

MAREK SZAJT

Politechnika Częstochowska, Polska  
Czestochowa University of Technology, Poland

## Zmiany na rynku usług turystycznych w Polsce w ujęciu regionalnym

### Changes in the Tourist Services Market in Poland in Regional Perspective

**Streszczenie:** Rynek usług turystycznych w Polsce, podobnie jak w innych państwach, stale się rozwija. Zmiany w jego układzie przestrzennym warunkowane są z jednej strony popytem wewnętrznym i zewnętrznym, z drugiej zaś możliwościami rozwoju poszczególnych regionów. Celem pracy była analiza zmian w ruchu turystycznym w układzie przestrzennym i czasowym w odniesieniu do regionów Polski klasy NUTS2. Analizy wykonano z wykorzystaniem danych pochodzących z banku danych regionalnych i lokalnych GUS (2017). W analizach zastosowano narzędzia z zakresu analizy statystycznej. Wyniki wskazują, że pomimo pozornego stabilnego i zrównoważonego rozwoju w niektórych województwach proces ten jest szybszy, a w niektórych – jak lubuskie – obserwujemy wręcz spadek liczby turystów na przestrzeni ostatnich lat. Widzimy także wyraźne różnice w sezonowości pomiędzy turystami rezydentami i nierezydentami oraz częstotliwości odwiedzin poszczególnych regionów przez te grupy. Polskie regiony nadmorskie okazują się być dużo bardziej atrakcyjne dla rodzimych turystów, podobnie jak tereny narciarskie w zimie. Turyści z zagranicy odwiedzają częściej duże miasta, takie jak Warszawa, Kraków czy Wrocław, i ich okolice, z czego wynika przedłużenie sezonu wysokiego nawet do października.

**Abstract:** The tourist services market in Poland, as in other countries, is constantly developing. Changes in its spatial arrangement are conditioned on the one hand by internal and external demand, and on the other by the development possibilities of individual regions. The aim of the study was to analyze changes in tourist traffic in a spatial and temporal layout with respect to Polish NUTS2 regions. The analyses were performed using data from the regional and local CSO data bank. In the research, tools in the field of statistical analysis were used. The results indicate that despite the apparent stable and sustainable development, in some voivodeships this process is faster and in some of them – Lubuskie – we can observe a drop in the number of tourists over the last years. There are also significant differences in seasonality between residents and non-residents and the frequency of visits in different regions. Polish coastal regions appear to be much more attractive to native tourists, as are ski areas in winter. Tourists from abroad visit large cities such as Warsaw, Krakow, Wroclaw and the surrounding area, which is the extension of the high season even until October.

**Słowa kluczowe:** analiza regionalna; sezonowość w turystyce; turystyka

**Keywords:** tourism; regional analysis; seasonality in tourism

**Otrzymano:** 18 grudnia 2017

**Received:** 18 December 2017

**Zaakceptowano:** 15 lutego 2018

**Accepted:** 15 February 2018

**Sugerowana cytacja / Suggested citation:**

Szajt, M. (2018). Zmiany na rynku usług turystycznych w Polsce w ujęciu regionalnym. *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego*, 32(1), 85–95. <https://doi.org/10.24917/20801653.321.7>

**WSTĘP**

Jednym z obszarów gospodarki, którego rozwój dostrzegalny jest coraz wyraźniej w ostatnich latach, jest turystyka. Jako część sektora usług silniej rozwija się w większości gospodarek bardziej rozwiniętych, co wiąże się z wyższymi dochodami i większymi zasobami czasu wolnego do dyspozycji. Rozwój turystyki w Polsce w ostatnich latach – podobnie jak w innych krajach – jest coraz bardziej dostrzegalny (Cole, 2007). Obok procesów identyfikowanych również w innych państwach, ma to także związek z włączeniem się Polski w struktury Unii Europejskiej i strefy Schengen. Poziomemu rozwojowi turystyki w danym kraju jest w praktyce wypadkową jego rozwoju w poszczególnych regionach, z których jedne są bardziej atrakcyjne turystycznie (lub lepiej zagospodarowane), inne mniej. Poza specyfiką przestrzenną, niebagatelne znaczenie ma również w tym przypadku czynnik czasowy, a w szczególności występująca na tym rynku sezonowość.

W tym aspekcie w niniejszym artykule podjęto próbę analizy różnic pomiędzy poziomami rozwoju turystyki w regionach polskich. W tym celu wykorzystano dane pochodzące z banku danych lokalnych i regionalnych Głównego Urzędu Statystycznego (GUS, 2017) dotyczące przyjazdów i noclegów turystów (Crouch, 1994), rezydentów i nierezydentów w latach 2004–2016. Jako cel przyjęto analizę zmian w ruchu turystycznym w układzie przestrzennym i czasowym w odniesieniu do regionów Polski klasy NUTS2.

**SEZONOWOŚĆ W TURYSTYCE – ZARYS PROBLEMU**

Turystyka jest jednym z bardziej jaskrawych przykładów sektora gospodarki uzależnionego od czynników sezonowych (Lundtorp, 2001). Pomijając jej niewrażliwe (mniej wrażliwe) na oddziaływanie czynników pogodowych formy, znacząca część usług turystycznych świadczona jest w konkretnych okresach. W Polsce szczyt sezonu turystycznego dotyczy okresu letniego (Szajt, 2007: 113), z czym powiązано cały system urlopowy i systemy świadczeń socjalnych funkcjonujące w niektórych szkołach oraz organizację edukacji. Możliwości rozwoju turystyki są jednak uzależnione nie tylko od warunków pogodowych czy klimatycznych, które na obszarze Polski również nie są jednolite, ale także od innych czynników. Jako najbardziej atrakcyjne regiony wyróżnia się zwykle te, które mają wśród swoich walorów dostęp do morza, jezior, gór oraz walory antropogeniczne. Nie bez znaczenia jest również poziom rozwoju infrastruktury hotelarskiej czy dostępność w sensie organizacji transportu (Butowski, 2010).

Jednym z podstawowych problemów, z którymi borykają się uczestnicy rynku usług turystycznych, jest jego sezonowość (Borzyszkowski, 2014: 167). Wynika ona z szeregu czynników, takich jak:

1. kształtowanie się popytu w związku z:
  - częstotliwością brania urlopów przez konsumentów wynikającą z chęci wypoczynku z dziećmi, unormowań wynikających z prawa pracy i zwyczajów panujących w danym kraju,

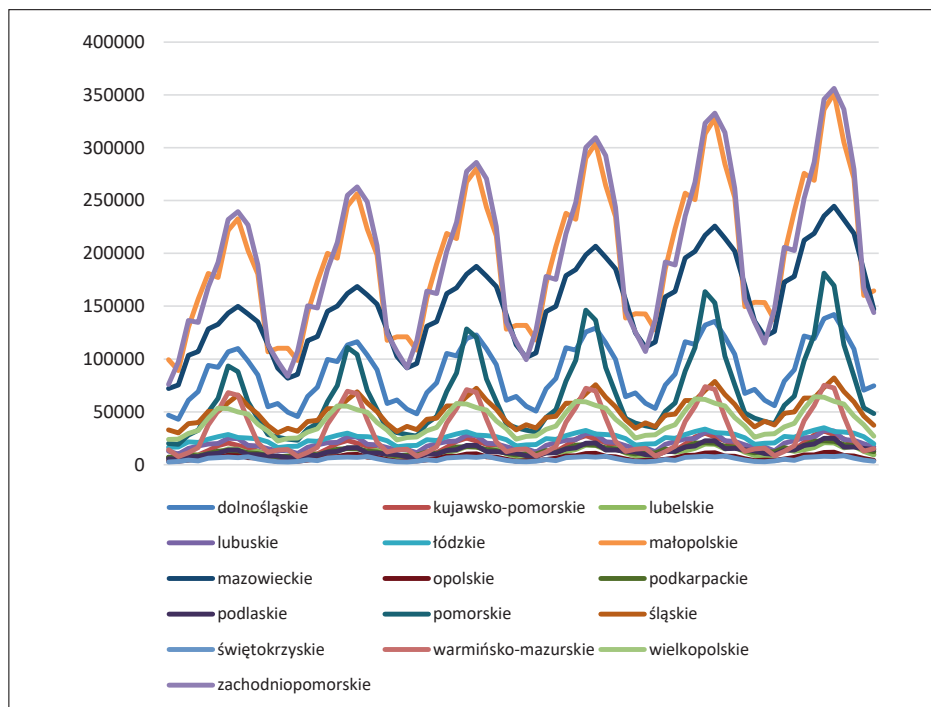
- systemem szkolnym obowiązującym w danym państwie – organizacją roku szkolnego i akademickiego (Baum, Hagen, 1999),
  - częstotliwością występowania świąt i tzw. długich weekendów,
  - zamożnością społeczeństwa i jego skłonnością do konsumpcji pozyskanych środków na rynku usług turystycznych,
2. kształtowanie się podaży w związku z:
- kosztami pracy i wynikającymi z tego cenami usług na rynku wewnętrznym,
  - poziomem rozwoju infrastruktury turystycznej i transportowej (Piechnik, 2012),
  - poziomem otwartości rynku dla dostawców usług z zagranicy,
  - położeniem geograficznym w zakresie dostępności dla transportu osobowego i dostępnością innych rynków,
  - atrakcyjnością dla potencjalnych turystów,
  - uławieniami lub utrudnieniami natury prawnej, administracyjnej i politycznej,
  - sytuacją na rynku globalnym,
  - zjawiskami przyrodniczymi, takimi jak pory roku, i warunkami naturalnymi, takimi jak ukształtowanie terenu, położenie geograficzne, pogoda itd. (Cannas, 2012),
  - sytuacją polityczną (stabilizacją wewnętrzną, bezpieczeństwem, poziomem zagrożenia terroryzmem).

Trudno wskazać inną dziedzinę gospodarki, która na podobny sposób jest wrażliwa na oddziaływanie sezonowości (De Cantis, Ferrante, Vaccina, 2011). Z punktu widzenia zarządzania na rynku usług turystycznych sytuacja ta jest co najmniej mało korzystna. Przedsiębiorstwa działające na tym rynku muszą wziąć pod uwagę fakt organizacji większości sprzedawanych usług w ograniczonym czasowo okresie (Szajt, 2013: 178), przy bardzo dużym nasileniu popytu i – co za tym idzie – zwiększeniu trudności właściwej organizacji z punktu widzenia sprzedaży, obsługi, logistyki itd. Najważniejsza w związku z tym staje się właściwa organizacja pracy, a tu – kluczowe rozłożenie ciężaru i tempa pracy zgodnie z jej obciążeniem. Jest to niełatwe nie tylko ze względu na czas pracy, ale także, a może przede wszystkim, ze względu na możliwości w zakresie zarządzania personelem (Ashworth, Thomas, 1999). W tej sytuacji kluczowe dla graczy rynkowych staje się właściwe rozpoznanie rynku konsumentów, w czym pomocne stają się wszelkiego rodzaju analizy popytu w podziale na odpowiednie jednostki czasu i klasyfikację geograficzną. Jako takie należy uznać prezentowane dalej analizy na poziomie województw.

## ZMIANY NA RYNKU USŁUG TURYSTYCZNYCH W POLSCE W LATACH 1995–2015

Ruch turystyczny mieszkańców Polski (rezydentów) jest zdeterminowany w okresach największego natężenia organizacją roku szkolnego i czasem urlopowym. W zakresie organizacji roku szkolnego od 2003 roku stosuje się podział okresu ferii zimowych na tury dla poszczególnych grup województw, co ma na celu lepszą organizację wypoczynku dzieci, zwłaszcza w regionach w tym okresie uznawanych za najbardziej atrakcyjne – obszary górskie – i co za tym idzie najbardziej obleganych. Z punktu widzenia minimalizacji oddziaływania czynników sezonowych (w tym wypadku natury administracyjnej) należy uznać to za bardzo trafne posunięcie. Szczytem natężenia ruchu turystycznego są jednak, zarówno w odniesieniu do rezydentów, jak i nierezydentów, miesiące letnie.

Ryc. 1. Rozkład sezonowości zrealizowanych noclegów (turystów nierezydentów) według województw na podstawie trendu w latach 2009–2014

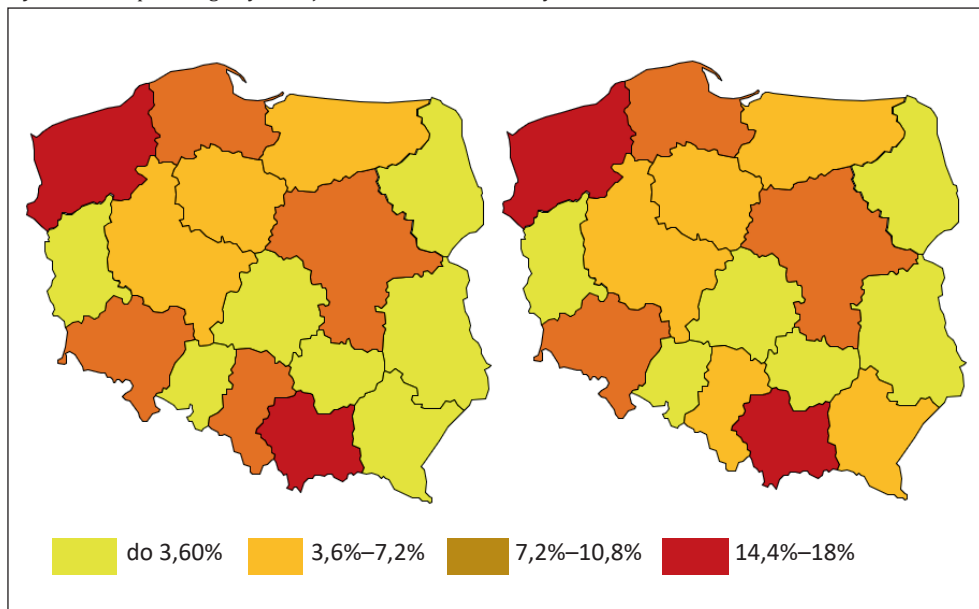


Źródło: opracowanie własne na podstawie banku danych lokalnych i regionalnych GUS (2017)

Zaprezentowany na ryc. 1 rozkład sezonowości w ostatnich latach wskazuje wyraźnie na różnice pomiędzy poszczególnymi regionami. Jedną z zauważalnych zmian jest dużo silniejsza sezonowość w regionach o wyższym udziale w obsłudze ruchu turystycznego. Co więcej, w regionach tych z jednej strony obserwujemy bardziej dynamiczny przyrost liczby turystów, z drugiej strony stale zwiększa się również dystans pomiędzy poszczególnymi miesiącami. Porównywane trendy dla sezonu wysokiego i niskiego dla takich województw, jak małopolskie czy zachodniopomorskie, wskazują na półtora raza szybsze tempo wzrostu dla sezonu wysokiego. Rozpatrywanie natężenia ruchu turystycznego z wykorzystaniem danych miesięcznych wydaje się zatem być jak najbardziej uzasadnione (Song, Witt, Jensen, 2006).

Województwo o największym udziale w obsłudze ruchu turystycznego w Polsce – zachodniopomorskie – obsługuje od 11% (styczeń) do 23% (lipiec) turystów. Generalnie jednak jego udział w obsłudze w skali roku spadł w latach 1995–2015 o 11,5% z 19,0% do 16,9%. Zdecydowanie gorzej wypada dla przykładu województwo lubuskie, którego udział w obsłudze ruchu turystycznego nie przekracza w żadnym z miesięcy 2,3%, a w skali roku spadł w latach 2004–2016 aż o 31%. Najbardziej dynamiczny wzrost liczby turystów notujemy dla województwa świętokrzyskiego – o 62,5%, przy czym jest to województwo o jednym z najniższych udziałów w obsłudze ruchu turystycznego w Polsce. Jest jednak przy okazji przykładem wysokiego zaangażowania w rozwój tejże turystyki, z bardzo widocznym wzrostem niemal w każdym z miesięcy i co ciekawe z wyraźnie rosnącym udziałem w obsłudze turystów, zwłaszcza w marcu.

Ryc. 2. Udział poszczególnych województw w obsłudze turystów w Polsce w latach 1995 i 2015



Źródło: opracowanie własne na podstawie banku danych lokalnych i regionalnych GUS (2017)

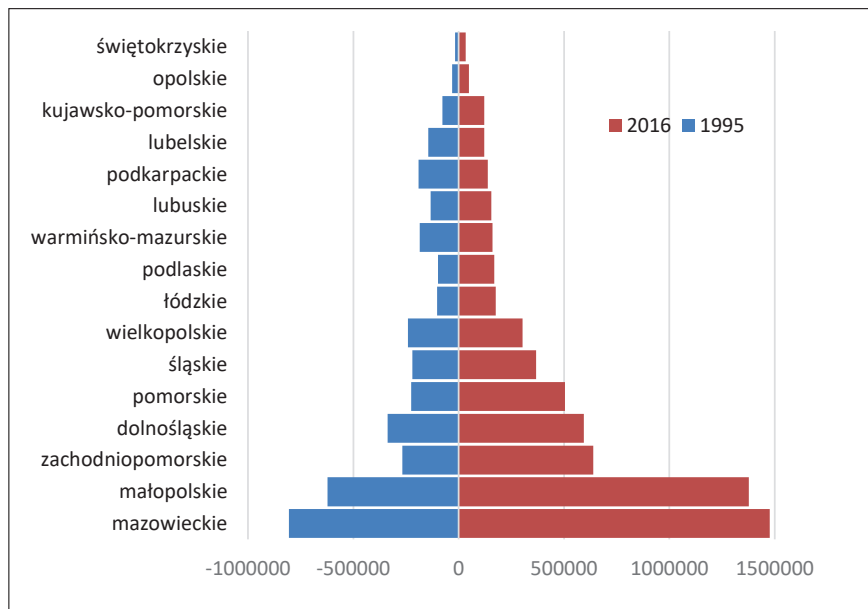
Jest to związane prawdopodobnie z nastawieniem nie tyle na turystykę letnią, co na inne formy turystyki. Wraz za tym rzecz jasna muszą iść inwestycje w infrastrukturę, które docelowo mogą zdecydować o wzroście konkurencyjności danego regionu (Panasik, 2007).

Jedyną zmianą dostrzegalną w ujęciu partycypacji w liczbie obsługiwanych turystów w Polsce jest spadek znaczenia województwa śląskiego i wzrost znaczenia województwa podkarpackiego. W pierwszym silnie zdegradowane środowisko oraz problemy demograficzne zdecydowanie nie pomagają. W drugim znaczenia nabierać może coraz lepsza komunikacja – uruchomienie całej autostrady A4 i lotniska w Rzeszowie. Niedostrzegane na mapach zmiany są jednak dużo głębsze, a dotyczą województw pozostających nadal w tych samych grupach udziałowych. Najgorsza sytuacja występuje w województwie lubuskim, gdzie poziom partycypacji spadł o 24%. We wspomnianym wcześniej śląskim – o 8%, duże spadki dotyczyły również wielkopolskiego – o 9% i lubelskiego – o 8%. Największy wzrost zaobserwowano w świętokrzyskim – o 19%, podkarpackim – o 14% i mazowieckim – o 10%. Pamiętać należy jednocześnie, że większy napływ turystów to większy napływ pozostawianych przez nich środków, których wielkość stale wzrasta i dotyczy to wszystkich grup konsumenckich (Kurek, Waclawik, 2013).

Jeżeli zmianom przyjrzymy się jeszcze szerzej i sięgniemy do okresu przed przystąpieniem do Unii Europejskiej – do roku 1995 – otrzymamy jeszcze istotniejsze informacje o zmianach. W tym przypadku analiza dotyczy nierezydentów.

Teoretycznie obserwujemy wzrost liczby turystów (nierezydentów) w ujęciu ogólnym w badanych latach. Najwyższy dotyczy województwa zachodniopomorskiego (+138%), pomorskiego (+124%) i małopolskiego (+121%). Spadek liczby turystów odnotowano w tym ujęciu dla podkarpackiego (–28%), lubelskiego (–16%) i warmińsko-mazurskiego (–14%). Jak łatwo zauważyć, spadki występują w województwach

Ryc. 3. Przyjazdy turystów (nierezydentów) do turystycznych obiektów noclegowych w latach 1995 i 2016



Źródło: opracowanie własne na podstawie banku danych lokalnych i regionalnych GUS (2017)

wschodnich. Rejestrowana turystyka nierezydentów w roku 1995 dotyczyła w dużej mierze turystów z państw byłego Związku Radzieckiego. Przyjazdy te miały w wielu przypadkach charakter czysto biznesowy – handlowy. Unormowania w zakresie ruchu granicznego, które pojawiły się w kolejnych latach, doprowadziły do znacznego ograniczenia tego ruchu, zwłaszcza dla drobnych „przedsiębiorców” operujących w szarej strefie. Generalnie liczba turystów nierezydentów w badanych latach wzrosła o 72%.

## SEZONOWOŚĆ RUCHU TURYSTYCZNEGO W POLSCE

Sezonowość w województwach polskich (uwzględniając przyjazdy nierezydentów) dotyczy wszystkich, jednak w różnym nasileniu. Dla wszystkich regionów wyznaczono wskaźniki sezonowości absolutnej dla danych miesięcznych przy trendach liniowych.

Okazuje się, że w przypadku województw mazowieckiego, łódzkiego, podkarpackiego, wielkopolskiego, dolnośląskiego i lubuskiego oddziaływanie czynników sezonowych wpływa na ruch turystyczny jedynie na poziomie 0,57–1,43. W pozostałych sięga nawet 0,26 w najgorszym miesiącu i 2,27 w najlepszym. Zarządzanie rynkiem usług turystycznych (i przedsiębiorstwami w tym sektorze) w pierwszej grupie województw jest w porównaniu z drugą wręcz komfortowe. Pozornie wydawałoby się, że obsługa ruchu turystycznego nierezydentów jest trudniejsza niż rezydentów. Dane statystyczne nie napawają jednak optymizmem.

Okazuje się, że w grupie o niskiej sezonowości sytuacja jest zbliżona i wskaźniki sezonowości wynoszą od 0,68 do 1,56. W grupie o silniejszej sezonowości jest jednak dużo gorzej. O ile dolna granica przesunęła się na poziom 0,35, o tyle górna osiągnęła poziom 3,09. Co więcej, o ile w przypadku nierezydentów wskaźnik na poziomie dwa przekroczony był jedynie dla jednego województwa (warmińsko-mazurskiego), o tyle

Tab. 1. Sezonowość zrealizowanych noclegów w województwach (nierezydenci)

Województwo	Miesiąc											
	I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII	IX	X	XI	XII
Dolnośląskie	0,6	0,6	0,8	0,9	1,2	1,2	1,4	1,4	1,3	1,1	0,7	0,7
Kujawsko-pomorskie	0,6	0,5	0,8	0,8	1,1	1,5	1,7	1,5	1,3	1,0	0,8	0,5
Lubelskie	0,6	0,6	1,1	0,9	1,0	1,1	1,5	1,4	1,1	1,2	0,9	0,6
Lubuskie	0,8	0,6	0,9	1,0	1,1	1,1	1,4	1,4	1,0	1,0	0,9	0,7
Łódzkie	0,8	0,8	1,0	1,0	1,1	1,2	1,3	1,1	1,1	1,1	1,0	0,7
Małopolskie	0,7	0,6	0,9	1,0	1,2	1,1	1,4	1,5	1,3	1,1	0,7	0,7
Mazowieckie	0,7	0,7	0,9	0,9	1,1	1,2	1,2	1,3	1,2	1,1	0,9	0,7
Opolskie	0,6	0,6	0,7	0,9	1,2	1,3	1,5	1,6	1,2	1,1	0,8	0,5
Podkarpackie	0,8	0,7	1,0	0,8	1,1	1,3	1,3	1,3	1,1	1,0	0,8	0,7
Podlaskie	0,7	0,6	0,8	0,9	1,1	1,2	1,5	1,5	1,0	1,0	0,9	0,8
Pomorskie	0,5	0,5	0,6	0,7	1,1	1,4	2,0	1,9	1,2	0,9	0,6	0,5
Śląskie	0,8	0,7	0,9	0,9	1,1	1,1	1,3	1,5	1,2	1,1	0,8	0,7
Świętokrzyskie	0,5	0,6	0,9	0,7	1,2	1,3	1,4	1,3	1,5	1,1	0,8	0,6
Warmińsko-mazurskie	0,5	0,3	0,4	0,5	1,3	1,7	2,3	2,2	1,4	0,7	0,4	0,5
Wielkopolskie	0,6	0,7	0,8	0,9	1,2	1,4	1,4	1,3	1,3	1,0	0,8	0,6
Zachodniopomorskie	0,5	0,6	0,9	0,9	1,1	1,2	1,5	1,5	1,4	1,2	0,7	0,6

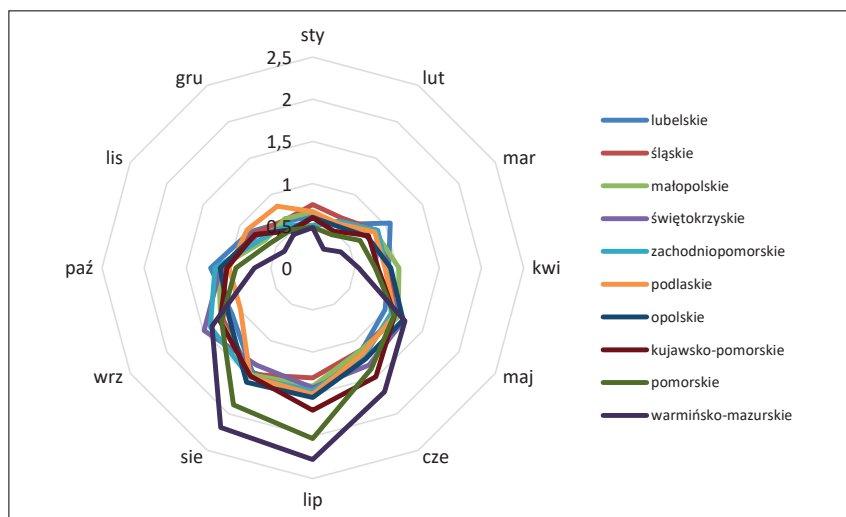
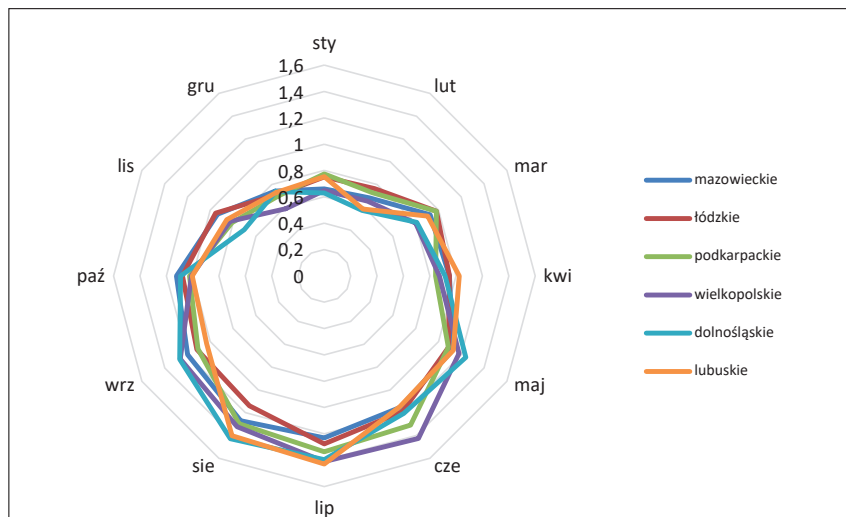
Źródło: opracowanie własne na podstawie banku danych lokalnych i regionalnych GUS (2017)

Tab. 2. Sezonowość zrealizowanych noclegów w województwach (rezydenci)

Województwo	Miesiąc											
	I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII	IX	X	XI	XII
Dolnośląskie	1,0	1,1	0,7	0,8	1,1	1,1	1,4	1,5	1,0	0,9	0,7	0,8
Kujawsko-pomorskie	0,7	0,8	0,9	0,9	1,1	1,1	1,5	1,4	1,0	1,0	0,9	0,7
Lubelskie	0,6	0,7	0,7	0,8	1,0	1,1	1,9	1,8	1,0	0,9	0,8	0,6
Lubuskie	0,5	0,5	0,6	0,7	1,0	1,2	2,4	2,2	1,1	0,8	0,6	0,5
Łódzkie	0,8	0,8	0,9	0,9	1,1	1,1	1,3	1,2	1,2	1,1	1,0	0,8
Małopolskie	1,0	1,1	0,8	0,7	1,0	1,1	1,5	1,6	1,1	0,9	0,7	0,8
Mazowieckie	0,8	0,8	1,0	1,0	1,1	1,1	1,0	1,0	1,1	1,1	1,0	0,8
Opolskie	0,7	0,8	0,7	0,8	1,0	1,2	1,8	1,7	1,0	0,9	0,8	0,7
Podkarpackie	0,7	0,8	0,7	0,7	1,0	1,1	1,7	1,7	1,2	0,9	0,8	0,7
Podlaskie	0,6	0,6	0,6	0,7	1,1	1,3	2,0	1,9	1,1	0,8	0,7	0,6
Pomorskie	0,3	0,4	0,4	0,5	0,9	1,4	3,1	2,8	1,0	0,5	0,4	0,4
Śląskie	0,9	1,0	0,8	0,8	1,0	1,0	1,3	1,4	1,1	1,0	0,8	0,8
Świętokrzyskie	0,7	0,8	0,9	0,9	1,2	1,2	1,3	1,3	1,1	1,0	0,8	0,7
Warmińsko-mazurskie	0,5	0,6	0,5	0,6	0,9	1,2	2,7	2,5	1,0	0,6	0,5	0,5
Wielkopolskie	0,6	0,7	0,8	0,8	1,0	1,2	1,8	1,6	1,1	0,9	0,8	0,6
Zachodniopomorskie	0,4	0,5	0,5	0,6	0,9	1,4	2,7	2,5	1,0	0,6	0,5	0,4

Źródło: opracowanie własne na podstawie banku danych lokalnych i regionalnych GUS (2017)

Ryc. 4. Sezonowość zrealizowanych noclegów w województwach (nierezydenci)



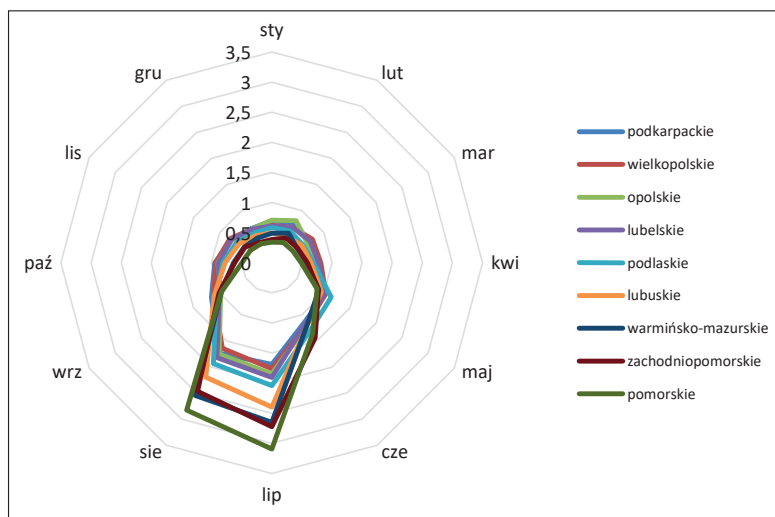
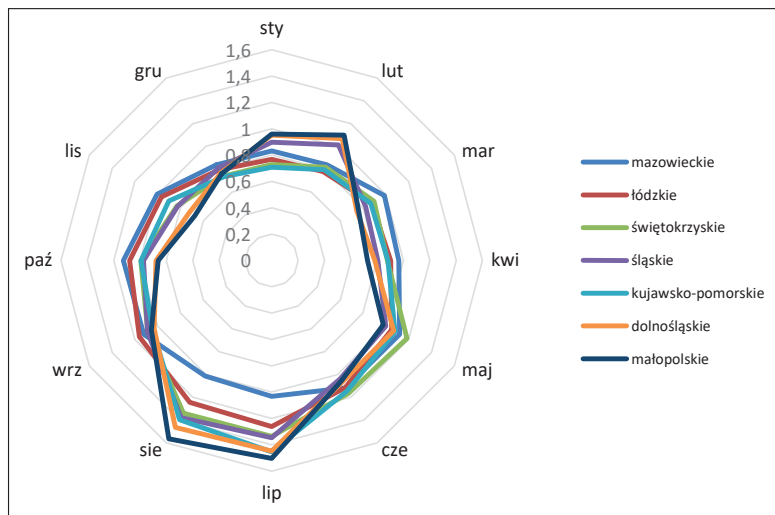
Źródło: opracowanie własne na podstawie banku danych lokalnych i regionalnych GUS (2017)

teraz dotyczy pięciu. W województwach tych posezonoowy spadek liczby turystów sięga nawet 65%. Sytuacja ta odbija się niekorzystnie na wszystkich aspektach funkcjonowania sektora usług turystycznych. Należy jednak podkreślić poprawę w tym zakresie i inne działania mające na celu niwelowanie oddziaływania sezonowości. Trudno jednoznacznie stwierdzić, czy są one wynikiem poprawy oferty pozasezonoowej, czy zwiększenia zainteresowania lub zasobności czasu wolnego konsumentów.

Działania w zakresie rozszerzenia popytu na niższe sezony dotyczą zarówno wybranych rodzajów turystyki (Kosmaczewska, 2010: 155), jak i wydłużenia sezonów. Zróżnicowanie w zakresie sezonowości w badanym okresie wzrosło – i to zaledwie o 1 p.p. – jedynie w województwach mazowieckim i śląskim. W pozostałych zaobserwowano spadek zróżnicowania, w kujawsko-pomorskim i wielkopolskim aż



Ryc. 5. Sezonowość zrealizowanych noclegów w województwach (rezydenci)



Źródło: opracowanie własne na podstawie banku danych lokalnych i regionalnych GUS (2017)

o 7 p.p., a w zachodniopomorskim o 8–7 p.p. Jedynie w województwie śląskim w lipcu i w trzech innych województwach w sierpniu zaobserwowano wzrost oddziaływania czynnika sezonowego. W pozostałych oddziaływanie to w szczycie wakacyjnym uległo osłabieniu, a pierwszych czterech miesiącach roku wzmocnieniu (z wyjątkiem mazowieckiego – I, II, małopolskiego – III, śląskiego I, II, III).

Jeżeli przeanalizujemy udział poszczególnych województw w obsłudze turystów nierezydentów, to obserwuje się postępującą koncentrację z poziomu mierzonego wskaźnikiem Herfindahla-Hirschmana – z 1052 w 1995 roku do 1419 w 2015 roku. Mimo że nadal poziom ten traktowany jest jako umiarkowanie wysoki, to wzrost jest wyraźny. W roku 1995 siedem najbardziej zaangażowanych województw obsługiwało 74,7% nierezydentów, w 2015 roku 84,2%. W tym miejscu warto nadmienić, że każdy

turysta zagraniczny bez noclegu (*de facto* odwiedzający) to przychód dzienny na poziomie 362 zł, przy noclegu kwota ta wzrasta do 916 zł. Nietrudno więc zauważyć, że korzyści płynące z większego zaangażowania w obsługę ruchu turystycznego pozwalają generować dość duże przychody, z których część może być reinwestowana dla zwiększenia konkurencyjności zarówno w ujęciu międzynarodowym, jak i wewnętrznym. Efekt tego jest wyraźny.

## PODSUMOWANIE

Liczba turystów w Polsce stale rośnie i dotyczy to zarówno rezydentów, jak i turystów z zagranicy. Ruch turystyczny ma jednak wyraźnie sezonowy charakter. Wpływ czynników sezonowych na napływ turystów w Polsce zmniejsza się zarówno na skutek działań przedsiębiorców, jak i aparatu państwa. Mimo obserwowanych zmian stale obserwuje się wysokie natężenie ruchu turystycznego w miesiącach wakacyjnych (dotyczące zwłaszcza rezydentów). Może to być – obok organizacji roku szkolnego i warunków pogodowych – wynikiem poziomu zamożności społeczeństwa. Duża część turystów rodzimych, ze względu na ograniczenia natury finansowej, podejmuje decyzje o korzystaniu z usług turystycznych w kraju. W tym zakresie – również na bazie zdobywanych doświadczeń – obserwujemy pewne zmiany na poziomie województw. Wyraźny staje się podział na województwa silnie zaangażowane w turystykę – o wzrastającym znaczeniu tego sektora w gospodarce – i pozostałe. Partycypacja w zyskach z rynku turystycznego jest warunkowana działaniami na poziomie regionalnym. W tym zakresie województwa: zachodniopomorskie, małopolskie i pomorskie zdecydowanie poprawiły swoje zaangażowanie w rozwój turystyki, w przeciwieństwie do województw: lubelskiego i podkarpackiego. Trudno wskazywać tu na potrzebę jednakowego rozwoju, jednak zasadne byłoby dążenie do niemalejącej liczby turystów we wszystkich województwach, przy wzrastającej ich liczbie w miesiącach najbardziej dla nich atrakcyjnych. Motorem do tego typu zmian mogłyby być inwestycje w infrastrukturę, zarówno transportową, jak i czysto turystyczną, dla których bardzo pomocne byłoby wsparcie państwa – ze względu chociażby na negatywny wpływ na ten przemysł opisanej w artykule sezonowości.

## Literatura

### References

- Ashworth, J., Thomas, B. (1999). Patterns of seasonality in employment in tourism in the UK. *Applied Economics Letters*, 6(11), 735–739.
- Baum, T., Hagen, L. (1999). Responses to Seasonality: the Experiences of Peripheral Destinations. *International Journal of Tourism Research*, 1, 299–312.
- Borzyszkowski, J. (2014). Zjawisko sezonowości w turystyce – istota problemu i działań krajowych podmiotów polityki turystycznej na rzecz jego ograniczenia. *Rozprawy Naukowe Akademii Wychowania Fizycznego we Wrocławiu*, 45, 167–176.
- Butowski, L. (2010). Tourism as a development factor in the light of regional development theories. *Tourism*, 20(1), 5–10.
- Cannas, R. (2012). An Overview of Tourism Seasonality: Key Concepts and Policies. *Alma Tourism*, 5, 40–58.
- Cole, S. (2007). The Regional Science of Tourism: An Overview. *Journal of Regional Analysis & Policy*, 37(3), 183–192.

- Crouch, G. (1994). The Study of International Tourism Demand: A Review of Findings. *Journal of Travel Research*, 33(1), 12–23.
- De Cantis, S., Ferrante, M., Vaccina, F. (2011). Seasonal Pattern and Amplitude – a Logical Framework to Analyse Seasonality in Tourism. *An Application to Bed Occupancy in Sicilian Hotels*, 17(3), 655–675.
- GUS (2017, 15 listopada). Główny Urząd Statystyczny. Pozyskano z <https://bdl.stat.gov.pl/BDL/start>
- Kosmaczewska, J. (2010). Turystyka socjalna jako narzędzie minimalizowania negatywnych skutków sezonowości w regionach turystycznych. *Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego*, 591, 149–158.
- Kurek, S., Waclawik, P. (2013). Zróznicowanie zagranicznej turystyki przyjazdowej w Unii Europejskiej w czasach kryzysu gospodarczego. *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego*, 24, 9–24.
- Lundtorp, S. (2001). Measuring Tourism Seasonality. In: *Seasonality in Tourism*. T. Baum, S. Lundtorp (red.). Pergamon: Oxford, 23–50.
- Panasiuk, A. (2007). Tourism infrastructure as a determinant of regional development. *Ekonomika ir Vadyba: Aktualijos ir Perspektyvos*, 1(8), 212–215.
- Piechnik, M. (2012). Aspekty infrastruktury regionalnej i jej wpływ na rozwój turystyki w makroregionie Polski Wschodniej w latach 2000–2010. *Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu*, 246, 333–344.
- Song, H., Witt, S.F., Jensen, T.C. (2006). Tourism forecasting: accuracy of alternative econometric models. *Tourism Management*, 27, 214–224.
- Szajt, M. (2007). Sezonowość rejonów turystycznych na przykładzie Tatrzańskiego Parku Narodowego. *Biuletyn Wyższej Szkoły Hotelarstwa i Turystyki w Częstochowie*, 13–14, 111–116.
- Szajt, M. (2013). Sezonowość w turystyce a ryzyko niedopasowania prognoz gospodarczych. W: A. Strzelecka. (red.). *Zarządzanie organizacją w warunkach niepewności – teoria i praktyka*. Częstochowa: Sekcja Wydawnictw Wydziału Zarządzania Politechniki Częstochowskiej, 176–184.

**Marek Szajt**, dr hab., prof. Politechniki Częstochowskiej i kierownik Katedry Ekonometrii i Statystyki na Wydziale Zarządzania. Jego zainteresowania naukowo-badawcze dotyczą w szczególności: badania innowacyjności na poziomie mikro, mezo i makro, badań przestrzennych, analiz symulacyjnych, modelowania ekonometrycznego z wykorzystaniem prób przestrzenno-czasowych. Autor i współautor ponad 100 publikacji naukowych oraz raportów wykonywanych na zlecenie instytucji samorządowych i przedsiębiorstw.

**Marek Szajt**, Ph.D., an associate professor at the Czestochowa University of Technology and the Head of Department of Econometrics and Statistics of Faculty of Management. His research interests relate, in particular, to the study of innovation in the micro-, meso- and macro scale, spatial research, simulation analysis, econometric modelling using spatio-temporal sample. Author and co-author of over 100 publications and reports carried out on behalf of local government institutions and enterprises.

**Adres/address:**

Politechnika Częstochowska  
Wydział Zarządzania  
Katedra Ekonometrii i Statystyki  
ul. Dąbrowskiego 69, 42-201 Częstochowa, Polska  
e-mail: marszajt@zim.pcz.pl