

Renata Seweryn

Dochód jako determinanta uczestnictwa w turystyce mieszkańców wybranych krajów Unii Europejskiej

Ekonomiczne Problemy Turystyki nr 3 (27), 277-293

2014

Artykuł został opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej bazhum.muzhp.pl, gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach dozwolonego użytku.

Renata Seweryn*

Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie

**DOCHÓD JAKO DETERMINANTA UCZESTNICTWA
W TURYSTYCE MIESZKAŃCÓW WYBRANYCH
KRAJÓW UNII EUROPEJSKIEJ**

Streszczenie

Artykuł jest studium teoretyczno-empirycznym mającym na celu określenie wpływu czynników dochodowych na rozmiary ruchu turystycznego mieszkańców wybranych krajów Unii Europejskiej. Wyjaśniono istotę działania ekonomicznych determinant aktywności turystycznej człowieka oraz zaprezentowano ich klasyfikacje. Szczególną uwagę skupiono na wielkości PKB i ściśle z nim związanej wysokości dochodu na osobę. W oparciu o dane Eurostatu określono dynamikę liczby podróży turystycznych (krajowych i zagranicznych wyjazdowych) obywateli wybranych krajów Unii w latach 2007–2011, jak też przeanalizowano wskaźnik ich aktywności turystycznej brutto. Zmiany te porównano następnie ze zmianami poziomu PKB tych krajów oraz zmianami wysokości dochodów rozporządzalnych ich mieszkańców.

Słowa kluczowe: ruch turystyczny, aktywność turystyczna, PKB, dochód rozporządzalny.

Wprowadzenie

Turystyka jest zjawiskiem znamienym dla nowożytnego etapu rozwoju ludzkości. Wielu teoretyków doszukuje się wprawdzie jej początków jeszcze

* Adres e-mail: renata.seweryn@uek.krakow.pl.

w czasach starożytnych, jednak jako zjawisko społeczno-gospodarcze pojawiała się ona dopiero w XIX w. (kiedy to ludzkość osiągnęła wyższy szczebel cywilizacji), a masowy jej rozwój nastąpił szczególnie w XX w., a ściślej – po II wojnie światowej. Obecnie turystyka wkracza coraz bardziej w codzienne życie człowieka. Miliony ludzi opuszczają rokrocznie miejsce swego zamieszkania i udają się w podróż – czasem do krajów egzotycznych, a czasem tylko do rodziny na wieś. Dlaczego jedni rzucają się w wir życia towarzyskiego w popularnych kurortach lub poszukują ryzyka i przygody gdzieś na krańcach świata, a inni wybierają spokojne pobyty turystyczne na łonie natury w pobliżu miejsca zamieszkania? Z pewnością mają na to wpływ czynniki demograficzne, społeczne czy psychologiczne. Niektórzy podróżują więc tak, jak żyją na co dzień: w tłumie, coraz szybciej, zwiedzając coraz więcej i pobieżniej, a drudzy marzą o spokoju, zwolnieniu tempa życia, kontakcie z prawdziwą kulturą i naturalnym środowiskiem, które umożliwią im oderwanie się od codziennych problemów oraz regenerację sił fizycznych i psychicznych¹. Niemniej jednak przyczyn zróżnicowania aktywności turystycznej należy upatrywać także w oddziaływaniu determinant ekonomicznych, które na dodatek nie tylko kształtują rodzaj i formę uprawianej turystyki, ale także jej rozmiary. Z jednej strony bowiem megaczynniki wpływającymi na zrealizowany popyt turystyczny (mierzony liczbą wyjazdów) są ludzkie potrzeby, ale z drugiej – możliwości ich zaspokojenia wyrażane poprzez siłę nabywczą konsumentów².

Celem artykułu jest określenie wpływu najważniejszych czynników ekonomicznych (poziomu PKB i dochodów rozporządzalnych) na aktywność turystyczną obywateli wybranych krajach Unii Europejskiej w latach 2007–2011³. W oparciu o dane Eurostatu zbadano dynamikę wyjazdowego ruchu turystycznego i wskaźnika aktywności turystycznej brutto w 16 państwach unijnych. Zmiany te porównano następnie ze zmianami PKB tych krajów oraz zmianami dochodów ich mieszkańców.

W artykule zweryfikowano następujące hipotezy badawcze:

¹ R. Winiarski, J. Zdebski, *Psychologia turystyki*, Wyd. WAiP, Warszawa 2008, s. 19–20.

² E. Dziedzic, T. Skalska, *Ekonomiczne uwarunkowania rozwoju usług turystycznych w Polsce*, Stowarzyszenie na rzecz Badań, Rozwoju i Promocji Turystyki, Warszawa 2012, s. 11.

³ Dane za rok 2012 w momencie przygotowywania artykułu nie były jeszcze dostępne.

1. Pomiędzy wielkością PKB na mieszkańca a poziomem wskaźnika aktywności turystycznej brutto obywateli krajów Unii Europejskiej zachodzi istotna korelacja dodatnia.
2. Wysokość PKB w najslabiej rozwiniętych państwach unijnych jest silniej współzależna z rozmiarami turystyki zagranicznej wyjazdowej niż krajowej.
3. Wzrost aktywności turystycznej brutto w najbogatszych krajach Unii Europejskiej jest wolniejszy niż wzrost dochodów rozporządzalnych ich mieszkańców.

Do weryfikacji ww. hipotez wykorzystano współczynniki korelacji liniowej Pearsona oraz wskaźniki średniookresowego tempa zmian.

Analizy empiryczne poprzedziła kwerenda literatury przedmiotu z zakresu istoty działania i klasyfikacji ekonomicznych determinant aktywności turystycznej człowieka, ze szczególnym podkreśleniem roli PKB i ściśle z nim związanej wysokości dochodu na osobę.

1. Uwarunkowania uczestnictwa w ruchu turystycznym

Poprzez uczestnictwo w turystyce rozumie się udział jednostki w jakichkolwiek wyjazdach poza miejsce stałego zamieszkania, pracy czy nauki w celach uznanych za turystyczne (zdrowotnych, służbowych, rekreacyjnych lub innych osobistych) – bez zamiaru podjęcia pracy zarobkowej lub osiedlenia się. Tak rozumianą (wąsko⁴) aktywność turystyczną warunkuje (ogranicza lub ułatwia) wiele czynników natury zarówno makro, jak i mikro⁵. Pierwsze (tzw. determinanty) stanowią zbiór zewnętrznych zjawisk (uwarunkowań egzogenicznych występujących w otoczeniu jednostki, ale i samego rynku turystycznego)

⁴ Wąskie rozumienie aktywności turystycznej odnosi on do samego uczestnictwa ludności w różnych formach turystyki. W szerokim ujęciu (tj. jako ogół czynności i działań ludzi związanych z ich uczestnictwem w turystyce) aktywność turystyczna nie jest możliwa do zbadania w oparciu o dostępne dane statystyczne. Zob. W. Alejziak, *Determinanty i różnicowanie społeczne aktywności turystycznej*, Wyd. AWF w Krakowie, Kraków 2009, s. 17–18, 26.

⁵ R. Seweryn, *Wewnętrzne wyznaczniki aktywności turystycznej Polaków*, „Problemy Turystyki” 2004, nr 3–4, s. 16.

określających ogólne ramy (granice) uczestnictwa ludności w turystyce⁶. Należy tu zaliczyć zwłaszcza globalizację i koniunkturę gospodarczą na świecie, a w odniesieniu do kraju, w którym żyje jednostka: stabilność polityczną (polityczne), rozmiary czasu wolnego, politykę turystyczną w stosunku do obywateli (społeczne), stan dostępności komunikacyjnej poszczególnych regionów i miejscowości, wielkość podaży turystycznej (geograficzne), poziom PKB, stopę bezrobocia, wysokość cen i poziom inflacji (ekonomiczne). Dodatkowo w przypadku turystyki zagranicznej wskazać trzeba m.in. takie czynniki, jak: dostępność komunikacyjną innych krajów, ułatwienia w ruchu granicznym, procesy integracyjne czy kursy walutowe.

Jako uwarunkowania mikro traktować należy z kolei czynniki wewnętrzne (endogeniczne), charakterystyczne dla konkretnej jednostki lub/i jej bliskich. Określając ich naturę, trzeba wziąć pod uwagę z jednej strony potrzeby zaspokajane przez turystykę, a z drugiej – indywidualne możliwości ich realizacji. Niezbędne jest zatem połączenie podejścia⁷:

- a) biocentrycznego (człowiek podejmuje aktywność turystyczną motywowany potrzebą wypoczynku, koniecznością ucieczki od codzienności, poratowania zdrowia itd.);
- b) psychocentrycznego (do uczestnictwa w turystyce skłania człowieka potrzeba przeżyć intelektualnych, poszerzenia horyzontów myślowych, zaspokojenia potrzeb religijnych itd.) i
- c) socjocentrycznego (człowiek wyjeżdża poza miejsce swojego zamieszkania, aby poznać nowych ludzi, odwiedzić krewnych i znajomych, podtrzymać więzi, na które w życiu codziennym brakuje mu czasu, zyskać akceptację środowiska itd.) z podejściem
- d) ekocentrycznym (zaspokojenie ww. potrzeb umożliwia/ogranicza ilość czasu wolnego, zdolności jednostki, jej sytuacja materialna, w tym oszczędności, dostępność kredytów itp.).

Same potrzeby (ich występowanie lub nie) kształtowane są przez szereg cech demograficzno-społecznych jednostki. Na uwagę zasługują tutaj zwłaszcza

⁶ Zob. A. Niemczyk, *Zróżnicowanie zachowań konsumentów na rynku turystyki kulturowej*, Wyd. Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie, Kraków 2012, s. 101–102.

⁷ M. Jedlińska, *Specyfika zachowań konsumentów na rynku turystycznym*, w: *Turystyka w badaniach naukowych. Prace ekonomiczne*, red. A. Nowakowska, M. Przydział, Wyd. WSIiZ, Rzeszów 2006, s. 173–174.

cza: wiek, wykształcenie, zawód, stan rodzinny, miejsce zamieszkania, przynależność do określonych społeczności czy styl życia (rozumiany jako sposób spędzania czasu i wydawania pieniędzy determinowany gustami, zainteresowaniami i wyznawanymi wartościami⁸).

W innym ujęciu ww. czynniki wpływające na zmiany w ruchu turystycznym dzieli się na ekonomiczne i pozaekonomiczne (demograficzne, kulturowe, społeczne itp.). Można przyjąć, że bardziej istotne są te pierwsze⁹, gdyż jak wskazano na wstępie, nie tylko kształtują one rodzaj i formę uprawianej turystyki, ale także, a nawet przede wszystkim, jej rozmiary.

2. Ekonomiczne determinanty aktywności turystycznej człowieka i hierarchia ich ważności

W literaturze przedmiotu nie ma zgodności co do klasyfikacji determinant ekonomicznych występujących w makrootoczeniu rynku turystycznego. Jedni autorzy dzielą je na: ogólnogospodarcze (m.in. poziom dochodu narodowego, stopa bezrobocia, podaż pieniądza na rynku), dochodowe (płace realne, a tym samym poziom dochodów umożliwiający powstanie funduszu swobodnej decyzji, stopień rozwoju socjalnych form turystyki) oraz cenowe (wysokość cen produktów turystycznych, ich zmiany, relacje w stosunku do dochodów oraz cen dóbr i usług substytucyjnych)¹⁰. Z kolei inni teoretycy, wysuwając na plan pierwszy znaczenie ceny, proponują podział determinant ekonomicznych na cenowe i pozacenowe, a wśród tych drugich podkreślają znaczenie dochodów, preferencji i liczby konsumentów na rynku¹¹. Powszechnie uważa się jednak, że najważniejszą (pierwotną) determinantą ekonomiczną powstania zrealizowanego popytu turystycznego i w dalszej kolejności wyznaczającą jego wielkość i strukturę są dochody rozporządzone gospodarstw domowych (zazwyczaj

⁸ M.R. Solomon, *Zachowania i zwyczaje konsumentów*, Helion, Gliwice 2006, s. 236.

⁹ W.W. Gaworecki, *Turystyka*, PWE, Warszawa 2003, s. 107.

¹⁰ V. Cho, *Tourism Forecasting and its Relationship with Leading Economic Indicators*, „Journal of Hospitality and Tourism Research” 2001, vol. 25, no. 4, s. 407.

¹¹ Zob. np. L. Dwyer, P. Forsyth, W. Dwyer, *Tourism Economics and Policy*, Channel View Publications, Bristol–Buffalo–Toronto 2010, s. 39–40.

przeliczone na jedną osobę) decydujące o sile nabywczej turystów¹². Przyczyn takiego stanu rzeczy należy upatrywać w dwóch kwestiach. Po pierwsze, wysokość dochodu zaczyna oddziaływać na zachowanie konsumenta jeszcze w sferze podziału środków na realizację różnych potrzeb, a zatem wcześniej niż cena kształtująca to postępowanie dopiero na rynku, w sferze konsumpcji¹³. Po drugie, z dochodem związane są takie czynniki psychologiczne, jak przynależność do określonej klasy społecznej, a tym samym naśladownictwo, prestiż, chęć pokazania się, upodobnienia się do innych itp., które powodują, że zrealizowany popyt turystyczny szybciej reaguje na wzrost dochodów niż na wzrost cen¹⁴.

3. Wpływ dochodu na uczestnictwo w turystyce

Wysokość dochodów w ujęciu makroekonomicznym jest odzwierciedleniem sytuacji gospodarczej kraju, w którym żyje jednostka. Poziom dobrobytu i zamożności społeczeństwa obrazowany jest wysokością produktu krajowego brutto¹⁵. Jeśli dochód narodowy nie przekracza pewnego progu, to na uczestnictwo w ruchu turystycznym mogą sobie pozwolić tylko elitarne grupy społeczne i inni nieliczni przedstawiciele społeczeństwa (np. podróżujący służbowo, których wyjazd finansuje pracodawca). Wraz ze wzrostem stopy życiowej mieszkańców danego kraju pojawia się (lub/i rośnie) fundusz swobodnej decyzji, a tym samym następuje zwiększenie konsumpcji według upodobania, w tym aktywności turystycznej. Stąd też głównymi krajami emisyjnymi na rynku turystycznym są państwa wysoko rozwinięte. Z kolei dekonstrukcja gospodarcza (w tym redukcja zatrudnienia w wyniku gorszej sytuacji finansowej przedsiębiorstw) wywołuje ograniczenie funduszu swobodnej decyzji i w konsekwencji

¹² A. Konieczna-Domańska, *Gospodarka turystyczna. Zagadnienia wybrane*, Kanon, Warszawa 2007, s. 21.

¹³ L. Rudnicki, *Zachowania konsumentów na rynku turystycznym*, Proksenia, Kraków 2010, s. 81.

¹⁴ H. Szulce, *Wpływ czynników ekonomiczno-społecznych na zachowania konsumentów*, w: *Rozwój usług turystycznych u progu XXI wieku*, red. G. Gołębski, Wyd. AE we Wrocławiu, Wrocław 1999, s. 31.

¹⁵ Zob. P.A. Samuelson, W.D. Nordhaus, *Ekonomia*, t. II, PWN, Warszawa 2004, s. 49–54.

w długim okresie – rezygnację z wyjazdów turystycznych. Oczywiście proces ten następuje szybciej w krajach słabiej rozwiniętych.

Rozpatrując rolę indywidualnego majątku konsumentów w kształtowaniu aktywności turystycznej, należy odwołać się do prawa E. Engla. Zgodnie z nim, a także teorią funduszu swobodnej decyzji G. Katony, wzrost dochodów rozporządzalnych wpływa pozytywnie na aktywność turystyczną, gdyż w ogóle wydatków konsumpcyjnych gospodarstw domowych zmniejsza się wówczas udział wydatków na żywność, a pojawiają się wydatki (lub wzrasta ich udział) na realizację potrzeb wyższego rzędu (dalszych, luksusowych), do których w hierarchii potrzeb społecznych zaliczana jest nadal w większości krajów turystyka¹⁶, zwłaszcza zagraniczna. Siła reakcji zrealizowanego popytu turystycznego na zmiany majątku różni się jednak w zależności od:

- a) wysokości dochodów rozporządzalnych – przyjmuje się, że przy dochodach niskich oraz przy dochodach wysokich wrażliwość zrealizowanego popytu turystycznego jest niższa niż przy dochodach średnich; w pierwszym przypadku wynika to z faktu, że wzrastające dochody osób ubogich przeznaczane są najpierw na zaspokojenie potrzeb podstawowych, których realizacja (ze względu na niski dochód) była dotychczas ograniczona; zatem nadal niezaspokajane są potrzeby wyższego rzędu, w tym te realizowane poprzez turystykę, a czas wolny wykorzystywany jest na dodatkowe zarobkowanie; z kolei osoby zamożne charakteryzuje minimalna krańcowa skłonności do konsumpcji – zmiana dochodu (ze względu na jego nasycenie wysoki poziom) o kolejne jednostki nie powoduje większej zmiany w ich turystycznej aktywności¹⁷, tym bardziej że satysfakcja z kolejnego wyjazdu (też z powodu ich nasycenia) jest z reguły coraz mniejsza (prawo malejącej użyteczności krańcowej¹⁸); dopiero przy dochodach średnich w miarę ich wzrostu tylko nieznacznie rośnie konsumpcja dóbr podstawowych, a szybko wzrasta popyt na produkty luksusowe, w tym turystyczne;

¹⁶ A. Janiga, *Wydatki na turystykę w budżetach rodzinnych*, w: *Zachowania konsumentów na rynku turystycznym*, red. B. Dobiegała-Korona, Almamer, Warszawa 2010, s. 241.

¹⁷ Obywatele krajów wysoko rozwiniętych charakteryzują się niższą dochodową elastycznością popytu turystycznego. Zob. M. Kachniewska, A. Niezgoda, E. Nawrocka, A. Pawicz, *Rynek turystyczny. Ekonomiczne zagadnienia turystyki*, Wolters Kluwer, Warszawa 2012, s. 52.

¹⁸ Zob. Z. Dach, *Podstawy mikroekonomii*, Synaba, Kraków 1999, s. 58–59.

- b) rodzaju uprawianej turystyki – wrażliwość zrealizowanego popytu na zmiany dochodów jest z reguły wyższa w przypadku turystyki krajowej (zwłaszcza weekendowej) niż turystyki zagranicznej; ta pierwsza traktowana jest bowiem dziś powszechnie jako dobra tzw. normalne (zwykłe); nieznaczna zmiana dochodu wywołuje zatem większą niż proporcjonalna zmianę liczby/długości tych podróży, także z uwagi na ich cenę (na kolejny/dłuższy wyjazd można już sobie pozwolić, gdy dochód wzrośnie niewiele); z kolei turystyka zagraniczna nadal uważana jest za dobro luksusowe¹⁹, a jej uczestnicy to z reguły ludzie zamożni, u których, jak wyżej wskazano, występuje minimalna krańcowa skłonność do konsumpcji; u osób o średnim poziomie zamożności dochód musiałby natomiast dużo wzrosnąć, aby podjęły one kolejny/dłuższy wyjazd zagraniczny (z powodu jego z reguły wysokiej ceny)²⁰;
- c) potrzeb zaspokajanych poprzez turystykę – im te potrzeby są ważniejsze (np. wypoczynek czy wyjazd do uzdrowiska niezbędny do poratowania zdrowia lub uczestnictwo w pielgrzymce konieczne do zaspokojenia potrzeb religijnych), tym wysokość dochodu odgrywa mniejszą rolę;
- d) siły oddziaływania innych czynników dochodowych (np. zmian w społecznych formach turystyki), ekonomicznych (m.in. zmian cen, kursów)

¹⁹ Popyt na luksusowe dobra turystyczne ma elastyczność dochodową mniejszą od popytu na dobra turystyczne podstawowe. Por. A. Nowakowska, *Cechy popytu turystycznego i podaży turystycznej*, w: *Kompendium wiedzy o turystyce*, red. G. Gołębski, PWN, Warszawa-Poznań 2002, s. 57; L. Rudnicki, *Zachowania konsumentów...*, s. 83.

²⁰ Należy podkreślić, że wielu autorów z dziedziny turystyki, opierając się na pracy C. Kaspara (*Die Tourismuslehre im Grundriss*, Verlag Paul Haupt, Bern-Stuttgart 1991, s. 117–119), jak też na ogólnych prawach ekonomicznych (zob. np. D. Begg, S. Fischer, R. Dornbusch, *Ekonomia*, t. I, PWE, Warszawa 1993, s. 129) twierdzi, że elastyczność popytu w odniesieniu do turystyki krajowej jest wyraźnie niższa niż dla zagranicznej. Autorka niniejszego artykułu polemizuje z tym twierdzeniem. Według niej zależność opisywana przez innych (np. *Ekonomika turystyki i rekreacji*, red. A. Panasiuk, PWN, Warszawa 2011, s. 146) występuje tylko w sytuacji krajów słabiej rozwiniętych, których mieszkańcy traktują turystykę krajową, w tym weekendową, jako dobro niższego rzędu charakteryzujące się ujemną elastycznością dochodową, a turystykę zagraniczną jako dobro będące szlachetniejszym substytutem dla turystyki krajowej. Wtedy rzeczywiste elastyczności tej pierwszej jest wyraźnie niższa niż tej drugiej. Jednak już wśród mieszkańców krajów o średnim poziomie rozwoju gospodarczego, biorąc pod uwagę, że osiągnięcie stanu nasylenia w turystyce ze względu na szeroki zakres możliwości zaspokajanych przez nią potrzeb, jest praktycznie nieosiągalne (*Ekonomika turystyki...*, s. 146), zastępowalność pomiędzy turystyką krajową a zagraniczną przy spadku dochodu występuje rzadko; natomiast przy wzroście dochodu turysta decyduje się na oba rodzaje wyjazdu (zob. A. Janiga, *Wydatki na turystykę...*, s. 251).

- i pozaekonomicznych (społecznych, politycznych itp.), która może być tak duża, że wysokość dochodu schodzi na dalszy plan²¹;
- e) dostępności substytutów (zamienników) oraz zróżnicowania ich jakości – w miarę wzrostu majątku człowieka zakupy dóbr niższej jakości są ograniczane na korzyść ich lepszych substytutów; dobrym przykładem jest tutaj używany sprzęt turystyczny, jak przyczepy kempingowe, narty itp., który turysta przestaje kupować po wzroście dochodów.

W nawiązaniu do tej ostatniej determinanty nie sposób nie podkreślić, że ograniczenie zamożności w krótkim okresie (np. kryzysu) nie wywołuje z reguły spadku aktywności turystycznej, gdyż człowiek wykazuje skłonność do utrzymania raz osiągniętego poziomu konsumpcji (tzw. efekt rygla J.S. Duesenberry'ego, hipoteza zalegającej konsumpcji S.A.O. Thore'a). Dlatego też wszelkimi możliwymi sposobami (m.in. dzięki uruchomieniu oszczędności, zaciągnięciu pożyczki, rezygnacji z zaspokojenia innych potrzeb, niekiedy nawet ważniejszych w hierarchii A.H. Masłowa) stara się nadal uczestniczyć w ruchu turystycznym, zmieniając ewentualnie tylko strukturę konsumpcji turystycznej w kierunku produktów o niższej jakości (tańszych substytutów)²².

4. Uczestnictwo w turystyce obywateli wybranych krajów Unii Europejskiej w latach 2007–2011

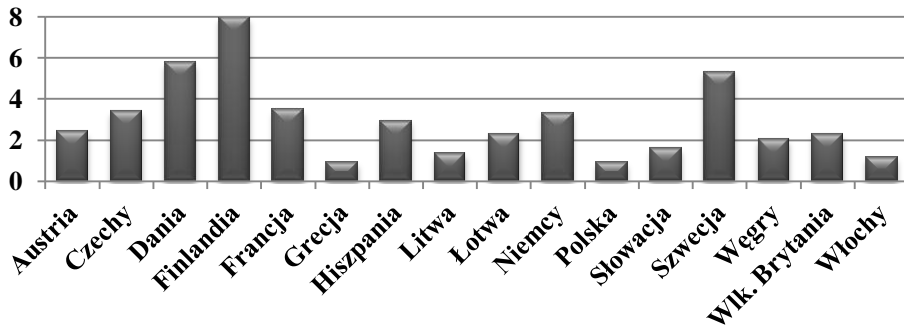
W celu zweryfikowania postawionych na wstępie hipotez badawczych oraz zaprezentowanych twierdzeń spotykanych w literaturze przedmiotu wykorzystano dane z lat 2007–2011 zgromadzone przez Urząd Statystyczny Europy. Analizą objęto 16 krajów unijnych (tych, dla których dostępne były informacje ze wszystkich analizowanych lat). Ich mieszkańców charakteryzuje zróżnicowane uczestnictwo w ruchu turystycznym. Jak można się domyślać, najwięcej podróży turystycznych w całym badanym okresie odbyli mieszkańcy Niemiec (niemal 1362 mln). Dużo wyjeżdżali także obywatele Francji (prawie 1138 mln podróży), Hiszpanii (niemal 709 mln), Wielkiej Brytanii (prawie 701 mln)

²¹ J. Altkorn, *Marketing w turystyce*, PWN, Warszawa 2002, s. 26.

²² K. Borodako, J. Berbeka, K. Klimek, A. Niemczyk, R. Seweryn, *The Changes of Meeting Industry in Krakow in Global Crise's Context*, „Tourism & Management Studies” 2011, vol. 7, s. 156.

i Włoch (ponad 448 mln). Polska zajęła wśród analizowanych krajów 7. miejsce (po Szwecji) z ponad 192 mln podróży. Najmniej natomiast peregrynowali w celach turystycznych mieszkańcy Litwy (ok. 20,6 mln podróży) i Łotwy (ok. 23,6 mln). Na podstawie tych danych empirycznie potwierdza się powszechne twierdzenie, że głównymi krajami emisyjnymi na rynku turystycznym są państwa wysoko rozwinięte.

Dokładniejszych informacji o heterogeniczności uczestnictwa w turystyce dostarcza wskaźnik aktywności turystycznej brutto mierzony liczbą wyjazdów odniesioną do ogólnej liczby ludności. Jego poziom dla ostatniego roku analizy (2011) prezentuje rysunek 1.



Rys. 1. Poziom wskaźnika aktywności turystycznej brutto mieszkańców wybranych krajów Unii Europejskiej w 2011 r.

Źródło: obliczenia własne na podstawie danych Eurostatu.

Okazuje się, że najwięcej podróży turystycznych (z co najmniej jednym noclegiem, bez względu na cel wyjazdu) na jedną osobę przypada nie w Niemczech (które zajęły pod tym względem dopiero 6. miejsce z ok. 3,3 wyjazdu na mieszkańca), ale w krajach skandynawskich (Finlandii – niemal 8, Danii – prawie 5,8 i Szwecji – prawie 5,3). Oznacza to, że obywatele północnej Europy podróżują najczęściej. Zdecydowanie niżej niż w przypadku ogólnej liczby podróży plasują się Francja (4. miejsce ze współczynnikiem prawie 3,5), Hiszpania (7. miejsce i prawie 2,9), Wielka Brytania (10. miejsce i prawie 2,3), a zwłaszcza Włochy (dopiero 14. miejsce i ponad 1,1). Lepiej wypadają natomiast zarówno Łotwa (9. miejsce i prawie 2,3), jak i Litwa (13. miejsce i ponad

1,3). Najgorzej w tym układzie sytuują się Grecja i Polska, które ze współczynnikami tylko ok. 0,9 zajmują ostatnie pozycje wśród analizowanych państw.

Jeśli chodzi o średnioroczne tempo zmian aktywności turystycznej brutto, to w latach 2007–2011 było ono najwyższe dla Danii (aż 26,29%). Dodatkim wskaźnikiem charakteryzowały się także inne kraje skandynawskie (Finlandia – 5,38% i Szwecja – 3,41%) oraz Czechy (4,46%), Niemcy (1,53%) i Łotwa (0,96%). Z kolei w Grecji odnotowano dużą tendencję spadkową (–10,59%), podobnie jak we Włoszech (–8,33%) i na Węgrzech (–6,26%). Ujemne tempo zmian dotyczyło jeszcze 7 innych krajów, w tym Polski (–3,10%), Francji (–2,12%), Hiszpanii (–1,05) i niewielkim zakresie Wielkiej Brytanii (–0,12%).

5. Dochody a aktywność turystyczna mieszkańców wybranych krajów Unii Europejskiej

Przechodząc do najistotniejszych w niniejszym artykule kwestii i porównując wskaźnik aktywności turystycznej brutto z wielkością PKB na mieszkańca²³ analizowanych krajów Unii Europejskiej, należy stwierdzić, że hipoteza pierwsza weryfikuje się pozytywnie tylko częściowo, gdyż w latach 2007–2011 w przypadku 7 z 16 państw nie zachodziła korelacja dodatnia pomiędzy tymi wielkościami, a w odniesieniu do Litwy wysokość współczynnika r wskazała na zupełny brak związku²⁴ (tabela 1).

W Finlandii (r na najwyższym ujemnym poziomie) i w Danii można zaobserwować sytuację, że w analizowanych latach im niższy był poziom PKB na mieszkańca, tym większą aktywność turystyczną brutto przejawiali obywatele tych państw. Z kolei w Austrii, a także w Polsce, na Słowacji, w Hiszpanii i Francji miała miejsce sytuacja odwrotna, tj. mimo wzrostu PKB uczestnictwo w turystyce uległo ograniczeniu (można przypuszczać, że mieszkańcy tych krajów rzadziej wyjeżdżali w obawie przed skutkami załamania gospodarczego). Najsilniej aktywność turystyczna brutto była natomiast związana pozytywnie

²³ W cenach stałych z 2011 r. oraz po korekcie różnic w poziomie cen z wykorzystaniem PPS.

²⁴ W artykule przyjęto interpretację wartości współczynnika korelacji za: S. Ostasiewicz, Z. Rusnak, U. Siedlecka, *Statystyka. Elementy teorii i zadania*, Wyd. AE we Wrocławiu, Wrocław 2001, s. 311.

Tabela 1

Wysokość współczynników korelacji liniowej Pearsona r pomiędzy wielkością PKB na mieszkańca a poziomem wskaźnika aktywności turystycznej brutto obywateli wybranych krajów Unii Europejskiej w latach 2007–2011

Państwo	Wyjazdy ogółem	Wyjazdy krajowe	Wyjazdy zagraniczne
Austria	-0,83509	-0,81736	-0,77755
Czechy	0,65494	0,75354	-0,90777
Dania	-0,54657	-0,55258	-0,41369
Finlandia	-0,96636	-0,95580	-0,98939
Francja	-0,57465	-0,63072	-0,17824
Grecja	0,45355	0,44456	0,46638
Hiszpania	-0,58462	-0,65964	0,93158
Litwa	0,13673	-0,01052	0,29719
Łotwa	0,46214	-0,15036	0,54811
Niemcy	0,60386	0,57426	0,67263
Polska	-0,71479	-0,62919	-0,73060
Słowacja	-0,68735	-0,76494	-0,51545
Szwecja	0,48395	0,32693	0,80755
Węgry	0,33604	0,32039	0,34795
Wielka Brytania	0,42360	-0,28919	0,81675
Włochy	0,93893	0,92559	0,98992

Źródło: obliczenia własne na podstawie danych Eurostatu.

z wysokością PKB we Włoszech (najwyższy współczynnik korelacji) oraz w Czechach i Niemczech (r powyżej 0,5). Oznacza to, że w tych państwach mniejszy PKB przekłada się na mniejszą liczbę podróży przypadających na jednego mieszkańca (Włochy) i odwrotnie (Czechy i Niemcy).

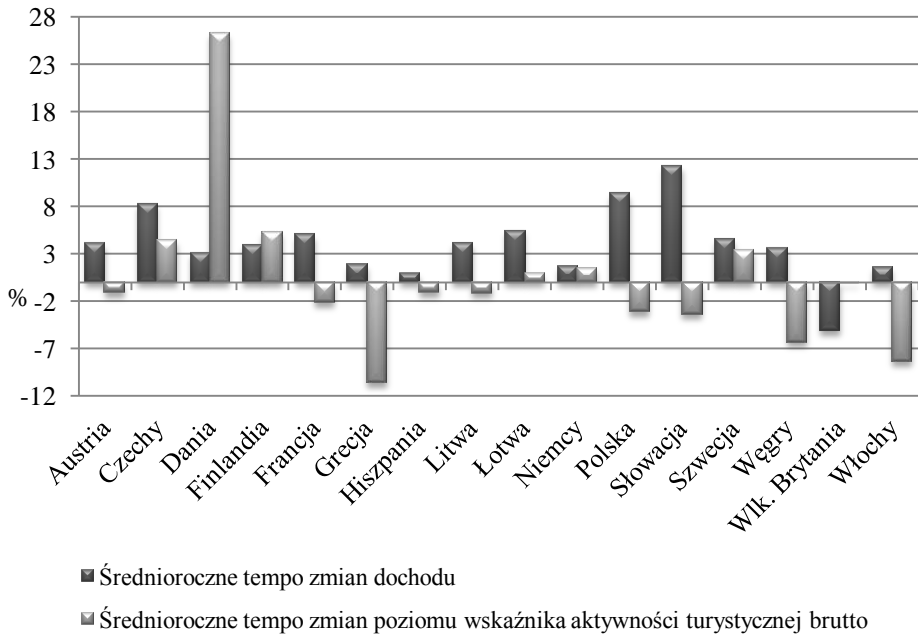
Niemal analogiczne zależności można zaobserwować w przypadku aktywności w zakresie turystyki krajowej – zarówno kierunek, jak i siła korelacji jest w poszczególnych krajach bardzo zbliżona do tej, którą odnotowano w odniesieniu do wyjazdów ogółem. Wyjątkiem okazali się Czesi i Słowacy, którzy uczestnictwem w turystyce krajowej silniej reagują na zmiany PKB, oraz Szwedzi, których siła reakcji jest słabsza niż przy podróżach ogółem (na mieszkańca). Z kolei u Brytyjczyków zaobserwowano niską zależność ujemną, podczas gdy w przypadku aktywności turystycznej brutto ogółem była ona umiarkowanie dodatnia. Warto ponadto zwrócić uwagę na obywateli Łotwy, którzy na zmiany PKB nie reagują zmianami w liczbie podróży krajowych przypadających na mieszkańca.

Większe rozbieżności odnotowuje się w odniesieniu do aktywności w dziedzinie turystyki zagranicznej. Szczególnie wyróżniają się Hiszpanie, u których lepsza koniunktura bardzo silnie oddziałuje na wzrost liczby podróży zagranicznych na mieszkańca (w przypadku podróży ogółem i wyjazdów krajowych zachodziła umiarkowana zależność ujemna). Są oni zatem typowym przykładem ograniczania w czasie kryzysu turystyki zagranicznej na korzyść turystyki krajowej. Z kolei obywatele Czech charakteryzuje odwrotna sytuacja – o ile ogólną liczbą wyjazdów i liczbą podróży krajowych na mieszkańca reagowali oni zgodnie z kierunkiem zmian koniunktury gospodarczej, to liczbą podróży zagranicznych – przeciwnie. Na uwagę zasługują ponadto Litwini, którzy nie reagują na zmiany PKB ani ogólną liczbą wyjazdów, ani liczbą wyjazdów krajowych na mieszkańca, ale za to ograniczają liczbę wyjazdów zagranicznych w okresie załamania gospodarczego i odwrotnie (zależność dodatnia wyraźna, choć niska). Nie sposób nie wspomnieć też o Francuzach, u których zależność PKB i turystyki zagranicznej nie występuje, oraz o Szwedach, którzy na zmiany koniunktury ponad dwa razy mocniej (dodatnio) reagują wyjazdami zagranicznymi niż krajowymi.

Na podstawie uzyskanych wyników stwierdza się, że w przypadku wszystkich 4 najslabiej rozwiniętych krajów UE, tj. Litwy, Łotwy, Węgier i Polski (średnioroczne PKB na mieszkańca poniżej 10 tys. euro) wysokość produktu krajowego brutto jest silniej współzależna z rozmiarami turystyki zagranicznej wyjazdowej niż krajowej. Zatem druga hipoteza postawiona na wstępie weryfikuje się pozytywnie.

Jak już zauważono, średnioroczne tempo zmian poziomu wskaźnika aktywności turystycznej brutto w latach 2007–2011 było dodatnie tylko w 6 badanych krajach unijnych. W tym samym okresie tendencję rosnącą wykazywał średni dochód rozporządzalny na osobę²⁵ we wszystkich analizowanych państwach z wyjątkiem Wielkiej Brytanii (–5,12%). Porównując te dwie wielkości (rysunek 2), należy stwierdzić, że w odniesieniu do dwóch badanych krajów wysokość pierwszego wskaźnika była większa od drugiego – w Danii i Finlandii (odpowiednio o 23,17 i 1,44 punktu procentowego).

²⁵ W euro w cenach stałych z 2011 r.



Rys. 2. Średnioroczne tempo zmian dochodu na osobę a średnioroczne tempo zmian poziomu wskaźnika aktywności turystycznej brutto obywateli wybranych krajów Unii Europejskiej w latach 2007–2011

Źródło: obliczenia własne na podstawie danych Eurostatu.

W pozostałych najwyżej rozwiniętych krajach Unii Europejskiej (średnioroczne PKB powyżej 30 tys. euro na mieszkańca), tj. Szwecji i Niemczech, wzrost aktywności turystycznej brutto był wolniejszy niż wzrost dochodów ich mieszkańców, a przypadku Austrii tempo zmian pierwszego wskaźnika było nawet ujemne, a drugiego dodatnie²⁶. Zatem w trzech (na pięć) przypadków hipoteza trzecia została zweryfikowana pozytywnie.

²⁶ Podobnie jak we Francji, Hiszpanii, na Litwie, w Polsce, na Słowacji i Węgrzech, a zwłaszcza w Grecji i we Włoszech.

Podsumowanie

Kraje Unii Europejskiej to państwa zróżnicowane pod wieloma względami. Charakteryzuje je m.in. różny poziom rozwoju ekonomicznego, a także, jak wynika z przeprowadzonych analiz, uczestnictwa w turystyce. Obywatele tych krajów niejednakowo reagują również liczbą i rodzajem wyjazdów (na mieszkańca) na zmiany w gospodarce i własnym indywidualnym majątku. Nie dziwi zatem fakt, że dwóch z założonych na wstępie hipotez badawczych nie udało się w całości zweryfikować pozytywnie. Gdyby natomiast rozpatrywać poszczególne kraje oddzielnie, to wiele tez przytoczonych w oparciu o literaturę można byłoby potwierdzić. Przykładowo Brytyjczycy na spadek PKB (średniorocznie o $-2,88\%$) i jeszcze większy dochodów (o $-5,12\%$) zareagowali w badanym okresie tylko niewielkim ograniczeniem aktywności turystycznej (o $-0,12\%$), tzn. że zadziałał efekt rygla. Z kolei Czesi są doskonałą egzemplifikacją tego, że w obliczu rysującego się kryzysu następuje ograniczenie liczby wyjazdów zagranicznych na mieszkańca (średniorocznie o $-5,49\%$) na korzyść krajowych (średnioroczny wzrost o $7,17\%$). Można zatem uznać, że wyniki analiz empirycznych wykazały pewne tendencje występujące na rynku turystycznym.

Literatura

- Alejziak W., *Determinanty i zróżnicowanie społeczne aktywności turystycznej*, Wyd. AWF w Krakowie, Kraków 2009.
- Altkorn J., *Marketing w turystyce*, PWN, Warszawa 2002.
- Begg D., Fischer S., Dornbusch R., *Ekonomia*, t. I, PWE, Warszawa 1993.
- Borodako K., Berbeka J., Klimek K., Niemczyk A., Seweryn R., *The Changes of Meeting Industry in Krakow in Global Crise's Context*, „Tourism & Management Studies” 2011, vol. 7.
- Cho V., *Tourism Forecasting and its Relationship with Leading Economic Indicators*, „Journal of Hospitality and Tourism Research” 2001, vol. 25, no. 4.
- Dach Z., *Podstawy mikroekonomii*, Synaba, Kraków 1999.
- Dwyer L., Forsyth P., Dwyer W., *Tourism Economics and Policy*, Channel View Publications, Bristol–Buffalo–Toronto 2010.
- Dziedzic E., Skalska T., *Ekonomiczne uwarunkowania rozwoju usług turystycznych w Polsce*, Stowarzyszenie na rzecz Badania, Rozwoju i Promocji Turystyki, Warszawa 2012.
- Ekonomika turystyki i rekreacji*, red. A. Panasiuk, PWN, Warszawa 2011.

- Gaworecki W.W., *Turystyka*, PWE, Warszawa 2003.
- Janiga A., *Wydatki na turystykę w budżetach rodzinnych*, w: *Zachowania konsumentów na rynku turystycznym*, red. B. Dobiegała-Korona, Almamer, Warszawa 2010.
- Jedlińska M., *Specyfika zachowań konsumenckich na rynku turystycznym*, w: *Turystyka w badaniach naukowych. Prace ekonomiczne*, red. A. Nowakowska, M. Przydział, Wyd. WSiIZ, Rzeszów 2006.
- Kachniewska M., Niezgoda A., Nawrocka E., Pawicz A., *Rynek turystyczny. Ekonomiczne zagadnienia turystyki*, Wolters Kluwer, Warszawa 2012.
- Kaspar C., *Die Tourismuslehre im Grundriss*, Verlag Paul Haupt, Bern–Stuttgart 1991.
- Konieczna-Domańska A., *Gospodarka turystyczna. Zagadnienia wybrane*, Kanon, Warszawa 2007.
- Niemczyk A., *Zróżnicowanie zachowań konsumentów na rynku turystyki kulturowej*, Wyd. Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie, Kraków 2012.
- Nowakowska A., *Cechy popytu turystycznego i podaży turystycznej*, w: *Kompendium wiedzy o turystyce*, red. G. Gołębski, PWN, Warszawa–Poznań 2002.
- Seweryn R., *Wewnętrzne wyznaczniki aktywności turystycznej Polaków*, „Problemy Turystyki” 2004, nr 3–4.
- Ostasiewicz S., Rusnak Z., Siedlecka U., *Statystyka. Elementy teorii i zadania*, Wyd. AE we Wrocławiu, Wrocław 2001.
- Rudnicki L., *Zachowania konsumentów na rynku turystycznym*, Proksenia, Kraków 2010.
- Samuelson P.A., Nordhaus W.D., *Ekonomia*, t. II, PWN, Warszawa 2004.
- Solomon M.R., *Zachowania i zwyczaje konsumentów*, Helion, Gliwice 2006.
- Szulce H., *Wpływ czynników ekonomiczno-społecznych na zachowania konsumentów*, w: *Rozwój usług turystycznych u progu XXI wieku*, red. G. Gołębski, Wyd. AE we Wrocławiu, Wrocław 1999.
- Winiarski R., Zdebski J., *Psychologia turystyki*, Wyd. WAiP, Warszawa 2008.

**INCOME AS A DETERMINANT OF THE PARTICIPATION IN TOURISM
OF THE INHABITANTS OF SELECTED COUNTRIES
OF THE EUROPEAN UNION**

Summary

The article is a theoretical-empirical study, being aimed at determining the effect of factors of income on the size of the tourist movements of the inhabitants of selected countries of the European Union. An essence of action of economic determinants to the

tourist activity was explained as well as their classifications were presented. The particular attention was focussed on the size of GDP and, strictly connected with it, amounts of the available income per capita. Based on EUROSTAT data, the dynamics of the number of tourist trips was determined (domestic and outbound), as well as the index of gross tourist activity was analysed in selected EU countries in 2007–2011. These changes were compared next with the changes in level of the GDP of these countries and with the changes in the amount of the available incomes of their inhabitants.

Keywords: tourist movement, tourist activity, GDP, available income.

Translated by Renata Seweryn