

Andrzej Anszperger

Popyt turystyczny na przykładzie Torunia jako miejsca docelowego

Ekonomiczne Problemy Usług nr 83, 127-139

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, gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach dozwolonego użytku.

ANDRZEJ ANSZPERGER

Uniwersytet Mikołaja Kopernika w Toruniu

**POPYT TURYSTYCZNY NA PRZYKŁADZIE TORUNIA
JAKO MIEJSCA DOCELOWEGO**

Wprowadzenie

Gospodarka turystyczna staje się coraz istotniejszą częścią całego procesu gospodarczego. Ta tendencja jest zauważalna zarówno w skali globalnej, narodowej, jak i regionalnej oraz lokalnej. Poszczególne miejsca docelowe w turystyce, chcąc wykorzystać szanse społeczno-ekonomiczne, jakie stwarza ten sektor, powinny w coraz bardziej profesjonalny sposób analizować ekonomiczne aspekty zjawiska, jakim jest turystyka. Jednym z możliwych i niezbędnych aspektów badania turystyki od strony ekonomicznej jest – podobnie jak w innych obszarach gospodarki rynkowej – badanie popytu turystycznego. Miasto Toruń – między innymi z racji bogactwa różnorodnych atrakcji antropogenicznych – jest niewątpliwie ważną w skali Polski (być może nie tylko) destynacją turystyczną. Z drugiej strony gospodarka turystyczna jest coraz bardziej znaczącą częścią realnych procesów gospodarczych w tym mieście.

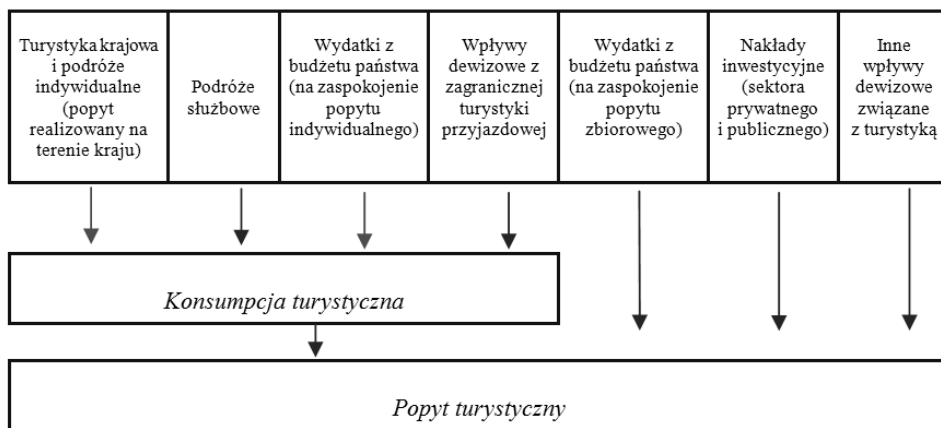
Celem artykułu jest omówienie wybranych aspektów metodologicznych analizy popytu turystycznego w Toruniu oraz przedstawienie struktury realizowanego popytu i szacunku jego wielkości.

1. Popyt turystyczny

Złożoność i różnorodność zjawiska, jakim jest turystyka, w tym jej aspektów ekonomicznych, sprawia, że badanie turystyki może i powinno być realizowane z różnych punktów widzenia.

W gospodarce rynkowej popyt jest elementarną kategorią i jednym z podstawowych obszarów badawczych. Jedną z możliwych metod badawczych popytu turystycznego proponuje Rachunek Satelitarny w Turystyce; jego polską adaptację zobrazowano na rysunku 1. W pewnej korespondencji z powyższym sposobem postrzegania popytu turystycznego pozostaje stwierdzenie R.Ch. Milla, który – opisując system turystyczny – widzi wzajemną zależność motywów podróżowania, miejsca docelowego, marketingu i popytu¹.

R.W. McIntosh – wychodząc od podstawowej definicji ekonomicznej popytu – dodaje, że w turystyce popyt dotyczy/odnosi się do określonego miejsca docelowego².



Rys. 1. Rachunek satelitarny w turystyce

Źródło: Rachunek satelitarny turystyki dla Polski³.

¹ R.Ch. Mill, *The Tourism System An Introductory Text*, Prentice-Hall International, New Jersey 1992, s. 10–11.

² R.W. McIntosh, *Tourism, Principles, Practices, Philosophies*, John Wiley & Sons, New York 1995, s. 297.

³ *Rachunek satelitarny turystyki dla Polski*, Ministerstwo Sportu i Turystyki, red. E. Dziezic, Warszawa 2008.

D. Milewski i K. Orfin przy definiowaniu popytu i jego mierników piszą między innymi o wydatkach turystów na różne dobra i usługi turystyczne, o badaniach wielkości ruchu turystycznego, ale także o motywach⁴. Powyższe definicje popytu dają przesłanki do przedstawionego dalej sposobu analizowania popytu turystycznego w odniesieniu do Torunia.

Ze względu na ograniczony dostęp do informacji (danych statystycznych), analizę popytu turystycznego w Toruniu ograniczono do części „konsumpcja turystyczna”, a w ramach konsumpcji – do wydatków turystów (i odwiedzających jednodniowych) krajowych i zagranicznych przyjeżdżających do Torunia. Nie uwzględniono pozostałych przejawów popytu, czyli m.in.: popytu mieszkańców Torunia na turystykę wyjazdową, popytu urzędu miasta i innych jednostek na konsumpcję zbiorową w turystyce (na przykład na usługi informacji turystycznej), popytu inwestycyjnego (np. budowa hoteli w Toruniu). Podstawowym źródłem danych statystycznych jest monitoring ruchu turystycznego w Toruniu („Turystyczny Toruń”). Badania realizowane były od 2005 roku przez Ośrodek Informacji Turystycznej w Toruniu na zlecenie Urzędu Miasta Torunia. Miały one charakter wywiadów kwestionariuszowych, przeprowadzono je na próbie 2000 osób każdego roku w okresie od maja do października, tj. w trakcie znaczącej dla miasta części sezonu turystycznego.

2. Wielkość popytu turystycznego w Toruniu

Popyt, także w odniesieniu do turystyki, przedstawiać można zarówno w ujęciu ilościowym, jak i wartościowym. Punktem wyjścia może być wielkość ruchu turystycznego.

Ze względu na system statystyki turystycznej w Polsce oraz brak możliwości realizacji badań pełnych w odniesieniu do miejsca docelowego, jakim jest Toruń, opierać się trzeba na szacunku wielkości tego ruchu, czyli turystyki przyjazdowej do Torunia. Tak zwane twarde dane to informacje GUS o udzielonych noclegach⁵. W 2010 roku w obiektach zbiorowego zakwaterowania

⁴ D. Milewski, K. Orfin, *Popyt turystyczny i rekreacyjny*, w: *Ekonomika turystyki i rekreacji*, red. A. Panasiuk, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2010, rozdz. 6.

⁵ W odniesieniu do Torunia rozbieżności między danymi GUS a danymi zebranymi bezpośrednio od podmiotów (liczba udzielonych noclegów) i pochodzącymi z obserwacji bezpośredniej (liczba obiektów) sięgały kilkunastu procent.

w Toruniu z noclegów korzystało ponad 210 tys. osób. W tej grupie prawie 45 tys. stanowili obcokrajowcy. Liczba korzystających z noclegów wzrosła w latach 2003–2010 prawie dwukrotnie, przede wszystkim dzięki turystom krajowym. W kolejnych edycjach monitoringu turystycznego w Toruniu⁶ szacowano wielkość ruchu przyjazdowego. Szacunku dokonywano kilkoma metodami (stałymi w kolejnych badaniach), bazując m.in. na:

- informacji o udzielonych noclegach;
- liczbie grup turystycznych zorganizowanych;
- liczbie grup korzystających z przewodników miejskich;
- liczbie sprzedanych biletów do różnych atrakcji turystycznych Torunia;
- badaniach sondażowych;
- w drugiej i następnych edycjach na wynikach poprzednich badań monitoringu.

Tabela 1

Korzystający z noclegów w Toruniu w latach 2003–2010

Lata	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Turyści ogółem	121362	137963	159773	158756	175857	176777	169481	210128
Turyści zagraniczni	38288	44568	49806	49026	46634	39210	33740	44780

Źródło: Bank Danych Lokalnych, GUS.

W pierwszej edycji monitoringu skrajne wartości szacunków różniły się w istotny sposób i wynosiły około 980 tys. w wariancie najniższym i prawie 1 500 000 w wariancie najwyższym. Wyniki uzyskiwane z wywiadów kwestionariuszowych oraz usprawnione metody uzyskiwania informacji z podmiotów turystycznych⁷ sprawiły, że skrajne wartości szacunków dla 2009 roku różniły się już tylko o około 50 tys. osób. Przy liczbie turystów 1 550 000 można dla

⁶ *Monitoring ruchu turystycznego w Toruniu*, Turystyczny Toruń, edycje 2003–2010, OIT Toruń.

⁷ Bardzo istotnym czynnikiem było rosnące zaufanie branży turystycznej do zespołu badawczego i zapewnienie poufności przekazywanych danych.

tego typu badań uznać te rozbieżności za niewielkie. Mając na uwadze niedoskonałość początkowych szacunków, można stwierdzić, że wielkość ruchu przyjazdowego do Torunia nie ulegała na przestrzeni kilku ostatnich lat istotnym zmianom.

Tabela 2

Szacunek wielkości ruchu przyjazdowego do Torunia w latach 2005–2010

Lata	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Turyści	1 200 000	1 500 000	1 600 000	1 600 000	1 500 000	1 550 000

Źródło: opracowanie własne na podstawie monitoringów OIT Toruń.

W turystyce – szczególnie kulturowej, która dominuje w Toruniu – ważnym fragmentem popytu są tak zwane wejścia do szeroko rozumianych atrakcji turystycznych. Dane przedstawione w tabeli 3 obrazują niestabilny popyt i nie pozwalają na stwierdzenie istnienia trwałej tendencji wzrostowej.

Tabela 3

Szacunek liczby wejść do atrakcji turystycznych w Toruniu w latach 2006–2010

Lata	2006	2007	2008	2009	2010
Turyści	331 500	390 000	580 300	602 000	511 700

Źródło: opracowanie własne na podstawie monitoringów OIT Toruń.

3. Wartość popytu turystycznego w Toruniu

Ustalona w jednostkach naturalnych wielkość popytu pozwala na określenie jego wartości, wyrażonej w pieniądzu. W przeprowadzonych badaniach ruchu turystycznego w Toruniu pytano respondentów także o wielkość wydat-

ków ponoszonych w trakcie pobytu w tym mieście. Średnie arytmetyczne wydatków dla poszczególnych lat przedstawiono w tabeli 4; wartości wyrażone są w ujęciu nominalnym. Zatem po uwzględnieniu inflacji widoczna jest raczej stagnacja wydatków.

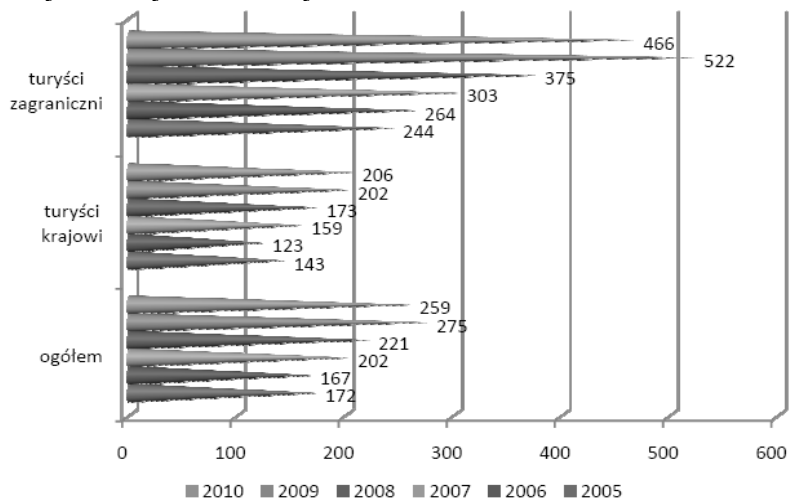
Tabela 4

Wydatki turystów w Toruniu w latach 2005–2010 (zł)

Lata	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Wydatki na jednego turystę	173	167	202	221	275	259
Łączne wydatki turystów (mln)	207,6	180,5	323,2	353,0	426,3	414,4

Źródło: opracowanie własne na podstawie monitoringu OIT Toruń.

Przeciętny turysta zagraniczny zostawiał w Toruniu dwa razy więcej pieniędzy niż turysta polski, ale w badanym okresie także te wydatki nie wykazują stałej tendencji wzrostowej.

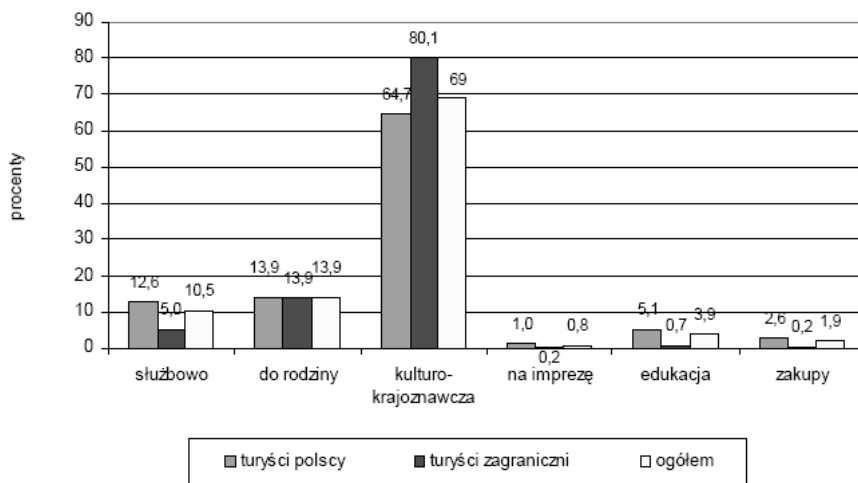


Rys. 2. Średnie wydatki turystów polskich i zagranicznych w latach 2005–2010 (zł)

Źródło: badania OIT Toruń, Toruń 2010.

4. Struktura popytu

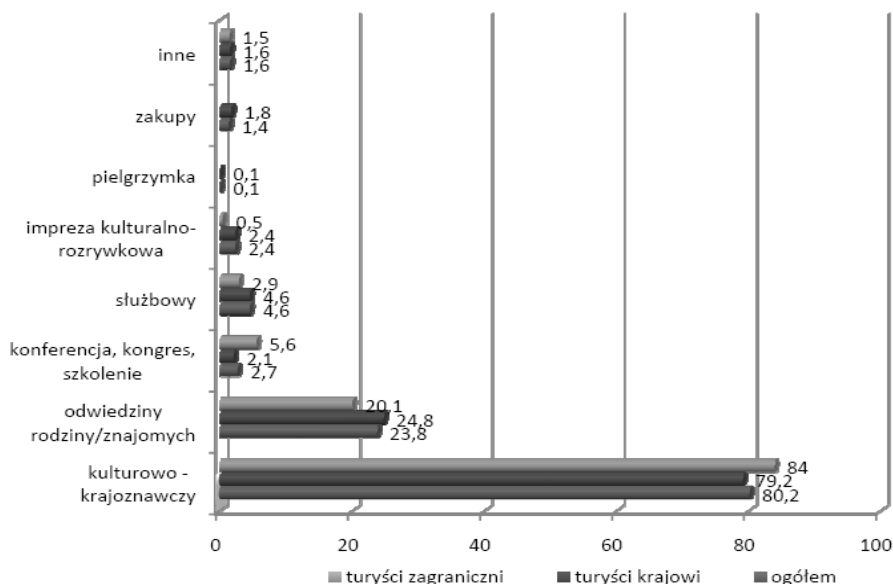
Jeżeli na wysokim poziomie uogólnienia główny cel przyjazdu do Torunia przyjmie się za tożsamy z tak zwanym rdzeniem produktu, to – poznając cel przyjazdu – można wnioskować co do oczekiwanych produktów, czyli na co wybrane segmenty turystów mogą zgłaszać popyt.



Rys. 3. Deklarowany główny cel przyjazdu do Torunia w 2005 roku

Źródło: badania OIT Toruń, Toruń 2005.

Dominujący powód przyjazdów to cel kulturowo-krajoznawczy – w 2005 roku było to 65% odpowiedzi turystów polskich i 80% odpowiedzi turystów zagranicznych (rysunek 3); w roku 2010 było to odpowiednio 79 i 84% odpowiedzi (rysunek 4). Udział tego motywu rósł systematycznie w kolejnych latach przyjazdów. Odwiedzenie rodziny i znajomych to drugi co do rangi motyw. Następne w kolejności deklarowane motywy to: przyjazdy służbowe, konferencje, szkolenia. Pojawiają się też: zakupy, pielgrzymka, udział w imprezie.

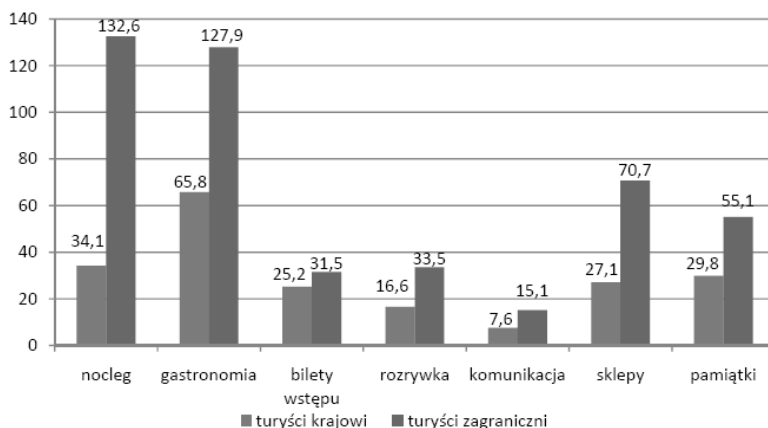


Rys. 4. Deklarowany główny cel przyjazdu w 2010 roku

Źródło: badania OIT Toruń, Toruń 2010.

Motyw przyjazdu istotnie różnicuje cele ponoszonych wydatków (rysunek 6). Turyści przyjeżdżający z powodu kulturalno-krajoznawczego najczęściej wydają na gastronomię – 76 zł i noclegi – 56 zł, dalej na pamiątki – 38 zł i bilety wstępu – 28 zł. Turyści „rodzinni” najczęściej pieniędzy zostawiają w obiektach gastronomii i sklepach, a turyści „konferencyjni” – w hotelach i sklepach (rysunek 5).

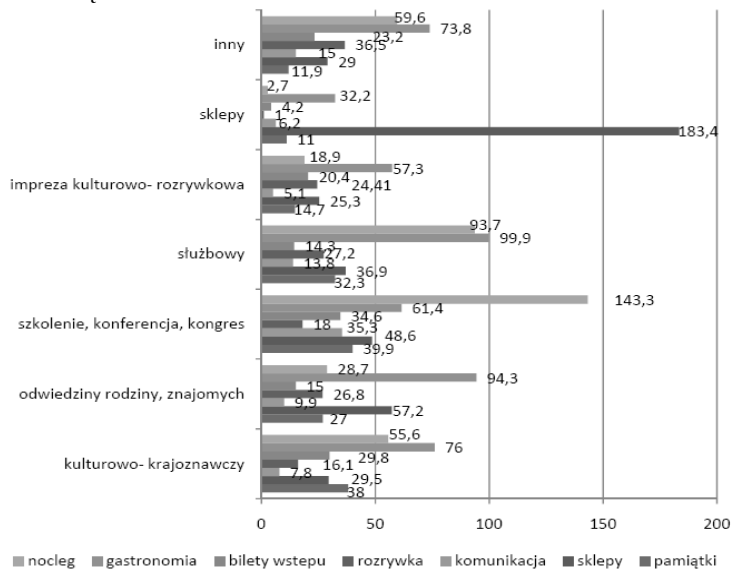
Cel przyjazdu determinuje strukturę wydatków, ale także ich wielkość. Najwyższe kwoty w mieście pozostawili goście przyjeżdżający na konferencje, kongres, szkolenie. Średnio turysta tego segmentu zostawił w Toruniu 381,1 zł. Drugą pod względem wysokości poniesionych wydatków była grupa osób przyjeżdżająca do Torunia w celach służbowych. Statystycznie każdy turysta przebywający w Toruniu służbowo wydał po 318,1 zł. Odwiedzający rodzinę, znajomych znaleźli się na trzecim miejscu pod względem poniesionych w Toruniu wydatków i było to 258,9 zł.



Rys. 5. Wydatki turystów na wybrane produkty turystyczne w 2010 roku

Źródło: badania OIT Toruń, Toruń 2010.

Na zbliżonym poziomie ukształtowały się wydatki turystów przyjeżdżających do Torunia dla zwiedzenia miasta – średnie wydatki w tej grupie wyniosły 252,8 zł na osobę.



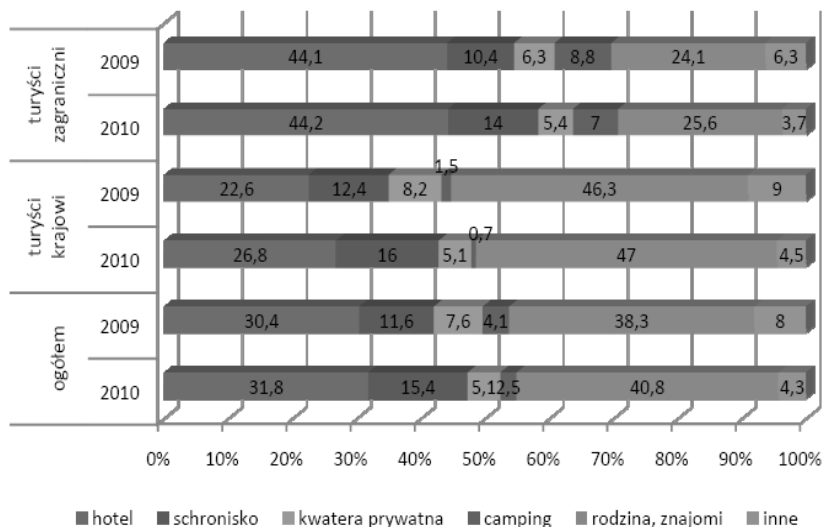
Rys. 6. Wydatki turystów na wybrane produkty turystyczne w 2010 roku, zależnie od celu przyjazdu

Źródło: badania OIT Toruń, Toruń 2010.

Turyści, którzy przyjechali w celach zakupowych wydali średnio po 240,7 zł.

Najniższe wydatki ponieśli uczestnicy imprez kulturalno-rozrywkowych – statystyczny turysta z tej grupy wydał 166,11 zł.

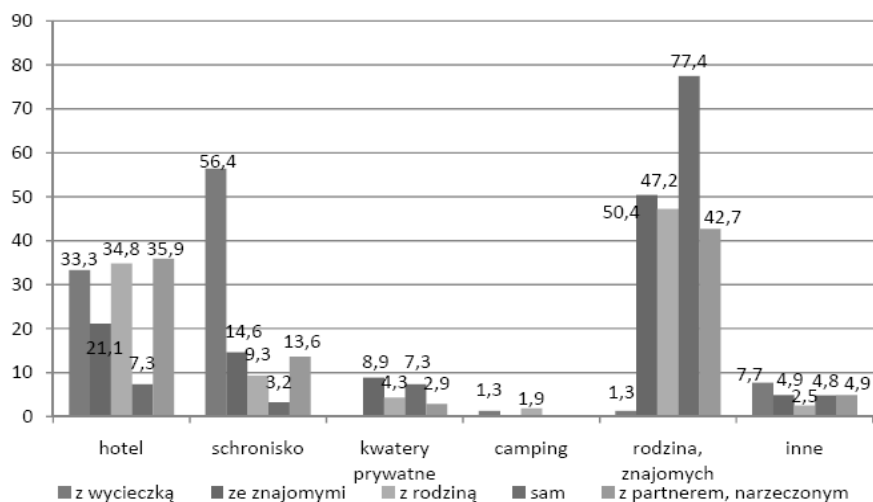
W 2010 roku około 60% turystów zagranicznych i około 40% turystów krajowych zgłaszało popyt na usługi noclegowe. Odsetek korzystających z noclegów wyraźnie wzrósł w stosunku do roku 2005 – z 43% dla turystów zagranicznych i z 28% dla turystów krajowych. Zróżnicowana jest struktura form noclegu. Turyści zagraniczni nocowali przede wszystkim w hotelach (44% w ostatnich dwóch latach badania), w dalszej zaś kolejności wybierali na nocleg: schroniska, kemping i kwaterę prywatną (rysunek 7). Turyści krajowi rzadziej wybierali hotele (około 24%), w drugiej kolejności nocowali zaś w schroniskach i kwaterze prywatnej. Polacy, którzy zdecydowali się pozostać w Toruniu na noc, najczęściej nocowali u rodziny (47% nocujących) – zatem praktycznie tylko połowa zgłaszała zapotrzebowanie (w znaczeniu rynkowym) na usługi noclegowe. Nie można mówić o popycie w przypadku nocowania u rodziny. Około 70% turystów zagranicznych nocujących w Toruniu zgłaszało popyt na usługi noclegowe w rozumieniu rynkowym.



Rys. 7. Popyt zgłaszany na wybrane rodzaje zakwaterowania w latach 2009–2010

Źródło: badania OIT Toruń, Toruń 2010.

Popyt na usługi noclegowe zróżnicowany jest także zależnie od wieku respondentów i towarzystwa w podróży. Grupy wycieczkowe najczęściej wybierały schronisko, w dalszej kolejności hotel; podróżujący z rodziną, partnerem, narzeczoną/ną częściej wybierali hotel niż schronisko lub kwatery prywatne (rysunek 8).

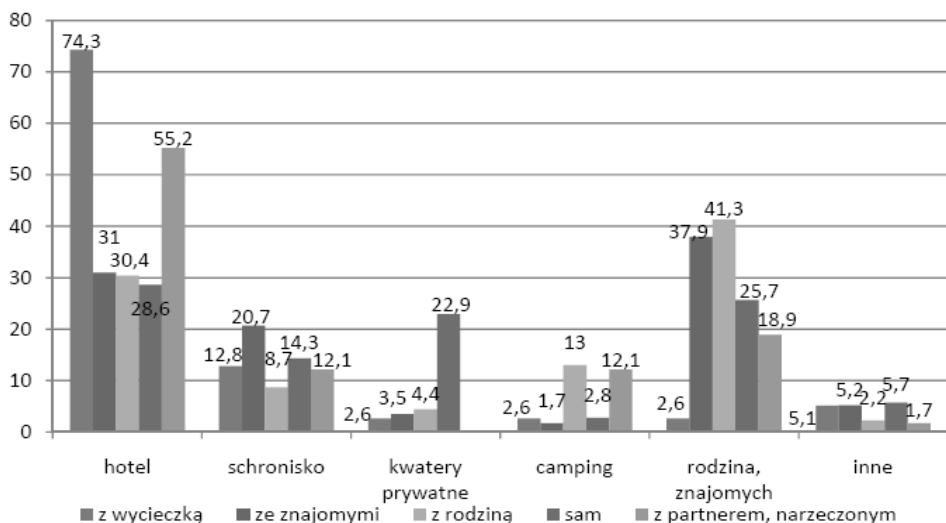


Rys. 8. Wybór obiektu noclegowego przez turystów krajowych w 2010 roku zależnie od wieku respondentów

Źródło: badania OIT Toruń, Toruń 2010.

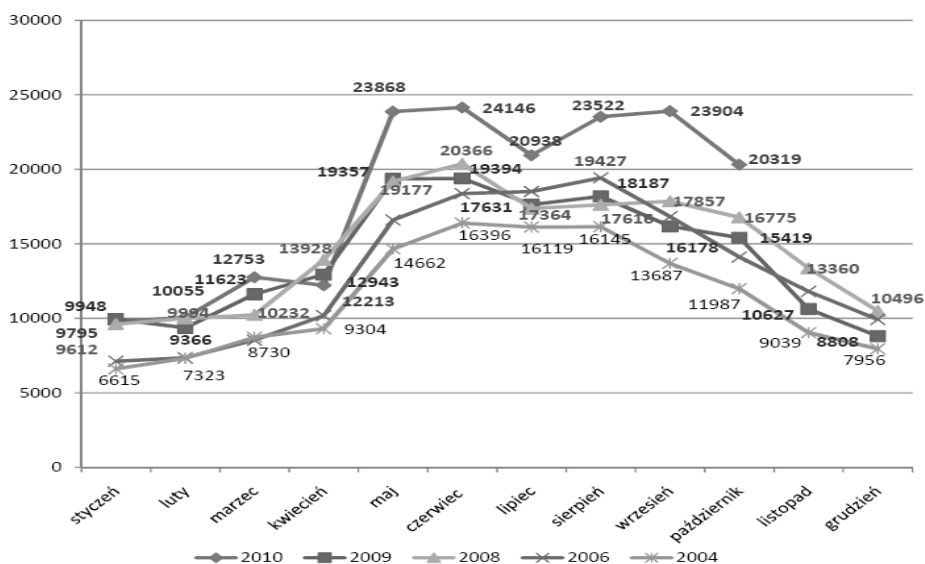
Turyści zagraniczni podróżujący z wycieczką w 74% wybierali hotel jako miejsce noclegu, w 55% podróżujący z partnerem, narzeczoną/ym. Z kwatery prywatnej najczęściej korzystali podróżujący samotnie (rysunek 9).

Popyt zgłaszany przez turystów w Toruniu podlega bardzo wyraźnym wahaniom sezonowym. Widać to także na przykładzie bazy noclegowej (rysunek 10). Różnice dla „skrajnych” miesięcy sięgają kilkunastu tysięcy osób zgłaszających popyt na usługi noclegowe. Wywołuje to oczywiście określone implikacje dla tej gałęzi turystyki.



Rys. 9. Wybór obiektu noclegowego przez turystów zagranicznych w roku 2010 zależnie od wieku respondentów

Źródło: badania OIT Toruń, Toruń 2010.



Rys. 10. Korzystający z noclegów w Toruniu w latach 2004–2010 w poszczególnych miesiącach

Źródło: badania OIT Toruń, Toruń 2010.

Uwagi końcowe

Rosnąca ranga społeczno-ekonomiczna turystyki, złożoność motywów i form jej realizacji nakłaniają do coraz szerszego jej badania z punktu widzenia nauk ekonomicznych zarówno w ujęciu teoretycznym, jak i praktycznym. Wyniki tych badań mogą mieć znaczenie dla podmiotów przemysłu turystycznego oraz – w nie mniejszym stopniu – dla władz samorządowych tworzących i realizujących strategie rozwoju lokalnego, w tym z uwzględnieniem turystyki.

Badania realizowane w odniesieniu do Torunia jako miasta docelowego turystyki w istotny sposób uświadamiają złożoność popytu, ale także jego wielkość i znaczenie dla lokalnej gospodarki.

THE TOURISM DEMAND CASE STUDY TORUŃ AS A DESTINATION PLACE

Summary

The growing social and economical rang of tourism, the complexity of motives and its form of realization, persuade to more and more broader research it in economics science's point of view. The research both in theoretical and in practical formulation. The research results could have value as well for elements of tourism industry and local authorities, which create and realize strategies of local development with consideration of tourism in it. The research realize with reference to Toruń as a city of tourism destination, inform us in important way about demand's complexity but also its proportions and value for local economy.

Translated by Andrzej Anszperger