

# Bogusław Stankiewicz

---

## Popyt turystyczny w badaniach międzynarodowych : uwarunkowania, dyskusja, kierunki i instrumentarium badawcze

---

Ekonomiczne Problemy Usług nr 82, 153-163

---

2012

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](http://bazhum.muzhp.pl), gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach dozwolonego użytku.

*BOGUSŁAW STANKIEWICZ*

**Zachodniopomorski Uniwersytet Technologiczny Szczecin**

**POPYT TURYSTYCZNY W BADANIACH MIĘDZYNARODOWYCH  
– UWARUNKOWANIA, DYSKUSJA, KIERUNKI  
I INSTRUMENTARIUM BADAWCZE**

**Wprowadzenie**

Przez półwiecze stanowiące cezurę czasową między sformułowaniem przez W. Hunzikera i K. Krapfa powszechnie akceptowanej definicji popytu turystycznego<sup>1</sup> a początkiem drugiej dekady XXI wieku jesteśmy świadkami niezwyklego ożywienia wysiłków badaczy ogniskujących się wokół tej kategorii ekonomicznej. Analiza ogromnego piśmiennictwa poświęconego popytowi turystycznemu wskazuje, że o ile w odniesieniu do istoty, źródeł, definicji oraz kryteriów podziału tegoż popytu nie ma zasadniczych kontrowersji, o tyle pole dyskusji przesunęło się na płaszczyznę metodologiczną i badania szczegółowe, w tym czynników sprawczych popytu turystycznego. Zjawisko to obserwujemy zarówno w literaturze anglojęzycznej, jak też w piśmiennictwie krajowym, czego potwierdzeniem są polskie ogólne rozprawy i podręczniki z ekonomiki turystyki oraz monografie szczegółowe<sup>2</sup>.

---

<sup>1</sup> W. Hunziker, K. Krapf, *Grundriss der allgemeinen Fremdenverkehrshe*, za: *Tłumaczenia materiałów dotyczących statystyki ruchu zagranicznego w różnych krajach*, Zakład Prawnych i Ekonomicznych Zagadnień Turystyki przy SGPiS, Warszawa 1961, s. 17.

<sup>2</sup> Por. A. Niezgoda, P. Zmyślony, *Popyt turystyczny uwarunkowania i perspektywy rozwoju*, Wyd. Akademii Ekonomicznej w Poznaniu, Poznań 2006.

Istotnym uwarunkowaniem przysparzającym uczonym trudności w weryfikacji hipotez i twierdzeń szczegółowych jest ogromna dynamika wewnętrzna i zewnętrzna sektora turystyki. Już w 1993 roku A. Poon<sup>3</sup>, odnosząc się do odrzucania przez turystów tradycyjnych wyznaczników popytu turystycznego („święta” oraz „słońce i plaża”), bronił tezy o wyraźnym pęknięciu między „fordowskim” modelem masowej turystyki (*per analogiam* do fordowskiego modelu ery przemysłowej) a obecnym modelem w erze postindustrialnej, którego katalizatorem są nowoczesne technologie informatyczne i komunikacyjne. Otwarty jest problem, czy może to oznaczać zmierzch turystyki masowej, co przewidywał A. Poon.

I ostatnia uwaga: dla wielu koncepcji i metod badania popytu turystycznego punktem odniesienia stała się butlerowska koncepcja (model) sezonowości w turystyce oraz model życia kurortu<sup>4</sup>. Uważam jednak, że dyskusja nad wynikami przyjętych na ich bazie modeli mieści się w ogólnym nurcie metodologicznej dyskusji nad przydatnością (zaletami i wadami) modeli badania popytu turystycznego w ogólności, co jest zasadniczym celem niniejszego artykułu.

## 1. Czynniki sprawcze i ograniczniki badań zjawisk turystycznych

Zasoby wiedzy zgromadzonej w trakcie badań nad turystyką pozwalają na sformułowanie następujących wniosków generalnych:

- 1) dyskusja toczona w ramach ekonomiki turystyki nad przydatnością stosowanych metod badawczych jest pochodną dyskusji na ten temat toczonej w ramach nauk ekonomicznych;
- 2) istotnym elementem dyskusji jest odpowiedź na pytanie: na ile posiadane dane (bazy danych) są przydatne dla konstrukcji modeli badawczych

---

<sup>3</sup> A. Poon, *Tourism, Technology and Competitive Strategies*, CAB International, Wallingford 1993.

<sup>4</sup> Por. R. Butler, *The Concept of Tourist Area Cycle of Evolution: Implications for Management of Resources*, „Canadian Geographer” 1980, nr 24(1), s. 5–12. Koncepcja ta znalazła rozwinięcie, w: R. Butler, *The Concept of Carrying Capacity for Tourism Destinations: Dead or Merely Buried?*, w: *Tourism Development. Environmental and Community Issues*, red. C. Cooper and S. Wanhill, John Wiley & Sons, Chichester 1997, s. 11–21; w Polsce idee R. Butlera spopularyzował A. Panasiuk, w: A. Panasiuk, *Ekonomika turystyki*, Wyd. Naukowe PWN, Warszawa 2006, s. 89–97.

(np. popytu turystycznego), a w ślad za tym do formułowania arbitralnych wniosków?

Ad 1)

Gdy w 1988 roku G. Dann i zespół stwierdzili, że turystyka zdominowana została przez metody ilościowe, w literaturze anglojęzycznej przetoczyła się dyskusja o konieczności wprowadzenia różnorodności metodologicznej<sup>5</sup>. Dodatkowych argumentów na rzecz pogłębiania różnorodności metodologicznej dostarczyła analiza metod stosowanych przez autorów publikujących w latach 1984–1990 artykuły w prestiżowym *International Journal of Management* autorstwa zespołu M. Mendenhalla<sup>6</sup>. Wynik był zaskakujący – aż w 82% artykułów autorzy zastosowali metody ilościowe, jedynie 14% artykułów bazowało na metodach jakościowych i w 4% artykułów wykorzystano obie metody badawcze.

Obecnie dyskusja o zróżnicowaniu metodologicznym zmierza w trzech kierunkach:

- w podejściu do zjawisk turystyki opierać się na jednej metodzie. Jest to uzasadnione, ponieważ zwolennicy metod jakościowych zdają sobie sprawę, że metody te nie są adekwatne do skutecznego badania dynamiki turystyki (T. Jamal i K. Hollinshead)<sup>7</sup>;
- należy szukać rozwiązania kompromisowego, np. metody mieszane (B. Davies)<sup>8</sup>;
- dążyć do stworzenia multimetody badawczej – postulat C. Snowa i J. Thomasa<sup>9</sup>, co nie jest zagadnieniem łatwym, o czym wspominał G.I. Crouch w artykule o metaanalizie w turystyce<sup>10</sup>.

---

<sup>5</sup> G. Dann, D. Nash and P. Pearce, *Methodology in tourism research*, „Annals of Tourism Research” 1988, nr 15(1), s. 1–28, wsparty przez N. Morgana w: N. Morgan and E. Bischoff, *Locating contemporary tourism enquiry*, „Tourism & Hospitality Research” 2003, nr 4, s. 293–296.

<sup>6</sup> Por. M. Mendenhall, D. Beatty and G. Oddou, *Where have all the theorists gone? An archival review of the international management literature*, „International Journal of Management” 1993, nr 10(2), s. 146–153.

<sup>7</sup> Por. T. Jamal, K. Hollinshead, *Tourism and the forbidden zone: the underserved power of qualitative inquiry*, „Tourism Management” 2001, nr 22(1), s. 63–82.

<sup>8</sup> B. Davies, *The role of quantitative and qualitative research in industrial studies of tourism*, „International Journal of Tourism Research” 2003, nr 5(2), s. 97–111.

<sup>9</sup> Za: C.C. Snow, J.B. Thomas, *Field research methods in strategic management: contributions to theory building and testing*, „Journal of Management Studies” 1994, nr 31(4), s. 457–480.

Ad. 2)

Liczba badań i publikacji poświęconych popytowi turystycznemu jest olbrzymia i dotyczy to zarówno XX wieku, jak też pierwszego dziesięciolecia obecnego stulecia. S.F. Witt i C.A. Witt, dokonując w 1995 roku przeglądu badań empirycznych nad popytem turystycznym, doszli do wniosku, że niemożliwe jest zbudowanie uniwersalnego modelu opisującego wszystkie pary (miejsce pochodzenia – miejsce przeznaczenia)<sup>11</sup>, co spotkało się z aprobatą G.I. Croucha w przywołanym artykule o metaanalizie w turystyce.

C. Lim analizując prace nad badaniami popytu turystycznego z zastosowaniem technik regresji, dokonała następujących uogólnień:

- większość modeli użytych w badaniach to modele liniowe lub liniowo-logarytmiczne tworzone na podstawie rocznych szeregów danych i obejmujących głównie zmienne ekonomiczne. Brak jednoznacznych lub wystarczających danych oceniany był jako wyraźne ograniczenie tych modeli;
- posługiwanie się rocznymi danymi nie odzwierciedla „lotnego” charakteru turystyki. Nawet posługiwanie się długimi szeregami czasowymi nie rekompensuje tej słabości<sup>12</sup>.

Z drugiej strony C. Ryan jako zwolennik jakościowego podejścia nad badaniami popytu turystycznego wskazał, że turystyka jest procesem złożonym. Równocześnie turystyka to najszybciej zmieniająca się branża i zarazem jeden z największych przemysłów świata. Z drugiej strony jest ona kombinacją wielu powiązanych ze sobą procesów, takich jak: ekonomia popytu i ekonomia potrzeb społecznych. W opisie potrzeb społecznych ważna rola przypada czynnikom psychologicznym, takim jak: dostępność i czas podróży turystycznej, zorganizowana ucieczka od codzienności czy skłonność do przeżywania przygody. Według C. Ryana dla potrzeb wyjaśniania źródeł popytu turystycznego należa-

---

<sup>10</sup> Por. G.I. Crouch, *A meta-analysis of tourism demand*, „Annals of Tourism Research” 199, nr 522 (1), s. 103–118.

<sup>11</sup> S.F. Witt, C.A. Witt, *Forecasting tourism demand: A review of empirical research*, „International Journal of Forecasting” 1995, nr 11(3), s. 447–475.

<sup>12</sup> C. Lim, *Review of International tourism demand models*, „Annals of Tourism Research” 1997, nr 24(4), s. 835–849.

łoby ilościową analizę czynnikową wzbogacić o zmienne opisujące psychologiczne reakcje turystów na działania w miejscowościach wypoczynkowych<sup>13</sup>.

Przedstawiona wymiana poglądów ukazuje jedynie niektóre wybrane punkty sporne w dyskusji nad badaniami popytu turystycznego, a ściślej nad modelowaniem i prognozowaniem popytu turystycznego w sytuacji, gdy zagadnienia te publikowane są w kilkunastu liczących się periodykach z dziedziny turystyki, zarządzania i marketingu oraz ogólnoeconomicznych, a problematyka badawcza skoncentrowana jest w skali globu w około 3 tys. uczelni, instytutów, ośrodków, centrów i instytucji badawczych<sup>14</sup>.

## 2. Modele popytu turystycznego – próba typologii

### 2.1. Uwagi wstępne

W 2005 roku G. Li z zespołem skatalogował 420 badań nad popytem turystycznym, które zostały opublikowane w latach 1960–2002, a ocenia się, że do roku 2010 włącznie ukazało się około 120 dalszych prac<sup>15</sup>. W większości badania te koncentrują się na zastosowaniu różnych technik (ilościowych i jakościowych) do modelowania popytu turystycznego w różnych miejscowościach, regionach lub krajach. Ponadto zamysłem badaczy było ustalenie zasad prognozowania, które byłyby przydatne menedżerom w doborze technik prognozowania. Niestety, dotychczas wysiłki te nie zostały uwieńczone sukcesem, co skostatował G. Li, a wcześniej przyczyny niepowodzeń uwypuklili S.F. Witt i H. Song<sup>16</sup>. Analiza kontekstu przedmiotowego piśmiennictwa nasuwa następujące spostrzeżenia ogólne:

---

<sup>13</sup> Por. C. Ryan Chapter 2, *The determinants of demand for tourism*, w: *Recreational tourism: A social science perspective*, London, UK: Routledge, London 1991, s. 5–34.

<sup>14</sup> Wśród liczących się periodyków należy m.in. wymienić: „Tourism Management”, „Tourism Economics”, „Journal of Travel Research”, „Annals of Tourism Research”, „Journal of Travel and Tourism Marketing” oraz „Applied Economics” i „International Journal of Forecasting”.

<sup>15</sup> Por. G. Li, H. Song, S.F. Witt, *Recent developments in econometric modeling and Forecasting*, „Journal of Travel Research” 2005, nr 44, s. 82–99. Szacunki odnośnie nowych publikacji opierają się na SSCI (Social Science Citation Index) oraz na Google Scholar.

<sup>16</sup> S.F. Witt, H. Song, *Forecasting future tourism flows*, w: S. Medlik, A. Lockwood, *Tourism and Hospitality in the 21st Century*, Butterworth-Heinemann, Oxford 2000, s. 106–118.

- badania prognozowania i modelowanie popytu turystycznego bazują przede wszystkim na danych wtórnych;
- zmienne objaśniające uwzględniane w modelach są zróżnicowane w zależności od przyjętych szczegółowych celów badawczych lub środowisk naukowych opracowujących modele;
- najbardziej popularną miarą popytu jest zmienna przyjazdów turystycznych w okresie ostatnich kilku lat;
- w dalszej kolejności przywołana zmienna jest rozkładana według celów przyjazdu – np. przyjazdy *stricte* turystyczne, przyjazdy biznesowe, przyjazdy w celu odwiedzenia rodzin, znajomych lub przyjaciół (tzw. VFR – *visiting friends and relatives*). Metodę tę zastosowali m.in. L.W. Turner i S.F. Witt oraz N. Kulendran i K.K.F. Wong<sup>17</sup>;
- dla G. Li i zespołu podstawową zmienną popytu są wydatki na turystykę<sup>18</sup>; w niektórych badaniach jako zmienną objaśniającą popyt przyjmowano wydatki turystyczne na poszczególne produkty turystyczne (posiłki, zwiedzanie, zakupy)<sup>19</sup>.

Ponieważ badania odnośnie modelowania i prognozowania popytu opierają się na danych wtórnych, dostępność danych określa w dużym stopniu zasięg geograficzny obszarów, z których zaawansowane metody prognozy zaczerpnięły dane. Stąd USA, Wielka Brytania i Francja są najbardziej popularne jako miejsca pochodzenia i zarazem miejsca docelowe turystyki. Z kolei Australia, Hongkong, Korea, Chiny i Hiszpania, a ostatnio Turcja, są badane najczęściej jako destynacje turystyczne, podczas gdy Niemcy i Japonia uważane są za kluczowe źródła turystyki.

---

<sup>17</sup> Por. L.W. Turner, S.F. Witt, *Factors influencing demand for international tourism: Tourism demand analysis using structural equation modelling*, Revisited, *Tourism Economics* 2001, nr 7, s. 21–38; L.W. Turner, S.F. Witt, *Forecasting tourism using univariate and multivariate structural time series models*, „*Tourism Economics*” 2001, nr 7, s. 135–147; N. Kulendran, K.K.F. Wong, *Modeling Seasonality in Tourism Forecasting*, „*Journal of Travel Research*” 2001, nr 44, s. 163–170.

<sup>18</sup> G. Li, H. Song, S.F. Witt, *Modeling Tourism Demand: A Dynamic Linear AIDS Approach*, „*Journal of Travel Research*” 2004, nr 43, s. 141–150; G. Li, H. Song, S.F. Witt, *Time varying parameter and fixed parameter linear AIDS: An application to tourism demand forecasting*, „*International Journal of Forecasting*” 2006, 22, s. 57–71; G. Li, K.F. Wong, H. Song, S.F. Witt, *Tourism demand forecasting: A time varying parameter error correction model*, „*Journal of Travel Research*” 2006, nr 45, s. 175–185.

<sup>19</sup> Por. N. Au, R. Law, *The application of rough sets to sightseeing expenditures*, „*Journal of Travel Research*” 2000, nr 39, s. 70–77; N. Au, R. Law, *Categorical classification of tourism dining*, „*Annals of Tourism Research*” 2002, nr 29, s. 819–833.

## 2.2. Metody badania (modelowania i prognozowania) popytu turystycznego

Jak wspomniano wcześniej, w turystyce metody modelowania i prognozowania popytu można podzielić na dwie kategorie: ilościowe i jakościowe. Rozpatrując proporcje między tymi kategoriami, należy stwierdzić, że mimo upływu czasu nadal aktualna jest uwaga H. Songa i L. Turnera z 2006 roku o wyraźnej dominacji metod ilościowych<sup>20</sup>. Literatura dotycząca metod prognozowania popytu z zastosowaniem metod ilościowych bazuje w przeważającej części na dwóch subkategoriach metod:

- bezprzyczynowych modelach szeregów czasowych,
- przyczynowych modelach ekonometrycznych.

Podstawowa różnica między wymienionymi pod(sub)kategoriami polega na tym, że modele przyczynowe prognozowania identyfikują związek przyczynowy między popytem turystycznym (zmienna objaśniana) a czynnikami nań wpływającymi (zmienne objaśniające).

### 2.2.1 Modele szeregów czasowych

Modele szeregów czasowych są powszechnie stosowane przy badaniach popytu turystycznego *ex ante*. Za protoplastę modeli stosowanych przez 40 lat uważa się model autoregresji średniej **ARIMA** (*Autoregressive Integrated Moving Average*) zaproponowany w 1970 roku przez G.E.P. Boksa i G.M. Jenkinsa<sup>21</sup>. Od momentu pierwszego zastosowania „prostego” modelu ARIMA w użyciu pojawiły się jego odmiany w postaci:

- **SARIMA** (*Seasonal ARIMA*) – model z uwzględnieniem sezonowości popytu turystycznego,
- **MARIMA** (*Multivariate ARIMA*) – odmiana modelu SARIMA polegająca na rozszerzeniu jednowymiarowego modelu przez zastosowanie alternatywnych, równoległych wymiarów szeregów czasowych (np. zapotrzebowanie na turystykę w kilku krajach), co miało się przyczynić

---

<sup>20</sup> H. Song, L. Turner, *Tourism demand forecasting*, w: *International Handbook on the Economics of Tourism*, red. L. Dwyer, P. Forsyth, Edward Elgar, Cheltenham 2006.

<sup>21</sup> Patrz: G.E.P. Box, G.M. Jenkins, *Time Series Analysis, Forecasting and Control*, Holden Day, San Francisco 1970.



do poprawy dokładności prognozy. Model ten po raz pierwszy przetestowali C. Goh i R. Law w roku 2002<sup>22</sup>.

### 2.2.2 Modele ekonometryczne

Jak słusznie zauważyli M.P. Clements i D.F. Hendry modele ekonometryczne spełniają wiele przydatnych funkcji, innych niż tylko narzędzie generowania prognoz. Umożliwiają one m.in. konsolidację wiedzy teoretycznej i empirycznej, stworzenie ram do budowy stopniowej strategii badań i pomagają w wyjaśnieniu własnych niepowodzeń<sup>23</sup>. Wśród nowoczesnych modeli ekonometrycznych, które – za przykładem typologii wyrobów przemysłowych, a w tym przemysłu militarnego – zaliczono do modeli badania popytu turystycznego **drugiej generacji**, należy wymienić:

- model rozproszony autoregresji **ADLM** (*Autoregressive Distributed Lag Model*),
- model korekcji błędów **ECM** (*Error Correction Model*),
- model wektora autoregresji **VAR** (*Vector Autoregression*),
- parametryczny model różnic czasowych **TVP** (*Time Varying Parameter Model*).

W ostatnim okresie trwają wysiłki zmierzające do budowy zintegrowanych modeli ekonometrycznych łączących zalety modeli ECM i TVP, co zapoczątkował zespół G. Li<sup>24</sup>.

### 2.2.3 Modele popytu turystycznego trzeciej generacji

Wrażliwość popytu turystycznego na takie czynniki destabilizujące, jak: działania wojenne i terroryzm, wahania na rynkach walutowych lub kataklizmy powoduje, że efektywność prognoz przygotowanych przy użyciu starszej aparatury statystyczno-ekonometrycznej jest daleka od oczekiwań. Problem jest o tyle poważny, że dotyczy wielu państw, w których popyt turystyczny jest podatny na zakłócenia egzogeniczne i które to państwa szczególnie wspierały

---

<sup>22</sup> C. Goh, R. Law, *Modeling and forecasting tourism demand for arrivals withstochastic nonstationary seasonality and intervention*, „Tourism Management” 2002, nr 23, s. 499–510.

<sup>23</sup> Por. M.P. Clements, D.F. Hendry, *Forecasting Economic Time Series*, Cambridge University Press, Cambridge 1998, s. 17.

<sup>24</sup> G. Li, K.F. Wong, H. Song, S.F. Witt, *Tourism demand forecasting: A time varying parameter error correction model*, „Journal of Travel Research” 2006, nr 45, s. 175–185.

programy badawcze nakierowane na modelowanie popytu *ex ante*, np. państwa Azji Wschodniej (Tajwan, Hongkong, Malezja), państwa basenu Morza Karaibskiego lub Izrael. Uwzględnienie czynników zakłócających normalne funkcjonowanie popytu oraz zwrócenie szczególniejszej uwagi na czynnik sezonowości (plus zmiany klimatyczne) to determinanty opracowania modeli badań ilościowych i jakościowych **trzeciej generacji**, a więc:

- a) dla potrzeb badań ilościowych zastosowanie stochastycznych modeli bazujących na znanym od 1980 roku modelu prawie idealnego systemu popytu **AIDS** (*Almost Ideal Demand System*) autorstwa A.S. Deatona i J. Muellbauera<sup>25</sup>, czyli modele: **LAIDS** (*Linearny AIDS*), **EC-LAIDS**, **TVP-ER-AIDS** oraz **TVP-EC-LAIDS**;
- b) adaptacja do ekonometrycznych badań nad sezonowością popytu turystycznego testu **HEGY**<sup>26</sup>;
- c) w badaniach jakościowych zaczerpnięcie elementów z inżynierii sztucznej inteligencji lub badań heurystycznych, co reprezentują modele:
  - sztucznych sieci neuronowych **ANN** (*Artificial Neural Network*),
  - algorytmów genetycznych **GA**s (*Genetic Algorithms*).

To interesujące, że wspomniane modele zostały wykorzystane do badań popytu turystycznego tzw. wschodzących państw na światowym rynku turystycznym, tj.: Hongkongu, Tajwanu i Chin<sup>27</sup>. Ostatnie trzy lata, które zdominował światowy kryzys gospodarczy, cechuje pewien zastój w badaniach nad popytową stroną turystyki zarówno na poziomie globalnym, jak też makro- i mezoekonomicznym. Można domniemywać, że wiele ośrodków oraz badaczy cechujących się aktywnością w badaniach i dyskusji zajęło postawę wyczekującą,

---

<sup>25</sup> Por. A.S. Deaton, J. Muellbauer, *An almost ideal demand system*, „American Economic Review” 1980, nr 70, s. 312–326.

<sup>26</sup> Nazwa testu jest akronimem jego twórców. Por. S. Hylleberg, R.F. Engle, C.W.J. Granger, B.S. Yoo, *Seasonal integration and cointegration*, „Journal of Econometrics” 1990, nr 44, s. 215–238.

<sup>27</sup> Model ANN wspomagany przez ARIMA zastosował w 2003 roku do badań popytu turystycznego Hongkongu V. Cho; patrz: V. Cho, *A comparison of three different approaches to tourist arrival forecasting*, „Tourism Management” 2003, nr 24, s. 323–330. Odpowiednio model GA dla Tajwanu przygotował w 2004 roku C.H. Wang. Patrz: C.H. Wang, *Predicting tourism demand using fuzzy time series and hybrid grey theory*, „Tourism Management” 2004, nr 25, s. 367–374, a dla Chin model GA z elementami VR ANN SARIMA w 2007 roku opracowali K.Y. Chen i C.H. Wang, por. K.Y. Chen, C.H. Wang, *Support vector regression with genetic algorithms in forecasting tourism demand*, „Tourism Management” 2007, nr 28, s. 215–226.

jako że kryzys gospodarczy (który dotknął także branżę turystyczną) stał się obiektywnie zasadniczym weryfikatorem koncepcji planistycznych.

### **Uwagi końcowe**

Analiza ogromnego piśmiennictwa poświęconego przedmiotowej problematyce upoważnia do sformułowania następujących wniosków generalnych:

1. Osią globalnej aktywności w dziedzinie badania popytu turystycznego (ale również innych kategorii turystyki) jest przestrzenny wektor biegnący od Kanady i USA (oddziaływanie Calgary) do Australii (znacząca rola La Trobe University w Melbourne) z bocznymi kanałami z Wielkiej Brytanii, Francji, Niemiec, Hiszpanii, Holandii, Turcji, Grecji, małych państw basenu Morza Karaibskiego, państw azjatyckich (Chin, Japonii, Tajwanu, Hongkongu, Tajlandii). Z tych państw wywodzi się przeważająca większość znaczących nazwisk w ekonomice turystyki; autorzy ci publikują swoje przemyślenia w liczących się periodykach anglojęzycznych i to oni nadają ton światowej dyskusji w omawianej dziedzinie.
2. O roli i znaczeniu uczestnictwa myśli turystycznej w obiegu ogólnoświatowym przekonują się uczeni z innych krajów, dotychczas uważanych za peryferyjne. W cytowanych periodykach pojawiają się autorzy ze Słowenii, Chorwacji, a ostatnio także z Bułgarii i Rumunii, prezentujący własne, często oryginalne przemyślenia i koncepcje.
3. W ogólnoświatowej dyskusji widoczny jest brak polskiej nauki o turystyce, co może sprawdzić każdy śledzący piśmiennictwo branżowe lub ogólnoekonomiczne. Czy to jest argument o słabości lub zaściankowości polskich ośrodków naukowych, winna przesądzić inna dyskusja.

---

**TOURIST DEMAND IN INTERNATIONAL STUDIES – THE CONDITIONS,  
DISCUSSION, RESEARCH DIRECTIONS AND INSTRUMENTATION**

**Summary**

The article focuses on methodological problems related to the study of tourist demand. The reference point is the discussion of quantitative and qualitative research methods in tourism and exemplification of modeling surge and forecasting tourism demand. The main object of analysis is the attempt of a typology of methods, for testing the demand, coming from ARIMA models, AIDS, and third-generation models based on artificial intelligence and heuristic research. The presented taxonomy of research apparatus of tourism demand is illustrated with the examples of applications of models for individual countries and with the conclusions of researchers regarding the usefulness and effectiveness of the models and predicting *ex ante*.

*Translated by Bogusław Stankiewicz*