

Anetta Majchrzak-Jaszczyk

Popyt turystyczny i jego uwarunkowania ekonomiczno-społeczne : analiza porównawcza

Ekonomiczne Problemy Usług nr 85, 113-124

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.

ANETTA MAJCHRZAK-JASZCZYK

Akademia Wychowania Fizycznego im. Józefa Piłsudskiego w Warszawie

**POPYT TURYSTYCZNY I JEGO UWARUNKOWANIA
EKONOMICZNO-SPOŁECZNE. ANALIZA PORÓWNAWCZA**

Wprowadzenie

Jak wynika z badań ankietowych przeprowadzonych przez ARC Rynek i Opinia Sp. z o.o. wśród Niemców, Francuzów i mieszkańców Wielkiej Brytanii, Polska znajduje się na trzeciej pozycji pod względem atrakcyjności turystycznej wśród unijnych krajów postkomunistycznych – za Czechami i Węgrami, natomiast przed Słowacją, Litwą, Łotwą i Estonią. W tabeli 1 zaprezentowano, jak ankietowani oceniali atrakcyjność wymienionych wyżej krajów Europy Środkowo-Wschodniej.

Z uwagi na fakt, że Węgry i Czechy są głównymi konkurentami Polski na rynku usług turystycznych, niniejszy artykuł zostanie poświęcony analizie uwarunkowań społeczno-ekonomicznych oddziałujących na ten rynek w trzech wymienionych krajach i krótkiej analizie danych statystycznych¹, opisujących stronę popytową tegoż rynku. Ponieważ Czech i Węgiel nie można porównać do Polski pod względem wielkości terytorium i liczby ludności, dlatego też do analizy porównawczej zostanie wykorzystany dodatkowo przykład Hiszpanii, która – chociaż porównywalna ze względu na dwie wyżej wspomniane cechy

¹ Źródłem danych statystycznych występujących w tym artykule jest Eurostat, UNWTO, Ministry of Industry, Tourism and Trade, Spain, Czech Statistical Office.

– jest jednak bardziej rozwinięta gospodarczo, a jej rynek usług turystycznych znajduje się na bardzo wysokim poziomie.

Tabela 1

Atrakcyjność turystyczna krajów Europy Środkowo-Wschodniej
w opinii ankietowanych

Kraj, w którym przeprowadzono badanie	Atrakcyjność turystyczna						
	Polska (%)	Czechy (%)	Węgry (%)	Słowacja (%)	Litwa (%)	Łotwa (%)	Estonia (%)
Niemcy	45	53	60	40	39	39	40
Francja	60	61	67	48	43	40	43
Wielka Brytania	48	60	52	41	35	37	41

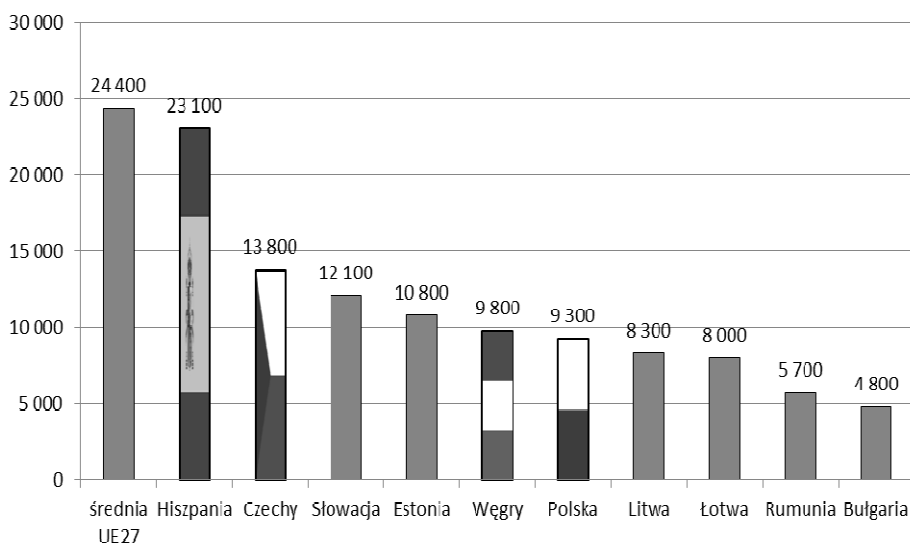
Źródło: *Badanie skuteczności kampanii promocyjnej Polski na rynkach zagranicznych: niemieckim, brytyjskim i francuskim: przed kampanią*, ARC Rynek i Opinia SP. z o.o., Warszawa, 21 lipca 2011.

1. Uwarunkowania geograficzne i społeczno-ekonomiczne

Największym z analizowanych czterech krajów jest Hiszpania – jej powierzchnia przekracza 504 tys. km², drugie miejsce zajmuje Polska z powierzchnią przekraczającą 312 tys. km², trzecie Węgry – ponad 93 tys. km², a ostatnie Czechy mające prawie 79 tys. km² powierzchni. Hiszpania jest również krajem o największej liczbie ludności – przekraczającej 47 mln (27. miejsce na świecie), druga pod tym względem jest Polska licząca ponad 38 mln. mieszkańców (34. miejsce na świecie), trzecie miejsce zajmują Czechy z ponad 10,5 mln mieszkańców (78. miejsce na świecie) i ostatnie są Węgry mające prawie 10 mln obywateli (81. miejsce na świecie). Wszystkie kraje mają podobną gęstość zaludnienia – od najmniejszej, tj. 99,43 osoby na km² w Hiszpanii do największej – 133 osoby na km² w Czechach.

Spośród analizowanych krajów Polska ma najmniejszy Produkt Krajowy Brutto w przeliczeniu na jednego mieszkańca (9300 euro na osobę w roku 2010). Węgrzy wyprzedzają Polskę o 500 euro, a Czesi aż o 4500 euro. Największy PKB per capita (23 100 euro na osobę) występuje w Hiszpanii, ale i tak

jest to poziom poniżej średniej liczonej dla wszystkich krajów Unii Europejskiej (rysunek 1).



Rys. 1. Produkt Krajowy Brutto per capita w roku 2010

Źródło: opracowanie na podstawie danych Eurostat.

Największe procentowe wahania PKB per capita miały miejsce na Węgrzech i właśnie ten kraj, jako jedyny z analizowanej czwórki, zanotował spadek tego wskaźnika o 2,44% w roku 2010 w stosunku do roku 2009. Wszystkie pozostałe kraje powróciły na ścieżkę wzrostu po kryzysie finansowym 2009 roku. Warto również spojrzeć na postępy, jakie zrobiły omawiane państwa od roku 2004, czyli dla trzech z nich roku wstąpienia do UE.

Spośród omawianych krajów największy procentowy przyrost Produktu Krajowego Brutto w przeliczeniu na jednego mieszkańca w latach 2004–2010 miała Polska (prawie dwukrotnie), a najmniejszy Hiszpania (tylko o 17,26%). Wszystkie omawiane kraje znalazły się jednak powyżej średniej unijnej wzrostu liczonej dla 27 krajów, która wynosiła 12,96%. Hiszpania, której PKB per capita jest najwyższy spośród analizowanych krajów, pod względem tego wskaźnika rozwijała się najwolniej, zaś Polska, która ma najniższą wartość PKB per capita, rozwijała się najszybciej. W roku 2004 Czechy weszły

do UE z PKB per capita w wysokości 8600 euro, w przypadku Węgier było to 8200 euro, a Polski – tylko 5300 euro. Po sześciu latach przynależności do UE PKB per capita Czech wzrósł o 5200 euro, Polski o 4000 euro, a Węgier tylko o 1600 euro. W tym samym czasie Hiszpania zanotowała wzrost PKB o 3600 euro.

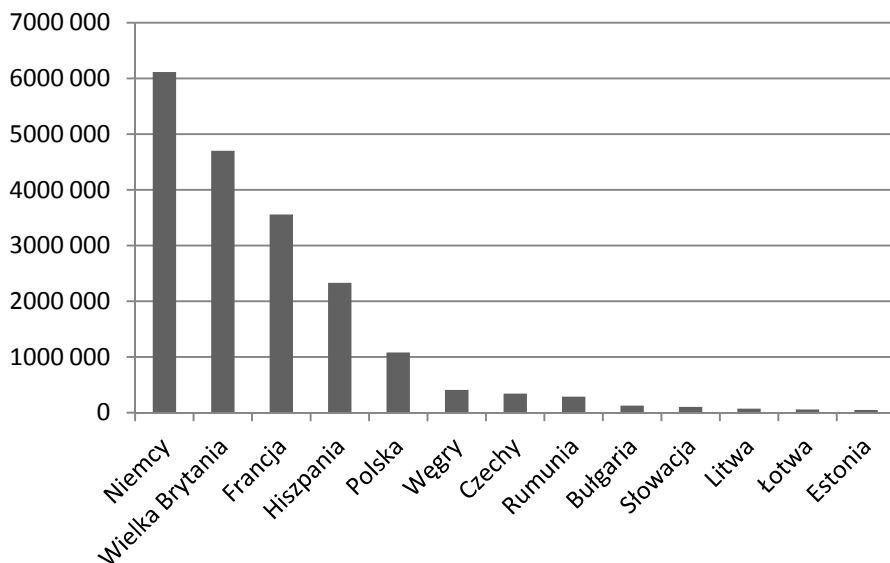
Biorąc pod uwagę inny ważny wskaźnik makroekonomiczny, a mianowicie stopę bezrobocia, można stwierdzić, że najlepiej wypadają Czechy i Polska, dla których bezrobocie kształtuje się poniżej średniej liczonej dla 27 krajów Unii Europejskiej.

Największy wzrost stopy bezrobocia, bo aż o 89,62%, występuje w Hiszpanii – z 10,6% w roku 2004 do 20,1% w roku 2010. Również Węgry nie mają dobrej sytuacji na rynku pracy, stopa bezrobocia wzrosła w latach 2004–2010 o 83,61% – z 6,1% w roku 2004 do 11,2% w roku 2010. Czechy natomiast mogą pochwalić się spadkiem stopy bezrobocia z poziomu 8% do 7%. Największy sukces spośród czterech analizowanych krajów odniosła Polska, w której stopa bezrobocia z bardzo wysokiego poziomu w roku 2004 (19%) spadła do 9,6% w roku 2010. Można to tłumaczyć wyjazdami Polaków w poszukiwaniu pracy za granicę, jak również tworzeniem nowych miejsc pracy dzięki funduszom unijnym na lata 2007–2013, których Polska jest największym beneficjentem.

Patrząc na powyższe dane, można stwierdzić, że najbardziej stabilnie spośród trzech analizowanych krajów Europy Środkowo-Wschodniej żyje się w Czechach (w miarę wysoki PKB per capita, chociaż dużo poniżej średniej unijnej i niskie bezrobocie). W Polsce bezrobocie występuje na dość niskim poziomie, jednak wartość PKB na osobę także jest niska. Jeśli chodzi o Węgry, to ich PKB per capita jest wyższy, jednak odnotowują również wyższe bezrobocie i ujemny wzrost gospodarczy. Sytuacja ekonomiczna Czech jest zatem najbardziej ustabilizowana. Jeśli chodzi o Hiszpanię, to mimo wysokiej wartości Produktu Krajowego Brutto na osobę, występuje tam bardzo wysoka stopa bezrobocia – najwyższa w Unii Europejskiej.

Oprócz omówionych powyżej czynników ekonomicznych, które mają pośredni wpływ na rynek usług turystycznych danego kraju, można wyróżnić wiele czynników społecznych, które również oddziałują na ten rynek. Jednym z nich jest bezpieczeństwo, gdyż turysta przybywający do danego kraju chce się w nim czuć bezpiecznie. Jak wynika z badań przeprowadzonych przez ARC Rynek i Opinia Sp. z o.o., 2% ankietowanych mieszkańców Wielkiej Brytanii nie chciałoby odwiedzić Polski ze względu na rasizm, niebezpieczeństwo

i przestępczość, 3% ankietowanych Francuzów i co piąty Niemiec kojarzy Polskę z oszustwami i kradzieżami².



Rys. 2. Liczba przestępstw zanotowanych przez policję w roku 2010

Źródło: opracowanie na podstawie danych Eurostat.

Pod względem liczby przestępstw Polska zajmujemy drugie miejsce po Hiszpanii (spośród czterech analizowanych krajów), jednak popełnianych jest tu o wiele mniej przestępstw niż w krajach, z których pochodzili respondenci badania przeprowadzonego przez ARC (rysunek 2).

Jeśli zaś liczbę przestępstw odnieść do liczby obywateli danego kraju, to okazuje się, że w Polsce popełnianych jest najmniej przestępstw na 1000 obywateli spośród czterech omawianych krajów. W Wielkiej Brytanii w 2008 roku zanotowano około 77 przestępstw na 1000 obywateli, w Niemczech około 74,

² *Badanie skuteczności kampanii promocyjnej Polski na rynkach zagranicznych: niemieckim, brytyjskim i francuskim przed kampanią*, ARC Rynek i Opinia SP. z o.o., Warszawa, 21 lipca 2011.

we Francji ponad 57, w Hiszpanii 52, na Węgrzech 41, w Czechach 33, zaś w Polsce tylko 28.

W rankingu GPI (Global Peace Index) opracowywanym przez Institute for Economics and Peace, w którym uwzględniane są 22 wskaźniki mierzące bezpieczeństwo życia w danym kraju, najwyższe miejsce spośród analizowanych państw zajmują Czechy, które są na piątej pozycji na świecie. Polska zajmuje 22. pozycję wśród 153 analizowanych krajów (tabela 2).

Tabela 2

Miejsce poszczególnych krajów w rankingu GPI w roku 2011

Państwo	Miejsce w rankingu GPI
Czechy	5
Niemcy	15
Węgry	20
Polska	22
Wielka Brytania	26
Hiszpania	28
Francja	36
Rumunia	40
Litwa	43
Łotwa	46
Estonia	47
Bułgaria	53

Źródło: <http://www.visionofhumanity.org/>.

Można zatem uznać, że Polska na tle innych krajów europejskich jest krajem bezpiecznym.

Kolejną ważną rzeczą dla rynku usług turystycznych może być dostęp do Internetu. Zarówno dla turystów krajowych, jak i zagranicznych (zwłaszcza młodego pokolenia) ważna jest możliwość znalezienia oferty online, a w miejscu pobytu łatwość znajdowania pobliskich atrakcji turystycznych i potrzebnych informacji. Opierając się na raporcie ARC Rynek i Opinia Sp. z o.o., można stwierdzić, że 50% ankietowanych mieszkańców Wielkiej Brytanii, którzy kiedyś odwiedzili Polskę, ocenia dostęp do Internetu i komunikacji w tym

kraju jako dobry lub bardzo dobry; tego samego zdania jest 42% pytanych Francuzów i 31% ankietowanych Niemców³.

Procent gospodarstw domowych mających dostęp do Internetu w Polsce (57%) jest niższy niż średnia liczona dla 27 krajów Unii Europejskiej (61%), ale znajduje się na poziomie Hiszpanii (57%) i jest wyższy niż w Czechach (54%) i na Węgrzech (52%)⁴. Biorąc za wskaźnik poziomu rozwoju ekonomicznego PKB per capita, który jest najniższy w Polsce spośród czterech analizowanych krajów, procent gospodarstw domowych mających dostęp do szerokopasmowego Internetu w Polsce należy uznać za zadowalający.

Kolejnym czynnikiem, który może okazać się ważny dla rynku usług turystycznych, jest edukacja. Można by się pokusić o stwierdzenie, że im wyżej wyedukowany pracownik, tym lepiej obsłużony turysta – zarówno w zakresie usług bezpośrednio o charakterze turystycznym, jak i paraturystycznym.

Pod względem wykształcenia w najlepszej sytuacji spośród analizowanych krajów jest Hiszpania, w której prawie 28,1% osób legitymuje się wykształceniem wyższym. Hiszpania jako jedyna z tych czterech państw przewyższa średnią liczoną dla 27 krajów Unii Europejskiej. Drugie miejsce, chociaż już poniżej średniej, zajmuje Polska, w której 19,8% osób posiada wyższe wykształcenie, trzecią pozycję zajmują Węgry – 17,2% osób z wykształceniem wyższym i ostatnie są Czechy – 14,5% takich osób. Z kolei w rankingu Pisa 2009 przeprowadzonym przez OECD, a dotyczącym umiejętności i przygotowania studentów, Polska zajmuje najwyższe spośród analizowanych krajów miejsce – 15. na świecie; drugie są Węgry zajmujące 26. miejsce, trzecia Hiszpania, która znalazła się na 33. miejscu, a ostatnie są Czechy, zajmując 34. miejsce⁵. Podsumowując, można stwierdzić, że polskie wskaźniki edukacji są najlepsze spośród trzech analizowanych krajów postkomunistycznych.

Ostatnim czynnikiem, który zostanie omówiony, a który bezsprzecznie wpływa na rynek usług turystycznych, jest infrastruktura. Dla turystów niezwykle istotna możliwość łatwego i szybkiego przemieszczania się czy wygodny dostęp do atrakcji turystycznych (nie mówiąc takich podstawowych rzeczach, jak obecność wody i prądu). W rankingu Quality of Overall Infrastructure, który mierzy dostępność do transportu, elektryczności i komunikacji, Polska zajmuje

³ *Badanie skuteczności..., op.cit.*

⁴ Źródło danych – Eurostat.

⁵ <http://www.oecd.org>, 15.09.2011.

74. pozycję na 125 badanych krajów, podczas gdy Hiszpania zajmuje 25. miejsce, Czechy – 36., a Węgry – 47⁶.

Hiszpania posiada 13515 km autostrad i jest to piętnastokrotnie więcej niż w przypadku Polski, która dysponuje tylko 849 km takich dróg. Prawie trzy i półkrotnie od nas mniejsze Węgry mają półtorakrotnie więcej kilometrów autostrad (1273 km). Czechy posiadają tylko 729 km autostrad, ale biorąc pod uwagę ich prawie czterokrotnie mniejszą od Polski powierzchnię, można ten stan uznać za całkiem zadowalający. Na każde 1000 km² powierzchni Hiszpanii przypada 26,814 km autostrad, na Węgrzech – 13,684 km, w Czechach – 10,765 km, a w Polsce tylko 2,715 km. Czechy mające ponad 3,5-krotnie mniejszą liczbę ludności przewożą transportem kolejowym tylko o 38% mniej pasażerów niż koleje polskie. Hiszpania posiada 42 lotniska z roczną liczbą pasażerów sięgającą prawie 154 mln osób, Polska zaś ma 10 lotnisk, na których w 2009 roku zanotowano ruch pasażerski równy prawie 18,5 mln osób. Czechy posiadają tylko pięć lotnisk, ale ruch pasażerski na nich wynosi 12,5 mln osób. Węgry dysponują tylko trzema lotniskami z liczbą pasażerów niewiele ponad 8 mln. Analizując powyższe dane, można zauważyć, że Polska charakteryzuje się zdecydowanie najgorszą infrastrukturą transportową wśród analizowanych czterech krajów.

Ostatnim omówionym w tym artykule czynnikiem wpływającym na popyt turystyczny jest stan środowiska naturalnego i liczbowe, pobieżne zestawienie walorów posiadanych przez cztery analizowane kraje.

Polska posiada 13 obiektów wpisanych na Listę światowego dziedzictwa UNESCO i 23 parki narodowe, zajmując w rankingu EPI (Environmental Performance Index 2010) 63. miejsce na 163 badane kraje⁷. Czechy posiadają 12 obiektów wpisanych na Listę światowego dziedzictwa UNESCO, cztery parki narodowe i liczne uzdrowiska i w rankingu EPI znajdują się na bardzo wysokiej 22. pozycji. Węgry mając osiem obiektów wpisanych na Listę światowego dziedzictwa UNESCO, 10 parków narodowych i liczne uzdrowiska, w rankingu EPI znajdują się na 33. pozycji. Hiszpania posiada 43 obiekty wpisane na listę światowego dziedzictwa UNESCO i 4 parki narodowe. W rankingu EPI znajduje się ona na 25. pozycji. Z przytoczonych danych wynika, że pod względem

⁶ Worlds Economic Forum, 16.09.2011.

⁷ <http://epi.yale.edu/>, 16.09.2011.

stanu środowiska Polska zajmuje najgorszą pozycję spośród czterech analizowanych krajów.

2. Strona popytowa rynku usług turystycznych

Kolejną kwestią wartą przeanalizowania jest ruch turystyczny obywateli danego kraju z uwzględnieniem liczby turystów danego kraju, czyli liczby osób biorących udział w danym okresie w podróżach turystycznych i liczbę odbywanych przez obywateli danego kraju podróży w określonym czasie.

We wszystkich badanych krajach występuje sezonowość turystyki, a największa liczba turystów przypada na trzeci kwartał każdego roku. Z racji tego, że w Hiszpanii i Polsce mieszka dużo więcej ludzi niż w Czechach i na Węgrzech, liczba turystów z tych krajów jest większa. Jeśli jednak policzyć liczbę turystów przypadających na 1000 mieszkańców danego kraju, to dane te wyglądają zupełnie inaczej – Czechy zajmują pierwsze miejsce, drugie Hiszpania, a Polska jest ostatnia. Można jednak zauważyć, że różnica pomiędzy tymi czterema państwami, w liczbie turystów danego kraju przypadających na 1000 mieszkańców znacznie zmalała od roku 2004. W trzecim kwartale 2004 roku na 1000 czeskich obywateli przypadało 675 czeskich turystów, na 1000 Węgrów 315 węgierskich turystów, na 1000 Hiszpanów 278 hiszpańskich turystów i na 1000 Polaków tylko 209 polskich turystów. Jeśli chodzi o trzeci kwartał 2010 roku, to nie ma danych odnośnie Hiszpanii, natomiast na 1000 Czechów przypadało 309 czeskich turystów, na 1000 Polaków – 277 polskich turystów i na 1000 obywateli Węgiei przypadało 266 węgierskich turystów. Porównując trzeci kwartał roku 2009 i 2004, należy zauważyć, że liczba krajowych turystów w Hiszpanii wzrosła o 31,61%, w Polsce o 22,56%, w Czechach zaś spadła o 31,62% i na Węgrzech o 17,76%. Dane dla Hiszpanii kończą się na ostatnim kwartale 2009, ale można podejrzewać, że wraz z kryzysem gospodarczym i dużym bezrobociem musiała spaść liczba turystów hiszpańskich. Podobną sytuację obserwuje się na Węgrzech – kryzys, wzrost bezrobocia i ujemny wzrost gospodarczy ograniczają liczbę węgierskich turystów. Niejasne jest sytuacja Czech, których gospodarka po delikatnym załamaniu w 2009 roku wydaje się najbardziej stabilna, a liczba turystów czeskich spada nieprzerwanie od roku 2007. Liczba polskich turystów wolno rośnie z roku na rok, z lekkim

spadkiem w roku 2009 i wydaje się jej „nie przeszkadzać” żaden kryzys ogólnosiwiatowy.

Pod względem liczby turystów wyjeżdżających na dłużej niż cztery dni przypadających na 1000 obywateli danego kraju pierwsze miejsce zajmują Czechy, w przypadku których w trzecim kwartale 2009 roku na 1000 osób przypadało 339 czeskich turystów. Drugie miejsce zajęła Hiszpania, gdzie na 1000 obywateli przypadało w tym samym czasie 260 hiszpańskich turystów. W Polsce na 1000 osób przypadało 192 polskich turystów i ostatnie miejsce zajęły Węgry, gdyż na 1000 osób w tym kraju przypadało tylko 114 węgierskich turystów. W Czechach w 2010 roku nastąpił duży spadek wyjeżdżających, natomiast w Polsce niewielki wzrost. Porównując trzeci kwartał 2004 roku z trzecim kwartałem 2009 roku, należy zauważyć, że liczba turystów danego kraju wzrosła w Hiszpanii o 28,06%, w Polsce o 20,33% i w Czechach o 2,57%, natomiast na Węgrzech spadła o 45,59%. Jednak rok 2004 był rokiem szczególnym z powodu wejścia Węgier do Unii Europejskiej, kiedy nastąpił chwilowy wzrost wyjazdów, a potem wszystko wróciło do normy.

Drugim miernikiem popytu turystycznego są wydatki turystyczne, czyli wydatki poprzedzające podróż, niezbędne do jej przygotowania i podjęcia, ponoszone w trakcie podróży i pobytu oraz wydatki związane z podróżą poniesione po jej zakończeniu⁸.

Na podróże wakacyjne zdecydowanie najczęściej wydają Hiszpanie, a najmniej Węgrzy. Polacy i Czesi wydają mniej więcej tyle samo, mimo przecież znacznej różnicy w liczbie mieszkańców obu krajów. Polacy wydają więcej od Czechów na wyjazdy krajowe i znacznie od nich mniej na wyjazdy zagraniczne.

Porównując trzeci kwartał roku 2004 z trzecim kwartałem roku 2010, można stwierdzić, że wydatki ogółem na wyjazdy wakacyjne z co najmniej jednym noclegiem wzrosły we wszystkich badanych krajach – w Czechach o 31,36%, w Hiszpanii o 32,88%, na Węgrzech o 2,93% i w Polsce o 39,67%. Wydatki na wyjazdy krajowe w porównywanych trzecich kwartałach lat 2004 i 2010 zmalały tylko na Węgrzech o 7,17%, a wzrosły w Czechach o 17,62%, w Hiszpanii o 14,31% i w Polsce o 67,64%. Największy wzrost wydatków na wakacje zagraniczne nastąpił w Hiszpanii – ponad dwukrotny, drugie miejsce zajęły Czechy (38,13-procentowy wzrost), trzecie Węgry (13,73-procentowy wzrost), natomiast Polska zanotowała spadek tych wydatków o 4,75%.

⁸ *Ekonomika turystyki*, red. Aleksander Panasiuk, PWN, Warszawa 2007.

Największe wydatki na jedną podróż z co najmniej czterema noclegami ponoszą Hiszpanie – w 2009 roku było to 431 euro; drugie miejsce zajmują Czesi (295 euro), trzecie Węgrzy (221 euro) i ostatnie Polacy (tylko 186 euro). Wydatki poniesione na jedną długą podróż w roku 2009 były wyższe w stosunku do 2004 – w Czechach o 27,46%, w Hiszpanii o 0,58%, na Węgrzech o 21,54% i w Polsce o 44,66%.

Jeśli chodzi o przyjazdy turystów zagranicznych do analizowanych krajów, to w 2010 roku Czechy odwiedziło 6 334 000 turystów, czyli o około 300 000 więcej niż w roku 2009 i 300 000 mniej niż w roku 2008. Do Hiszpanii w tym samym roku przyjechało 52 677 000 turystów, tj. o 500 000 więcej niż w roku 2009 i o 500 000 mniej niż w roku 2008. Węgry gościły w 2010 roku 9 510 000 turystów – o 500 000 więcej niż w roku 2009 i o 700 000 więcej niż w roku 2008. Polska w 2010 roku przyjęła 12 470 000 turystów, czyli o 500 000 więcej niż w roku 2009 i o 500 000 mniej niż w roku 2008. Turyści przybywający do Hiszpanii stanowili 11,1% wszystkich turystów międzynarodowych w Europie, udział Polski wyniósł 2,6%, Węgier – 2%, a Czech – 1,3%⁹.

Największe wpływy z turystyki międzynarodowej w 2010 roku miała Hiszpania (52 525 mln USD) i były one niższe niż w roku 2009 o 1,23% i niższe niż w roku 2008 o 14,77%. Udział wpływów Hiszpanii z turystyki międzynarodowej wśród krajów europejskich stanowił 12,9%. Drugie miejsce zajmowała Polska, która w roku 2010 miała 9 446 mln USD wpływów z turystów zagranicznych, czyli o 4,83% więcej niż w roku 2009 i o 17,73% mniej niż w roku 2008. Udział Polski w przychodach z turystyki międzynarodowej w Europie to 2,3%. Trzecie miejsce zajmowały Czechy z przychodem z turystyki międzynarodowej w roku 2010 równym 6 671 mln USD; wielkość ta była o 2,98% wyższa niż w roku 2009 i niższa o 10,12% niż w roku 2008. Udział Czech w europejskich przychodach z turystyki międzynarodowej to 1,6%. Ostatnie miejsce zajęły Węgry z wpływami z turystyki międzynarodowej na poziomie 5 381 mln USD w 2010 roku, czyli niższymi o 4,44% niż w roku 2009 i niższymi o 9,33% niż w roku 2008. Udział przychodów Węgier w przychodach z turystyki międzynarodowej Europy stanowił 1,3%¹⁰.

⁹ Dane pochodzą z UNWTO.

¹⁰ Dane pochodzą z UNWTO.

Uwagi końcowe

W tej bardzo skróconej analizie danych statystycznych dotyczących strony popytowej rynku usług turystycznych Hiszpanii, Czech, Polski i Węgier można zauważyć, że sytuacja społeczna i ekonomiczna ma olbrzymi wpływ na ten rynek. Kryzys finansowy roku 2008 staje się widoczny w danych z roku 2009 dotyczących krajowego popytu turystycznego w odniesieniu do wszystkich analizowanych krajów za wyjątkiem Polski. Jeśli chodzi o turystykę przyjazdową, wszystkie omawiane kraje zanotowały znaczny spadek dochodów związany z międzynarodowym kryzysem.

ECONOMIC AND SOCIAL FACTORS DETERMINE TOURISM MARKET IN CZECH REPUBLIC, HUNGARY, POLAND AND SPAIN – VERY SHORT DESCRIPTION OF DEMAND SIDE OF THIS MARKET

Summary

Czech Republic, Hungary and Poland are three post-communist countries which have the best tourism rating among the western countries. First two countries are very small with not very big number of inhabitants, therefore to compare social and economic determinants impact on tourism demand, Spain was taken as a country comparable with Poland. In the article author discussed the factors very important for tourism market such as: GDP per capita, unemployment, public safety, education, access to the Internet, transport infrastructure and environmental conditions. Further, there were also presented basic measures of tourism demand like number of tourists, number of trips and expenses on tourism for domestic trips, outbound trips and foreign tourists' arrivals for each of the four countries analyzed. As a final conclusion of the article, we can assume that economic and social factors have critical impact on the demand side of tourism market, what might be visible for tourism data in 2009, while financial crisis is on.

Translated by Anetta Majchrzak-Jaszczyk