodzących w konsumpcji usług turystycznych w dłuższej perspektywie czasu wydają się być: model Schmolla oraz model Mathiesona i Walla. Model Schmolla uwzględnia ograniczenia ekonomiczne i czasowe, natomiast model Mathiesona i Walla dostrzega wpływ cech ekonomicznych konsumenta.

Modele behawioralne wskazują, że wybór produktu turystycznego jest efektem wieloetapowego procesu, który rozpoczyna decyzja o podjęciu aktywności turystycznej, wynikająca z odczucia potrzeby (np. relaksu, obcowania z naturą, poznania innych zwyczajów i kultur). Pozytywna decyzja prowadzi do poszukiwania informacji, a następnie oceny alternatyw i wyboru sposobu zaspokojenia potrzeby (przez wybór formy turystyki, np. wypoczynkowej czy zdrowotnej). Kolejny etap polega na ostatecznym wyborze dóbr i usług (o określonej cenie, jakości itd.). Ostatnią fazą procesu decyzyjnego jest odczucie po zakupie (po zaspokojeniu potrzeby turystycznej) i przekazywanie informacji zwrotnych w celu podjęcia kolejnych decyzji.

Na podstawie przedstawionych koncepcji można wyróżnić cztery grupy czynników służących do wyjaśniania procesu decyzyjnego (Sirakaya, Woodside 2005, 823):

1. czynniki wewnętrzne (np. postawy, wartości, styl życia, wyobrażenia, motywacje, przekonania i intencje, cechy osobiste nabywcy, etap cyklu życia, metody redukcji ryzyka, sposób wyszukiwania informacji),
2. czynniki zewnętrzne (np. ograniczenia dotyczące poziomu wydatków i czasu wolnego, czynniki przyciągające z miejsca docelowego (*pull factors*), marketing mix, wpływ rodziny i grup odniesienia, kultury i subkultury, klasy społecznej, zmienne związane z gospodarstwem domowym: styl życia, struktura władzy, sposób podejmowania decyzji),
3. charakter planowanych podróży (odległość, termin, czas trwania wycieczki),
4. doświadczenia z podróży (nastroj i uczucia podczas podróży, ocena po zakupie).

Ostateczny wybór produktu zależy od wzajemnych interakcji pomiędzy tymi czynnikami.

Konsumenci na rynku turystycznym działają w warunkach wielu ograniczeń oraz niepełnej wiedzy na temat dostępnych produktów. Złożoność i wyraźne rozdzielenie w czasie zakupu usługi turystycznej od jej konsumpcji sprzyja asymetrii informacji (Szumilak 2007, 7–22). Z uwagi na cechy i charakter usług turystycznych ich wybór dokonywany jest w sytuacji znacznej niepewności co do słuszności podjętej decyzji (Zemła 2010, 82), stąd wybory te są obciążone dużym ryzykiem. Tymczasem w celu redukcji ryzyka istotny jest dostęp i umiejętność wyszukiwania potrzebnych informacji. To jednak nie jest wystarczające, gdyż ludzie nie potrafią dostatecznie przetwarzać informacji, dlatego oceniając produkt czy usługę, nie kierują się zasadami racjonalnymi, które przyniosłyby optymalne rozwiązanie, lecz dopuszczają

reakcje subiektywne (własne wrażenia, impuls, intuicja, nastrój, stres) (Pinson, Jolibert 2001, 61–62). W związku z tym trudno jest w niektórych sytuacjach podejmować temat procesu decyzyjnego, gdyż taki być może nie istnieje. Należy zatem podkreślić za Foxallem (2001, 125), że żadna koncepcja naukowa sama w sobie nie jest w stanie wszechstronnie wyjaśnić tak skomplikowanego zagadnienia, jakim jest podejmowanie decyzji. Każde ujęcie pozwala bowiem dostrzec różne aspekty, pomijane w innych koncepcjach. Badania nad procesem decyzyjnym na rynku usług turystycznych stanowią zatem nadal zagadnienie otwarte.

2

Metodyka badań konsumpcji usług turystycznych

W drugiej części pracy podjęto temat pomiaru konsumpcji usług turystycznych. Na początku rozważań dokonano zatem przeglądu prac badawczych przeprowadzonych w tym obszarze na terenie Polski. Przeprowadzono również analizy źródeł danych o konsumpcji usług turystycznych i czynnikach ją kształtujących. Omówiono następnie zagadnienie pomiaru dostępnych danych w celu ustalenia poziomu i struktury konsumpcji.

2.1. Konsumpcja usług turystycznych jako przedmiot badań

Początek badań konsumpcji turystycznej sięga lat 40. XX wieku. Gwałtowny rozwój turystyki sprawił wówczas, że stała się ona w wielu krajach trwałym elementem modelu konsumpcji. Pierwszy sondaż dotyczący konsumpcji turystycznej przeprowadził w 1946 roku Francuski Instytut Badania Opinii Publicznej (Institut Français d'Opinion Publique – IFOP) (Labeau 1968, 43–45). Nie były to jednak badania reprezentacyjne dla całego społeczeństwa. Do państw, w których prowadzono pierwsze badania na ten temat, należą również Belgia, Holandia i Wielka Brytania.

W Polsce badania konsumpcji turystycznej rozpoczęto w latach 60. XX wieku. Pierwsze z nich przeprowadził metodą sondażową Ośrodek Badania Opinii Publicznej i Studiów Programowych przy Komitecie ds. Radia i Telewizji (obecny OBOP)³¹. Dotyczyły one wypoczynku społeczeństwa polskiego. W 1970 roku w ramach statystyki publicznej reprezentacyjne badania na temat wykorzystania urlopów wykonał Główny Urząd Statystyczny (Alejsiak 2009, 97–100).

W kolejnych latach badaniem konsumpcji turystycznej zajmowały się ośrodki naukowe w Poznaniu, Jeleniej Górze i Warszawie. Instytut Handlu Wewnętrznego i Usług oraz Akademia Ekonomiczna w Poznaniu przeprowadziły w latach 1976–1979

³¹ OBOP jest najstarszym instytutem badania opinii społecznej w Polsce – powstał w lutym 1958 r.

badania panelowe na ogólnopolskiej próbie gospodarstw domowych (Garbarczyk 1978, 7–30; Krasiński, Schulze 1978, 3–7). Wyniki tych badań przyczyniły się do uchwycenia przemian, dokonujących się w konsumpcji turystycznej i wyznaczenia jej determinant. Analizę dynamiki zmian w sferze konsumpcji dóbr i usług turystycznych umożliwiły również ogólnopolskie badania ankietowe pod nazwą „Turystyka 83” i „Turystyka 85”, zorganizowane przez prof. S. Bosiackiego (1987, 91–95) w ramach prac badawczych Instytutu Turystyki³². W 1986 roku GUS zainicjował, w zakresie Zintegrowanego Systemu Badań Gospodarstw Domowych, cykl badań zatytułowany „Uczestnictwo w turystyce”, obejmujący wszystkie formy aktywności turystycznej. W kolejnych latach w ramach Resortowego Programu Badań Podstawowych pod kierownictwem prof. J. Kramer zrealizowano badania pt. „Zmiany w strukturze konsumpcji 1986–1990” (Styś 1992). Wyniki badań pozwoliły określić miejsce usług w przemianach konsumpcji oraz uwarunkowania rozwoju konsumpcji usług w Polsce. W latach 1992–1994 pracownicy Katedry Ekonomiki i Organizacji Turystyki Akademii Wychowania Fizycznego w Poznaniu pod kierunkiem prof. S. Bosiackiego przeprowadzili badania ankietowe w celu określenia poziomu i struktury konsumpcji turystycznej w gospodarstwach domowych. Badaniami objęto teren całej Polski (wylosowano 1300 gospodarstw domowych, obejmujących 4300 osób) (Bosiacki [w:] Rapacz 2003, 253–260). W 1995 i 2001 roku zrealizowali oni kolejne badania nad konsumpcją turystyczną polskich gospodarstw domowych (Bosiacki, Majchrzak [w:] Rapacz 2003, 252–260; Bosiacki [w:] Krupa, Soliński 2004, 19–27). W Katedrze tej nadal prowadzone są badania nad konsumpcją turystyczną – nie są to jednak badania ogólnopolskie i coroczne.

W 2002 roku przeprowadzono badania ankietowe na reprezentatywnej próbie mieszkańców Jeleniej Góry i okolic (298 osób), w wyniku których dokonano identyfikacji aktywności turystycznej, jej uwarunkowań, poziomu i struktury (Januszewska, Przeorek-Smyka 2004, 138–148).

Niektórzy pracownicy naukowci podejmowali indywidualne badania, często korzystając z danych wtórnych. Oto wybrane przykłady.

J. Śniadek (2007, 21–30) do określenia czynników kształtujących poziom konsumpcji turystycznej seniorów zacerpnęła dane z budżetów gospodarstw domowych GUS, Instytutu Turystyki oraz Eurostatu. I. Bąk (2012, 312–332) dokonała analizy zależności między zmienną określającą wystąpienie wyjazdu turystycznego a zmiennymi ekonomicznymi i społeczno-demograficznymi, charakteryzującymi gospodarstwa domowe seniorów w Polsce, a także analizy aktywności turystycznej gospodarstw domowych rencistów (Bąk 2009 [w:] *Ekonometria* 34, 2011, 91–101; Bąk, Sam-polska-Rzechuła 2011, 19–26), korzystając z danych statystycznych pochodzących z badania ankietowego „Turystyka i wypoczynek w gospodarstwach domowych” Głównego Urzędu Statystycznego. I. Bąk i K. Wawrzyniak (2009, 324–332; Bąk

³² W 1986 i 1988 r. przeprowadzono kolejne tego typu badania w oparciu o nowy panel.

2010, 1–11) przeprowadziły na podstawie ankiety³³ analizę aktywności turystycznej emerytów i rencistów zamieszkujących województwo zachodniopomorskie, a przede wszystkim podjęły udaną próbę wykrycia powiązań pomiędzy zmiennymi charakteryzującymi ich wyjazdy turystyczne. Uzyskane wyniki okazały się być zgodne z wynikami badań dotyczącymi wyjazdów turystycznych emerytów i rencistów w Polsce, opracowanymi na podstawie badań reprezentacyjnych przeprowadzonych przez GUS w 2005 roku. A. Balińska (2009, http://www.wne.sggw.pl/czasopisma/pdf/EIOGZ_2009_nr74_s137.pdf) w celu wskazania czynników wpływających na kształt i wielkość popytu turystycznego skorzystała z danych statystycznych Instytutu Turystyki w Warszawie oraz zaprezentowała wyniki badań ankietowych przeprowadzonych w 2006 roku wśród turystów wypoczywających w 14 gminach wschodniego pogranicza Polski³⁴. T. Skalska (2010, 51–73) przeprowadziła badania dotyczące wpływu wybranych czynników ekonomicznych na poziom konsumpcji turystycznej nierezydentów. Niezbędne dane zaczerpnęła z Instytutu Turystyki w Warszawie i Głównego Urzędu Statystycznego oraz z Eurostatu i Międzynarodowego Funduszu Walutowego. A. Niemczyk (2010, 39–49) również odwołała się do danych Eurostatu, badając kształtowanie się konsumpcji usług turystycznych państw zjednoczonej Europy. A. Hałka (2011, 1–16) przeprowadziła badania determinantów wydatków gospodarstw domowych na usługi związane z wypoczynkiem. W tym celu wykorzystwała dane pochodzące z budżetów gospodarstw domowych GUS. M. Idzik i J. Majewski (2011, 700–711) na podstawie niepublikowanych wyników badań przedstawili opinie oraz zachowania Polaków związane ze spędzaniem letnich wakacji w latach 1995–2010. Aby dokonać identyfikacji czynników determinujących aktywność turystyczną Polaków w 2010 roku oraz określić tendencje w strukturze wyjazdów letnich, odnieśli się do bazy danych „Omnibus czerwiec 2010 N=1000”³⁵. M. Piekut (2013, 64–81) przedstawiła duże zróżnicowanie poziomu wydatków na dobra i usługi związane z zagospodarowywaniem czasu wolnego, w tym na usługi rekreacyjno-kulturalne oraz hotelarsko-restauracyjne, wśród gospodarstw domowych 30 krajów europejskich, w tym Polski. Materiał badawczy stanowiły dane statystyczne z budżetów gospodarstw domowych GUS-u oraz dane Eurostatu.

³³ Ankieta miała charakter anonimowy i objęła 200 osób. Formularz ankiety dotyczył charakterystyki wyjazdów i zawierał metryczkę oraz pytania dotyczące: częstotliwości wyjazdów turystycznych, rodzaju wyjazdów (krajowy, zagraniczny), celu wyjazdów, formy wyjazdów, usług zakupionych u pośrednika, środków transportu wykorzystywanych na dojazd, obiektów noclegowych, z jakich korzystano podczas wyjazdów, miejsc spędzania czasu wolnego oraz szacunkowych wielkości wydatków poniesionych w związku z wyjazdami.

³⁴ Badaniami objęto łącznie 580 turystów. Przedmiotem badań były preferencje turystów w zakresie spędzania wolnego czasu, ich aktywność turystyczna oraz czynniki, które miały wpływ na ich udział w ruchu turystycznym.

³⁵ Badania przeprowadzano każdego roku na przełomie maja i czerwca na stuosobowej reprezentatywnej próbie mieszkańców kraju w wieku powyżej 15 lat w ramach sondażu ilościowego Pentor Omnibus z zastosowaniem wywiadu bezpośredniego.

Przytoczone przykłady przeprowadzonych badań nie wyczerpują zapewne podjętych w ostatnich latach rozważań z zakresu poziomu i struktury konsumpcji turystycznej w Polsce. Należy zauważyć, że żaden ośrodek naukowy nie prowadził kompleksowych i corocznych badań w sferze konsumpcji usług turystycznych w naszym kraju. Badania takie z uwagi na charakter i zasięg wymagają dużych nakładów pracy oraz środków finansowych. Być może stanowiło to zasadniczy problem w ich realizacji. Aktualnie najbardziej wiarygodnymi źródłami danych ze względu na sposób ich pozyskiwania są badania statystyki publicznej. Dlatego też badacze zjawisk związanych z konsumpcją turystyczną zwykle na nich właśnie opierają swoje analizy.

W kolejnej części rozważań zaprezentowane zostaną najważniejsze źródła, z których można czerpać dane z zakresu konsumpcji usług turystycznych.

2.2. Źródła danych o konsumpcji usług turystycznych w Polsce

Podstawowym warunkiem prowadzenia badań konsumpcji jest posiadanie wyczerpujących danych statystycznych, dotyczących zarówno jej wielkości, jak i struktury oraz czynników ją kształtujących. Dane te mogą pochodzić z różnych źródeł, które najczęściej klasyfikuje się jako źródła pierwotne lub wtórne³⁶. Źródłami pierwotnymi mogą być ewidencje własne, sprawozdawczość przedsiębiorstw, personel i konsumenci. Przykładami danych pierwotnych są: rejestry zgłoszeń uczestników imprez turystycznych, wykazy sprzedanych wycieczek lub pojedynczych usług, dane dotyczące wykorzystania pokoi noclegowych w hotelu, rozliczenie czasu wykorzystania urządzeń sportowo-rekreacyjnych w ośrodku wypoczynkowym. Dane wtórne pochodzą z publikacji książkowych, czasopism, wydawnictw statystycznych oraz opracowań zawierających wyniki badań różnych instytucji.

Pojęcie danych pierwotnych i wtórnych jest jednak względne, zwłaszcza gdy źródłem informacji są wielkości pochodzące ze sprawozdawczości statystycznej. Informacje statystyczne dotyczące konsumpcji usług turystycznych z uwagi na horyzont czasowy oraz charakter danych można podzielić na: informacje o zaszłościach (o faktach i zdarzeniach) oraz informacje prognostyczne (o zamierzeniach i planach) (Wagner 2002, 46).

W celu uzyskania danych przeprowadzane są badania pełne (wyczerpujące), które obejmują całą zbiorowość, bądź częściowe (niewyczerpujące), dokonywane

³⁶ Źródła pierwotne obejmują informacje zbierane specjalnie do określonych celów badań, natomiast źródła wtórne są danymi gromadzonymi do innych celów, a następnie wykorzystywanymi na potrzeby badań specjalnych. Badania oparte na źródłach pierwotnych wymagają analiz empirycznych, dlatego określa się je mianem badań w terenie (*field research*). Badania bazujące na źródłach wtórnych definiuje się jako badania przy biurku (*desk research*), ponieważ wymagają studiów literatury przedmiotu (Mynarski 1990, 11).

na reprezentatywnej części społeczności. Zarówno badania pełne, jak i częściowe mogą być realizowane w sposób: ciągły (np. ewidencja turystów w miejscach noclegowych), okresowy (np. rejestracja odwiedzających w kolejnych kwartałach roku w celu zbadania sezonowości), doraźny (w sytuacjach szczególnych, np. związanych z organizacją imprez rekreacyjno-sportowych) (Pociecha 2002, 33).

Badania statystyki publicznej są prowadzone jako badania pełne całej zbiorowości, w tym spisy powszechnie, albo jako badania reprezentacyjne na wylosowanej lub dobranej celowo próbie danej zbiorowości (Ustawa 1995, art. 6.1). Z uwagi na czasochłonność oraz wysokie koszty badań pełnych prowadzi się je stosunkowo rzadko. Ponadto nieosiągalne jest całościowe ujęcie statystyczne zjawiska turystyki, dlatego jedyną drogą uzyskania informacji na jej temat jest systematyczne prowadzenie badań częściowych. W tym celu stosuje się zazwyczaj badania reprezentacyjne lub monograficzne, spisy częściowe, rejestry oraz statystyki pomocnicze.

Najwięcej danych dostarczają badania reprezentacyjne, przeprowadzane na losowo wybranej próbie, które z dużym prawdopodobieństwem można uogólnić na całą zbiorowość. W sytuacji, gdy dostępna jest lista całej populacji, stosuje się dobór losowy systematyczny, natomiast w celu uzyskania dokładniejszych wyników charakteryzujących badanych dokonuje się doboru losowego warstwowego.

W badaniach reprezentacyjnych wykorzystuje się: ankiety, panele, wywiady, testy, obserwacje oraz eksperymenty, a także komputerowe bazy danych oraz sieci komputerowe. Najskuteczniejszą metodą przeprowadzania badań jest metoda ankietowo-sondażowa, dzięki której możliwe jest określenie poziomu i struktury konsumpcji turystycznej całej populacji. Sondaż jest badaniem opinii publicznej w celu określenia preferencji ludności. Nie daje on pełnego obrazu, a jedynie przybliżony wynik, stanowiąc jednak silny wyznacznik trendu. Metoda ankietowa polega na pisemnym udzieleniu odpowiedzi przez określoną liczbę osób lub gospodarstw domowych na zamieszczone w kwestionariuszu pytania. Uzyskane wartości zestawia się według przyjętych kryteriów, dokonuje się grupowania danych, a następnie w tabelach umieszcza się wyrażone w liczbach i procentach relacje między poszczególnymi elementami analizy. Tabele dwu- i wieloelementowe umożliwiają wykrywanie korelacji. Zastosowanie indukcji statystycznej pozwala na wyciągnięcie wniosków i uogólnianie ich na całą populację. Otrzymane wyniki przedstawia się w procentach oraz dokonuje się analizy opisowo-statystycznej. Badania ankietowe powtarzane w pewnych odstępach czasu charakteryzują zmiany danego zjawiska.

W badaniach konsumpcji wykorzystywana jest statystyka dochodu narodowego, czyli statystyka masowa, którą prowadzi i opracowuje Główny Urząd Statystyczny. GUS jest centralnym organem administracji państwowej, zbierającym dane statystyczne dotyczące większości dziedzin życia publicznego³⁷. Statystyka dochodu narodowego informuje o nominalnych i realnych dochodach gospodarstw domo-

³⁷ 13 lipca 1918 r. Rada Regencyjna Królestwa Polskiego Reskryptem powołała GUS. Była to pierwsza jednostka centralnej administracji niepodległego państwa polskiego (http://www.stat.gov.pl/gus/5840_3270_PLK_HTML.htm, dostęp: 11.08.2009).

wych oraz o rozdysponowaniu dochodów na konsumpcję i oszczędności. Zawiera również obliczane co roku wskaźniki cen dóbr i usług, przydatne do analizy zmian konsumpcji w poszczególnych latach. Jest także źródłem informacji na temat wielkości, dynamiki i struktury rzeczowej konsumpcji ogółem oraz z dochodów osobistych według 12 działów (żywność i napoje bezalkoholowe, napoje alkoholowe i wyroby tytoniowe, odzież i obuwie, użytkowanie mieszkania i nośników energii, wyposażenie mieszkania i prowadzenie gospodarstwa domowego, zdrowie, transport, łączność, rekreacja i kultura, edukacja, restauracje i hotele, inne towary i usługi). Ze statystyki dochodu narodowego nie można jednak uzyskać informacji o poziomie i strukturze konsumpcji usług turystycznych, a jedynie częściowe dane o wielkości środków finansowych przeznaczanych z dochodu narodowego na rozwój turystyki, bowiem w klasyfikacji rodzajów spożycia usługi turystyczne nie stanowią wyodrębnionej kategorii, co jest spowodowane trudnościami związanymi ze specyfiką i charakterem tych usług. Elementy konsumpcji usług turystycznych znajdują się w zasadzie we wszystkich rodzajach spożycia. Problematyczne jest zatem wyróżnienie wydatków turystycznych *sensu stricte* na transport z wydatków na transport ogółem. Podobny kłopot dotyczy wydatków na żywność, odzież, rekreację i kulturę itd. Statystyka dochodu narodowego, jako bogate źródło danych o konsumpcji, jest wykorzystywana do badań prowadzonych w skali ogólnokrajowej.

Istotnym i cennym źródłem danych, pomocnych w badaniach konsumpcji usług turystycznych, jest statystyka demograficzna, prowadzona od 1946 roku przez GUS i wojewódzkie urzędy statystyczne. Dostarcza ona danych dotyczących podmiotów konsumpcji, a więc konsumentów, bowiem obejmuje liczbę i strukturę ludności oraz gospodarstw domowych.

Równie ważnym źródłem danych o podmiotach konsumpcji są spisy powszechnie, których w Polsce powojennej przeprowadzono siedem. Zawierają one liczbę i strukturę ludności według cech demograficznych, społecznych i ekonomicznych.

Danych dotyczących konsumpcji usług turystycznych dostarczają także prowadzone przez GUS regularne badania budżetów gospodarstw domowych oraz badania warunków życia gospodarstw domowych. W terminologii GUS pojęcie gospodarstwo domowe oznacza zespół osób spokrewnionych ze sobą lub niespokrewnionych, mieszkających razem i wspólnie utrzymujących się (gospodarstwo domowe wieloosobowe), lub osoba utrzymująca się samodzielnie, bez względu na to, czy mieszka sama, czy też z innymi osobami (gospodarstwo domowe jednoosobowe). Wielkość gospodarstwa domowego określana jest liczbą osób wchodzących w skład danego gospodarstwa (Budżety 2008, 13). Za gospodarstwo domowe, tworzące sektor instytucjonalny uważa się natomiast w rachunkach narodowych osoby fizyczne lub grupy osób fizycznych wspólnie zamieszkujących i wspólnie utrzymujących się (łącznie dochody, wydatki i majątek) oraz gospodarstwa zamieszkujące obiekty zbiorowe, tj. mieszkańcy domów pomocy społecznej, domów studenckich, placówek opiekuńczo-wychowawczych, klasztorów, więzień itp. (Mały Rocznik 2007, 158). Badanie budżetów gospodarstw domowych nie obejmuje gospodarstw zamieszkujących przez

obiekty zbiorowe oraz gospodarstw członków korpusu dyplomatycznego państw obcych³⁸. Budżet gospodarstwa domowego oznacza systematyczne zestawienie przychodów i rozchodów (pieniężnych i niepieniężnych) gospodarstwa domowego za dany okres.

Pierwsze badania budżetów gospodarstw domowych w Polsce odbyły się na przełomie XIX i XX wieku i miały charakter fragmentaryczny. Dopiero w 1957 roku GUS rozpoczął badania oparte na reprezentacyjnej części społeczeństwa. Do 1971 roku stosowano metodę ciągłą, a wyboru gospodarstw dokonywano przez losowanie zakładów pracy. W latach 1973–1982 losowano gospodarstwa domowe zamieszkałe na terenach uprzednio wylosowanych rejonów statystycznych. W 1982 roku wprowadzono metodę rotacji kwartalnej. Badaniami objęto wówczas cztery grupy społeczno-ekonomiczne gospodarstw: pracownicze, robotniczo-chłopskie, chłopskie oraz emerytów i rencistów. Od 1993 roku stosowana jest metoda rotacji miesięcznej o cyklu kwartalnym, zgodna z zaleceniami Eurostatu (Urzędu Statystycznego Unii Europejskiej)³⁹. W związku ze zmianami sytuacji społeczno-gospodarczej kraju po 1989 roku do wyróżnionych dotychczas czterech gospodarstw domowych dodano dwie nowe grupy: gospodarstwa domowe osób pracujących na własny rachunek oraz gospodarstwa utrzymujące się z niezarobkowych źródeł utrzymania innych niż emerytura i renta. Zgodnie z metodologią Głównego Urzędu Statystycznego do końca 2004 roku stosowano zatem podział gospodarstw domowych na następujące grupy społeczno-ekonomiczne:

- gospodarstwa pracowników, utrzymujące się głównie z pracy najemnej,
- gospodarstwa pracowników użytkujących gospodarstwo rolne, utrzymujące się głównie z pracy najemnej oraz z użytkowanego przez siebie gospodarstwa indywidualnego w rolnictwie,
- gospodarstwa rolników, utrzymujące się głównie z pracy w użytkowanym przez siebie indywidualnym gospodarstwie rolnym,
- gospodarstwa pracujących na własny rachunek, utrzymujące się głównie z pracy na własny rachunek poza rolnictwem lub z wykonywania wolnego zawodu,
- gospodarstwa emerytów i rencistów, utrzymujące się głównie z emerytury lub renty,

³⁸ Gospodarstwa domowe obywateli obcego państwa, zamieszkujących w Polsce stale lub przez dłuższy czas i posługujących się językiem polskim, biorą udział w badaniu.

³⁹ Oznacza to, że w każdym miesiącu danego roku w badaniu uczestniczą inne gospodarstwa domowe (jedno- lub wieloosobowe), a na koniec wszystkich kwartałów kalendarzowych z gospodarstwami badanymi w poszczególnych miesiącach przeprowadzany jest dodatkowy wywiad. W badaniu stosuje się terytorialny, dwustopniowy schemat losowania próby. Jednostkami losowania pierwszego stopnia są terenowe punkty pobrań, czyli rejon statystyczny, natomiast drugiego stopnia mieszkania, a nie gospodarstwa domowe. Badaniem objętych jest corocznie ok. 0,3% ogólnej liczby polskich gospodarstw. Badanie przeprowadzane jest przez ankietatorów, którzy co najmniej cztery razy w miesiącu odwiedzają badane gospodarstwa, prowadzące miesięczną ewidencję przychodów i rozchodów w specjalnych książeczkach budżetowych.

- gospodarstwa utrzymujące się z niezarobkowych źródeł, utrzymujące się głównie ze źródeł niezarobkowych innych niż emerytura lub renta, m.in. z zasiłków dla bezrobotnych, zasiłków z ubezpieczenia społecznego, dodatków do mieszkań, zasiłków rodzinnych, alimentów, darowizn, dochodów z tytułu własności i z wynajmu nieruchomości (Metodyka 1999, 48–50).

Od 2005 roku w badaniu budżetów gospodarstw domowych klasyfikuje się gospodarstwa domowe według pięciu podstawowych grup społeczno-ekonomicznych (Budżety 2008, 9). Są to gospodarstwa: pracowników, rolników, pracujących na własny rachunek, emerytów i rencistów oraz gospodarstwa utrzymujące się z niezarobkowych źródeł.

Niektóre rozwiązania metodologiczne przyjęte w badaniu budżetów gospodarstw domowych różnią się od rozwiązań stosowanych w systemie rachunków narodowych w odniesieniu do sektora gospodarstw domowych, co powoduje rozbieżności między wynikami obu badań statystycznych. W opracowaniach badań, publikowanych pt. „Budżety gospodarstw domowych”, nie istnieje wydzielona pozycja „wydatki na turystykę” czy też „wydatki na usługi turystyczne”. Wydatki te występują razem z innymi w pozycji: sport, turystyka i wypoczynek/rekreacja i kultura. Wyodrębnienie z tej pozycji wydatków turystycznych oraz udziału konsumpcji usług turystycznych w strukturze konsumpcji jest zatem niezwykle trudne.

Najważniejszym źródłem danych, które wykorzystano w niniejszej pracy, są badania ankietowe „Turystyka i wypoczynek w gospodarstwach domowych”, realizowane w cyklu badań modułowych GUS. Badania takie przeprowadzono na pierwszej próbie gospodarstw uczestniczących w badaniach budżetów gospodarstw domowych w III kwartale 2001, 2005 i 2009 roku. Stosowana metodologia jest zgodna z zaleceniami Unii Europejskiej, dotyczącymi badań statystycznych popytowej strony turystyki⁴⁰. Zgodnie z systemem wprowadzonym wcześniej w innych krajach przyjęto za okres sprawozdawczy sezony letni i zimowy, a więc czas od 1 października do 30 września roku następnego. Badania dotyczyły uczestnictwa społeczeństwa polskiego w turystyce w następujących okresach: 1.10.2000 – 30.09.2001, 1.10.2004 – 30.09.2005 oraz 1.10.2008 – 30.09.2009 rok⁴¹. Przedmiotem tych badań było przede wszystkim uczestnictwo w różnego typu wyjazdach turystycznych, preferowany sposób wypoczynku, wyposażenie w sprzęt turystyczny oraz wydatki poniesione w celach turystycznych. Badania obejmowały wyjazdy krajowe: krótkoterminowe – trwające od 2 do 4 dni (1–3 noclegi) i długoterminowe – trwające 5 dni i więcej (co najmniej 4 noclegi) oraz zagraniczne: krótkoterminowe – trwające 1 dzień (beznoclegowe) i długoterminowe – trwające 2 dni i więcej (przynajmniej 1 nocleg). Podmiot obserwacji statystycznej stanowiły zarówno gospodarstwa domowe, jak i poszczególni członkowie tych gospodarstw. Badania obejmowały całą

⁴⁰ Charakterystykę metody badawczej i narzędzia badawcze zawiera raport: Turystyka i wypoczynek, GUS, Warszawa 2001, XX–XXIV.

⁴¹ W części analitycznej pracy podane przedziały czasowe uproszczono do 2001, 2005 i 2009 r.

populację mieszkańców Polski bez ograniczeń wiekowych. Jako metodę badawczą zastosowano wywiad bezpośredni, który przeprowadzany był przez ankieterów biorących udział w badaniu budżetów gospodarstw domowych. Za narzędzie badawcze posłużyły dwa kwestionariusze zamieszczone w ankiecie: „Kwestionariusz gospodarstwa domowego DS-51G” oraz „Kwestionariusz indywidualny DS-51I”⁴². „Kwestionariusz gospodarstwa domowego DS-51G” odnosił się do gospodarstwa jako całości i pytania w nim zawarte dotyczyły charakterystyki i składu osobowego gospodarstwa domowego, a także preferowanych form wypoczynku, wyposażenia gospodarstwa domowego w sprzęt turystyczny oraz wydatków poniesionych na ten cel. Ponadto znajdowały się w nim pytania o zrealizowane w ciągu roku wyjazdy turystyczne, zarówno krajowe, jak i zagraniczne, krótko- i długoterminowe (czas trwania wyjazdu, odległość miejsca docelowego, cel wyjazdu, zakupione usługi, wykorzystany środek transportu, wykorzystana baza noclegowa oraz szacunkowe wydatki poniesione w związku z wyjazdami), a w przypadku braku wyjazdów o przyczynę takiej sytuacji, a także o plany urlopowe oraz przyjazdy turystyczne do badanego gospodarstwa domowego. „Kwestionariusz indywidualny DS-51I” wypełniany był osobno dla każdego dłuższego wyjazdu krajowego (na 5 dni i dłużej) oraz dla wszystkich wyjazdów turystycznych za granicę (2 dni i dłużej). Zawarte w nim były dane o wyjeździe i osobach w nim uczestniczących oraz charakterystyki wyjazdu (zakupione usługi, wykorzystane środki transportu oraz obiekty noclegowe, cel wyjazdu, odległość miejsca docelowego, kraj docelowy, sposób spędzania czasu, wysokość poniesionych wydatków oraz dofinansowanie wyjazdu). Metoda reprezentacyjna zastosowana w badaniach pozwala na uogólnienie wyników na całą zbiorowość gospodarstw domowych w Polsce. W celu zachowania reprezentatywności GUS stosuje również wagi poszczególnych obserwacji gospodarstw domowych. W niniejszym opracowaniu wszystkie wyniki analiz statystycznych zostały wykonane z użyciem wag dostarczonych przez GUS wraz ze zbiorem danych.

Do źródeł danych na temat aktywności turystycznej Polaków zalicza się także GUS-owskie badania budżetów czasu. Polegają one na rejestracji w specjalnych dzienniczkach informacji o przeciętnej długości czasu przeznaczanego na wykonywanie określonych czynności – w tym na aktywne formy wypoczynku – oraz częstotliwości ich występowania w różnych układach typologicznych respondentów i ich gospodarstw. Wyniki badań umożliwiają w rezultacie ocenę poziomu i jakości życia ludności oraz istniejącego zróżnicowania społecznego (<http://dobrebadiania.pl/slownik-badawczy.html?b=baza&szczegolowo=896>, dostęp: 13.08.2009). Badania te przeprowadzane są co 10–15 lat i wykazują zależności między organizacją czasu ludności a zmianami zachodzącymi w gospodarce i życiu społecznym. Ostatnie trzy badania odbyły się w latach 1984, 1996 (pilotaż) oraz 2003–2004. Z uwagi na bardzo małą częstotliwość ich wykonywania utrudnione jest ich wykorzystanie

⁴² Oba kwestionariusze: DS-51G i DS-51I zamieszczono w Aneksie.

w celu przeprowadzenia dokładnej analizy wspomnianych zależności występujących w wybranym okresie.

Kolejnym ważnym ośrodkiem, obok GUS-u, prowadzącym badania stanowiące źródło informacji o spożyciu turystycznym, jest Instytut Turystyki⁴³. Od 1990 roku, na zlecenie ministerstw zajmujących się sprawami turystyki, prowadzi regularne coroczne badania, których tematem jest „Uczestnictwo Polaków w wyjazdach turystycznych”. Badania te wykonywane są na reprezentatywnej próbie mieszkańców Polski w wieku od 15 lat, która jest dobierana na zasadzie losowania warstwowo-proporcjonalnego ze zbioru adresów GUS⁴⁴. Badania metodą sondażową w miejscu zamieszkania respondentów z użyciem kwestionariusza ankiety przeprowadza Ośrodek Badania Opinii Publicznej. Dotyczą one uczestnictwa Polaków w podróżach krajowych krótko- (2–4-dniowe) i długookresowych (co najmniej 5 dni) oraz zagranicznych (obejmujących co najmniej jeden nocleg) w celach wypoczynkowych, rekreacyjnych, poznawczych, zawodowych, religijnych i leczniczych, a także sposobu organizacji wyjazdów, rodzajów wykorzystywanych miejsc noclegowych i środków transportu oraz sezonowości i kierunków wyjazdów. Przyjęto, iż czas podróży nie przekraczał 90 dni, a powrót nastąpił między 1 stycznia a 31 grudnia danego roku. Badania pozwalają oszacować zarówno liczbę mieszkańców Polski uczestniczących w turystyce, jak i wydatki poniesione na wyjazdy turystyczne. Mając świadomość braków (wyniki badań nie dostarczają jednak pełnych danych na temat wielkości spożycia turystycznego gospodarstw domowych, pominięto bowiem podróże jednodniowe), ale i także wielu atutów tych badań (częstotliwość ich przeprowadzania, stała

⁴³ Instytut Turystyki został utworzony w 1972 r. na podstawie uchwały nr 108 Rady Ministrów z dnia 26 kwietnia 1972 r. jako jedyna w Polsce jednostka badawczo-rozwojowa prowadząca interdyscyplinarne, kompleksowe badania w zakresie turystyki. 27 lipca 2007 r. decyzją Wiceministra Skarbu Państwa o komercjalizacji Jednostki Badawczo-Rozwojowej Instytut Turystyki z siedzibą w Warszawie został przekształcony w jednoosobową spółkę Skarbu Państwa. Jedynym Wspólnikiem przekształconego podmiotu stał się Skarb Państwa. 1 grudnia 2007 r. rozpoczął działalność pod nową nazwą: Instytut Turystyki Sp. z o.o. 17 czerwca 2010 r. Minister Skarbu Państwa sprzedał 85% udziałów prywatnemu inwestorowi, a pozostałe 15% objęli uprawnieni pracownicy Spółki. Zgodnie z aktem założycielskim Instytut Turystyki Sp. z o.o. jest jednostką badawczo-rozwojową, działającą na podstawie Ustawy z dnia 25 lipca 1985 r. o jednostkach badawczo-rozwojowych.

⁴⁴ Podstawę doboru próby stanowi 98 warstw, które utworzono na bazie 49 byłych województw w celu zapewnienia bardziej równomiernego rozkładu terytorialnego wylosowanej próby, niż gdyby uwzględnić obecny podział administracyjny. Każde województwo reprezentowane jest przez dwie warstwy: miejską i wiejską. Ze względu na różnice w strukturze zaludnienia gmin miejskich i wiejskich stosuje się odmienne metody losowania w obu rodzajach warstw. W pierwszym etapie ze wszystkich warstw losowana jest odpowiednia liczba gmin, a następnie w gminach wiejskich wybierany jest losowo jeden rejon spisowy, a w nim jeden obwód i pięć mieszkań. W gminach miejskich natomiast losowanych jest pięć rejonów spisowych, a w każdym z nich jeden obwód spisowy oraz jedno mieszkanie. Po dokonaniu losowania z 98 warstw uzyskana próba adresowa odnoszona jest do aktualnych danych statystycznych, dotyczących struktury ludności w obecnych województwach. Próba jest reprezentatywna ze względu na płeć, wiek i miejsce zamieszkania (Łaciak 2004, 15–19). Ta sama metodologia stosowana jest od 1996 r.

metodologia umożliwiająca porównywanie danych z poszczególnych lat), w niniejszym opracowaniu wykorzystano dane opisujące konsumpcję usług turystycznych.

Instytut dokonuje również analiz ruchu turystycznego i rynku usług turystycznych w Polsce. Posiada też jedyne w skali kraju bazy, zawierające dane dotyczące: polskiej bazy noclegowej, biur podróży, głównych atrakcji turystycznych oraz możliwości inwestycji w przemyśle turystycznym. W tej dziedzinie Instytut współpracuje z Polską Organizacją Turystyczną (POT) oraz Polską Agencją Inwestycji Zagranicznych (PAIZ). Powyższe bazy danych, podlegające stałej aktualizacji, stanowią podstawowe źródła skomputeryzowanej informacji o podaży turystycznej Polski na krajowym i zagranicznych rynkach turystycznych (<http://www.intur.com.pl/instytut.php?nr=5>, dostęp: 07.08.2009).

Instytut Turystyki w Warszawie rozpoczął ponadto w 2000 roku – na zlecenie Departamentu Turystyki w Ministerstwie Gospodarki – sporządzanie Rachunku Satelitarnego Turystyki dla Polski (RST). Inicjatywa wykonania takiego rachunku zrodziła się z uwagi na rosnące znaczenie turystyki jako gałęzi gospodarki oraz na brak możliwości jej analizy w ramach standardowego systemu rachunków narodowych. Metodologia RST została przyjęta i opublikowana w 2001 roku przez Światową Organizację Turystyki, OECD i EUROSTAT (RMF) (Tourism Satellite Account 2001) i jest zalecana przez Unię Europejską jako instrument mierzenia efektów ekonomicznych turystyki w krajach członkowskich. Opiera się ona na zestawieniu strony popytowej i podażowej turystyki, a z punktu widzenia kategorii stosowanych w systemie rachunków narodowych obejmuje rachunek produkcji i tworzenia dochodów oraz rachunek podaży i wykorzystania produktów. Zgodnie z przyjętymi założeniami spożycie turystyczne obejmuje elementy popytu końcowego i zużycia pośredniego różnych sektorów instytucjonalnych i jest ograniczone do terytorium ekonomicznego Polski. Spożycie turystyczne tworzą zatem wydatki turystyczne, które zdefiniowano jako „wydatki dokonane przez lub na rzecz odwiedzającego przed podróżą, w jej trakcie i po podróży, które to wydatki pozostają w związku z tą podróżą. Wydatki turystyczne nie obejmują zakupów dokonanych w trakcie podróży, ale przeznaczonych do odsprzedaży, wydatków o charakterze inwestycyjnym i donacji wspierających turystykę” (Metodologia 2004, 16). Badanie konsumpcji turystycznej obejmuje podróże i wydatki krajowe oraz zagraniczne rezydentów i nierezydentów, jest ono jednak ograniczone do części dotyczącej krajowych podmiotów gospodarczych (Rachunek Satelitarny 2003, 29). Za rezydentów uważa się gospodarstwa domowe, sektor rządowy i samorządowy oraz instytucje niekomercyjne, działające na rzecz gospodarstw domowych na obszarze Polski. Spożycie gospodarstw domowych obejmuje wydatki na podróże turystyczne z dochodów osobistych, a także wydatki gospodarstw dofinansowane z diet związanych z podróżami służbowymi, a ponadto zakupy usług świadczonych po cenach nierynkowych w części pokrywanej przez gospodarstwa domowe oraz czynsze umowne, związane z posiadaniem domów lub mieszkań wakacyjnych. Spożycie sektora rządowego i samorządowego dotyczy wydatków na usługi turystyczne przekazane gospodarstwom domowym w naturze.

Są to zwłaszcza usługi informacji i promocji turystycznej. Spożycie sektora instytucji niekomercyjnych obejmuje usługi i wyroby turystyczne przekazane gospodarstwom domowym w naturze. Przykładowo są to usługi placówek kulturalnych, obiektów rekreacyjnych oraz imprez sportowych urządzanych przez organizacje turystyczne dla swoich członków (w części, w której nie ponosili oni kosztów udziału w takiej imprezie). Dane odnoszące się do konsumpcji turystycznej dotyczą wyłącznie podróży turystycznych przynajmniej z jednym noclegiem z uwagi na brak informacji na temat podróży jednodniowych. Z informacji dotyczących krótkich podróży (obejmujących 1–3 noclegów) wynika, iż zjawisko to nie ma znaczących rozmiarów z ekonomicznego punktu widzenia. Spożycie turystyczne związane z podróżami służbowymi obejmuje natomiast wszystkie podróże z uwzględnieniem jednodniowych (Rachunek Satelitarny 2003, 22). Zebrane dane pozwalają określić wielkość i strukturę spożycia turystycznego oraz jego udział w całości spożycia poszczególnych wyrobów i usług wytwarzanych na terenie Polski. Z powyższego powodu dane te wykorzystano w celu przeprowadzenia analiz w niniejszym opracowaniu.

Zakres podaży w RST określony jest także przez przynależność producentów do terytorium ekonomicznego Polski. Przedmiotem analizy jest wyłącznie działalność producentów będących rezydentami, a więc w ujęciu produktowym – krajowa podaż turystyczna, którą stanowią wszystkie wyroby i usługi nabywane w ramach wydatków turystycznych (Metodologia 2004, 17).

Podstawowym celem RST jest ustalenie wkładu turystyki w gospodarkę narodową na podstawie takich parametrów makroekonomicznych jak: wartość dodana (produkt krajowy brutto), produkcja globalna, spożycie turystyczne, zatrudnienie i akumulacja. W 2000 roku zastosowano metodologię OECD, natomiast w kolejnych latach RMF, uzupełnioną o obliczenia turystycznego PKB i informacje o nakładach inwestycyjnych w turystycznych rodzajach działalności.

Do źródeł danych, wykorzystywanych w badaniach konsumpcji turystycznej, należy również, oprócz GUS oraz IT, Centrum Badania Opinii Społecznej⁴⁵. Centrum to prowadzi od 1992 roku w ramach badań „Aktualne problemy i wydarzenia” analizy związane z wyjazdami o charakterze wypoczynkowym, a także z sytuacją finansową polskich gospodarstw domowych. Cykliczne badania CBOS „Wakacje” dostarczają informacji na temat sposobów spędzania urlopu i wakacji, kierunków i długości trwania wyjazdu wypoczynkowego oraz czynników wpływających na decyzję o wyjeździe na urlop (<http://www.cbos.pl/SPISKOM.POL>, dostęp: 10.08.2009). Badania „Wyjazdy na wypoczynek” poświęcone są uczestnictwu Polaków w wyjazdach wypoczynkowych. Określane są kierunki i czas trwania wyjazdów, miejsce zakwaterowania, wykorzystywany środek transportu, a także przyczyny niewyjeź-

⁴⁵ CBOS jest instytucją powołaną 1982 r. uchwałą Rady Ministrów jako państwowe niezależne centrum badawcze. Na próbie losowo-adresowej dorosłej ludności Polski prowadzi reprezentatywne badania sondażowe, dotyczące opinii na temat wszystkich ważnych problemów społeczno-politycznych i gospodarczych. Od 1997 r. funkcjonuje jako Fundacja CBOS, nad którą nadzór sprawuje Prezes Rady Ministrów (Dz. U. z 1997 r., Nr 30, poz. 163).

dżania w celach rekreacyjnych poza miejsce zamieszkania. W badaniach „Wyjazdy Polaków za granicę i znajomość języków obcych” znajdują się informacje dotyczące m.in. częstotliwości, celów i kierunków wyjazdów zagranicznych. Przydatność badań na temat „Poziomu życia Polaków” do badań konsumpcji usług turystycznych sprowadza się do informacji dotyczących zaspokojenia podstawowych potrzeb społecznych, w tym wypoczynkowych. Badania CBOS nie są tak kompleksowe, jak badania przeprowadzane przez GUS i IT. Ich głównym celem jest określenie poziomu uczestnictwa Polaków w wyjazdach wypoczynkowych, wśród których wyróżnia się wyjazdy trwające co najmniej tydzień oraz krócej niż tydzień. Nie obejmują one zatem innych form wyjazdów (np. w celach leczniczych, religijnych lub biznesowych). Badania prowadzone są metodą wywiadu kwestionariuszowego w miejscu zamieszkania respondenta przez wykwalifikowanych ankieterów CBOS. Badane są pojedyncze osoby, a nie gospodarstwa domowe.

Jak wynika z dokonanego przeglądu źródeł danych o konsumpcji usług turystycznych, w ciągu ostatnich kilkudziesięciu lat badania reprezentacyjne na ogólnopolskich próbach prowadziło niewiele instytucji i ośrodków naukowo-badawczych. W podejmowanych pracach zakładały one ponadto różne cele oraz stosowały niejednorodną metodologię, co znacznie utrudnia porównywanie wyników badań⁴⁶. W kolejnych rozdziałach pracy przeprowadzono analizy dotyczące konsumpcji usług turystycznych, bazujące na odpowiednio przetworzonych danych, pochodzących z badań modułowych GUS, budżetów gospodarstw domowych, badań Instytutu Turystyki oraz CBOS. W badaniach wykorzystano wybrane mierniki i wskaźniki konsumpcji, które omówiono w następnym podrozdziale.

2.3. Mierniki i wskaźniki konsumpcji usług turystycznych

W celu ustalenia poziomu i struktury konsumpcji stosuje się odpowiednie mierniki i wskaźniki. Mierniki konsumpcji są to wielkości określające stan zaspokojenia potrzeb konsumentów, wyodrębnionych według kryteriów demograficznych, społecznych i przestrzennych (Kramer 1997, 76–77). Wskaźniki natomiast oznaczają wzajemny stosunek określonych wielkości.

⁴⁶ W celu ujednoczenia systemów statystycznych Unia Europejska stara się, aby kraje członkowskie stosowały jednolite standardy w badaniach i statystykach dotyczących turystyki. Dyrektywa 96/57/EC przyczyniła się do udoskonalenia oficjalnych badań turystycznych, prowadzonych przez specjalistyczne ośrodki naukowo-badawcze w UE. Niemniej w większości krajów świata stosowana jest różnorodna metodologia, utrudniająca analizy i porównania ([za:] Alejski 2009, 140–142). Badania wykonywane przez oficjalne instytucje w innych krajach nie wykraczają zazwyczaj poza proste analizy oraz ilościowe prezentacje. Wśród najlepszych cyklicznie prowadzonych badań aktywności turystycznej należy wymienić: niemieckie badania „Reiseanalyse RA”, hiszpańskie „Familitur”, włoskie „Le vacanze italiane”, kanadyjskie „Travel Activities & Motivation Survey” oraz „American Travel Survey” (Alejski 2011, 7–16).

Do najważniejszych miar konsumpcji usług turystycznych należą: wskaźnik aktywności turystycznej oraz wielkość wydatków turystycznych (Łazarek 2001, 105).

Termin „aktywność turystyczna” jest rzadko definiowany zarówno w literaturze polskiej, jak i światowej. W literaturze anglojęzycznej pojęcie *tourism activity* odnosi się do aktywności gospodarczej w sferze turystyki. Znacznie rzadziej używa się tego terminu w odniesieniu do zachowań turystycznych ludności. W Polsce nazwa ta odnosi się zwłaszcza do konsumpcji. I tak, według T. Żabińskiej (1990, 26), aktywność turystyczna jest wyrazem stopnia rozbudzenia potrzeb turystycznych, występująca zaś w dłuższych okresach – miarą utrwalenia tych potrzeb i wyrazem zamożności społeczeństwa. Rzetelną analizę istoty tego zjawiska przeprowadził W. Alejski (2009, 25), definiując pojęcie aktywności turystycznej jako „ogół zachowań ludzi, związanych z ich uczestnictwem w różnych formach turystyki, czyli w dobrowolnych i czasowych wyjazdach poza miejsce stałego zamieszkania, o ile głównym celem tych wyjazdów nie jest działalność zarobkowa wynagradzana w odwiedzanej miejscowości”, a więc „ogół czynności i działań ludzi, związanych z ich uczestnictwem w turystyce”.

Aktywność turystyczna jest procesem składającym się z trzech etapów. Pierwszy z nich rozpoczyna się na długo przed wyjazdem (od chwili odczucia potrzeby wyjazdu) i obejmuje planowanie oraz przygotowanie wyjazdu. Drugi etap to uczestnictwo w turystyce, polegające na czasowym opuszczeniu miejsca zamieszkania i zmianie rytmu życia. Trzeci dotyczy działań po powrocie z wyjazdu, bezpośrednio z nim związanych (np. spotkania powyjazdowe, wywoływanie zdjęć, oglądanie filmów). Najczęściej przyjmuje się, iż zasadniczym przejawem aktywności jest drugi etap, polegający na uprawianiu turystyki, czyli na rzeczywistym uczestnictwie w turystyce. Uczestnictwo to rozpatruje się zazwyczaj jako udział w krótko- i długoterminowych wyjazdach krajowych i zagranicznych.

Podmiotem analizy aktywności turystycznej jest zazwyczaj gospodarstwo domowe, gdyż w gospodarstwach domowych kształtowane są materialne podstawy bytu oraz przekazywane systemy wartości i wzorce zachowań, w tym zachowań turystycznych. Przyjmuje się, że gospodarstwo domowe było aktywne turystycznie, jeśli w badanym okresie przynajmniej jeden z jego członków brał udział w krajowym lub zagranicznym wyjeździe turystycznym, obejmującym co najmniej jeden nocleg (Turystyka i wypoczynek 2006, 37).

Podstawowym wskaźnikiem aktywności turystycznej jest stopa aktywności turystycznej, rozumiana jako wyrażony w procentach stosunek osób uczestniczących w turystyce do ogółu badanej populacji. Według belgijskiego ekonomisty G. Labeau, który wprowadził ten termin do literatury turystycznej, „przez stopę aktywności turystycznej należy rozumieć procent mieszkańców danego kraju wyjeżdżających na wakacje⁴⁷. Wielkość stopy wskazuje na możliwość dysponowania czasem wolnym

⁴⁷ Przypis autora: znaczenie terminu wakacje obecnie można odnieść do wszystkich wyjazdów turystycznych.

i środkami materialnymi potrzebnymi na turystykę. (...) Miernikiem stopy jest liczba wyjeżdżających” (Labeau 1968, 43). Wskaźnik aktywności turystycznej przedstawia zatem wielkość udziału ludności w różnych formach turystyki. Charakteryzuje on liczbę i częstotliwość wyjazdów.

Jedną z metod określania poziomu aktywności turystycznej opracował H. Schmid-Hauser (Alejziak [w:] Wyrzykowski 2000, 168–170). Sporządził on trzy wskaźniki uczestnictwa w turystyce:

1. aktywność turystyczna netto (*Net Travel Propensity – NTP*),
2. aktywność turystyczna brutto (*Gross Travel Propensity – GTP*),
3. częstotliwość podróżowania (*Travel Frequency – TF*).

Aktywność turystyczna netto oznacza udział w całej populacji lub w jej wybranej podgrupie (np. grupie dochodowej lub wiekowej) osób, które odbyły przynajmniej jedną podróż w danym okresie. Aktywność turystyczna brutto jest to całkowita liczba wyjazdów (podróży) turystycznych, odbytych w danym okresie w stosunku do liczby ludności. Wskaźnik ten, w odróżnieniu od aktywności netto, informuje o liczbie podróży przypadających na 100 osób i odzwierciedla tendencję do uczestniczenia w więcej niż w jednej podróży w danym okresie. Określa zatem średnią częstotliwość podróży w badanej populacji. Częstotliwość podróżowania/wyjazdów to stosunek całkowitej liczby wyjazdów do liczby osób, które uczestniczyły przynajmniej w jednej takiej podróży w badanym okresie, tzn. przeciętna liczba podróży odbytych przez wyjeżdżających.

W celu obliczenia udziału mieszkańców danego kraju w światowym ruchu turystycznym można zastosować Indeks Hudmana (CPGI) (Hudman 1979, 43–49 [za:] Alejziak [w:] Wyrzykowski 2000, 170–171), w którym głównym miernikiem jest liczba wyjazdów turystycznych przypadająca na jednego mieszkańca.

Nie udało się jeszcze opracować uniwersalnego i powszechnie uznawanego w świecie wskaźnika aktywności turystycznej, który określałby jej poziom w szerszych wymiarach niż stopa aktywności turystycznej (Alejziak 2009, 138).

Podstawowym miernikiem wartościowym konsumpcji usług turystycznych są wydatki turystyczne. Mierniki wartościowe są wyrażane w jednostkach pieniężnych i określają wartość nakładów pieniężnych poniesionych w celu zaspokojenia potrzeb⁴⁸. Według metodologii przyjętej przez Unię Europejską (Metodologia Unii 1998, 64) za wydatki turystyczne uznaje się całkowite wydatki konsumpcyjne, poniesione przez odwiedzającego lub na jego rzecz na pokrycie kosztów podróży, podczas jej trwania oraz podczas pobytu w miejscu docelowym. Definicja ta nie ogranicza zatem wydatków jedynie do płatności dokonywanych w trakcie wyjazdu, gdyż wydatki turystyczne ponoszone są etapowo. Część kosztów dokonywana jest przed wyjazdem. Są to nakłady niezbędne do przygotowania i podjęcia podróży (np.

⁴⁸ Wydatki ogółem są sumą wydatków na towary i usługi konsumpcyjne oraz pozostałych wydatków (Budżety 2008, 15).

zakup sprzętu sportowego, aparatu fotograficznego, pakietu usług turystycznych, biletu lotniczego, ubezpieczenia). Kolejna część dokonywana jest w trakcie podróży lub pobytu w miejscu docelowym (m.in. zakup pamiątek, żywności, wynajem samochodu, wydatki na bilety wstępu), a następną w miejscu zamieszkania po powrocie z wyjazdu (np. spłata kredytu, naprawa sprzętu sportowego, wywołanie zdjęć z podróży). Pojęcie wydatków obejmuje zatem wiele pozycji, których określenie jest praktycznie niemożliwe z uwagi na niezwykle zróżnicowany charakter konsumpcji turystycznej. Dlatego też Światowa Organizacja Turystyki (UNWTO) wymienia te rodzaje wydatków, które nie powinny być traktowane jako wydatki turystyczne (Terminologia turystyczna 1995, 21). Należą do nich: zakupy w celach handlowych, inwestycje kapitałowe i transakcje zawarte przez nierezydentów (m.in. zakup nieruchomości, dzieł sztuki, samochodu, domku letniskowego) oraz gotówka ofiarowana rodzinie lub przyjaciołom w trakcie wyjazdu, niebędąca opłatą za usługi turystyczne, a także darowizny dla instytucji.

Całkowity wydatek turystyczny może być klasyfikowany według różnych kryteriów i dzielony na następujące kategorie:

- krajowy i zagraniczny wydatek turystyczny,
- wydatki w ramach wydatku zagranicznego (np. na transport),
- wydatki na podróże beznoclegowe i podróże połączone z noclegiem,
- produkty, których dotyczy dany wydatek.

Za krajowe wydatki turystyczne uznaje się – zgodnie z powszechnie przyjętą terminologią z zakresu statystyki turystyki – wydatki będące bezpośrednim rezultatem podróży odwiedzających – mieszkańców (rezydentów) danego kraju po jego obszarze. Zagraniczne wydatki turystyczne definiowane są natomiast jako wydatki odwiedzających, wyjeżdżających do innych krajów, włącznie z ich płatnościami za przewóz za granicę, dokonanyymi na rzecz obcych przewoźników. Obejmują one także wszelkie przedpłaty oraz późniejsze zapłaty za dobra i usługi zakupione w krajach odwiedzanych.

Makroekonomiczny rachunek konsumpcji turystycznej w określonym kraju powinien obejmować trzy podstawowe rodzaje konsumpcji, związane z:

1. turystyką krajową – wydatki turystyczne ponoszone przez mieszkańców określonego kraju na turystykę krajową, w tym wydatki: przed podróżą, w trakcie i po powrocie z podróży,
2. zagraniczną turystyką przyjazdową – wydatki turystyczne cudzoziemców ponoszone w określonym kraju (w trakcie podróży),
3. zagraniczną turystyką wyjazdową – wydatki turystyczne mieszkańców określonego kraju za granicą.

W różnych krajach prowadzone są od wielu lat badania nad wielkością i strukturą wydatków turystycznych. W związku ze zróżnicowaniem klasyfikacji wydatków Światowa Organizacja Turystyki zaleca ich podział z punktu widzenia rzeczowego.

Wyodrębnia zatem wydatki na: podróże zorganizowane, nocleg, wyżywienie, transport, rekreację, kulturę i sport, zakupy oraz pozostałe. Wydatki na usługi noclegowe, gastronomiczne i transportowe należą do niezbędnych, zaspokajają bowiem potrzeby egzystencjalne. Pozostałe wydatki mogą, ale nie muszą być realizowane (Wodejko 1997, 88). Badanie struktury konsumpcji, mierzonej udziałem wydatków na usługi turystyczne w ogólnych wydatkach, pozwala określić miejsce tej dziedziny spożycia w hierarchii potrzeb. Różnorodność wydatków turystycznych uniemożliwia jednak dokładne określenie wysokości wydatków poniesionych przez konsumenta. Trzeba również zaznaczyć, iż istnieją takie produkty turystyczne, za które konsument nie zawsze musi płacić. Należy do nich korzystanie z walorów turystycznych i infrastruktury, np. klimatu (coraz częściej spotyka się jednak opłatę klimatyczną), plaż (w krajach basenu Morza Śródziemnego korzystanie z prywatnych plaż jest płatne), zabytków historii (zwykle płaci się za wstęp), dróg (obowiązkowe są opłaty za autostrady, przejazdy przez niektóre tunele, przełęcze), parków narodowych (również czasami płaci się za wstęp). Aby odwiedzający mógł je użytkować bezpłatnie, często państwo wydaje pewne sumy na ich utrzymanie. Ze względu na trudności występujące w oszacowaniu tych dóbr nie są one objęte analizą statystyczną (Gołębski 1999, 64).

Istotnym miernikiem konsumpcji usług turystycznych, a zarazem miernikiem poziomu i jakości życia, jest rozmiar i sposób wykorzystania czasu wolnego. Najczęściej stosowaną miarą czasu wolnego jest budżet czasu – ilość czasu, która pozostaje do dyspozycji jednostki – w ujęciu dobowym, tygodniowym lub rocznym (Pięta 2006, 229–244).

Na temat konsumpcji usług turystycznych w czasie wolnym można wnioskować również w sposób pośredni z mierników dotyczących infrastruktury. Mogą być one wyrażone w sposób absolutny bądź w przeliczeniu na 1000 lub 10 000 mieszkańców. Zalicza się do nich:

- ilość wyjazdów na zorganizowane i niezorganizowane formy wypoczynku,
- potencjał hotelarski (liczba obiektów i miejsc noclegowych oraz ich struktura według kategorii standardu),
- potencjał gastronomiczny (liczba obiektów i miejsc konsumenckich oraz ich struktura według kategorii standardu),
- ilość biur podróży i stopień wykorzystania ich oferty na imprezy krajowe i zagraniczne,
- ilość obiektów związanych z naturalnymi warunkami wypoczynku (parki narodowe, zabytki, szlaki turystyczne, narciarskie, dostępne plaże, jeziora itd.),
- sieć drogowa, w tym dojazdowa do atrakcji turystycznych,
- stopień wyposażenia gospodarstw domowych w dobra czasochłonne, do których należą m.in. sprzęt turystyczny (Bombol, Dąbrowska 2003, 37–38).

Poza głównymi scharakteryzowanymi miernikami konsumpcji usług turystycznych wyróżnia się wskaźniki struktury. Wyraża się je w postaci ułamka lub w procentach. Pozwalają one na uchwycenie udziału poszczególnych grup klasyfikacyj-

nych w całej zbiorowości. Przykładowe wskaźniki struktury to: udział wydatków na zakup usług turystycznych w wydatkach na usługi ogółem, udział wydatków na zakup usług turystycznych w wydatkach globalnych, udział czasu przeznaczanego na konsumpcję usług turystycznych w czasie wolnym.

Kolejną grupę wskaźników, odgrywających ważną rolę w badaniach konsumpcji usług turystycznych, stanowią wskaźniki dynamiki. Informują one, jakie zmiany zjawiska nastąpiły w kolejnych okresach w stosunku do okresu uznanego za podstawowy. Obliczane są przy podstawie stałej (rok wyjściowy = 100) lub zmiennej (rok poprzedni = 100). Są one zwykle wyrażane w procentach. Porównanie różnych wartości badanego zjawiska w odniesieniu do poprawnie wybranego okresu podstawowego daje szansę na poznanie istoty zachodzących zmian. Można w ten sposób obliczyć np. wskaźnik dynamiki poziomu uczestnictwa w turystyce, wskaźnik dynamiki wydatków na turystykę, wskaźnik dynamiki ilości czasu przeznaczanego na turystykę, zależność dynamiki wydatków na turystykę od dynamiki dochodów ludności.

Ważne miejsce w badaniach konsumpcji usług turystycznych zajmują wskaźniki współzależności, do których należą współczynniki korelacji. Pozwalają one zmierzyć siłę związku między jednym lub kilkoma czynnikami. Siłę współzależności można określić przez wyznaczenie współczynnika korelacji liniowej Pearsona, współczynnika korelacji rang Spearmana bądź współczynnika korelacji nieliniowej. Za pomocą tych wskaźników można zmierzyć siłę związku między poziomem konsumpcji turystycznej a jej ekonomicznymi determinantami. Do weryfikacji niezależności badanych cech służy test chi-kwadrat.

Do wskaźników współzależności należą współczynniki dochodowej, cenowej i krzyżowej elastyczności spożycia. Informują one, o ile procent zmieni się spożycie, gdy czynnik przyjęty jako zmienna objaśniająca zmieni się o 1%. Wskazują zatem siłę reakcji konsumpcji na wzrost lub spadek zmiennych objaśniających. Do tej grupy zalicza się również współczynnik krańcowej skłonności do konsumpcji, wyrażający stosunek przyrostu wydatków konsumpcyjnych do przyrostu dochodów. Ponadto wyróżnia się mierniki uzupełniające i inne istotne wskaźniki, do których należą: udział środków własnych oraz dopłat w finansowaniu wyjazdów turystycznych, liczba osób korzystających z bazy noclegowej, liczba udzielonych noclegów, wyposażenie gospodarstw domowych w sprzęt sportowo-turystyczny.

Istnieje zatem wiele mierników i wskaźników, służących do określenia poziomu i struktury konsumpcji usług turystycznych, z których większość wykorzystano w dalszej części pracy.

Zapotrzebowanie Polaków na usługi turystyczne – analiza zmian długookresowych

W trzeciej części rozważań zaprezentowano zmieniające się w czasie wielkości, charakteryzujące rynkowe uwarunkowania konsumpcji usług turystycznych oraz efekt oddziaływania czynników zapotrzebowania.

Jak już wcześniej sygnalizowano, o poziomie konsumpcji usług turystycznych świadczy aktywność turystyczna społeczeństwa oraz wydatki turystyczne. Rozważania rozpoczęto zatem od omówienia kształtowania się aktywności turystycznej wobec zmieniających się warunków gospodarczych oraz społeczno-politycznych. Obserwacja aktywności turystycznej przyczynia się do charakterystyki wielkości i struktury zapotrzebowania na usługi turystyczne. Aktywność ta wyraża się przez uczestnictwo w wyjazdach turystycznych oraz częstotliwość tych wyjazdów. Należy zaznaczyć, że uczestnictwo w wyjazdach (podróżach) turystycznych odnosi się do osób, które co najmniej raz w ciągu roku wzięły udział w danego rodzaju wyjeździe (podróży) (www.intur.com.pl, dostęp: 10.10.2009). Z zagadnieniem aktywności turystycznej koresponduje problem zgłaszanego zapotrzebowania na podstawowe usługi turystyczne. Usługi te stanowią niejako rdzeń produktu turystycznego, przez co warunkują konsumpcję turystyczną. W celu określenia poziomu konsumpcji dokonano zatem analizy uczestnictwa w turystyce na podstawie wykorzystania usług transportowych i noclegowych. Ponieważ istotnym miernikiem konsumpcji usług turystycznych jest poziom i struktura wydatków turystycznych, opracowano następnie charakterystykę zmian w ich kształtowaniu się. Całość rozważań zamyka podrozdział, w którym przedstawiono subiektywne aspekty oceny konsumpcji usług turystycznych.

3.1. Aktywność turystyczna polskiego społeczeństwa jako czynnik zapotrzebowania na usługi turystyczne

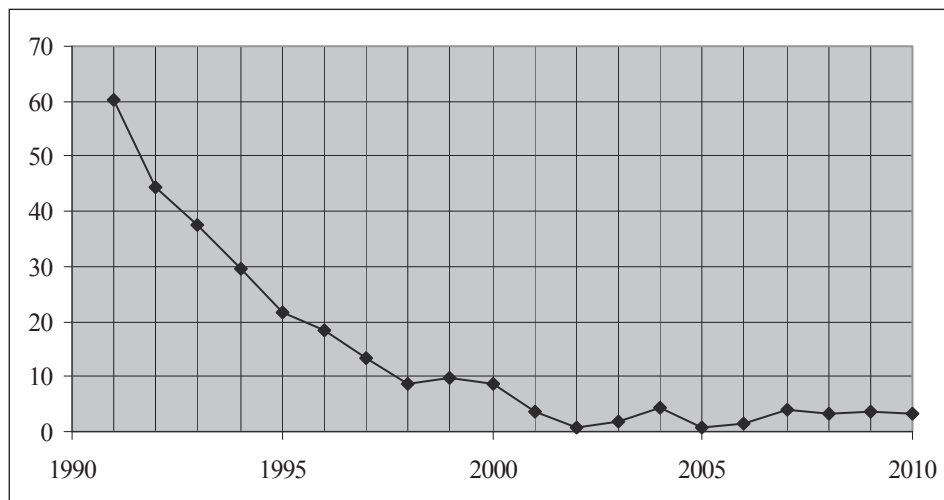
Opracowania prezentowane w tym rozdziale zostały wykonane na podstawie danych wtórnych, dotyczących uczestnictwa Polaków w wyjazdach turystycznych, zgromadzonych przez Instytut Turystyki w Warszawie. Badania te przeprowadzono

na reprezentatywnej próbie mieszkańców Polski w wieku od 15 lat, dobieranej na zasadzie losowania warstwowo-proporcjonalnego ze zbioru adresów GUS⁴⁸. Zgodnie z obowiązującą międzynarodową definicją turystyki badania uczestnictwa w turystyce dotyczą wszystkich wyjazdów, które łączą się przynajmniej z jednym noclegiem poza miejscem zamieszkania – w celach wypoczynkowych, rekreacyjnych, poznawczych, religijnych, rodzinnych, leczniczych oraz zawodowych (delegacja, załatwienie interesów). Pominięto wyjazdy, które wiązały się ze stałą pracą lub nauką. Za wyjazd krajowy uznano każde dobrowolne opuszczenie swojego stałego pobytu, któremu towarzyszył minimum jeden nocleg poza miejscowością stałego zamieszkania, zaś przy wyjazdach zagranicznych – co najmniej jeden nocleg w odwiedzanym kraju. Badaniami objęto trzy rodzaje wyjazdów: krajowe krótkoterminowe (1–3 noclegów), krajowe długoterminowe (4 i więcej noclegów) oraz wyjazdy zagraniczne z co najmniej jednym noclegiem. Jako materiał badawczy w niniejszym opracowaniu posłużyły także dane dotyczące wielkości makroekonomicznych (PKB, wskaźnik cen towarów i usług, stopa bezrobocia), zgromadzone i opublikowane przez Główny Urząd Statystyczny. Jak zaznaczono we wstępie, analizą objęto lata 1990–2010.

Na początku rozważań należy zaznaczyć, że aktywność turystyczna jest zjawiskiem niezwykle wrażliwym na uwarunkowania o charakterze ściśle ekonomicznym, ale także psychospołecznym. Zmiany dokonujące się w gospodarce polskiej w makroskali miały bezpośredni wpływ na sytuację ekonomiczną gospodarstw domowych. Dlatego też w pierwszych latach transformacji systemowej większość społeczeństwa odczuła bolesne skutki terapii szokowej⁴⁹. W związku z wysoką inflacją i próbami

⁴⁸ Metodologię badań opisano w rozdziale 1.3.

⁴⁹ Proces transformacji rozpoczęto, gdy w Polsce występowała głęboka nierównowaga makroekonomiczna oraz wadliwy system gospodarczy, który był przyczyną malejącej efektywności ogólnoeconomicznej. Dodatkowo Polska dotknięta była olbrzymim zadłużeniem zagranicznym. Polityka wiodła prym nad gospodarką, zdominowaną przez sektor państwowy, a zwłaszcza przez wielką państwową własność. Państwo dotowało i regulowało zarówno sferę produkcji, jak i konsumpcji. Czyniło to gospodarkę mało elastyczną i nieefektywną. Produccenci nie kierowali się realnym popytem, tylko ogólnymi nakazami. Powszechne były przerosty zatrudnienia w przedsiębiorstwach państwowych. Przemysł był nadmiernie rozbudowany, a sektor usług pozostawał niedorozwinięty. W takich warunkach priorytetem był program stabilizacyjny, który miał doprowadzić do równowagi makroekonomicznej (Fisher, Gelb 1991, 101) w polskiej gospodarce, a więc przede wszystkim do zlikwidowania hiperinflacji i powszechnych braków rynkowych oraz do zrównoważenia budżetu. Rząd, w obliczu istniejących warunków (zwłaszcza przyzwolenia społecznego), zdecydował się na bardzo szybkie realizowanie niezbędnych reform, co zyskało później miano terapii szokowej. W krótkim czasie zliberalizowano ceny, ograniczono subsydia, zniesiono znaczną liczbę przywilejów podatkowych (wprowadzono podatek dochodowy od wartości dodanej VAT), wprowadzono jednolity, stały kurs złotego do walut wymienialnych oraz ustanowiono wewnętrzną wymienialność złotego, co spowodowało otwarcie gospodarki na świat. Dzięki tym rewolucyjnym zmianom polska gospodarka zaczęła się upodabniać do gospodarek rynkowych. Do pozostałych reform systemowych należały przekształcenia własnościowe (zwłaszcza prywatyzacja), zwiększenie samodzielności przedsiębiorstw państwowych, stworzenie warunków do pobudzenia konkurencji wewnętrznej i rozbitcia monopolii, a także utworzenie rynku kapitałowego i rynku pracy. Nastąpiła ponadto decentralizacja władzy politycznej, wyrażająca się wprowadzeniem zasad samorządności terytorialnej.



Rys. 3.1. Wskaźnik cen towarów i usług w latach 1990–2010 (w %) (grudzień roku poprzedniego = 100).

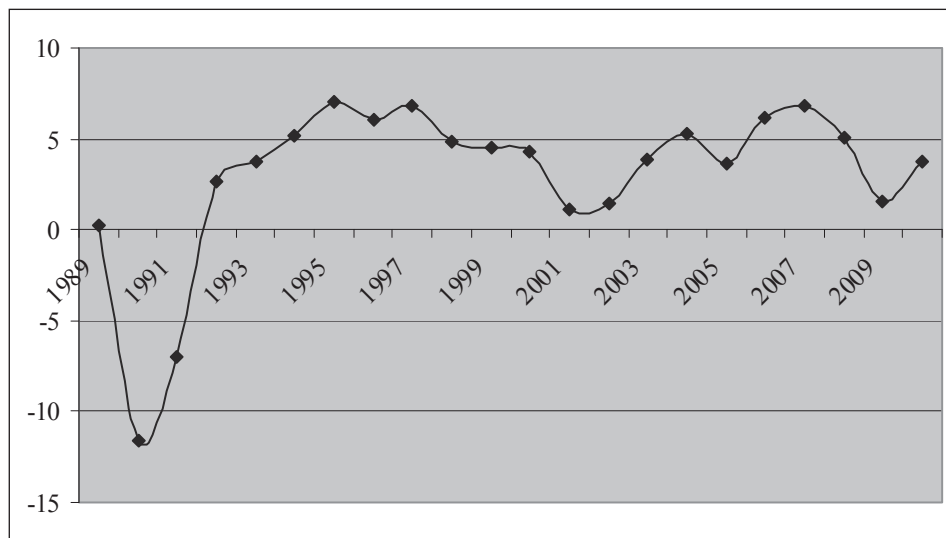
Źródło: opracowanie własne na podstawie danych Głównego Urzędu Statystycznego, www.stat.gov.pl

opanowania przez nowe władze sytuacji w kraju za pomocą radykalnych reform, nastąpiło znaczne ograniczenie dochodów. Gwałtownej inflacji⁵⁰ towarzyszyło pogorszenie się prawie wszystkich wskaźników makroekonomicznych (rys. 3.1).

W 1989 roku odnotowano ostatni przed recesją wzrost produktu krajowego brutto (PKB) na poziomie 0,2%. Kolejny rok, będący pierwszym rokiem transformacji systemowej, charakteryzowało obniżenie PKB aż o 11,6% w stosunku do roku poprzedniego, a w 1991 roku spadek PKB wyniósł 7% (rys. 3.2). Główną przyczyną obniżenia PKB było zmniejszenie produkcji przemysłowej (Bałtowski, Miszewski 2006, 205–211).

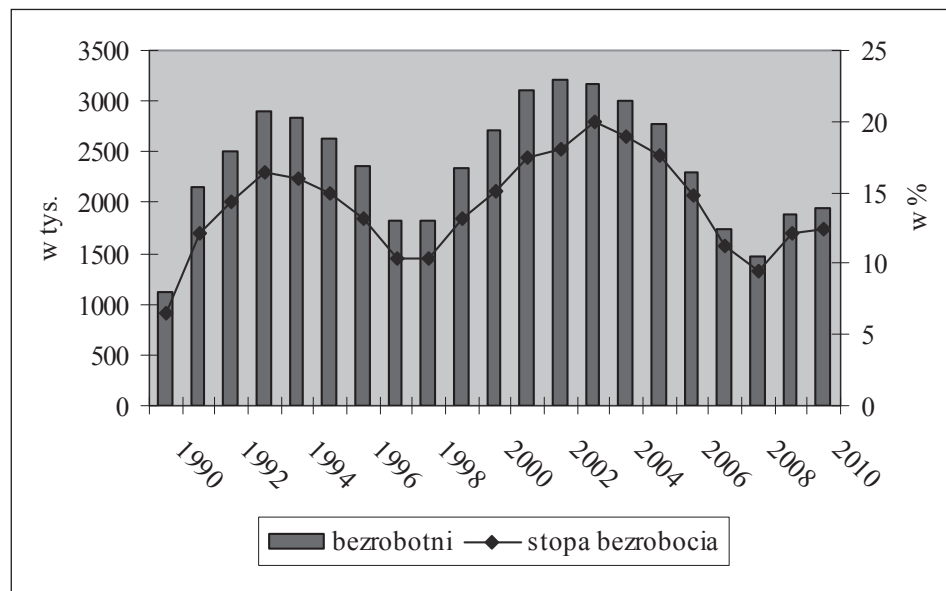
Administracyjne ograniczenie wzrostu płac, wysoki kurs walutowy, zmniejszenie dotacji oraz podniesienie stóp procentowych spowodowały załamanie się popytu krajowego. W wyniku utraty rynków zbytu w byłych państwach RWPG nastąpił spadek produkcji, pogorszenie bilansu płatniczego i wzrost deficytu budżetowego. Kryzys wywołał nieznanne do tej pory w Polsce zjawisko bezrobocia jawnego, które w 1990 roku objęło ponad 1,1 mln osób. W następnym roku pracę stracił kolejny 1 mln osób, a stopa bezrobocia wzrosła z 6,5% do 12,2% (rys. 3.3). Spadek dochodów przy jednoczesnym wzroście cen odbił się negatywnie na kondycji społeczeństwa.

⁵⁰ W październiku 1989 r. miesięczny wskaźnik cen żywności wynosił 54,8%, sięgając granicy hiperinflacji. Średnie miesięczne tempo wzrostu cen detalicznych towarów i usług konsumpcyjnych wyniosło 18,1% (Dąbrowski 1995, 47). W celu przeciwdziałania hiperinflacji wicepremier L. Balcerowicz wprowadził tzw. indeksację wyrównawczą, ograniczającą podwyżki płac, które w sierpniu 1989 r. wzrosły o 90% (Balcerowicz 1992, 36). Jego działania doprowadziły do zlikwidowania niedoborów na rynku oraz wad w strukturze cen. Roczna stopa inflacji w 1989 r. wynosiła 640%, w 1991 r. spadła do 60,4%, w 1994 r. poniżej 30%, w 1996 r. poniżej 20%, a od 1998 r. poniżej 10%.



Rys. 3.2. Tempo zmian PKB w latach 1990–2010 (w %) (ceny stałe, rok poprzedni = 100).

Źródło: opracowanie własne na podstawie Mały rocznik statystyczny 2000, 420; Mały rocznik statystyczny 2006, 452; Roczne wskaźniki makroekonomiczne; www.stat.gov.pl



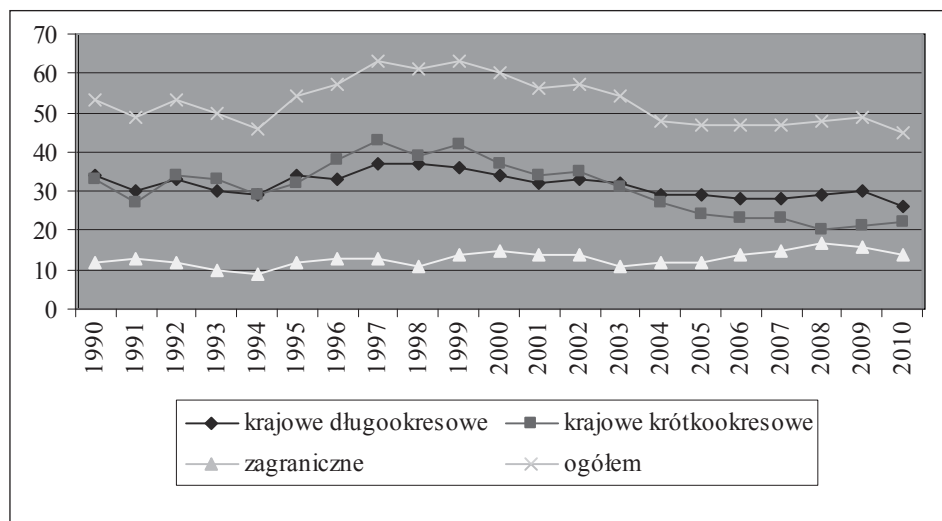
Rys. 3.3. Bezrobotni i stopa bezrobocia w latach 1990–2010.

Źródło: opracowanie własne na podstawie Mały rocznik statystyczny 2000, 420; Mały rocznik statystyczny 2006, 452; Mały rocznik statystyczny 2007; Mały rocznik statystyczny 2008, 460

Wynagrodzenie realne w gospodarce narodowej najsilniej obniżyło się w 1990 roku, bo aż o 24,4%, a tendencja spadkowa utrzymywała się przez następne trzy lata.

Badania nad sytuacją na rynku usług turystycznych, przeprowadzone przez Instytut Turystyki w Warszawie w 1991 roku, wykazały głębokie załamanie. Podstawowej przyczyny złej kondycji branży, a także całej gospodarki, upatrywano w realizacji antyinflacyjnego programu rządu. Jak oceniano: „Powstrzymanie wzrostu płac (popiwiek), przy równocześnie systematycznym wzroście cen ogółu towarów i usług i wysokim oprocentowaniu kredytów (spadek produkcji, wzrost bezrobocia) spowodowały znaczne zmniejszenie się realnych dochodów ludności i pogorszenie warunków ich bytu. W konsekwencji zmniejszyło się zainteresowanie ludności usługami turystycznymi, zaspakajającymi potrzeby wyższego rzędu i stąd mającymi z natury rzeczy charakter drugorzędny” (Informacja o sytuacji 1991, rozdz. I).

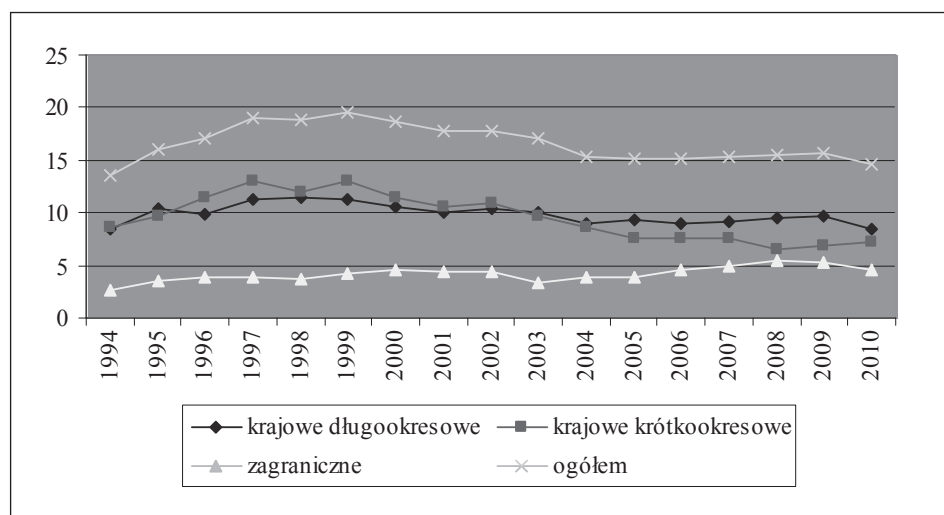
W związku z istniejącymi warunkami nastąpił spadek uczestnictwa Polaków w wyjazdach urlopowo-wakacyjnych, zwłaszcza w wyjazdach zagranicznych. W 1991 roku uczestnictwo w turystyce (aktywność turystyczna netto) mieszkańców Polski w wieku 15 i więcej lat wynosiło 49% (co oznacza, że 51% osób nie wyjechało nigdzie na więcej niż jeden dzień w ciągu roku poza miejsce swojego stałego zamieszkania), w tym 30% Polaków podjęło długookresowe podróże krajowe, a tylko 13% wyjazdy zagraniczne (rys. 3.4). W 1992 roku odnotowano wzrost produkcji przemysłowej sektora prywatnego (o 32%), który stał się czynnikiem stymulującym wzrost gospodarczy kraju (Sytuacja 1993, I). Nastąpił przyrost inwestycji i eksportu oraz wzrost



Rys. 3.4. Uczestnictwo w turystyce społeczeństwa polskiego w latach 1990–2010 (w %).

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ankietowych IT na ogólnopolskiej reprezentatywnej próbie OBOP, obejmującej mieszkańców Polski w wieku 15 i więcej lat

PKB (o 2,6%). Utrzymywała się natomiast spadkowa tendencja zatrudnienia⁵¹. Na rynku turystycznym wprowadzano zasady regulacji instytucjonalno-prawnej, które dotyczyły m.in. zniesienia obowiązkowej wymiany dewiz przez cudzoziemców przyjeżdżających do Polski, wprowadzenia wewnętrznej wymienialności złotego i zmiany relacji złotego do dolara, zrównania cen usług turystycznych świadczonych cudzoziemcom i obywatelom polskim, likwidacji monopolu państwa w organizacji turystyki zagranicznej, nowych zasad tworzenia systemu podatkowego, zmniejszenia udziału przedsiębiorstw państwowych w tworzeniu funduszu socjalnego itp. (Szubert-Zarzczyński 1996, 194). Nastąpił wzrost udziału w turystyce (do 53%) – odnotowano mianowicie wzrost uczestnictwa w wyjazdach krajowych, zwłaszcza krótkookresowych, zmniejszyła się natomiast liczba podróżujących za granicę (rys. 3.5).



Rys. 3.5. Liczba osób uczestniczących w turystyce według rodzajów wyjazdów w latach 1994–2010 (w mln).

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ankietowych IT na ogólnopolskiej reprezentatywnej próbie OBOP, obejmującej mieszkańców Polski w wieku 15 i więcej lat

W latach 1993–1994 nastąpił spadek aktywności zarówno w zakresie turystyki krajowej, jak i zagranicznej, aż do poziomu 46% (co stanowiło 13,5 mln osób w 1994 r.). W turystyce zagranicznej odnotowano najniższy odsetek uczestniczących – uwzględniając lata 1990–2010 – zaledwie 9% społeczeństwa. Przyczyna tego tkwiła m.in. w trudnej sytuacji na rynku pracy. W 1993 roku stopa bezrobocia osiągnęła rekordowy poziom w dekadzie lat 90. XX wieku – 16,4%, co oznacza, że bez pracy pozostawało prawie 2,9 mln osób.

⁵¹ Stopa bezrobocia przekroczyła 14%, a w 1993 r. sięgnęła 16,4%, co stanowiło prawie 2,9 mln osób.

W latach 1995–1997 nastąpił wzrost udziału Polaków w wyjazdach turystycznych aż do 63% w 1997 roku (19 mln osób). W krótkookresowych wyjazdach krajowych uczestniczyło 43% populacji w wieku 15 lat i więcej (13 mln osób). Nastąpiło też zwiększenie wyjazdów za granicę, co było spowodowane udostępnieniem paszportów i zniesieniem wiz wjazdowych do większości krajów europejskich, a także polepszeniem sytuacji dochodowej wielu konsumentów (średni roczny wzrost wynagrodzeń realnych wynosił 6%). Był to wynik dobrej koniunktury gospodarczej⁵² oraz stabilizacji na rynku pracy. W 1995 roku odnotowano najwyższy od rozpoczęcia transformacji przyrost PKB (o 7%). W tym samym roku NBP rozpoczął denominację waluty narodowej. Polegała ona na stopniowym wprowadzaniu do obiegu nowego złotego w relacji 1 nowy złoty za 10 000 starych złotych (Marski, Bernatowicz 1998, 25–27). Stopa bezrobocia zaczęła spadać z 16% w 1994 do 10,3 % w 1997 roku – pracę znalazło w tym czasie 1 mln osób.

W latach 1998–2002 nastąpiło jednak wyraźne spowolnienie wzrostu PKB, które było związane z obniżeniem tempa wzrostu zarówno konsumpcji (do 4,1%), jak i inwestycji (4,6%). Na pogorszenie koniunktury wpłynęło zahamowanie tempa zmian systemowych, chłodzenie gospodarki, a także czynniki zewnętrzne: dekonunktura w gospodarce niemieckiej, kryzys na Dalekim Wschodzie oraz kryzys rosyjski z drugiej połowy 1998 roku, w konsekwencji którego nastąpiło gwałtowne zmniejszenie eksportu na Wschód i głęboko ujemne saldo handlu zagranicznego (18,8 mld dol.). Spowolnieniu uległ także wzrost realnych wynagrodzeń i świadczeń społecznych (Podstawowe tendencje 1999, IX). Osłabienie koniunktury i restrukturyzacja przedsiębiorstw spowodowały silny wzrost bezrobocia⁵³. W wyniku załamania tempa wzrostu gospodarczego wyraźnie spadło uczestnictwo w krótkookresowych wyjazdach krajowych oraz zagranicznych. Odsetek uczestniczących w długookresowych podróżach krajowych pozostawał jednak na niezmiennym poziomie 37%. W 1999 roku został natomiast ponownie osiągnięty najwyższy wskaźnik aktywności turystycznej – na poziomie 63% (podobnie jak w 1997 r.). Liczba uczestników wynosiła 19,5 mln osób i była rekordową w analizowanym okresie. W kolejnych latach rozpoczął się spadek uczestnictwa w turystyce, zwłaszcza w zakresie krótkookresowych wyjazdów krajowych (z 11,5 mln osób, co stanowiło 37% populacji w wieku powyżej 15 lat w 2000 do 6,6 mln, odpowiednio 20% w 2008 r.). Przyczyną tak znacznego spadku aktywności w zakresie wyjazdów krótkookresowych, jak można sądzić – poza uwarunkowaniami ekonomicznymi – były czynniki psychologiczno-

⁵² Szczególnie szybko wzrastał popyt krajowy (średnio o 7,3% rocznie), przede wszystkim za sprawą popytu inwestycyjnego (przeciętnie o 16,7% rocznie) i konsumpcyjnego (wzrost o 5,1%) oraz wydatków publicznych (wzrost o 2,6% rocznie). Równie szybko rósł eksport (średnio o ok. 14,9% rocznie) (Kaczmarek, Krzemiński, Litwa, Szymła 2005, 224–226).

⁵³ W 1999 r. było o prawie 520 tys. bezrobotnych więcej w stosunku do roku poprzedniego, w roku następnym o kolejne 350 tys., a w 2001 r. o 412 tys. osób. W 2002 r. rejestrowane bezrobocie wynosiło 18,1%, a tempo wzrostu PKB spadło do 1,4%.

-kulturowe, zwłaszcza zmiana stylu życia⁵⁴. Powszechność posiadania samochodu, relatywnie wysokie ceny usług noclegowych, naturalne obumieranie relacji rodzinnych łączących miasto i wieś spowodowały zastępowanie podróży z jednym, dwoma lub trzema noclegami wyjazdami na jeden dzień – bez noclegu (Łaciak 2009, 49). Mniej dynamiczny spadek dotyczył uczestnictwa w długookresowych podróżach turystycznych w kraju.

W 2003 roku, mimo spadku zatrudnienia (bez pracy pozostawało ponad 3,1 mln osób, a stopa bezrobocia sięgnęła rekordowego w badanym okresie poziomu 20%), pojawiło się ożywienie gospodarcze⁵⁵, które było wynikiem ogólnej poprawy koniunktury na świecie oraz zbliżającego się terminu przystąpienia Polski do Unii Europejskiej. Wysoka dynamika inwestowania związana była z napływem bezpośrednich inwestycji zagranicznych, wzrosła też produkcja i eksport oraz krajowy popyt konsumpcyjny, stymulowany kredytami ludności (Ocena sytuacji 2004, 3–5). Gospodarka polska przeszła do fazy wzrostu. W 2004 roku przyrost inwestycji był prawie dwukrotnie wyższy niż w roku 1990. Obniżaniu stopy bezrobocia w kolejnych latach towarzyszył wzrost PKB⁵⁶. Jednocześnie poziom uczestnictwa w turystyce ogółem w kolejnych latach ustabilizował się na poziomie 15%. Przystąpienie do Unii Europejskiej w 2004 roku było ważne dla polskiej turystyki. Udostępnione środki z Funduszy Strukturalnych w znacznym stopniu wpłynęły na rozwój infrastruktury turystycznej i paraturystycznej⁵⁷.

Następstwem akcesji było otwarcie granic. 21 grudnia 2007 roku Polska przystąpiła do strefy Schengen, co oznaczało zniesienie kontroli na lądowych i morskich granicach wewnętrznych Unii Europejskiej. Do końca marca 2008 roku zniesiono kontrolę na lotniskach. Obywatele Polski uzyskali dzięki temu możliwość w pełni swobodnego podróżowania po obszarze Schengen, obejmującym niemal cały kontynent europejski. W szczególności zaprzestanie dokonywania odpraw w ruchu osobowym i demontaż infrastruktury utrudniającej przepływ osób zlikwidował kolejki na granicy z państwami UE sąsiadującymi z Polską (Niemcy, Czechy, Słowacja, Litwa), umożliwiając jej przekraczanie w sposób płynny, bez konieczności przerywania podróży. Wraz ze zniesieniem kontroli granicznych nastąpiło ujednoczenie procedur wizowych, w tym zasad wydawania wiz obywatelom państw trzecich.

⁵⁴ Wyjazdy weekendowe, zwłaszcza w dużych miastach, zastępowano rodzinnymi wizytami w centrach handlowych. Pojawiło się odchodzenie od popularnego dawniej rodzinno-towarzyskiego biesiadowania.

⁵⁵ W 2003 r. odnotowano wzrost PKB o 3,9%, a w roku kolejnym o 5,3%.

⁵⁶ Stopa bezrobocia spadła do 9,5% w 2008 r. (co stanowiło 1,5 mln bezrobotnych). Następował wzrost PKB: o 6,2% w 2006 r., o 6,8% w roku kolejnym, i o 5,1% w 2008 r.

⁵⁷ Według stanu na koniec 2008 r. od początku realizacji unijnych programów dofinansowanie ze środków unijnych pozyskało 2 681 000 projektów z zakresu turystyki, dziedzictwa kulturowego i odnowy wsi. Ich całkowita wartość to blisko 3 375 000 zł, a wkład unijny wyniósł prawie 1 706 000 zł (<http://www.turystycznapolka.pl/index.php/pol/Wiadomości/2009/kwiecien>, dostęp: 09.09.2009). Należy jednak zaznaczyć, że projektów przyczyniających się do rozwoju turystyki mogło być znacznie więcej, gdyż nie wszystkie ujęto w statystykach jako projekty strictly turystyczne czy kulturalne.

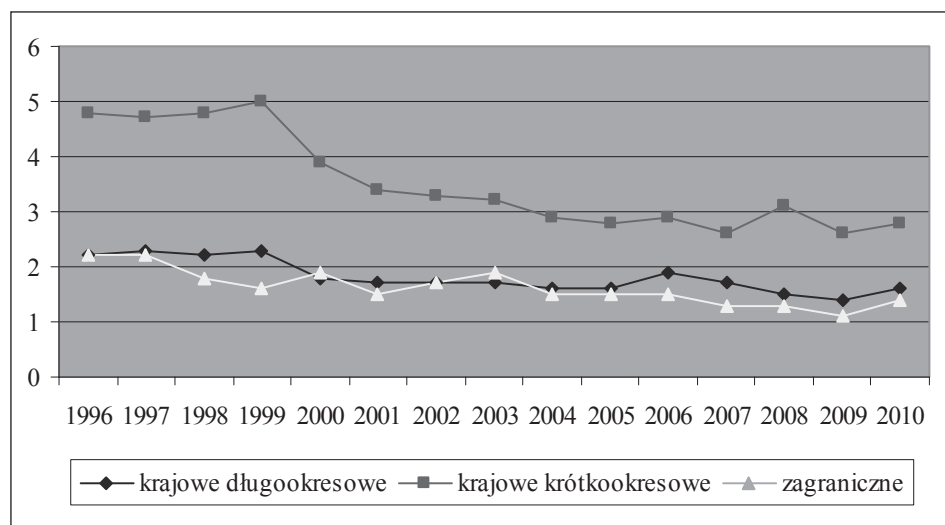
W ramach procesu dostosowania do wspólnotowej polityki wizowej Polska zniósła obowiązek wizowy wobec obywateli państw objętych ruchem bezwizowym z Unią Europejską. Jednocześnie w 2003 roku Polska wprowadziła obowiązek wizowy dla obywateli państw nieposiadających takich umów z UE, w tym Rosji, Ukrainy i Białorusi. W konsekwencji wzrósł udział Polaków w wyjazdach zagranicznych.

Mimo znaczącego wzrostu gospodarczego Polski w 2008 roku, wzrostu płac i spadku wskaźników bezrobocia, nie zaistniały istotne zmiany w turystyce krajowej Polaków w ujęciu całościowym. W 2009 roku w wyniku światowego kryzysu finansowego nastąpiło spowolnienie rozwoju gospodarek europejskich. Również w Polsce spadło tempo wzrostu PKB, a bezrobocie objęło prawie 12% osób zdolnych do pracy. Należy jednak wyjątkowo podkreślić, że Polski, jako jedyne go kraju UE, nie dotknął spadek PKB. Na relatywnie dobrą – w zakresie wzrostu gospodarczego – sytuację Polski wpływ miały dotacje UE, utrzymująca się dynamiczna emigracja zarobkowa i wysokie tempo wzrostu produkcji, z jakim Polska weszła w kryzys (Polska gospodarka turystyczna 2010, 49). Wzrósł nieznacznie wskaźnik aktywności turystycznej Polaków – uwzględniając wszystkie rodzaje wyjazdów turystycznych (tj. krajowe i zagraniczne, krótko- i długookresowe) – do poziomu 49%. Zaobserwowano wzrost liczby Polaków odbywających podróże krajowe, spadła natomiast liczba wyjeżdżających za granicę. Rok później w wyniku poprawy sytuacji gospodarczej w Europie Zachodniej odnotowano wzrost dynamiki PKB do 3,8%. Pozytywnie na wzrost PKB wpłynął eksport netto oraz zwiększenie wydatków na spożycie indywidualne. Uczestnictwo Polaków w wyjazdach turystycznych w kraju lub za granicę było jednak niższe – wyjechało o milion (6,4%) osób mniej niż w poprzednim roku. Wskaźnik aktywności turystycznej był najniższy spośród osiągniętych w ciągu ostatnich 20 lat i wynosił tylko 45%, co oznacza, iż w turystyce uczestniczyło 14,7 mln osób.

Analizując strukturę wyjazdów, zauważmy, że udział w wyjazdach zagranicznych charakteryzował się zdecydowanie większą stabilnością w porównaniu z wyjazdami krajowymi. W latach 1999–2002 za granicę wyjechało około 15% mieszkańców Polski (4,2–4,5 mln osób). W 2003 roku nastąpił spadek uczestnictwa do poziomu 11%. Należy zaznaczyć, że Polska miała wówczas niską dynamikę wzrostu gospodarczego oraz niekorzystną sytuację na rynku pracy (przy sżywności rynku pracy wzrosły zasoby siły roboczej). W kolejnych latach odnotowano powolny wzrost – do 15% w 2007 roku. Narastający od sierpnia 2008 roku kryzys światowy nie przekładał się zatem na decyzje o wyjazdach zagranicznych Polaków – wskaźnik aktywności dotyczący wyjazdów zagranicznych osiągnął najwyższy w badanym okresie poziom 17% (5,5 mln osób). Wysoki kurs złotego do dolara i euro przez większą część roku powodował znaczne zwiększenie się atrakcyjności wyjazdów zagranicznych dla Polaków, gdyż skutkowało to niższymi kosztami wyjazdu w wymiarze złotówkowym. Poza korzystnymi relacjami kursowymi czynnikami sprzyjającymi były też zjawiska o charakterze makroekonomicznym, tzn. wzrost dochodów Polaków i spadek bezrobocia (dobra koniunktura na rynku pracy, wzrost poczucia bezpieczeństwa socjalnego) (Dziedzic, Łopaciński, Saja, Szegidewicz 2009, 18–19). Skutki światowego kryzysu

finansowego, w wyniku którego nastąpiło spowolnienie rozwoju polskiej gospodarki, widoczne były w ograniczaniu wyjazdów zagranicznych w 2009 i 2010 roku.

Jak zaznaczono wcześniej, istotnym wskaźnikiem aktywności turystycznej społeczeństwa jest, obok poziomu uczestnictwa, częstotliwość wyjazdów podejmowanych w ciągu roku. Na podstawie badań dotyczących częstotliwości podróżowania Polaków w wieku 15 lat i więcej (przeprowadzanych przez Instytut Turystyki od 1996 r.) można stwierdzić, iż w ciągu kilkunastu lat znacznie zmniejszyła się średnia liczba wyjazdów przypadających na osobę (rys. 3.6).



Rys. 3.6. Częstotliwość wyjazdów turystycznych Polaków w latach 1996–2010.

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań Instytutu Turystyki

W latach 1996–1999 długookresowe podróże krajowe podejmowano średnio 2,2 razy rocznie, a jedna podróż połączona była z 8,7–9,6 noclegami. W 2000 roku średnia liczba wyjazdów na uczestnika podróży długookresowych spadła do 1,8, a długość pobytu (9,5 noclegu) mieściła się w przedziale wyznaczonym dla lat wcześniejszych. W kolejnych latach wyjeżdżano jeszcze rzadziej, ale za to na dłużej (co najmniej 10 noclegów). Popularność wyjazdów na tzw. długie weekendy, które często przekraczają 4 dni, przyczyniła się do skrócenia długości pobytu podczas wyjazdów długookresowych. W 2006 roku nastąpił powrót do tendencji zarysowanej w drugiej połowie lat 90. XX wieku, gdy Polacy na 5 i więcej dni wyjeżdżali częściej, ale pobyty były relatywnie krótsze niż w pierwszej połowie dekady. W latach 2005–2008 średnia długość pobytu podczas podróży długookresowych utrzymywała się na zbliżonym poziomie (8,8–9,1 noclegu). Mimo że w 2008 roku, co prawda nieznacznie, ale jednak wzrosła średnia długość pobytu, wzrósł również odsetek najkrótszych podróży

długookresowych, obejmujących 4–6 noclegów. Stanowiły one 55% wszystkich wyjazdów. W 2009 roku spadła częstotliwość krajowych wyjazdów długookresowych, osiągając najniższy poziom w badanym okresie – 1,4. W kolejnym roku odnotowano wzrost częstotliwości wyjazdów zarówno krajowych, jak i zagranicznych.

Częstotliwość krajowych wyjazdów krótkookresowych była większa niż długookresowych w całym badanym okresie. Polacy zdecydowanie najczęściej podróżowali po kraju w drugiej połowie lat 90. XX wieku. Na jedną osobę przypadło wówczas 4,7–5 podróży rocznie. Jedna podróż obejmowała średnio 1,6 noclegu. W 2000 roku odnotowano bardzo duży spadek częstotliwości podróżowania po kraju, aż do poziomu 3,9 wyjazdów. Jednocześnie wzrosła średnia liczba wyjazdów za granicę. W latach 2001–2007 utrzymywała się tendencja spadkowa w zakresie częstotliwości odbywania krajowych wyjazdów krótkookresowych. W 2007 i 2009 roku Polacy podejmowali średnio jedynie 2,6 krótkich podróży po kraju, a przeciętna długość pobytu wynosiła 1,9 noclegu. Jedynie w 2008 roku liczba wyjazdów wzrosła do 3,1.

Częstotliwość wyjazdów zagranicznych była największa w latach 1996–1997. Polacy wyjeżdżali wówczas częściej niż w latach następnych (średnio 2,2 wyjazdu na osobę), ale na krócej (średni pobyt obejmował 8,0–8,3 noclegu). W 1998 roku na jedną osobę przypadło średnio 1,8 podróży. W latach 1999–2001 średnia zagraniczna podróż obejmowała ponad 11 noclegów, jednak wyjeżdżano rzadziej. W 2001 roku średnia liczba wyjazdów za granicę spadła do 1,5, ale w ciągu następnych dwóch lat wzrosła częstotliwość podróży do 1,9. Jednak w 2004 roku spadła liczba wyjazdów na osobę do 1,5 i częstotliwość ta utrzymywała się na stałym poziomie przez dwa kolejne lata. Jeszcze niższą średnią liczbę wyjazdów na uczestnika (1,3) odnotowano w latach 2007–2008. Średnia długość pobytu wydłużyła się w 2007 roku, aż do 15,2 noclegów, i była najwyższa w analizowanym okresie, natomiast w 2009 roku obniżyła się do 9,5 noclegu. W 2009 roku spadła częstotliwość wyjazdów zarówno krajowych, jak i zagranicznych, osiągając najniższy poziom w badanym okresie. Na zmniejszenie się częstotliwości wyjazdów zagranicznych miał wpływ spadek liczby wyjazdów w celach biznesowych, co było wynikiem obniżenia aktywności gospodarczej i oszczędności w zakresie podróży służbowych, jakie wprowadziła większość przedsiębiorstw w obliczu kryzysu. W 2010 roku odnotowano niewielki wzrost częstotliwości podróżowania.

Reasumując, początek lat 90. XX wieku charakteryzował się spadkiem uczestnictwa Polaków w wieku 15 i więcej lat w krajowych i zagranicznych wyjazdach turystycznych ogółem. Zachodził istotny związek między częstotliwością wyjazdów a długością pobytu. Polacy wyjeżdżali wówczas rzadko, ale na relatywnie dłuższy okres (utrzymywała się jeszcze duża popularność dwutygodniowych wczasów). W drugiej połowie dekady nastąpił pewien wzrost wyjazdów, a najwyższy poziom uczestnictwa (ponad 60%) utrzymywał się w latach 1997–2000. Wyjazdy były częstsze, ale krótsze (różnorodność ofert, większa możliwość decydowania o długości pobytu). W latach 2000–2001 nastąpiła największa dynamika spadku średniej liczby wyjazdów krajowych. W kolejnych czterech latach wystąpiła tendencja spadkowa uczestnictwa w turystyce, natomiast pewną stabilizację – na poziomie

47% – odnotowano w latach 2005–2007. W następnych dwóch latach, mimo kryzysu gospodarczego, wzrosło nieco uczestnictwo w wyjazdach, nastąpił jednak spadek częstotliwości wyjazdów i średniej długości pobytu. W 2010 roku odnotowano najniższy 45% udział Polaków uczestniczących w turystyce na przestrzeni 20 lat. W badanym okresie zaobserwowano pewną cykliczność w zakresie wyjazdów zagranicznych z tendencją do wydłużania się cyklu.

W rozdziale czwartym przyjrzymy się dokładniej aktywności turystycznej gospodarstw domowych ze względu na poziom uzyskiwanych przez nie dochodów. Najpierw jednak dokonamy analizy zmian w zakresie zapotrzebowania na podstawowe usługi turystyczne.

3.2. Dynamika zmian zapotrzebowania na usługi transportowe i noclegowe

Jako źródła danych o rozpatrywanym uwarunkowaniu konsumpcji wykorzystano raporty sporządzane przez Przedsiębiorstwo Państwowe „Porty Lotnicze” PPL, analizy rynku transportu lotniczego w Polsce, opracowywane przez Urząd Lotnictwa Cywilnego, raporty roczne „Rynek Lotniczy” oraz „Uczestnictwo Polaków w wyjazdach turystycznych”, wykonywane przez Instytut Turystyki, raporty na temat funkcjonowania międzynarodowego transportu drogowego Ministerstwa Infrastruktury, a także opracowania statystyczne „Turystyka” Głównego Urzędu Statystycznego.

Usługi transportowe

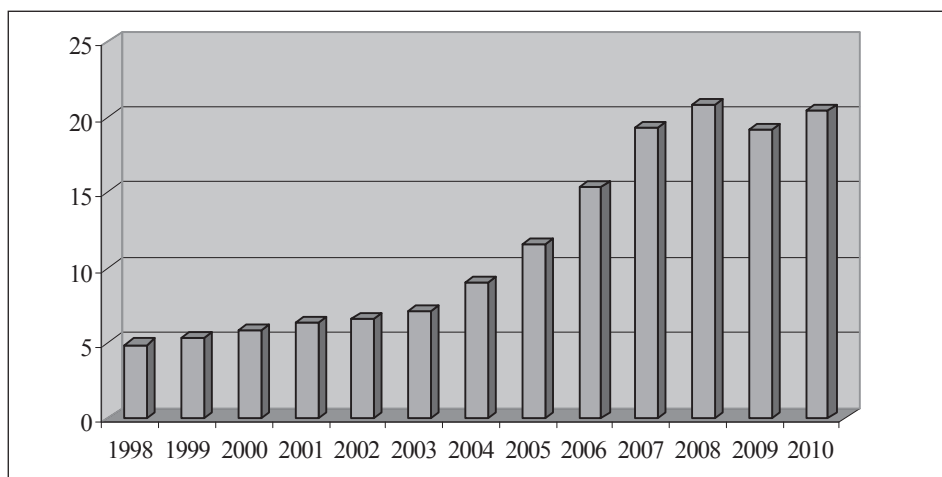
Istotne miejsce w konsumpcji usług turystycznych zajmują usługi transportowe⁵⁸. Wśród nich najważniejsze znaczenie mają usługi świadczone przez transport lotniczy i autokarowy.

W konsekwencji zmian, jakie nastąpiły po stronie podaży usług lotniczych⁵⁹, w polskich portach lotniczych zwiększyła się ponad 9-krotnie liczba obsłużonych

⁵⁸ Analiza konsumpcji dotyczy usług transportowych świadczonych na rynku przez podmioty gospodarcze, pomijając transport własny.

⁵⁹ Istotne zmiany dotyczyły struktury kapitałowej przedsiębiorstw świadczących usługi transportowe. W przypadku usług lotniczych wymóg większościowego udziału podmiotów polskich został zastąpiony wymogiem większościowego udziału podmiotów z państw Unii Europejskiej (Analiza rynku transportu lotniczego 2008, 3). W związku z przystąpieniem do UE konieczne było bowiem dostosowanie polskiego prawa do przepisów obowiązujących w ramach Unii, zwłaszcza związanych z liberalizacją zasad dostępu do rynku przewozów lotniczych. Ponadto 1 listopada 2008 r. weszło w życie rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (WE) Nr 1008/2008 z dnia 24 września 2008 r. w sprawie wspólnych zasad wykonywania przewozów lotniczych na terenie Wspólnoty (Dz. Urz. UE L 293 z 31.10.2008, 3). Zgodnie z nowym rozporządzeniem przewoźnicy lotniczy, posiadający koncesje wydane w jednym z państw Wspólnoty (przewoźnicy wspólnotowi), mogą swobodnie świadczyć przewozy lotnicze na terytorium UE, nie podlegając w tym zakresie żadnym dodatkowym zezwoleniom lub upoważnieniom.

pasażerów (z 2,2 mln pasażerów w 1991 do 20,8 mln w 2008 r.). Na uwagę zasługuje wzrost liczby obsługiwanych pasażerów w 2002 roku. Pomimo niekorzystnej sytuacji na rynku międzynarodowych przewozów lotniczych, spowodowanej wydarzeniami z września 2001 roku (atak terrorystyczny na World Trade Centre) w 11 polskich portach lotniczych obsługano 6,57 mln podróżnych (wzrost o 3,8% w stosunku do roku poprzedniego). Najwyższą dynamikę wzrostu ruchu pasażerskiego odnotowano w latach 2004–2007 (ok. 26% rocznie, a w 2006 r. rekordowe 34%). W wyniku liberalizacji rynku lotniczego nastąpił intensywny rozwój portów regionalnych oraz boom przewozów niskokosztowych⁶⁰. Segment LCCs stał się dominującym generatorem rozwoju rynku lotniczego w Polsce. W 2004 roku co szósty turysta w ruchu zagranicznym korzystał z samolotu, czyli 17% wszystkich turystów przyjeżdżających i wyjeżdżających z Polski (3,5–3,6 mln turystów, 7,1 mln pasażerów) (Rynek lotniczy 2005, 31). Tendencję wzrostu ruchu pasażerskiego przedstawiono na rysunku 3.7. Jednak mimo wyraźnego wzrostu polski rynek lotniczy pozostawał w tyle za rynkami krajów Europy Środkowo-Wschodniej. Dotyczy to liczby przewożonych pasażerów oraz ruchu na polskich lotniskach w odniesieniu do liczby ludności⁶¹.



Rys. 3.7. Ruch pasażerski w polskich portach lotniczych w latach 1998–2010 (w mln).

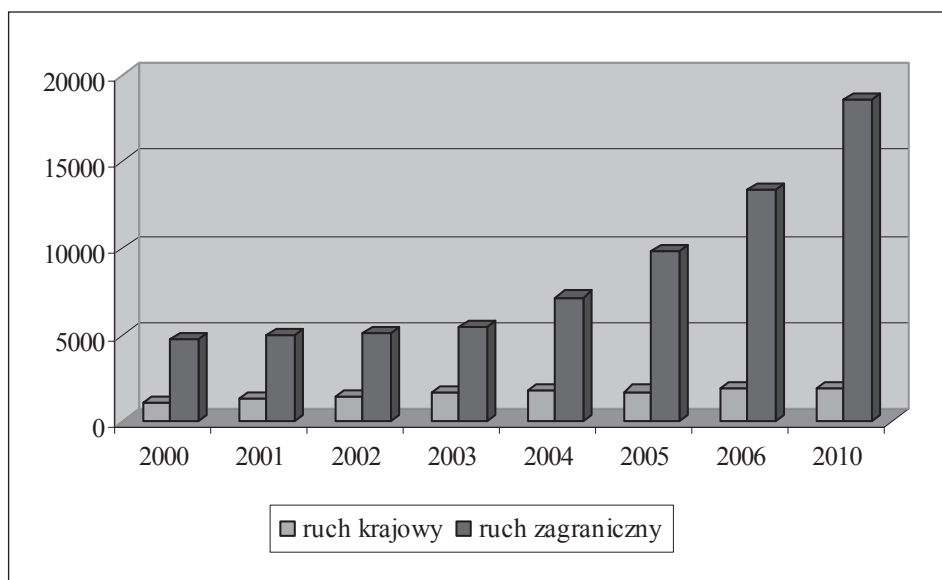
Źródło: opracowanie własne na podstawie Raporty Roczne 2002; Rynek lotniczy 2005, 23; Rynek lotniczy 2009, 35; dane ULC 2010

⁶⁰ Pod koniec 2003 r. pojawił się na rynku polskim pierwszy przewoźnik niskokosztowy (LCCs – *Low Cost Carriers*) – Air Polonia (zakończył działalność 5 grudnia 2004 r.). Do największych przewoźników niskokosztowych należały: węgierski Wizz Air, irlandzki Ryanair, polski Centralwings, słowacki Sky Europe i brytyjski Easy Jet.

⁶¹ W 2006 r. współczynnik mobilności wynosił 0,5. Gorszy wynik miały tylko Rumunia i Słowacja. Państwa Europy Środkowo-Wschodniej posiadały wskaźniki dwukrotnie wyższe (Czechy, Węgry, Estonia i Łotwa – 0,8–1,0; Niemcy, Francja – 2,0; Szwecja, Finlandia i Norwegia – 3,5–7,0) ([za:] Liwiński 2007).

Podczas gdy w 2008 roku nastąpiło wyraźne spowolnienie rozwoju polskiego rynku lotniczego (obsłużono o 7,91% więcej pasażerów niż w 2007 r.) (Analiza rynku transportu 2008, 3), w 2009 roku liczba pasażerów odprawionych w portach lotniczych zmalała po raz pierwszy od kilkunastu lat (dynamika była ujemna i wyniosła $-8,25\%$) (Analiza rynku transportu 2010, 4). Przyczyną tego spadku był globalny kryzys gospodarczy, który dotknął światowy sektor lotniczy. W 2010 roku erupcja wulkanu Eyjafjallajökull na Islandii spowodowała chwilowe ograniczenia w ruchu powietrznym i straty linii lotniczych oraz lotnisk. Nie bez znaczenia była też katastrofa samolotu prezydenckiego w Smoleńsku. Mimo to liczba obsługiwanych pasażerów wzrosła o 8,1% w stosunku do 2009 roku i była nieznacznie niższa – o 0,9% – niż w rekordowym roku 2008. Wzrost ten wynikał częściowo ze zoptymalizowania siatki połączeń w wyniku kryzysu finansowego, a także z ogólnej tendencji występującej na rynku polskim (malejący udział ruchu krajowego, obsługiwane przez mniejsze statki powietrzne, rosnący udział ruchu czarterowego, charakteryzującego się większymi statkami powietrznymi oraz wyższym współczynnikiem wypełnienia) (http://www.ulc.gov.pl/_download/regulacja_ryнку/inne/analiza_ryнку_10.pdf, dostęp: 22.07.2011).

Polskie porty lotnicze obsługiwały zdecydowaną większość pasażerów w ruchu międzynarodowym (rys. 3.8). W 2010 roku odprawiono 18,5 mln pasażerów w komunikacji międzynarodowej, wobec 4,7 mln w 2000 roku (wzrost o prawie o 300%). W przypadku ruchu krajowego można mówić o pewnej stabilizacji, a wręcz stagnacji. W 2000 roku polskie porty lotnicze obsłużyły w ruchu krajowym niewiele ponad



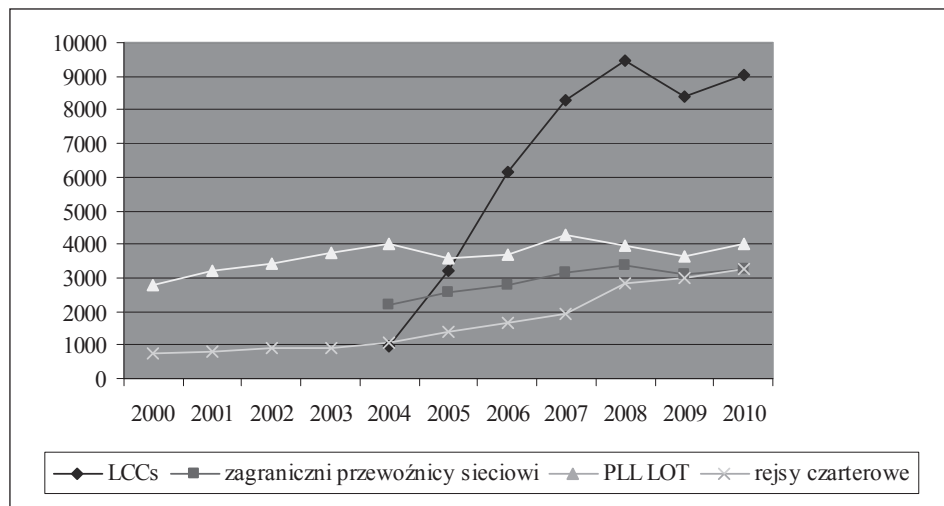
Rys. 3.8. Ruch pasażerski w polskich portach lotniczych w komunikacji krajowej i międzynarodowej (w tys.).

Źródło: opracowanie własne na podstawie Raporty roczne PPL 2000–2010; www.ulc.gov.pl; www.polish-airports.com

1 mln pasażerów, a w 2010 roku 1,9 mln (wzrost zaledwie o 80%). Ruch międzynarodowy stale zwiększa swój udział, odnotowując w 2010 roku wartość prawie 91%. Dla porównania w 2006 roku było to 87%, a w latach wcześniejszych jeszcze mniej (Analiza rynku transportu 2011, 7].

Na uwagę zasługuje liczba przewiezionych pasażerów na trasach z i do Polski według poszczególnych przewoźników (rys. 3.9). W latach 2000–2003 nastąpił regularny wzrost liczby odprawionych pasażerów przez obecnych na rynku przewoźników. W 2004 roku, gdy na skutek otwarcia rynku nastąpił spadek cen biletów oraz wejście przewoźników niskokosztowych, transport lotniczy stał się dostępny cenowo dla stosunkowo dużej liczby Polaków. Pojawił się nowy segment podróżnych, którzy do tej pory nie korzystali z transportu samolotowego. Liczba przewiezionych pasażerów przez tanie linie w 2005 roku wzrosła ponadtrzykrotnie w stosunku do 2004 roku (dynamika 328%). Podczas gdy w 2004 roku liczba pasażerów wynosiła 985,2 tys., w 2008 roku wzrosła aż do 9,4 mln (dynamika 958%). W latach 2005–2007 segment LCCs był najbardziej dynamicznie rosnącym obszarem rynku lotniczego. Zaobserwowano jednak, iż rozwój tego segmentu nie spowodował spadku liczby podróżnych obsługiwanych przez przewoźników tradycyjnych, niemniej kierunki oferowane przez ten segment skutecznie wpływały na decyzje dotyczące celu podróży. Należy podkreślić, iż przewoźnicy niskokosztowi stali się bardzo popularni wśród osób podróżujących w celach zarobkowych.

Ruch czarterowy wzrósł w latach 2000–2005 o ponad 630 tys. pasażerów (dynamika 186%). Na podstawie badań Instytutu Turystyki szacuje się, iż w 2006 roku



Rys. 3.9. Ruch pasażerski według rodzajów przewoźników (w tys.). W latach 2005–2006 wielkości przewozów nie uwzględniają ruchu czarterowego przekazanego do Centralwings. W 2004 r. LOT przewiózł czarterami ponad 420 tys. pasażerów, w 2005 r. – 24,5 tys., a w 2006 r. – 6,9 tys.

Źródło: opracowanie własne na podstawie Rynek lotniczy 2009; Rynek lotniczy 2011

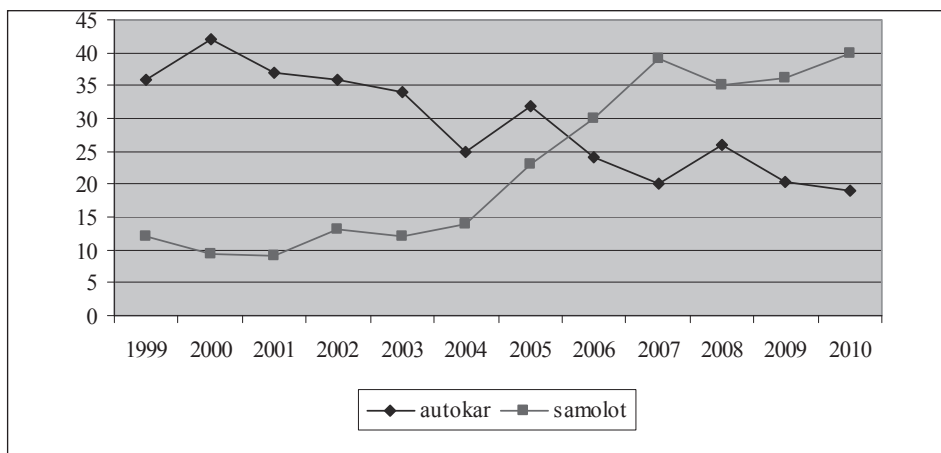
co piąty dorosły Polak wyjeżdżający za granicę na wypoczynek wybierał jako środek transportu samolot czarterowy (Rynek lotniczy 2006, 28). W 2008 roku liczba obsługiwanych pasażerów lotów czarterowych przekroczyła 2,8 mln. Był to wzrost o ponad 45% w stosunku do roku 2007. Wobec znacznie słabszej dynamiki w innych segmentach wzrósł tym samym udział czarterów w całości ruchu do 15,1%. Tak duży wzrost spowodowany był w znacznym stopniu wysokim kursem złotego do dolara i euro. Czartery krajowe nie odgrywały natomiast istotnej roli na polskim rynku przewozów pasażerskich.

Zwiększenie się liczby pasażerów obsługiwanych w polskich portach lotniczych było w dużej mierze wynikiem wejścia Polski do UE i otwarcia polskiego rynku dla przewoźników wspólnotowych, którzy w dynamiczny sposób zwiększali swój udział w rynku, rozszerzając siatkę połączeń, tworząc nowe bazy w polskich portach i w znaczący sposób wpływając na zwiększenie przychodów osiąganych przez polskie porty lotnicze.

Według wielu analiz polski rynek lotniczy ma przed sobą dobre perspektywy, a wysoka dynamika wzrostu liczby pasażerów w portach lotniczych będzie nadal utrzymywana. Urząd Lotnictwa Cywilnego szacuje, że liczba pasażerów w polskich portach lotniczych będzie wzrastać w tempie 4–6% rocznie – w 2020 wyniesie 37 mln, a w 2030 roku ponad 58 mln (Urząd Lotnictwa 2011).

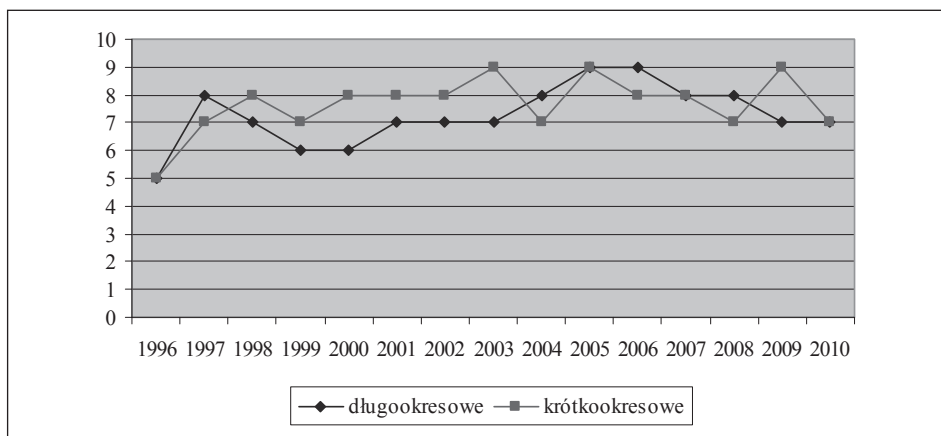
Transport lotniczy stał się konkurencyjny dla turystów podróżujących autokarem. W 2000 roku z autokaru skorzystało aż 42% wyjeżdżających za granicę Polaków, ponadczterokrotnie mniej osób wybrało natomiast samolot. W kolejnych latach udział podróżujących autokarem spadał aż do poziomu 25% w 2004 roku na korzyść przemieszczających się samolotem. W 2006 r. po raz pierwszy odsetek podróżujących samolotem był większy od wyjeżdżających autokarem (o 6 pkt proc.). W wyniku agresywnej polityki cenowej, prowadzonej przez tanie linie lotnicze, udział Polaków korzystających z samolotu w 2007 roku wzrósł do 39%, podczas gdy autokar wybrało zaledwie 20%. W 2008 roku dysproporcja ta nieco się zmniejszyła. W 2010 roku samolotem podróżowało 40% Polaków, podczas gdy autokarem tylko 19%, co oznacza, że w strukturze uczestnictwa w wyjazdach zagranicznych według środka transportu udział podróżujących samolotem był wyższy niż udział korzystających z samochodu i najwyższy z całego okresu 1999–2010 (rys. 3.10). Można zatem przypuszczać, iż w najbliższych latach samolot będzie wybierany coraz częściej, zwłaszcza dzięki konkurencyjnym cenom proponowanym przez przewoźników.

Na krajowym rynku turystycznym Polacy podróżowali najczęściej samochodem i autokarem, samolot był wykorzystywany sporadycznie. Odsetek turystów polskich korzystających z autokaru podczas krajowych podróży zarówno krótko-, jak i długotrwałych, wahał się w granicach od 5 do 9% (rys. 3.11). Zdecydowanie częściej korzystano z samochodu. Transport autokarem odgrywał zatem większą rolę przy obsłudze zagranicznej turystyki wyjazdowej niż krajowej.



Rys. 3.10. Uczestnictwo Polaków w wyjazdach zagranicznych według środka transportu w latach 1999–2010 (w %).

Źródło: opracowanie własne na podstawie Łaciak 2000–2011



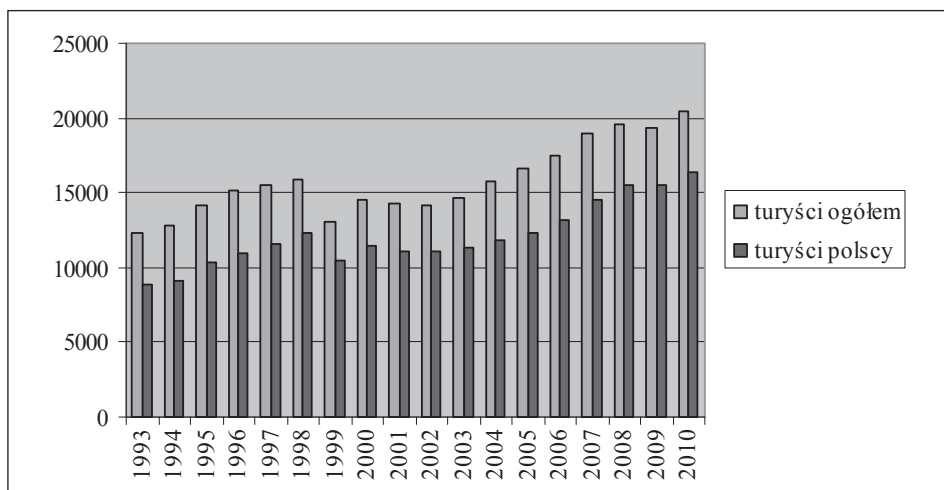
Rys. 3.11. Wykorzystanie autokaru w krajowych wyjazdach turystycznych krótko- i długoterminowych w latach 1996–2010 (w %).

Źródło: opracowanie własne na podstawie Łaciak 1997–2011

Usługi noclegowe

W latach 90. XX wieku popyt na usługi noclegowe w Polsce charakteryzował regularny wzrost (rys. 3.12). Przyczyną tego były niezwykle dynamiczne zmiany po stronie podaży⁶². W 1998 roku liczba turystów korzystających z bazy noclegowej

⁶² Doszło m.in. do przekształceń państwowych przedsiębiorstw hotelarskich w spółki prawa handlowego, akcyjne, prywatne (<http://biznes.onet.pl>, dostęp: 10.01.2010). Ponadto pojawiły się



Rys. 3.12. Turyści korzystający z polskiej bazy noclegowej w latach 1993–2010 (w tys.).

Źródło: opracowanie własne na podstawie Turystyka w 1993–2010

zwiększyła się nieco ponad 50% w stosunku do roku 1990⁶³. W 1999 roku nastąpił jednak spadek (18% wobec roku poprzedniego), gdyż zredukowano wówczas liczne obiekty noclegowe. Spośród wszystkich obiektów zdecydowanie najbardziej preferowano hotele oraz ośrodki wczasowe.

Liczba korzystających ogółem w początkach pierwszej dekady XXI wieku utrzymywała się na zbliżonym poziomie ok. 14 mln 200 tys. osób, z czego ok. 6 mln nocowało w hotelach, ok. 1,5 mln w ośrodkach wczasowych oraz ok. 1 mln w ośrodkach szkoleniowo-wypoczynkowych. W 2004 roku rozpoczął się kolejny wzrost (od 5 do 8%), mimo iż znacznemu zmniejszeniu uległ w tym okresie stan bazy noclegowej. W 2008 roku z bazy noclegowej skorzystało 86% turystów – czyli więcej niż w 1990 roku, podczas gdy podaż obiektów noclegowych spadła ponad 20%. W 2010 roku odnotowano rekordową – w latach 1990–2010 – liczbę 20,5 mln turystów korzystających z polskiej bazy noclegowej.

Wśród polskich turystów, którzy stanowili ponad 70% korzystających z krajowej bazy noclegowej, w analizowanym okresie zauważalna jest tendencja wzrostowa

międzynarodowe grupy hotelarskie oraz zagraniczni i polscy inwestorzy prywatni. W hotelach podniesiono standard, wprowadzono m.in. nowoczesne technologie, komputery, Internet, centra odnowy biologicznej. W 1992 r. w Polsce istniały 593 hotele o łącznej liczbie 64,7 tys. miejsc noclegowych. W tym czasie do państwa należało 43,3% hoteli, do sektora spółdzielczego 40,7%, zaś w rękach prywatnych pozostawało 16% hoteli. W 2009 r. funkcjonowały 1634 hotele, z czego niecałe 0,5% należało do państwa. W latach 1990–2010 nastąpił również wzrost udziału hoteli w ogólnej liczbie obiektów noclegowych. W 1994 r. opracowano nową kategoryzację hoteli, zawierającą listę minimalnych kryteriów, jaką obiekt musiał spełniać, aby mógł być zaklasyfikowany do danej kategorii (Turystyka 1995, 4).

⁶³ W 1990 r. z polskiej bazy noclegowej skorzystało 10,5 mln turystów.

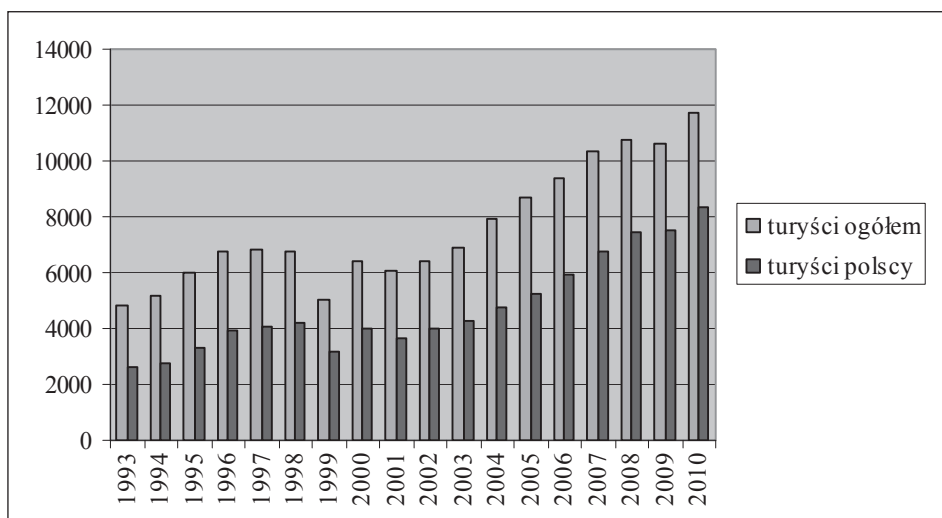
Tabela 3.1. Turystyki polscy korzystający z polskiej bazy noclegowej w latach 1995–2010 (w tys.)

Rodzaj	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
ogółem	10288	11000	11587	12324	10525	11506	11147	11094	11312	11812	12287	13198	14560	15510	15492	16327
hotele	3339	3906	4061	4194	3192	3986	3679	3984	4251	4777	5250	5946	6786	7471	7500	8355
hotele w trakcie kategoryzacji	0	0	0	0	0	0	0	328	399	349	343	405	393	318	0	0
motele	210	244	297	342	254	276	293	267	271	232	231	238	230	242	255	282
pensjonaty	355	345	412	458	391	479	368	329	312	267	281	272	301	310	303	315
inne hotelowe	0	0	0	0	0	0	0	0	0	996	1042	1109	1335	1488	1532	1734
zakłady uzdrowiskowe	0	0	83	370	282	363	336	313	343	335	362	418	478	539	564	554
schroniska	191	183	182	168	125	124	116	102	104	103	101	99	111	109	115	110
ośrodki szkoleniowo-wypoczynkowe	575	618	755	860	775	990	1017	1090	1185	1183	1150	1190	1276	1291	1140	1188
zespół domków turystycznych	248	247	274	278	297	265	244	236	218	215	214	231	236	249	238	239
kempingi	268	238	216	242	271	148	136	151	161	123	128	142	144	151	151	140
pola biwakowe	298	207	183	169	197	163	139	132	145	93	109	103	86	89	89	68
schroniska młodzieżowe	572	602	585	577	446	492	459	463	448	109	94	87	95	103	96	90
szkolne schroniska młodzieżowe	0	0	0	0	0	0	0	0	0	366	383	399	422	396	408	402
domy wycieczkowe	620	618	581	593	429	341	283	291	220	201	194	171	179	176	165	157
domy pracy twórczej	49	54	54	55	43	64	70	70	61	60	55	56	54	52	47	44
ośrodki wczasowe	2149	2211	2207	2028	1764	1799	1593	1515	1527	1461	1465	1492	1534	1552	1505	1422
ośrodki kolonijne	147	164	186	186	165	168	153	138	155	150	115	116	120	116	109	86
obiekty rekreacji sobotnio-niedzielnej	57	56	48	48	29	41	32	33	61	46	54	31	32	32	19a	146a
inne obiekty wykorzystywane dla turystyki	724	707	745	1088	1334	1741	2161	1913	1847	1093	1059	1099	1138	1144	1249	993
prywatna baza noclegowa*	485	600	716	668	530	63	68	65	0	0	0	0	0	0	0	0

Uwaga: bez czwartego kwartału 1999 r. W latach 2000–2002 tylko obiekty agroturystyczne, a od 2003 roku nie gromadzi się danych o prywatnej bazie noclegowej, a – liczba hosteli. Z uwagi na rosnącą liczbę i zainteresowanie nowym rodzajem obiektu noclegowego, od 2009 roku w badaniu zostały wyodrębnione hostele. Źródło: opracowanie własne na podstawie Turystyka w 2009, 2010.

w zakresie użytkowania hoteli, ośrodków szkoleniowo-wypoczynkowych oraz zakładów uzdrowiskowych. Wyraźna tendencja malejąca dotyczy natomiast wykorzystania ośrodków wczasowych, schronisk, domów wycieczkowych, kempingów oraz pól biwakowych. Użytkowanie bazy noclegowej przez turystów polskich przedstawiono w tabeli 3.1.

Według szacunków Głównego Urzędu Statystycznego w latach 1993–2010 zdecydowanie najwięcej turystów nocowało w hotelach. Popyt na usługi noclegowe świadczone przez hotele kształtował się analogicznie do zmieniającego się popytu na usługi noclegowe w ogólnej bazie noclegowej (rys. 3.13). Liczba korzystających z hoteli wzrosła o 143% w 2010 roku w stosunku do roku 1993, w tym turystów polskich aż o 218%. Udział turystów krajowych w ogólnej liczbie korzystających z hoteli wzrastał nierównomiernie od 54% w 1993 do 65% w 2010 roku.

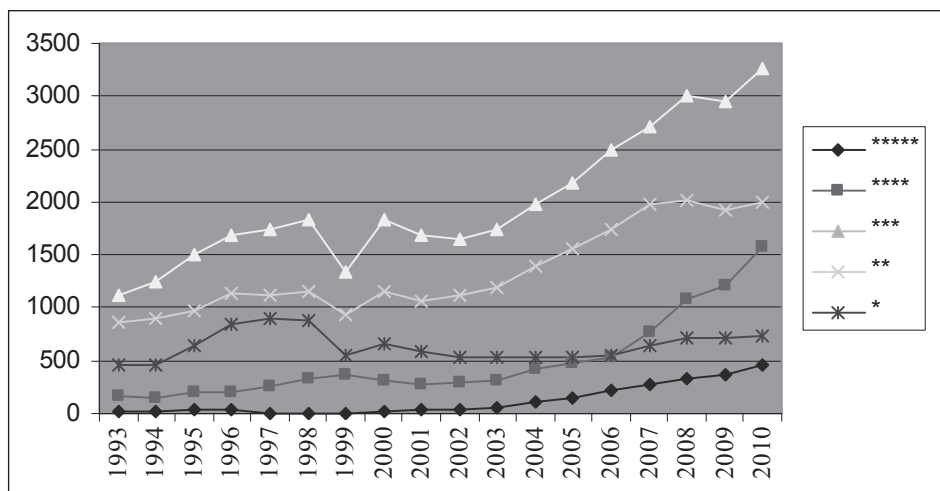


Rys. 3.13. Turyści korzystający z hoteli w Polsce w latach 1993–2010 (w tys.).

Źródło: opracowanie własne na podstawie Turystyka w 1993–2010

Analizując liczbę korzystających z hoteli pod względem kategorii, należy stwierdzić, iż w ostatniej dekadzie XX wieku wzrastała liczba Polaków nocujących we wszystkich rodzajach hoteli, z wyjątkiem pięcigwiazdkowych (rys. 3.14). Załamanie, które wystąpiło w 1999 roku, nie dotyczyło jedynie hoteli czterogwiazdkowych.

Po krótkim okresie stagnacji, w 2003 roku zaczęły rysować się tendencje wzrostowe (z wyjątkiem hoteli jednogwiazdkowych). Polacy zdecydowanie preferowali usługi noclegowe świadczone przez hotele trzygwiazdkowe, których podaż również rosła. W 2008 roku zaobserwowano największą dynamikę wzrostu liczby polskich turystów korzystających z hoteli trzygwiazdkowych (160% stanu z roku poprzednie-



Rys. 3.14. Turyści polscy korzystający z hoteli według kategorii w latach 1993–2010 (w tys.).

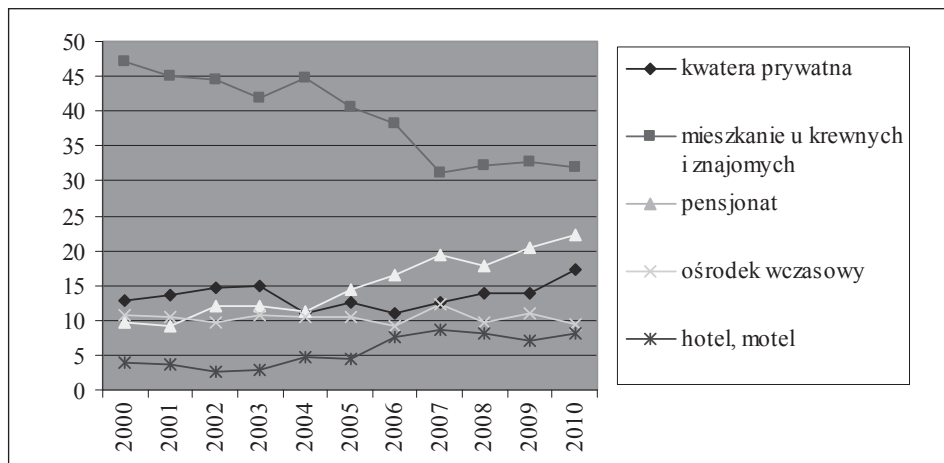
Źródło: opracowanie własne na podstawie Turystyka w 1993–2010

go i aż 390% stanu z 1993 r.). Tendencja wzrostowa dotyczyła również korzystania z hoteli dwugwiazdkowych. W 2008 roku skorzystało z ich usług 132% turystów polskich – więcej niż w 1993 roku. Od 2004 roku większa liczba Polaków decydowała się na wybór hoteli najwyższych kategorii. Z hoteli czterogwiazdkowych skorzystało 38% turystów więcej niż w 2003 roku, a z hoteli pięciogwiazdkowych 75%. W 2008 roku liczba turystów nocujących w hotelach czterogwiazdkowych po raz pierwszy przekroczyła 1 mln, a więc ponad sześć razy więcej niż w 1994 roku. W latach 2008–2010 nastąpiła wysoka dynamika wzrostu wykorzystania hoteli czterogwiazdkowych.

Stopień wykorzystania miejsc noclegowych ogółem w latach 90. XX wieku przekraczał 40% i był wyższy niż w pierwszej dekadzie XXI wieku, gdy kształtował się w granicach 35%, osiągając największy poziom (37,8%) w 2007 roku. W 2010 roku stopień wykorzystania miejsc ogółem wynosił 34,2%, a miejsc w hotelach 33,8% (Turystyka 2011).

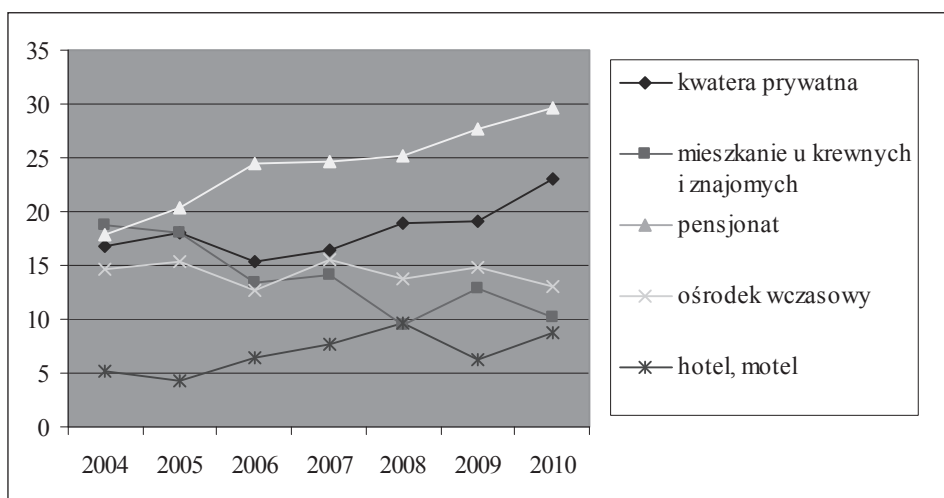
Według badań przeprowadzonych w latach 2000–2010 przez Instytut Turystyki mieszkańcy Polski, uczestniczący w krajowych wyjazdach długoterminowych, najczęściej, choć z wyraźną tendencją malejącą, utrzymującą się do roku 2007, korzystali z noclegów u krewnych i znajomych. Jeśli chodzi o typową bazę turystyczną, w latach 2000–2004 najczęściej korzystali oni z kwater prywatnych, natomiast od 2005 roku preferowali pensjonaty (wzrost korzystających z 11% w 2004 do 22% w 2010 r.). Ponadto Polacy chętnie korzystali z usług ośrodków wypoczynkowych (na ustabilizowanym poziomie ok. 10%) oraz hoteli i moteli (tendencja wzrostowa) (rys. 3.15).

Wyniki badań realizowanych przez Instytut Turystyki od 2004 roku, a dotyczące zakwaterowania Polaków podczas krajowych wyjazdów na 5 i więcej dni w celach



Rys. 3.15. Uczestnictwo Polaków w krajowych wyjazdach długookresowych w latach 2000–2010 według rodzajów zakwaterowania (w %).

Źródło: opracowanie własne na podstawie Łaciak 2000–2010



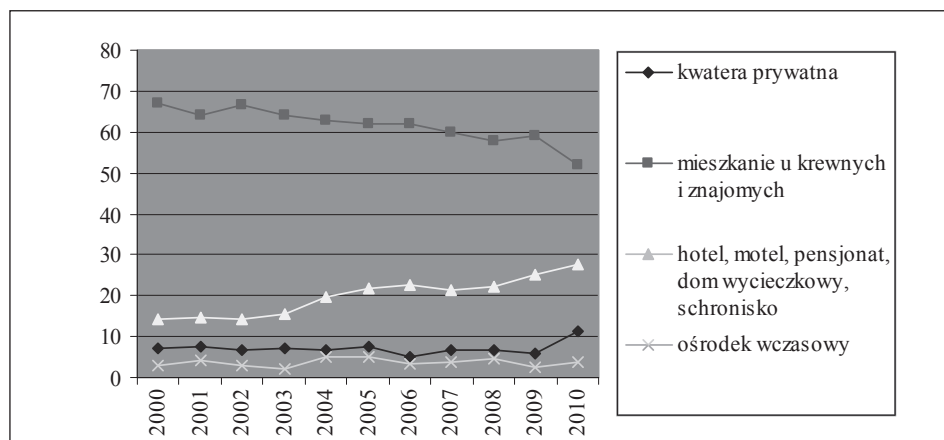
Rys. 3.16. Uczestnictwo Polaków w krajowych wyjazdach długookresowych w celach typowo turystycznych w latach 2004–2010 według rodzajów zakwaterowania (w %).

Źródło: opracowanie własne na podstawie Łaciak 2004–2010

typowo turystycznych, wskazują, iż najpopularniejszymi rodzajami bazy noclegowej były pensjonaty (wzrost korzystających z 18% w 2004 do 30% w 2010 r.) oraz kwatery prywatne (nieregularny wzrost z 17% w 2004 do 23% w 2009 r.). Zdecydowanie mniejszy był odsetek korzystających z gościny u krewnych lub znajomych (rys. 3.16).

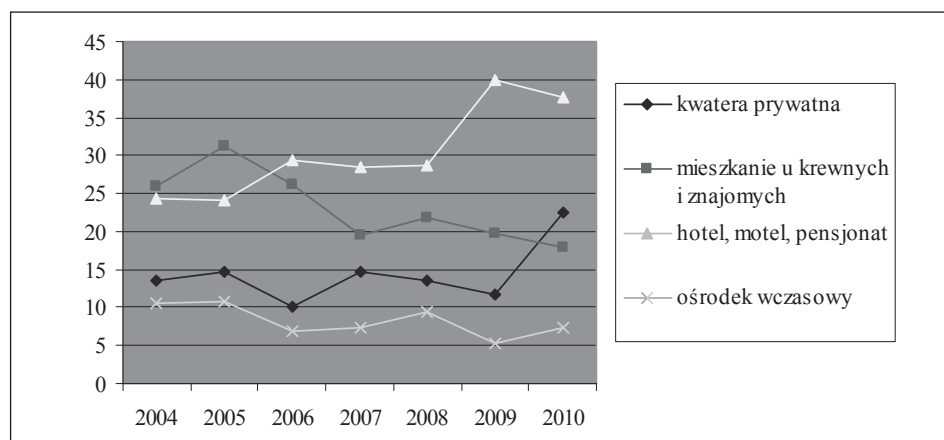
Wyjeżdżający na krótko w kraju w znacznie większym stopniu niż przy podróżach długookresowych korzystali z noclegu u rodziny lub znajomych. W 2000 roku dotyczyło to 67% uczestników takich podróży, a w 2009 roku – 59%. Najpopularniejsze rodzaje bazy noclegowej to: pensjonaty, hotele, motele, domy wycieczkowe i schroniska (rys. 3.17).

Podczas podróży na 2–4 dni w celach typowo turystycznych (rys. 3.18) odsetek korzystających z gościny u krewnych lub znajomych był znacznie mniejszy niż w odniesieniu do wszystkich analizowanych wyjazdów, ale większy niż przy podobnych wyjazdach na 5 i więcej dni. Z typowej bazy turystycznej największą popularnością



Rys. 3.17. Uczestnictwo Polaków w krajowych wyjazdach krótkookresowych w latach 2004–2010 według rodzajów zakwaterowania (w %).

Źródło: opracowanie własne na podstawie Łaciak 2000–2010



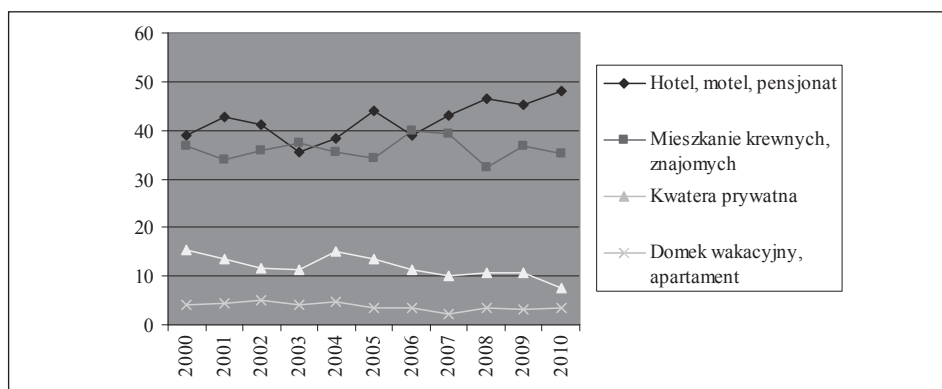
Rys. 3.18. Uczestnictwo Polaków w krajowych wyjazdach krótkookresowych w celach typowo turystycznych w latach 2004–2010 według rodzajów zakwaterowania (w %).

Źródło: opracowanie własne na podstawie Łaciak 2004–2010

cieszyły się: pensjonaty, hotele i motele (wzrost z 24% w 2004 do 40% w 2009 r.). Znaczny wzrost zainteresowania kwaterami prywatnymi odnotowano w 2010 roku (22%), kiedy to traciły na popularności ośrodki weczasowe.

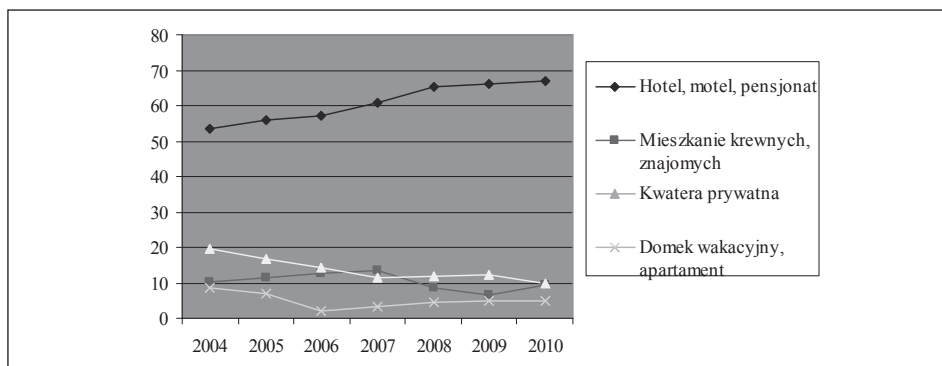
Podczas zagranicznych podróży w latach 2000–2010 (rys. 3.19) Polacy najczęściej korzystali z hoteli, moteli lub pensjonatów oraz z gościny u krewnych lub znajomych. Malejącą popularnością cieszyły się kwatery prywatne (spadek z 15% w 2000 do 7,5% w 2010 r.).

W przypadku zagranicznych podróży w celach typowo turystycznych częściej niż podczas zagranicznych podróży ogółem korzystano z hoteli, moteli i pensjonatów (wzrost z 53% w 2004 do 67% w 2010 r.). Zdecydowanie mniej popularne były noclegi u krewnych i znajomych. Odsetek Polaków korzystających z poszczególnych obiektów noclegowych podczas wyjazdów zagranicznych w celach typowo turystycznych przedstawiono na rysunku 3.20.



Rys. 3.19. Uczestnictwo Polaków w wyjazdach zagranicznych według rodzajów zakwaterowania (w %).

Źródło: opracowanie własne na podstawie Łaciak 2000–2010



Rys. 3.20. Uczestnictwo Polaków w wyjazdach zagranicznych w celach typowo turystycznych według rodzajów zakwaterowania (w %).

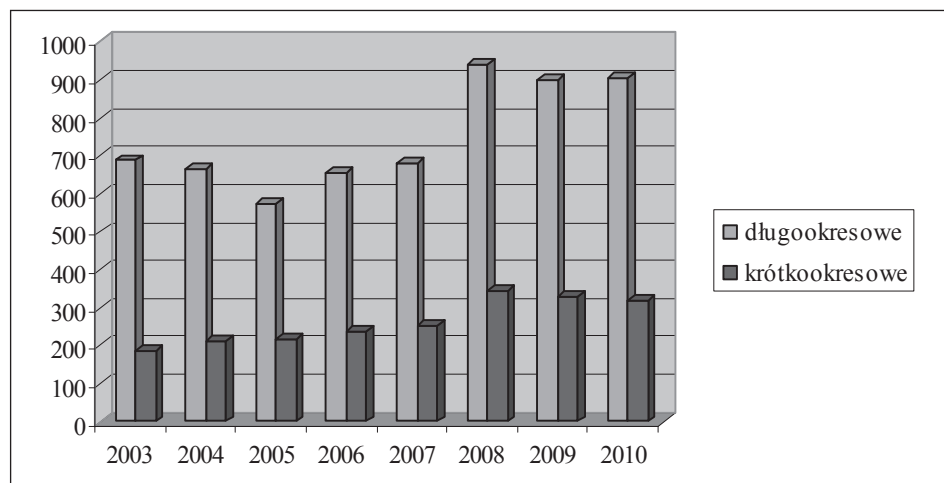
Źródło: opracowanie własne na podstawie Łaciak 2004–2010

Z kolejnego podrozdziału dowiemy się, czy nastąpiły istotne zmiany w zakresie poziomu i struktury wydatków społeczeństwa polskiego na usługi turystyczne.

3.3. Długookresowe zmiany w wydatkach na podróże i usługi turystyczne

W opracowaniu wykorzystano dane z raportów Instytutu Turystyki: „Uczestnictwo Polaków w wyjazdach turystycznych” oraz „Rachunek Satelitarny Turystyki dla Polski”.

Badania Instytutu Turystyki⁶⁴ w latach 2003–2010 w zakresie wydatków na wyjazdy krajowe wykazały, że przeciętne łączne wydatki na krajowe podróże długookresowe były z oczywistych powodów, związanych głównie z czasem trwania wyjazdu, wyższe niż na podróże krótkookresowe (rys. 3.21). Wydatki na dzień pobytu były jednak wyższe podczas podróży krótkookresowych (rys. 3.22). Zjawisko to występowało w całym analizowanym okresie.

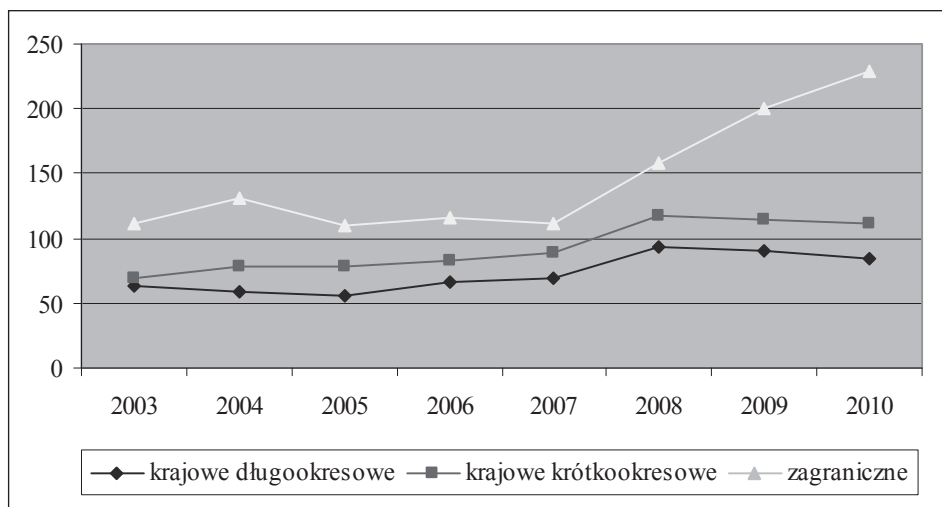


Rys. 3.21. Przeciętne wydatki Polaków na podróże krajowe (w PLN).

Źródło: opracowanie własne na podstawie Łaciak 2004–2011

W 2003 roku przeciętne wydatki Polaków w wieku 15 i więcej lat na krajowy wyjazd obejmujący 5 i więcej dni wynosiły 689 PLN, natomiast na wyjazd 2–4-dniowy

⁶⁴ Badania IT obejmują lata 2003–2010 w zakresie wydatków na wyjazdy krajowe oraz lata 1999–2010 w zakresie wydatków na wyjazdy zagraniczne.



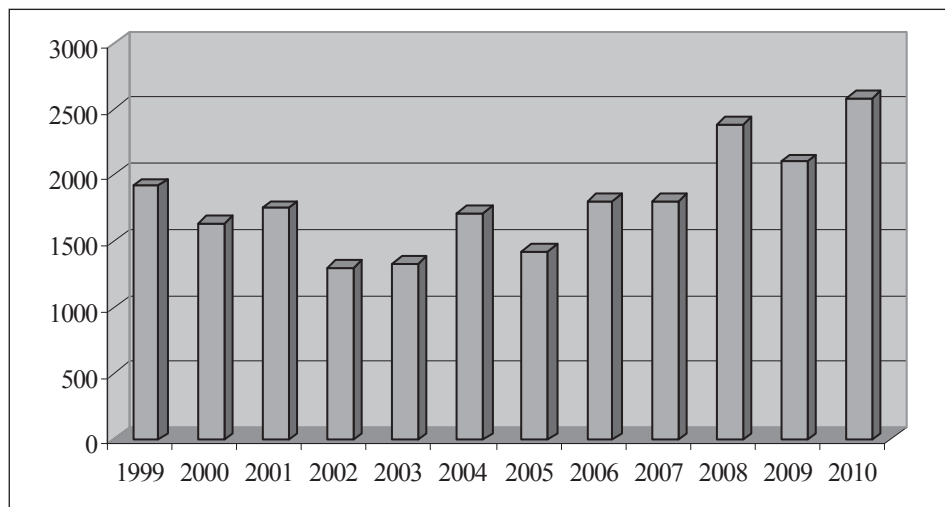
Rys. 3.22. Przeciętne wydatki na dzień pobytu (w PLN).

Źródło: opracowanie własne na podstawie Łaciak 2004–2011

186 PLN. Średnie wydatki na dzień pobytu podczas wyjazdów długookresowych kształtowały się na poziomie 64 PLN, a podczas krótkookresowych 69 PLN. W latach 2004–2005 zmniejszyły się wydatki na podróże długookresowe, zwłaszcza w 2005 roku (o 17% w stosunku do 2003 r.). Analogicznie mniej wydawano na dzień pobytu. W tym samym okresie wzrosły wydatki na krótkie wyjazdy na terenie kraju (wzrost o 17% wobec 2003 r.), mimo że znacznie spadła liczba ich uczestników (–12%). W kolejnych trzech latach nastąpił wzrost wydatków związanych z podróżami krajowymi. Największą dynamikę wzrostu odnotowano natomiast w 2008 roku. W kolejnych latach spadły przeciętne wydatki Polaków na podróże krajowe oraz przeciętne wydatki na dzień pobytu. W tym przypadku możemy mówić o ograniczonym wpływie kryzysu na spadek konsumpcji turystycznej w zakresie turystyki krajowej Polaków.

Średnie wydatki polskich turystów, ponoszone w związku z wyjazdami za granicę w latach 1999–2010, charakteryzowały się dużą zmiennością (rys. 3.23).

W 1999 roku wydatki te wynosiły 1922 PLN. W latach 2000–2005 wydawano znacznie mniej na wyjazdy zagraniczne. Największa dynamika wzrostu dotyczyła wydatków w 2008 roku. Wzrosła wówczas także liczba uczestników zagranicznych wyjazdów turystycznych. Średni wydatek na podróż wynosił 2387 PLN, a na dzień pobytu 158 PLN. W 2009 roku w wyniku kryzysu wraz ze spadkiem średniej długości pobytu zmniejszyły się o 12% wydatki na wyjazdy zagraniczne. Zauważmy, że jednak mimo wysokiej dynamiki spadku poziom wydatków pozostał istotnie wyższy niż w poprzednich latach. Jednocześnie nastąpiła dynamika wzrostu przeciętnych wydatków na dzień pobytu zagranicą (o 27%). Spowodowane to było zmianą relacji kursów PLN do USD i EUR. Efektywny poziom wydatków w dewizach był istotnie



Rys. 3.23. Przeciętne wydatki Polaków na podróże zagraniczne (w PLN).

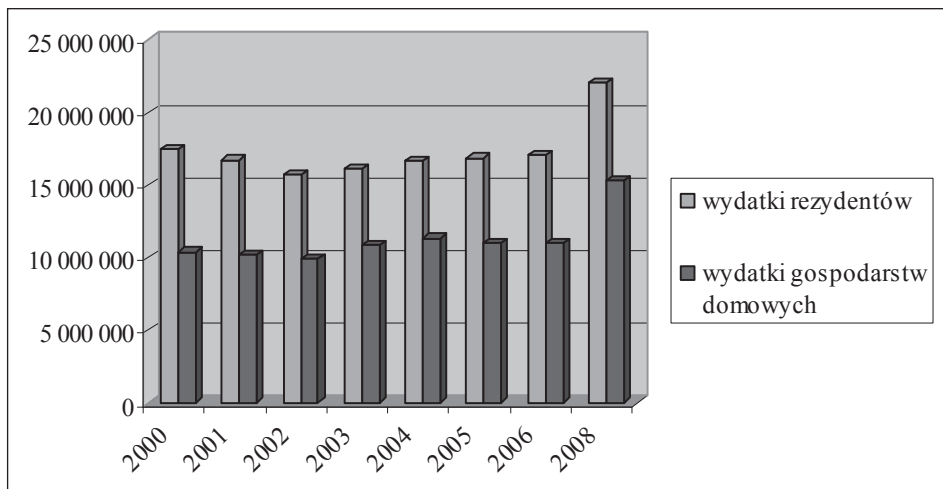
Źródło: opracowanie własne na podstawie badań Instytutu Turystyki Łaciak 2001–2011

niższy niż rok wcześniej. W 2010 roku odnotowano najwyższy w badanym okresie poziom wydatków zarówno na wyjazd (2581 zł), jak i na dzień pobytu (229 zł).

W celu dokonania pełniejszej analizy wydatków wykorzystano także badania Instytutu Turystyki, przeprowadzone w ramach Rachunku Satelitarnego Turystyki dla Polski dla lat 2000–2006 i 2008. W RST stosuje się pojęcie „spożycie turystyczne”, na które składają się wydatki rezydentów i nierezydentów łącznie na dobra i usługi turystyczne zakupione na terenie Polski⁶⁵. Wydatki poniesione na turystykę przez rezydentów Polski oraz wyodrębnione z nich wydatki gospodarstw domowych przedstawiono na rysunku 3.24.

Na podstawie Rachunku Satelitarnego Turystyki sporządzonego dla 2000 roku wartość spożycia dóbr i usług turystycznych na terytorium Polski wynosiła 36 734 613 tys. PLN, co stanowiło 2,9% całkowitego krajowego wykorzystania wyrobów i usług (Rachunek Satelitarny Turystyki dla Polski 2000, 30). Konsumpcję turystyczną rezydentów oszacowano na 17 494 204 tys. PLN, z czego wydatki gospodarstw domowych stanowiły 60% (10 414 819 tys. PLN). Pozostałe 40% obejmowało wydatki na podróże służbowe oraz spożycie sektora samorządowego i rządowego oraz instytucji niekomercyjnych (a więc usługi świadczone bezpłatnie w naturze). W kolejnym roku spożycie turystyczne zmniejszyło się o 10,5% i nastąpił spadek

⁶⁵ Za spożycie turystyczne należy uznać wydatki turystyczne, czyli wydatki dokonane przez lub na rzecz odwiedzającego przed podróżą, w jej trakcie i po podróży, które to wydatki pozostają w związku z tą podróżą. Wydatki turystyczne nie obejmują zakupów dokonanych w trakcie podróży, ale przeznaczonych do odsprzedaży, wydatków o charakterze inwestycyjnym i donacji wspierających turystykę (Metodologia regionalnego rachunku satelitarnego 2004, 16).



Rys. 3.24. Wydatki na turystykę rezydentów ogółem i gospodarstw domowych w latach 2000–2008 (w tys.).

Źródło: opracowanie własne na podstawie rachunków satelitarnych turystyki dla Polski dla lat 2000–2006 i 2008

jego udziału w całkowitym wykorzystaniu wyrobów i usług do 2,1% (Rachunek Satelitarny Turystyki dla Polski 2001, 28). W 2002 roku nastąpił ponowny spadek wydatków turystycznych – o 8,5% w stosunku do roku poprzedniego – i wynosiły one 30 95 247 tys. PLN (Rachunek Satelitarny Turystyki dla Polski 2002, 24). Wydatki rezydentów (gospodarstw domowych i w ramach podróży służbowych) kształtowały się na poziomie 15 738 771 tys. PLN, w tym spożycie gospodarstw domowych wynosiło 9 970 107 tys. PLN. Należy podkreślić, iż w 2002 roku po raz pierwszy oszacowano wydatki rezydentów na podróże jednodniowe, zrezygnowano natomiast z uwzględniania wydatków na dobra trwałego użytku. Nie stwierdzono ponadto, zgodnie z obliczeniami GUS, wydatków sektora rządowego, samorządowego i instytucji niekomercyjnych na produkty będące przedmiotem spożycia turystycznego. Po uwzględnieniu tych zmian w obliczeniach okazało się, że w 2002 roku wielkość konsumpcji dóbr i usług w Polsce spadła ogółem o 8,3% w stosunku do roku poprzedniego, co było zgodne z ogólnymi trendami występującymi w całej gospodarce. W 2003 roku nastąpił wzrost spożycia turystycznego rezydentów przy ogólnym spadku konsumpcji (Rachunek Satelitarny Turystyki dla Polski 2003–2004, 13). Korzystne zmiany zaszły w 2004 roku, kiedy to zaobserwowano wzrost ogólnego poziomu spożycia o 13,5% (33 485 799 tys. PLN), z czego 49,8% (16 663 929 tys. PLN) przypadło na wydatki rezydentów (gospodarstw domowych i w ramach podróży służbowych) (Rachunek Satelitarny Turystyki dla Polski 2003–2004, 16). Wydatki gospodarstw domowych wzrosły o 4,4%. W kolejnych latach ponownie nastąpił wzrost ogólnego spożycia turystycznego. Największy wzrost wydatków nastąpił w 2008 roku – o 22%, osiągając najwyższą wielkość w badanym okresie

(46 412 484 tys. PLN), z czego 47,5% przypadło na wydatki rezydentów (gospodarstw domowych i w ramach podróży służbowych) (Rachunek Satelitarny Turystyki dla Polski 2008, 12). W wyniku akcesji Polski do strefy Schengen cała metodologia szacowania spożycia turystycznego obcokrajowców oraz spożycia zagranicznego rezydentów opiera się z konieczności na badaniach reprezentacyjnych – z wyłączeniem turystyki na zewnętrznej granicy Unii Europejskiej. W latach 2009–2010 odnotowano bardzo duży spadek wydatków, co spowodowane było wyłączeniem z całkowitych wydatków na cele turystyczne podróży służbowych. Wydatki zatem oszacowano w 2009 roku na 23 261 mln złotych (w tym krajowe spożycie rezydentów 9 693 mln zł), natomiast w 2010 roku – na 22 046 mln złotych (w tym krajowe spożycie rezydentów odpowiednio 8 702 mln zł).

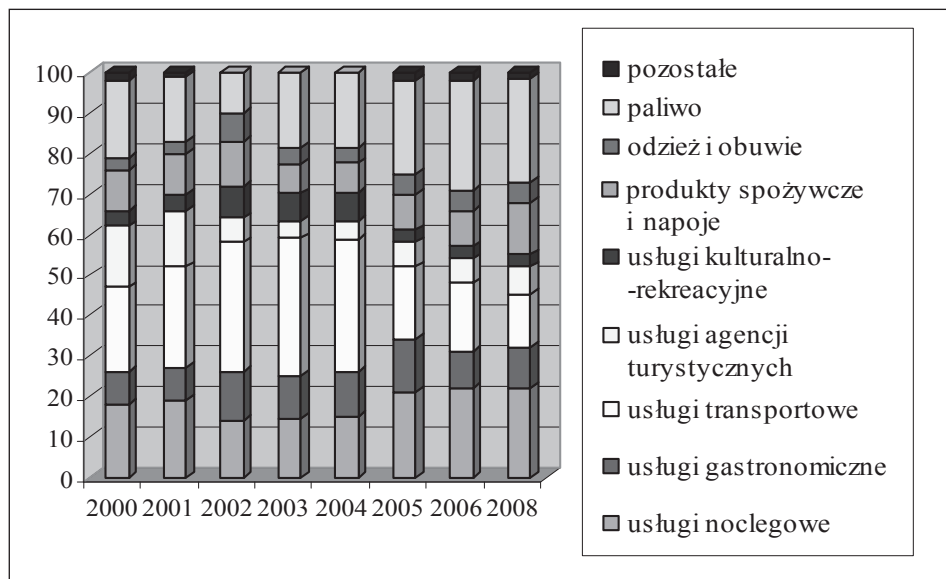
Reasumując, wydatki na turystykę gospodarstw domowych, stanowiące największą część wydatków rezydentów, miały w latach 2000–2002 podobnie jak wydatki rezydentów, ich dynamika była jednak znacznie mniejsza. W drugiej połowie dekady nastąpił wzrost spożycia, ale do największej dynamiki wzrostu doszło jednak w 2008 roku.

Badania w zakresie Rachunku Satelitarnego Turystyki dla Polski dostarczają również informacji na temat struktury konsumpcji turystycznej w Polsce. W metodologii tych badań wyróżniono trzy rodzaje produktów, które składają się na spożycie turystyczne:

1. charakterystyczne produkty turystyczne (CPT), które spełniają co najmniej jedno z następujących kryteriów:
 - dany produkt reprezentuje istotną część wydatków turystycznych,
 - znacząca część produkcji danego wyrobu lub usługi nabywana jest przez odwiedzających,
 - brak danego produktu w istotny sposób oddziaływałby na popyt turystyczny nawet wówczas, gdy nie reprezentuje on znaczącej części tego popytu.Do produktów charakterystycznych zaliczono usługi noclegowe, gastronomiczne, transportu pasażerskiego, biur podróży i kulturalno-rekreacyjne;
2. produkty związane z turystyką, które w znaczącej części nabywane są przez uczestników ruchu turystycznego;
3. produkty pozostałe, czyli produkty sporadycznie nabywane przez odwiedzających (Rachunek Satelitarny Turystyki dla Polski 2000, 17).

Wyniki badań struktury spożycia turystycznego rezydentów według rodzajów produktów w latach 2000–2006 i 2008 wskazują na charakterystyczne produkty turystyczne jako najważniejsze pozycje (rys. 3.25). Wśród nich znaczący udział miały wydatki na usługi transportowe. W 2000 roku stanowiły one 21% wydatków, z czego 10% przypadało na dalekobieżny transport kolejowy, 6% na transport lotniczy i 5% na pozostały transport lądowy, czyli głównie autobusy i autokary.

W Rachunku Satelitarnym Turystyki na lata 2009–2010 ujęto łącznie strukturę spożycia turystycznego rezydentów i nierezydentów, ale nie wyodrębniono z niej struktury konsumpcji turystycznej rezydentów.



Rys. 3.25. Struktura konsumpcji turystycznej rezydentów w Polsce (w %).

Źródło: opracowanie własne na podstawie rachunków satelitarnych turystyki dla Polski dla lat 2000–2006 i 2008

W kolejnych trzech latach wzrastał udział wydatków na usługi transportowe, aż do 33,7% w 2003 roku. Największe znaczenie miały przewozy kolejowe (13,5% całości spożycia rezydentów), pasażerski transport lądowy (11,3%) oraz przewozy lotnicze (8,9%). Od 2004 roku zanotowano spadek udziału usług transportowych w konsumpcji turystycznej. W 2008 roku wydatki transportowe stanowiły już tylko 13%. Wyrażna zmiana w strukturze wydatków nastąpiła w 2005 roku. Największą pozycję stanowiły wówczas wydatki na paliwa (23%) oraz usługi noclegowe (21%).

W przypadku charakterystycznych produktów turystycznych kolejną pozycję po wydatkach na usługi transportowe stanowiły wydatki na usługi noclegowe. W 2000 roku ich udział w spożyciu wynosił 18%, a w następnym 19%. W 2002 roku odnotowano spadek udziału wydatków na usługi noclegowe do 14% i na podobnym poziomie utrzymywał się on przez kolejne dwa lata. W latach 2005–2008 udział ten stopniowo wzrastał do poziomu około 22,3%.

Wśród wydatków na produkty związane z turystyką największą pozycję stanowiły wydatki na paliwo. W 2000 roku stanowiły one aż 19%, w 2001 roku nastąpił spadek do 16%, a w roku kolejnym do 10% wydatków turystycznych. W latach 2003–2004 odnotowano wyraźny wzrost zakupu paliw, co odzwierciedla się w 18,5% udziale w spożyciu. W 2008 roku wydatki na paliwo stanowiły aż 26% wartości konsumpcji.

Analiza struktury spożycia usług turystycznych ujawnia dość istotne zmiany w modelu konsumpcji turystycznej. W latach 2000–2004 wzrastał udział wydatków na usługi transportowe, które stanowiły największą pozycję w strukturze wydatków.

W latach 2005–2006 i 2008 nastąpił zdecydowany spadek ich udziału na korzyść paliw oraz usług noclegowych. Wśród charakterystycznych produktów turystycznych na kolejnym miejscu w latach 2000–2001 plasowały się wydatki na usługi agencji turystycznych, natomiast od 2002 roku wydatki na usługi gastronomiczne. W latach 2003–2004 zdecydowanie największy spadek udziału w spożyciu dotyczył usług agencji turystycznych. Spośród produktów związanych z turystyką największe wydatki dotyczyły zakupów paliwa. Udział pozostałych składników spożycia nie uległ tak widocznym zmianom.

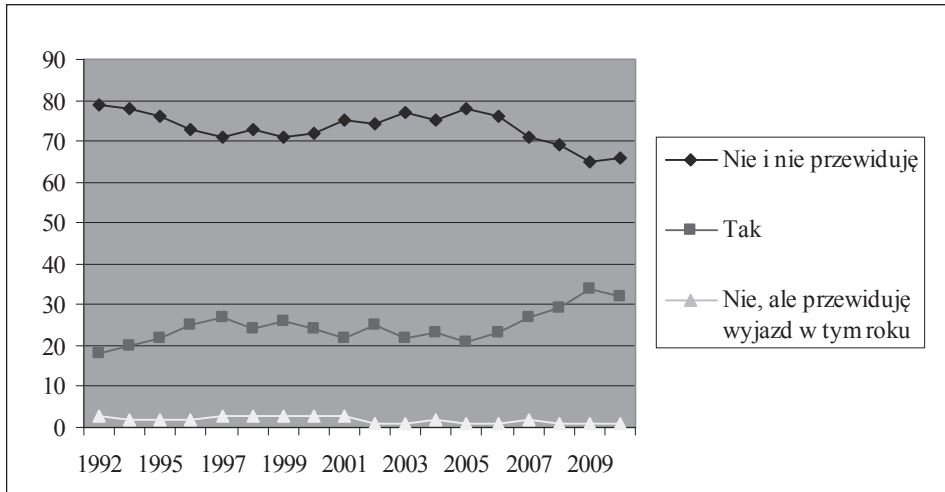
3.4. Subiektywna ocena zaspokojenia potrzeby wypoczynku w świetle zmian w stanie zamożności społeczeństwa

W celu dopełnienia obrazu konsumpcji usług turystycznych społeczeństwa polskiego postanowiono wzbogacić część analityczną niniejszej pracy o wyniki badań sondażowych, przeprowadzanych cyklicznie od 1992 roku przez Centrum Badania Opinii Społecznej w zakresie wyjazdów wypoczynkowych Polaków⁶⁶, a także o dane statystyczne pochodzące z Diagnozy Społecznej, realizowanej od 2000 roku pod redakcją J. Czapińskiego i T. Panka. Diagnoza Społeczna jest próbą uzupełnienia diagnozy opartej na wskaźnikach instytucjonalnych o kompleksowe dane na temat gospodarstw domowych oraz postaw, stanu ducha i zachowań osób tworzących te gospodarstwa⁶⁷. Dzięki temu, że stanowi ona ocenę warunków i jakości życia, pozwala śledzić zmiany zachodzące w polskim społeczeństwie.

Wyniki wieloletnich badań CBOS wskazują, że na co najmniej tygodniowy wypoczynek poza miejscem zamieszkania wyjeżdża stosunkowo niewielka grupa Polaków. Proporcje odsetka wyjeżdżających i niepodjęających wyjazdów pozostające na zbliżonym poziomie zaprezentowano na rysunku 3.26. W latach 1992–1994 w wyjazdach wypoczynkowych uczestniczyła zaledwie co piąta osoba dorosła. W drugiej połowie lat 90. XX wieku wzrósł nieco odsetek wyjeżdżających (powyżej 23%), po

⁶⁶ Badaniem objęte są osoby dorosłe. W latach 1992–2002 przedmiotem badań były tylko wyjazdy dłuższe, co najmniej siedmiodniowe, związane zazwyczaj z dorocznym urlopem lub wakacjami. Od 2003 r. badaniem objęto także drugi typ wyjazdów – wyjazdy kilkudniowe, trwające mniej niż siedem dni, związane najczęściej z weekendami (Wyjazdy wypoczynkowe 2011, 1).

⁶⁷ Projekt – realizowany przez Radę Monitoringu Społecznego – uwzględnia w jednym badaniu wszystkie ważne aspekty życia poszczególnych gospodarstw domowych – zarówno ekonomiczne (np. dochód, zasobność materialna, oszczędności, kredyty), jak i pozaekonomiczne (np. edukacja, leczenie, sposoby radzenia sobie z kłopotami, stres, dobrostan psychiczny, styl życia, zachowania patologiczne, uczestnictwo w kulturze i wypoczynku, korzystanie z nowoczesnych technologii komunikacyjnych). W celu wytracenia efektu sezonowości badania, przeprowadzane za pomocą dwóch odrębnych kwestionariuszy, odbywały się w marcu. W 2009 i 2011 r. ze względu na wielkość próby pomiar przedłużył się do połowy kwietnia (www.diagnoza.com, dostęp: 20.05.2012).



Rys. 3.26. Uczestnictwo Polaków w wyjazdach wypoczynkowych trwających co najmniej tydzień w latach 1992–2010 (w %). W latach 1992–2002 pełny tekst pytania brzmiał: „Czy w tym roku wyjeżdżał(a) Pan(i) na co najmniej tygodniowy wypoczynek?”, w latach 2003–2009: „Czy w tym roku wyjeżdżał(a) Pan(i) lub zamierza jeszcze wyjechać na co najmniej tygodniowy wypoczynek?”.

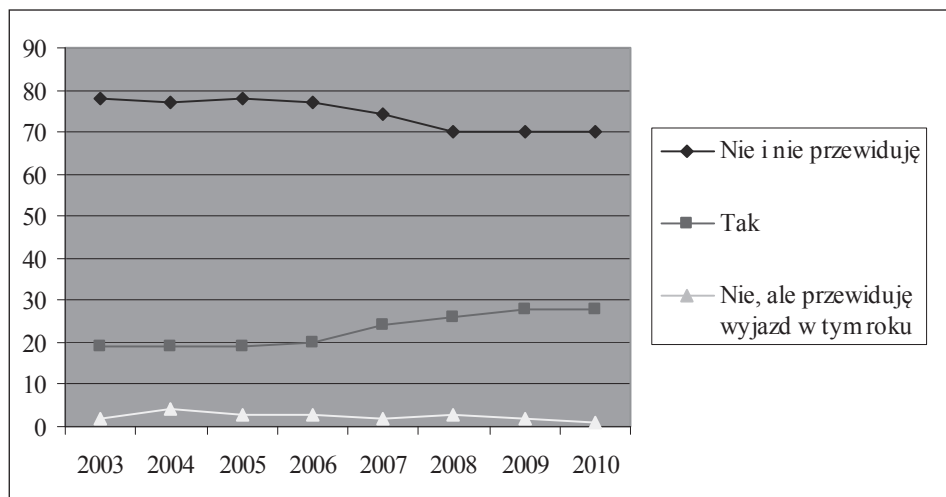
Źródło: opracowanie własne na podstawie Wyjazdy wypoczynkowe 2011, 2

czym nastąpiły wahania, aż do wzrostu, który rozpoczął się w 2007 roku. W 2009 roku mimo globalnego kryzysu finansowego na urlop wyjechał największy odsetek dorosłych Polaków na przestrzeni 20 lat. Dla zdecydowanej większości regeneracja sił psychicznych i fizycznych, którą umożliwia zmiana środowiska społecznego i ekologicznego podczas co najmniej tygodniowego pobytu poza miejscem zamieszkania, pozostawała jednak niedostępna.

Zdecydowana większość Polaków nie wyjeżdżała również na wypoczynek krótszy niż tygodniowy (rys. 3.27). Z badań przeprowadzonych w latach 2003–2006 wynika, że tylko co piąta osoba dorosła podejmowała krótkie wyjazdy. Stopniowy wzrost uczestnictwa w takich wyjazdach rozpoczął się w 2007 roku, podobnie jak w sytuacji wyjazdów wypoczynkowych trwających co najmniej 7 dni.

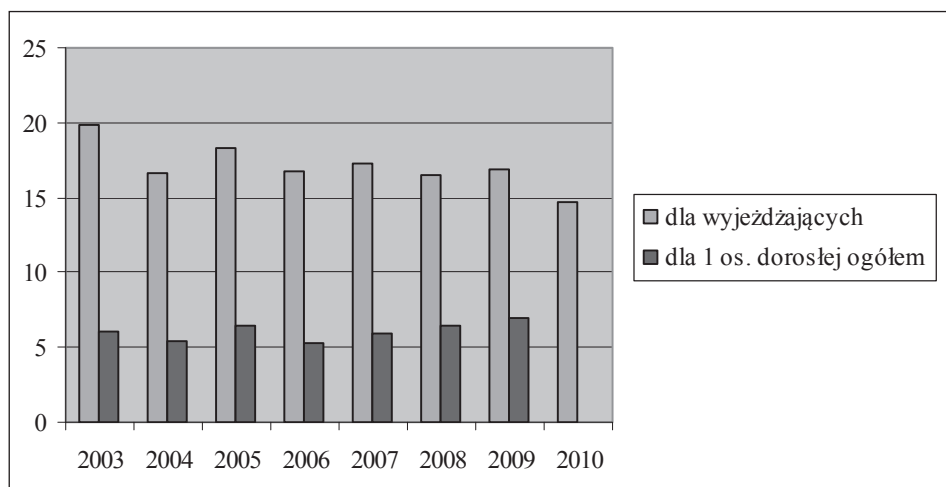
Badania przeprowadzone przez CBOS wykazały również, że w latach 2003–2010 spadła liczba dni przeznaczonych na wypoczynek poza domem (rys. 3.28).

W 2003 roku osoby wyjeżdżające przeznaczyły na wypoczynek prawie 20 dni, natomiast w 2010 roku niepełne 15 dni. Obraz wypoczynku Polaków kształtuje się jednak znacznie mniej korzystnie, gdyż w skali całego społeczeństwa (uwzględniając również osoby, które w danym roku nigdzie nie wyjechały) czas spędzony na wypoczynku poza domem wynosił w przeliczeniu na jednego dorosłego około 6 dni. Średnia liczba wyjazdów (dłuższych i krótszych) pozostawała na podobnym poziomie i wynosiła: w 2003 – 3,5, w latach 2004–2005 po 3,2, w 2006 – 2,9, a w 2007 roku – 3,2. Zdecydowana większość osób, które wyjechały na dłuższy lub krótszy



Rys. 3.27. Uczestnictwo Polaków w wyjazdach wypoczynkowych trwających krócej niż tydzień w latach 2003–2010 (w %).

Źródło: opracowanie własne na podstawie Wyjazdy wypoczynkowe 2011, 5

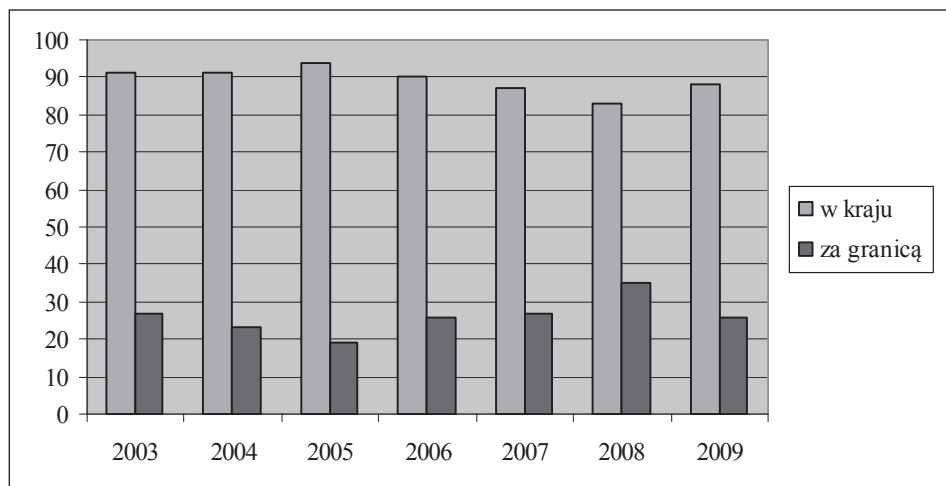


Rys. 3.28. Średnia liczba dni wypoczynku poza miejscem zamieszkania w latach 2003–2010.

Źródło: opracowanie własne na podstawie Wyjazdy wypoczynkowe 2011. Brak danych z 2010 roku dotyczących średniej liczby dni wypoczynku przypadających na 1 osobę dorosłą

wypoczynek, spędziła ten czas w kraju (rys. 3.29). Krajowy wypoczynek najczęściej sprowadzał się do pobytu u rodziny lub znajomych.

Zaobserwowano dużą zależność pomiędzy uczestnictwem w wyjazdach wypoczynkowych i czasem przeznaczonym na wypoczynek poza domem a cechami



Rys. 3.29. Miejsce wypoczynku wyjeżdżających na urlop w latach 2003–2009 (w %). Procenty nie sumują się do 100, ponieważ część badanych wypoczywała zarówno w kraju, jak i za granicą.

Źródło: opracowanie własne na podstawie Wyjazdy na wypoczynek 2009, 10

położenia społeczno-ekonomicznego badanych. Na przestrzeni 20 lat, począwszy od 1992 roku, pogłębiało się rozwarstwienie społeczne. Pod koniec lat 80. oraz na początku lat 90. XX wieku w znacznym stopniu na decyzję o wyjeździe na urlop wpływały takie czynniki jak: poziom wykształcenia, przynależność do grupy społeczno-zawodowej oraz sytuacja materialna. Jednak odsetek osób korzystających z tej formy wypoczynku wśród poszczególnych grup nie różnił się tak bardzo. W drugiej połowie lat 90. XX wieku znacznie zwiększyły się różnice między poszczególnymi grupami zawodowymi – zmalał odsetek robotników niewykwalifikowanych i wykwalifikowanych wyjeżdżających na wypoczynek oraz zwiększył się dystans między osobami z wykształceniem wyższym i średnim oraz średnim i zasadniczym zawodowym. Im słabsza sytuacja finansowa, tym mniejszy odsetek osób korzystał z wypoczynku. Badania potwierdziły, że decyzję dotyczącą wyjazdu na wypoczynek poza domem na dłuższy czas podejmowały najczęściej osoby z wyższym wykształceniem, lepiej sytuowane, zajmujące wyższe stanowiska oraz mieszkające w większej miejscowości.

Analiza danych dotyczących przyczyn niepodejmowania wyjazdów wakacyjnych prowadzi do interesujących wniosków (tab. 3.2). Badania przeprowadzone w pierwszej fazie transformacji systemowej pokazały, jak znacząco zmieniła się sytuacja gospodarstw domowych. Pod koniec lat 80. główne przyczyny rezygnacji z wypoczynku stanowiły motywy pozaekonomiczne (71%), natomiast na początku lat 90. XX wieku nastąpiło wręcz odwrócenie proporcji i prawie dwie trzecie wymienianych powodów stanowiły względy ekonomiczne. W latach 2003–2006 główną barierą uniemożliwiającą realizację wyjazdów wakacyjnych był brak pieniędzy.

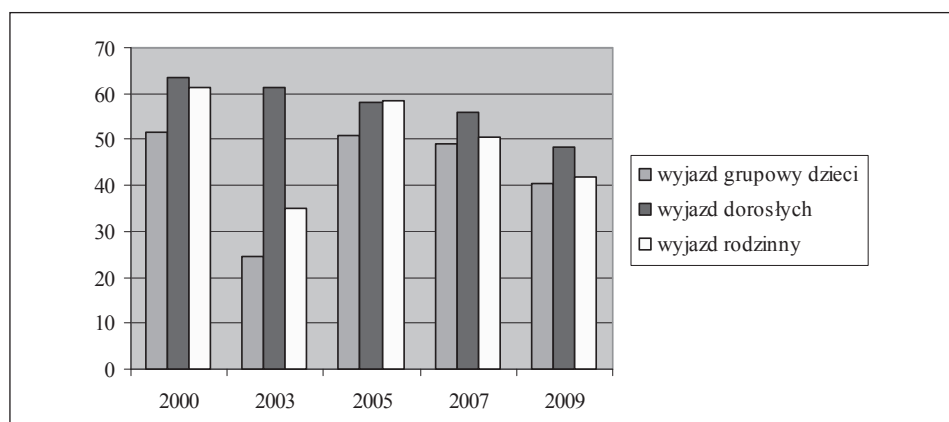
Tabela 3.2. Najczęstsze przyczyny niepodjęcia wyjazdów wakacyjnych (w %)

	1988	1992	1994	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Brak pieniędzy	29	68	65	83	82	77	80	74	75	66	66
Brak czasu	9	8	10	27	31	33	31	36	37	40	38
Nieodpowiedni wiek lub stan zdrowia	14	11	9	21	23	17	18	22	24	23	26
Obowiązki domowe	19	6	6	29	36	32	30	31	28	32	32

Źródło: opracowanie własne na podstawie Letni wypoczynek 1994; Wyjazdy wypoczynkowe 2011

Problemy finansowe straciły nieco na znaczeniu w latach 2009–2010. Wzrósł odsetek osób niedysponujących wolnym czasem na wakacje, co wynika z dużego obciążenia obowiązkami zawodowymi. Częściej wymieniano także nieodpowiedni wiek lub stan zdrowia. Najmniej osób uzasadniało pozostanie w domu brakiem urlopu lub koniecznością podjęcia dodatkowej pracy. Badani najlepiej sytuowani, zadowoleni ze swojej sytuacji materialnej, jeśli nie wyjeżdżali na wypoczynek, to robili to najczęściej z braku chęci.

W Diagnostyce Społecznej analizie poddano skalę ograniczeń uczestnictwa w wypoczynku poza miejscem zamieszkania z powodu trudności finansowych. Pierwszy pomiar odbył się w 2000 roku, a następny trzy lata później. Kolejne trzy pomiary odbyły się w odstępach dwuletnich. Wyniki badań określają odsetek gospodarstw domowych, które z powodu braku pieniędzy nie mogły sobie pozwolić na uczestnictwo w następujących formach wypoczynku: wyjazd grupowy dzieci (kolonie, obozy), wyjazd dorosłych (urlop) oraz wyjazd rodzinny (dorośli i dzieci). Uzyskane dane przedstawiono na rysunku 3.30.



Rys. 3.30. Skala braku uczestnictwa gospodarstw domowych w wybranych formach wypoczynku ze względów finansowych (w %).

Źródło: opracowanie własne na podstawie Czapiński, Panek 2000–2009

Wyniki badań wskazują, że w 2000 roku odsetek gospodarstw domowych, których nie stać było na wyjazdy wypoczynkowe wahał się od 51% w przypadku wyjazdów grupowych dzieci (kolonii, obozów itp.) do około 64% dla wyjazdów dorosłych. Wskazane formy wypoczynku najczęściej ograniczano w gospodarstwach domowych, utrzymujących się z niezarobkowych źródeł (78% gospodarstw zmuszonych było do rezygnacji z wyjazdów grupowych dzieci, 85% z wyjazdów dorosłych i aż 90% z wyjazdów rodzinnych), a najrzadziej w gospodarstwach pracujących na własny rachunek (odpowiednio 25, 38 i 35%). Zaobserwowano, że wraz ze wzrostem liczby osób w rodzinie wzrastał odsetek rezygnacji z wyjazdów. W przypadku małżeństw z jednym dzieckiem na wyjazdy grupowe dzieci nie mogło sobie pozwolić 39% gospodarstw, na wyjazdy dorosłych prawie 60%, a na wyjazdy rodzinne 50%, natomiast w gospodarstwach wielodzietnych odsetek ten był większy – odpowiednio: 62, 71 i 69%. Ze względu na miejsce zamieszkania problemy finansowe w zakresie wyjazdów dzieci dotyczyły najczęściej gospodarstw wiejskich (ponad 58%), a w zakresie wyjazdów dorosłych i rodzinnych gospodarstw zamieszkujących najmniejsze miasta (ok. 67%) (Czapiński, Panek 2000).

W 2003 roku znacznie spadł odsetek gospodarstw rezygnujących z wyjazdów, zwłaszcza grupowych dzieci (o 27 pkt proc.) oraz wyjazdów rodzinnych (o 26 pkt proc.). Spośród gospodarstw niepodających z przyczyn finansowych wyjazdów dorosłych i rodzinnych przeważały gospodarstwa utrzymujących się z niezarobkowych źródeł (odpowiednio 80 i 54% gospodarstw), natomiast wyjazdów grupowych dzieci odmawiały sobie głównie gospodarstwa rolników (44%). Największy odsetek gospodarstw niemogących sobie pozwolić na wypoczynek poza miejscem zamieszkania występował na wsi, chociaż różnice w tym zakresie między gospodarstwami domowymi wiejskimi i miejskimi nie były zbyt duże. W przypadku wyjazdów dla dorosłych w gospodarstwach zamieszkujących wieś rezygnacje te dotyczyły prawie 63% gospodarstw, a w zakresie wyjazdów dzieci około 28%. Gospodarstwa bezrobotnych nie podejmowały wyjazdów dzieci ponad dwukrotnie częściej niż gospodarstwa, w których osoby bezrobotne nie występowały (odpowiednio 41 i prawie 20%) (Czapiński, Panek 2003).

W 2005 roku znacznie wzrósł odsetek gospodarstw, których nie było stać na wypoczynek grupowy dzieci oraz na wyjazdy rodzinne, zmniejszył się natomiast odsetek nieuczestniczących w wyjazdach urlopowych. Największy wzrost rezygnacji z wyjazdów dzieci objął gospodarstwa pracowników oraz utrzymujących się z niezarobkowych źródeł, spadł natomiast odsetek gospodarstw pracujących na własny rachunek oraz rolników, w których członkowie zmuszeni byli ze względów finansowych zrezygnować z urlopu dorosłych.

W 2007 roku odnotowano spadek rezygnacji z wypoczynku poza miejscem zamieszkania. Około 49% gospodarstw ogółem nie podjęło wyjazdów grupowych dzieci, wyjazdów rodzinnych 50%, a wyjazdów dorosłych 56% gospodarstw. Wzrost braku aktywności we wszystkich formach wyjazdów zaznaczył się, w porównaniu do 2005 roku, w grupach gospodarstw domowych rolników, rencistów oraz pracowników

użytkujących gospodarstwo rolne. Najwyższy procent gospodarstw nieuczestniczących w wypoczynku ze względów finansowych występował na wsi (64% gospodarstw w przypadku wyjazdów dorosłych, a 61% w odniesieniu do wyjazdów rodzinnych) (Czapiński, Panek 2007).

W 2009 roku nastąpił kolejny znaczący spadek rezygnacji z wyjazdów. Najczęściej zdarzały się one w gospodarstwach domowych rencistów i utrzymujących się z niezarobkowych źródeł, a najrzadziej w gospodarstwach pracujących na własny rachunek. Duży spadek rezygnacji w stosunku do 2007 roku zaobserwowano wśród gospodarstw mieszkających na wsi (Czapiński, Panek 2009).

Reasumując, w badanych latach rozmiar braku uczestnictwa gospodarstw domowych ze względów finansowych w wypoczynku wykazał tendencję malejącą. Rezygnacje z wyjazdów zdecydowanie najczęściej zdarzały się w gospodarstwach domowych utrzymujących się z niezarobkowych źródeł, najrzadziej zaś w gospodarstwach pracujących na własny rachunek. Gospodarstwa domowe nie podejmowały w ostatniej kolejności wyjazdów grupowych dzieci, a w pierwszej wyjazdów osób dorosłych. Zaobserwowano także, że im niższa klasa miejscowości zamieszkania, tym wyższy był odsetek gospodarstw domowych nieaktywnych turystycznie. Największy procent gospodarstw niewyjeżdżających na wypoczynek występował na wsi. Z uwagi na stan rodziny wyjazdów najczęściej nie podejmowały gospodarstwa domowe małżeństw wielodzietnych i rodzin niepełnych. Częstotliwość konieczności rezygnacji z różnego typu wyjazdów była znacznie wyższa w grupie gospodarstw z bezrobotnymi niż w grupie gospodarstw domowych bez bezrobotnych.

Z uwagi na fakt, że trudności finansowe stanowiły istotną barierę uczestnictwa w turystyce postanowiono dokonać analizy subiektywnej oceny materialnego poziomu życia.

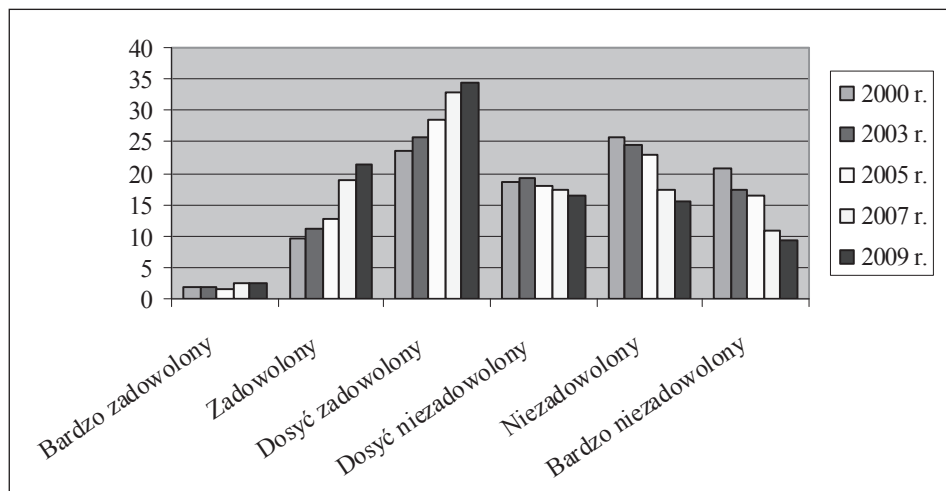
W latach 1992–2003 przeprowadzono badania dotyczące stopnia spełnienia aspiracji odnośnie do materialnego poziomu życia (tab. 3.3). Uzyskane wyniki wykazały, iż w pierwszej połowie lat 90. XX wieku poziom materialny najczęściej zdecydowanie zupełnie nie odpowiadał aspiracjom Polaków. W drugiej połowie lat 90. XX wieku średnio co czwarta osoba uważała, że materialny poziom życia odpowiada jej aspiracjom tylko w niewielkim stopniu. W 2003 roku wzrósł odsetek osób, które uznały, że ówczesny poziom materialny był w połowie zgodny z ich aspiracjami. Świadczy to o tym, że zdecydowana większość Polaków była niezadowolona z własnego, materialnego poziomu życia, natomiast odsetek potwierdzających zgodność poziomu życia z aspiracjami stanowił mniej niż 1%.

Analizując subiektywny stopień zadowolenia z poziomu dochodów własnej rodziny w latach 2000–2009 zaobserwowano, że we wszystkich latach przeważał odsetek wskazań na stan „dostyc zadowolony(a)” (rys. 3.31). Zaznaczyła się wyraźna tendencja wzrostowa w zakresie zadowolenia z sytuacji materialnej rodziny. Polacy dostrzegają zatem stopniową poprawę materialnych warunków życia, ale nie są tą poprawą usatysfakcjonowani.

Tabela 3.3. Subiektywna ocena zgodności materialnego poziomu życia z aspiracjami (w %)

Rok	Zupełnie nie odpowiada	W minimalnym stopniu odpowiada	W niewielkim stopniu odpowiada	W połowie jest tak dobry, jak bym chciał	W znacznym stopniu odpowiada	Prawie całkowicie odpowiada	Odpowiada w pełni lub jest lepszy
1992	22,8	19,1	27,3	20,7	8	1,8	0,4
1993	28,8	19,6	24,5	18,5	6,6	1,9	0
1994	26,5	18,8	23,7	20,9	8	1,6	0,4
1995	23,2	18,8	25,2	21,3	9,2	2,1	0,3
1996	20,3	18,8	26,7	22,4	9,3	2	0,5
1997	18,9	16,6	26,3	23,5	11,9	2,5	0,2
2000	19,8	19,6	25,6	22,8	9,5	2,4	0,5
2003	20,3	19,1	22,8	23,9	10,8	2,7	0,4

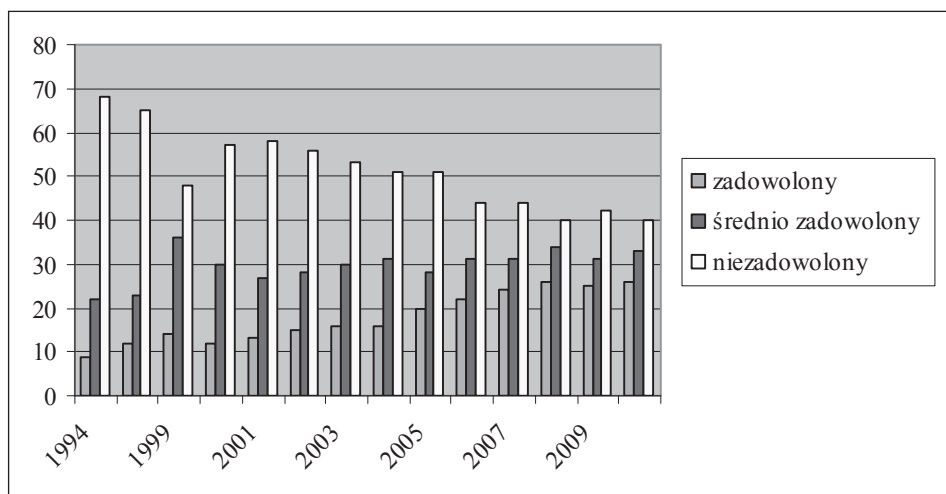
W kwestionariuszach badań Diagnozy Społecznej, przeprowadzonych w kolejnych latach: 2005, 2007 i 2009, zrezygnowano z pytania: „W jakim stopniu materialny poziom Pan(i) obecnego życia odpowiada Pan(i) aspiracjom?”, co spowodowało brak danych. Źródło: opracowanie własne na podstawie Czapiński, Panek 2003, 144–145



Rys. 3.31. Stopień zadowolenia z obecnych dochodów rodziny w latach 2000–2009 (w %).

Źródło: opracowanie własne na podstawie Czapiński, Panek 2000–2009

Dla porównania na rysunku 3.32 zaprezentowano, sygnalizowane już, wyniki badań CBOS w zakresie satysfakcji z dochodów i sytuacji finansowej Polaków w dłuższym okresie czasu. Dane te wskazują, że zadowolenie z sytuacji materialnej wzrastało w drugiej połowie lat 90. XX wieku, a następnie po spadku na początku kolejnej dekady utrzymywała się tendencja wzrostowa.



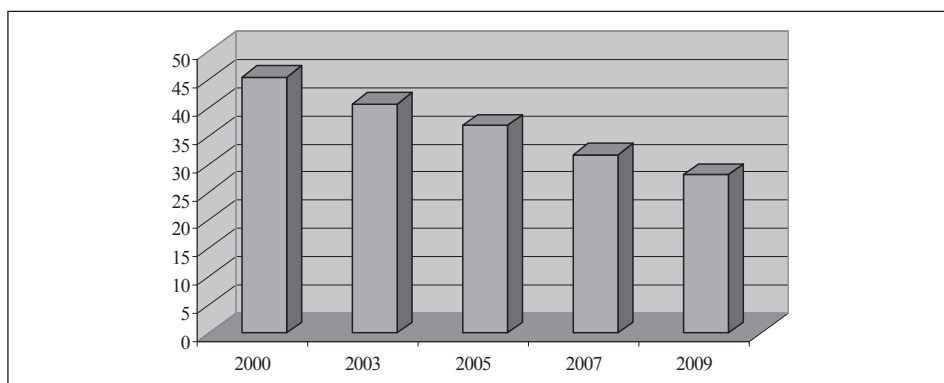
Rys. 3.32. Poziom zadowolenia z dochodów i sytuacji finansowej Polaków w latach 1994–2010 (w %).

Źródło: opracowanie własne na podstawie Polacy o swoim szczęściu i pechu oraz zadowoleniu z życia, 2001, 9; Poziom satysfakcji życiowej Polaków 2006, 7

Wraz ze stopniowym wzrostem dochodów poprawiła się możliwość zaspokojenia potrzeb. Na rysunku 3.33 zaprezentowano odsetek gospodarstw domowych, których stałe dochody w latach 2000–2009 nie pozwalały na zaspokojenie bieżących potrzeb.

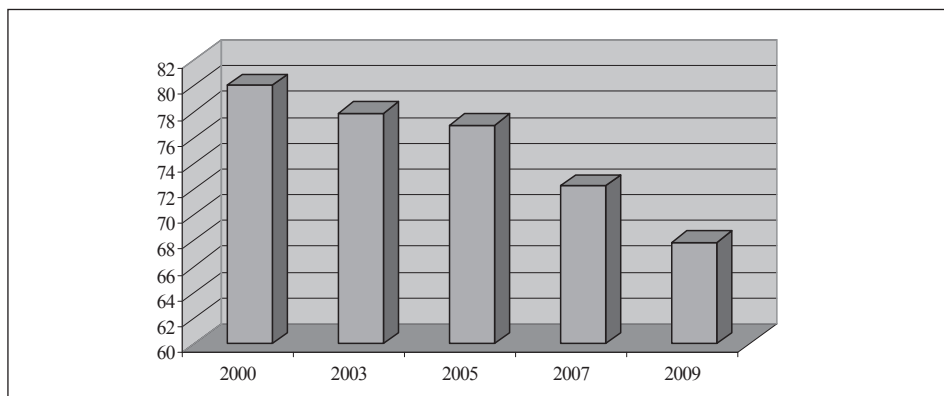
W 2000 roku odsetek takich gospodarstw wynosił 45%, a w 2009 roku spadł do 28%. Wystąpiła zatem w tym zakresie tendencja malejąca. Największe problemy z zaspokojeniem bieżących potrzeb miały gospodarstwa utrzymujących się z niezarobkowych źródeł, a także rolnicy, natomiast najmniejsze – gospodarstwa pracujących na własny rachunek.

Sytuację finansową określa również stan posiadania oszczędności. W latach 2000–2009 spadł odsetek gospodarstw domowych nieposiadających oszczędności (z 80% w 2000 do 68% w 2009 r.) (rys. 3.34). Oznacza to, że stopniowa poprawa



Rys. 3.33. Brak możliwości zaspokojenia bieżących potrzeb gospodarstw domowych za pomocą stałych dochodów w latach 2000–2009 (w %).

Źródło: opracowanie własne na podstawie Czapirński, Panek 2000–2009

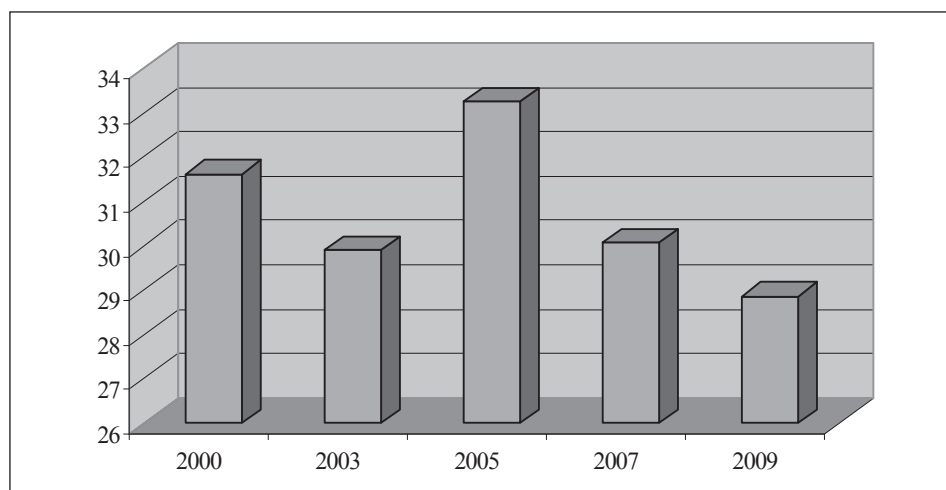


Rys. 3.34. Gospodarstwa domowe nieposiadające oszczędności w latach 2000–2009 (w %).

Źródło: opracowanie własne na podstawie Czapirński, Panek 2000–2009

sytuacji dochodowej pozwoliła na lepsze zaspokojenie bieżących potrzeb oraz na gromadzenie oszczędności, choć odsetek gospodarstw, które je deklarowały, nadal był niski.

Jednym z celów gromadzenia oszczędności przez gospodarstwa domowe w latach 2000–2009 był wypoczynek. Odsetek gospodarstw oszczędzających na ten cel wahał się od 33% w 2005 do 29% w 2009 roku. Przeważały wśród nich gospodarstwa pracowników oraz pracujących na własny rachunek. Nie wystąpiła tu żadna charakterystyczna tendencja (rys. 3.35).

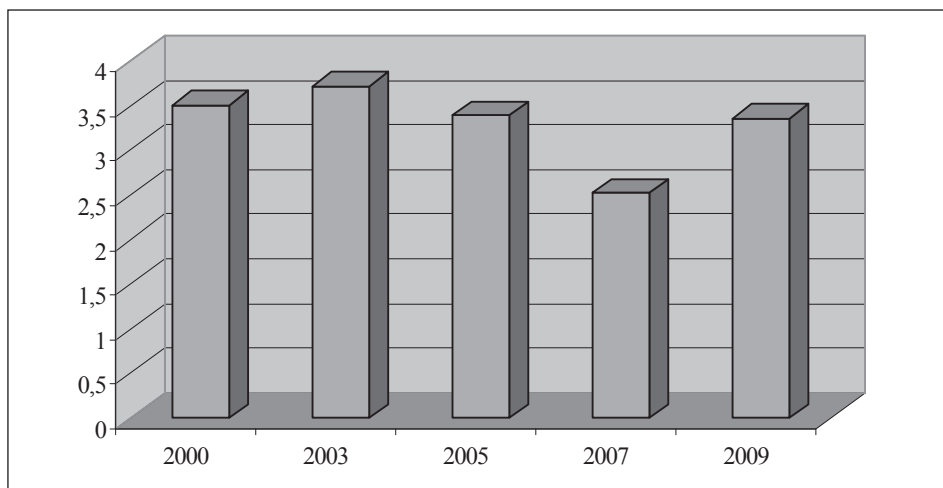


Rys. 3.35. Gospodarstwa domowe gromadzące oszczędności w celu wypoczynku w latach 2000–2009 (w %).

Źródło: opracowanie własne na podstawie Czapiński, Panek 2000–2009

Gospodarstwa domowe, których budżet nie pozwalał na realizację wyjazdu turystycznego, decydowały się na zaciągnięcie kredytów lub pożyczek. Odsetek gospodarstw korzystających z kredytów i pożyczek na wypoczynek wahał się od 3,7% w 2003 do 2,5% w 2007 roku (rys. 3.36).

Rozważania zaprezentowane w niniejszym rozdziale dowodzą, że zapotrzebowanie na usługi turystyczne, określone podejmowaną aktywnością turystyczną (czyli liczbą i częstotliwością wyjazdów), wynikało z istniejącej sytuacji społeczno-ekonomicznej. Zależność ta była zazwyczaj wprost proporcjonalna. Wraz z poprawą koniunktury zwiększało się zapotrzebowanie na usługi turystyczne, w efekcie czego rosła konsumpcja turystyczna, spadek koniunktury natomiast, zwłaszcza wzrost bezrobocia, odbijał się negatywnie na poziomie tej konsumpcji. Można by się było spodziewać, iż w wyniku przeprowadzonych reform, wejścia Polski do Unii Europejskiej oraz przystąpienia do strefy Schengen, nastąpił znaczny wzrost poziomu aktywności turystycznej podejmowanej przez społeczeństwo polskie w perspektywie



Rys. 3.36. Gospodarstwa domowe korzystające z kredytów i pożyczek na wypoczynek w latach 2000–2009 (w %).

Źródło: opracowanie własne na podstawie Czapiński, Panek 2000–2009

dwudziestoletniej. Wyniki badań wykazują, że tak się jednak nie stało. Przyczyn takiego stanu rzeczy należy prawdopodobnie upatrywać w sytuacji materialnej Polaków, daleko gorszej od sytuacji społeczeństw bogatych krajów europejskich. Zmiany, które zaszły w analizowanym okresie, nie były jeszcze na tyle dostateczne, aby uczestnictwo w turystyce stało się możliwe dla większości mieszkańców naszego kraju.

Z dokonanych analiz zmian zapotrzebowania na podstawowe usługi turystyczne wynika, że największy wzrost w tym zakresie dotyczył usług transportowych, zwłaszcza lotniczych. Największą dynamikę wzrostu odnotowano w ruchu międzynarodowym w segmencie tanich linii lotniczych. Dzięki rewolucji cenowej, przeprowadzonej przez przewoźników niskokosztowych, usługi lotnicze stały się dostępne dla większości Polaków, zwłaszcza dla tych, którzy wcześniej nie korzystali z tego rodzaju usług. Samolot przestał być elitarnym środkiem transportu i stał się konkurencyjny wobec autokaru turystycznego. Od 2006 roku Polacy częściej podróżowali za granicę samolotem niż autokarem. Interesujące jest, że taka sytuacja nie miała nigdy wcześniej miejsca w historii polskiej turystyki. Zaobserwowano również, iż rozwój tego segmentu nie spowodował spadku liczby podróży obsługiwanych przez przewoźników tradycyjnych, niemniej kierunki oferowane przez ten segment skutecznie wpływały na decyzje dotyczące celu podróży. W kraju podróże samolotem odgrywały nadal niewielką rolę, gdyż Polacy najczęściej wybierali transport własnym samochodem. Można jednak przypuszczać, że wzrost podaży krajowych połączeń lotniczych wraz z obniżką cen za przelot spowodowałby wzrost popytu na podróże samolotem, zwłaszcza w sytuacji braku kompleksowej i komfortowej infrastruktury drogowej w Polsce.

Istotnej zmianie uległa ponadto struktura wykorzystania obiektów noclegowych. W przypadku wyjazdów turystycznych, zarówno krajowych, jak i zagranicznych, zmniejszył się odsetek korzystających z gościny u krewnych i znajomych, a wzrosło zainteresowanie noclegami w pensjonatach, hotelach i motelach. Może to świadczyć o wzroście zamożności uczestników podróży. Potwierdzeniem takiego stanu rzeczy jest wykazany systematyczny wzrost udziału wydatków na usługi noclegowe w strukturze spożycia usług turystycznych w Polsce, które od 2005 roku stanowią główną jej pozycję. Kolejne miejsce w strukturze wydatków zajmują usługi transportowe, ich udział jednak maleje. Następną pozycję zajmują usługi gastronomiczne, a dalszą usługi agencji turystycznych. Można się spodziewać, że wraz ze wzrostem zamożności społeczeństwa będzie rósł udział wydatków na usługi gastronomiczne.

Wyniki badań sondażowych w zakresie subiektywnej oceny zaspokojenia potrzeb wypoczynku dowodzą, że stopniowa poprawa sytuacji finansowej gospodarstw domowych spowodowała umiarkowany wzrost zadowolenia. Zmiany te są zatem daleko niewystarczające. Co prawda, możliwości skorzystania z wypoczynku, zarówno krótko-, jak i długookresowego, są obecnie bardziej zróżnicowane niż 20 lat temu, istnieją natomiast utrudnienia po stronie popytowej. Problemy finansowe stanowią mianowicie główne ograniczenia w zaspokojeniu potrzeb konsumpcyjnych w zakresie turystyki.

W kolejnym rozdziale przyjrzymy się zatem dokładniej aktywności turystycznej gospodarstw domowych i ich wydatkom na wyjazdy turystyczne ze względu na poziom uzyskiwanych dochodów.

Konsumpcja usług turystycznych w świetle dochodów gospodarstw domowych

Zagadnienia poruszone w czwartej części pracy dotyczą relacji zachodzących między wysokością dochodów polskich gospodarstw domowych a poziomem i strukturą konsumpcji usług turystycznych. Podjęty temat rozpatrywano w kontekście zależności między zamożnością gospodarstw domowych, identyfikowaną na podstawie rozkładu osiągniętych dochodów, a wykazywaną przez nie aktywnością turystyczną oraz poziomem i strukturą ponoszonych wydatków turystycznych. Poszukiwano również zależności między osiąganymi dochodami a zmiennymi wyrażającymi rzeczową stronę konsumpcji: formą wyjazdów, wykorzystywanymi środkami transportu, usługami noclegowymi, korzystaniem z usług pośrednictwa. Dokonano także analizy zmian, jakie zaszły w tym zakresie w ostatnich latach.

W celu przeprowadzenia analiz wykorzystano bazę danych indywidualnych obserwacji nieidentyfikowalnych, pochodzącą z badania budżetów gospodarstw domowych oraz z badania modułowego „Turystyka i wypoczynek w gospodarstwach domowych”, zrealizowanych przez Główny Urząd Statystyczny w latach 2001, 2005 i 2009⁶⁸.

Za punkt wyjścia do oceny realizacji badań przyjęto liczbę uczestniczących w nim gospodarstw domowych. Liczbę tych gospodarstw oraz odsetek gospodarstw odmawiających przystąpienia do badania w poszczególnych latach przedstawiono w tabeli 4.1.

W badanym okresie wśród gospodarstw domowych przeważały gospodarstwa pracowników. Najmniejszy udział stanowiły gospodarstwa utrzymujących się ze źródeł niezarobkowych. W badaniach z 2001 i 2009 roku nie uwzględniono bezrobotnych, natomiast w 2005 roku nie ujęto rolników w kategorii głównego źródła utrzymania, a jedynie jako grupę społeczno-ekonomiczną⁶⁹. W 2009 roku – w wyniku zmienionej

⁶⁸ Szerzej w rozdziale 1.3.

⁶⁹ W BBGD w 2005 r. GUS wprowadził nowy sposób klasyfikowania gospodarstw domowych ze względu na grupy społeczno-ekonomiczne (wcześniej główne źródło utrzymania gospodarstwa domowego). Do 2004 r. była stosowana zmienna ZUT (7 kategorii z gospodarstwami utrzymującymi się z rolnictwa). W 2005 r. zmienną ZUT zastąpiono dwiema zmiennymi (również z gospodarstwami utrzymującymi się z rolnictwa). Podobnie było dla 2009 r. Od 2005 r. pojawia się zmienna: główne

Tabela 4.1. Realizacja badania w gospodarstwach domowych

Gospodarstwa domowe	2001		2005		2009	
	Gospodarstwa przystępujące do badania	Odsetek odmowy (%)	Gospodarstwa przystępujące do badania	Odsetek odmowy	Gospodarstwa przystępujące do badania	Odsetek odmowy
Ogółem	3957	0,70	4006	0,64	4636	0,60
Pracowników	1544	0,64	1920	0,82	2320	0,51
Pracowników użytkujących gospodarstwa rolne	324	0,31	215	0,00	–	–
Rolników	175	0,00	–	–	285	0,00
Pracujących na rachunek własny poza gospodarstwem rolnym	264	1,48	247	1,59	288	1,69
Emerytów	910	0,98	957	0,31	1298	0,69
Rencistów	543	0,55	433	0,23	324	0,61
Utrzymujących się z niezarobkowych źródeł	197	0,51	143	1,38	121	0,00
Bezrobotnych	–	–	91	0,00	–	–

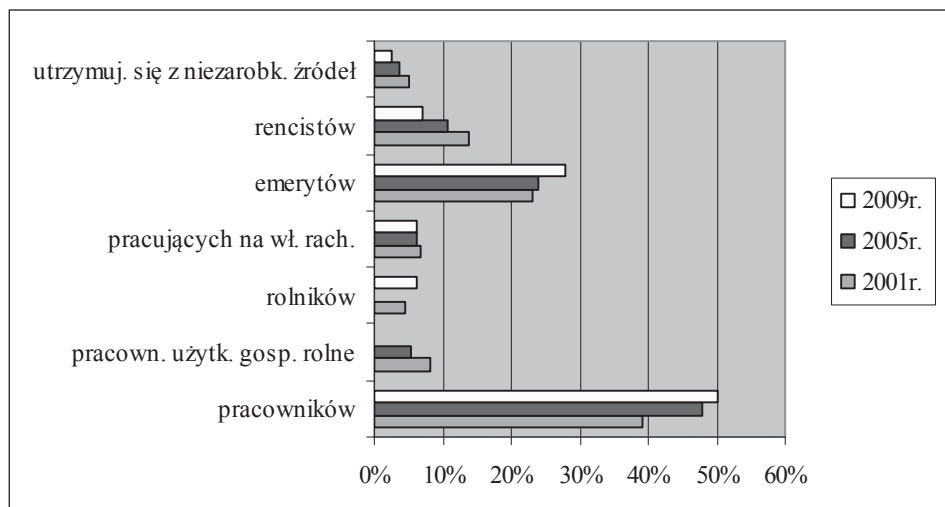
Źródło: opracowanie własne na podstawie Turystyka i wypoczynek w 2001 r., 21; Turystyka i wypoczynek w gospodarstwach domowych w 2005 r., 18; Turystyka i wypoczynek w gospodarstwach domowych w 2009 r., 18

przez GUS klasyfikacji – kategorię pracowników użytkujących gospodarstwo rolne włączono do kategorii rolników. Największy odsetek odmowy przystąpienia do badań we wszystkich okresach wykazały gospodarstwa utrzymujących się z pracy na własny rachunek poza gospodarstwem rolnym.

W związku ze zmianami klasyfikacyjnymi, a także zmianami, jakie zaszły w strukturze społeczno-ekonomicznej, zaobserwowano przegrupowania w strukturze gospodarstw domowych uczestniczących w badaniach (rys. 4.1).

Zarejestrowano znaczny wzrost udziału gospodarstw pracowniczych: w 2001 stanowiły one 39%, natomiast w 2009 roku aż połowę gospodarstw przystępujących do badań. Kolejną licznie reprezentowaną grupą były gospodarstwa emerytów: w 2001

i dodatkowe źródło utrzymania (12 kategorii), które obejmuje użytkowanie gospodarstwa rolnego. Gospodarstwa domowe, które należą do grupy społeczno-ekonomicznej rolników, mają jako główne źródło utrzymania użytkowanie gospodarstwa rolnego. Zatem rolnicy i utrzymujący się z gospodarstwa rolnego to te same gospodarstwa domowe.



Rys. 4.1. Struktura gospodarstw domowych uczestniczących w badaniach.

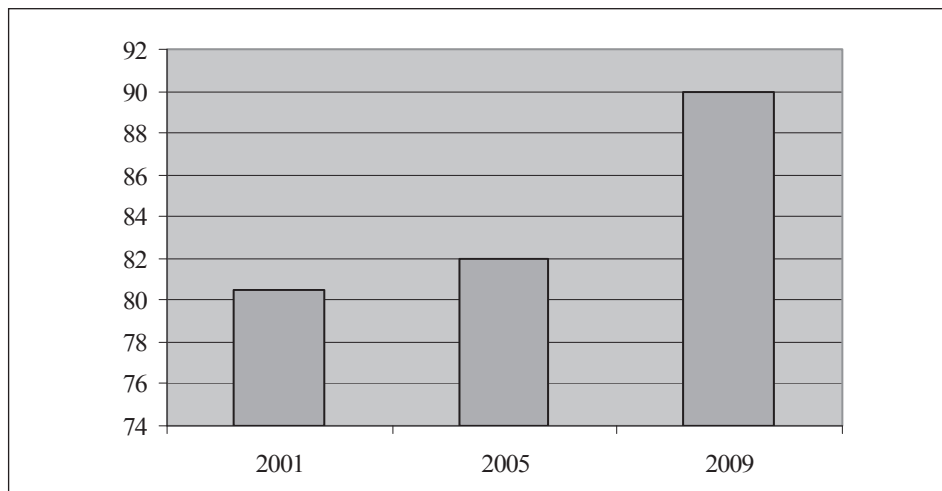
Źródło: opracowanie własne na podstawie Turystyka i wypoczynek w 2001 r., 21; Turystyka i wypoczynek w gospodarstwach domowych w 2005 r., 18; Turystyka i wypoczynek w gospodarstwach domowych w 2009 r., 18

ich odsetek w badaniach wynosił 23%, a w 2009 roku wzrósł do 28%. W badanych latach zmniejszył się natomiast udział gospodarstw rencistów z 13,7% w 2001 do 7% w 2009 roku. Pozostałe typy gospodarstw reprezentowane były zdecydowanie słabiej. Każde z nich stanowiło poniżej 10% w kolejnych okresach.

W badaniach określono także liczbę gospodarstw domowych, w których znajdowały się osoby bezrobotne. Udział gospodarstw domowych niedotkniętych problemem bezrobocia przedstawiono na rysunku 4.2. W poszczególnych latach wzrosła liczba gospodarstw bez osób bezrobotnych. W 2001 roku udział gospodarstw domowych, w których była jedna osoba bezrobotna wynosił 15,8%, a dwie i więcej – 3,7%. W 2005 roku gospodarstwa domowe z jedną osobą bezrobotną stanowiły 15,3%, a z co najmniej dwoma – 2,6%. W 2009 roku gospodarstwa z osobami bezrobotnymi stanowiły 10%.

W tabeli 4.2. zaprezentowano charakterystykę gospodarstw domowych według ich wielkości oraz miejsca zamieszkania. Biorąc pod uwagę wielkość gospodarstw domowych, w 2001 roku przeważały gospodarstwa dwuosobowe, a nieznacznie mniejszą grupę stanowiły gospodarstwa trzy- i czterosobowe. W 2005 i 2009 roku najczęściej występowały gospodarstwa jednoosobowe, natomiast spadł udział gospodarstw trzy-, a zwłaszcza czterosobowych. Według badań ponad 60% gospodarstw domowych mieszkało w miastach, przy czym najwięcej w miastach liczących od 20 do 100 tys. mieszkańców.

W tabeli 4.3 zawarto charakterystyki dotyczące cech demograficznych członków badanych gospodarstw domowych.



Rys. 4.2. Gospodarstwa domowe bez osób bezrobotnych (w %).

Źródło: opracowanie własne na podstawie Turystyka i wypoczynek w 2001 r., 1; Turystyka i wypoczynek w gospodarstwach domowych w 2005 r., 75; Turystyka i wypoczynek w gospodarstwach domowych w 2009 r., 70

Tabela 4.2. Gospodarstwa domowe według liczby osób oraz klasy miejscowości zamieszkania w latach 2001, 2005 i 2009 (w %)

Charakterystyka gospodarstwa domowego	2001	2005	2009
Razem	100,0	100,0	100,0
Według liczby osób w gospodarstwie domowym			
1 osoba	16,3	24,8	24,8
2 osoby	24,3	23,2	23,2
3 osoby	20,6	19,9	19,9
4 osoby	21,2	18,0	18,0
5 osób	10,4	8,1	8,1
6 osób i więcej	7,3	5,9	5,9
Według klasy miejscowości zamieszkania			
Miasta	64,7	67,2	67,2
o liczbie mieszkańców:			
500 tys. i więcej	13,0	14,5	14,4
200–500	11,1	11,4	10,8
100–200	8,6	8,4	8,5
20–100	19,3	20,6	21,3
20 tys. i mniej	12,8	12,3	12,3
Wieś	35,3	32,8	32,8

Źródło: opracowanie własne na podstawie Turystyka i wypoczynek w 2001 r., 3; Turystyka i wypoczynek w gospodarstwach domowych w 2005 r., 77; Turystyka i wypoczynek w gospodarstwach domowych w 2009 r., 72

Tabela 4.3. Osoby w badanych gospodarstwach domowych ze względu na płeć, wiek, stan cywilny oraz poziom wykształcenia (w %)

Wyszczególnienie	2001	2005	2009
Ogółem	100,0	100,0	100,0
Według płci			
Mężczyźni	47,4	46,7	47,1
Kobiety	52,6	53,3	52,9
Według wieku			
do 6 lat	7,6	6,8	7,9
7–14 lat	12,3	11,2	10,2
15–19	10,3	8,9	8,3
20–24	8,1	8,2	7,4
25–44	25,7	24,8	25,9
45–64	25,6	27,9	27,8
65 lat i więcej	10,4	12,2	12,4
Według stanu cywilnego			
Kawalerowie/panny	42,3	21,3	22,7
Żonaci/zamężne	47,7	46,3	46,3
Wdowcy/wdowy	7,0	8,7	8,9
Rozwiedzeni (separowani)	3,0	3,9	4,0
Nie dotyczy (0–14 lat)	–	19,8	18,1
Według wykształcenia			
Wyższe	6,2	9,2	11,1
Policealne	1,8	2,1	28,2
Średnie zawodowe	16,2	17,2	
Średnie ogólnokształcące	6,9	7,8	
Zasadnicze zawodowe	22,6	21,6	22,6
Gimnazjalne	–	5,6	5,7
Podstawowe	28,5	20,7	17,1
Bez wykształcenia	1,6	1,0	
Nie dotyczy	16,2	14,7	15,2

Źródło: opracowanie własne na podstawie Turystyka i wypoczynek w 2001 r., 4 i XXIX; Turystyka i wypoczynek w gospodarstwach domowych w 2005 r., 27 i 78; Turystyka i wypoczynek w gospodarstwach domowych w 2009 r., 27 i 73

W wyszczególnionych okresach wśród członków gospodarstw domowych nieznacznie przeważały kobiety, zwłaszcza w gospodarstwach rencistów i emerytów. Ze względu na wiek największy udział stanowiły osoby w wieku od 25 do 64 lat,

głównie w gospodarstwach pracowników. Z uwagi na stan cywilny największą grupę tworzyły osoby będące w związku małżeńskim, natomiast najmniejszą osoby rozwiedzione. Uwzględniając zdobyte wykształcenie, najwięcej osób ukończyło edukację na poziomie zasadniczym zawodowym, a także podstawowym. Zaobserwowano, że w kolejnych okresach zmniejszał się udział osób z wykształceniem podstawowym, a wzrastał z wykształceniem wyższym.

Na podstawie informacji o wysokości dochodów rozporządzalnych, przypadających na osobę w gospodarstwie domowym, uzyskanych z badania budżetów gospodarstw domowych, zostały utworzone grupy kwintylowe. Przypomnijmy, że dochód rozporządzalny tworzą dochody do dyspozycji, w tym dochody z pracy najemnej i z pracy na własny rachunek, z gospodarstwa indywidualnego w rolnictwie, świadczenia z ubezpieczeń społecznych, obejmujących m.in. emerytury i renty, świadczenia pomocy społecznej (w tym zasiłki dla bezrobotnych) oraz inne (m.in. darowizny) (Budżety 2004). Podstawową pozycję dochodów stanowi płaca jako rzeczywiste wynagrodzenie za wykonaną pracę⁷⁰. Z uwagi na to, że wydatki odnoszą się do gospodarstwa domowego i w wielu przypadkach trudno je przypisać poszczególnym osobom, dokonano podziału liczby gospodarstw domowych (po 20%) po uprzednim uporządkowaniu według rosnących wartości dochodu rozporządzalnego⁷¹. Utworzono grupy kwintylowe zarówno dla dochodów gospodarstwa domowego, jak i dla dochodów na osobę w gospodarstwach domowych⁷². W wyniku przeprowadzonych analiz ostatecznie przyjęto grupy kwintylowe dla dochodów przypadających na osobę (po uprzednim uporządkowaniu według rosnących wartości dochodu rozporządzalnego na osobę), ponieważ dochody te stanowią jedną z najważniejszych determinant ekonomicznych wydatków na usługi turystyczne (tab. 4.4). Wyeliminowano tym samym wpływ wielkości gospodarstwa domowego na jego sytuację opisywaną za pomocą takich cech jak dochód czy wydatki na turystykę. Jako jednostkę statystyczną przyjęto gospodarstwo domowe.

Ujęte w cenach bieżących dochody doprowadzono do porównywalności, eliminując skutki inflacji. W tym celu przekształcono indeksy cen towarów i usług konsumpcyjnych o podstawie ruchomej w indeksy cen o podstawie stałej z 2009 roku, a następnie dokonano stosownych przeliczeń dochodów nominalnych na realne (tab. 4.5). Wzrastająca wartość kwintyli sugeruje, że nastąpił wzrost realnych dochodów, co potwierdza wartość przeciętna.

⁷⁰ Temat dochodów został omówiony w rozdziale 1.2.

⁷¹ W badaniach „Turystyka i wypoczynek w gospodarstwach domowych” GUS zastosował inną metodę tworzenia grup kwintylowych: listę członków wszystkich gospodarstw domowych, po uprzednim uporządkowaniu według rosnących wartości dochodu rozporządzalnego na osobę, podzielono na 5 równych części. Oznacza to, że liczba osób w poszczególnych grupach kwintylowych jest taka sama, natomiast liczba gospodarstw w poszczególnych grupach jest różna. Skrajne wartości dochodów tworzą granice przedziałów dochodu rozporządzalnego w grupach kwintylowych i zostały określone na podstawie danych empirycznych.

⁷² Grupy kwintylowe w tym przypadku są to zbiory gospodarstw domowych o tej samej liczebności, wynoszącej 20% ogólnej liczby badanych gospodarstw domowych.

Tabela 4.4. Grupy kwintylowe gospodarstw domowych dla dochodów rozporządzalnych na osobę (w cenach z 2009 r.)

Grupy kwintylowe	2001	2005	2009
1	do 393,88	do 466,00	do 691,75
2	od 394,00 do 566,00	od 466,50 do 669,00	od 692,00 do 963,60
3	od 566,50 do 744,10	od 669,50 do 885,00	od 964,00 do 1262,50
4	od 744,50 do 1000,00	od 885,50 do 1223,27	od 1263,00 do 1715,41
5	1000,50 i więcej	1224,00 i więcej	1715,50 i więcej

Źródło: obliczenia własne na podstawie bazy danych indywidualnych obserwacji nieidentyfikowalnych z badania modułowego „Turystyka i wypoczynek w gospodarstwach domowych” za lata 2001, 2005 i 2009

Tabela 4.5. Dochody w grupach kwintylowych na osobę w gospodarstwach domowych dla lat 2001, 2005 i 2009 (w cenach z 2009 r.)

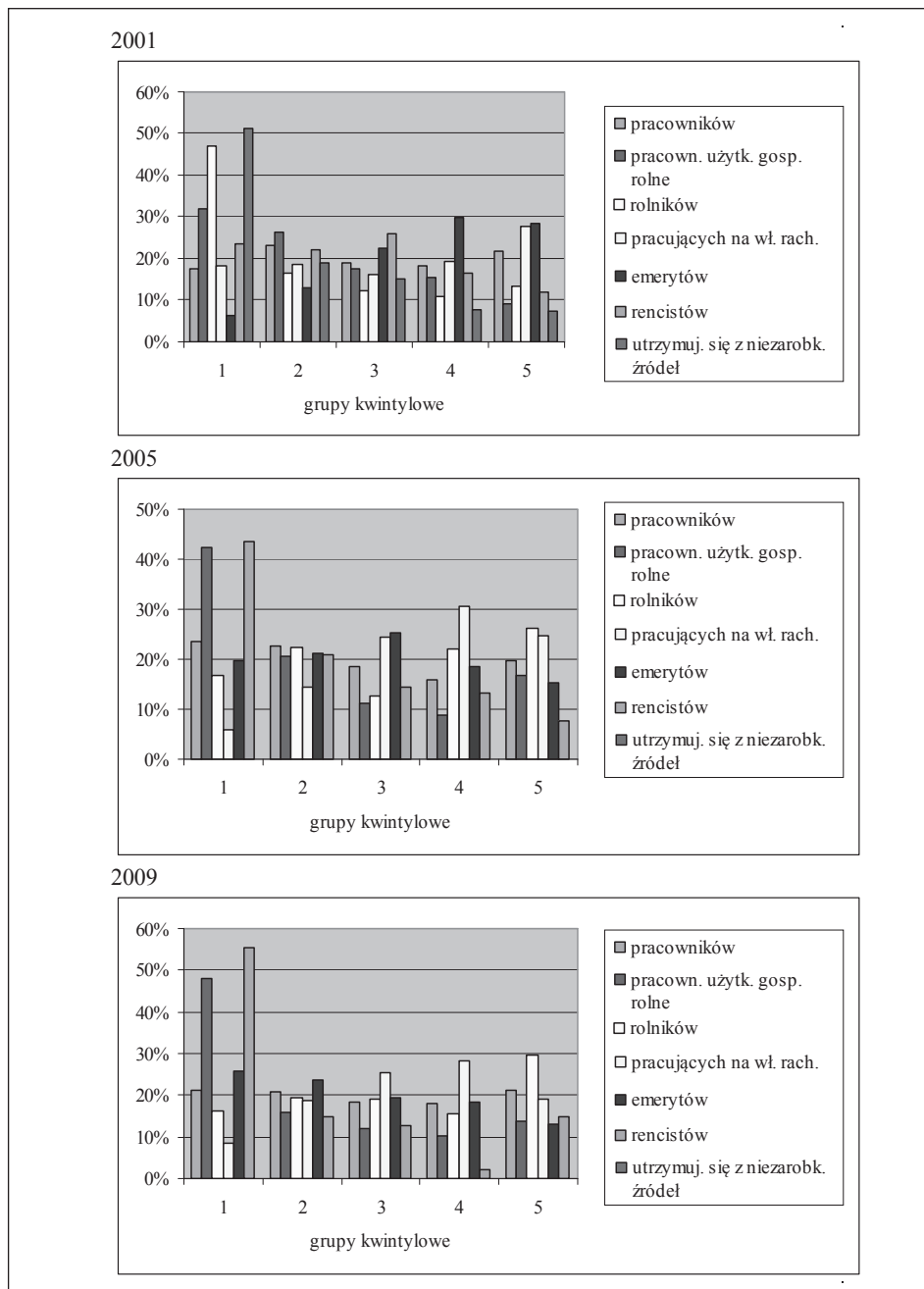
Kwintyle	2001	2005	2009
1	477,34	520,43	691,75
2	685,94	747,14	963,60
3	901,77	988,37	1262,50
4	1211,90	1366,15	1715,41
Średnia	915,84	1031,50	1309,53

Źródło: obliczenia własne na podstawie bazy danych indywidualnych obserwacji nieidentyfikowalnych z badania modułowego „Turystyka i wypoczynek w gospodarstwach domowych” za lata 2001, 2005 i 2009

Na podstawie przeprowadzonych badań określono udział gospodarstw domowych w poszczególnych grupach kwintylowych (rys. 4.3). W 2001 roku najniższe dochody występowały najczęściej wśród gospodarstw utrzymujących się ze źródeł niezarobkowych⁷³ oraz wśród rolników. W drugiej grupie kwintylowej najczęściej pojawiały się gospodarstwa domowe użytkujące gospodarstwo rolne. Co czwarte gospodarstwo, którego głównym źródłem utrzymania była renta, należało do trzeciej grupy dochodowej. Gospodarstwa rencistów charakteryzowały się znacznie niższymi dochodami niż gospodarstwa emerytów, które przeważały w czwartej i piątej grupie kwintylowej. Najwyższe dochody osiągał znaczny odsetek gospodarstw utrzymujących się z pracy na własny rachunek poza gospodarstwem rolnym.

W 2005 roku spadł w stosunku do roku 2001 udział w najniższej grupie dochodowej gospodarstw utrzymujących się ze źródeł niezarobkowych, choć nadal był wysoki. Średnio co piąte gospodarstwo, utrzymujące się ze źródeł niezarobkowych oraz rolników, osiągało dochody w granicach drugiej grupy kwintylowej. Spadł udział gospodarstw rencistów osiągających niski poziom dochodów, wzrósł

⁷³ M.in. świadczenia społeczne i alimenty, wynajem, własność.



Rys. 4.3. Udział gospodarstw domowych w poszczególnych grupach kwintylowych w latach 2001, 2005 i 2009 ze względu na grupy społeczno-ekonomiczne (w %).

Źródło: obliczenia własne na podstawie bazy danych indywidualnych obserwacji nieidentyfikowalnych z badania modułowego „Turystyka i wypoczynek w gospodarstwach domowych” za lata 2001, 2005 i 2009

natomiast w dwóch najwyższych grupach kwintylowych. Wśród gospodarstw emerytów najwięcej należało do grupy czwartej oraz piątej. Najwyższym udziałem w piątej grupie dochodów charakteryzowały się gospodarstwa pracujących na własny rachunek.

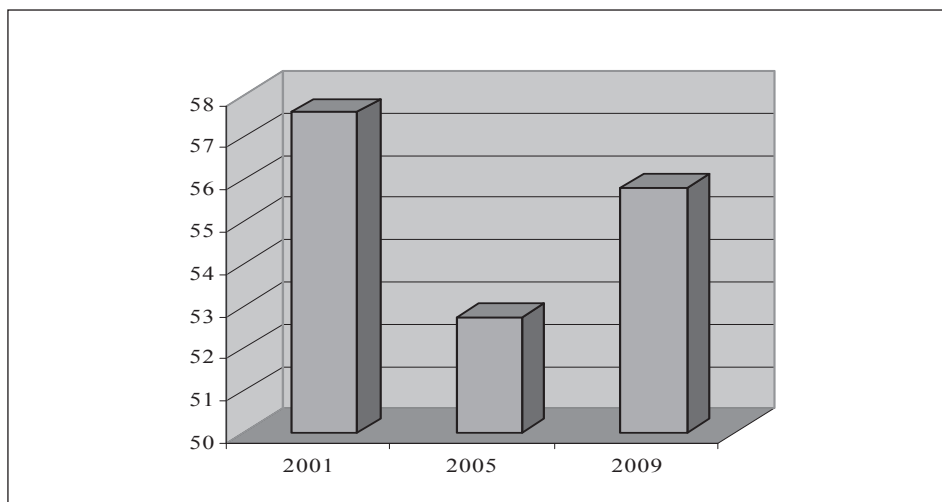
W 2009 roku uległa pogorszeniu sytuacja dochodowa wielu gospodarstw domowych w stosunku do poprzedniego okresu. Wzrósł znacznie odsetek gospodarstw utrzymujących się z niezarobkowych źródeł, osiągających najniższe dochody. Również gospodarstwa rolników najczęściej występowały w pierwszej grupie kwintylowej. W stosunku do 2001 i 2005 roku uległa zmianie sytuacja dochodowa gospodarstw, których głównym źródłem utrzymania była emerytura: spadł udział w najwyższej grupie dochodowej, wzrósł natomiast w grupie pierwszej i drugiej. W przypadku gospodarstw rencistów zaobserwowano, że im wyższy poziom dochodów, tym mniejszy odsetek gospodarstw je osiągających. Gospodarstwa te najczęściej uzyskiwały dochody na poziomie pierwszej grupy kwintylowej. Wzrósł natomiast udział w piątej grupie kwintylowej wśród gospodarstw pracujących się na własny rachunek.

4.1. Aktywność turystyczna i cele wyjazdów a zróżnicowanie dochodów gospodarstw domowych

Celem podjętych rozważań jest wskazanie zależności między wielkością dochodów osiągniętych przez gospodarstwa domowe a ich aktywnością turystyczną, wyrażoną uczestnictwem w turystyce oraz częstotliwością podróżowania. Dopelnienie rozważań stanowi analiza struktury celów wyjazdów.

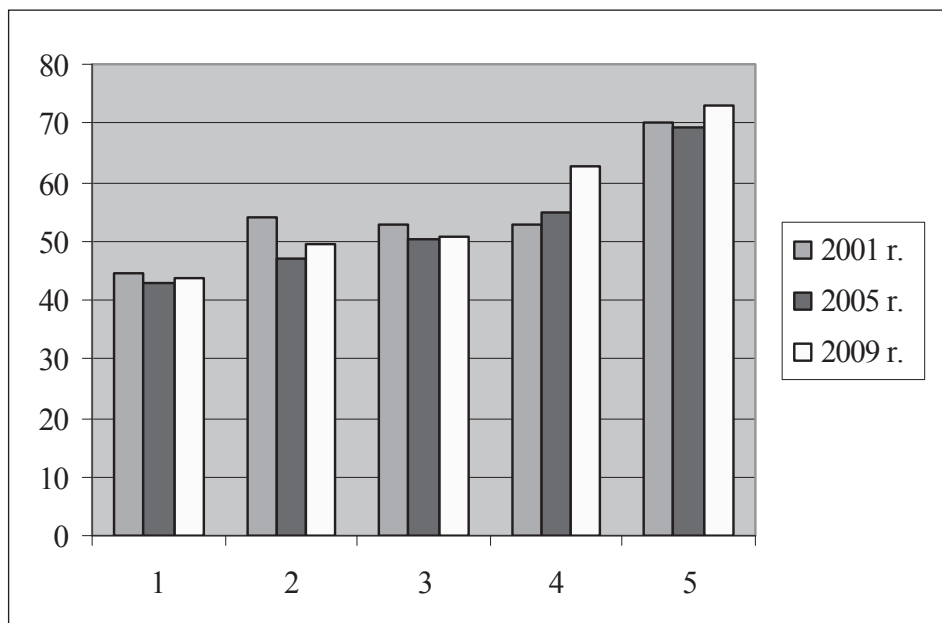
Udział gospodarstw domowych w wyjazdach turystycznych w latach 2001–2009 zaprezentowano na rysunku 4.4. Zgromadzone dane wskazują, że największy poziom aktywności turystycznej gospodarstw domowych wystąpił w 2001 roku, natomiast najniższy w roku 2005 (prawie co drugie gospodarstwo domowe nie uczestniczyło w wyjazdach turystycznych).

Na rysunku 4.5 przedstawiono uczestnictwo w wyjazdach turystycznych gospodarstw domowych w podziale na grupy kwintylowe. Uzyskane wyniki upoważniają do stwierdzenia, że gospodarstwa osiągające dochody z pierwszej, czyli najniższej grupy kwintylowej, wykazały w badanych latach aktywność turystyczną na poziomie około 43%, co oznacza, że była ona znacząco niższa od przeciętnej oraz od wynoszącej około 70% aktywności gospodarstw o najwyższych dochodach. Gospodarstwa należące do drugiej i trzeciej grupy kwintylowej wykazały najwyższą aktywność turystyczną w 2001 roku, a w 2005 roku charakteryzował ją spadek, natomiast w roku 2009 nastąpił jej niewielki wzrost do około 50%. W czwartej grupie dochodowej zaobserwowano tendencję wzrostową: w 2001 roku w wyjazdach turystycznych uczestniczyło 52,7% gospodarstw domowych, a więc poniżej przeciętnej (57,6%),



Rys. 4.4. Uczestnictwo polskich gospodarstw domowych w wyjazdach turystycznych ogółem w latach 2001, 2005 i 2009 (w %).

Źródło: obliczenia własne na podstawie bazy danych indywidualnych obserwacji nieidentyfikowalnych z badania modułowego „Turystyka i wypoczynek w gospodarstwach domowych” za lata 2001, 2005 i 2009



Rys. 4.5. Uczestnictwo polskich gospodarstw domowych w wyjazdach turystycznych według grup kwintylowych ogółem w latach 2001, 2005 i 2009 (w %).

Źródło: obliczenia własne na podstawie bazy danych indywidualnych obserwacji nieidentyfikowalnych z badania modułowego „Turystyka i wypoczynek w gospodarstwach domowych” za lata 2001, 2005 i 2009

natomiast w 2009 roku uczestnictwo wzrosło do 62,5%, przewyższając znacznie średnią (55,8%).

W tabeli 4.6 przedstawiono aktywność turystyczną gospodarstw domowych według pięciu grup kwintylowych, wyrażającą się uczestnictwem w poszczególnych rodzajach wyjazdów. Zaobserwowano, że w 2001 roku największym uczestnictwem, zarówno w wyjazdach krajowych, jak i zagranicznych, charakteryzowały się gospodarstwa najlepiej zarabiające. Należy zaznaczyć, iż zdecydowanie najwięcej z tych gospodarstw podejmowało długoterminowe wyjazdy krajowe (45,7%). Wystąpił duży dysonans między ich uczestnictwem w długotrwałych wyjazdach zagranicznych (20,5% gospodarstw) a aktywnością gospodarstw o niższych dochodach (5,4%). Najuboższe gospodarstwa domowe wykazały się najmniejszym uczestnictwem we wszystkich rodzajach wyjazdów: 29% spośród nich podjęło co najmniej jeden długi wyjazd krajowy, natomiast niespełna 1% uczestniczyło w krótkim wyjeździe

Tabela 4.6. Uczestnictwo w wyjazdach turystycznych polskich gospodarstw domowych według typów wyjazdu w latach 2001, 2005 i 2009 (wg grup kwintylowych w %)

Grupa kwintylowa	Wyjazdy krajowe krótkie	Wyjazdy krajowe długie	Wyjazdy zagraniczne krótkie	Wyjazdy zagraniczne długie
2001				
1	20,19	29,15	0,94	5,38
2	30,89	31,44	1,94	7,82
3	29,65	33,35	2,08	6,85
4	28,15	32,30	2,27	9,57
5	39,20	45,66	4,21	20,54
ogółem	31,60	36,20	2,66	11,74
2005				
1	21,31	26,24	0,74	4,50
2	26,18	26,78	1,00	6,14
3	27,40	32,13	0,87	6,79
4	30,46	36,45	1,82	9,49
5	39,55	41,04	1,82	20,63
ogółem	28,98	32,53	1,25	9,51
2009				
1	24,56	24,00	1,28	4,69
2	26,40	28,51	0,80	7,08
3	26,42	30,79	1,64	10,06
4	32,33	41,30	0,68	14,47
5	44,56	44,28	2,06	24,74
ogółem	30,85	33,77	1,29	12,21

Źródło: obliczenia własne na podstawie bazy danych indywidualnych obserwacji nieidentyfikowalnych z badania modułowego „Turystyka i wypoczynek w gospodarstwach domowych” za lata 2001, 2005 i 2009

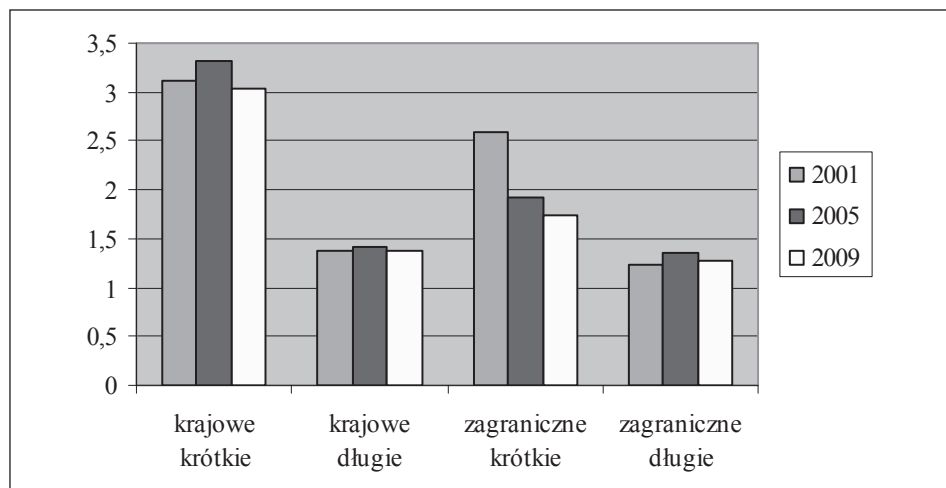
zagranicznym. Pozostałe gospodarstwa były najaktywniejsze w zakresie krajowych wyjazdów wakacyjnych. Ich stopa aktywności – mimo różnic dochodowych – pozostawała na zbliżonym poziomie.

Jak już sygnalizowano, w 2005 roku nastąpił znaczny spadek uczestnictwa w turystyce ogółem. Zmniejszyła się grupa gospodarstw najzamożniejszych, podejmująca długie wyjazdy krajowe (do 41%) oraz krótkie wyjazdy zagraniczne (do 1,8%). Wyraźny wzrost odnotowano jedynie w przypadku gospodarstw z czwartej grupy kwintylowej, uczestniczących w krótkich i długich wyjazdach krajowych, oraz gospodarstw najuboższych, podejmujących krótkie wyjazdy krajowe. W 2009 roku zaobserwowano wzrost uczestnictwa gospodarstw ze wszystkich grup kwintylowych w długich wyjazdach zagranicznych oraz w krótkich wyjazdach krajowych (z wyjątkiem gospodarstw z trzeciej grupy). Ponadto znacząco wzrosła aktywność turystyczna gospodarstw z dwóch najwyższych grup dochodowych w zakresie długich wyjazdów krajowych.

Na podstawie uzyskanych wyników można wnioskować, że poziom uzyskiwanych dochodów miał wyraźny wpływ na aktywność turystyczną gospodarstw domowych od 2005 roku – wcześniej zależność ta nie była tak oczywista. Im wyższe dochody, tym większy odsetek gospodarstw uczestniczących w turystyce. Zależność ta występuje zwłaszcza w przypadku uczestnictwa w wyjazdach krajowych, zarówno krótko-, jak i długoterminowych. Największy rozdźwięk widoczny jest w tym zakresie między odsetkiem gospodarstw najsłabiej i najlepiej zarabiających. Wraz z wyższymi dochodami wzrasta również poziom uczestnictwa w długich wyjazdach zagranicznych. Zaobserwowano, iż odsetek gospodarstw z piątej grupy kwintylowej znacznie przewyższa poziom uczestnictwa osiągnięty przez pozostałe gospodarstwa w tego rodzaju wyjazdach. Najsłabsza zależność pomiędzy dochodami a uczestnictwem w turystyce dotyczy krótkich wyjazdów zagranicznych, które podejmowane były przez marginalny odsetek gospodarstw. Największą aktywność w tym zakresie wykazały wprawdzie gospodarstwa o najwyższych dochodach, jednak nie zaobserwowano wpływu dochodu na tę aktywność wśród gospodarstw z pozostałych grup kwintylowych.

W celu lepszego określenia znaczenia dochodów w aktywności turystycznej gospodarstw domowych dokonano analizy częstotliwości podejmowania wyjazdów. Badania wykazały, że gospodarstwa odbywały przeciętnie niespełna 3 wyjazdy w ciągu roku. Przedstawione na rysunku 4.6 dane wskazują, że najczęściej podejmowano krajowe wyjazdy trwające 2–4 dni: średnio na jedno gospodarstwo domowe przypadają ponad 3 takie wyjazdy rocznie.

W następnej kolejności preferowano beznoclegowe wyjazdy zagraniczne, jednak wystąpiła tu wyraźna tendencja spadkowa, dotycząca częstotliwości ich podejmowania (z 2,6 wyjazdów w 2001 do 1,7 w 2009 r.). Przeciętna częstotliwość krajowych wyjazdów długoterminowych w badanych latach pozostawała na zbliżonym poziomie i wynosiła 1,4, co oznacza, że większość gospodarstw uczestniczyła tylko w jednym takim wyjeździe. Średnia liczba wyjazdów krajowych, zarówno krótko-,

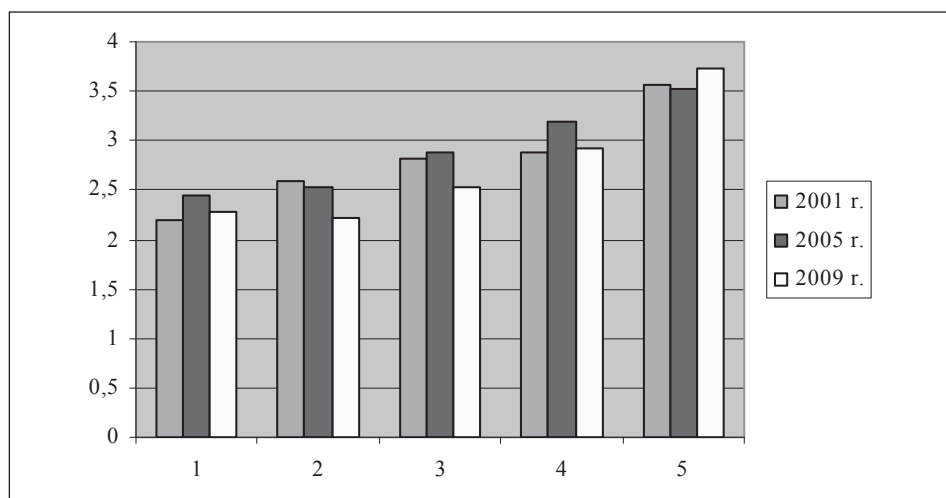


Rys. 4.6. Średnia liczba wyjazdów na 1 gospodarstwo wyjeżdżające ogółem.

Źródło: obliczenia własne na podstawie bazy danych indywidualnych obserwacji nieidentyfikowalnych z badania modułowego „Turystyka i wypoczynek w gospodarstwach domowych” za lata 2001, 2005 i 2009

jak i długoterminowych, była najwyższa w 2005 roku. Najczęściej podróżowano za granicę na 2 dni i dłużej.

Na rysunku 4.7 zaprezentowano częstotliwość podróżowania gospodarstw domowych w podziale na grupy kwintylowe. Wyniki badań wskazują, że wyjazdy



Rys. 4.7. Średnia liczba wyjazdów na 1 gospodarstwo wyjeżdżające według grup kwintylowych.

Źródło: obliczenia własne na podstawie bazy danych indywidualnych obserwacji nieidentyfikowalnych z badania modułowego „Turystyka i wypoczynek w gospodarstwach domowych” za lata 2001, 2005 i 2009

najczęściej podejmowano w gospodarstwach osiągających najwyższe dochody (ponad 3,5 wyjazdu rocznie), najrzadziej zaś w gospodarstwach najuboższych (poniżej 2,5 wyjazdu). Z wykresu wynika, że gospodarstwa z pierwszej, trzeciej i czwartej grupy kwintylowej najczęściej podróżowały w 2005 roku, natomiast w 2009 roku częstotliwość wyjazdów ogółem spadła. W 2009 roku nastąpił wzrost liczby wyjazdów na 1 gospodarstwo domowe jedynie w piątej grupie kwintylowej (do 3,7, czyli znacznie powyżej przeciętnej).

W tabeli 4.7 przedstawiono średnią liczbę poszczególnych wyjazdów, przypadającą na jedno wyjeżdżające gospodarstwo domowe z podziałem na grupy kwintylowe. Z danych wynika, że częstotliwość podejmowanych wyjazdów krótkoterminowych w kraju wzrastała wraz z poziomem uzyskiwanych dochodów. Gospodarstwa o najwyższych dochodach wykazywały znacznie większą częstotliwość podróżowania niż gospodarstwa najuboższe. Poziom zamożności nie powodował natomiast znaczących różnic w częstotliwości odbywania krajowych wyjazdów długoterminowych. We

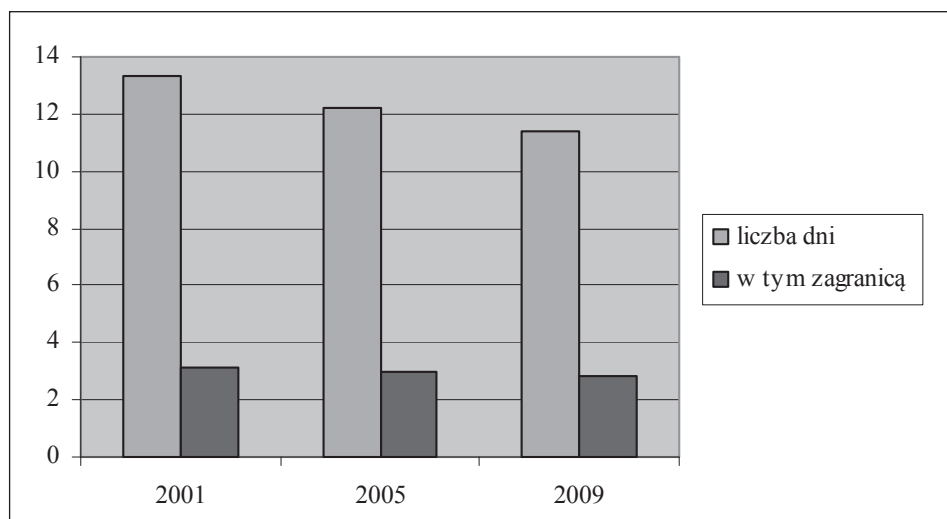
Tabela 4.7. Częstotliwość wyjazdów turystycznych gospodarstw domowych według typów wyjazdów i grup kwintylowych

Grupa kwintylowa	Wyjazdy krajowe krótkie	Wyjazdy krajowe długie	Wyjazdy zagraniczne krótkie	Wyjazdy zagraniczne długie
2001				
1	2,59	1,32	2,15	1,05
2	2,69	1,34	2,78	1,17
3	2,95	1,41	3,03	1,23
4	3,23	1,40	2,16	1,12
5	3,74	1,41	2,62	1,38
2005				
1	3,04	1,30	1,15	1,14
2	2,66	1,48	1,35	1,21
3	3,28	1,36	2,46	1,38
4	3,60	1,38	2,07	1,18
5	3,72	1,50	2,16	1,53
2009				
1	2,45	1,31	1,87	1,21
2	2,39	1,28	2,00	1,17
3	2,72	1,40	1,08	1,15
4	3,25	1,42	1,41	1,23
5	3,78	1,45	2,16	1,41

Źródło: obliczenia własne na podstawie bazy danych indywidualnych obserwacji nieidentyfikowalnych z badania modułowego „Turystyka i wypoczynek w gospodarstwach domowych” za lata 2001, 2005 i 2009

wszystkich grupach kwintylowych większość gospodarstw zrealizowała jedną taką podróż w roku. Świadczy to o zaspokajaniu potrzeby wypoczynku podczas podróży urlopowych. Rozważając średnią liczbę podróży zagranicznych przypadającą na jedno gospodarstwo, najwięcej wyjazdów krótkich podjęto w 2001 roku (ponad 2 w każdej grupie kwintylowej, ogółem 2,6). W kolejnych latach wyjazdy te straciły na popularności, a ich uczestnikami byli przede wszystkim mieszkańcy rejonów przygranicznych. Dłuższe wyjazdy zagraniczne najczęściej podejmowały gospodarstwa najlepiej sytuowane, natomiast w przypadku pozostałych grup kwintylowych nie zaobserwowano wyraźnego wpływu dochodów na liczbę zrealizowanych podróży (niewiele ponad 1 wyjazd).

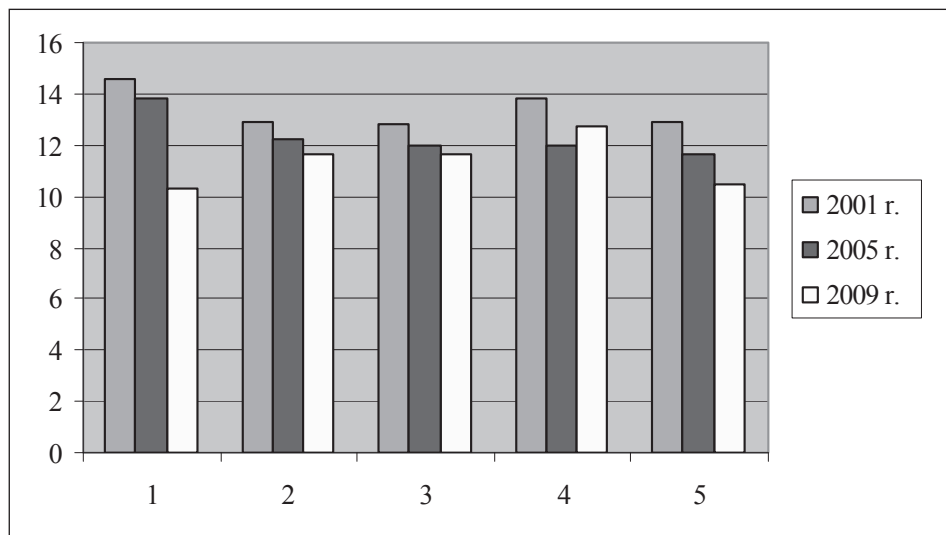
Na rysunku 4.8 ukazano średni czas trwania jednego wyjazdu. Wyniki badań wskazują na występowanie tendencji spadkowej w zakresie liczby dni przeznaczonych na wyjazd, zarówno krajowy, jak i zagraniczny. W 2001 roku jeden wyjazd obejmował przeciętnie 13 dni, a w 2009 roku – 11 dni.



Ryc. 4.8. Przeciętny czas trwania jednego wyjazdu.

Źródło: obliczenia własne na podstawie bazy danych indywidualnych obserwacji nieidentyfikowalnych z badania modułowego „Turystyka i wypoczynek w gospodarstwach domowych” za lata 2001, 2005 i 2009

W przekroju pięciu grup kwintylowych zanotowano spadek liczby dni przeznaczonych na wyjazd wśród wszystkich gospodarstw, niezależnie od poziomu dochodów (rys. 4.9). W 2009 roku spadek nie dotyczył jedynie gospodarstw uzyskujących dochód na poziomie czwartej grupy kwintylowej. We wszystkich gospodarstwach najdłuższe wyjazdy realizowano w 2001 roku. Badania wykazały, że w 2001 i 2005 roku najdłużej trwające wyjazdy ogółem realizowały gospodarstwa najuboższe,



Rys. 4.9. Czas trwania wyjazdów ogółem według grup kwintylowych.

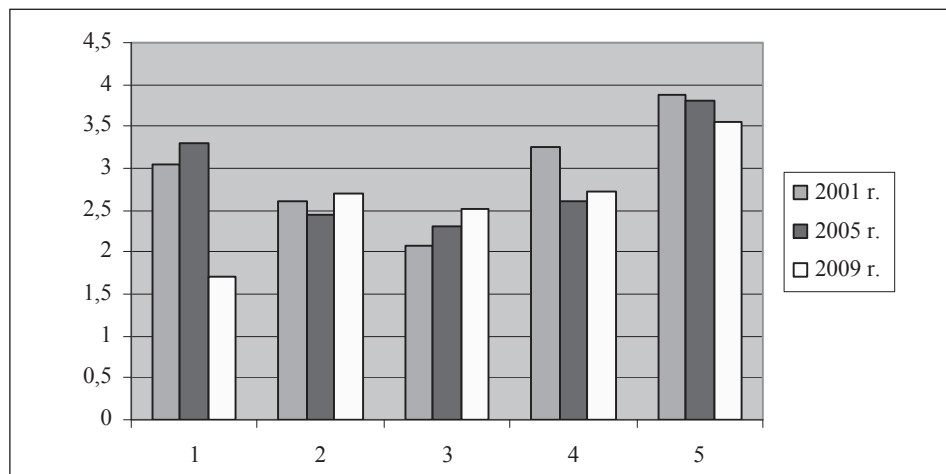
Źródło: obliczenia własne na podstawie bazy danych indywidualnych obserwacji nieidentyfikowalnych z badania modułowego „Turystyka i wypoczynek w gospodarstwach domowych” za lata 2001, 2005 i 2009

a w 2009 roku drastyczny spadek czasu ich trwania uplasował je na ostatniej pozycji. Gospodarstwa z drugiej i trzeciej grupy kwintylowej realizowały wyjazdy o podobnej długości, z występującą w kolejnych latach tendencją spadkową. Większa dynamika spadku czasu trwania wyjazdów dotyczyła natomiast gospodarstw najlepiej zarabiających.

Interesująco przedstawia się liczba dni przeznaczonych przez gospodarstwa domowe na wyjazd za granicę (rys. 4.10). Okazuje się, że w badanych latach najdłuższe wyjazdy zagraniczne realizowały gospodarstwa najbogatsze. Gospodarstwa te przeznaczały zatem więcej czasu na wyjazdy zagraniczne niż gospodarstwa o niższych dochodach, mimo zauważalnej tendencji spadkowej. W 2001 roku czas trwania wyjazdów zagranicznych, realizowanych przez gospodarstwa należące do pierwszej i trzeciej grupy kwintylowej, był krótszy niż w 2005 roku. Mimo ogólnej tendencji, polegającej na zmniejszaniu liczby dni przeznaczonych na wyjazd ogółem, w gospodarstwach z trzeciej grupy kwintylowej zaobserwowano wzrost czasu trwania wyjazdów zagranicznych kosztem krajowych.

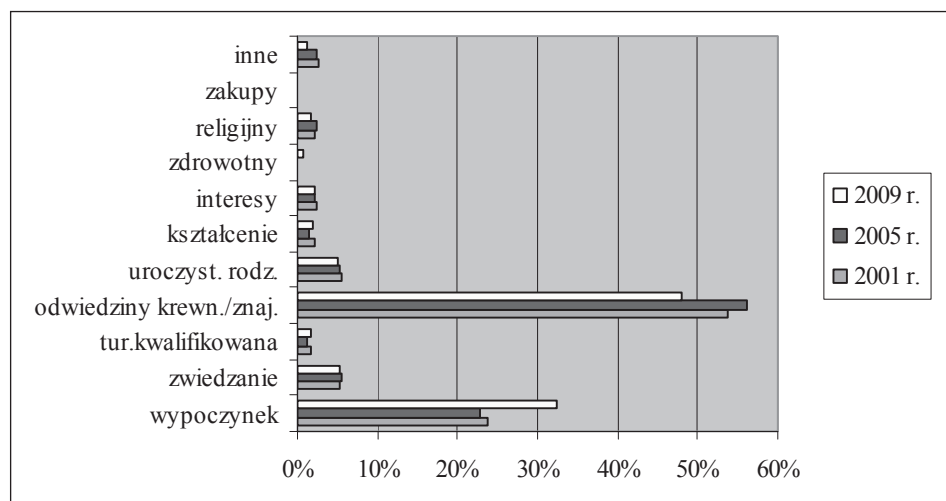
Istotnych informacji uzupełniających na temat wpływu dochodów uzyskiwanych przez gospodarstwa domowe na aktywność turystyczną dostarcza analiza struktury celów wyjazdów.

Wyniki badań, dotyczących celów krajowych wyjazdów trwających od 2 do 4 dni, przedstawiono na rysunku 4.11. Wskazują one, iż we wszystkich rozpatrywanych okresach największym zainteresowaniem cieszyły się odwiedziny krewnych i zna-



Rys. 4.10. Czas trwania wyjazdów zagranicznych według grup kwintylowych.

Źródło: obliczenia własne na podstawie bazy danych indywidualnych obserwacji nieidentyfikowalnych z badania modułowego „Turystyka i wypoczynek w gospodarstwach domowych” za lata 2001, 2005 i 2009



Rys. 4.11. Główny cel krótkotrwałych wyjazdów krajowych gospodarstw domowych (w %).

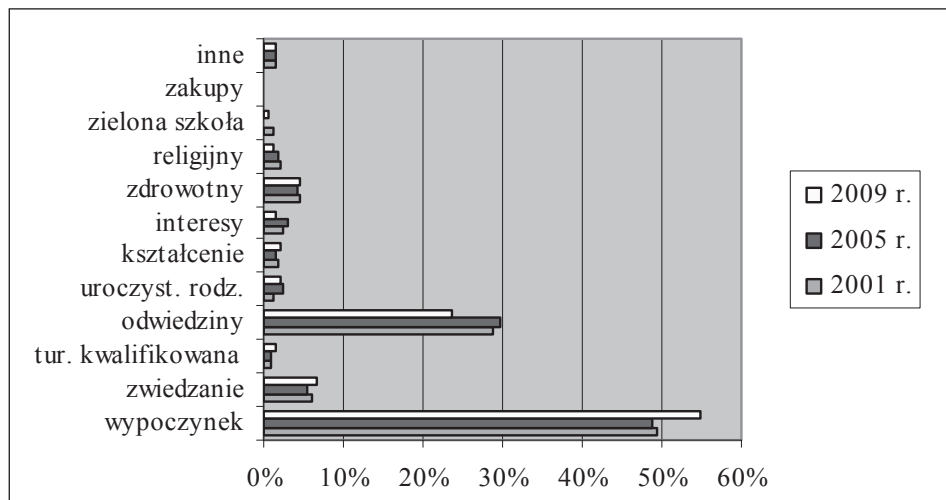
Źródło: obliczenia własne na podstawie bazy danych indywidualnych obserwacji nieidentyfikowalnych z badania modułowego „Turystyka i wypoczynek w gospodarstwach domowych” za lata 2001, 2005 i 2009

jomych. Zdecydowanie mniejszy był udział gospodarstw domowych w wyjazdach wypoczynkowych.

Zauważmy jednak, że w 2009 roku znacznemu spadkowi wyjazdów do krewnych/znajomych towarzyszył wzrost wyjazdów wypoczynkowych. Zdecydowanie rządziej

podróżowano w celach poznania architektury, kultury lub przyrody, a także w celach uczestnictwa w uroczystościach rodzinnych.

Jeśli chodzi o cele wyjazdów długoterminowych (krajowe trwające 5 dni i więcej lub zagraniczne trwające 2 dni i więcej) wystąpiła sytuacja odwrotna, najczęściej mianowicie wymieniano wypoczynek i rekreację, a na drugim miejscu znalazły się podróże podejmowane w celu odwiedzenia krewnych i znajomych (rys. 4.12).



Rys. 4.12. Główny cel wyjazdów długoterminowych gospodarstw domowych (w %).

Źródło: obliczenia własne na podstawie bazy danych indywidualnych obserwacji nieidentyfikowalnych z badania modułowego „Turystyka i wypoczynek w gospodarstwach domowych” za lata 2001, 2005 i 2009

Z obserwacji wpływu poziomu uzyskiwanych dochodów na wybór celu krótkotrwałych wyjazdów krajowych wynika, że wraz z wyższym poziomem dochodów rzadziej wyjeżdżano w celach odwiedzin krewnych lub znajomych, a częściej na wypoczynek. W zakresie podróży podejmowanych w 2001 roku odwiedziny u krewnych deklarowało aż 66% spośród gospodarstw najuboższych, a 45% spośród gospodarstw najlepiej sytuowanych (tab. 4.8). Im wyższe dochody, tym rzadsze były także wyjazdy mające na celu zwiedzanie atrakcji w danym kraju. W 2005 roku zależność między poziomem uzyskiwanych dochodów a celem podejmowanych przez gospodarstwa domowe wyjazdów nie była już tak oczywista jak w poprzednim okresie.

Powtórzyła się jednak tendencja, polegająca na tym, że gospodarstwa domowe o wyższym poziomie dochodów częściej podejmowały krótkotrwałe wyjazdy wypoczynkowe w kraju, a rzadziej odwiedzały krewnych lub znajomych niż gospodarstwa słabiej zarabiające. Pewne odstępstwo od tej reguły stanowiły gospodarstwa z trzeciej grupy kwintylowej. Podróże w sprawach zawodowych najczęściej wykazywały go-

Tabela 4.8. Główny cel krótkotrwałych wyjazdów krajowych według grup kwintylowych (w %)

Cel wyjazdów	1 grupa kwintylowa	2 grupa kwintylowa	3 grupa kwintylowa	4 grupa kwintylowa	5 grupa kwintylowa
2001					
wypoczynek	13,48	17,27	17,82	26,25	33,74
zwiedzanie	7,21	6,87	5,78	4,88	3,88
turystyka kwalifikowana	0,27	0,80	2,03	2,13	2,49
odwiedziny krewnych/ znajomych	66,45	59,82	58,18	49,27	45,20
uroczystości rodzinne	6,72	6,01	7,36	5,11	4,18
kształcenie	2,47	1,86	3,03	2,46	1,66
interesy	0,00	0,79	0,65	2,25	5,20
zdrowotny	0,00	0,31	0,89	0,16	0,00
religijny	2,06	2,91	3,14	1,97	1,44
zakupy	0,00	0,00	0,00	0,16	0,09
inne	1,34	3,35	1,12	5,35	2,12
2005					
wypoczynek	15,73	21,15	15,76	24,51	29,83
zwiedzanie	6,72	7,38	5,36	5,02	4,54
turystyka kwalifikowana	1,91	0,83	1,46	0,43	1,67
odwiedziny krewnych/ znajomych	65,35	58,56	60,73	57,88	46,30
uroczystości rodzinne	4,45	5,93	7,08	4,56	4,79
kształcenie	0,19	1,50	0,57	0,46	3,49
interesy	0,36	1,12	0,70	1,44	5,24
zdrowotny	0,78	0,16	0,27	0,34	0,25
religijny	2,56	2,22	3,55	2,11	1,97
zakupy	0,00	0,19	0,14	0,00	0,11
inne	1,93	0,97	4,37	3,24	1,82
2009					
wypoczynek	22,80	26,64	31,93	34,03	37,41
zwiedzanie	7,99	4,87	5,79	3,86	5,08
turystyka kwalifikowana	0,18	0,98	3,90	1,26	1,79
odwiedziny krewnych/ znajomych	56,36	51,20	43,62	52,36	42,86
uroczystości rodzinne	5,89	8,98	6,07	4,25	3,29
kształcenie	2,91	2,74	3,20	0,10	1,47
interesy	0,17	0,45	1,28	1,58	4,13
zdrowotny	1,05	1,19	0,75	0,00	0,71
religijny	2,21	1,39	1,43	1,95	1,31
zakupy	0,14	0,82	0,00	0,00	0,10
inne	0,31	0,76	2,03	0,61	1,86

Źródło: obliczenia własne na podstawie bazy danych indywidualnych obserwacji nieidentyfikowalnych z badania modułowego „Turystyka i wypoczynek w gospodarstwach domowych” za lata 2001, 2005 i 2009

spodarstwa osiągające dochody na poziomie piątej grupy kwintylowej. W 2009 roku zaobserwowano mniejszy odsetek gospodarstw ze wszystkich grup kwintylowych wyjeżdżających w celu odwiedzin krewnych lub znajomych, niemniej podróże te nadal były najczęściej podejmowane. Jednocześnie we wszystkich grupach odnotowano znaczny wzrost wyjazdów wypoczynkowych.

W zakresie wyjazdów długoterminowych w 2001 roku ponad połowa gospodarstw z trzeciej oraz piątej grupy kwintylowej deklarowała jako główny cel wyjazdu wypoczynek (tab. 4.9). Dla gospodarstw z pozostałych grup był to także najważniejszy

Tabela 4.9. Główny cel wyjazdów długoterminowych według grup kwintylowych (w %)

Cel wyjazdów	1 grupa kwintylowa	2 grupa kwintylowa	3 grupa kwintylowa	4 grupa kwintylowa	5 grupa kwintylowa
2001					
wypoczynek	44,88	45,50	53,14	49,39	50,97
zwiedzanie	2,68	6,14	3,02	6,41	9,53
turystyka kwalifikowana	1,16	0,94	0,65	1,59	0,54
odwiedziny krewnych/ znajomych	36,63	31,35	30,78	30,24	22,22
uroczystości rodzinne	1,79	1,53	0,45	1,35	0,80
kształcenie	0,92	2,21	2,68	1,76	1,84
interesy	2,55	2,16	1,71	1,54	3,52
zdrowotny	2,98	4,40	3,05	3,42	6,84
religijny	2,95	2,56	2,04	1,33	1,62
zielona szkoła	2,37	2,21	1,56	0,44	0,54
zakupy	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
inne	1,10	1,00	0,93	2,52	1,58
2005					
wypoczynek	50,20	47,64	47,36	47,68	50,32
zwiedzanie	4,15	4,48	4,69	7,01	6,14
turystyka kwalifikowana	0,83	0,72	0,18	1,08	1,66
odwiedziny krewnych/ znajomych	28,37	32,39	32,13	32,29	26,25
uroczystości rodzinne	2,27	2,14	2,75	2,19	2,50
kształcenie	1,61	2,11	1,89	0,53	1,51
interesy	1,14	3,69	1,59	1,30	5,91
zdrowotny	4,40	3,14	4,95	5,87	3,28
religijny	2,76	2,34	3,01	1,49	0,57

zielona szkoła	1,08	0,44	0,00	0,19	0,11
zakupy	0,00	0,00	0,00	0,00	0,21
inny	3,19	0,91	1,45	0,38	1,55
2009					
wypoczynek	55,23	54,20	55,74	55,12	54,09
zwiedzanie	3,12	4,36	4,70	7,20	9,33
turystyka kwalifikowana	0,52	0,81	1,83	1,25	2,01
odwiedziny krewnych/ znajomych	27,80	29,48	23,03	22,29	20,64
uroczystości rodzinne	2,21	2,30	1,57	2,02	2,07
kształcenie	3,61	1,35	2,54	1,84	1,70
interesy	0,59	0,40	0,78	1,07	2,98
zdrowotny	2,98	4,58	6,19	4,36	4,53
religijny	2,16	0,50	1,92	1,31	0,80
zielona szkoła	0,94	1,03	0,77	0,35	0,63
zakupy	0,00	0,00	0,00	0,00	0,13
inne	0,84	0,99	0,93	3,19	1,08

Źródło: obliczenia własne na podstawie bazy danych indywidualnych obserwacji nieidentyfikowalnych z badania modułowego „Turystyka i wypoczynek w gospodarstwach domowych” za lata 2001, 2005 i 2009

powód podjęcia podróży (nieco poniżej 50%). Wśród gospodarstw odwiedzających krewnych i znajomych największy udział miały gospodarstwa najslabiej zarabiające (37%). Wraz ze wzrostem dochodów rzadziej podejmowano podróże w tym celu. Zaobserwowano również, że im wyższy poziom uzyskiwanych dochodów, tym częstsze były podróże w celach poznawczych oraz zdrowotnych. W 2005 roku spadł odsetek gospodarstw wyjeżdżających głównie na wypoczynek z trzeciej grupy kwintylowej, wzrósł natomiast odsetek z pierwszej oraz z drugiej grupy kwintylowej. W zakresie wyjazdów do krewnych i znajomych zaobserwowano znaczny spadek odsetka gospodarstw z pierwszej grupy kwintylowej, natomiast wzrost odsetka gospodarstw z pozostałych grup dochodowych. Spośród gospodarstw podróżujących głównie z myślą o zwiedzaniu przeważały gospodarstwa osiągające dochody na poziomie czwartej grupy kwintylowej. W 2009 roku podróże związane z wypoczynkiem podjęło ponad 54% gospodarstw ze wszystkich grup kwintylowych. Spadł natomiast znacznie odsetek gospodarstw odwiedzających krewnych i znajomych. Wraz ze wzrostem dochodów częściej podróżowano w celu zwiedzania (3% spośród gospodarstw najuboższych, 9% z gospodarstw najlepiej zarabiających).

Jak wykazano, poziom uzyskiwanych przez gospodarstwa domowe dochodów wpływa na strukturę celów wyjazdów turystycznych. Warto zatem przyrzeć się relacji dochodów do wydatków ponoszonych na te wyjazdy, zwłaszcza pod względem długości trwania i rodzajów wyjazdów.

4.2. Wpływ wielkości osiągniętych dochodów w gospodarstwie domowym na wydatki na wyjazdy turystyczne

Dalsza część analizy dotyczy weryfikacji zależności pomiędzy wielkością dochodów gospodarstw domowych a poziomem i strukturą ponoszonych przez nie wydatków turystycznych⁷⁴. W celu określenia miejsca wydatków na wyjazdy turystyczne w strukturze konsumpcji przyjrano się udziałowi tychże wydatków w wydatkach ogółem.

W tabeli 4.10 zaprezentowano średnie wartości wydatków całkowitych na wyjazdy turystyczne. Obejmują one wydatki poniesione przez gospodarstwo domowe w związ-

Tabela 4.10. Wydatki całkowite na wyjazdy turystyczne oraz frakcje gospodarstw domowych z tymi wydatkami (w cenach z 2009 r.)

Grupy kwintylowe (dochód/osobę)	2001		2005		2009	
	Wydatki całkowite (zł)	Frakcje gospodarstw domowych z wydatkami na wyjazdy turystyczne	Wydatki całkowite (zł)	Frakcje gospodarstw domowych z wydatkami na wyjazdy turystyczne	Wydatki całkowite (zł)	Frakcje gospodarstw domowych z wydatkami na wyjazdy turystyczne
1	1174,65	0,42	1211,35	0,43	1358,34	0,44
2	1452,91	0,53	1321,41	0,47	1783,64	0,49
3	1637,37	0,52	1660,24	0,50	2414,87	0,50
4	1884,21	0,52	1742,81	0,55	2411,24	0,62
5	2743,89	0,70	3066,45	0,69	3670,16	0,73
ogół	1864,47	0,54	1913,14	0,53	2464,56	0,56

Źródło: obliczenia własne na podstawie bazy danych indywidualnych obserwacji nieidentyfikowalnych z badania modułowego „Turystyka i wypoczynek w gospodarstwach domowych” za lata 2001, 2005 i 2009

⁷⁴ Wydatki turystyczne obejmowały łączne wydatki na usługi noclegowe, transportowe, gastronomiczne, kulturalno-rekreacyjne, ewentualne opłaty dla organizatorów oraz wydatki na zakupy bezpośrednio związane z wyjazdem. Uwzględniano w nich wydatki na usługi turystyczne zakupione ze środków pochodzących z dofinansowania. Jeśli natomiast dofinansowanie było kierowane bezpośrednio do wytwórcy danej usługi, nie ujmowano go w wydatkach gospodarstw domowych (Turystyka i wypoczynek 2001, XXV).

ku z wyjazdami krajowymi i zagranicznymi poza miejsce zamieszkania w celach turystycznych. Dotyczą zarówno wyjazdów krótkich, jak i długoterminowych. Nie obejmują natomiast wydatków na zakup sprzętu turystycznego.

Wszystkie średnie wydatki obliczono dla tych gospodarstw, które ponosiły dany typ wydatków (nie brano pod uwagę wydatków zerowych do wyznaczenia średniej). Zatem w 2001 roku uwzględniono 3957 gospodarstw domowych, w 2005–2004, a w 2009 roku – 4636. Ponadto wszystkie wydatki oraz dochody wyrażono w cenach z 2009 roku. Wyznaczono także frakcje gospodarstw domowych, w których dokonano wydatków na dany typ wyjazdów.

Uzyskane wyniki przekonują o istnieniu prawidłowości, że wraz ze wzrostem dochodów na osobę w poszczególnych grupach kwintylowych wzrasta poziom wydatków na turystykę. Porównując jednak wysokość wydatków całkowitych na wyjazdy turystyczne w poszczególnych latach, zaobserwowano, iż w 2005 roku – mimo realnego wzrostu dochodów na osobę w drugiej (o ok. 9%) i czwartej grupie kwintylowej (o ok. 12%) – nastąpił spadek tychże wydatków (odpowiednio o 9 i 7,5%). Jednak w 2009 roku w grupach tych w związku ze znacznym wzrostem dochodów (w drugiej grupie o 28%, a w czwartej o 25% w stosunku do poprzedniego okresu) nastąpił znaczny wzrost wydatków na wyjazdy turystyczne (w drugiej grupie o 35%, a w czwartej aż o 38% w stosunku do poprzedniego okresu). Największy wzrost wydatków odnotowano jednak w trzeciej grupie dochodowej (o 45,5%). W wyodrębnionych grupach dochodowych zdecydowanie największymi wydatkami charakteryzowały się gospodarstwa osiągające najwyższe dochody (w 2001 – 69,5%, a w 2009 roku – 72,8% gospodarstw z tej grupy poniosło wydatki na wyjazdy turystyczne). W pierwszej grupie kwintylowej odnotowano średnio 43% gospodarstw domowych ponoszących ten rodzaj wydatków. Zaobserwowano, że wraz ze znacznym wzrostem dochodów rośnie odsetek gospodarstw domowych uczestniczących w całkowitych wydatkach na turystykę. W 2001 roku 53,7% gospodarstw poniosło wydatki na wyjazdy turystyczne (w wysokości ok. 1864 zł). W 2005 roku średnie wydatki całkowite na wyjazdy turystyczne wzrosły jedynie o 2,6% wobec roku 2001 (dochody realne wzrosły o ok. 12%), nastąpił jednak spadek odsetka gospodarstw domowych ponoszących te wydatki (do 52,7%). W 2009 roku odnotowano natomiast wyraźny wzrost wydatków o 28,8% wobec roku 2005 (wzrost dochodów o 27%), a także gospodarstw, które je ponosiły (do 55,8%).

Kolejna analiza dotyczy wydatków na wyjazdy krótkie, czyli krajowe wyjazdy na 2–4 dni, obejmujące 1–3 noce, oraz jednodniowe wyjazdy zagraniczne beznoclegowe. Wyniki badań zamieszczono w tabeli 4.11. Zaobserwowany w analizie całkowitych wydatków na wyjazdy turystyczne spadek wydatków w drugiej i czwartej grupie kwintylowej w 2005 roku znajduje odzwierciedlenie w wydatkach na wyjazdy krótkie (odpowiednio o 16 i 6%). Spadły również wydatki w grupie gospodarstw najslabiej zarabiających. W 2009 roku w drugiej grupie w następstwie zwiększenia dochodów o około 28% nastąpił wzrost wydatków aż o 55%, a w czwartej wzrost dochodów o około 25% spowodował wzrost wydatków na krótkie wyjazdy turystyczne o 33%.

Tabela 4.11. Wydatki na krótkie wyjazdy turystyczne i frakcje gospodarstw domowych z tymi wydatkami (w cenach z 2009 r.)

Grupy kwintylowe (dochód/osobę)	2001		2005		2009	
	Wydatki (zł)	Frakcje gospodarstw domowych z wydatkami na wyjazdy krótkie	Wydatki (zł)	Frakcje gospodarstw domowych z wydatkami na wyjazdy krótkie	Wydatki (zł)	Frakcje gospodarstw domowych z wydatkami na wyjazdy krótkie
1	325,66	0,20	301,63	0,22	490,14	0,25
2	467,91	0,32	392,88	0,27	607,86	0,27
3	449,13	0,30	467,01	0,28	734,32	0,28
4	559,97	0,29	527,32	0,32	701,57	0,33
5	706,08	0,40	802,86	0,40	976,60	0,45
ogół	527,41	0,30	533,18	0,30	736,89	0,31

Źródło: obliczenia własne na podstawie bazy danych indywidualnych obserwacji nieidentyfikowalnych z badania modułowego „Turystyka i wypoczynek w gospodarstwach domowych” za lata 2001, 2005 i 2009

Największy wzrost wydatków na krótkie wyjazdy turystyczne odnotowano w gospodarstwach domowych, które znajdowały się w trzeciej grupie dochodowej (57% wobec wydatków w 2005 r., wzrost dochodów ok. 27%).

Na podstawie uzyskanych danych można wnioskować, że niewielki wzrost dochodów w 2005 roku nie był na tyle wystarczający, aby spowodować wzrost wydatków na turystykę w trzech grupach kwintylowych, nastąpił natomiast wzrost wydatków na inne produkty lub usługi (wzrosły ceny paliw i energii, co przełożyło się na podwyżki cen związanych z transportem oraz utrzymaniem mieszkania) (Warunki życia 2007, 61). Spadł również odsetek gospodarstw domowych ponoszących wydatki na krótkie wyjazdy turystyczne. Sytuacja uległa poprawie w 2009 roku, gdyż wraz ze średnim wzrostem dochodów na poziomie 26% nastąpił wzrost wydatków na krótkie wyjazdy we wszystkich grupach kwintylowych średnio o 38%. Wzrósł również nieznacznie odsetek gospodarstw ponoszących wydatki na wyjazdy krótkoterminowe, zwłaszcza w piątej grupie dochodowej (z 40 do 45%). Świadczy to o możliwości poczynienia przez gospodarstwa domowe oszczędności w ramach środków finansowych pozostałych po opłaceniu wszelkich dóbr i usług, służących zaspokojeniu podstawowych potrzeb.

W celu dokładniejszej analizy zależności wydatków na krótkie wyjazdy turystyczne od dochodów dokonano odrębnej analizy wydatków na krajowe wyjazdy krótkoterminowe (2–4 dni) oraz zagraniczne (1-dniowe). W tabeli 4.12 przedstawiono wydatki na krótkie wyjazdy krajowe oraz udział gospodarstw domowych ponoszących takie wydatki. Uzyskane wyniki wskazują na istniejącą zależność między wysokością wydatków a poziomem uzyskiwanych dochodów w poszcze-

Tabela 4.12. Wydatki na krajowe wyjazdy krótkoterminowe i frakcje gospodarstw domowych z tymi wydatkami (w cenach z 2009 r.)

Grupy kwintylowe (dochód/osobę)	2001		2005		2009	
	Wydatki (zł)	Frakcje gospodarstw domowych z wydatkami na wyjazdy krótkie	Wydatki (zł)	Frakcje gospodarstw domowych z wydatkami na wyjazdy krótkie	Wydatki (zł)	Frakcje gospodarstw domowych z wydatkami na wyjazdy krótkie
1	311,30	0,19	302,14	0,21	475,74	0,25
2	453,17	0,31	394,43	0,26	611,31	0,26
3	423,60	0,29	456,95	0,27	749,08	0,26
4	555,64	0,28	529,15	0,30	700,85	0,32
5	668,78	0,39	776,98	0,39	971,45	0,45
ogół	506,18	0,29	525,30	0,29	736,12	0,31

Źródło: obliczenia własne na podstawie bazy danych indywidualnych obserwacji nieidentyfikowalnych z badania modułowego „Turystyka i wypoczynek w gospodarstwach domowych” za lata 2001, 2005 i 2009

gólnych grupach kwintylowych. Jednak realny wzrost dochodów w 2005 roku nie przyczynił się do wzrostu wydatków na kilkudniowe wyjazdy turystyczne w kraju, lecz zaobserwowano ich spadek. Prawdopodobnie przyczyną takiego stanu rzeczy był jednoczesny wzrost cen surowców, który spowodował podwyżki cen wielu produktów i usług. W 2009 roku w stosunku do roku 2001 wydatki te wzrosły ogółem o 45%, natomiast udział gospodarstw domowych ponoszących te wydatki wzrósł nieznacznie (z 29 do 30%).

W przypadku wydatków na jednodniowe wyjazdy zagraniczne wyniki pozwalają przypuszczać, że istnieje brak zależności między wysokością ponoszonych wydatków a grupą kwintylową (tab. 4.13). Niewielka zależność zachodzi natomiast pomiędzy poziomem uzyskiwanych dochodów a udziałem w wydatkach. Wraz ze wzrostem dochodów udział gospodarstw domowych w wydatkach nieznacznie wzrastał.

Ogółem w 2009 roku nastąpił spadek wydatków na krótkie wyjazdy zagraniczne (o 13,6% w stosunku do 2001 r.) oraz spadek udziału gospodarstw domowych ponoszących te wydatki (do 1%). Należy zaznaczyć, że wydatki na krótkie wyjazdy krajowe były wyższe od wydatków na wyjazdy zagraniczne z powodu dłuższego trwania tych pierwszych (z co najmniej jednym noclegiem poza miejscem zamieszkania). Uwzględnione w badaniu wyjazdy zagraniczne były beznoclegowe. Zdecydowanie większy odsetek gospodarstw domowych ponosił wydatki na długie wyjazdy turystyczne niż na wyjazdy krótkie (tab. 4.14).

Najwięcej gospodarstw z pierwszych trzech grup kwintylowych ponosiło wydatki na dłuższe wyjazdy w 2001 roku. W kolejnych okresach, mimo wzrostu wydatków

Tabela 4.13. Wydatki na zagraniczne wyjazdy krótkoterminowe i frakcje gospodarstw domowych z tymi wydatkami (w cenach z 2009 r.)

Grupy kwintylowe (dochód/osobę)	2001		2005		2009	
	Wydatki (zł)	Frakcje gospodarstw domowych z wydatkami na wyjazdy krótkie	Wydatki (zł)	Frakcje gospodarstw domowych z wydatkami na wyjazdy krótkie	Wydatki (zł)	Frakcje gospodarstw domowych z wydatkami na wyjazdy krótkie
1	385,04	0,01	199,37	0,01	371,23	0,01
2	378,32	0,02	218,00	0,01	322,84	0,01
3	521,85	0,02	608,09	0,01	306,70	0,02
4	296,16	0,02	309,53	0,02	385,17	0,01
5	442,07	0,04	902,35	0,02	394,89	0,02
ogół	413,94	0,02	495,77	0,01	357,81	0,01

Źródło: obliczenia własne na podstawie bazy danych indywidualnych obserwacji nieidentyfikowalnych z badania modułowego „Turystyka i wypoczynek w gospodarstwach domowych” za lata 2001, 2005 i 2009

Tabela 4.14. Wydatki na długie wyjazdy turystyczne i frakcje gospodarstw domowych z tymi wydatkami (w cenach z 2009 r.)

Grupy kwintylowe (dochód/osobę)	2001		2005		2009	
	Wydatki (zł)	Frakcje gospodarstw domowych z wydatkami na wyjazdy długie	Wydatki (zł)	Frakcje gospodarstw domowych z wydatkami na wyjazdy długie	Wydatki (zł)	Frakcje gospodarstw domowych z wydatkami na wyjazdy długie
1	1416,87	0,30	1519,03	0,29	1701,43	0,28
2	1758,20	0,36	1665,85	0,31	2140,58	0,33
3	1925,33	0,37	1963,58	0,36	2780,50	0,37
4	2169,48	0,37	1912,29	0,41	2641,04	0,48
5	2888,98	0,56	3323,59	0,54	3803,69	0,59
ogół	2140,22	0,39	2219,31	0,38	2789,92	0,41

Źródło: obliczenia własne na podstawie bazy danych indywidualnych obserwacji nieidentyfikowalnych z badania modułowego „Turystyka i wypoczynek w gospodarstwach domowych” za lata 2001, 2005 i 2009

w tych grupach, spadł odsetek gospodarstw, które je ponosiły⁷⁵. Wzrastał natomiast odsetek gospodarstw o najwyższych dochodach, realizujących wydatki na wyjazdy długie. W 2009 roku wydatki te ponosiło 48% gospodarstw z czwartej grupy kwintylowej.

⁷⁵ Na opłacenie raz w roku tygodniowego wyjazdu dla całej rodziny nie stać było 70% gospodarstw (Warunki życia 2007, 17).

tylowej oraz 58,7% gospodarstw z grupy piątej. W 2009 roku zaobserwowano wysoki wzrost wydatków na długie wyjazdy turystyczne we wszystkich grupach kwintylowych oraz wzrost odsetka gospodarstw domowych ponoszących te wydatki.

W tabeli 4.15 zaprezentowano średnie wydatki na krajowe wyjazdy długoterminowe (trwające 5 dni i dłużej) w zależności od dochodów oraz udziału gospodarstw domowych w tych wydatkach. Podobnie jak w przypadku wydatków na krajowe wyjazdy krótkookresowe, tak i tu występuje prawidłowość, że wraz ze wzrostem dochodów wzrastają wydatki w poszczególnych grupach kwintylowych gospodarstw domowych. Zauważalny jest także spadek średnich wydatków w 2005 roku oraz wyraźny wzrost w roku 2009, analogiczny do wydatków na wyjazdy krótkie. Ogółem w wydatkach na długie wyjazdy krajowe uczestniczyło około 33% gospodarstw domowych, a więc o około 3 pkt proc. więcej niż w wydatkach na krajowe wyjazdy krótkoterminowe.

Tabela 4.15. Wydatki na krajowe wyjazdy długoterminowe i frakcje gospodarstw domowych z tymi wydatkami (w cenach z 2009 r.)

Grupy kwintylowe (dochód/osobę)	2001		2005		2009	
	Wydatki (zł)	Frakcje gospodarstw domowych z wydatkami na wyjazdy długie	Wydatki (zł)	Frakcje gospodarstw domowych z wydatkami na wyjazdy długie	Wydatki (zł)	Frakcje gospodarstw domowych z wydatkami na wyjazdy długie
1	1158,45	0,28	1121,57	0,26	1467,52	0,24
2	1289,75	0,31	1417,84	0,27	1677,13	0,29
3	1575,31	0,33	1511,29	0,32	2051,71	0,31
4	1668,49	0,32	1545,92	0,36	1910,19	0,41
5	1847,83	0,45	1889,02	0,41	2176,27	0,44
ogół	1545,59	0,34	1536,00	0,33	1903,54	0,34

Źródło: obliczenia własne na podstawie bazy danych indywidualnych obserwacji nieidentyfikowalnych z badania modułowego „Turystyka i wypoczynek w gospodarstwach domowych” za lata 2001, 2005 i 2009

Kształtowanie się wydatków na zagraniczne wyjazdy długoterminowe przedstawiono w tabeli 4.16.

Analogicznie do jednodniowych wyjazdów zagranicznych w przypadku wydatków na wyjazdy dłuższe nie zachodzi wyraźna zależność pomiędzy wydatkami a poziomem dochodów. Przykładem są wyższe wydatki ponoszone przez gospodarstwa z trzeciej grupy kwintylowej niż z grupy czwartej. Jedyna zauważalna prawidłowość dotyczy najwyższych wydatków gospodarstw domowych należących do piątej grupy kwintylowej. Zaobserwowano, że w poszczególnych okresach badawczych nastąpił znaczny wzrost udziału gospodarstw z tej grupy w wydatkach (w 2001 r. odsetek

Tabela 4.16. Wydatki na zagraniczne wyjazdy długoterminowe i frakcje gospodarstw domowych z tymi wydatkami (w cenach z 2009 r.)

Grupy kwintylowe (dochód/osobę)	2001		2005		2009	
	Wydatki (zł)	Frakcje gospodarstw domowych z wydatkami na wyjazdy długie	Wydatki (zł)	Frakcje gospodarstw domowych z wydatkami na wyjazdy długie	Wydatki (zł)	Frakcje gospodarstw domowych z wydatkami na wyjazdy długie
1	2426,71	0,02	3506,13	0,05	2578,40	0,05
2	3461,12	0,02	2178,53	0,06	3355,47	0,07
3	3225,93	0,02	3186,86	0,07	3877,74	0,10
4	2760,36	0,04	2356,94	0,09	3378,53	0,14
5	3637,57	0,09	4976,47	0,21	5131,53	0,25
ogół	3292,05	0,04	3694,94	0,09	4107,56	0,12

Źródło: obliczenia własne na podstawie bazy danych indywidualnych obserwacji nieidentyfikowalnych z badania modułowego „Turystyka i wypoczynek w gospodarstwach domowych” za lata 2001, 2005 i 2009

gospodarstw domowych wynosił 9%, w 2005 wzrósł aż do 20%, a w 2009 r. do 25%). Ogółem udział gospodarstw domowych w wydatkach na zagraniczne wyjazdy długookresowe wzrósł z 4% w 2001 do 12% w 2009 roku i był zdecydowanie wyższy niż w wydatkach na zagraniczne wyjazdy jednodniowe.

W dalszej części badań analizie poddano udział wydatków na wyjazdy turystyczne w wydatkach ogółem. Ze względu na przyjęty miesięczny przedział uzyskiwania dochodów przez gospodarstwo domowe udział wydatków na wyjazdy turystyczne dotyczy również miesiąca. Wyniki zaprezentowane w tabeli 4.17 odnoszą się do

Tabela 4.17. Udział wydatków na krótkoterminowe wyjazdy turystyczne w wydatkach ogółem (w %)

Grupy kwintylowe (dochód/osobę)	Wydatki na krajowe wyjazdy krótkoterminowe			Wydatki na zagraniczne wyjazdy krótkoterminowe		
	2001	2005	2009	2001	2005	2009
1	0,283	0,319	0,444	0,018	0,007	0,018
2	0,551	0,435	0,553	0,032	0,009	0,009
3	0,447	0,502	0,630	0,045	0,021	0,016
4	0,517	0,582	0,646	0,025	0,020	0,007
5	0,655	0,797	0,931	0,057	0,042	0,017
ogół	0,514	0,564	0,674	0,038	0,023	0,014

Źródło: obliczenia własne na podstawie bazy danych indywidualnych obserwacji nieidentyfikowalnych z badania modułowego „Turystyka i wypoczynek w gospodarstwach domowych” za lata 2001, 2005 i 2009

wszystkich gospodarstw domowych – uwzględniono zatem zarówno gospodarstwa, które poniosły wydatki na wyjazdy turystyczne, jak i te, które takich wydatków nie poniosły.

Zestawiając udział wydatków ogółem na krajowe i zagraniczne wyjazdy krótkoterminowe, w skali miesięcznej zauważalny jest większy udział wydatków na wyjazdy krajowe. W badanych latach nastąpił ponadto wzrost udziału wydatków na wyjazdy krajowe w wydatkach ogółem we wszystkich grupach kwintylowych gospodarstw domowych. Wyjątek stanowi wyższy jednostkowo udział wydatków gospodarstw z drugiej grupy dochodowej w 2001 roku. Jednocześnie spadł odsetek wydatków na wyjazdy zagraniczne (z 0,04% w 2001 do 0,01% w 2009 r.). W czwartej grupie kwintylowej, w której przeważają gospodarstwa emerytów, zaobserwowano niższy udział wydatków na jednodniowe wyjazdy zagraniczne niż w grupie trzeciej.

W tabeli 4.18 przedstawiono udział wydatków gospodarstw domowych na długoterminowe wyjazdy turystyczne w wydatkach ogółem.

Tabela 4.18. Udział wydatków na długoterminowe wyjazdy turystyczne w wydatkach ogółem (w %)

Grupy kwintylowe (dochód/osobę)	Wydatki na krajowe wyjazdy długoterminowe			Wydatki na zagraniczne wyjazdy długoterminowe		
	2001	2005	2009	2001	2005	2009
1	0,870	0,889	0,950	0,146	0,466	0,328
2	1,059	1,135	1,280	0,190	0,372	0,640
3	1,321	1,499	1,661	0,153	0,590	0,992
4	1,295	1,630	1,901	0,259	0,549	1,156
5	1,711	1,676	1,816	0,632	2,156	2,265
ogół	1,312	1,422	1,577	0,314	0,973	1,213

Źródło: obliczenia własne na podstawie bazy danych indywidualnych obserwacji nieidentyfikowalnych z badania modułowego „Turystyka i wypoczynek w gospodarstwach domowych” za lata 2001, 2005 i 2009

Uzyskane wyniki dają podstawę do stwierdzenia, że istnieje zależność pomiędzy udziałem wydatków na krajowe wyjazdy długoterminowe a poziomem uzyskiwanych dochodów. Przeciętny udział tych wydatków w wydatkach ogółem wykazuje niewielką tendencję wzrostową (1,3% w 2001, 1,6% w 2009 r.). Wydatki na zagraniczne wyjazdy długoterminowe stanowiły mniejszy odsetek wydatków ogółem. Zależność od dochodów nie jest już tak widoczna jak w przypadku wyjazdów krajowych. Zaobserwowano jednak większą dynamikę wzrostu średniego udziału tych wydatków w wydatkach ogółem. Na uwagę zasługuje także duży wzrost udziału wydatków na wyjazdy zagraniczne w grupie gospodarstw osiągających najwyższe dochody (do 2,27% ogółu wydatków w 2009 r.).

Tabela 4.19. Udział wydatków całkowitych na wyjazdy turystyczne w wydatkach ogółem (w %)

Grupy kwintylowe (dochód/osobę)	2001	2005	2009
1	1,317	1,682	1,740
2	1,832	1,952	2,483
3	1,965	2,612	3,299
4	2,096	2,781	3,711
5	3,055	4,672	5,030
ogół	2,178	2,981	3,478

Źródło: obliczenia własne na podstawie bazy danych indywidualnych obserwacji nieidentyfikowalnych z badania modułowego „Turystyka i wypoczynek w gospodarstwach domowych” za lata 2001, 2005 i 2009

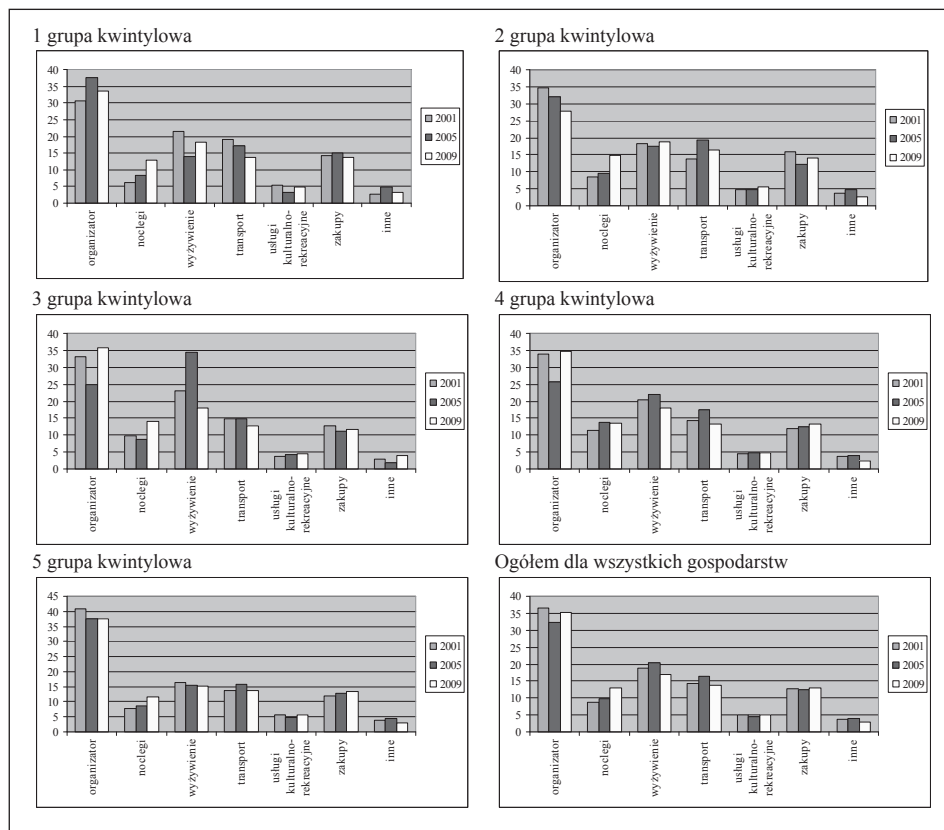
Udział wydatków na wyjazdy turystyczne, zarówno krajowe, jak i zagraniczne, w wydatkach ogółem zaprezentowano w tabeli 4.19.

Odsetek całkowitych wydatków na wyjazdy turystyczne wzrasta wraz z poziomem dochodów uzyskiwanych przez gospodarstwa domowe. Zdecydowanie największy udział wydatków na wyjazdy turystyczne w wydatkach ogółem wykazują gospodarstwa osiągające najwyższe dochody. Zaobserwowano wzrastający dysonans między udziałem tych wydatków w gospodarstwach o najwyższych i najniższych dochodach. W 2001 roku udział wydatków na wyjazdy turystyczne w piątej grupie kwintylowej był 2,3 razy wyższy niż w grupie pierwszej, a w 2009 roku wzrósł do 2,9 razy. Przeciętny udział wydatków na wyjazdy turystyczne w wydatkach ogółem wykazał tendencję wzrostową.

W celu ukazania zależności między strukturą wydatków a sytuacją materialną gospodarstw domowych przeprowadzono analizy dla poszczególnych grup kwintylowych (rys. 4.13).

Wyniki badań jednoznacznie wskazują, że gospodarstwa o najniższych dochodach największą część wydatków przeznaczały na usługi organizatorskie (maksymalnie 37,6% w 2005 r.). Następną w kolejności pozycję stanowiły w 2001 i 2009 roku usługi gastronomiczne, a w roku 2005 transportowe. Zaobserwowano wzrost udziału wydatków na usługi noclegowe (z 6,2% w 2001 do 12,9% w 2009 r.), spadek natomiast dotyczył udziału wydatków na transport (z 18,9% w 2001 do 13,6% w 2009 r.). Wydatki na zakupy kształtowały się na stabilnym poziomie i stanowiły przeciętnie 14% całkowitych wydatków w badanym przedziale czasu. Najmniejszy odsetek dotyczył wydatków na usługi kulturalno-rozrywkowe oraz inne.

W sytuacji gospodarstw domowych, które uzyskiwały dochody w granicach drugiej grupy kwintylowej, podobnie jak w przypadku gospodarstw najsłabiej zarabiających, największy udział wydatków przypadał na usługi organizatorskie, choć zaznaczyła się tu wyraźna tendencja malejąca. Wzrósł natomiast odsetek wydatków na noclegi, zwłaszcza w 2009 roku. Wydatki na wyżywienie stanowiły przeciętnie 18%



Rys. 4.13. Struktura wydatków na usługi turystyczne dla gospodarstw domowych według grup kwintylowych w latach 2001, 2005 i 2009 (w %).

Źródło: obliczenia własne na podstawie bazy danych indywidualnych obserwacji nieidentyfikowalnych z badania modułowego „Turystyka i wypoczynek w gospodarstwach domowych” za lata 2001, 2005 i 2009

wydatków ogółem w badanym okresie. Udział wydatków na usługi kulturalno-rekreacyjne utrzymywał się na stabilnym, aczkolwiek bardzo niskim poziomie (ok. 5%).

W przypadku gospodarstw osiągających dochody na średnim poziomie (3 grupa kwintylowa) najwyraźniej zarysowały się wydatki na usługi organizatorskie (w 2001 i 2009 r.) oraz gastronomiczne. Zaobserwowano dużą dynamikę wzrostu udziału wydatków na wyżywienie w 2005 roku w stosunku do roku 2001, a następnie nagły spadek w roku 2009. Wydatki na transport stanowiły 14,7% ogółu wydatków w 2001 i 2005 roku, natomiast w 2009 roku nastąpił ich spadek do poziomu 12,6%. Odsetek wydatków na zakupy wahał się w granicach 11–12,5%. Zaobserwowano niewielką tendencję wzrostową udziału wydatków na usługi kulturalno-rekreacyjne.

Odnosnie do gospodarstw osiągających dochody w ramach czwartej grupy kwintylowej, mimo wyraźnej dominacji udziału wydatków na usługi organizatorskie,

w całkowitych wydatkach na wyjazdy zaobserwowano, że w 2005 roku nastąpił znaczny spadek. Sytuacja taka dotyczyła również gospodarstw domowych plasujących się w trzeciej grupie dochodowej. Kolejną pozycję stanowiły wydatki na usługi gastronomiczne, a następnie transportowe. Uzyskane wyniki wskazują na nieznaczną tendencję wzrostową udziału wydatków na zakupy oraz usługi kulturalno-rekreacyjne.

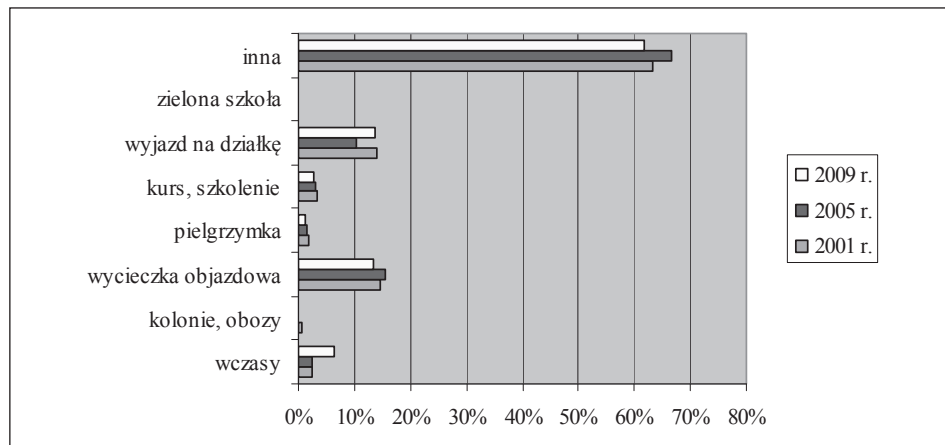
Zdecydowanie największy odsetek wydatków ponoszonych przez gospodarstwa o najwyższych dochodach stanowiły usługi organizatorskie. Udział tych usług wynosił w badanych latach ponad 37% całkowitych wydatków. Udział wydatków na pozostałe usługi był wyraźnie mniejszy. Wydatki na wyżywienie stanowiły przeciętnie 15% i zaznaczyły się niewielką tendencją malejącą. Zaobserwowano natomiast wzrost udziału wydatków na zakupy i noclegi. Gospodarstwa najlepiej zarabiające deklarowały najwyższy ze wszystkich gospodarstw odsetek wydatków na usługi kulturalno-rekreacyjne, choć nadal był on relatywnie niski.

Rozpatrując strukturę wydatków ogółem, można zauważyć przeważający udział wydatków turystycznych na usługi organizatorskie. Kolejne miejsce zajmowały wydatki na wyżywienie, a następnie na transport. Zaobserwowano wyraźny wzrost udziału wydatków na usługi noclegowe. Odsetek wydatków na usługi kulturalno-rekreacyjne utrzymywał się przez kolejne lata na zbliżonym poziomie (ok. 5%), podobnie jak i na zakupy (ok. 13%). W badanych latach trudno jednak zaobserwować bezpośredni wpływ dochodów na strukturę wydatków gospodarstw domowych.

4.3. Dochody gospodarstw domowych a formy wyjazdów turystycznych i sposoby podróżowania

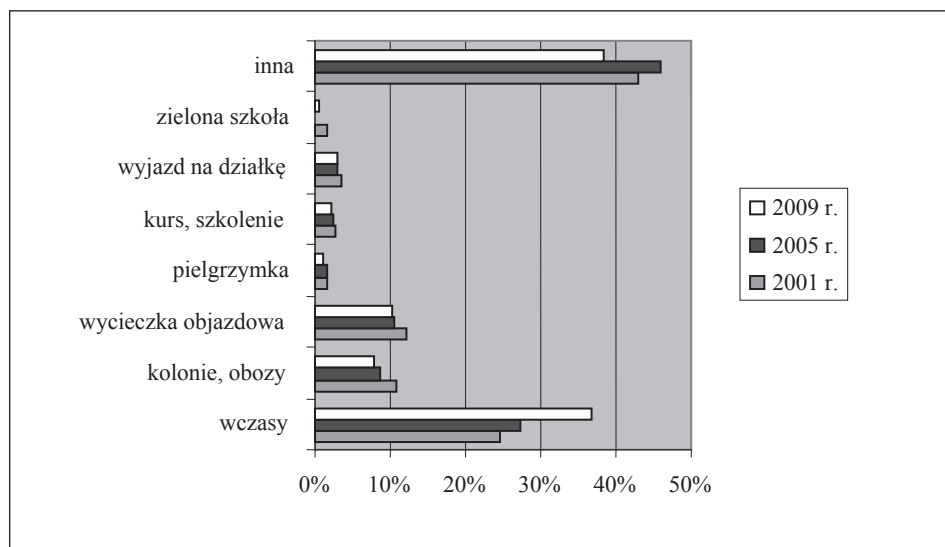
Analiza form krótkoterminowych wyjazdów krajowych wykazała, że wśród wskazanych w badaniu form wyjazdów: wczasów, kolonii i obozów, wycieczek i imprez objazdowych, pielgrzymek, kursów i szkoleń, wyjazdów na działkę, zielonych szkół oraz innych, gospodarstwa domowe najczęściej wymieniały ostatnią pozycję, na którą składają się m.in. wyjazdy do krewnych i znajomych. Deklarowane formy wyjazdów przedstawiono na rysunku 4.14. Drugą najczęściej wymienianą formą wyjazdów były wycieczki objazdowe. Ich alternatywę stanowiły wyjazdy na działkę. W 2009 roku wzrósł nieco odsetek gospodarstw wyjeżdżających na wczasy (z 2% w 2001 do 6% w 2009 r.).

W zakresie wyjazdów długoterminowych gospodarstwa domowe również najczęściej wskazywały tzw. inne formy, w tym wyjazdy do rodziny (rys. 4.15). Spośród pozostałych form najpopularniejsze były wczasy, zarówno krajowe, jak i zagraniczne. W 2001 roku wyjazd na wczasy deklarowało 25% gospodarstw wyjeżdżających, a w 2009 roku nastąpił wzrost do 37%. Zmniejszył się natomiast udział gospodarstw uczestniczących w imprezach objazdowych (z 12% w 2001 do 10% gospodarstw w 2009 r.) oraz w koloniach i obozach (z 11% w 2001 do 8% w 2009 r.). Najmniejszy udział stanowiły wyjazdy na tzw. zielone szkoły.



Rys. 4.14. Formy krótkotrwałych wyjazdów krajowych gospodarstw w latach 2001, 2005 i 2009 (w %).

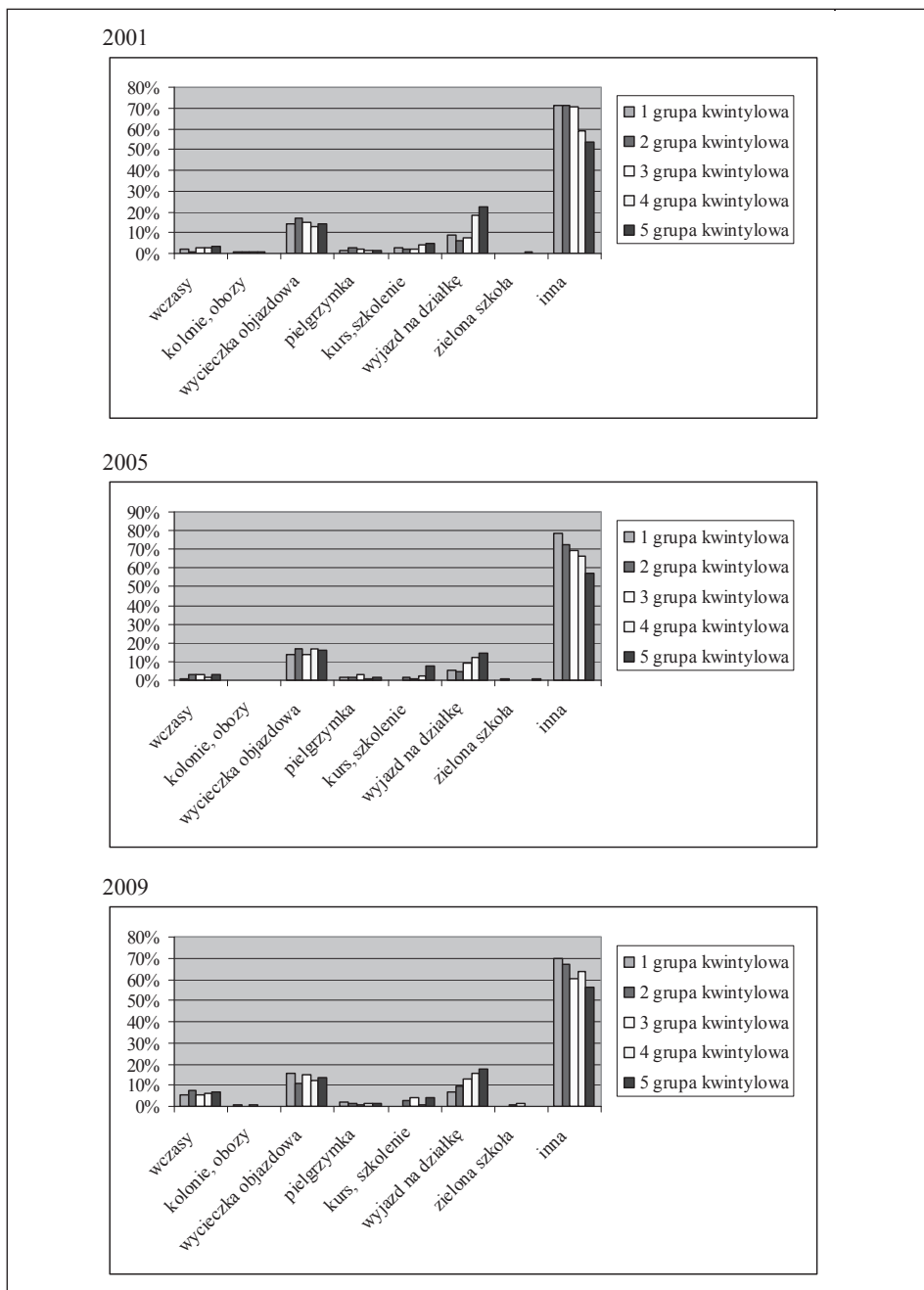
Źródło: obliczenia własne na podstawie bazy danych indywidualnych obserwacji nieidentyfikowalnych z badania modułowego „Turystyka i wypoczynek w gospodarstwach domowych” za lata 2001, 2005 i 2009



Rys. 4.15. Formy wyjazdów długotrwałych gospodarstw domowych (w %).

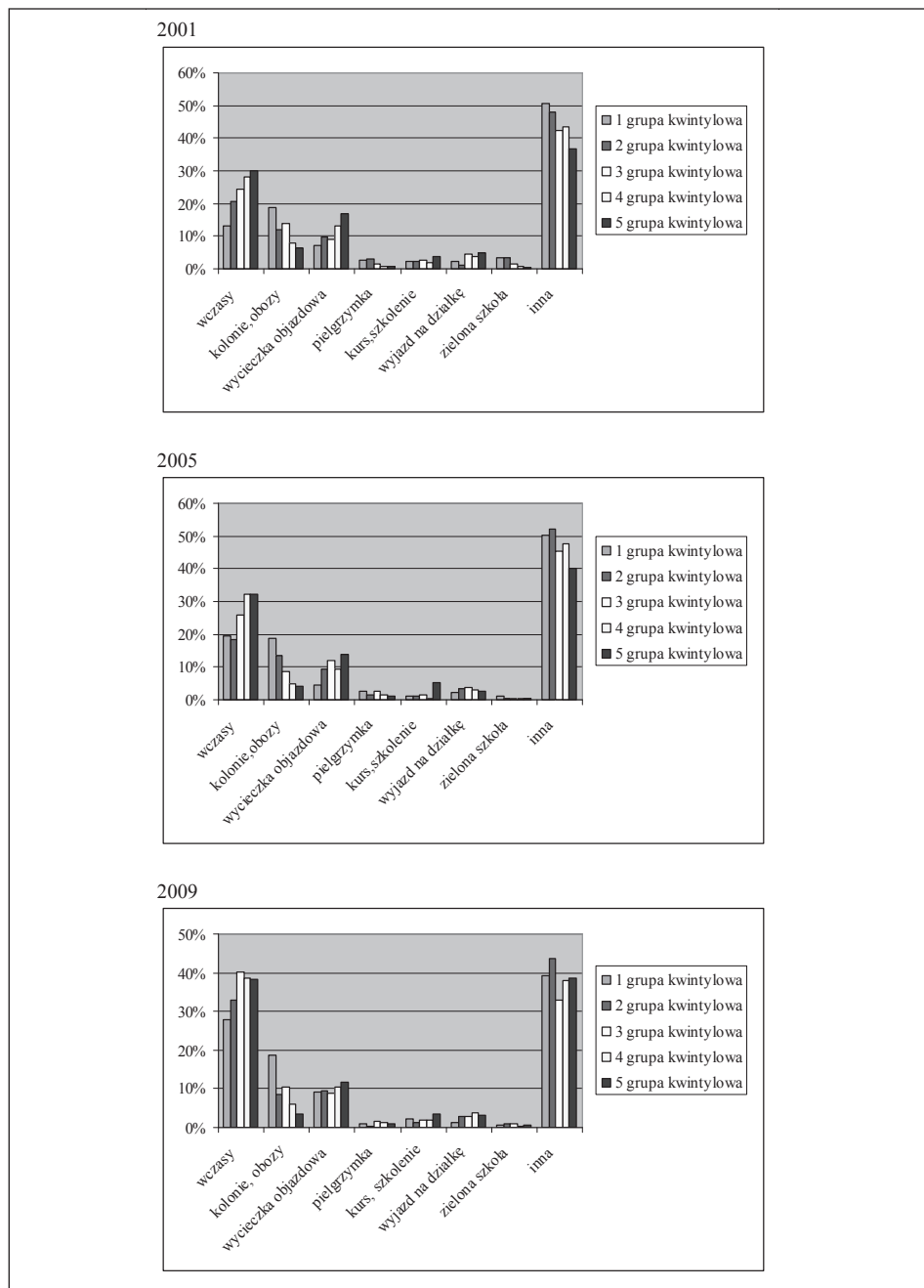
Źródło: obliczenia własne na podstawie bazy danych indywidualnych obserwacji nieidentyfikowalnych z badania modułowego „Turystyka i wypoczynek w gospodarstwach domowych” za lata 2001, 2005 i 2009

Na podstawie przeprowadzonych badań dokonano analizy wpływu poziomu dochodów, osiągniętych przez gospodarstwa domowe na wybór formy podróży. Wybór form krajowych wyjazdów krótkoterminowych w latach 2001–2009 według grup kwintylowych przedstawiono na rysunku 4.16. W 2001 roku gospodarstwa osiągnące



Rys. 4.16. Formy krajowych wyjazdów krótkoterminowych według grup kwintylowych gospodarstw domowych w latach 2001, 2005 i 2009 (w %).

Źródło: obliczenia własne na podstawie bazy danych indywidualnych obserwacji nieidentyfikowalnych z badania modułowego „Turystyka i wypoczynek w gospodarstwach domowych” za lata 2001, 2005 i 2009



Rys. 4.17. Formy wyjazdów długotrwałych gospodarstw domowych według grup kwintylowych w latach 2001, 2005 i 2009 (w %).

Źródło: obliczenia własne na podstawie bazy danych indywidualnych obserwacji nieidentyfikowalnych z badania modułowego „Turystyka i wypoczynek w gospodarstwach domowych” za lata 2001, 2005 i 2009

najniższe dochody częściej deklarowały wybór tzw. innych form podróży. Gospodarstwa najzamożniejsze, poza innymi formami podróży, najczęściej wyjeżdżały na działkę. W przypadku krajowych wycieczek nie zachodziła wyraźna zależność między wyborem tej formy podróży a poziomem uzyskiwanych dochodów, gdyż uczestniczyli w nich podobny odsetek gospodarstw ze wszystkich grup kwintylowych. W 2005 roku zaznaczył się wyraźny wpływ dochodów na wybór tzw. innej formy podróży. Im wyższe były dochody, tym rzadziej korzystano z tej formy wyjazdów, natomiast częściej zdecydowano się na wyjazdy na działkę (w przypadku gospodarstw z dwóch najwyższych grup kwintylowych nastąpił jednak spadek uczestnictwa w stosunku do poprzedniego okresu). Wzrósł odsetek gospodarstw z piątej grupy kwintylowej, biorących udział w wyjazdach dokształcających. W 2009 roku wystąpiła wyraźna dodatnia zależność pomiędzy poziomem uzyskiwanych dochodów a wyjazdami na działkę. Odnotowano także podobny odsetek wyjazdów na wczasy wśród gospodarstw ze wszystkich grup kwintylowych.

Na rysunku 4.17 przedstawiono zależność między poziomem dochodów uzyskiwanych przez gospodarstwa domowe w badanych latach a wybranymi formami wyjazdów długoterminowych. W 2001 roku gospodarstwa o najniższych dochodach najczęściej wybierały inne formy wyjazdów (w tym pobyty u rodziny) oraz kolonie lub obozy. Na wczasy oraz na wycieczki objazdowe wyjeżdżały najczęściej gospodarstwa osiągające najwyższe dochody. W 2005 roku nastąpił w porównaniu z rokiem 2001 wzrost udziału w innych formach wyjazdów gospodarstw ze wszystkich grup kwintylowych z wyjątkiem pierwszej. Zaobserwowano też większą aktywność w zakresie wyjazdów na wczasy wśród gospodarstw z pierwszej oraz czwartej grupy kwintylowej. Wzrósł również udział wyjazdów na szkolenia wśród gospodarstw osiągających najwyższe dochody. W 2009 roku wzrosła znacznie popularność wczasów wśród wszystkich grup gospodarstw, zwłaszcza z trzeciej grupy dochodowej (aż 40% gospodarstw). Gospodarstwa z czwartej i piątej grupy wybierały zarówno wczasy, jak i inne formy wyjazdów. Na kolonie nadal najczęściej decydowały się gospodarstwa spośród najsłabiej zarabiających.

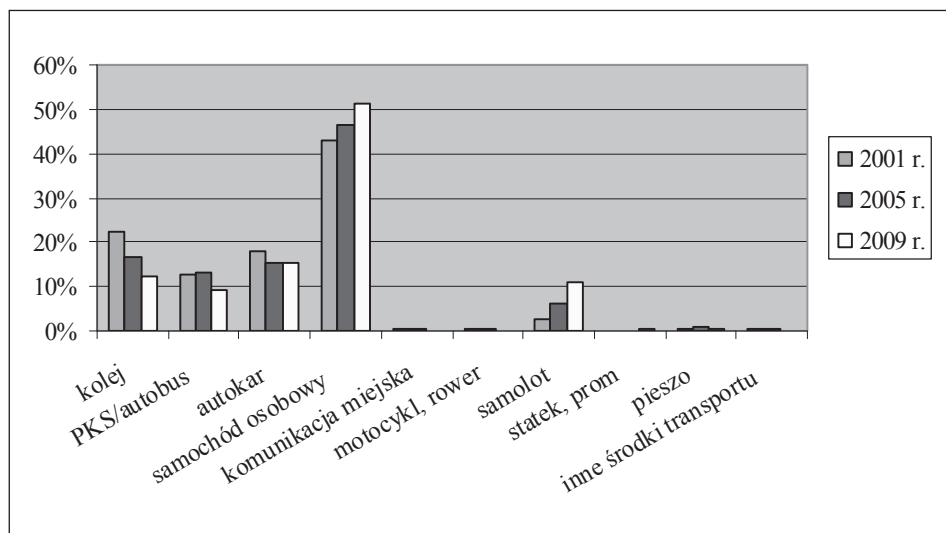
Z przytoczonych danych wynika, że wraz z wyższym poziomem uzyskiwanych dochodów gospodarstwa domowe częściej wybierały wyjazdy na wczasy oraz imprezy objazdowe, natomiast rzadziej kolonie i obozy oraz inne formy wyjazdów.

Interesująco kształtuje się zależność pomiędzy poziomem dochodów a korzystaniem z usług turystycznych.

Korzystanie z usług transportowych

Wyniki przeprowadzonej analizy, dotyczącej popytu na usługi transportowe, wskazują na pewne tendencje. W przypadku podróży długoterminowych, uwzględniających zarówno podróże krajowe, jak i zagraniczne, głównym środkiem transportu wykorzystywanym „na dojazd” był samochód osobowy (rys. 4.18). Wystąpiła w tym

zakresie tendencja wzrostowa: w 2001 roku z samochodu korzystało ogółem 43% gospodarstw, a w 2009 roku – 51%. Spadło natomiast zainteresowanie podróżami pociągiem (z 22% gospodarstw w 2001 do 12% w 2009 r.) oraz autokarem (z 18% do 15% gospodarstw) przy jednoczesnym wzroście podróżowania samolotem (z 2,5% w 2001 do 10,8% w 2009 r.). Tak duża dynamika wzrostu udziału gospodarstw domowych w podróżach samolotem spowodowana była – o czym wspomniano w rozdziale 3.2 – otwarciem polskiej przestrzeni powietrznej w 2003 roku dla tanich linii lotniczych, które okazały się być bardzo konkurencyjne cenowo zarówno wobec tradycyjnych przewoźników lotniczych, jak i autokarów. Efektem tego było przejście przez linie niskokosztowe wielu pasażerów podróżujących do tej pory tradycyjnymi liniami lotniczymi oraz uaktywnienie nowego segmentu konsumentów, którzy z przyczyn ekonomicznych nie mogli sobie pozwolić wcześniej na drogie podróże samolotem. Zdecydowanie najmniejszy odsetek gospodarstw podejmowało podróże statkiem (ok. 0,2% gospodarstw w poszczególnych latach).



Rys. 4.18. Uczestnictwo gospodarstw domowych w wyjazdach długoterminowych według głównego środka transportu wykorzystywanego na dojazd w latach 2001, 2005 i 2009 (w %).

Źródło: obliczenia własne na podstawie bazy danych indywidualnych obserwacji nieidentyfikowalnych z badania modułowego „Turystyka i wypoczynek w gospodarstwach domowych” za lata 2001, 2005 i 2009

W tabeli 4.20 przedstawiono odsetek gospodarstw domowych, korzystających z poszczególnych rodzajów transportu podczas podróży długoterminowych w zależności od poziomu uzyskiwanych dochodów. W 2001 roku spośród grupy gospodarstw najzamożniejszych prawie połowa podejmowała podróże samochodem (48% gospodarstw), co piąte gospodarstwo wybierało kolej, a następnie autokar (18%).

Tabela 4.20. Uczestnictwo w wyjazdach długoterminowych według głównego środka transportu według grup kwintylowych gospodarstw domowych w latach 2001, 2005 i 2009 (w %)

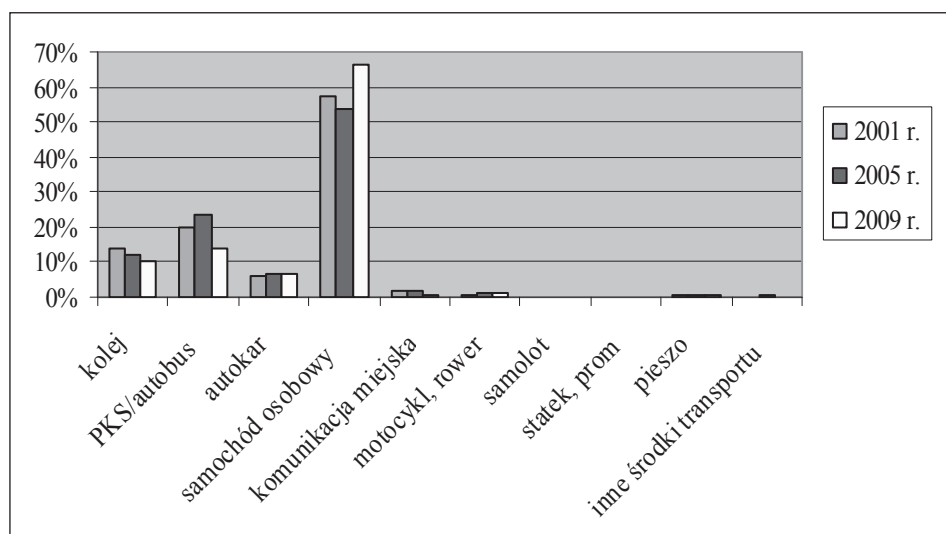
Środek transportu	1 grupa kwintylowa	2 grupa kwintylowa	3 grupa kwintylowa	4 grupa kwintylowa	5 grupa kwintylowa
2001					
kolej	22,64	16,46	23,09	28,91	20,72
PKS/autobus	23,11	16,48	11,12	10,62	7,85
autokar	21,10	20,38	17,88	13,82	17,91
samochód osobowy	29,83	43,08	44,55	41,87	48,28
komunikacja miejska	0,30	0,00	1,10	0,00	0,26
motocykl, rower	0,33	0,00	0,68	0,23	0,14
samolot	0,59	1,27	0,90	3,20	4,44
statek, prom	0,29	0,49	0,00	0,23	0,13
pieszo	1,20	1,59	0,46	0,66	0,00
inne środki transportu	0,59	0,25	0,21	0,46	0,25
2005					
kolej	18,79	19,78	17,21	14,53	15,76
PKS/autobus	18,72	14,59	11,49	14,90	9,91
autokar	22,09	19,22	15,37	12,83	11,92
samochód osobowy	33,02	41,46	50,09	53,45	47,75
komunikacja miejska	0,56	0,00	0,43	0,31	0,11
motocykl, rower	1,94	0,43	0,19	0,31	0,00
samolot	3,80	1,47	3,00	2,69	14,19
statek, prom	0,52	0,22	0,00	0,18	0,23
pieszo	0,56	1,65	2,04	0,49	0,00
inne środki transportu	0,00	1,19	0,19	0,32	0,12
2009					
kolej	13,53	14,51	13,52	12,36	10,16
PKS/autobus	15,58	8,66	7,50	11,51	6,64
autokar	22,70	15,83	15,51	15,99	11,88
samochód osobowy	42,30	52,03	53,48	51,61	52,86
komunikacja miejska	0,76	0,00	0,00	0,21	0,09
motocykl, rower	0,00	0,15	0,00	0,19	0,14
samolot	4,38	7,88	8,65	7,81	17,85
statek, prom	0,00	0,60	0,32	0,20	0,24
pieszo	0,33	0,33	0,78	0,00	0,14
inne środki transportu	0,41	0,00	0,24	0,13	0,00

Źródło: obliczenia własne na podstawie bazy danych indywidualnych obserwacji nieidentyfikowalnych z badania modułowego „Turystyka i wypoczynek w gospodarstwach domowych” za lata 2001, 2005 i 2009

Gospodarstwa osiągające dochody na poziomie czwartej grupy kwintylowej, poza samochodem (42%), preferowały podróże pociągiem (29%). Najmniejszy udział spośród podróżujących samochodem stanowiły gospodarstwa najuboższe, co może świadczyć o braku posiadania samochodu. Podróż samolotem podejmowało jedynie 4,5% gospodarstw spośród najbogatszych, a udział gospodarstw z pozostałych grup dochodowych był jeszcze mniejszy.

W 2005 roku zaobserwowano, że wraz z wyższym poziomem uzyskiwanych dochodów malała skłonność do podróżowania autokarem. Wzrastał natomiast udział gospodarstw podróżujących samolotem, zwłaszcza wśród gospodarstw najzamożniejszych (z 4,5% w 2001 do 14% w 2005 r.). Odnotowano także znaczny wzrost wykorzystania samochodu osobowego przez gospodarstwa z czwartej grupy kwintylowej (53,5%), przy znacznym spadku zainteresowania koleją. Podobna zmiana dotyczyła gospodarstw z trzeciej grupy kwintylowej. Wśród gospodarstw najuboższych wzrosło wykorzystanie samochodu osobowego. W 2009 roku samochód osobowy stanowił główny środek transportu podczas podróży długoterminowych dla ponad 50% gospodarstw osiągających dochody powyżej pierwszej grupy dochodowej. Spadło zainteresowanie podróżami koleją oraz autobusowymi liniami przewozowymi. Zdecydowanie największa dynamika wzrostu dotyczyła podróży samolotem.

W przypadku krótkoterminowych podróży w kraju korzystanie z usług transportowych było nieco inne (rys. 4.19). Gospodarstwa domowe zdecydowanie częściej



Rys. 4.19. Uczestnictwo gospodarstw domowych w krótkoterminowych wyjazdach krajowych według głównego środka transportu wykorzystywanego na dojazd w latach 2001, 2005 i 2009 (w%).

Źródło: obliczenia własne na podstawie bazy danych indywidualnych obserwacji nieidentyfikowalnych z badania modułowego „Turystyka i wypoczynek w gospodarstwach domowych” za lata 2001, 2005 i 2009

Tabela 4.21. Uczestnictwo w krajowych wyjazdach krótkoterminowych według głównego środka transportu według grup kwintylowych gospodarstw domowych (w %)

Środek transportu	1 grupa kwintylowa	2 grupa kwintylowa	3 grupa kwintylowa	4 grupa kwintylowa	5 grupa kwintylowa
2001					
kolej	16,66	11,53	14,80	17,67	11,97
PKS/autobus	31,75	29,71	17,94	14,57	13,69
autokar	5,26	7,17	8,29	4,77	5,60
samochód osobowy	42,84	50,00	55,76	59,41	66,39
komunikacja miejska	2,15	1,27	1,41	2,31	1,32
motocykl, rower	1,07	0,16	0,85	0,46	0,18
samolot	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
statek, prom	0,00	0,00	0,00	0,00	0,28
pieszo	0,00	0,16	0,79	0,64	0,28
inne środki transportu	0,27	0,00	0,17	0,15	0,28
2005					
kolej	15,04	8,52	11,13	8,47	15,96
PKS/autobus	32,59	35,22	23,62	24,90	11,50
autokar	8,68	10,39	7,59	4,53	5,80
samochód osobowy	37,50	41,35	51,64	57,93	65,10
komunikacja miejska	1,03	2,48	2,43	3,37	0,44
motocykl, rower	3,75	1,89	1,45	0,00	0,28
samolot	0,00	0,00	0,49	0,00	0,17
statek, prom	0,39	0,15	0,00	0,00	0,48
pieszo	0,79	0,00	0,16	0,80	0,17
inne środki transportu	0,23	0,00	1,50	0,00	0,09
2009					
kolej	6,66	8,57	6,63	12,36	12,21
PKS/autobus	21,62	12,61	17,86	16,57	7,26
autokar	11,71	6,43	6,12	8,38	4,63
samochód osobowy	56,57	70,71	62,67	60,37	74,26
komunikacja miejska	0,92	0,13	2,49	0,65	0,14
motocykl, rower	1,19	0,72	3,28	0,24	0,33
samolot	0,00	0,13	0,41	0,00	0,52
statek, prom	0,00	0,00	0,43	0,00	0,19
pieszo	1,33	0,55	0,11	1,44	0,44
inne środki transportu	0,00	0,13	0,00	0,00	0,00

Źródło: obliczenia własne na podstawie bazy danych indywidualnych obserwacji nieidentyfikowalnych z badania modułowego „Turystyka i wypoczynek w gospodarstwach domowych” za lata 2001, 2005 i 2009

wybierały podróż samochodem osobowym (66% gospodarstw w 2009 r.) niż innymi środkami transportu. Konkurencyjne dla samochodu były autobusowe linie przewozowe, dlatego też wzrost udziału gospodarstw w podróżach samochodem skutkowało mniejszym wykorzystaniem autobusu. W latach 2001–2009 nastąpił spadek zainteresowania koleją, a udział gospodarstw korzystających w podróży z autokaru utrzymywał się na stabilnym poziomie około 6%.

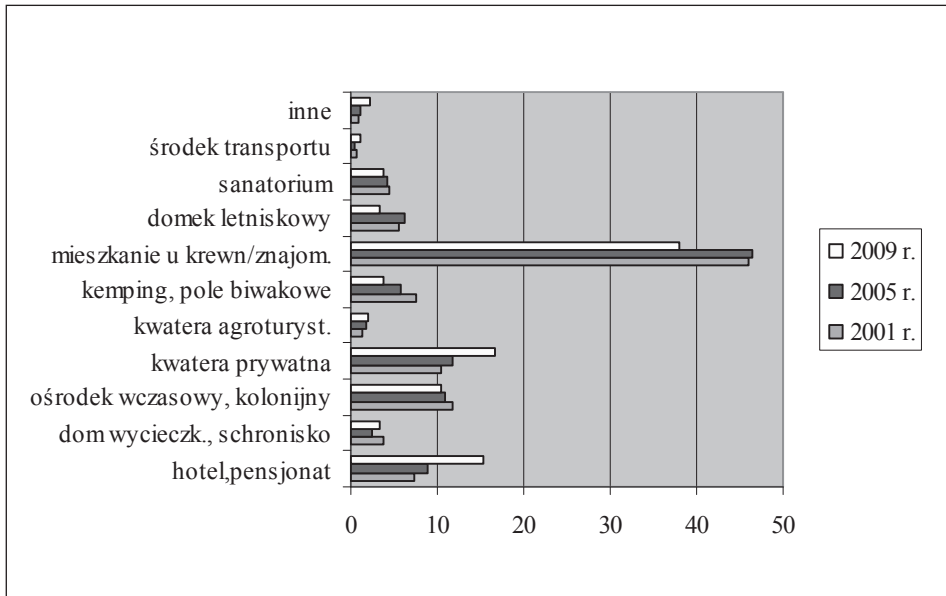
W tabeli 4.21 zaprezentowano odsetek gospodarstw domowych korzystających z poszczególnych rodzajów transportu podczas krajowych podróży krótkoterminowych według osiągniętych dochodów.

W 2001 roku wpływ dochodów gospodarstw domowych na wybór środka transportu podczas krótkich wyjazdów krajowych zauważalny był zwłaszcza w przypadku podróży samochodem osobowym. Im wyższa grupa kwintylowa, tym większe było wykorzystanie samochodu (42,8% gospodarstw z pierwszej grupy kwintylowej, 66,4% z grupy piątej). Wraz z wyższym poziomem dochodów spadało zainteresowanie autobusowymi liniami przewozowymi. W 2005 roku nadal występowała wyraźna dodatnia zależność między dochodami gospodarstw domowych a wykorzystaniem samochodu podczas krótkich podróży krajowych. Udział gospodarstw w podróżach samochodem był jednak mniejszy w porównaniu z okresem poprzednim, wzrosło natomiast zainteresowanie autobusowymi liniami przewozowymi. Z podróży koleją najczęściej korzystały gospodarstwa najuboższe i najzamożniejsze. W 2009 roku wzrósł znacznie w stosunku do poprzednich okresów odsetek gospodarstw domowych podróżujących samochodem (56,6% gospodarstw z pierwszej grupy kwintylowej i aż 74% z grupy piątej). Zdecydowana zatem większość gospodarstw korzystała podczas krótkich podróży krajowych z samochodu. Jednocześnie wyraźnie spadło zainteresowanie autobusem.

Korzystanie z usług noclegowych

Obok usług transportowych istotne miejsce na rynku turystycznym zajmują usługi noclegowe. W stosunku do aktywności turystycznej wykorzystanie komercyjnej bazy noclegowej było niskie. Mimo że głównym celem wyjazdów długoterminowych był wypoczynek, to najczęściej nocowano w mieszkaniach krewnych lub znajomych (rys. 4.20).

W 2009 roku nastąpił jednak spadek zainteresowania tą formą zakwaterowania, wzrósł natomiast popyt na usługi noclegowe świadczone przez kwatery prywatne (w 2001 – 10% gospodarstw, w 2009 r. – 16,7%), a także przez hotele, motele, zajazdy i pensjonaty (w 2001 – 7% gospodarstw, w 2009 r. – 15%). W badanych latach wystąpiła tendencja malejąca w zakresie korzystania podczas dłuższych wyjazdów z kempingów, pól biwakowych oraz bungalowów. Najmniej popularne były noclegi w kwaterach agroturystycznych oraz domach wycieczkowych i schroniskach, a także w środkach transportu, wśród których wyróżniono m.in. statek, pociąg, autokar, samochód.



Rys. 4.20. Uczestnictwo w wyjazdach długoterminowych gospodarstw domowych według wykorzystanych usług noclegowych w latach 2001, 2005 i 2009 (w %).

Źródło: obliczenia własne na podstawie bazy danych indywidualnych obserwacji nieidentyfikowalnych z badania modułowego „Turystyka i wypoczynek w gospodarstwach domowych” za lata 2001, 2005 i 2009

W tabeli 4.22 przedstawiono odsetek gospodarstw domowych korzystających z poszczególnych obiektów noclegowych podczas wyjazdów długoterminowych według osiągniętych dochodów. I tak, rozpatrując korzystanie z usług noclegowych przez gospodarstwa domowe w zależności od poziomu dochodów uzyskiwanych, w 2001 roku zaobserwowano duże zróżnicowanie w zakresie noclegów u krewnych i znajomych. Najczęściej z tej formy zakwaterowania korzystały gospodarstwa najuboższe, im natomiast wyższa grupa kwintylowa, tym rzadziej zatrzymywano się w mieszkaniach prywatnych, a częściej wybierano hotele, motele lub pensjonaty. Gospodarstwa najlepiej zarabiające częściej od pozostałych preferowały usługi noclegowe świadczone przez kwatery prywatne oraz sanatoria lub inne zakłady lecznicze. W 2005 roku nastąpił spadek odsetka gospodarstw najuboższych korzystających podczas długich podróży z noclegów u krewnych lub znajomych (o 7,6 pkt proc.), odnotowano natomiast wzrost zainteresowania noclegami w hotelach i pensjonatach (o 2,3 pkt proc.) oraz w kwaterach prywatnych. Wzrósł popyt na zakwaterowanie u rodziny wśród gospodarstw osiągających dochody na poziomie drugiej grupy kwintylowej (o 5 pkt proc.) kosztem wykorzystania kwater prywatnych (spadek o 4,7 pkt proc.). Gospodarstwa najbogatsze częściej korzystały z kwater prywatnych oraz z hoteli i pensjonatów. W 2009 roku zmniejszył się odsetek gospodarstw domowych korzystających z noclegów u krewnych i znajomych wśród wszystkich

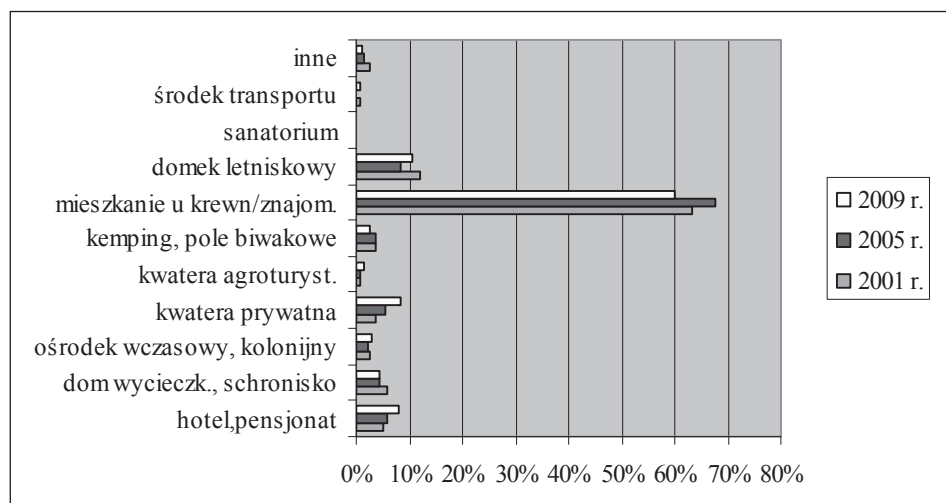
Tabela 4.22. Wykorzystanie obiektów noclegowych podczas wyjazdów długoterminowych według grup kwintylowych gospodarstw domowych w latach 2001, 2005 i 2009 (w %)

Obiekty noclegowe	1 grupa kwintylowa	2 grupa kwintylowa	3 grupa kwintylowa	4 grupa kwintylowa	5 grupa kwintylowa
2001					
hotel, pensjonat	1,33	5,69	4,54	7,91	13,79
dom wycieczkowy, schronisko	3,84	3,57	3,67	2,98	4,57
ośrodek wczasowy, kolonijny	8,73	11,74	12,08	14,68	11,61
kwatery prywatna	4,12	11,05	10,99	11,06	13,01
kwatery agroturystyczna	0,45	0,68	1,17	3,11	1,51
kemping, pole biwakowe	7,67	5,43	8,36	10,45	6,2
mieszkanie u krewnych/znajomych	66,78	51,55	46,02	40,4	33,53
domek letniskowy	3,33	4,52	9,14	4,85	5,54
sanatorium	2,83	4,53	2,91	2,72	7,96
środek transportu	0,18	0,38	0,25	0,78	1,24
inne	0,75	0,87	0,87	1,05	1,03
2005					
hotel, pensjonat	3,67	2,79	7,18	6,6	18,21
dom wycieczkowy, schronisko	2,23	3,03	1,58	2,99	2,04
ośrodek wczasowy, kolonijny	9,56	13,74	11,14	12	9,05
kwatery prywatna	7,2	6,31	12,84	14,41	15,01
kwatery agroturystyczna	1,56	1,35	3	1,45	1,92
kemping, pole biwakowe	4,69	6,95	7,45	6,15	4,01
mieszkanie u krewnych/znajomych	59,18	56,45	43,48	43,83	37,25
domek letniskowy	6,58	4,16	7,42	4,98	7,49
sanatorium	3,9	3,17	4,2	6,46	3,77
środek transportu	0,1	0,48	0,09	0,3	0,68
inne	1,33	1,57	1,62	0,84	0,56
2009					
hotel, pensjonat	8,36	7,67	13,73	13,74	26,18
dom wycieczkowy, schronisko	5,78	3,82	2,84	2,26	3,03
ośrodek wczasowy, kolonijny	11,78	9,86	12,51	9,51	9,6
kwatery prywatna	12,8	17,43	18,65	18,25	14,97
kwatery agroturystyczna	1,38	1,65	2,5	1,58	2,21
kemping, pole biwakowe	4,97	1,6	4,95	3,89	4,05
mieszkanie u krewnych/znajomych	50,29	48,25	33,51	38,38	28,78
domek letniskowy	0,37	2,15	3,61	4,8	3,75
sanatorium	2,55	3,03	4,8	3,33	4,66
środek transportu	0,16	0,82	1,4	1,94	0,97
inne	1,55	3,73	1,5	2,34	1,8

Źródło: obliczenia własne na podstawie bazy danych indywidualnych obserwacji nieidentyfikowalnych z badania modułowego „Turystyka i wypoczynek w gospodarstwach domowych” za lata 2001, 2005 i 2009

grup kwintylowych, przy jednoczesnym wzroście zakwaterowania w hotelach oraz kwaterach prywatnych.

W przypadku krajowych wyjazdów trwających od 2 do 4 dni gospodarstwa domowe zdecydowanie najczęściej preferowały noclegi u krewnych i znajomych (rys. 4.21).



Rys. 4.21. Uczestnictwo w krajowych wyjazdach krótkoterminowych gospodarstw domowych według wykorzystanych usług noclegowych w latach 2001, 2005 i 2009 (w %).

Źródło: obliczenia własne na podstawie bazy danych indywidualnych obserwacji nieidentyfikowalnych z badania modułowego „Turystyka i wypoczynek w gospodarstwach domowych” za lata 2001, 2005 i 2009

W kolejnych latach nastąpił wzrost odsetka gospodarstw ogółem, korzystających z usług świadczonych przez hotele, pensjonaty i motele oraz przez kwatery prywatne, spadło natomiast nieznacznie wykorzystanie domów wycieczkowych i schronisk.

Wykorzystanie obiektów noclegowych według dochodów gospodarstw domowych w przypadku krajowych wyjazdów krótkoterminowych przedstawiono w tabeli 4.23.

W 2001 roku z mieszkania u krewnych i znajomych najczęściej korzystały gospodarstwa o najniższych dochodach. Wraz z wyższymi dochodami wzrastał popyt na noclegi w domkach letniskowych oraz w hotelach. W 2005 roku wystąpiła podobna zależność: im wyższe dochody, tym rzadziej korzystano z noclegów u rodziny, a częściej z hoteli. Zaobserwowano spadek zainteresowania domkami letniskowymi, zwłaszcza wśród gospodarstw najzamożniejszych. W 2009 roku odnotowano spadek zainteresowania noclegami u krewnych i znajomych, a wzrost wykorzystania hoteli i pensjonatów, zwłaszcza wśród gospodarstw najlepiej zarabiających.

Tabela 4.23. Wykorzystanie obiektów noclegowych podczas krajowych wyjazdów krótkoterminowych według grup kwintylowych gospodarstw domowych (w %)

Obiekty noclegowe	1 grupa kwintylowa	2 grupa kwintylowa	3 grupa kwintylowa	4 grupa kwintylowa	5 grupa kwintylowa
2001					
hotel, pensjonat	0,53	3,38	3,28	5,07	9,34
dom wycieczkowy, schronisko	5,44	6,90	6,55	4,65	5,27
ośrodek wczasowy, kolonijny	2,07	1,73	2,70	2,61	2,98
kwatery prywatna	1,68	3,98	3,00	5,66	3,02
kwatery agroturystyczna	0,00	0,31	0,77	1,43	0,87
kemping, pole biwakowe	3,84	4,69	2,90	3,53	2,92
mieszkanie u krewnych/znajomych	78,37	69,58	70,69	58,00	53,00
domek letniskowy	3,88	6,11	6,75	14,81	20,36
sanatorium	0,00	0,31	0,00	0,16	0,00
środek transportu	0,98	1,12	0,47	1,31	0,18
inne	3,21	1,90	2,89	2,78	2,06
2005					
hotel, pensjonat	2,48	2,97	2,74	4,62	11,32
dom wycieczkowy, schronisko	4,03	6,33	5,41	2,84	4,32
ośrodek wczasowy, kolonijny	4,30	3,02	0,76	1,60	2,34
kwatery prywatna	4,54	5,70	4,50	6,56	5,84
kwatery agroturystyczna	0,21	0,64	1,28	0,42	0,36
kemping, pole biwakowe	3,34	4,17	4,96	3,32	2,80
mieszkanie u krewnych/znajomych	76,73	72,21	71,98	67,10	58,79
domek letniskowy	2,93	3,33	4,32	11,67	12,94
sanatorium	0,45	0,00	0,27	0,00	0,16
środek transportu	0,42	0,16	0,00	0,87	0,47
inne	0,56	1,48	3,77	0,98	0,66
2009					
hotel, pensjonat	4,16	4,57	4,51	5,69	13,33
dom wycieczkowy, schronisko	10,22	3,39	8,45	1,70	1,91
ośrodek wczasowy, kolonijny	2,69	2,56	4,02	3,20	2,77
kwatery prywatna	4,59	9,66	11,78	8,57	7,41
kwatery agroturystyczna	0,14	0,35	0,19	2,65	2,52
kemping, pole biwakowe	3,84	3,93	3,65	2,54	1,34
mieszkanie u krewnych/znajomych	71,42	67,58	56,81	62,48	52,74
domek letniskowy	0,18	7,65	6,90	11,22	16,62
sanatorium	0,48	0,00	0,11	0,00	0,10
środek transportu	0,82	0,00	2,10	0,63	0,60
inne	1,45	0,31	1,49	1,31	0,64

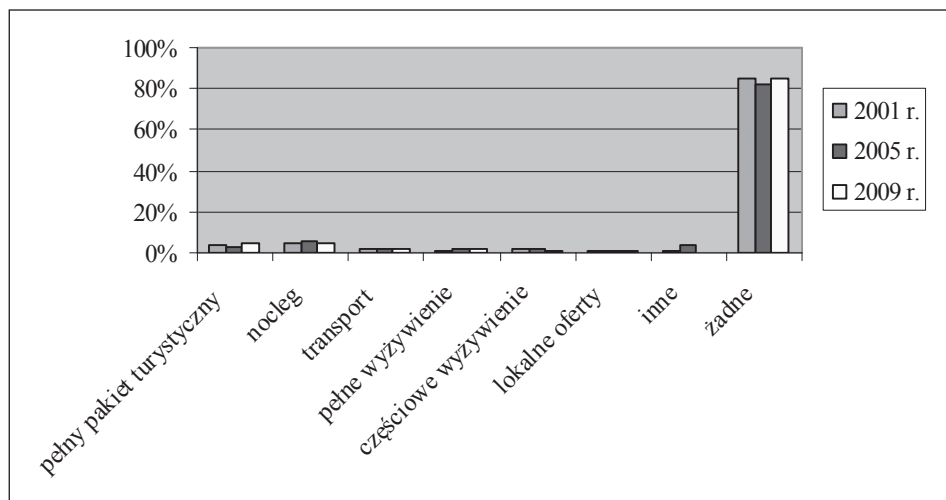
Źródło: obliczenia własne na podstawie bazy danych indywidualnych obserwacji nieidentyfikowalnych z badania modułowego „Turystyka i wypoczynek w gospodarstwach domowych” za lata 2001, 2005 i 2009

Korzystanie z usług pośredniko-organizatorskich

Wyniki badań dotyczących konsumpcji usług świadczonych przez pośredników lub organizatorów turystyki wskazują, że większość gospodarstw domowych nie korzystała z tych usług. Gospodarstwa, które jednak decydowały się na pośrednictwo lub organizację wyjazdu, najczęściej wybierały usługi związane z podróżami wakacyjnymi, zarówno w kraju, jak i zagranicą (ok. 40% gospodarstw), podczas gdy z usług w zakresie organizacji krótkich wyjazdów krajowych (trwających 2–4 dni) korzystało średnio co piąte gospodarstwo.

Na rysunku 4.22 przedstawiono udział poszczególnych usług turystycznych w usługach kupowanych przez gospodarstwa domowe u organizatora lub pośrednika. Gospodarstwa domowe zdecydowanie częściej organizowały sobie krótkie wyjazdy krajowe samodzielnie, a jeśli korzystały z pośrednictwa to najczęściej w związku z rezerwacją noclegu (ok. 5% gospodarstw w poszczególnych latach). W 2009 roku wzrosło nieznacznie zainteresowanie krajowymi pakietami turystycznymi, na których zakup zdecydowało się około 5% spośród wyjeżdżających gospodarstw (3,4% w 2001, 2,8% w 2005 r.). Odsetek gospodarstw korzystających z usług transportowych za pomocą pośrednika wykazał tendencję malejącą, gdyż w większości turyści podejmujący krótkie podróże krajowe wybierali własny środek lokomocji.

Uczestnictwo gospodarstw domowych w krajowych wyjazdach krótkoterminowych według usług pośredniko-organizatorskich z uwzględnieniem dochodów zaprezentowano w tabeli 4.24.



Rys. 4.22. Uczestnictwo gospodarstw domowych w krótkotrwałych wyjazdach krajowych według usług pośredniko-organizatorskich w latach 2001, 2005 i 2009 (w %).

Źródło: obliczenia własne na podstawie bazy danych indywidualnych obserwacji nieidentyfikowalnych z badania modułowego „Turystyka i wypoczynek w gospodarstwach domowych” za lata 2001, 2005 i 2009

Tabela 4.24. Korzystanie z usług pośredniczo-organizatorskich w zakresie krajowych wyjazdów krótkookresowych według grup kwintylowych gospodarstw domowych (w %)

Rodzaj usługi turystycznej	1 grupa kwintylowa	2 grupa kwintylowa	3 grupa kwintylowa	4 grupa kwintylowa	5 grupa kwintylowa
2001					
pełny pakiet turystyczny	2,64	2,96	3,76	2,51	4,16
nocleg	4,46	6,97	4,38	5,04	4,52
transport	1,96	2,88	3,03	2,52	1,26
pełne wyżywienie	1,66	0,46	0,62	1,69	1,51
częściowe wyżywienie	3,16	3,05	1,60	1,34	1,82
lokalne oferty	2,01	0,15	0,48	0,13	0,90
inne	1,01	0,74	0,62	0,45	0,47
żadne	83,10	82,79	85,51	86,31	85,36
2005					
pełny pakiet turystyczny	3,63	3,24	2,42	2,62	2,62
nocleg	3,81	5,36	4,80	4,51	7,53
transport	2,01	3,68	2,11	1,67	1,50
pełne wyżywienie	1,23	0,69	1,49	1,00	2,94
częściowe wyżywienie	2,00	2,06	1,09	1,46	1,66
lokalne oferty	0,55	0,50	0,97	0,28	0,39
inne	3,38	4,21	4,40	3,36	4,88
żadne	83,39	80,26	82,73	85,10	78,49
2009					
pełny pakiet turystyczny	7,65	5,52	5,92	3,23	4,28
nocleg	3,24	5,04	4,61	5,27	5,57
transport	2,64	1,94	1,03	1,53	1,01
pełne wyżywienie	0,74	0,00	2,34	1,39	2,08
częściowe wyżywienie	1,69	1,13	1,33	1,17	0,59
lokalne oferty	2,08	1,38	1,38	1,26	0,84
inne	0,12	0,26	0,00	0,08	0,09
żadne	81,84	84,72	83,39	86,07	85,54

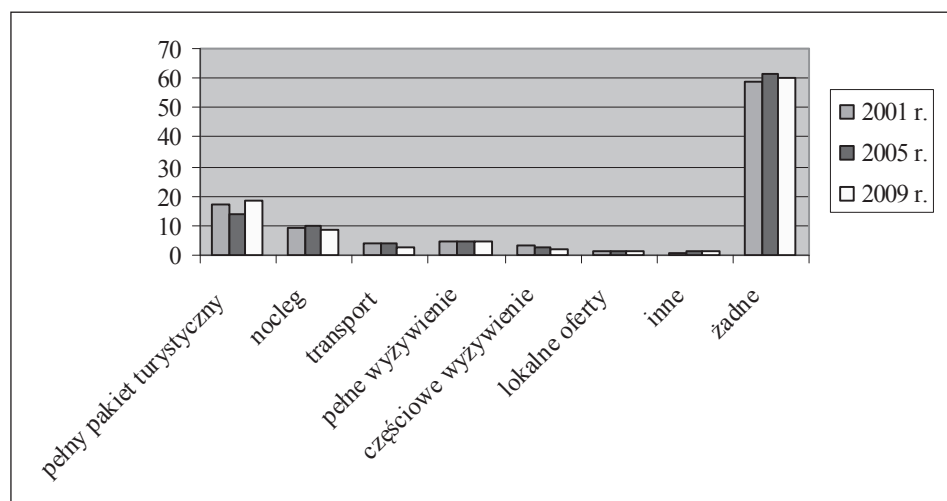
Źródło: obliczenia własne na podstawie bazy danych indywidualnych obserwacji nieidentyfikowalnych z badania modułowego „Turystyka i wypoczynek w gospodarstwach domowych” za lata 2001, 2005 i 2009

Na podstawie uzyskanych wyników można stwierdzić, że w badanym okresie nie zachodziła w zasadzie żadna współzależność między poziomem dochodów uzyskiwanych przez gospodarstwa domowe a zakupem usług pośrednicko-organizatorskich, obejmujących krajowe wyjazdy krótkoterminowe.

Z uwagi na fakt, iż gospodarstwa domowe częściej korzystały z usług pośrednicko-organizatorskich w zakresie wyjazdów długoterminowych (krajowych trwających co najmniej 5 dni i więcej oraz zagranicznych trwających 2 dni i więcej) niż krótkotrwałych wyjazdów krajowych, ich analizie poświęcono nieco więcej uwagi.

Na rysunku 4.23 zaprezentowano odsetek poszczególnych usług turystycznych zakupionych u organizatora w związku z wyjazdami długoterminowymi. W przypadku takich wyjazdów kupowano przede wszystkim pełne pakiety turystyczne (w 2001 – 17,4% gospodarstw domowych, w 2009 r. – 18,5% gospodarstw). W badanych latach na pośrednictwo w zakresie usług noclegowych decydowało się około 9% gospodarstw, w zakresie usług gastronomicznych niepełne 5%, natomiast pośrednictwo w zakupie lokalnych ofert wybierało około 1,5% gospodarstw. Tendencję malejącą zaobserwowano w zakresie pośrednictwa w zakupie usług transportowych oraz częściowego wyżywienia.

W tabeli 4.25 przedstawiono udział gospodarstw domowych w wyjazdach długoterminowych według usług pośrednicko-organizatorskich z uwzględnieniem dochodów. Analizując zależność występującą w 2001 roku między poziomem uzyskiwanych przez gospodarstwa domowe dochodów a konsumpcją usług pośred-



Rys. 4.23. Uczestnictwo gospodarstw domowych w wyjazdach długoterminowych według usług pośrednicko-organizatorskich w latach 2001, 2005 i 2009 (w %).

Źródło: obliczenia własne na podstawie bazy danych indywidualnych obserwacji nieidentyfikowalnych z badania modułowego „Turystyka i wypoczynek w gospodarstwach domowych” za lata 2001, 2005 i 2009

Tabela 4.25. Korzystanie z usług pośrednicko-organizatorskich w zakresie wyjazdów długookresowych według grup kwintylowych gospodarstw domowych (w %)

Rodzaj usługi turystycznej	1 grupa kwintylowa	2 grupa kwintylowa	3 grupa kwintylowa	4 grupa kwintylowa	5 grupa kwintylowa
2001					
pełny pakiet turystyczny	15,98	19,41	17,03	15,45	18,13
nocleg	4,53	6,65	9,33	8,94	13,19
transport	4	4,77	4,71	2,65	3,55
pełne wyżywienie	2,28	3,43	3,65	4,6	7,58
częściowe wyżywienie	3,78	2,33	4,16	2,7	2,74
lokalne oferty	1,2	0,93	0,59	1,79	2,17
inne	0,81	0,75	0,4	1,03	1,24
żadne	67,41	61,72	60,12	62,84	51,4
2005					
pełny pakiet turystyczny	19,87	12,95	14,43	10,77	14,43
nocleg	5,24	8,89	9,15	10,58	12,09
transport	5,54	6,17	2,66	2,85	4,02
pełne wyżywienie	3,23	5,14	4,73	5,06	5,02
częściowe wyżywienie	2,31	2,65	2,24	2,25	3,68
lokalne oferty	1,01	1,83	0,56	2,33	1,24
inne	1,06	0,37	1,46	2,93	1,57
żadne	61,74	62	64,77	63,22	57,95
2009					
pełny pakiet turystyczny	21,14	15,35	19,26	15,79	20,63
nocleg	4,14	7,18	10,19	10,46	9,18
transport	3,23	2,57	2,53	3,26	3,01
pełne wyżywienie	2,77	2,76	5,88	5,92	4,18
częściowe wyżywienie	0,25	1,78	1,72	2,69	2,53
lokalne oferty	1	1,81	1,14	1,64	1,63
inne	0,88	1,9	2,32	1,25	1,37
żadne	66,6	66,65	56,97	58,98	57,47

Źródło: obliczenia własne na podstawie bazy danych indywidualnych obserwacji nieidentyfikowalnych z badania modułowego „Turystyka i wypoczynek w gospodarstwach domowych” za lata 2001, 2005 i 2009

nicko-organizatorskich w ramach wyjazdów długoterminowych, zaobserwowano, że najrzadziej z tych usług korzystały gospodarstwa najslabiej zarabiające (32,6% gospodarstw), najczęściej natomiast gospodarstwa osiągające najwyższe dochody

(48,6%). Gospodarstwa z pierwszej grupy kwintylowej, które wykorzystwały usługi pośrednika lub organizatora, czyniły to przede wszystkim w zakresie zakupu pełnego pakietu usług (16% gospodarstw). Najwięcej gospodarstw wykupujących całościowy pakiet usług osiągało dochody na poziomie drugiej grupy kwintylowej (19,4% gospodarstw). Z pośrednictwa w zakupie usług noclegowych korzystały zwłaszcza gospodarstwa najlepiej zarabiające (13,2%). Gospodarstwa te również najczęściej dokonywały zakupu przez pośrednika lub organizatora usług gastronomicznych (7,6%) oraz lokalnych wycieczek i imprez (2,2% gospodarstw). W pośrednictwie w nabyciu usług transportowych przeważały gospodarstwa osiągające dochody na poziomie drugiej (4,8%) i trzeciej grupy kwintylowej (4,7%).

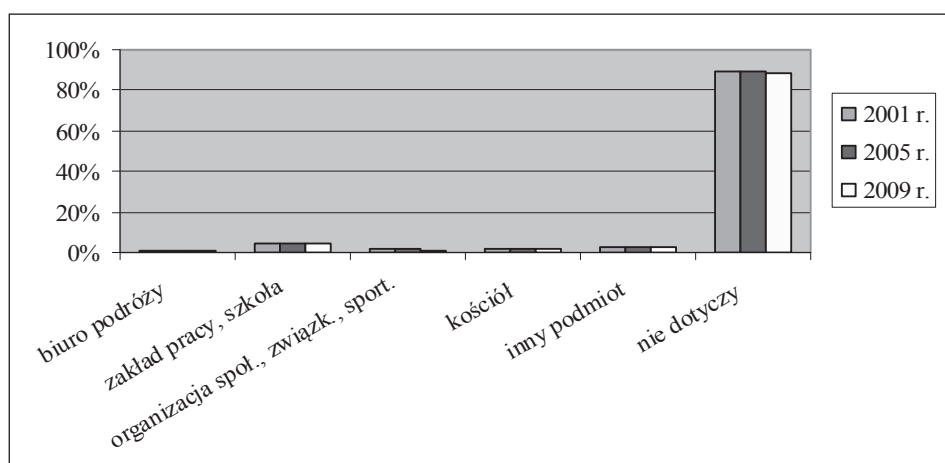
Zaobserwowano, że wraz z wyższym poziomem dochodów wzrastało korzystanie z pośrednictwa w zakresie usług noclegowych oraz gastronomicznych, obejmujących pełne wyżywienie. W 2005 roku spadł odsetek gospodarstw korzystających z usług pośrednicko-organizatorskich, z wyjątkiem gospodarstw najslabiej zarabiających (wzrost do 38%). Gospodarstwa te były najaktywniejsze w zakresie zakupu pełnego pakietu turystycznego (20% gospodarstw). Z pośrednictwa w zakupie usług noclegowych nadal najczęściej korzystały gospodarstwa osiągające najwyższe dochody. Usługi transportowe pośrednio nabywały gospodarstwa z drugiej grupy kwintylowej. Wzrósł udział gospodarstw zakupujących u pośrednika lub organizatora pełną usługę gastronomiczną. Wyjątek stanowiły tu gospodarstwa o najwyższych dochodach (spadek o 2,6 pkt proc.). Jeśli chodzi o pośredni zakup lokalnych ofert, zdecydowanie przeważały gospodarstwa z czwartej grupy kwintylowej (2,3%). W 2009 roku zaobserwowano wzrost odsetka korzystających z usług pośrednicko-organizatorskich wśród gospodarstw osiągających dochody na poziomie trzeciej (do 43% gospodarstw), czwartej (do 41%) i piątej grupy kwintylowej (do 42,5%). Zdecydowanie więcej gospodarstw w porównaniu z poprzednim okresem badawczym dokonało zakupu pełnego pakietu turystycznego. Spadł natomiast udział gospodarstw nabywających pośrednio usługi noclegowe, transportowe oraz częściowe wyżywienie. Z pośrednictwa w zakupie usług gastronomicznych korzystało więcej niż w okresie poprzednim gospodarstw o dochodach z przedziału trzeciej i czwartej grupy kwintylowej.

Na podstawie wyników badań z lat 2001–2009 można wnioskować, że ponad połowa gospodarstw domowych nie dokonała zakupu usług turystycznych przez pośrednika lub organizatora. Świadczy to o częstszym zakupie usług bezpośrednio u wytwórcy usług. Odnotowano jednak znaczny wzrost udziału gospodarstw o najniższych dochodach w pośrednim zakupie pełnego pakietu turystycznego, tak że stanowiły one najwyższy odsetek kupujących w 2005 i 2009 roku. W przypadku pozostałych grup dochodowych nie nastąpiły żadne zmiany w tym zakresie. Zaobserwowano natomiast dodatnią zależność pomiędzy wzrostem dochodu a korzystaniem z usług pośrednictwa w zakupie noclegu. Gospodarstwa domowe zarabiające lepiej częściej też dokonywały pośredniego zakupu usług gastronomicznych niż te, które osiągały niższe dochody. Na zakup usług pośrednicko-organizatorskich w zakresie transportu lub lokalnych ofert nie miała natomiast wpływu wysokość osiąganych dochodów.

Wybór podmiotu świadczącego usługi pośrednicko-organizatorskie

Usługi pośrednicko-organizatorskie świadczone były przez różnorodne podmioty. W badaniu wyodrębniono następujące ich rodzaje: biura podróży, zakłady pracy, szkoły i uczelnie, organizacje społeczne, związkowe i sportowe, kościoły i organizacje religijne oraz inne podmioty.

Gospodarstwa domowe, które dokonały zakupu usług turystycznych związanych z krótkimi wyjazdami krajowymi, korzystały najczęściej z pośrednictwa zakładów pracy, szkół lub uczelni (ok. 4,6% ogółu gospodarstw w każdym z okresów), natomiast znikomy był odsetek gospodarstw kupujących usługi w biurach podróży (0,8% w 2001, 1,2% w 2009 r.) (rys. 4.24).



Rys. 4.24. Uczestnictwo gospodarstw domowych w krótkotrwałych wyjazdach krajowych według pośredników zakupywanych usług w latach 2001, 2005 i 2009.

Źródło: obliczenia własne na podstawie bazy danych indywidualnych obserwacji nieidentyfikowalnych z badania modułowego „Turystyka i wypoczynek w gospodarstwach domowych” za lata 2001, 2005 i 2009

Z usług za pośrednictwem zakładów pracy i szkół najczęściej korzystały gospodarstwa najuboższe (6,5% gospodarstw w 2001 i 8,6% w 2009 r.). W pozostałych przypadkach nie istniały wyraźne zależności między wyborem pośrednika w zakupie usług a wysokością dochodów.

W tabeli 4.26 zaprezentowano wyniki badań dotyczących udziału gospodarstw domowych według uzyskiwanych dochodów w krótkich wyjazdach krajowych z wyszczególnieniem pośredników usług.

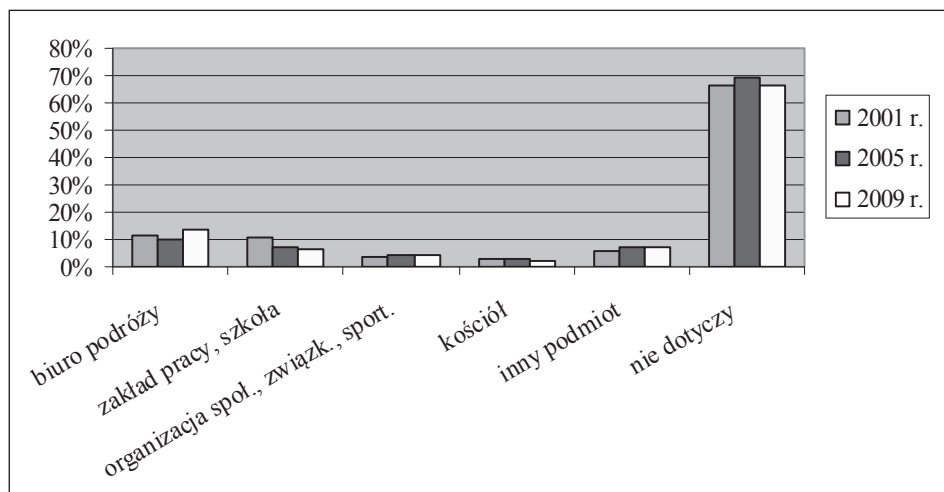
Na rysunku 4.25 przedstawiono udział gospodarstw w wyjazdach długoterminowych z uwagi na poszczególnych pośredników. Najwięcej gospodarstw, spośród korzystających z usług pośrednictwa w zakresie podróży długoterminowych, dokonywało zakupów w biurach podróży (11% gospodarstw w 2001, 10% w 2005 i 14%

Tabela 4.26. Uczestnictwo w krajowych wyjazdach krótkoterminowych według pośredników zakupywanych usług z uwzględnieniem grup kwintylowych gospodarstw domowych (w %)

Pośrednik/organizator	1 grupa kwintylowa	2 grupa kwintylowa	3 grupa kwintylowa	4 grupa kwintylowa	5 grupa kwintylowa
2001					
biuro podróży	0,28	0,32	1,51	0,46	0,93
zakład pracy, szkoła	6,48	5,64	4,22	4,08	4,62
organizacja społeczna, związkowa, sportowa	0,00	1,77	1,39	0,81	2,27
kościół	1,57	2,59	2,16	0,94	1,40
inny podmiot	1,34	3,10	1,78	3,08	1,93
nie dotyczy	90,34	86,59	88,94	90,63	88,85
2005					
biuro podróży	1,01	0,99	0,57	0,77	0,98
zakład pracy, szkoła	5,56	4,94	4,06	3,66	5,39
organizacja społeczna, związkowa, sportowa	0,37	2,32	1,59	1,33	1,19
kościół	1,77	1,86	3,39	0,85	0,69
inny podmiot	1,25	1,96	1,94	1,80	4,00
nie dotyczy	90,04	87,93	88,43	91,60	87,77
2009					
biuro podróży	0,43	1,12	1,97	1,11	1,25
zakład pracy, szkoła	8,57	4,89	4,21	2,29	4,64
organizacja społeczna, związkowa, sportowa	1,09	0,71	1,05	1,66	1,22
kościół	2,22	1,70	1,90	1,76	0,63
inny podmiot	1,44	3,59	2,50	3,54	3,24
nie dotyczy	86,25	87,99	88,37	89,64	89,01

Źródło: obliczenia własne na podstawie bazy danych indywidualnych obserwacji nieidentyfikowalnych z badania modułowego „Turystyka i wypoczynek w gospodarstwach domowych” za lata 2001, 2005 i 2009

w 2009 r.). W analizowanym okresie odnotowano tendencję spadkową w zakresie nabywania usług za pośrednictwem zakładów pracy i szkół oraz kościołów (dotyczy turystyki pielgrzymkowej). Wzrósł natomiast nieznacznie udział gospodarstw zakupujących usługi turystyczne przez organizacje społeczne, związkowe i sportowe. Najwięcej gospodarstw, spośród korzystających z usług pośrednictwa w zakresie podróży długoterminowych, dokonywało zakupów w biurach podróży (11% gospodarstw w 2001, 10% w 2005 i 14% w 2009 r.). W analizowanym okresie odnotowano tendencję spadkową w zakresie nabywania usług za pośrednictwem zakładów



Rys. 4.25. Uczestnictwo gospodarstw domowych w wyjazdach długoterminowych według pośredników zakupywanych usług w latach 2001, 2005 i 2009.

Źródło: obliczenia własne na podstawie bazy danych indywidualnych obserwacji nieidentyfikowalnych z badania modułowego „Turystyka i wypoczynek w gospodarstwach domowych” za lata 2001, 2005 i 2009

pracy i szkół oraz kościołów (dotyczy turystyki pielgrzymkowej). Wzrósł natomiast nieznacznie udział gospodarstw zakupujących usługi turystyczne przez organizacje społeczne, związkowe i sportowe.

W tabeli 4.27 zaprezentowano dane dotyczące gospodarstw domowych w zakupie usług turystycznych związanych z podróżami długoterminowymi u poszczególnych pośredników w zależności od poziomu uzyskiwanych dochodów. I tak, w 2001 roku zaobserwowano, że z usług biur podróży najczęściej korzystały gospodarstwa osiągnące najwyższe dochody (19% gospodarstw), najrzadziej natomiast gospodarstwa najuboższe (2,7%). Usługami turystycznymi, sprzedawanymi przez zakłady pracy lub szkoły, najbardziej były zainteresowane gospodarstwa z drugiej grupy kwintylowej (15% gospodarstw). Głównymi natomiast nabywcami usług oferowanych przez różne organizacje i kościoły były gospodarstwa o najniższych dochodach. W 2005 roku spadł odsetek gospodarstw nabywających usługi turystyczne za pośrednictwem biur podróży, choć nadal najwięcej konsumentów pochodziło z gospodarstw o najwyższych dochodach. Gospodarstwa najslabiej zarabiające najczęściej kupowały usługi przez zakłady pracy, szkoły, organizacje lub kościoły. Zaobserwowano, że wraz ze wzrostem dochodów zmniejszało się zainteresowanie zakupami usług za pośrednictwem różnych organizacji oraz kościoła, wzmacniała się natomiast pozycja biur podróży. W 2009 roku wzrósł odsetek klientów biur podróży (największą dynamikę wzrostu wykazał udział gospodarstw z trzeciej grupy kwintylowej). Odnotowano natomiast spadek zakupu usług przez kościoły wśród wszystkich gospodarstw z wyjątkiem najbogatszych (wzrost udziału z 0,6% w 2005 do 1,3% w 2009 r.). Nadal jednak

Tabela 4.27. Uczestnictwo w wyjazdach długoterminowych według pośredników zakupywanych usług z uwzględnieniem grup kwintylowych gospodarstw domowych w latach 2001, 2005 i 2009 (w %)

Pośrednik/organizator	1 grupa kwintylowa	2 grupa kwintylowa	3 grupa kwintylowa	4 grupa kwintylowa	5 grupa kwintylowa
2001					
biuro podróży	2,69	7,09	9,41	10,35	18,93
zakład pracy, szkoła	10,96	15,09	10,10	9,71	8,19
organizacja społeczna, związkowa, sportowa	5,36	3,87	2,94	2,48	3,50
kościół	4,44	3,01	4,12	1,59	1,73
inny podmiot	4,36	3,97	6,13	4,72	7,17
nie dotyczy	72,20	66,97	67,31	71,15	60,47
2005					
biuro podróży	4,81	5,42	6,83	9,85	15,54
zakład pracy, szkoła	9,21	7,66	8,15	5,26	6,29
organizacja społeczna, związkowa, sportowa	8,11	6,00	4,28	2,61	2,57
kościół	5,73	4,08	3,02	2,13	0,58
inny podmiot	4,37	6,31	6,67	8,15	7,82
nie dotyczy	67,77	70,53	71,05	72,00	67,20
2009					
biuro podróży	7,59	6,82	12,52	14,88	19,01
zakład pracy, szkoła	9,68	7,85	8,12	4,95	4,93
organizacja społeczna, związkowa, sportowa	6,03	5,11	3,96	4,82	2,95
kościół	4,42	1,00	1,90	1,82	1,29
inny podmiot	2,46	6,81	9,36	6,35	7,99
nie dotyczy	69,81	72,42	64,14	67,17	63,82

Źródło: obliczenia własne na podstawie bazy danych indywidualnych obserwacji nieidentyfikowalnych z badania modułowego „Turystyka i wypoczynek w gospodarstwach domowych” za lata 2001, 2005 i 2009

najczęściej nabywającymi usługi turystyczne przez kościół, podobnie jak przez inne organizacje oraz zakłady pracy i szkoły, były gospodarstwa o najniższym poziomie dochodów.

Z przeprowadzonych analiz wynika, iż w badanych latach uczestnictwo w turystyce było udziałem ponad połowy polskich gospodarstw domowych, jednak zaobserwowano wyraźne zróżnicowanie skali i zakresu tego uczestnictwa w zależności od uzyskiwanych dochodów. Wpływ dochodów na stopień aktywności turystycznej był zauważalny od 2005 roku, zwłaszcza w przypadku gospodarstw najbogatszych, które

wykazały zdecydowanie największy udział w wyjazdach turystycznych. Poziom uzyskiwanych dochodów najbardziej różnicuje uczestnictwo w długotrwałych wyjazdach zagranicznych i czas ich trwania, a także w wyjazdach krajowych, najslabiej natomiast wpływa na poziom uczestnictwa w krótkich wyjazdach zagranicznych. Największe dysproporcje dotyczące uczestnictwa w wyjazdach turystycznych występują między gospodarstwami o najwyższych i najniższych dochodach. W zakresie częstotliwości podróżowania poziom uzyskiwanych dochodów nie miał już tak dużego znaczenia.

Wpływ dochodów na wybór celu podróży zauważalny był tylko w niektórych przypadkach. Gospodarstwa domowe słabiej zarabiające częściej podróżowały z myślą o odwiedzeniu krewnych i znajomych niż te, które osiągały najwyższe dochody. Dotyczyło to zarówno wyjazdów krótko-, jak i długoterminowych. Wyjazdy w celach zawodowych podejmowane były przede wszystkim przez gospodarstwa najlepiej zarabiające. Im wyższy poziom dochodów uzyskiwały gospodarstwa domowe, tym częściej podejmowały krótkotrwałe podróże krajowe w celu wypoczynku, rzadziej natomiast decydowały się na lepsze poznanie krajowej architektury, kultury czy przyrody. Jednocześnie bogatsze gospodarstwa częściej deklarowały długoterminowe wyjazdy mające na celu zwiedzanie. Zaobserwowano, że w przypadku podróży długoterminowych poziom uzyskiwanych dochodów nie miał wpływu na wybór celu podróży, jakim był wypoczynek. Nie zachodziły również istotne zależności między dochodami a wyjazdami w pozostałych celach.

Analiza wpływu dochodu na wybór formy podróży wykazała, że im wyższy dochód, tym częściej wybierano wczasy oraz imprezy objazdowe, rzadziej natomiast kolonie i obozy.

Przeprowadzone badania zależności wyboru usług turystycznych od dochodów upoważniają do wnioskowania, że poziom dochodów uzyskiwanych przez gospodarstwa domowe wpływał na wybór niektórych środków świadczących usługi transportowe. W przypadku krajowych podróży krótkoterminowych zależność ta występowała w odniesieniu do substytucyjnych środków transportu, czyli do samochodu oraz autobusu. Podczas podróży długoterminowych wyższy poziom dochodów umożliwiał większy udział gospodarstw w podróżach samolotem przy jednoczesnej rezygnacji z autokaru oraz kolei. Zarówno podczas krótkich podróży krajowych, jak i długich wyjazdów krajowych i zagranicznych gospodarstwa domowe uzyskujące wyższy poziom dochodów zdecydowanie rzadziej niż gospodarstwa o niższych dochodach korzystały z noclegów u krewnych i znajomych. Preferowały natomiast droższe usługi noclegowe, świadczone przez hotele, pensjonaty, motele lub zajazdy. Poziom dochodów uzyskiwanych przez gospodarstwa domowe nie miał wpływu na zakup usług pośredniczo-organizatorskich w zakresie krajowych wyjazdów krótkoterminowych. Zaobserwowano natomiast, że gospodarstwa osiągające wyższe dochody częściej korzystały z pośrednictwa w przypadku wyjazdów długoterminowych, zwłaszcza dotyczącego usług noclegowych oraz gastronomicznych. Na podstawie przeprowadzonych badań można wnioskować, że istniała wyraźna zależność między poziomem dochodów a zakupami usług z pośrednictwem biur podróży. Wraz

ze wzrostem dochodów wzrastał mianowicie odsetek gospodarstw korzystających z usług biur podróży. Im natomiast mniejsze były dochody, tym częstsze stawały się zakupy usług za pośrednictwem organizacji społecznych, związkowych i sportowych, a także kościoła.

Wykazano zatem, że wysokość dochodów osiąganym przez gospodarstwa domowe ma bardzo duży wpływ na zróżnicowanie poziomu i struktury konsumpcji usług turystycznych.

Uczestnictwo w turystyce w świetle jakości życia gospodarstw domowych – wybrane zagadnienia

W ostatnim rozdziale pracy poruszono kwestię uwarunkowań konsumpcji usług turystycznych gospodarstw domowych, związanych z jakością życia. Jakość życia odnosi się do egzystencji ludzkiej, opisywanej w aspekcie ekonomicznym, społecznym i psychicznym. Biorąc pod uwagę interesujący nas aspekt ekonomiczny, jakość życia dotyczy dobrobytu materialnego, czyli stanu zamożności, mierzonego m.in. wielkością dochodów bieżących, oszczędności i kredytów pieniężnych, posiadanego majątku, uwzględnia się też miarę subiektywną percepcji niedostatku (Światowy 2012, 169). Jakość życia odzwierciedla zatem warunki życia.

Wśród charakterystyk jakości życia gospodarstw domowych wyodrębniono: gospodarowanie czasem wolnym, rozpatrywanym z perspektywy przeznaczenia go na turystykę oraz zadowolenia ze spędzania czasu wolnego; znaczenie transferów finansowych jako czynnika zwiększającego skłonność do wyjazdów turystycznych; powody wskazywane przez gospodarstwa domowe jako przyczyny braku uczestnictwa w turystyce, w tym zwłaszcza ze względów pozamaterialnych.

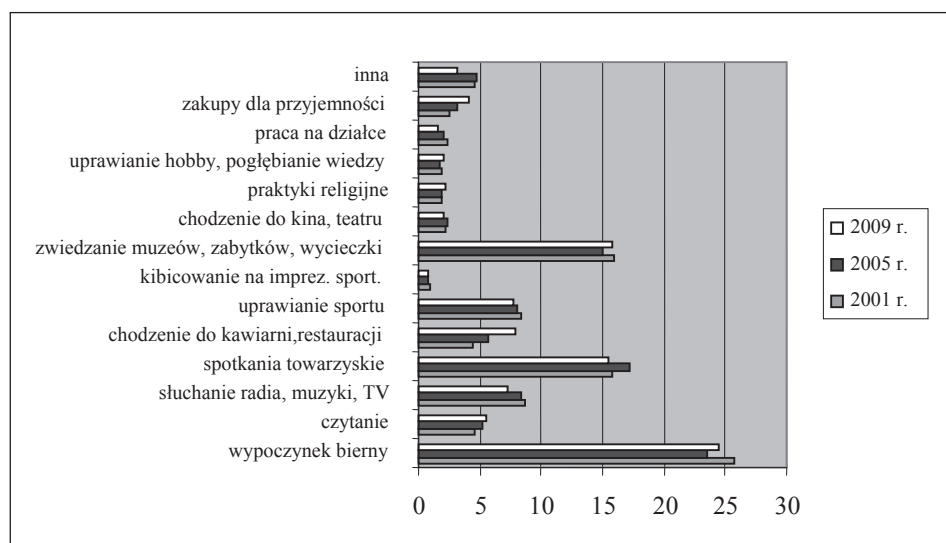
Obliczenia własne wykonano na podstawie bazy danych indywidualnych obserwacji nieidentyfikowalnych z badania modułowego „Turystyka i wypoczynek w gospodarstwach domowych” za lata 2001, 2005 i 2009. Wykorzystano także dane statystyczne pochodzące z Diagnozy Społecznej, realizowanej od 2000 roku pod redakcją J. Czapińskiego i T. Panka.

5.1. Spożytkowanie czasu wolnego na turystykę na tle różnic w zamożności gospodarstw domowych

Fundusz czasu wolnego, rozpatrywany jako kategoria ekonomiczna, jest – obok dochodów – istotną determinantą konsumpcji usług turystycznych. Celem niniejszej analizy jest określenie zależności pomiędzy udziałem czasu przeznaczanego na turystykę w ramach funduszu czasu wolnego a poziomem dochodów uzyskiwanych przez gospodarstwa domowe. Badanie dotyczyło preferowanych sposobów spędza-

nia wolnego czasu podczas wyjazdów turystycznych oraz subiektywnego uczucia zadowolenia ze spędzania czasu wolnego.

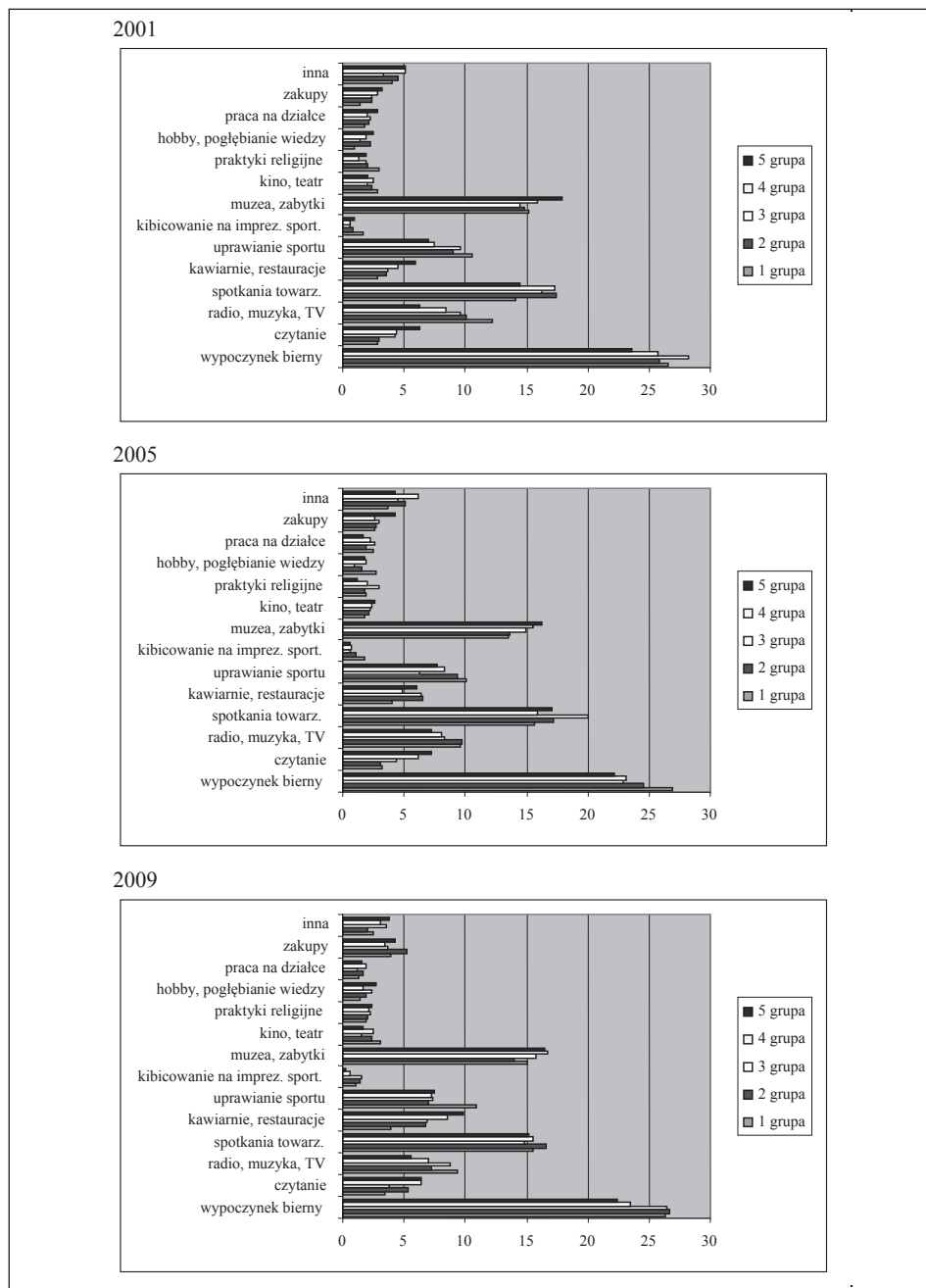
W latach 2001–2009 największą popularnością wśród gospodarstw domowych ogółem cieszył się wypoczynek bierny, rozumiany jako relaks, opalanie się (ponad 20% gospodarstw w każdym okresie). W 2001 i 2009 roku ponad 15% gospodarstw przeznaczało czas wolny na odwiedzanie muzeów, wystaw, zabytków oraz na zwiedzanie i uczestnictwo w imprezach objazdowych, taki sam odsetek gospodarstw chętnie uczestniczył w spotkaniach towarzyskich (rys. 5.1). W 2005 roku natomiast zdecydowanie przedkładano nad zwiedzanie interesujących miejsc spotkania towarzyskie. W kolejnych latach rzadziej preferowano podczas wyjazdu słuchanie radia, muzyki, oglądanie telewizji oraz uprawianie sportu. Zaobserwowano natomiast wzrost zainteresowania czytaniem, chodzeniem do kawiarni, restauracji oraz zakupami dla przyjemności. Badania wykazały, że sposoby spędzania wolnego czasu podczas wyjazdu były zróżnicowane w zależności od poziomu dochodów uzyskiwanych przez gospodarstwa domowe.



Rys. 5.1. Ulubiony sposób spędzania wolnego czasu przez gospodarstwa domowe podczas wyjazdu w latach 2001, 2005 i 2009 (w %).

Źródło: obliczenia własne na podstawie bazy danych indywidualnych obserwacji nieidentyfikowalnych z badania modułowego „Turystyka i wypoczynek w gospodarstwach domowych” za lata 2001, 2005 i 2009

W 2001 roku zachodził wyraźny związek pomiędzy preferowaną formą wypoczynku podczas urlopu a grupą kwintylową gospodarstw domowych (rys. 5.2). Im wyższe dochody uzyskiwały gospodarstwa, tym częściej spędzały wolny czas w kawiarni lub restauracji, na czytaniu lub zwiedzaniu oraz robieniu zakupów dla przyjemno-



Rys. 5.2. Ulubiony sposób spędzania wolnego czasu podczas wyjazdu według grup kwintylowych gospodarstw domowych w latach 2001, 2005 i 2009 (w %).

Źródło: obliczenia własne na podstawie bazy danych indywidualnych obserwacji nieidentyfikowalnych z badania modułowego „Turystyka i wypoczynek w gospodarstwach domowych” za lata 2001, 2005 i 2009

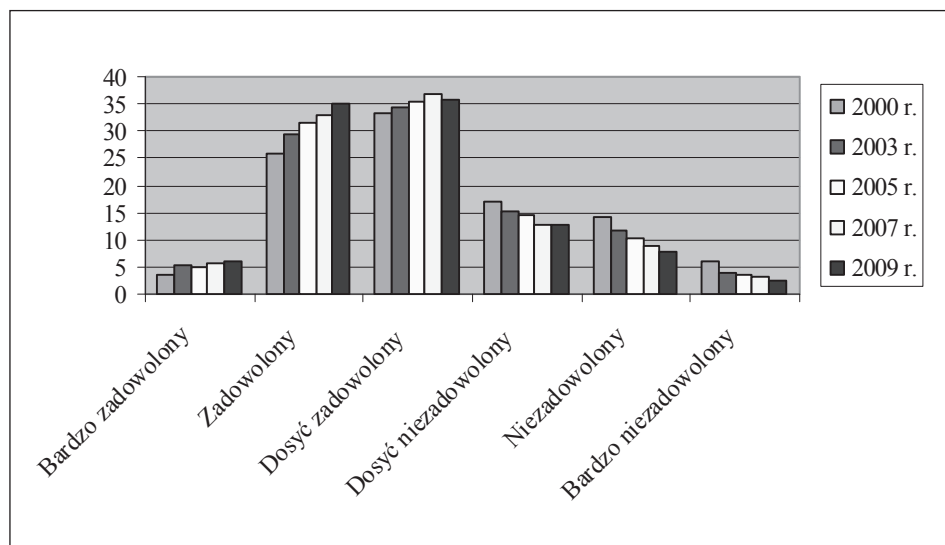
ści. Gospodarstwa osiągające niższe dochody częściej natomiast podczas wyjazdu przeznaczały czas na słuchanie radia, muzyki, oglądanie telewizji, wideo, a także uprawianie sportu. Wypoczynek bierny preferowała zdecydowana większość gospodarstw domowych, zwłaszcza z trzeciej grupy kwintylowej. W 2005 roku również zachodziła widoczna zależność między uzyskiwanymi dochodami a formą spędzania wolnego czasu. Wraz z wyższymi dochodami gospodarstwa rzadziej wypoczywały biernie oraz słuchały radia, muzyki i oglądały telewizję, częściej natomiast czytały, zwiedzały zabytki, muzea oraz uczestniczyły w imprezach kulturalnych. Interesujące jest to, że im niższe dochody, tym częściej poświęcano czas na uprawianie sportu i ćwiczeń fizycznych oraz kibicowanie podczas imprez sportowych. W 2009 roku wpływ dochodów na formę spędzania wolnego czasu podczas wyjazdu był mniej zauważalny niż w latach poprzednich. Gospodarstwa o dochodach na poziomie trzeciej, czwartej i piątej grupy kwintylowej najczęściej – poza wypoczynkiem biernym – preferowały zwiedzanie zabytków, a następnie uczestnictwo w spotkaniach towarzyskich. Gospodarstwa słabiej zarabiające częściej przeznaczały wolny czas na spotkania towarzyskie niż na zwiedzanie. Wśród uprawiających sport wyróżniały się aktywnością gospodarstwa najuboższe. Poziom dochodów uzyskiwanych przez gospodarstwa domowe miał zatem istotny wpływ na wybór form spędzania wolnego czasu, zarówno przeznaczonego na wypoczynek (niekoniecznie łączącego się z wyjazdem i spędzeniem noclegu poza miejscem zamieszkania), jak i podczas wyjazdów turystycznych.

W zakresie ulubionego sposobu spędzania czasu przeznaczonego na wypoczynek wyższy poziom dochodów skłaniał do preferowania biernego wypoczynku, czytania, uprawiania sportu, pracy na działce, a także do udziału w imprezach kulturalnych oraz turystycznych. Im niższe dochody, tym większe było upodobanie do słuchania radia, muzyki, oglądania telewizji i wideo. Odwiedzanie muzeów, wystaw, zwiedzanie zabytków, podziwianie przyrody oraz wycieczki częściej preferowały gospodarstwa o najwyższych dochodach, choć ich udział w strukturze form spędzania wolnego czasu przeznaczonego na wypoczynek był bardzo mały.

Podczas wyjazdów gospodarstwa uzyskujące wyższy poziom dochodów częściej od pozostałych przeznaczały wolny czas na czytanie, zwiedzanie zabytków, chodzenie do restauracji oraz uczestnictwo w imprezach kulturalnych.

Wyniki analizy upoważniają do wnioskowania, że gospodarstwa lepiej zarabiające najczęściej posiadają wyższy poziom wykształcenia oraz większą swobodę finansową, co umożliwia lepsze zaspokojenie potrzeb poznawczych. Im niższe dochody, tym częściej wybierano wypoczynek bierny, relaks, opalanie się, ale i uprawianie sportu oraz słuchanie radia, muzyki i oglądanie telewizji. Spędzanie wolnego czasu na zwiedzaniu oraz uczestnictwie w wycieczkach wskazywano zdecydowanie częściej podczas pobytu poza domem niż jako preferowaną formę wypoczynku. Poziom dochodów nie miał natomiast wpływu w dłuższym okresie na takie formy spędzania wolnego czasu podczas wyjazdu jak: praktyki religijne, uprawianie hobby i pogłębianie wiedzy oraz praca na działce.

Na podstawie danych CBOS dokonano także analizy stopnia zadowolenia ze sposobów spędzania wolnego czasu⁷⁶ (rys. 5.3). Uzyskane wyniki wskazują na systematyczny wzrost zadowolenia w tym obszarze.



Rys. 5.3. Stopień zadowolenia ze sposobów spędzania wolnego czasu w latach 2000–2009 (w %).

Źródło: opracowanie własne na podstawie Czapiński, Panek 2000–2009

Bardziej szczegółowe badania, wykonane w 2010 roku przez CBOS, wykazały, że wiele popularnych sposobów spędzania wolnego czasu w weekend nie odpowiada marzeniom i aspiracjom Polaków (Czas wolny Polaków 2010). W czasie wolnym najczęściej wykorzystywano stosunkowo łatwo dostępne formy jego spędzania, takie jak oglądanie telewizji, przebywanie z rodziną i odpoczywanie. W 2010 roku jedynie 6% Polaków wyjeżdżało chętnie na wycieczki podczas weekendu, 7% wyjeżdżało,

⁷⁶ W Diagnostyce Społecznej wyodrębniono kilkanaście różnych, wyczerpujących niemal cały obszar zainteresowań i aktywności przeciętnego człowieka, dziedzin i wymiarów życia, których ocena składa się na satysfakcje cząstkowe, czyli zadowolenie z poszczególnych aspektów życia. Według cebulowej teorii szczęścia najpłytszą warstwą dobrostanu psychicznego, w której człowiek wykazuje największy realizm ocen, jest wymiar satysfakcji cząstkowych. Skala ocen cząstkowych obejmowała następujące dziedziny: społeczne (zadowolenie ze stosunków z najbliższymi w rodzinie, z relacji z kolegami, z małżeństwa, z dzieci, z życia seksualnego), materialne (zadowolenie z sytuacji finansowej rodziny i warunków mieszkaniowych), środowiskowe (zadowolenie z sytuacji w kraju, z miejscowości zamieszkania, ze stanu bezpieczeństwa w miejscu zamieszkania), zdrowotne (zadowolenie ze stanu zdrowia) i inne związane z samooceną (zadowolenie z własnych osiągnięć, z perspektyw na przyszłość, z wykształcenia, ze sposobu spędzania wolnego czasu, z pracy) (Czapiński 1991; Czapiński, Panek 2000).

ale niezbyt chętnie, natomiast aż 30% chciałoby wyjeżdżać za miasto, ale pozostało to w sferze aspiracji⁷⁷. Podobna tendencja wystąpiła w poprzednich badaniach.

Wyjazdy wymagają zarówno niezbędnych nakładów finansowych, jak i wysiłku związanego z przygotowaniem i realizacją zaplanowanego wyjazdu. Można jednak przypuszczać, że w przyszłości wraz z poprawą sytuacji finansowej wrośnie zainteresowanie korzystaniem z usług związanych z wycieczkami, a szerzej z uprawianiem turystyki.

W następnej kolejności przyjrzymy się kwestii finansowania wyjazdów turystycznych. Dowiemy się, jaka jest skala dofinansowania wyjazdów oraz czy istnieje współzależność między poziomem dofinansowania a wysokością uzyskiwanych dochodów.

5.2. Transfery jako finansowe wsparcie uczestnictwa w wyjazdach turystycznych

W badaniu podjęto próbę określenia zakresu i skali finansowania wyjazdów turystycznych ze środków własnych gospodarstw domowych oraz dofinansowania ze środków innych gospodarstw i instytucji. Dofinansowanie lub finansowanie polegało na bezpośrednim przekazaniu określonej kwoty gospodarstwu domowemu (np. przez rodzinę, zakład pracy, opiekę społeczną, instytucję charytatywną itp.) bądź na przekazaniu środków finansowych przez zakład/instytucję bezpośrednio do usługodawcy w celu pokrycia części kosztów gospodarstwa domowego. W tym celu dokonano analizy źródeł finansowania wyjazdów długotrwałych, na które składają się zarówno wyjazdy krajowe, jak i zagraniczne (tab. 5.1).

Badania pokazały, że zjawisko dofinansowania wyjazdów turystycznych było bardzo rozpowszechnione. Największy udział dofinansowania wyjazdów zaobserwowano wśród gospodarstw najuboższych. We wszystkich grupach dochodowych udział środków własnych był jednak wyższy od środków pochodzących z innych źródeł. Wraz ze wzrostem zamożności zmniejszał się udział dofinansowania. Prawidłowość ta nie występowała jedynie w przypadku dofinansowania, polegającego na bezpośrednim przekazaniu kwoty dofinansowania gospodarstwu domowemu przez zakład pracy lub inną instytucję. Ten rodzaj wsparcia był jednocześnie stosowany najrzadziej. Dofinansowanie osób z najzamożniejszych rodzin wynikało często z faktu ich uczestnictwa w podróży służbowych. Należy również zaznaczyć, że im wyjazdy są droższe, tym mniejszy jest udział dofinansowania w kosztach. Instytucje, które udzielały dofinansowania, najczęściej opłacały usługi turystyczne bezpośrednio u wytwórcy tych usług.

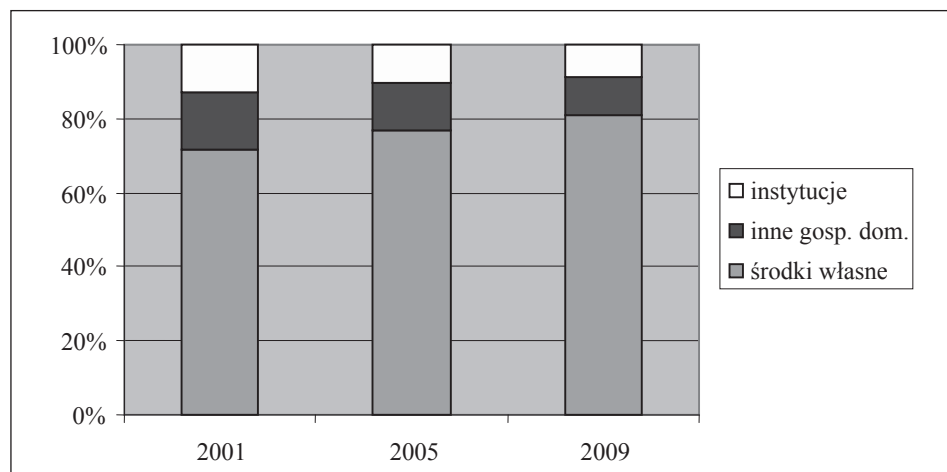
⁷⁷ Dla porównania: 18% marzyło o korzystaniu z imprez kulturalnych – wychodzeniu do kina, na koncerty czy do teatru, natomiast o oglądaniu TV marzyło zaledwie 4% Polaków.

Tabela 5.1. Źródła finansowania wyjazdów długoterminowych (w %)

Grupa kwintylowa	2001				2005				2009			
	Środki własne	Inne gospodarstwa domowe	Institucja do usługodawcy	Institucja dla gospodarstwa domowego	Środki własne	Inne gospodarstwa domowe	Institucja do usługodawcy	Institucja dla gospodarstwa domowego	Środki własne	Inne gospodarstwa domowe	Institucja do usługodawcy	Institucja dla gospodarstwa domowego
1	57,1	26,3	12,4	4,2	60,5	18,2	19,7	1,7	71,1	15,4	12,5	1,1
2	63,8	19,9	12,2	4,1	69,7	20,5	8,0	1,9	78,3	14,3	6,6	0,9
3	68,8	15,8	11,9	3,4	74,5	14,9	5,6	5,0	81,9	9,8	6,6	1,6
4	72,6	14,5	10,2	2,6	79,4	12,2	5,5	2,9	83,9	9,6	4,5	1,9
5	79,6	10,9	8,1	1,4	82,4	9,1	5,4	3,1	85,0	8,1	3,6	3,3
ogół	71,8	15,3	10,2	2,7	76,7	13,0	7,3	3,1	82,2	10,1	5,5	2,2

Źródło: obliczenia własne na podstawie bazy danych indywidualnych obserwacji nieidentyfikowalnych z badania modułowego „Turystyka i wypoczynek w gospodarstwach domowych” za lata 2001, 2005 i 2009

Zmiany w sposobie finansowania wyjazdów długoterminowych ogółem przedstawiono na rysunku 5.4. Udział środków własnych wzrósł z 72% w 2001 do 82% w 2009 roku. Tym samym zmniejszył się udział wsparcia rodziny oraz innych gospodarstw domowych z 15% w 2001 do 10% w 2009 roku. Udział zakładu pracy lub innych instytucji spadł o 6 pkt proc. Zmiany te świadczą o poprawiającej się sytuacji finansowej gospodarstw domowych.



Rys. 5.4. Źródła finansowania wyjazdów długoterminowych ogółem.

Źródło: obliczenia własne na podstawie bazy danych indywidualnych obserwacji nieidentyfikowalnych z badania modułowego „Turystyka i wypoczynek w gospodarstwach domowych” za lata 2001, 2005 i 2009

Jeśli chodzi o finansowanie krajowych wyjazdów długoterminowych, zauważalna jest wyraźna zależność występująca między dofinansowaniem a grupą kwintylową (tab. 5.2). Wraz ze wzrostem dochodów wzrasta samofinansowanie wyjazdów. Brak tego związku dotyczy jedynie dofinansowania przekazywanego gospodarstwom domowym przez zakład pracy bądź inne instytucje, zwłaszcza w 2005 i 2009 roku.

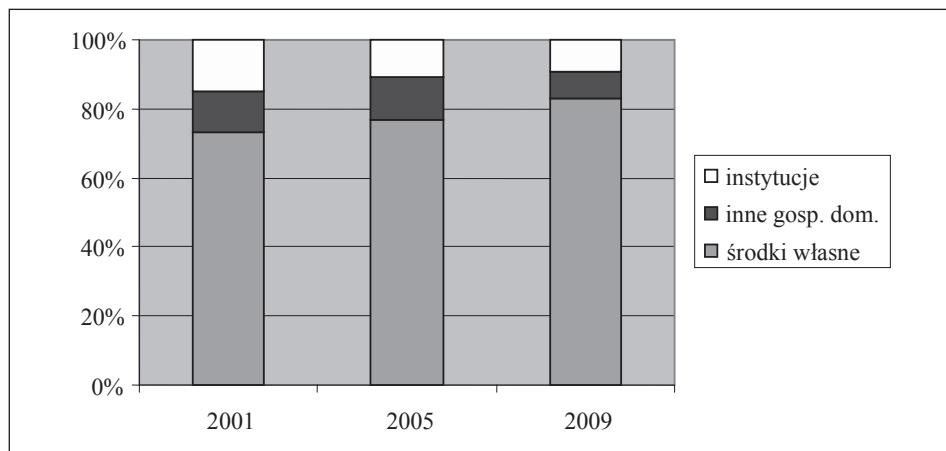
Na rysunku 5.5 przedstawiono zmiany, jakie nastąpiły w zakresie udziału poszczególnych podmiotów w finansowaniu wyjazdów krajowych, trwających co najmniej 5 dni. Ogółem w badanym okresie wzrósł udział w wydatkach środków własnych wszystkich gospodarstw domowych. Utrzymujące się wsparcie innych gospodarstw domowych na poziomie 12% w 2001 i 2005 roku obniżyło się do 8% w 2009 roku. Zmniejszył się także udział dofinansowania przez instytucje.

Analizując finansowanie zagranicznych wyjazdów długoterminowych, zaobserwowano, że największym udziałem samofinansowania charakteryzowały się gospodarstwa najzamożniejsze. W pozostałych przypadkach dane upoważniają do stwierdzenia, że istnieje brak związków między osiąganym poziomem dochodów

Tabela 5.2. Źródła finansowania krajowych wyjazdów długoterminowych (w %)

Grupa kwintylowa	2001				2005				2009			
	Środki własne	Inne gospodarstwa domowe	Institucja do usługodawcy	Institucja dla gospodarstwa domowego	Środki własne	Inne gospodarstwa domowe	Institucja do usługodawcy	Institucja dla gospodarstwa domowego	Środki własne	Inne gospodarstwa domowe	Institucja do usługodawcy	Institucja dla gospodarstwa domowego
1	57,7	20,9	15,9	5,5	61,0	13,6	23,7	1,7	71,0	12,8	14,7	1,5
2	67,4	14,0	12,8	5,9	71,0	16,6	10,3	2,1	78,1	11,9	8,7	1,3
3	70,4	14,9	10,0	4,6	77,3	10,2	7,3	5,2	82,6	8,0	7,9	1,5
4	73,5	12,2	10,7	3,6	79,9	11,1	5,6	3,4	84,5	7,2	5,3	3,0
5	81,7	7,2	8,6	2,5	83,6	11,2	4,0	1,3	87,6	5,2	3,9	3,3
ogół	72,7	12,4	10,8	4,0	76,9	12,1	8,3	2,7	82,6	8,1	6,9	2,4

Źródło: obliczenia własne na podstawie bazy danych indywidualnych obserwacji nieidentyfikowalnych z badania modułowego „Turystyka i wypoczynek w gospodarstwach domowych” za lata 2001, 2005 i 2009

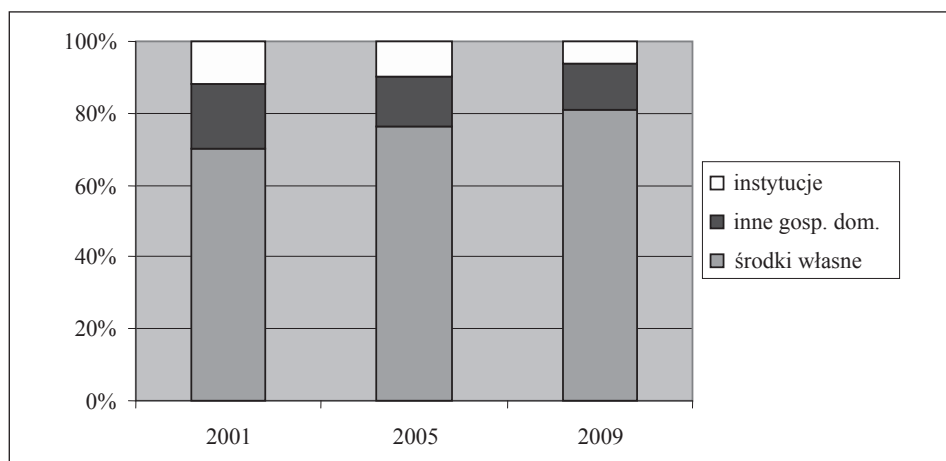


Rys. 5.5. Źródła finansowania krajowych wyjazdów długoterminowych ogółem.

Źródło: obliczenia własne na podstawie bazy danych indywidualnych obserwacji nieidentyfikowalnych z badania modułowego „Turystyka i wypoczynek w gospodarstwach domowych” za lata 2001, 2005 i 2009

a dofinansowaniem. Udział poszczególnych podmiotów finansujących wyjazdy zagraniczne zaprezentowano w tabeli 5.3.

Ogółem odnotowano wyraźny wzrost samofinansowania zagranicznych wyjazdów długoterminowych przez gospodarstwa domowe (z 70% w 2001 do 82% w 2009 r.). Zmniejszył się udział dofinansowania przez rodzinę (o 5 pkt proc.), natomiast dofinansowanie przez instytucje spadło o połowę. Zmiany te obrazuje rysunek 5.6.



Rys. 5.6. Źródła finansowania zagranicznych wyjazdów długoterminowych ogółem.

Źródło: obliczenia własne na podstawie bazy danych indywidualnych obserwacji nieidentyfikowalnych z badania modułowego „Turystyka i wypoczynek w gospodarstwach domowych” za lata 2001, 2005 i 2009

Tabela 5.3. Źródła finansowania zagranicznych wyjazdów długoterminowych (w %)

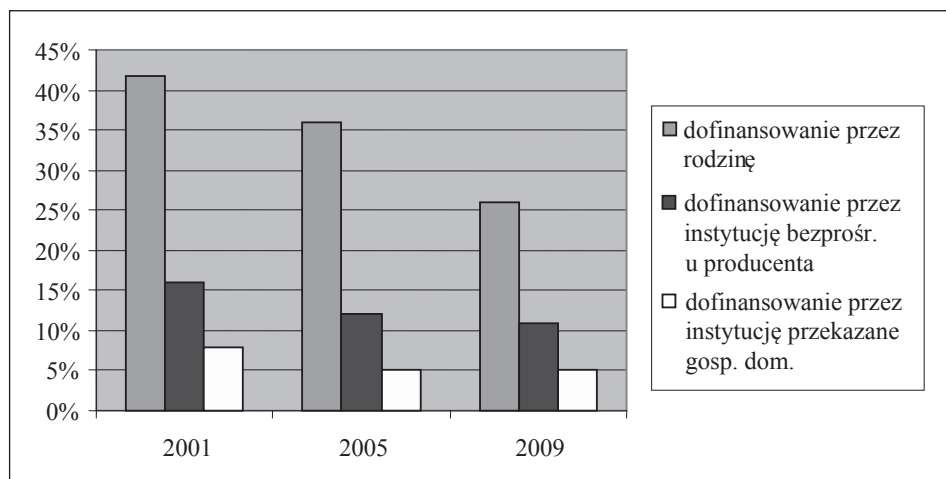
Grupa kwintylowa	2001				2005				2009			
	Środki własne	Inne gospodarstwa domowe	Institucja do usługodawcy	Institucja dla gospodarstwa domowego	Środki własne	Inne gospodarstwa domowe	Institucja do usługodawcy	Institucja dla gospodarstwa domowego	Środki własne	Inne gospodarstwa domowe	Institucja do usługodawcy	Institucja dla gospodarstwa domowego
1	70,3	27,2	1,3	1,3	59,6	26,6	12,1	1,7	71,3	22,9	5,8	0,0
2	56,4	35,4	7,5	0,7	66,1	31,4	1,3	1,2	78,7	19,1	2,3	0,0
3	54,5	12,8	31,6	1,1	68,0	25,5	1,9	4,6	80,8	12,9	4,5	1,8
4	77,2	15,0	6,4	1,4	78,3	15,2	5,0	1,5	83,0	13,5	3,3	0,2
5	75,0	15,4	9,4	0,2	81,5	7,5	6,5	4,5	82,9	10,4	3,4	3,3
ogół	70,1	18,5	10,7	0,6	76,3	14,3	5,8	3,6	81,6	12,8	3,6	2,0

Źródło: obliczenia własne na podstawie bazy danych indywidualnych obserwacji nieidentyfikowalnych z badania modułowego „Turystyka i wypoczynek w gospodarstwach domowych” za lata 2001, 2005 i 2009

Kolejna analiza dotyczy dofinansowania gospodarstw domowych uczestniczących w wyjazdach turystycznych. W tabeli 5.4 przedstawiono związek między zamożnością a odsetkiem gospodarstw domowych dofinansowanych w zakresie długich wyjazdów turystycznych, zarówno krajowych, jak i zagranicznych.

Największy udział gospodarstw dofinansowywanych przez rodzinę lub inne osoby prywatne, a także przez instytucje, które opłacały usługę bezpośrednio u producenta, stwierdzono w przypadku gospodarstw najuboższych, najmniejszy zaś u najzamożniejszych. W sytuacji przekazywania przez instytucje środków gospodarstwu domowemu występuje brak wyraźnego powiązania między skalą gospodarstw dofinansowanych a poziomem uzyskiwanych przez nie dochodów.

Na rysunku 5.7 zaprezentowano odsetek gospodarstw domowych, które uzyskały wsparcie finansowe od innych podmiotów w związku z długoterminowymi wyjazdami turystycznymi. Zauważalna jest tendencja spadkowa, zwłaszcza gospodarstw dofinansowanych przez rodzinę lub inne osoby prywatne (z 42% gospodarstw w 2001 do 26% w 2009 r.). Zmniejszyła się też liczba gospodarstw domowych dofinansowanych przez zakład pracy lub inną instytucję, bez względu na sposób przekazania płatności.



Rys. 5.7. Udział gospodarstw domowych dofinansowanych w zakresie długich wyjazdów turystycznych ogółem.

Źródło: obliczenia własne na podstawie bazy danych indywidualnych obserwacji nieidentyfikowalnych z badania modułowego „Turystyka i wypoczynek w gospodarstwach domowych” za lata 2001, 2005 i 2009

Analizując związek pomiędzy liczbą gospodarstw, które otrzymały pomoc finansową na krajowe wyjazdy trwające powyżej 5 dni, a poziomem ich zamożności, zauważalne jest, że wraz ze wzrostem dochodów maleje udział gospodarstw, które otrzymały wsparcie od rodziny bądź zakładu pracy, przekazującego płatność bezpośrednio do usługodawcy (tab. 5.5). W przypadku dofinansowania, polegającego

Tabela 5.4. Udział gospodarstw domowych dofinansowanych w zakresie długich wyjazdów turystycznych (w %)

Grupa kwintylowa	2001			2005			2009		
	Dofinansowanie przez rodzinę	Dofinansowanie przez zakład bepośrednio u producenta	Dofinansowanie przez zakład gospodarstwa domowego	Dofinansowanie przez rodzinę	Dofinansowanie przez zakład bepośrednio u producenta	Dofinansowanie przez zakład gospodarstwa domowego	Dofinansowanie przez rodzinę	Dofinansowanie przez zakład bepośrednio u producenta	Dofinansowanie przez zakład gospodarstwa domowego
1	51,3	20,5	6,8	39,8	22,0	3,3	34,6	16,8	1,8
2	45,7	16,5	9,4	44,9	13,0	2,8	31,0	11,9	2,2
3	49,4	16,7	8,0	38,0	11,7	8,2	24,8	11,0	4,0
4	37,9	15,0	9,1	35,9	7,6	6,4	24,7	9,2	6,2
5	31,3	14,0	6,5	28,9	8,4	3,9	21,8	9,2	8,0
ogół	41,6	16,2	7,8	36,4	11,7	5,0	26,3	11,0	5,1

Źródło: obliczenia własne na podstawie bazy danych indywidualnych obserwacji; nieidentyfikowanych z badania modułowego „Turystyka i wypoczynek w gospodarstwach domowych” za lata 2001, 2005 i 2009

Tabela 5.5. Udział gospodarstw domowych dofinansowanych w zakresie krajowych wyjazdów długoterminowych (w %)

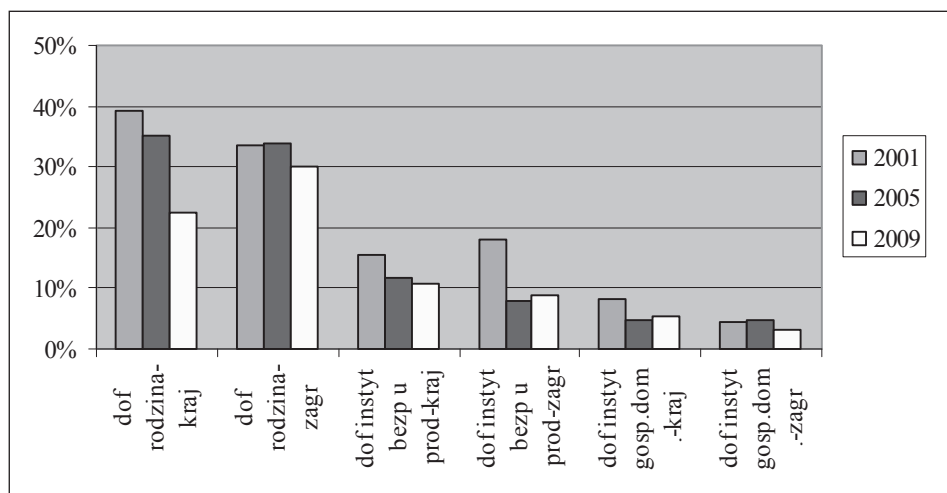
Grupa kwintylowa	2001 (N 3957)			2005 (N 4004)			2009 (N 4636)		
	Dofinansowanie przez rodzinę	Dofinansowanie przez zakład bezpośrednio u producenta	Dofinansowanie przez zakład gospodarstwa domowego	Dofinansowanie przez rodzinę	Dofinansowanie przez zakład bezpośrednio u producenta	Dofinansowanie przez zakład gospodarstwa domowego	Dofinansowanie przez rodzinę	Dofinansowanie przez zakład bezpośrednio u producenta	Dofinansowanie przez zakład gospodarstwa domowego
1	47,8	21,3	7,1	38,7	23,4	3,0	32,3	17,7	2,0
2	43,5	14,5	9,9	42,3	13,7	3,2	25,9	12,7	2,6
3	47,8	16,2	8,7	35,2	11,4	8,1	22,0	11,0	3,8
4	37,1	15,3	9,5	34,9	6,4	6,9	19,8	9,1	6,7
5	27,0	12,6	6,7	28,3	7,3	2,7	17,4	7,3	8,3
ogół	39,3	15,6	8,3	35,1	11,6	4,8	22,4	10,8	5,2

Źródło: obliczenia własne na podstawie bazy danych indywidualnych obserwacji nieidentyfikowanych z badania modułowego „Turystyka i wypoczynek w gospodarstwach domowych” za lata 2001, 2005 i 2009

na przekazaniu środków przez instytucję gospodarstwu domowemu, nie zachodzi zależność między odsetkiem gospodarstw dofinansowanych a poziomem dochodów.

Jeśli chodzi o udział w poszczególnych grupach kwintylowych dofinansowanych gospodarstw domowych, wyjeżdżających w celach turystycznych za granicę na co najmniej 2 dni, nie zaobserwowano związku pomiędzy odsetkiem gospodarstw dofinansowanych a poziomem zamożności. Odsetek gospodarstw domowych, które uzyskały wsparcie finansowe od innych podmiotów na zagraniczne wyjazdy długoterminowe w celach turystycznych, zawiera tabela 5.6.

Na rysunku 5.8 zauważalna jest tendencja spadkowa, dotycząca odsetka dofinansowywanych gospodarstw domowych w zakresie zarówno krajowych, jak i zagranicznych wyjazdów długoterminowych w celach turystycznych. Najwięcej gospodarstw otrzymało wsparcie finansowe ze strony rodziny.



Rys. 5.8. Udział gospodarstw domowych dofinansowanych w zakresie krajowych i zagranicznych wyjazdów długoterminowych ogółem.

Źródło: obliczenia własne na podstawie bazy danych indywidualnych obserwacji nieidentyfikowalnych z badania modułowego „Turystyka i wypoczynek w gospodarstwach domowych” za lata 2001, 2005 i 2009

W 2001 roku dofinansowanie objęło największy odsetek gospodarstw. W kolejnym okresie badawczym odsetek ten zmalał, z wyjątkiem gospodarstw, które wspierane były przez rodzinę w zakresie wyjazdów zagranicznych (zarówno w 2001, jak i w 2005 r. dofinansowanie obejmowało 34% gospodarstw). Wyraźnie zmniejszył się udział gospodarstw dofinansowanych przez instytucje, które płaciły bezpośrednio u usługodawcy (spadek o 10 pkt proc.). W 2009 roku nastąpiło kolejne ograniczenie liczby dofinansowanych gospodarstw domowych, zwłaszcza przez rodzinę (do 22% gospodarstw).

Tabela 5.6. Udział gospodarstw domowych dofinansowanych w zakresie zagranicznych wyjazdów długoterminowych (w %)

Grupa kwintylowa	2001 (N 3957)			2005 (N 4004)			2009 (N 4636)		
	Dofinansowanie przez rodzinę	Dofinansowanie przez zakład bezpośrednio u producenta	Dofinansowanie przez zakład gospodarstwa domowego	Dofinansowanie przez rodzinę	Dofinansowanie przez zakład bezpośrednio u producenta	Dofinansowanie przez zakład gospodarstwa domowego	Dofinansowanie przez rodzinę	Dofinansowanie przez zakład bezpośrednio u producenta	Dofinansowanie przez zakład gospodarstwa domowego
1	41,1	7,0	6,3	45,2	9,2	4,9	43,9	9,4	0,0
2	59,6	14,8	5,3	55,9	5,5	3,3	45,4	6,5	0,0
3	36,6	26,4	5,0	47,9	9,5	6,6	24,7	11,8	3,0
4	31,6	13,0	6,8	30,7	8,2	4,6	31,2	7,2	1,6
5	25,1	20,5	2,6	21,5	7,9	4,9	24,4	9,5	5,3
ogół	33,5	17,9	4,3	33,8	8,0	4,9	30,0	9,0	3,0

Źródło: obliczenia własne na podstawie bazy danych indywidualnych obserwacji nieidentyfikowalnych z badania modułowego „Turystyka i wypoczynek w gospodarstwach domowych” za lata 2001, 2005 i 2009

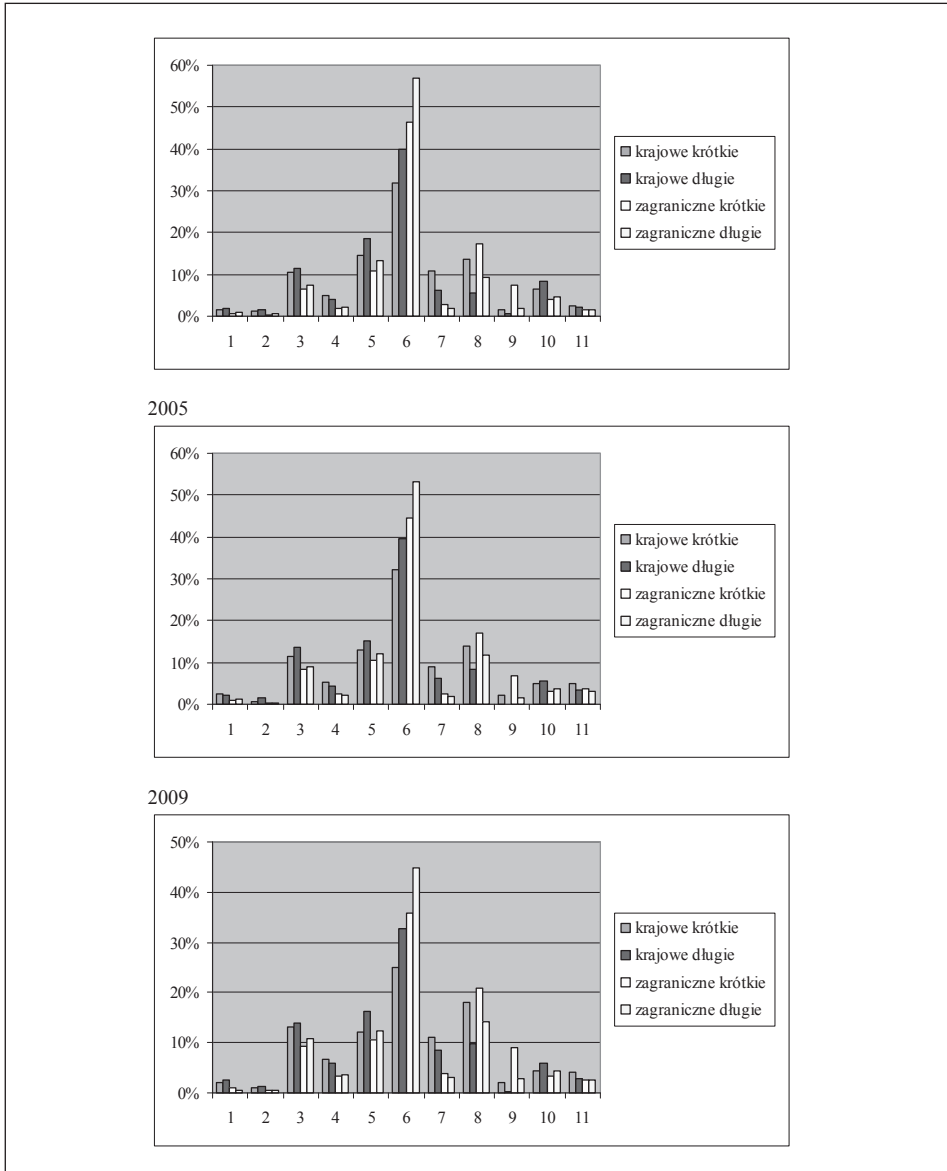
Reasumując, duża popularność wyjazdów turystycznych, zwłaszcza wypoczynkowych, w latach poprzedzających okres transformacji systemowej, była uwarunkowana ich obligatoryjnym dofinansowaniem przez zakłady pracy. Praktyka ta nie uwzględniała jednak rachunku ekonomicznego i znacznie obciążała budżet państwa. Zmiana źródeł finansowania spowodowała radykalny wzrost wydatków z budżetów gospodarstw domowych, a więc wzrost samofinansowania wyjazdów turystycznych. Możliwości podejmowania wyjazdów turystycznych stały się zatem bezpośrednio zależne od poziomu dochodów uzyskiwanych przez gospodarstwa domowe. Wpłynęło to na znaczący spadek uczestnictwa w turystyce, zwłaszcza w początkowym okresie transformacji. Obecnie na poziom wydatków przeznaczanych na usługi turystyczne oddziałują także ceny konkurencyjnych oraz podstawowych dóbr i usług. Można przypuszczać, że beneficjenci turystyki socjalnej o niskich dochodach bez odpowiedniego wsparcia nie staliby się uczestnikami turystyki. Natomiast wsparcie finansowe osób, które stać na aktywność turystyczną, stanowi bodziec do wydłużenia pobytu lub zwielokrotnienia odbywanych przez nie podróży. Dostępność i poziom wsparcia finansowego z funduszu świadczeń socjalnych przekłada się na poziom i strukturę konsumpcji usług turystycznych.

Kontynuując powyższe rozważania, zastanowimy się w kolejnym podrozdziale nad najczęstszymi powodami braku uczestnictwa w turystyce. Czy główną jego przyczynę stanowią w Polsce czynniki ekonomiczne?

5.3. Materialne i pozamaterialne przyczyny braku uczestnictwa w wyjazdach turystycznych

Celem podjętej analizy jest określenie znaczenia ekonomicznych inhibitorów aktywności turystycznej w poszczególnych grupach dochodowych.

W badaniach GUS respondenci mogli wskazać tylko jeden powód braku uczestnictwa w turystyce. Na podstawie zebranych danych można wnioskować, że główną przyczyną braku wyjazdów był niski poziom zamożności. Powód taki w 2001 roku podało prawie 56,8% gospodarstw nieuczestniczących w dłuższych wyjazdach zagranicznych, 46,5% gospodarstw niewyjeżdżających zagranicę na jeden dzień, 39,8% gospodarstw, które odmówiły sobie wakacji w kraju, oraz 32% niepodejmujących krótkich wyjazdów krajowych (rys. 5.9). Okazało się jednak, że wiele gospodarstw wskazało inne inhibitory aktywności turystycznej, m.in. niewłaściwy stan zdrowia oraz brak zainteresowania. I tak, 17,4% gospodarstw domowych nie wykazywało zainteresowania jednodniowymi wyjazdami zagranicznymi, a 13,6% krótkimi wyjazdami krajowymi. Mniejszy natomiast był odsetek wskazań na brak zainteresowania wyjazdami długoterminowymi zarówno w kraju, jak i zagranicę. W 2005 roku taki sam odsetek gospodarstw domowych jak w roku 2001 wskazał zbyt niskie dochody jako barierę uczestnictwa w wyjazdach krajowych. Zmniejszył



Rys. 5.9. Główna przyczyna niewystąpienia wyjazdów w gospodarstwach domowych (w %). Cyframi od 1 do 11 oznaczono główne przyczyny nieuczestniczenia w wyjazdach turystycznych: 1 – brak urlopu, służbowego oddelegowania; 2 – urlop wykorzystany na dodatkową pracę zarobkową; 3 – stan zdrowia nie pozwala na wyjazdy; 4 – obowiązki rodzinne; 5 – w tym roku brak pieniędzy, inne wydatki; 6 – nie stać nas; 7 – czas wolny przeznaczaliśmy na inne prace domowe; 8 – nie jesteśmy zainteresowani takimi wyjazdami; 9 – nie opłaca się, za daleko; 10 – konieczność zajmowania się własną firmą, gospodarstwem rolnym; 11 – inne przyczyny.

Źródło: obliczenia własne na podstawie bazy danych indywidualnych obserwacji nieidentyfikowalnych z badania modułowego „Turystyka i wypoczynek w gospodarstwach domowych” za lata 2001, 2005 i 2009

się natomiast odsetek gospodarstw, które z powodów finansowych nie uczestniczyły w wyjazdach zagranicznych: do 53% w przypadku wyjazdów długich oraz do 44,4% w przypadku jednodniowych. Zaobserwowano wzrost odsetka gospodarstw, w których jako przyczynę niepodjęcia wyjazdów zarówno krajowych, jak i zagranicznych podano stan zdrowia. Nieznacznie zmalał udział gospodarstw wskazujących brak zainteresowania krótkimi wyjazdami zagranicznymi (o 0,5%), wzrósł natomiast udział gospodarstw niezainteresowanych pozostałymi rodzajami wyjazdów. W 2009 roku znacznie rzadziej niż w latach poprzednich wskazywano niskie dochody jako przyczynę uniemożliwiającą uczestnictwo w turystyce. W odniesieniu do zagranicznych wyjazdów na co najmniej 2 dni przyczynę tę podało 45% gospodarstw, a do wyjazdów beznoclegowych – 35,8%. Udział gospodarstw niepodjęających z tego powodu krótkich wyjazdów krajowych zmniejszył się do 25%, a krajowych wyjazdów wakacyjnych do 32,7%. Ponownie wzrósł odsetek wskazań na stan zdrowia, a także na obowiązki rodzinne. Wzrósł także w stosunku do lat poprzednich udział gospodarstw niezainteresowanych wyjazdami turystycznymi, co skłania do wnioskowania, że preferowano inny, konkurencyjny sposób spędzania wolnego czasu.

Porównanie wyników badań z kilku lat nie ujawnia zasadniczych różnic co do przyczyn braku wyjazdów gospodarstw domowych. Zaobserwowano jednak pewne tendencje. Znacznie spadło mianowicie znaczenie braku środków finansowych jako przyczyny nieuczestniczenia gospodarstw domowych w krajowych wyjazdach krótkoterminowych (z 32% w 2001 do 25% w 2009 r.) i długoterminowych (z 40 do 33%). W przypadku wyjazdów zagranicznych spadek był jeszcze większy – jednodniowych o 10,5 pkt proc. (z 46,5 do 36%), a co najmniej dwudniowych o 12 pkt proc. (z 57 do 45% badanych gospodarstw domowych). Wzrosło ponadto znaczenie braku zainteresowania wyjazdami jako głównego czynnika decydującego o nieuczestniczeniu w wyjazdach. Odsetek gospodarstw domowych niezainteresowanych udziałem w krajowych wyjazdach krótkoterminowych wzrósł z 13,6 do 18%, w przypadku wyjazdów długoterminowych zwiększył się z 6 do 10%, podobnie dla wyjazdów zagranicznych jednodniowych z 17 do 21%, a dla co najmniej dwudniowych zaobserwowano wzrost odsetka niezainteresowanych z 9 do 14%. Konkurencyjne dla wyjazdów krajowych okazały się także prace domowe. Stanowiły one główną przyczynę zaniechania wyjazdów krótkoterminowych dla 10% gospodarstw w 2001 i 11% w 2009 roku, a także wyjazdów długoterminowych dla 6% w 2001 i 8,5% w 2009 roku.

W tabeli 5.7 zaprezentowano dane wskazujące na przyczyny nieuczestniczenia w krótkoterminowych wyjazdach krajowych w zależności od poziomu dochodów uzyskiwanych przez gospodarstwa domowe. Z danych tych wynika, że brak możliwości finansowych był głównym powodem zaniechania wyjazdów wśród gospodarstw osiągających najniższe dochody. Gospodarstwa należące do drugiej grupy kwintylowej również najczęściej wskazywały na braki finansowe, aczkolwiek w 2001 roku braki te stanowiły przyczynę nieuczestniczenia w krótkich wyjazdach krajowych dla 44% gospodarstw, a w 2009 roku tylko dla 28%. Wzrósł natomiast

Tabela 5.7. Główna przyczyna nieuczestniczenia gospodarstw domowych w krajowych wyjazdach krótkoterminowych (w %) według grup kwintylowych

Wyszczególnienie	Grupa kwintalowa				
	1	2	3	4	5
2001					
1 – brak urlopu	0,30	1,28	1,22	1,02	4,69
2 – urlop wykorzystany na dodatkową pracę zarobkową	1,04	0,70	1,22	0,88	2,99
3 – stan zdrowia nie pozwala na wyjazdy	1,78	4,94	14,93	18,78	14,17
4 – obowiązki rodzinne	6,15	3,74	3,82	4,66	6,83
5 – brak pieniędzy na wyjazd z powodu innych ważnych wydatków	12,06	15,62	16,87	17,60	10,96
6 – brak możliwości finansowych	50,90	44,29	29,65	19,46	10,79
7 – czas wolny przeznaczony na inne prace domowe	6,97	9,92	10,91	12,17	15,38
8 – brak zainteresowania wyjazdami	6,66	9,23	14,01	15,09	25,55
9 – nie opłaca się, za daleko	0,61	2,28	1,40	1,12	1,62
10 – konieczność zajmowania się własną firmą	11,31	6,91	4,44	5,05	3,97
11 – inne przyczyny	2,23	1,07	1,52	4,17	3,05
2005					
1 – brak urlopu	1,45	1,92	2,01	3,35	3,71
2 – urlop wykorzystany na dodatkową pracę zarobkową	0,39	0,15	0,88	1,10	1,33
3 – stan zdrowia nie pozwala na wyjazdy	1,71	8,32	15,61	17,81	14,70
4 – obowiązki rodzinne	5,95	5,25	5,98	4,53	5,23
5 – brak pieniędzy na wyjazd z powodu innych ważnych wydatków	13,03	16,69	12,4	12,73	8,95
6 – brak możliwości finansowych	52,48	37,61	29,25	24,11	11,67
7 – czas wolny przeznaczony na inne prace domowe	6,19	7,14	9,55	8,86	15,01
8 – brak zainteresowania wyjazdami	8,89	11,35	12,20	15,98	23,97
9 – nie opłaca się, za daleko	0,88	2,10	2,85	2,02	3,35
10 – konieczność zajmowania się własną firmą	6,34	6,37	4,07	2,25	5,51
11 – inne przyczyny	2,69	3,08	5,12	7,26	6,56
2009					
1 – brak urlopu	0,99	1,07	1,87	2,69	4,64
2 – urlop wykorzystany na dodatkową pracę zarobkową	0,85	1,09	0,53	0,60	2,93
3 – stan zdrowia nie pozwala na wyjazdy	3,41	14,01	16,82	18,67	13,22
4 – obowiązki rodzinne	8,42	6,63	5,59	6,54	5,79
5 – brak pieniędzy na wyjazd z powodu innych ważnych wydatków	13,40	14,70	13,88	9,77	7,10
6 – brak możliwości finansowych	43,97	28,15	22,68	16,48	9,37
7 – czas wolny przeznaczony na inne prace domowe	7,35	10,31	10,92	12,45	16,20
8 – brak zainteresowania wyjazdami	10,60	13,38	18,75	23,40	27,34
9 – nie opłaca się, za daleko	1,99	2,05	1,22	2,72	2,42
10 – konieczność zajmowania się własną firmą	6,80	4,23	3,99	2,50	4,32
11 – inne przyczyny	2,23	4,39	3,76	4,16	6,68

Źródło: obliczenia własne na podstawie bazy danych indywidualnych obserwacji nieidentyfikowalnych z badania modułowego „Turystyka i wypoczynek w gospodarstwach domowych” za lata 2001, 2005 i 2009

odsetek gospodarstw niepodróżujących z powodów niezadowolającego stanu zdrowia. Spośród gospodarstw osiągających dochody na poziomie trzeciej grupy kwintylowej 29% wskazało na problemy finansowe w 2001 i 2005 roku, odsetek ten zmalał zaś do 22,7% w 2009 roku. Zwiększył się natomiast brak zainteresowania wyjazdami.

Dla 19% gospodarstw z czwartej grupy kwintylowej główną przyczynę niepodjęcia krótkich wyjazdów krajowych w 2001 roku stanowił brak środków finansowych. W 2009 roku takimi wyjazdami nie było zainteresowanych aż 23% gospodarstw. Brak zainteresowania wykazywał też największy odsetek gospodarstw spośród piątej grupy kwintylowej. Z analizy danych wynika, że wraz ze wzrostem dochodów gospodarstwa domowe rzadziej wskazywały na ograniczenia ekonomiczne, częściej natomiast deklarowały brak zainteresowania krajowymi wyjazdami krótkoterminowymi.

W tabeli 5.8 przedstawiono powody niepodjęcia aktywności turystycznej w zakresie krajowych wyjazdów, trwających co najmniej 5 dni.

Podobnie jak w przypadku krótkich wyjazdów krajowych najczęściej brak pieniędzy stanowił przyczynę nieuczestniczenia w wyjazdach gospodarstw najslabiej zarabiających. Im wyższe dochody osiągały gospodarstwa, tym bardziej problemy finansowe traciły na ważności. Dość często wskazywano na niezadowolający stan zdrowia, zwłaszcza wśród gospodarstw z czwartej i trzeciej grupy kwintylowej. Brak urlopu stanowił problem jedynie dla gospodarstw najbogatszych.

W tabeli 5.9 zawarto przyczyny braku uczestnictwa w zagranicznych wyjazdach krótkoterminowych. Zdecydowanie największy odsetek gospodarstw domowych, które nie podjęły tego typu wyjazdów z powodu braków finansowych, stanowiły gospodarstwa o najniższych dochodach (aż 71% gospodarstw z pierwszej grupy kwintylowej w 2001 r.). Wraz ze wzrostem dochodów zaobserwowano spadek wskazań na niewystarczające możliwości finansowe dotyczące uczestnictwa w krótkich wyjazdach zagranicznych. Wzrastał natomiast brak zainteresowania takimi wyjazdami, a także postrzegany brak opłacalności.

W przypadku zagranicznych wyjazdów długoterminowych zaobserwowano, że w kolejnych latach zmniejszał się udział gospodarstw z każdej grupy kwintylowej, wskazujących na zbyt niskie dochody jako przyczynę ograniczenia aktywności turystycznej (tab. 5.10). Wzrastał natomiast odsetek gospodarstw nieuczestniczących w wyjazdach z uwagi na stan zdrowia oraz z powodu niezainteresowania taką formą spędzania wolnego czasu. Najmniejsze znaczenie miał brak urlopu.

Reasumując powyższe rozważania, można stwierdzić, że społeczeństwo polskie – mimo polepszających się warunków życia – nie doświadcza jeszcze dobrobytu materialnego.

W badanym okresie najczęściej wykorzystywane formy spędzania wolnego czasu obejmowały wypoczynek bierny, gdyż jest on najłatwiej dostępny i nie wymaga znacznych nakładów finansowych. Uczestnictwo w turystyce częściej preferowały gospodarstwa o najwyższych dochodach, jednak ich udział w strukturze form spędzania wolnego czasu był bardzo mały. Stopniowo wzrasta co prawda zadowolenie

Tabela 5.8. Główna przyczyna nieuczestniczenia gospodarstw domowych w krajowych wyjazdach długoterminowych (w %) według grup kwintylowych

Wyszczególnienie	Grupa kwintalowa				
	1	2	3	4	5
2001					
1 – brak urlopu	0,00	1,26	0,93	1,11	6,71
2 – urlop wykorzystany na dodatkową pracę zarobkową	1,17	0,88	1,52	1,82	3,60
3 – stan zdrowia nie pozwala na wyjazdy	1,60	4,11	16,64	20,32	15,38
4 – obowiązki rodzinne	3,25	4,90	2,74	3,32	6,31
5 – brak pieniędzy na wyjazd z powodu innych ważnych wydatków	13,51	18,45	20,24	21,56	20,08
6 – brak możliwości finansowych	60,05	51,89	37,55	28,06	15,43
7 – czas wolny przeznaczony na inne prace domowe	3,46	5,83	5,60	5,84	10,81
8 – brak zainteresowania wyjazdami	3,01	3,36	5,56	8,83	8,65
9 – nie opłaca się, za daleko	0,37	0,63	0,44	0,76	0,73
10 – konieczność zajmowania się własną firmą	12,64	7,76	7,17	5,96	7,11
11 – inne przyczyny	0,96	0,92	1,63	2,42	5,21
2005					
1 – brak urlopu	1,43	1,90	0,93	1,71	5,63
2 – urlop wykorzystany na dodatkową pracę zarobkową	0,41	1,05	1,50	1,70	2,73
3 – stan zdrowia nie pozwala na wyjazdy	1,35	9,28	20,02	20,86	18,99
4 – obowiązki rodzinne	5,08	4,25	5,25	3,01	4,21
5 – brak pieniędzy na wyjazd z powodu innych ważnych wydatków	16,12	17,25	15,06	15,44	12,25
6 – brak możliwości finansowych	60,56	46,26	36,97	32,76	15,29
7 – czas wolny przeznaczony na inne prace domowe	3,28	4,99	5,73	6,10	12,20
8 – brak zainteresowania wyjazdami	3,96	5,46	7,18	10,61	15,29
9 – nie opłaca się, za daleko	0,00	0,34	0,00	0,23	0,00
10 – konieczność zajmowania się własną firmą	6,67	7,40	4,40	3,35	5,98
11 – inne przyczyny	1,14	1,83	2,95	4,23	7,41
2009					
1 – brak urlopu	1,24	1,14	2,04	2,05	8,00
2 – urlop wykorzystany na dodatkową pracę zarobkową	0,74	0,61	0,90	0,85	3,04
3 – stan zdrowia nie pozwala na wyjazdy	4,31	14,43	17,54	20,96	14,62
4 – obowiązki rodzinne	6,70	5,41	5,68	5,86	5,93
5 – brak pieniędzy na wyjazd z powodu innych ważnych wydatków	14,27	18,81	18,28	16,46	12,78
6 – brak możliwości finansowych	51,02	35,47	31,40	26,05	12,97
7 – czas wolny przeznaczony na inne prace domowe	5,04	7,48	7,69	9,93	13,91
8 – brak zainteresowania wyjazdami	6,00	7,35	9,18	11,26	16,54
9 – nie opłaca się, za daleko	0,32	0,40	0,18	0,00	0,45
10 – konieczność zajmowania się własną firmą	9,25	6,56	4,55	3,27	5,50
11 – inne przyczyny	1,10	2,34	2,57	3,31	6,27

Źródło: obliczenia własne na podstawie bazy danych indywidualnych obserwacji nieidentyfikowalnych z badania modułowego „Turystyka i wypoczynek w gospodarstwach domowych” za lata 2001, 2005 i 2009

Tabela 5.9. Główna przyczyna nieuczestniczenia gospodarstw domowych w zagranicznych wyjazdach krótkoterminowych (w %) według grup kwintylowych

Wyszczególnienie	Grupa kwintalowa				
	1	2	3	4	5
2001					
1 – brak urlopu	0,12	0,25	0,38	0,40	2,18
2 – urlop wykorzystany na dodatkową pracę zarobkową	0,12	0,00	0,38	0,51	0,93
3 – stan zdrowia nie pozwala na wyjazdy	0,50	2,17	8,54	12,48	9,00
4 – obowiązki rodzinne	1,49	1,02	1,86	2,29	3,11
5 – brak pieniędzy na wyjazd z powodu innych ważnych wydatków	6,59	10,14	13,21	11,76	12,50
6 – brak możliwości finansowych	71,50	60,27	44,67	34,52	20,65
7 – czas wolny przeznaczony na inne prace domowe	0,88	2,51	2,60	3,14	5,49
8 – brak zainteresowania wyjazdami	7,89	13,78	16,21	20,87	28,56
9 – nie opłaca się, za daleko	3,78	5,55	7,80	9,15	11,10
10 – konieczność zajmowania się własną firmą	6,22	4,05	3,22	2,80	3,14
11 – inne przyczyny	0,91	0,26	1,15	2,08	3,35
2005					
1 – brak urlopu	0,42	0,88	0,53	1,09	1,21
2 – urlop wykorzystany na dodatkową pracę zarobkową	0,00	0,21	0,11	0,22	0,40
3 – stan zdrowia nie pozwala na wyjazdy	0,46	4,59	10,57	13,52	12,37
4 – obowiązki rodzinne	2,04	2,11	2,43	2,54	2,90
5 – brak pieniędzy na wyjazd z powodu innych ważnych wydatków	9,10	12,29	11,68	10,02	10,12
6 – brak możliwości finansowych	67,48	52,34	45,86	35,74	20,22
7 – czas wolny przeznaczony na inne prace domowe	1,42	1,34	1,93	3,05	5,37
8 – brak zainteresowania wyjazdami	9,84	15,04	14,42	20,48	24,85
9 – nie opłaca się, za daleko	3,73	5,66	6,69	7,56	11,02
10 – konieczność zajmowania się własną firmą	4,00	4,01	2,28	1,71	3,95
11 – inne przyczyny	1,51	1,53	3,49	4,07	7,59
2009					
1 – brak urlopu	0,27	0,60	0,48	0,95	2,88
2 – urlop wykorzystany na dodatkową pracę zarobkową	0,16	0,30	0,08	0,51	1,26
3 – stan zdrowia nie pozwala na wyjazdy	2,43	8,39	12,75	13,19	10,27
4 – obowiązki rodzinne	2,99	3,17	3,27	3,01	4,11
5 – brak pieniędzy na wyjazd z powodu innych ważnych wydatków	10,69	11,58	11,42	8,83	9,94
6 – brak możliwości finansowych	56,95	41,93	34,70	28,47	16,83
7 – czas wolny przeznaczony na inne prace domowe	2,58	3,65	2,97	3,99	5,76
8 – brak zainteresowania wyjazdami	11,80	18,28	21,01	26,17	27,22
9 – nie opłaca się, za daleko	5,54	6,26	8,54	9,48	14,79
10 – konieczność zajmowania się własną firmą	5,71	4,38	2,34	1,98	2,56
11 – inne przyczyny	0,88	1,45	2,44	3,41	4,37

Źródło: obliczenia własne na podstawie bazy danych indywidualnych obserwacji nieidentyfikowalnych z badania modułowego „Turystyka i wypoczynek w gospodarstwach domowych” za lata 2001, 2005 i 2009

Tabela 5.10. Główna przyczyna nieuczestniczenia gospodarstw domowych w zagranicznych wyjazdach długoterminowych (w %) według grup kwintylowych dochodów w latach 2001–2009

Wyszczególnienie	Grupa kwintalowa				
	1	2	3	4	5
2001					
1 – brak urlopu	0,13	0,29	0,6	0,58	2,51
2 – urlop wykorzystany na dodatkową pracę zarobkową	0,38	0,00	0,80	0,54	0,95
3 – stan zdrowia nie pozwala na wyjazdy	0,66	2,69	8,58	13,22	12,91
4 – obowiązki rodzinne	1,29	1,32	2,11	2,18	3,60
5 – brak pieniędzy na wyjazd z powodu innych ważnych wydatków	6,65	11,48	13,7	15,42	19,49
6 – brak możliwości finansowych	76,72	69,97	55,80	46,82	30,48
7 – czas wolny przeznaczony na inne prace domowe	0,92	1,33	2,14	1,75	3,09
8 – brak zainteresowania wyjazdami	4,75	6,87	9,29	12,06	14,56
9 – nie opłaca się, za daleko	0,66	1,52	2,53	2,30	2,94
10 – konieczność zajmowania się własną firmą	7,17	4,26	3,39	3,21	4,85
11 – inne przyczyny	0,69	0,27	0,91	1,91	4,62
2005					
1 – brak urlopu	0,46	0,81	0,34	1,52	2,52
2 – urlop wykorzystany na dodatkową pracę zarobkową	0,00	0,23	0,26	0,35	0,77
3 – stan zdrowia nie pozwala na wyjazdy	0,48	4,58	11,09	14,64	16,20
4 – obowiązki rodzinne	2,15	1,99	2,08	2,37	3,06
5 – brak pieniędzy na wyjazd z powodu innych ważnych wydatków	8,75	13,69	13,46	10,56	15,21
6 – brak możliwości finansowych	73,64	60,61	53,23	44,29	29,59
7 – czas wolny przeznaczony na inne prace domowe	0,93	1,28	1,24	2,82	3,41
8 – brak zainteresowania wyjazdami	6,80	9,82	10,81	14,71	17,02
9 – nie opłaca się, za daleko	1,14	1,42	1,77	1,99	1,28
10 – konieczność zajmowania się własną firmą	4,52	4,08	2,57	2,44	4,52
11 – inne przyczyny	1,13	1,50	3,15	4,31	6,41
2009					
1 – brak urlopu	0,28	0,60	0,38	0,85	3,14
2 – urlop wykorzystany na dodatkową pracę zarobkową	0,16	0,24	0,08	0,50	1,20
3 – stan zdrowia nie pozwala na wyjazdy	2,67	8,86	13,55	15,41	14,18
4 – obowiązki rodzinne	2,90	3,37	3,71	3,51	5,16
5 – brak pieniędzy na wyjazd z powodu innych ważnych wydatków	10,83	11,79	13,64	11,22	15,33
6 – brak możliwości finansowych	63,78	51,27	41,72	38,06	23,97
7 – czas wolny przeznaczony na inne prace domowe	1,86	3,05	2,54	2,61	5,56
8 – brak zainteresowania wyjazdami	8,20	11,47	15,39	18,41	18,74
9 – nie opłaca się, za daleko	1,33	2,85	3,33	3,54	3,80
10 – konieczność zajmowania się własną firmą	6,88	5,13	3,26	2,15	4,28
11 – inne przyczyny	1,11	1,38	2,39	3,75	4,63

Źródło: obliczenia własne na podstawie bazy danych indywidualnych obserwacji nieidentyfikowalnych z badania modułowego „Turystyka i wypoczynek w gospodarstwach domowych” za lata 2001, 2005 i 2009

ze sposobów spędzania wolnego czasu, jednak marzenia i aspiracje Polaków pod tym względem są dużo wyższe. Ponadto transfery finansowe nadal odgrywają znaczącą rolę w podejmowaniu aktywności turystycznej. Zdecydowanie największe dofinansowania wyjazdów dotyczą gospodarstw najuboższych. W tej sytuacji często wysokość dofinansowania warunkuje uczestnictwo w turystyce. Wśród gospodarstw domowych osiągających coraz wyższe dochody zaobserwowano natomiast znaczny wzrost samofinansowania wyjazdów.

Za stopniowo poprawiającą się jakością życia przemawia zmniejszająca się rola ekonomicznych inhibitorów aktywności turystycznej. Największego znaczenia nabierają inne ograniczenia, przede wszystkim niewłaściwy stan zdrowia oraz brak zainteresowania określonym typem wyjazdów. Wraz z dostatecznym wzrostem dochodów zmniejsza się bowiem rola ceny, a większego znaczenia nabiera rodzaj, jakość, a nawet wyjątkowość nabywanych usług. Dotyczy to zwłaszcza gospodarstw najbogatszych, co świadczy o osiągnięciu satysfakcjonujących dochodów, ale też o pogłębiającej się polaryzacji społeczeństwa polskiego.

Podsumowanie

Rozważania przedstawione w niniejszej pracy wykazały, że czynniki ekonomiczne miały decydujący wpływ na poziom i strukturę konsumpcji usług turystycznych w okresie 20 lat przemian społeczno-gospodarczych w Polsce. Przeprowadzone analizy skłaniają do następujących wniosków:

1. Na zachowania konsumpcyjne gospodarstw domowych oddziaływały zmiany zachodzące w gospodarce w makroskali. Rewolucyjne reformy, charakteryzujące pierwsze lata transformacji, wywołały spadek uczestnictwa w turystyce. W drugiej połowie lat 90. XX wieku wraz z przyspieszeniem tempa wzrostu gospodarki, spadkiem stopy bezrobocia i stabilizacją na rynku pracy nastąpił dynamiczny wzrost aktywności turystycznej. Uwarunkowania ekonomiczne, a także polityczne sprzyjały rozwojowi turystyki, zarówno od strony popytowej, jak i podażowej. Polacy podejmowali częste podróże w kraju i za granicą. Największa dynamika wzrostu dotyczyła jednak nie, jak można byłoby przypuszczać, wyjazdów zagranicznych, lecz krótkotrwałych wyjazdów krajowych. Spowolnienie rozwoju gospodarki, a zwłaszcza wzrost bezrobocia w pierwszej połowie pierwszej dekady XXI wieku spowodowało spadek uczestnictwa oraz częstotliwości podejmowania podróży, głównie w zakresie krótkoterminowych wyjazdów krajowych. W drugiej połowie dekady, gdy gospodarka weszła w fazę wzrostu, uczestnictwo w turystyce ogółem utrzymywało się na relatywnie niskim, aczkolwiek stabilnym poziomie. Według badań CBOS wzrosło w tym okresie uczestnictwo Polaków w wyjazdach wypoczynkowych zarówno krótko-, jak i długookresowych. Zdecydowana większość społeczeństwa nie podejmowała jednak takich wyjazdów. Znaczny spadek aktywności w 2010 roku był wynikiem osłabienia wskaźników makroekonomicznych w Polsce i na świecie w poprzednim roku. Uczestnictwo w wyjazdach zagranicznych w latach 1990–2010 charakteryzowało się pewną cyklicznością i zdecydowanie większą stabilnością w porównaniu z wyjazdami krajowymi, choć utrzymywało się na niskim poziomie.
2. Poziom wydatków na wyjazdy turystyczne (zarówno krajowe, jak i zagraniczne) był istotnie determinowany wysokością dochodu. Uzyskane wyniki świadczą

o prawidłowości, że wraz ze wzrostem dochodów wzrasta poziom wydatków na turystykę oraz odsetek gospodarstw domowych uczestniczących w całkowitych wydatkach na turystykę. Prawidłowość tę potwierdza zależność wydatków na krajowe wyjazdy turystyczne od dochodów. Jednakże w przypadku wydatków na wyjazdy zagraniczne, zarówno jednodniowe, jak i dłuższe, prawidłowość ta nie zachodzi w pełni – brak bowiem wyraźnej zależności pomiędzy wysokością ponoszonych wydatków a poziomem uzyskiwanych dochodów, z wyjątkiem najwyższych wydatków gospodarstw domowych, należących do piątej grupy kwintylowej.

3. Wydatki na wyjazdy krajowe stanowiły większy udział w wydatkach ogółem niż wydatki na wyjazdy zagraniczne. Zdecydowanie największy udział wydatków na wyjazdy turystyczne w wydatkach ogółem należał do gospodarstw o najwyższych dochodach. Badania wykazały wzrastające rozwarstwienie społeczne: w 2001 roku udział wydatków na wyjazdy turystyczne w wydatkach ogółem w gospodarstwach należących do piątej grupy kwintylowej był 2,3 razy wyższy od udziału wydatków gospodarstw o najniższych dochodach, a w 2009 roku udział ten był wyższy już prawie 3 razy. Wzrósł średni udział wydatków na wyjazdy turystyczne w wydatkach ogółem z 2,2% w 2001 do 3,5% w 2009 roku.
4. Nie zaobserwowano bezpośredniego wpływu dochodów uzyskiwanych przez gospodarstwa domowe na strukturę wydatków na usługi turystyczne.
5. Wzrost dochodów wpływał na wzrost aktywności turystycznej. W badanych latach w turystyce uczestniczyła ponad połowa polskich gospodarstw domowych, jednak zaobserwowano wyraźne różnicowanie skali i zakresu tego uczestnictwa w zależności od uzyskiwanych dochodów. Poziom dochodów najbardziej różnicował uczestnictwo w długotrwałych wyjazdach zagranicznych. Największa dysproporcja, dotycząca uczestnictwa w wyjazdach turystycznych, wystąpiła między gospodarstwami o najwyższych i najniższych dochodach. Najślabszą zależność pomiędzy dochodami a uczestnictwem w turystyce dotyczyła krótkich wyjazdów zagranicznych. Największą aktywność w tym zakresie wykazały wprawdzie gospodarstwa o najwyższych dochodach, jednak nie zaobserwowano wpływu dochodu na tę aktywność wśród gospodarstw z pozostałych grup kwintylowych. Częstotliwość krajowych wyjazdów krótkoterminowych wzrastała wraz z poziomem dochodów. Gospodarstwa o najwyższych dochodach wykazywały znacznie większą częstotliwość podróżowania niż gospodarstwa najuboższe. Poziom zamożności nie powodował natomiast znaczących różnic w częstotliwości odbywania krajowych wyjazdów długoterminowych. Dłuższe wyjazdy zagraniczne najczęściej podejmowały gospodarstwa najlepiej sytuowane, natomiast w przypadku gospodarstw z pozostałych grup kwintylowych nie zaobserwowano wyraźnego wpływu dochodów na liczbę zrealizowanych podróży (niewiele ponad 1 wyjazd). W badanych latach odnotowano spadek liczby dni przeznaczonych na wyjazd, niezależnie od poziomu dochodów. Pomimo wyraźnej tendencji spadkowej gospodarstwa najbogatsze przeznaczały jednak więcej czasu na wyjazdy zagraniczne niż gospodarstwa o niższych dochodach.

6. Poziom uzyskiwanych dochodów wpływał na cel i formę podróży. Wraz ze wzrostem dochodów rzadziej podejmowano najbardziej popularne podróże w celu odwiedzin krewnych lub znajomych. Celem krótkotrwałych podróży krajowych dla gospodarstw osiągających wyższe dochody był wypoczynek, rzadziej natomiast lepsze poznanie krajowej architektury, kultury czy przyrody. Jednocześnie bogatsze gospodarstwa częściej niż mniej zamożne deklarowały długoterminowe podróże w celach poznawczych oraz zdrowotnych. Zaobserwowano, że w przypadku podróży długoterminowych poziom uzyskiwanych dochodów nie miał wpływu na wybór celu podróży, jakim był wypoczynek. Nie zachodziły też istotne zależności między dochodami a wyjazdami w pozostałych celach. Wraz z wyższym poziomem uzyskiwanych dochodów gospodarstwa domowe częściej decydowały się na wczasy oraz imprezy objazdowe, rzadziej natomiast na kolonie i obozy.
7. Zaobserwowano występowanie pewnych zależności pomiędzy poziomem dochodów uzyskiwanych przez gospodarstwa domowe a wyborem poszczególnych usług turystycznych. W przypadku usług transportowych gospodarstwa osiągające wyższe dochody częściej korzystały podczas podróży długoterminowych z samolotu niż z autokaru, kolei lub autobusowych linii przewozowych. Podczas krajowych podróży krótkoterminowych wyższy poziom dochodów skłaniał do częstszego korzystania z samochodu zamiast autobusu.
Analizy wykorzystania usług noclegowych wykazały, że gospodarstwa domowe uzyskujące wyższy poziom dochodów rzadziej niż gospodarstwa o niższych dochodach korzystały zarówno podczas podróży krótkich, jak i długich z noclegów u krewnych i znajomych. Chętniej natomiast korzystały z usług świadczonych przez hotele, pensjonaty, motele lub zajazdy.
8. Poziom dochodów nie wpływał na zakup usług pośredniczo-organizatorskich w zakresie krajowych wyjazdów krótkoterminowych. Ponad połowa gospodarstw domowych dokonała zakupu usług turystycznych bezpośrednio u wytwórcy usług. W przypadku podróży długoterminowych, zarówno krajowych, jak i zagranicznych, gospodarstwa osiągające wyższe dochody częściej korzystały z usług świadczonych przez pośrednika lub organizatora turystyki. Wystąpiła dodatnia zależność między wzrostem dochodu a korzystaniem z usług pośrednictwa w zakresie usług noclegowych oraz gastronomicznych. Wysokość osiąganych dochodów nie miała natomiast wpływu na zakup usług pośredniczo-organizatorskich w zakresie transportu lub ofert lokalnych. Zaobserwowano zależność pomiędzy poziomem dochodów a wyborem podmiotu świadczącego usługi pośredniczo-organizatorskie. Im wyższe osiągnano dochody, tym większa była skłonność do korzystania z usług biur podróży. Im natomiast dochody były mniejsze, tym częstsze stawały się zakupy usług za pośrednictwem organizacji społecznych, związkowych i sportowych, a także kościoła.
9. Poziom dochodów uzyskiwanych przez gospodarstwa domowe miał istotny wpływ na wybór form spędzania wolnego czasu zarówno przeznaczonego na

wypoczynek, niekoniecznie łączącego się z wyjazdem i spędzeniem noclegu poza miejscem zamieszkania, jak i podczas wyjazdów turystycznych. Im wyższy poziom dochodów, tym chętniej czas przeznaczony na wypoczynek wykorzystywano na czytanie, uprawianie sportu, pracę na działce, a także uczestnictwo w imprezach kulturalnych oraz turystycznych. Niższe dochody ograniczały możliwości wyboru form wypoczynku, stąd częstsze słuchanie radia, muzyki, oglądanie telewizji i wideo. Gospodarstwa o najwyższych dochodach częściej preferowały zwiedzanie zabytków, muzeów, wystaw, podziwianie przyrody oraz wycieczki, choć ich udział w strukturze form spędzania wolnego czasu przeznaczonego na wypoczynek był bardzo mały. Wybór sposobów spędzania wolnego czasu podczas wyjazdów turystycznych wyglądał podobnie. Gospodarstwa najlepiej zarabiające częściej od pozostałych czytały, zwiedzały zabytki, chodziły do restauracji oraz uczestniczyły w imprezach kulturalnych. Gospodarstwa o niskich dochodach preferowały wypoczynek bierny, relaks, opalanie się, ale także uprawianie sportu oraz słuchanie radia, muzyki i oglądanie telewizji. Spędzanie wolnego czasu na zwiedzaniu oraz uczestnictwie w wycieczkach wskazywano zdecydowanie częściej podczas wyjazdów.

10. W badanych latach zmienił się sposób i źródła finansowania konsumpcji usług turystycznych. Gospodarstwa domowe, w przeciwieństwie do lat poprzedzających transformację, stały wobec perspektywy samofinansowania tejże konsumpcji. Nadal jednak zjawisko dofinansowania wyjazdów turystycznych było bardzo rozpowszechnione. Największy udział gospodarstw dofinansowywanych przez rodzinę lub inne osoby prywatne, a także przez instytucje, które opłacały usługę bezpośrednio u wytwórcy, stwierdzono w przypadku gospodarstw najuboższych. Wraz ze wzrostem zamożności zmniejszył się udział dofinansowania. Prawidłowość ta nie występowała jedynie w rzadkich przypadkach bezpośredniego dofinansowania gospodarstwa domowego przez zakład pracy lub inną instytucję, a także w przypadkach podróży służbowych. Nie stwierdzono natomiast zależności między dofinansowaniem długoterminowych wyjazdów turystycznych za granicę a poziomem dochodów. We wszystkich grupach dochodowych udział środków własnych był jednak wyższy od środków pochodzących z innych źródeł. W zakresie wyjazdów długoterminowych ogółem wzrósł on z 72% w 2001 do 82% w 2009 roku. Zmniejszył się udział dofinansowania przez rodzinę, natomiast dofinansowanie przez instytucje spadło o połowę.
11. Przyczyny braku konsumpcji usług turystycznych były zróżnicowane w zależności od grupy dochodowej. Brak możliwości finansowych był głównym powodem niepodejmowania wyjazdów turystycznych wśród gospodarstw osiągających najniższe dochody. Wraz ze wzrostem dochodów gospodarstwa domowe rzadziej wskazywały na ograniczenia ekonomiczne, częściej natomiast deklarowały niezadowolający stan zdrowia bądź brak zainteresowania określonym typem wyjazdów. Inne przyczyny nie miały istotnego znaczenia.

Na podstawie przeprowadzonej analizy można stwierdzić, iż fundamentalne zmiany społeczno-gospodarcze, jakie zaszły w ciągu 20 lat w Polsce, nie spowodowały rewolucyjnych i trwałych zmian w zakresie poziomu i struktury konsumpcji usług turystycznych. Z pewnością zmieniła się jakość podróżowania. Wzrost dochodów realnych gospodarstw domowych nie był jednak na tyle wystarczający, aby uczestnictwo i wydatki na turystykę znalazły stałe i znaczące miejsce w modelu konsumpcji. Stosunkowo niski udział w turystyce, zwłaszcza w zakresie wyjazdów zagranicznych, świadczy o tym, że poziom życia społeczeństwa polskiego jest zdecydowanie niższy niż społeczeństw zachodnioeuropejskich. W Polsce dopiero rozpoczął się proces bogacenia społeczeństwa. Materialny poziom życia Polaków, który przekłada się na możliwości uczestnictwa w turystyce, odbiega jeszcze znacznie od ich oczekiwań i aspiracji. Jednocześnie pogłębia się rozwarstwienie społeczne. Istnieją zatem poważne ograniczenia wpływające na proces decyzyjny konsumentów na rynku turystycznym. Aby nastąpił wyraźny wzrost konsumpcji usług turystycznych, warunkiem koniecznym, ale nie wystarczającym, jest znaczny wzrost dochodów realnych. Gdy wzrost ten nastąpi, pojawi się szansa na zaspokojenie potrzeb turystycznych. Wówczas zapewne większego znaczenia nabiorą pozaekonomiczne determinanty konsumpcji usług turystycznych. Niezwykle istotne są też postępujące zmiany stylu życia. Turystyka z uwagi na swoje funkcje powinna stanowić nieodzowny element życia. Jej uprawianie może bowiem być zastąpione innymi – obecnie konkurencyjnymi – formami spędzania wolnego czasu. Kształtowanie się nowych postaw i zachowań, zmiana jakości i poziomu życia ma zatem duże znaczenie i stanowi pewien proces. Trudno obecnie ocenić, jak długo może on trwać, ale w jego wyniku można spodziewać się znacznego wzrostu konsumpcji usług turystycznych, a następnie stabilizacji w tym obszarze na wysokim poziomie.

Bibliografia

1. Alejziak W., *Aktywność turystyczna: międzynarodowe i krajowe zróżnicowanie oraz kwestia wykluczenia społecznego*, Turyzm, 21/1–2, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 2011.
2. Alejziak W., *Determinanty i zróżnicowanie społeczne aktywności turystycznej*, Studia i Monografie, nr 56, AWF, Kraków 2009.
3. Alejziak W., *Inhibitory aktywności turystycznej. Teoretyczne i metodologiczne aspekty studiów nad ograniczeniami i barierami uczestnictwa w wyjazdach wypoczynkowych*, Folia Turistica, nr 18, AWF, Kraków 2007.
4. Alejziak W., *Turystyka w obliczu wyzwań XXI wieku*, Albis, Kraków 1999.
5. Altkorn J., *Marketing w turystyce*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 1995.
6. *Analiza rynku transportu lotniczego w Polsce w latach 2004–2006*, Urząd Lotnictwa Cywilnego, Departament Rynku Transportu Lotniczego, Warszawa 2008.
7. *Analiza rynku transportu lotniczego w Polsce w latach 2004–2007*, Urząd Lotnictwa Cywilnego, Departament Rynku Transportu Lotniczego, Warszawa 2009.
8. *Analiza rynku transportu lotniczego w Polsce w 2009 roku*, Urząd Lotnictwa Cywilnego, Departament Rynku Transportu Lotniczego, Warszawa 2010.
9. *Analiza rynku transportu lotniczego w Polsce w 2010 r.*, Urząd Lotnictwa Cywilnego, Departament Rynku Transportu Lotniczego, Warszawa 2011.
10. Ashworth G., Goodall B., *Marketing, Tourism Places*, Routledge London, New York 1991.
11. Babińska T., *Podstawy i mechanizmy kształtowania konsumpcji usług turystycznych*, Prace naukowe, Akademia Ekonomiczna, Katowice 1990.
12. Balcerowicz L., *800 dni. Szok kontrolowany*, BGW, Warszawa 1992.
13. Balińska A., *Struktura popytu turystycznego i czynniki kształtujące ten popyt (na podstawie wyników badań empirycznych)*, 2009 (http://www.wne.sggw.pl/czasopisma/pdf/EIOGZ_2009_nr74_s137.pdf).
14. Bałtowski M., Miszewski M., *Transformacja gospodarcza w Polsce*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2006.

15. Bąk I., *Statystyczna analiza aktywności turystycznej gospodarstw domowych rencistów w Polsce w 2009 r.*, Ekonometria, 34, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu, Wrocław 2011.
16. Bąk I., *Zastosowanie analizy korespondencji w badaniu aktywności turystycznej emerytów i rencistów*, [w:] *Metody ilościowe w badaniach ekonomicznych*, Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego, Warszawa 2010.
17. Bąk I., *Zastosowanie wybranych metod statystyczno-ekonometrycznych w badaniu aktywności turystycznej seniorów w Polsce*, Przegląd Statystyczny, Numer specjalny 2, 2012.
18. Bąk I., Sampolska-Rzechuła A., *Analiza log-liniowa jako metoda wyboru czynników opisujących aktywność turystyczną gospodarstw domowych rencistów i emerytów*, Folia Pomeranae Universitatis Technologiae Stetinensis, Oeconomica, 285(62), 2011.
19. Bąk I., Wawrzyniak K., *Zastosowanie analizy korespondencji w badaniach związanych z motywami wyboru rodzajów wyjazdów turystycznych przez emerytów i rencistów w 2005 roku*, Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu, nr 47, Taksonomia, 16, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu, Wrocław 2009.
20. Berbeka J., Makówka M., Niemczyk A., *Podstawy ekonomiki i organizacji czasu wolnego*, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie, Kraków 2008.
21. Bettman J.R., Luce M.F., Payne J.W., *Constructive consumer choice processes*, Journal of Consumer Research, 25(3), 1998.
22. Bocheńska M., Bujak K., *Uwagi dotyczące motywów uprawiania turystyki*, Ruch Turystyczny, nr 1/42, SGPiS, Warszawa 1975.
23. Bombol M., Dąbrowska A., *Czas wolny. Konsument Rynek Marketing*, Liber, Warszawa 2003.
24. Bosiacki S., *Konsumpcja dóbr i usług turystycznych w gospodarstwach domowych*, Instytut Turystyki, Warszawa 1987.
25. Bosiacki S., *Konsumpcja turystyczna w Polsce – zmiany, perspektywy rozwoju*, [w:] *Ekonomiczne i organizacyjne aspekty rozwoju turystyki*, (red.) Krupa J., Soliński T., Wydawnictwo WSiIZ, Rzeszów 2004.
26. Bosiacki S., Majchrzak K., *Wpływ zmian w konsumpcji na rozwój gospodarki turystycznej w Polsce*, [w:] *Turystyka i gospodarka turystyczna w Polsce na tle procesów integracji europejskiej*, (red.) Rapacz A., Prace Naukowe Akademii Ekonomicznej we Wrocławiu, nr 1000, Wydawnictwo AE, Wrocław 2003.
27. Broclawik K., *Turystyka w systemie koncepcji potrzeb*, Problemy Turystyki, nr 2 (40), Instytut Turystyki, Warszawa 1988.
28. *Budżety gospodarstw domowych w 2001 r. Informacje i opracowania statystyczne*, GUS, Warszawa 2002.
29. *Budżety gospodarstw domowych w 2003 r. Informacje i opracowania statystyczne*, GUS, Warszawa 2004.

30. *Budżety gospodarstw domowych w 2005 r. Informacje i opracowania statystyczne*, GUS, Warszawa 2006.
31. *Budżety gospodarstw domowych w 2007 r. Informacje i opracowania statystyczne*, GUS, Warszawa 2008.
32. *Budżety gospodarstw domowych w 2009 r. Informacje i opracowania statystyczne*, GUS, Warszawa 2010.
33. Bywalec Cz., *Konsumpcja a rozwój gospodarczy i społeczny*, Wydawnictwo C.H. Beck, Warszawa 2010.
34. Bywalec Cz., *Konsumpcja w teorii i praktyce gospodarowania*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2007.
35. Bywalec Cz., Rudnicki L., *Konsumpcja*, PWE, Warszawa 2002.
36. Carpentier C.B., *Konsument i konsumpcja w społeczeństwie postmodernistycznym*, WSZiM, Warszawa 1996.
37. Chenguang Wu D., Li G., Song H., *Economic analysis of tourism consumption dynamics: a time-varying parameter demand system approach*, *Annals of Tourism Research*, Vol. 39, No. 2, 2012.
38. Chmielarz W., *Zarządzanie w turystyce. Wspomaganie działalności biur podróży przez Internet*, Wydawnictwo Naukowo-Dydaktyczne Wyższej Szkoły Organizacji Turystyki i Hotelarstwa w Warszawie, Warszawa 2003.
39. Cieloch G., Kuczyński J., Rogoziński K., *Czas wolny – czasem konsumpcji?*, PWE, Warszawa 1992.
40. Cooper C., Fletcher J., Gilbert D., Wanhill S., *Tourism Principles and Practice*, Pitman Publishing, University of Surrey, 1993.
41. Crompton J.L., *Motivations for Pleasure Vacation*, *Annals of Tourism Research*, vol. 6, 1976.
42. *Czas wolny Polaków. Komunikat z badań*, CBOS, Warszawa 2010.
43. Czapiński J., *Psychologia szczęścia: przegląd badań i zarys teorii cebulowej*, Academos, Poznań 1991.
44. Dann G.M., *Anomie, ego-enhancement and tourism*, *Annals of Tourism Research*, 4, 1977.
45. Dąbrowska A., Janoś-Kresło M., *Konsumpcja w krajach Europy Środkowo-Wschodniej*, PWE, Warszawa 2007.
46. Decrop A., *Vacation Decision Making*, CABI Publishing, Trowbridge 2006.
47. *Diagnoza społeczna 2000. Warunki i jakość życia Polaków oraz ich doświadczenia z reformami systemowymi po 10 latach transformacji. Tablice wynikowe*, (red.) Czapiński J., Panek T., Rada Monitoringu Społecznego, Wyższa Szkoła Pedagogiczna TWP, Warszawa 2000.
48. *Diagnoza społeczna 2003. Warunki i jakość życia Polaków. Tablice wynikowe*, (red.) Czapiński J., Panek T., Wyższa Szkoła Finansów i Zarządzania, Warszawa 2003.
49. *Diagnoza społeczna 2005. Warunki i jakość życia Polaków. Tablice wynikowe*, (red.) Czapiński J., Panek T., Rada Monitoringu Społecznego, Wyższa Szkoła Finansów i Zarządzania, Warszawa 2005.

50. *Diagnoza społeczna 2007. Warunki i jakość życia Polaków. Tablice wynikowe*, (red.) Czapiński J., Panek T., Rada Monitoringu Społecznego, Wyższa Szkoła Finansów i Zarządzania, Warszawa 2007.
51. *Diagnoza społeczna 2009. Warunki i jakość życia Polaków. Tablice wynikowe*, (red.) Czapiński J., Panek T., Rada Monitoringu Społecznego, Wyższa Szkoła Finansów i Zarządzania, Warszawa 2009.
52. *Diagnoza społeczna 2011. Warunki i jakość życia Polaków. Tablice wynikowe*, (red.) Czapiński J., Panek T., Rada Monitoringu Społecznego, Warszawa 2011.
53. Dickinson J., Peeters P., *Time, Tourism Consumption and Sustainable Development*, International Journal of Tourism Research, 16, 2014.
54. Dziedzic E., Buczak T., Skalska T., Łopaciński K., Kachniewska M., Dziedzic T., *Metodologia regionalnego rachunku satelitarnego turystyki dla Polski. Wstępne założenia metodologiczno-organizacyjne*, Instytut Turystyki, Warszawa 2004.
55. Dziedzic T., Łopaciński K., Saja A., Szegidewicz J., *Wpływ światowego kryzysu gospodarczego na stan i perspektywy rozwoju sektora turystyki w Polsce*, opracowanie na zlecenie Departamentu Turystyki Ministerstwa Sportu i Turystyki, Warszawa 2009.
56. Engel J.F., Kollat D.J., Blackwell R.D., *Consumer behavior*, Holt, Rinehart and Winston, New York 1968.
57. Foxall G.R., *Model kupowania i konsumpcji z perspektywy zachowania konsumenta, czyli od teorii zachowania konsumenta do praktyki marketingowej*, [w:] *Zachowanie konsumenta. Koncepcje i badania europejskie*, (red.) Lambkin M., Foxall G., Raajin F. van, Heilbrunn B., Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2001.
58. Foyal G.F., Goldsmith R.E., *Psychologia konsumenta dla menedżera marketingu*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 1998.
59. Garbarczyk J., *Panel gospodarstw domowych – metoda doboru, charakterystyka gospodarstw i ocena reprezentatywna*, Roczniki IHWiU, nr 3, Warszawa 1978.
60. Gaworecki W.W., *Turystyka*, PWE, Warszawa 2000.
61. Gołębski G., *Regionalne aspekty rozwoju turystyki*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa–Poznań 1999.
62. Hall R.E., Taylor J.B., *Makroekonomia. Teoria, funkcjonowanie i polityka*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 1999.
63. Hałka A., *Determinanty wydatków gospodarstw domowych na usługi związane z wypoczynkiem*, Wiadomości Statystyczne, nr 5, 2011.
64. Howard J.A., *Marketing management analysis and planning*, McGraw-Hill, New York 1963.
65. Howard J.A., Sheth J.N., *The theory of buyer behavior*, John Wiley, New York 1969.
66. Hudman L.E., *Origin Region sof International Tourism*, Wiener Geographische Schriften, nr 53/54, 1979, [w:] Alejziak W., *Metodologia badania i określania aktywności turystycznej ludności w wybranych krajach*, [w:] *Studia nad czasem*

- wolnym mieszkańców dużych miast Polski i jego wykorzystaniem na rekreację ruchową i turystykę, (red.) Wyrzykowski J., AWF, Wrocław 2000.
67. Idzik M., Majewski J., *Aktywność turystyczna Polaków w okresie letnim w latach 1995–2010*, [w:] *Gospodarka turystyczna w regionie. Przedsiębiorstwo. Samorząd. Współpraca*, (red.) Rapacz A., Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu, Wrocław 2011.
 68. *Informacja o sytuacji na rynku turystycznym*, Instytut Turystyki w Warszawie, Poznań 1991.
 69. Janoś-Kresło M., Mróz B. (red.), *Konsument i konsumpcja we współczesnej gospodarce*, SGH, Warszawa 2006.
 70. Januszewska M., Przeorek-Smyka R., *Aktywność turystyczna Polaków – kierunki, preferencje i motywy*, Zeszyty Naukowe Akademii Ekonomicznej we Wrocławiu, nr 1043, Wydawnictwo AE, Wrocław 2004.
 71. Jastrzębska-Smolaga H., *W kierunku trwałej konsumpcji*, Warszawa 2000.
 72. Jedlińska M., *Specyfika zachowań konsumenckich na rynku turystycznym*, [w:] *Turystyka w badaniach naukowych. Prace ekonomiczne*, (red.) Nowakowska A., Przydział M., WSIZ, Rzeszów 2006.
 73. Kaczmarek J., Krzemiński P., Litwa P., Szymła W., *Procesy zmian w okresie transformacji systemowej. Prywatyzacja, restrukturyzacja, rynek kapitałowy*, Wydawnictwo AE, Kraków 2005.
 74. Kahneman D., Tversky A., *Prospect Theory: An Analysis of Decision under Risk*, *Econometrica*, Vol. 47, No. 2, March 1979.
 75. Kassarijian H.H., Robertson T.S., *Perspectives in Consumer Behavior*, Scott, Foresmann and Co., Glenview 1981.
 76. Katona G., *Psychological economics*, Elsevier Scientific Publ., Amsterdam–London–New York 1975.
 77. Klimkowski C., *Znaczenie założeń behawioralnych w ekonomii*, *Ekonomista*, nr 6, PWE, Warszawa 2002.
 78. Konieczna-Domańska A., *Usługi pośrednictwa i organizacji w rozwoju rynku turystycznego*, Monografie i Opracowania, Nr 393, SGH, Warszawa 1994.
 79. Kornak A.S., *Ekonomika turystyki*, Kujawsko-Pomorskie Studium Edukacyjne, Bydgoszcz 1998.
 80. Kornak A., Montygierd-Łoyba M., *Ekonomika turystyki*, PWN, Warszawa–Wrocław 1985.
 81. Kotler Ph., *Marketing Management. Analysis, Planning, Implementation, and Control*, 9th Ed., Prentice-Hall International, Inc., Upper Saddle River, New Jersey 1997.
 82. Kotler Ph., Armstrong G., Saunders J., Wong V., *Marketing. Podręcznik europejski*, PWE, Warszawa 2002.
 83. Kramer J., *Konsumpcja w gospodarce rynkowej*, PWE, Warszawa 1997.
 84. Kramer J., *Rynek jako przedmiot badań*, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej, Katowice 1995.

85. Krasiński Z., Schulze H., *Panel w badaniu preferencji i zachowań konsumentów w Polsce*, Roczniki IHWiU, nr 3, 1978.
86. Kryczka M., *Struktura i tendencje rozwojowe biur podróży w Polsce w latach 1998–2004*, Zeszyty Naukowe, nr 704, Akademia Ekonomiczna, Kraków 2006.
87. Kurek W., *Turystyka*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2007.
88. Labeau G., *Zagadnienia ogólne konsumpcji turystycznej*, Monografie, Zeszyt 5, SGPiS, Warszawa 1968.
89. Lancaster J.K., *A new approach to consumer theory*, Journal of Political Economy, 74(2), 1966.
90. Lebenstein H., *Poza schematem homo economicus. Nowe podstawy mikroekonomii*, PWN, Warszawa 1988.
91. *Letni wypoczynek '94. Komunikat z badań*, CBOS, Warszawa 1994.
92. Lis S., *Makroekonomia. Zeszyt 1. Przedmiot badań makroekonomii. Mierniki efektów działalności gospodarczej*, Małopolska Wyższa Szkoła Ekonomiczna w Tarnowie, Tarnów 2002.
93. Liwiński J., *Raport polskich portów lotniczych*, Urząd Lotnictwa Cywilnego, Warszawa 2007.
94. Łaciak J., *Uczestnictwo Polaków w wyjazdach turystycznych w 1996 roku*, Instytut Turystyki, Warszawa 1997.
95. Łaciak J., *Uczestnictwo Polaków w wyjazdach turystycznych w 1999 roku*, Instytut Turystyki, Warszawa 2000.
96. Łaciak J., *Uczestnictwo Polaków w wyjazdach turystycznych w 2000 roku*, Instytut Turystyki, Warszawa 2001.
97. Łaciak J., *Uczestnictwo Polaków w wyjazdach turystycznych w 2001 roku*, Instytut Turystyki, Warszawa 2002.
98. Łaciak J., *Uczestnictwo Polaków w wyjazdach turystycznych w 2003 roku*, Instytut Turystyki, Warszawa 2004.
99. Łaciak J., *Uczestnictwo Polaków w wyjazdach turystycznych w 2004 roku*, Instytut Turystyki, Warszawa 2005.
100. Łaciak J., *Uczestnictwo Polaków w wyjazdach turystycznych w 2008 roku*, Instytut Turystyki, Warszawa 2009.
101. Łaciak J., *Uczestnictwo Polaków w wyjazdach turystycznych w 2009 roku*, Instytut Turystyki, Warszawa 2010.
102. Łaciak J., *Uczestnictwo Polaków w wyjazdach turystycznych w 2010 roku*, Instytut Turystyki, Warszawa 2011.
103. Łaciak J., *Zagraniczne podróże i wydatki Polaków 1998*, Instytut Turystyki, Warszawa 1999.
104. Łaciak J., *Zagraniczne podróże i wydatki Polaków 1999*, Instytut Turystyki, Warszawa 2000.
105. Łaciak J., Buczak T., *Podróże Polaków w 1997 roku. Wydatki Polaków na turystykę w 1997 roku*, Instytut Turystyki, Warszawa 1998.

106. Łazarek R., *Aktywność turystyczna mieszkańców Polski*, Zeszyty Naukowe, Nr 1, Wyższa Szkoła Ekonomiczna, Warszawa 2003.
107. Łazarek R., *Ekonomika turystyki*, Wyższa Szkoła Ekonomiczna, Warszawa 2001.
108. Maciejewski G., *Polski konsument wobec ryzyka nieudanego zakupu*, Marketing i Rynek, nr 2, PWE, Warszawa 2011.
109. Maciejewski G., *Ryzyko konsumentów na rynku usług turystycznych*, Handel Wewnętrzny, nr 4, Instytut Badań Rynku, Konsumpcji i Koniunktur, Warszawa 2010.
110. Małe Roczniki Statystyczne Polski wydawane przez GUS w Warszawie w latach 2000–2011.
111. Marks K., *Kapitał*, t. 3, Warszawa 1956.
112. Marski Z.J., Bernatowicz W., *Denominacja złotego (1995–1996)*, NBP, Warszawa 1998.
113. Maslow H.A., *Motywacja i osobowość*, PAX, Warszawa 1990.
114. Mathieson A., Wall G., *Tourism: Economic, physical and social impacts*, Longman, London 1982.
115. Mayo E.J., Jarvis L.P., *The psychology of leisure travel*, CBI Publishing Company, Inc., Boston 1981.
116. Mazur J., *Marketing usług turystycznych*, First Business College, Warszawa 1993.
117. Medlik S., *Leksykon podróży, turystyki, hotelarstwa*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 1995.
118. Meng F., Uysa M., *Effects of Gender Differences on Perceptions of Destination Attributes, Motivations, and Travel Values: An Examination of a Nature-Based Resort Destination*, Journal of Sustainable Tourism, Vol. 16, No. 4, 2008.
119. *Metodyka badania budżetów gospodarstw domowych*, GUS, Warszawa 1999.
120. *Metodologia Unii Europejskiej w dziedzinie statystyki turystyki*, GUS, Departament Warunków Życia, Warszawa 1998.
121. Middleton V.T.C., *Marketing w turystyce*, Polska Agencja Promocji Turystyki, Warszawa 1996.
122. Milewski R., *Podstawy ekonomii*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 1998.
123. Morley C., *A microeconomic theory of international tourism demand*, Annals of Tourism Research, 19, 1992.
124. Moutinho L., *Consumer behavior in tourism*, European Journal of Marketing, 21(10), 1987.
125. Murphy L., Mascardo G., Benckendorff P., *Exploring word-of-mouth influences on travel decisions: friends and relatives vs. other travelers*, International Journal of Consumer Studies, 2007.
126. Mynarski S., *Metody badań marketingowych*, PWE, Warszawa 1990.

127. Narayana C.L., Markin, R.J., *Consumer behavior and product performance: An alternative conceptualization*, Journal of Marketing, 39(4), 1975.
128. Naumowicz K., *Turystyka, cz. II: Wybrane zagadnienia ekonomiczne*, Wydawnictwo Politechniki Szczecińskiej, Szczecin 1986.
129. Niemczyk A., *Zachowania konsumentów na rynku turystycznym*, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie, Kraków 2010.
130. Niemczyk A., *Zachowania turystyczne mieszkańców Europy – podobieństwa i różnice*, Zeszyty Naukowe UEK, nr 825, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie, Kraków 2010.
131. Obuchowski K., *Psychologia dążeń ludzkich*, PWN, Warszawa 1982.
132. *Ocena sytuacji społeczno-politycznej w 2003 roku wraz z elementami prognozy do 2007 roku*, RCSS, Warszawa 2004.
133. Panasiuk A., *Hotelarstwo. Usługi–eksploatacja–zarządzanie*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2008.
134. Papatheodorou A., *Why people travel to different places*, Annals of Tourism Research, 28, 2001.
135. Piekut M., *Wydatki na zagospodarowywanie czasu wolnego w gospodarstwach domowych*, Ekonomia i Zarządzanie, Vol. 5, nr 3, Oficyna Wydawnicza Politechniki Białostockiej, Białystok 2013.
136. Pięta J., *Budżet czasu i pojęcie czasu wolnego*, Zeszyty Naukowe, 3(43), ALMAMER Wyższa Szkoła Ekonomiczna, Warszawa 2006.
137. Pinson Ch., Jolibert A., *Zachowanie konsumenta – przegląd aktualnych koncepcji i zagadnień*, [w:] *Zachowanie konsumenta. Koncepcje i badania europejskie*, (red.) Lambkin M., Foxall G., Raajn F. van, Heilbrunn B., Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2001.
138. Pociecha M., *Metody statystyczne w zarządzaniu turystyką*, Albis, Kraków 2002.
139. *Podstawowe tendencje w gospodarce w 1998 r.*, Rzeczpospolita. Statystyka Polski, Warszawa 1999.
140. *Polacy o swoim szczęściu i pechu oraz zadowoleniu z życia. Komunikat z badań*, CBOS, Warszawa 2011.
141. *Poziom satysfakcji życiowej Polaków w latach 1994–2005. Komunikat z badań*, CBOS, Warszawa 2006.
142. Przeclawski K., *Człowiek a turystyka. Zarys socjologii turystyki*, Albis, Kraków 1997.
143. Przeclawski K., *Turystyka jako czynnik przemian społeczno-kulturowych środowiska*, Problemy Turystyki, nr 1/2, Warszawa 1983.
144. Raaij W.F., *Konsumpcja postmodernistyczna*, [w:] *Zachowanie konsumenta. Koncepcje i badania europejskie*, (red.) Lambkin M., Foxall G., Raajn F. van, Heilbrunn B., Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2001.
145. Raaij W.F., Francken D.A., *Vacation destinations, activities and satisfactions*, Annals of Tourism Research, 11(1), 1984.

146. *Rachunek Satelitarny Turystyki dla Polski 2000*, Instytut Turystyki, Warszawa 2003.
147. *Rachunek Satelitarny Turystyki dla Polski 2001*, Instytut Turystyki, Warszawa 2003.
148. *Rachunek Satelitarny Turystyki dla Polski 2002*, Instytut Turystyki, Warszawa 2006.
149. *Rachunek Satelitarny Turystyki dla Polski 2003–2004*, Instytut Turystyki, Warszawa 2007.
150. *Rachunek Satelitarny Turystyki dla Polski 2005*, Instytut Turystyki, Warszawa 2008.
151. *Rachunek Satelitarny Turystyki dla Polski 2008*, Instytut Turystyki, Warszawa 2010.
152. Raciborski J., *Usługi turystyczne. Przepisy i komentarz*, Wydawnictwo Prawnicze, Warszawa 1999.
153. *Raporty roczne 2000–2010*, Przedsiębiorstwo Państwowe „Porty Lotnicze” PPL.
154. Rudnicki L., *Zachowania konsumentów na rynku turystycznym*, Proksenia, Kraków 2010.
155. Rudnicki L., *Zachowania rynkowe nabywców. Mechanizmy i uwarunkowania*, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Krakowie, Kraków 2004.
156. Rugg D. *The choice of journey destination: A theoretical and empirical analysis*, Review of Economics and Statistics, 55(1), 1973.
157. *Rynek Lotniczy 2005. Dynamika, wskaźniki, prognozy. Raport*, Instytut Turystyki, Wiadomości Turystyczne, Warszawa 2005.
158. *Rynek Lotniczy 2006. Dynamika, wskaźniki, prognozy. Raport*, Instytut Turystyki, Wiadomości Turystyczne, Warszawa 2006.
159. *Rynek Lotniczy 2009. Dynamika, wskaźniki, prognozy. Raport*, Instytut Turystyki, Wiadomości Turystyczne, Warszawa 2009.
160. *Rynek Lotniczy 2011. Dynamika, wskaźniki, prognozy. Raport*, Instytut Turystyki, Wiadomości Turystyczne, Warszawa 2011.
161. Sagan A., *Modele zachowań konsumenta*, CEM Instytut Badań Rynku i Opinii Publicznej (<http://www.cem.pl/?a=pages&id=42FirefoxHTML\Shell\Open\Command>).
162. Say J.B., *Traktat o ekonomii politycznej, czyli prosty wykład, w jaki sposób się tworzą, rozdzielają i spożywają bogactwa*, PWN, Warszawa 1960.
163. Schillinger T., *Gastronomiemarke*, Friedrich-Alexander-Universität, Nürnberg 1992, [w:] *Marketing w gastronomii*, (red.) Sala J., PWE, Warszawa 2004.
164. Schmoll G.A., *Tourism promotion*, Tourism International Press, London 1977.
165. Seddighi H.R., Theocharous A.L., *A model of tourism destination choice: a theoretical and empirical analysis*, Tourism Management, 23, 2002.
166. Sikorska J., *Konsumpcja. Warunki, zróżnicowania, strategię*, Instytut Filozofii i Socjologii PAN, Warszawa 1998.

167. Simon H.A., *Działanie administracji*, PWN, Warszawa 1976.
168. Sirakaya E., Woodside G., *Building and testing theories of decision making by travelers*, *Tourism Management*, 26, 2005.
169. Skalska T., *Wpływ wybranych czynników ekonomicznych na poziom konsumpcji turystycznej nierezydentów*, *Folia Turistica*, nr 23, AWF, Kraków 2010.
170. Solomon M., Bamossy G., Askegaard S., Hogg M.K., *Consumer Behavior: European Perspective*, Prentice Hall, New Jersey 2006.
171. Stępień B., Szarzec K., *Ewolucja poglądów teorii ekonomii na temat koncepcji człowieka gospodarującego*, *Ekonomista*, nr 1, Wydawnictwo Key Text, Warszawa 2007.
172. Strelau J., *Temperament – osobowość – działanie*, PWN, Warszawa 1985.
173. Styś A. (red.), *Konsumpcja usług w Polsce*, Wydawnictwo AE, Katowice 1992.
174. Swarbrooke J., Horner S., *Consumer behaviour in tourism*, 1999.
175. Śniadek J., *Konsumpcja turystyczna polskich seniorów na tle globalnych tendencji w turystyce*, *Gerontologia Polska*, t. 15, nr 1–2, 2007.
176. Światowy G., *Zmiany jakości i stylów życia w zachowaniach polskich gospodarstw domowych*, [w:] *Gospodarstwa domowe w XXI w. Konsumpcja. Jakość życia*, (red.) Janoś-Kresło M., Szkoła Główna Handlowa w Warszawie, Warszawa 2012.
177. Światowy G., *Zachowania konsumentów*, PWE, Warszawa 2006.
178. *Sytuacja społeczno-gospodarcza w 1992 r.*, Rzeczpospolita. Statystyka Polski, 6.02.1993.
179. Szczepański J., *Konsumpcja a rozwój człowieka. Wstęp do antropologicznej teorii konsumpcji*, PWE, Warszawa 1981.
180. Sztucki T., *Encyklopedia marketingu*, Agencja Wydawnicza Placet, Warszawa 1998.
181. Szubert-Zarzczyński U., *Turystyka w procesie przekształceń systemowych w Polsce*, AE Wrocław, Wrocław–Jelenia Góra 1996.
182. Szumilak J., *Racjonalność zachowań nabywców usług turystycznych w aspekcie gospodarowania informacją*, *Folia Turistica*, nr 18, AWF, Kraków 2007.
183. *Terminologia turystyczna – Zalecenia WTO*, Organizacja Narodów Zjednoczonych, Światowa Organizacja Turystyki, Warszawa 1995.
184. Tokarz A., Lewandowska A., *Badania rynku turystycznego. Materiały do studiowania*, Uniwersytet Szczeciński, Szczecin 2004.
185. *Tourism Satellite Account: Recommended Methodological Framework*, WTO, UE, OECD, UN, 2001.
186. *Turystyka i gospodarka turystyczna w Polsce na tle procesów integracji europejskiej*, (red.) Rapacz A., *Prace Naukowe*, nr 1000, Akademia Ekonomiczna we Wrocławiu, Wrocław 2003.
187. *Turystyka i wypoczynek w 2001 r. Informacje i opracowania statystyczne*, GUS, Warszawa 2002.

188. *Turystyka i wypoczynek w gospodarstwach domowych w 2005 r. Informacje i opracowania statystyczne*, GUS, Warszawa 2006.
189. *Turystyka i wypoczynek w gospodarstwach domowych w 2009 r. Informacje i opracowania statystyczne*, GUS, Warszawa 2010.
190. *Turystyka w 1994 r. Informacje i opracowania statystyczne*, GUS, Warszawa 1995.
191. *Turystyka w 2000 r. Informacje i opracowania statystyczne*, GUS, Warszawa 2001.
192. *Turystyka w 2004 r. Informacje i opracowania statystyczne*, GUS, Warszawa 2005.
193. *Turystyka w 2009 r. Informacje i opracowania statystyczne*, GUS, Warszawa 2010.
194. *Turystyka w 2010 r. Informacje i opracowania statystyczne*, GUS, Warszawa 2011.
195. Um S., Crompton J.L., *Attitude determinants in tourism destination choice*, *Annals of Tourism Research*, 17(3), 1990.
196. Ustawa o usługach turystycznych, Warszawa 1997.
197. Ustawa z dnia 25 czerwca 1999 r. o Polskiej Organizacji Turystycznej (Dz. U. Nr 62, poz. 689).
198. Wagner W., *Podstawy metod statystycznych w turystyce i rekreacji*, t. I, AWF, Poznań 2002.
199. Wahab S., Crampon L.J., Rothfield L.M., *Tourism marketing*, Tourism International Press, London 1976.
200. *Warunki życia ludności Polski w latach 2004–2005*, GUS, Departament Statystyki Społecznej, Warszawa 2007.
201. Winiarski R., *Motywacja turystyczna: struktura i społeczne uwarunkowania*, *Problemy Turystyki*, nr 2 (40), Instytut Turystyki, Warszawa 1988.
202. Wodejko S., *Ekonomiczne zagadnienia turystyki*, WSH, Warszawa 1997.
203. Woodside A.G., Dubelaar C., *A general theory of tourism consumption systems: a conceptual framework and an empirical exploration*, *Journal of Travel Research*, 41(2), 2002.
204. Woodside A.G., Lysonski S., *A general model of travel destination choice*, *Journal of Travel Research*, Vol. 27, 1989.
205. Woodside A.G., Sherrel D., *Traveler evoked, inept, and inert sets of vacation destinations*, *Journal of Travel Research*, 16(1), 1977.
206. *Wyjazdy na wypoczynek. Komunikat z badań*, CBOS, Warszawa 2009.
207. *Wyjazdy wypoczynkowe Polaków w 2010 r. Komunikat z badań*, CBOS, Warszawa 2011.
208. Zenhausern J., *Fremdenverkehrswerbung*, P. Haupt, Bern–Stuttgart 1975.
209. Żabińska T., *Podstawy i mechanizmy kształtowania konsumpcji usług turystycznych*, Akademia Ekonomiczna, Katowice 1990.
210. Żabińska T., *Zachowania turystyczne gospodarstw domowych*, Katowice 1994.

211. Żemła M., *Wartość dla klienta w procesie kształtowania konkurencyjności obszaru recepcji turystycznej*, Górnośląska Wyższa Szkoła Handlowa, Katowice 2010.

Strony internetowe (przytaczane w pracy):

<http://www.pot.gov.pl>

<http://www.stat.gov.pl>

<http://encyklopedia.pwn.pl>

<http://portalwiedzy.onet.pl>

<http://www.wychowawca.pl>

<http://dobrebadania.pl>

<http://www.intur.com.pl>

<http://www.cbos.pl>

<http://www.turystycznapolska.pl>

<http://www.ulc.gov.pl>

<http://biznes.onet.pl>

Wykaz tabel i rysunków

Rozdział I

Tabele

1.1. Usługi turystyczne w hierarchii potrzeb	22
1.2. Klasyfikacja uwarunkowań konsumpcji usług turystycznych	27

Rysunki

1.1. Model decyzyjny konsumentów na rynku usług turystycznych Wahaba, Crampona i Rothfielda	47
1.2. Model decyzyjny konsumentów na rynku turystycznym Schmolla	48
1.3. Model decyzyjny konsumentów na rynku turystycznym Mathiesona i Walla	49
1.4. Sposób podejmowania decyzji wg Mayo i Jarvis	49
1.5. Czynniki determinujące decyzje potencjalnych turystów wg Mayo i Jarvis	50
1.6. Model decyzyjny konsumentów na rynku turystycznym Moutinho	51
1.7. Model „zachęta–reakcja” zachowania nabywczego Middletona	52

Rozdział III

Tabele

3.1. Turyści polscy korzystający z polskiej bazy noclegowej w latach 1995–2010 (w tys.)	91
3.2. Najczęstsze przyczyny niepodjęcia wyjazdów wakacyjnych (w %)	107
3.3. Subiektywna ocena zgodności materialnego poziomu życia z aspiracjami (w %)	110

Rysunki

3.1. Wskaźnik cen towarów i usług w latach 1990–2010 (w %)	75
3.2. Tempo zmian PKB w latach 1990–2010 (w %)	76
3.3. Bezrobotni i stopa bezrobocia w latach 1990–2010	76
3.4. Uczestnictwo w turystyce społeczeństwa polskiego w latach 1990–2010 (w %)	77
3.5. Liczba osób uczestniczących w turystyce wg rodzajów wyjazdów w latach 1994–2010 (w mln)	78
3.6. Częstotliwość wyjazdów turystycznych Polaków w latach 1996–2010	82
3.7. Ruch pasażerski w polskich portach lotniczych w latach 1998–2010 (w mln)	85
3.8. Ruch pasażerski w polskich portach lotniczych w komunikacji krajowej i międzynarodowej (w tys.)	86
3.9. Ruch pasażerski według rodzajów przewoźników (w tys.)	87
3.10. Uczestnictwo Polaków w wyjazdach zagranicznych wg środka transportu w latach 1999–2010 (w %)	89
3.11. Wykorzystanie autokaru w krajowych wyjazdach turystycznych krótko- i długoterminowych w latach 1996–2010 (w %)	89
3.12. Turyści korzystający z polskiej bazy noclegowej w latach 1993–2010 (w tys.)	90
3.13. Turyści korzystający z hoteli w Polsce w latach 1993–2010 (w tys.)	92
3.14. Turyści polscy korzystający z hoteli wg kategorii w latach 1993–2010 (w tys.)	93
3.15. Uczestnictwo Polaków w krajowych wyjazdach długookresowych w latach 2000–2010 wg rodzajów zakwaterowania (w %)	94
3.16. Uczestnictwo Polaków w krajowych wyjazdach długookresowych w celach typowo turystycznych w latach 2004–2010 wg rodzajów zakwaterowania (w %)	94
3.17. Uczestnictwo Polaków w krajowych wyjazdach krótkookresowych w latach 2004–2010 wg rodzajów zakwaterowania (w %)	95
3.18. Uczestnictwo Polaków w krajowych wyjazdach krótkookresowych w celach typowo turystycznych w latach 2004–2010 wg rodzajów zakwaterowania (w %)	95
3.19. Uczestnictwo Polaków w wyjazdach zagranicznych wg rodzajów zakwaterowania (w %)	96
3.20. Uczestnictwo Polaków w wyjazdach zagranicznych w celach typowo turystycznych wg rodzajów zakwaterowania (w %)	96
3.21. Przeciętne wydatki Polaków na podróże krajowe (PLN)	97
3.22. Przeciętne wydatki na dzień pobytu (PLN)	98
3.23. Przeciętne wydatki Polaków na podróże zagraniczne (PLN)	99

3.24. Wydatki na turystykę rezydentów ogółem i gospodarstw domowych w latach 2000–2008 (w tys.)	100
3.25. Struktura konsumpcji turystycznej rezydentów w Polsce (w %)	102
3.26. Uczestnictwo Polaków w wyjazdach wypoczynkowych trwających co najmniej tydzień w latach 1992–2010 (w %)	104
3.27. Uczestnictwo Polaków w wyjazdach wypoczynkowych trwających krócej niż tydzień w latach 2003–2010 (w %)	105
3.28. Średnia liczba dni wypoczynku poza miejscem zamieszkania w latach 2003–2010	105
3.29. Miejsce wypoczynku wyjeżdżających na urlop w latach 2003–2009 (w %)	106
3.40. Skala braku uczestnictwa gospodarstw domowych w wybranych formach wypoczynku ze względów finansowych (w %)	107
3.41. Stopień zadowolenia z obecnych dochodów rodziny w latach 2000–2009 (w %)	111
3.42. Poziom zadowolenia z dochodów i sytuacji finansowej Polaków w latach 1994–2010 (w %)	111
3.43. Brak możliwości zaspokojenia bieżących potrzeb gospodarstw domowych za pomocą stałych dochodów w latach 2000–2009 (w %)	112
3.44. Gospodarstwa domowe nieposiadające oszczędności w latach 2000–2009 (w %)	112
3.45. Gospodarstwa domowe gromadzące oszczędności w celu wypoczynku w latach 2000–2009 (w %)	113
3.46. Gospodarstwa domowe korzystające z kredytów i pożyczek na wypoczynek w latach 2000–2009 (w %)	114

Rozdział IV

Tabele

4.1. Realizacja badania w gospodarstwach domowych	118
4.2. Gospodarstwa domowe wg liczby osób oraz klasy miejscowości zamieszkania w latach 2001, 2005 i 2009 (w %)	120
4.3. Osoby w badanych gospodarstwach domowych ze względu na płeć, wiek, stan cywilny oraz poziom wykształcenia (w %)	121
4.4. Grupy kwintylowe gospodarstw domowych dla dochodów rozporządzalnych na osobę (w cenach z 2009 r.)	123
4.5. Dochody w grupach kwintylowych na osobę w gospodarstwach domowych dla lat 2001, 2005 i 2009 (w cenach z 2009 r.)	123
4.6. Uczestnictwo w wyjazdach turystycznych polskich gospodarstw domowych wg typów wyjazdu w latach 2001, 2005 i 2009 (wg grup kwintylowych w %)	127

4.7. Częstotliwość wyjazdów turystycznych gospodarstw domowych wg typów wyjazdów i grup kwintylowych	130
4.8. Główny cel krótkotrwałych wyjazdów krajowych wg grup kwintylowych (w %)	135
4.9. Główny cel wyjazdów długoterminowych wg grup kwintylowych (w %)	136
4.10. Wydatki całkowite na wyjazdy turystyczne oraz frakcje gospodarstw domowych z tymi wydatkami (w cenach z 2009 r.)	138
4.11. Wydatki na krótkie wyjazdy turystyczne i frakcje gospodarstw domowych z tymi wydatkami (w cenach z 2009 r.)	140
4.12. Wydatki na krajowe wyjazdy krótkoterminowe i frakcje gospodarstw domowych z tymi wydatkami (w cenach z 2009 r.)	141
4.13. Wydatki na zagraniczne wyjazdy krótkoterminowe i frakcje gospodarstw domowych z tymi wydatkami (w cenach z 2009 r.)	142
4.14. Wydatki na długie wyjazdy turystyczne i frakcje gospodarstw domowych z tymi wydatkami (w cenach z 2009 r.)	142
4.15. Wydatki na krajowe wyjazdy długoterminowe i frakcje gospodarstw domowych z tymi wydatkami (w cenach z 2009 r.)	143
4.16. Wydatki na zagraniczne wyjazdy długoterminowe i frakcje gospodarstw domowych z tymi wydatkami (w cenach z 2009 r.)	144
4.17. Udział wydatków na krótkoterminowe wyjazdy turystyczne w wydatkach ogółem (w %)	144
4.18. Udział wydatków na długoterminowe wyjazdy turystyczne w wydatkach ogółem (w %)	145
4.19. Udział wydatków całkowitych na wyjazdy turystyczne w wydatkach ogółem (w %)	146
4.20. Uczestnictwo w wyjazdach długoterminowych wg głównego środka transportu wg grup kwintylowych gospodarstw domowych w latach 2001, 2005 i 2009 (w %)	154
4.21. Uczestnictwo w krajowych wyjazdach krótkoterminowych wg głównego środka transportu wg grup kwintylowych gospodarstw domowych (w %)	146
4.22. Wykorzystanie obiektów noclegowych podczas wyjazdów długoterminowych wg grup kwintylowych gospodarstw domowych w latach 2001, 2005 i 2009 (w %)	159
4.23. Wykorzystanie obiektów noclegowych podczas krajowych wyjazdów krótkoterminowych wg grup kwintylowych gospodarstw domowych (w %)	161
4.24. Korzystanie z usług pośredniczo-organizatorskich w zakresie krajowych wyjazdów krótkookresowych wg grup kwintylowych gospodarstw domowych (w %)	163

4.25. Korzystanie z usług pośredniko-organizatorskich w zakresie wyjazdów długookresowych wg grup kwintylowych gospodarstw domowych (w %)	165
4.26. Uczestnictwo w krajowych wyjazdach krótkoterminowych wg pośredników zakupywanych usług z uwzględnieniem grup kwintylowych gospodarstw domowych (w %)	168
4.27. Uczestnictwo w wyjazdach długoterminowych wg pośredników zakupywanych usług z uwzględnieniem grup kwintylowych gospodarstw domowych w latach 2001, 2005 i 2009 (w %)	170

Rysunki

4.1. Struktura gospodarstw domowych uczestniczących w badaniach . . .	119
4.2. Gospodarstwa domowe bez osób bezrobotnych (w %)	120
4.3. Udział gospodarstw domowych w poszczególnych grupach kwintylowych w latach 2001, 2005 i 2009 ze względu na grupy społeczno-ekonomiczne (w %)	124
4.4. Uczestnictwo polskich gospodarstw domowych w wyjazdach turystycznych wg grup kwintylowych ogółem w latach 2001, 2005 i 2009 (w %)	126
4.5. Uczestnictwo polskich gospodarstw domowych w wyjazdach turystycznych wg grup kwintylowych ogółem w latach 2001, 2005 i 2009 (w %)	126
4.6. Średnia liczba wyjazdów na 1 gospodarstwo wyjeżdżające ogółem . . .	129
4.7. Średnia liczba wyjazdów na 1 gospodarstwo wyjeżdżające wg grup kwintylowych	129
4.8. Przeciętny czas trwania jednego wyjazdu	131
4.9. Czas trwania wyjazdów ogółem wg grup kwintylowych	132
4.10. Czas trwania wyjazdów zagranicznych wg grup kwintylowych	133
4.11. Główny cel krótkotrwałych wyjazdów krajowych gospodarstw domowych (w %)	133
4.12. Główny cel wyjazdów długoterminowych gospodarstw domowych (w %)	134
4.13. Struktura wydatków na usługi turystyczne dla gospodarstw domowych wg grup kwintylowych w latach 2001, 2005 i 2009 (w %)	147
4.14. Formy krótkotrwałych wyjazdów krajowych gospodarstw w latach 2001, 2005 i 2009 (w %)	149
4.15. Formy wyjazdów długotrwałych gospodarstw domowych (w %)	149
4.16. Formy krajowych wyjazdów krótkoterminowych wg grup kwintylowych gospodarstw domowych w latach 2001, 2005 i 2009 (w %)	150

4.17. Formy wyjazdów długoterwałych gospodarstw domowych wg grup kwintylowych w latach 2001, 2005 i 2009 (w %)	151
4.18. Uczestnictwo gospodarstw domowych w wyjazdach długoterminowych wg głównego środka transportu wykorzystywanego na dojazd w latach 2001, 2005 i 2009 (w %)	153
4.19. Uczestnictwo gospodarstw domowych w krótkoterminowych wyjazdach krajowych wg głównego środka transportu wykorzystywanego na dojazd w latach 2001, 2005 i 2009 (w%)	155
4.20. Uczestnictwo w wyjazdach długoterminowych gospodarstw domowych wg wykorzystanych usług noclegowych w latach 2001, 2005 i 2009 (w %)	158
4.21. Uczestnictwo w krajowych wyjazdach krótkoterminowych gospodarstw domowych wg wykorzystanych usług noclegowych w latach 2001, 2005 i 2009 (w %)	160
4.22. Uczestnictwo gospodarstw domowych w krótkotrwałych wyjazdach krajowych wg usług pośrednicko-organizatorskich w latach 2001, 2005 i 2009 (w %)	162
4.23. Uczestnictwo gospodarstw domowych w wyjazdach długoterminowych wg usług pośrednicko-organizatorskich w latach 2001, 2005 i 2009 (w %)	164
4.24. Uczestnictwo gospodarstw domowych w krótkotrwałych wyjazdach krajowych wg pośredników zakupywanych usług w latach 2001, 2005 i 2009	167
4.25. Uczestnictwo gospodarstw domowych w wyjazdach długoterminowych wg pośredników zakupywanych usług w latach 2001, 2005 i 2009	169

Rozdział V

Tabele

5.1. Źródła finansowania wyjazdów długoterminowych (w %)	179
5.2. Źródła finansowania krajowych wyjazdów długoterminowych (w %)	181
5.3. Źródła finansowania zagranicznych wyjazdów długoterminowych (w %)	183
5.4. Udział gospodarstw domowych dofinansowanych w zakresie długich wyjazdów turystycznych (w %)	185
5.5. Udział gospodarstw domowych dofinansowanych w zakresie krajowych wyjazdów długoterminowych (w %)	186
5.6. Udział gospodarstw domowych dofinansowanych w zakresie zagranicznych wyjazdów długoterminowych (w %)	188
5.7. Główna przyczyna nieuczestniczenia gospodarstw domowych w krajowych wyjazdach krótkoterminowych wg grup kwintylowych (w %)	192

5.8. Główna przyczyna nieuczestniczenia gospodarstw domowych w krajowych wyjazdach długoterminowych wg grup kwintylowych (w %)	194
5.9. Główna przyczyna nieuczestniczenia gospodarstw domowych w zagranicznych wyjazdach krótkoterminowych wg grup kwintylowych (w %)	195
5.10. Główna przyczyna nieuczestniczenia gospodarstw domowych w zagranicznych wyjazdach długoterminowych wg grup kwintylowych dochodów w latach 2001–2009 (w %)	196

Rysunki

5.1. Ulubiony sposób spędzania wolnego czasu przez gospodarstwa domowe podczas wyjazdu w latach 2001, 2005 i 2009 (w %)	174
5.2. Ulubiony sposób spędzania wolnego czasu podczas wyjazdu wg grup kwintylowych gospodarstw domowych w latach 2001, 2005 i 2009 (w %)	175
5.3. Stopień zadowolenia ze sposobów spędzania wolnego czasu w latach 2000–2009 (w %)	177
5.4. Źródła finansowania wyjazdów długoterminowych ogółem	180
5.5. Źródła finansowania krajowych wyjazdów długoterminowych ogółem	182
5.6. Źródła finansowania zagranicznych wyjazdów długoterminowych ogółem	182
5.7. Udział gospodarstw domowych dofinansowanych w zakresie długich wyjazdów turystycznych ogółem	184
5.8. Udział gospodarstw domowych dofinansowanych w zakresie krajowych i zagranicznych wyjazdów długoterminowych ogółem	187
5.9. Główna przyczyna niewystąpienia wyjazdów w gospodarstwach domowych (w %)	190

Aneks

GŁÓWNY URZĄD STATYSTYCZNY

al. Niepodległości 208, 00-925 Warszawa

**TURYSTYKA I WYPOCZYNEK
W GOSPODARSTWACH DOMOWYCH**

DS - 51 G

Kwestionariusz gospodarstwa domowego

Dział 1. Charakterystyka i skład osobowy gospodarstwa domowego

Dział 2. Realizacja wywiadu

Wypełnić na podstawie kwestionariusza BR-01a (pyt. 1 - 3) oraz wywiadu w gospodarstwie domowym (pyt. 4 - 8)

1. Symbol województwa	
2. Numer gospodarstwa domowego	
3. Symbol źródła utrzymania gospodarstwa domowego	
4. Liczba osób w gospodarstwie domowym ogółem	
5. Liczba dzieci w wieku do 14 lat włącznie	
6. Liczba osób pracujących	
7. Liczba osób pobierających emeryturę, rentę	
8. Liczba osób bezrobotnych	

1. Wywiad:

- | | |
|--|---|
| • przeprowadzony | 1 |
| nieprzeprowadzony z powodu: | |
| • likwidacja lub rozpad gospodarstwa domowego | 2 |
| • brak kontaktu z osobą podlegającą badaniu lub udzielającą informacji | 3 |
| • odmowa udzielenia wywiadu | 4 |
| • niemożność odpowiedzi z powodu choroby lub podeszłego wieku | 5 |
| • inne przyczyny | 6 |

Data przeprowadzenia wywiadu

Nazwisko ankietera

Podpis ankietera

Sprawdził

Podpis

Dział 4. Preferowane formy wypoczynku w gospodarstwie domowym i planowany sposób spędzenia urlopu.

1. Proszę podać jaki jest Pana(i) ulubiony sposób spędzania czasu wolnego przeznaczanego na wypoczynek?

Proszę podać dla każdej osoby najwyżej 3 odpowiedzi, numerując od 1 do 3 począwszy od najważniejszej.

Sposób spędzania czasu wolnego		Numer osoby w gospodarstwie (zgodnie z BR-01a)														
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
0		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
Wypoczynek bierny - opalanie się, relaks	01															
Czytanie	02															
Słuchanie radia, muzyki, oglądanie telewizji, wideo	03															
Udział w spotkaniach towarzyskich	04															
Chodzenie do kawiarni, restauracji	05															
Uprawianie sportu i ćwiczeń fizycznych (łącznie z bieganiem, spacerami, myślistwem, wędkarstwem, korzystaniem z siłowni)	06															
Kibicowanie na imprezach sportowych	07															
Odwiedzanie muzeów, wystaw, zabytków, imprezy objazdowe, zwiedzanie	08															
Chodzenie do kina, teatru, udział w imprezach kulturalnych	09															
Praktyki religijne	10															
Uprawianie hobby, pogłębianie wiedzy (nie związane bezpośrednio z pracą zawodową)	11															
Praca na działce	12															
Zakupy dla przyjemności	13															
Inne	14															

2. Jak członkowie Pana(i) gospodarstwa domowego planują wyjazdy urlopowe (5 dni i dłuższe) w ciągu najbliższych 2 lat?

Dla każdej osoby wpisać w odpowiednim wierszu symbol charakteru wyjazdu (od 1 do 9) i można podać więcej niż jedną odpowiedź.

Wyszczególnienie		Numer osoby w gospodarstwie (zgodnie z BR-01a)														
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
0		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
Sposób spędzania urlopu/wakacji ^{a)}	nie planuje wyjazdu	1														
	wyjazd krajowy	zorganizowany	2													
		samodzielny	3													
	wyjazd zagraniczny	zorganizowany	4													
		samodzielny	5													

^{a)} Charakterystyka wyjazdu:

1 - pobyt wypoczynkowy

2 - kuracja

3 - objazd krajoznawczy

4 - uprawianie sportów, hobby

5 - zdobywanie umiejętności, kształcenie

6 - wyjazd do rodziny, znajomych

7 - wyjazd na działkę

8 - inne

9 - nie dotyczy (dla wiersza 1)

Dział 5. Wyposażenie gospodarstwa domowego w sprzęt turystyczny i wydatki poniesione na jego zakup w ostatnim roku

Rodzaj wyposażenia		Proszę zakreślić symbol właściwej odpowiedzi		Wydatki w ostatnim roku związane z:	
				nabyciem	konserwacją i eksploatacją
0		1		2	3
drugi dom (dom lub mieszkanie traktowane jako wakacyjne)	01	1 - jest	2 - nie ma		
namiot	02	1 - jest	2 - nie ma		
przyczepa kempingowa	03	1 - jest	2 - nie ma		
żaglówka	04	1 - jest	2 - nie ma		
łódź	05	1 - jest	2 - nie ma		
kajak	06	1 - jest	2 - nie ma		
działka rekreacyjna	07	1 - jest	2 - nie ma		
samochód osobowy	08	1 - jest	2 - nie ma		
rower	09	1 - jest	2 - nie ma		
sprzęt myśliwski	10	1 - jest	2 - nie ma		
sprzęt wędkarski	11	1 - jest	2 - nie ma		
plecak turystyczny, śpiwór, materac	12	1 - jest	2 - nie ma		
inny	13	1 - jest	2 - nie ma		

Dział 6. Ogólna charakterystyka wyjazdów krajowych i zagranicznych

Wyjazdy poza miejsce zamieszkania w okresie 1.10.00 do 30.09.01 w celu wypoczynkowym, poznawczym, służbowym lub innym		Czy ktoś z członków gospodarstwa domowego wyjeżdżał <i>proszę zakreślić właściwą odpowiedź</i>	Liczba zrealizowanych wyjazdów	Liczba odbytych podróży	Szacunkowe wydatki związane z wyjazdem w złotych (bez groszy)	Główna przyczyna niewystąpienia wyjazdów: <i>(należy wpisać jeden symbol)</i>
						01 - brak: urlopu, służbowego oddelegowania 02 - urlop wykorzystaliśmy na dodatkową pracę zarobkową 03 - stan zdrowia nie pozwala na wyjazd 04 - obowiązki rodzinne 05 - w tym roku nie mieliśmy (nie mamy) pieniędzy na wyjazd ponieważ mamy inne ważniejsze wydatki 06 - nie stać nas 07 - czas wolny przeznaczaliśmy na inne prace domowe 08 - nie jesteśmy zainteresowani takimi wyjazdami 09 - nie opłaca się, za daleko 10 - konieczność zajmowania się własną firmą, gospodarstwem rolnym 11 - inne przyczyny 12 - nie dotyczy
0		1	2	3	4	5
W kraju	na 2-4 dni (1-3 noce)	1	1 - tak 2 - nie			
	na 5 dni i więcej (4 i więcej nocy)	2	1 - tak 2 - nie			
Za granicę	na 1 dzień (bez nocy)	3	1 - tak 2 - nie			
	na 2 dni i więcej (przynajmniej 1 noc)	4	1 - tak 2 - nie			

Uwaga:

- Jeżeli w gospodarstwie domowym nie wystąpiły jakiegokolwiek wyjazdy krajowe lub zagraniczne, lub wystąpiły wyłącznie wyjazdy zagraniczne na 1 dzień (bez noclegu) wywiad kończy się na dziale 6 kwestionariusza.
- Jeżeli wystąpiły wyjazdy w kraju na 2-4 dni należy przeprowadzić dalszy wywiad i wypełnić dział 7.
- Jeżeli wystąpiły wyjazdy w kraju na 5 dni i więcej, lub za granicę na 2 dni i więcej, należy dla każdego wyjazdu odrębnie przeprowadzić wywiad na kwestionariuszu DS-511.

e)	b)	c)	d)	e)	f)	g)
1 - do 50 km	01 - wypoczynek, rekreacja	1 - wczasy	1 - pełny pakiet turystyczny	1 - biuro podróży	01 - kolej	01 - hotel, motel, zajazd, pensjonat
2 - od 51 do 100 km	02 - zwiedzanie (architektura, kultura, przyroda)	2 - kolonie, obozy	2 - noclegi	2 - zakład pracy, szkoła, uczelnia	02 - PKS lub inna autobusowa linia przewozowa	02 - dom wycieczkowy, schronisko, młodzieżowe, stacja wodna
3 - od 101 do 200 km	03 - uprawianie turystyki kwalifikowanej	3 - wycieczka, impreza objazdowa	3 - transport	3 - organizacja społeczna, związkowa lub sportowa	03 - autokar	
4 - od 201 do 300 km	04 - odpoczynek u krewnych lub znajomych	4 - pielgrzymka	4 - pełne wyżywienie	4 - kościół lub organizacja religijna	04 - samochód osobowy	
5 - od 301 do 500 km	05 - uroczystości rodzinne	5 - kurs, szkolenie	5 - częściowe wyżywienie	5 - inny podmiot	05 - komunikacja miejska	
6 - od 501 do 700 km	06 - zdobywanie umiejętności, kształcenie	6 - wyjazd na działkę	6 - lokalne wycieczki i imprezy	6 - nie dotyczy	06 - motocykl, rower	
7 - od 701 do 1000 km	07 - sprawy zawodowe, załatwianie interesów	7 - zielona szkoła	7 - inne		07 - samolot	
8 - ponad 1000 km	08 - zdrowotny (np. sanatorium)	8 - inne	8 - żadne		08 - statek, prom, łódź	
	09 - religijny				09 - pieszo	
	10 - zakupy				10 - inne środki transportu	
	11 - inny					
						04 - wynajęta kwatery prywatna
						05 - kwatery agroturystyczna
						06 - kemping, pole biwakowe, bungalowy
						07 - mieszkanie u krewnych lub znajomych
						08 - domek letniskowy na działce rekreacyjnej
						09 - sanatorium lub inny zakład leczniczy
						10 - środek transportu (np. statek, pociąg, samochód, autokar)
						11 - inne miejsce noclegów



GŁÓWNY URZĄD STATYSTYCZNY

al. Niepodległości 208, 00-925 Warszawa

**TURYSTYKA I WYPOCZYNEK
W GOSPODARSTWACH DOMOWYCH**

DS - 51 I

Kwestionariusz indywidualny wyjazdu

Kwestionariusz należy wypełnić odrębnie dla każdego wyjazdu krajowego trwającego 5 dni i więcej lub wyjazdu zagranicznego trwającego 2 dni i więcej.
Kolejnym wyjazdem długotrwałym w okresie od 1 października 2000 r. do 30 września 2001r. należy nadać kolejne numery według kolejności realizacji wyjazdu (od numeru 1).

Dział 1. Dane ogólne o wyjeździe

1. Numer gospodarstwa domowego	
2. Numer wyjazdu według kolejności realizacji	
3. Liczba osób wyjeżdżających	
4. Numery osób uczestniczących w wyjeździe ^{a)}	

a) Proszę wpisać, oddzielając przecinkami, numery wszystkich osób uczestniczących w wyjeździe (z BR-01a i z działu 3 pkt 3.1 DS-51G)

5. Czy w wyjeździe brała(y) udział osoba(y) spoza gospodarstwa domowego ?	• tak	1
	• nie	2

6. Rodzaj wyjazdu	• krajowy	1
	• zagraniczny	2

Dział 2. Charakterystyka wyjazdu

1. Miesiąc rozpoczęcia wyjazdu Proszę zakreślić odpowiedni symbol			
X - październik 2000 r.	10	IV - kwiecień 2001 r.	04
XI - listopad 2000 r.	11	V - maj 2001 r.	05
XII - grudzień 2000 r.	12	VI - czerwiec 2001 r.	06
I - styczeń 2001 r.	01	VII - lipiec 2001 r.	07
II - luty 2001 r.	02	VIII - sierpień 2001 r.	08
III - marzec 2001 r.	03	IX - wrzesień 2001 r.	09

• wypoczynek, rekreacja, wakacje	01
• zwiedzanie (architektura, kultura, przyroda)	02
• uprawianie turystyki kwalifikowanej	03
2. Główny cel wyjazdu	
• odwiedziny u krewnych lub znajomych	04
• uroczystości rodzinne	05
Proszę zakreślić jedną odpowiedź	
• zdobywanie umiejętności, kształcenie	06
• sprawy zawodowe, załatwianie interesów	07
• zdrowotny (np. sanatorium)	08
• religijny	09
• zielona szkoła (także zimą)	10
• zakupy	11

3.	• wczasy	1
	• kolonie, obozy	2
Forma wyjazdu	• wycieczka, impreza objazdowa	3
Proszę zakreślić jedną odpowiedź	• pielgrzymka	4
	• kurs, szkolenie	5
	• wyjazd na działkę	6
	• zielona szkoła	7
	• inna	8

4. Jak długo trwał wyjazd? Proszę podać liczbę dni	4.1 liczba dni	
	4.2 w tym za granicą	

5. Jakie usługi zakupiono u organizatora lub pośrednika?	• pełny pakiet turystyczny	1
	• nocleg	2
	• transport	3
	• pełne wyżywienie	4
	• częściowe wyżywienie	5
	• lokalne wycieczki i imprezy	6
	• inne	7
	• żadne	8

6. Za czym pośrednictwem zakupiono usługi turystyczne? Proszę zakreślić jedną odpowiedź	• biuro podróży	1
	• zakład pracy, szkoła, uczelnia	2
	• organizacja społeczna, związkowa lub sportowa	3
	• kościół, organizacja religijna	4
	• inny podmiot	5
	• nie dotyczy	6

7. Główny środek transportu wykorzystywany na dojazd	• kolej	01
	• PKS lub inna autobusowa linia przewozowa	02
	• autokar	03
	• samochód osobowy	04
	• komunikacja miejska	05
Proszę zakreślić jedną odpowiedź	• motocykl, rower	06
	• samolot	07
	• statek, prom	08
	• pieszo	09
	• inne środki transportu	10

8. Główny środek transportu wykorzystywany na miejscu (lokalnie)	• kolej	01
	• PKS lub inna autobusowa linia przewozowa	02
	• autokar	03
	• samochód osobowy	04
	• komunikacja miejska	05
Proszę zakreślić jedną odpowiedź	• motocykl, rower	06
	• samolot	07
	• statek, prom, łódź	08
	• pieszo	09

9. Miejsca noclegów		
Lp	Rodzaj obiektów	Liczba noclegów
	0	1
01	hotel, motel, zajazd, pensjonat	
02	dom wycieczkowy, schronisko, schronisko młodzieżowe, stacja wodna	
03	ośrodek wczasowo-wypoczynkowy, dom wczasowy, wypoczynkowy, ośrodek kolonijny	
04	wynajęta kwatery prywatna	
05	kwatery agroturystyczna	
06	kemping, pole biwakowe, bungalow	
07	mieszkanie u krewnych lub znajomych	
08	domek letniskowy na działce rekreacyjnej	
09	sanatorium lub inny zakład leczniczy	
10	środek transportu	
11	inne miejsca noclegów	

10. Jak daleki był to wyjazd? Proszę zakreślić odpowiedni symbol odległości w km w jedną stronę			
do 50 km	1	od 301 do 500 km	5
od 51 do 100 km	2	od 501 do 700 km	6
od 101 do 200 km	3	od 701 do 1000 km	7
od 201 do 300 km	4	1001 km i więcej	8

11. Proszę określić charakter odwiedzanego obszaru Proszę zakreślić odpowiedni (tylko jeden) symbol			
stolica, aglomeracja miejska	1	morze	6
inne miasto	2	akwen śródlądowy lub ciek wodny	7
miejsowość turystyczna	3		
obszar górski	4	uzdrowisko	8
obszar wyżynny	5	obszar wiejski	9

12. W jaki sposób spędzano czas podczas wyjazdu? Można zakreślić więcej niż jedną odpowiedź	
Forma spędzania wolnego czasu	
• wypoczynek bierny - opalanie, relaks	01
• czytanie	02
• słuchanie radia, muzyki, oglądanie telewizji, wideo	03
• udział w spotkaniach towarzyskich	04
• chodzenie do kawiarni, restauracji	05
• uprawianie sportu i ćwiczeń fizycznych	06
• kibicowanie na imprezach sportowych	07
• odwiedzanie muzeów, wystaw, zabytków, wycieczki krajoznawcze	08
• chodzenie do kina, teatru, udział w innych imprezach kulturalnych	09
• praktyki religijne	10
• uprawianie hobby, pogłębianie wiedzy (nie związane bezpośrednio z pracą zawodową)	11
• praca na działce	12
• zakupy dla przyjemności	13
• inne	14

13. Jeśli był to wyjazd za granicę, to proszę podać kraj, w którym spędził(a) Pan(i) najwięcej czasu	
Nazwa	Symbol

14. Czy w czasie podróży odwiedził(a) Pan(i) jeszcze inne kraje?		
• tak	1	
• nie	2	

15. Jeśli tak, to jakie to były kraje?		
Lp	Nazwa	Symbol
	0	1
1		
2		
3		
4		
5		

Symboly krajów w pyt. 13 i 15 wpisuje ankieter po wypełnieniu ankiety

16. Proszę podać szacunkową wielkość wydatków poniesionych przez gospodarstwo domowe w związku z wyjazdem (bez wydatków na zakup sprzętu turystycznego) w pełnych zł (bez groszy)

Lp	Wydatki	Kwota w zł
	0	1
01	Razem (wiersze 02 + 03)	
02	Suma wpłacona organizatorowi wyjazdu	
03	Pozostałe wydatki indywidualne (w. 04+05+07+09+10+11)	
04	Noclegi	
05	Wyżywienie	
06	W tym usługi gastronomiczne	
07	Transport - ogółem	
08	W tym wydatki na dojazd tam i z powrotem	
09	Usługi kulturalno-rekreacyjne	
10	Zakupy	
11	Inne	

17. Czy wyjazd był sfinansowany lub dofinansowany przez rodzinę lub inne osoby prywatne?		Kwota w zł
• tak	1	
• nie	2	

18. Czy wyjazd był sfinansowany lub dofinansowany przez zakład pracy lub jakąkolwiek instytucję?		Kwota w zł
• tak	1	
• tak	2	
• nie	3	

1 - usługa opłacona bezpośrednio u producenta
2 - środki zostały przekazane gospodarstwu domowemu

Dział 3. Realizacja wywiadu

1. Wywiad:	
• przeprowadzony	1
• nieprzeprowadzony z powodu:	
• braku kontaktu z osobą udzielającą informacji	2
• odmowa uczestnictwa w badaniu	3
• inne przyczyny	4

Data przeprowadzenia wywiadu
Nazwisko ankietera

