

INSTYTUT TURYSTYKI

ROCZNIK

CENTRALNEGO PROGRAMU
BADAŃ PODSTAWOWYCH 08.06

**TURYSTYKA
JAKO CZYNNIK ROZWOJU
SPOŁECZNO-GOSPODARCZEGO**

Wyniki badań z lat 1986-1989 w grupie tematycznej V

**TURYSTYKA W ROZWOJU
GOSPODARCZYM KRAJU.
DOSKONALENIE FUNKCJONOWANIA
GOSPODARKI TURYSTYCZNEJ**

WARSZAWA 1992

INSTYTUT TURYSTYKI

ROCZNIK

CENTRALNEGO PROGRAMU
BADAŃ PODSTAWOWYCH 08.06

TURYSTYKA JAKO CZYNNIK ROZWOJU SPOŁECZNO-GOSPODARCZEGO

Wyniki badań z lat 1986-1989 w grupie tematycznej V

TURYSTYKA W ROZWOJU
GOSPODARCZYM KRAJU.
DOSKONALENIE FUNKCJONOWANIA
GOSPODARKI TURYSTYCZNEJ

338.48

WARSZAWA 1992

Redakcja naukowa: prof. dr hab. Stefan Bosiacki

Recenzent opracowania: doc. dr hab. W. Kazimierz Rogoziński



7525

Wyniki badań z lat 1980-1989 w grupie tematycznej V

GOSPODARSTWO TURYSTYCZNE
DOSKONALENIE FUNKCJONOWANIA
GOSPODARSTWA KRAJU
TURYSTYKA W ROZWOJU

332.42

WARSZAWA 1992

WSTĘP

Przystępując w 1986 r. do realizacji Centralnego Programu Badań Podstawowych 08.06.: *Turystyka jako czynnik rozwoju społeczno-gospodarczego* kierowano się słusznym założeniem, że mimo znacznego zaangażowania potencjału badawczego nie rozwiązano jeszcze wielu podstawowych problemów polskiej turystyki. Odnosi się to zarówno do problemów społecznych i przestrzennych, jak ekonomicznych, które mają ostatnio znaczenie szczególne, związane z tworzeniem w Polsce nowego ładu gospodarczego.

Należy podkreślić, że obecny stan badań nad znaczeniem turystyki w rozwoju gospodarczym kraju absolutnie nie wystarcza do prowadzenia aktywnej polityki turystycznej, do tworzenia podstaw nowoczesnego „przemysłu turystycznego” w Polsce.

Biorąc pod uwagę te niedostatki informacyjne oraz opinię Banku Światowego, że turystyka może się stać w Polsce jedną z trzech najbardziej efektywnych dziedzin gospodarczych (po gospodarce żywnościowej i ochronie środowiska naturalnego), podjęto w 1986 r. w ramach wspomnianego Programu 08.06. kompleksowe badania nad miejscem i znaczeniem turystyki w polskiej gospodarce, prowadzające się najogólniej do poszukiwania dróg zwiększenia ekonomicznej efektywności funkcjonowania gospodarki turystycznej.

Niniejsze opracowanie stanowi pewnego rodzaju syntezę wyników wieloletnich badań nad doskonaleniem systemu funkcjonowania polskiej gospodarki turystycznej, przy czym pomieszczono w nim wyniki niektórych tylko zrealizowanych zadań badawczych; wyniki pozostałych prezentowane są w odrębnych monografiach¹.

Z tego względu artykuły zamieszczone w tym tomie odnoszą się do dwóch istotnych problemów współczesnej gospodarki turystycznej: mechanizmów ekonomicznych stymulujących wzrost jej efektywności oraz efektywnych metod i technik badań i analiz rynku turystycznego.

Opracowanie składa się z dwóch wzajemnie uzupełniających się części.

W pierwszej zamieszczono rozważania dotyczące badania i analizy rynku turystycznego, zarówno jego strony popytowej, jak i podaźowej, oraz cen. Tę część pracy otwiera artykuł zespołu, który realizował w latach 1986-1989 badania w ogólnopolskim panelu gospodarstw domowych, zawierający najistotniejsze wnioski metodyczne oraz najciekawsze wyniki badań. Potwierdziła się teza o bardzo dużej przydatności badań panelowych jako źródła informacji dla

¹ W formie opracowań monograficznych ukazały się lub ukażą następujące syntezy badań: J. Prudzienica: *Badanie ekonomicznych skutków rozwoju turystyki*; S. Bosiacki i zesp.: *Badanie rynku turystycznego metodą panelu gospodarstw domowych*; G. Gołemb-ski: *Funkcjonowanie przedsiębiorstw na polskim rynku turystycznym*; W. Otta: *Możliwości doskonalenia podstaw funkcjonowania turystyki zagranicznej*; J. Raciborski: *Wpływ odpowiedzialności za nienależyte wykonanie usług turystycznych na efektywność ich świadczenia*; J. Szczygielski: *Rynek kwater prywatnych w Polsce*.

analiz rynku turystycznego. W artykule zawarto także wiele cennych uwag dotyczących samej organizacji tego typu badań.

Kolejny artykuł, autorstwa Józefa Garczarczyka i Marka Mocka, jest poświęcony ekonometrycznej analizie wpływu wybranych czynników na kształtowanie się popytu turystycznego. Zbudowane modele ekonometryczne mogą być wykorzystane przy konstruowaniu krótkookresowych prognoz kształtowania się popytu na usługi turystyczne.

Bardzo interesujące są rozważania Ryszarda Gałęckiego o podaży usług noclegowych jako elementu rynku usług turystycznych. Autor dokonał krytycznej oceny obecnego stanu hotelarstwa w Polsce i na tej podstawie sformułował propozycje zmian.

Konieczność stosowania nowoczesnych technik badawczych w sferze turystyki potwierdza treść kolejnego artykułu Józefa Garczarczyka, poświęconego metodzie testu koniunktury i jej przydatności w badaniu rynku turystycznego.

Drugi blok tematyczny obejmuje cztery artykuły poświęcone problemowi efektywności ekonomicznej w sferze turystyki. Problematyka ekonomicznej efektywności inwestycji hotelowych została omówiona bardzo szczegółowo i krytycznie w opracowaniu Jolanty Witulskiej, które zawiera również konkretne propozycje nowej metodyki oceny efektywności ekonomicznej inwestycji hotelowych. Można sądzić, że te propozycje okażą się przydatne w podejmowanych obecnie przedsięwzięciach inwestycyjnych w polskim hotelarstwie. Kolejne dwa opracowania, autorstwa Barbary Marcinkowskiej i Bogusława Guzika, koncentrują się na badaniu kosztów własnych podmiotów gospodarczych działających w turystyce. W artykułach dokonano oceny obecnego systemu mierzenia kosztów działalności przedsiębiorstw turystycznych oraz wpływu ich poziomu i struktury na efektywność gospodarowania. W analizie wykorzystano ekonometryczne modele kształtowania się kosztów jednostkowych dla określenia efektów gospodarnościowych w przedsiębiorstwach turystycznych.

W artykule Stanisława Nowaka przedmiotem analizy są majątek i efektywność ekonomiczna przedsiębiorstw turystycznych. W opracowaniu przedstawiono wyniki międzyzakładowej analizy działalności wybranych przedsiębiorstw, dokonanej przy zastosowaniu indeksów nakładów i efektów.

Można mieć nadzieję, że wnioski zawarte w wymienionych artykułach staną się przydatne zarówno do dalszych prac badawczych nad poszczególnymi problemami, jak dla bieżącej polityki turystycznej i dla poszczególnych przedsiębiorstw. Zastosowane w badaniach nowatorskie podejścia do rozwiązywania problemów oraz nowe metody i techniki badawcze pozwoliły znaleźć sposoby zwiększenia efektywności funkcjonowania polskiej gospodarki turystycznej.

Stefan Bodzicki

Adam Werszler

Instytut Turystyki, Poznań

BADANIE I ANALIZA RYNKU TURYSTYCZNEGO METODĄ PANELU GOSPODARSTW DOMOWYCH SYNTEZA WYNIKÓW BADAŃ Z LAT 1986-1989¹

Wstęp

Przez cztery dziesięciolecia powojennego istnienia Polski statystyka masowa w naszym kraju, w postaci różnorodnych obligatoryjnych sprawozdań Głównego Urzędu Statystycznego, zdawała się w pełni zaspokajać potrzeby informacyjne zgłaszane przez centralne i terenowe ośrodki decyzyjne, a także (choć

CZĘŚĆ PIERWSZA

Taki system informacyjnego zasilań gospodarki turystycznej był w miarę wystarczający w warunkach scentralizowanego, nakazowego systemu zarządzania gospodarką, gdy ramy funkcjonowania jednostek turystycznych i innych działających w obsłudze ruchu turystycznego były wyznaczone przez ankazy,

ANALIZA I OCENA

RYNKU USŁUG TURYSTYCZNYCH

W POLSCE

w latach 1986-1989

W ostatnich latach (ostatnich kilkunastu lat) w naszym kraju (państwie) pojawiły się symptomy charakterystyczne dla gospodarki rynkowej, co sprzyjało powstawaniu przedsiębiorstw i organizacji turystycznych napotykać na barierę popytu w sprzedaży swoich usług, co sprawia, że konsument-turysta z bliżej nie określonego podmiotu staje się dla tych jednostek kimś pożądanym, czyje cechy charakterystyczne, preferencje i oczekiwania są elementami coraz częściej dostrzeganymi w procesie tworzenia oferty usługowej.

Trzeba podkreślić, że w ostatnich latach wyraźnie wzrosła liczba zmierzających objaśniających wielkość i strukturę popytu na usługi turystyczne, przy czym coraz większego znaczenia nabierają w tym względzie tzw. czynniki psychologiczne (subiektywne), wymykające się rutynizowanej oficjalnej sprawozdawczości statystycznej.

Wdrażaniu do gospodarki turystycznej zasad i mechanizmów parametrycznego zarządzania oraz elementów gospodarki rynkowej nie towarzyszą równolegle zmiany w systemie rejestrowania informacji służących podejmowaniu bieżących i przyszłych decyzji gospodarczych.

¹ W latach 1986-1989 badania panelowe realizowali: Stefan Bodzicki i Adam Werszler, do których w 1989 r. dołączyła Stefania Racińska-Rosowska.

Stefan Bosiacki

Adam Werschler

Instytut Turystyki, Poznań

BADANIE I ANALIZA RYNKU TURYSTYCZNEGO METODĄ PANELU GOSPODARSTW DOMOWYCH. SYNTEZA WYNIKÓW BADAŃ Z LAT 1986-1989¹.

Wstęp

Przez cztery dziesięciolecia powojennego istnienia Polski statystyka masowa w naszym kraju, w postaci różnorodnych obligatoryjnych sprawozdań Głównego Urzędu Statystycznego, zdawała się w pełni zaspokajać potrzeby informacyjne zgłaszane przez centralne i terenowe ośrodki decyzyjne, a także (choć w nieco skromniejszym zakresie) potrzeby przedsiębiorstw i organizacji turystycznych w tym względzie.

Taki system informacyjnego zasilania gospodarki turystycznej był w miarę wystarczający w warunkach scentralizowanego, nakazowego systemu zarządzania gospodarką, gdy ramy funkcjonowania jednostek turystycznych i innych działających w obsłudze ruchu turystycznego były wyznaczone przez nakazy, odgórne zalecenia i wytyczne centralnego organu sterowania turystyką i, co gorsze, decyzje rządzącej partii politycznej.

Jednak począwszy od 1982 r. sytuacja w turystyce zmieniła się dość istotnie. Wskutek radykalnych przeobrażeń w sferze zarządzania gospodarką narodową, wdrażania nowych systemowych rozwiązań ekonomicznych, wyraźnych zmian w sytuacji ekonomicznej znacznej części społeczeństwa, na rynku usług turystycznych (zwłaszcza w turystyce krajowej) pojawiły się symptomy charakterystyczne dla rynku konsumenta. Coraz częściej przedsiębiorstwa i organizacje turystyczne napotykają na barierę popytu w sprzedaży swoich usług, co sprawia, że konsument-turysta z bliżej nie określonego podmiotu staje się dla tych jednostek kimś pożądanym, czyje cechy charakterystyczne, preferencje i oczekiwania są elementami coraz częściej dostrzeganymi w procesie tworzenia oferty usługowej.

Trzeba podkreślić, że w ostatnich latach wyraźnie wzrosła liczba zmiennych objaśniających wielkość i strukturę popytu na usługi turystyczne, przy czym coraz większego znaczenia nabierają w tym względzie tzw. czynniki psychologiczne (subiektywne), wymykające się zrutynizowanej oficjalnej sprawozdawczości statystycznej.

Wdrażaniu do gospodarki turystycznej zasad i mechanizmów parametrycznego zarządzania oraz elementów gospodarki rynkowej nie towarzyszą równoległe zmiany w systemie rejestrowania informacji służących podejmowaniu bieżących i przyszłych decyzji gospodarczych.

¹ W latach 1986-1989 badania panelowe realizowali: Stefan Bosiacki i Adam Werschler, do których w 1989 r. dołączyła Stefania Raciborska-Rekowska.

Zdając sobie sprawę z niedostatków obecnego systemu informacji o rynku usług turystycznych, szczególnie zaś o najistotniejszym jego elemencie: popycie, oraz biorąc pod uwagę konieczność wdrażania nowych, efektywniejszych metod i technik badawczych, zespół pracowników poznańskiego oddziału Instytutu Turystyki podjął się prowadzenia w ramach Centralnego Programu Badań Podstawowych 08.06 *Turystyka jako czynnik rozwoju społeczno-gospodarczego* dynamicznych, powtarzalnych obserwacji zjawisk i procesów zachodzących na rynku usług turystycznych przy wykorzystaniu metody panelu konsumentów¹.

Badania panelowe zrealizowano w latach 1986-1989; łącznie wykonano 5 badań ankietowych wśród reprezentacji 3487 gospodarstw domowych (miejskich i wiejskich), zlokalizowanych w 17 losowo dobranych jednostkach terytorialnych (województwach).

Założony panel gospodarstw domowych składał się z dwóch populacji: próby podstawowej, obejmującej 2000 gospodarstw domowych, i tzw. próby rezerwowej składającej się z 1487 respondentów, których dołosowywano do próby podstawowej w przypadkach ubytków². Przeprowadzono cztery badania w formie wywiadów bezpośrednich oraz jedno badanie ankietowe przy zastosowaniu pocztowej techniki zbierania informacji. Kilkuletnia obserwacja rynku usług turystycznych, głównie jego strony popytowej, pozwoliła zespołowi autorskiemu zgromadzić wiele interesujących danych o preferencjach i motywach postępowania konsumentów na omawianym rynku, czynnikach kształtujących popyt turystyczny, o jego wielkości i strukturze, znaczeniu funduszy socjalnych w finansowaniu uczestnictwa ludności w turystyce itd. W wywiadach ankietowych uwzględniono również niektóre problemy podaży usług turystycznych i cen.

Wyniki badań panelowych były opracowywane przy wykorzystaniu techniki komputerowej, co pozwoliło uzyskać wiele bardzo ciekawych korelacji między badanymi zmiennymi. Prezentowane tu rozważania i wyniki stanowią swego rodzaju syntezę tych kilkuletnich badań, w której pokazano równolegle dwa aspekty panelu: poznawczy i metodologiczny. Oczywiście, to pierwsze spojrzenie dominuje w naszych rozważaniach, ale aspekt metodologiczny³ jest również wyraźnie przedstawiony.

¹ Przez badania panelowe rozumiemy tu badania ankietowe powtarzalne wśród jednostek (konsumentów) o stałej strukturze odpowiadającej populacji generalnej, pozwalające na analizy porównawcze i mające na celu ustalenie tendencji rozwojowych.

² Szeroką prezentację panelu czytelnik znaleźć może w artykule S. Bosiackiego: *Panel gospodarstw domowych w badaniu i analizie rynku turystycznego*. Rocznik CPBP 08.06. Warszawa Instytut Turystyki 1990.

³ Ze względu na bogatą i niejednokrotnie opisywaną metodologię badań panelowych przyjęto świadomie, że będzie ona w niniejszym artykule na dalszym planie.

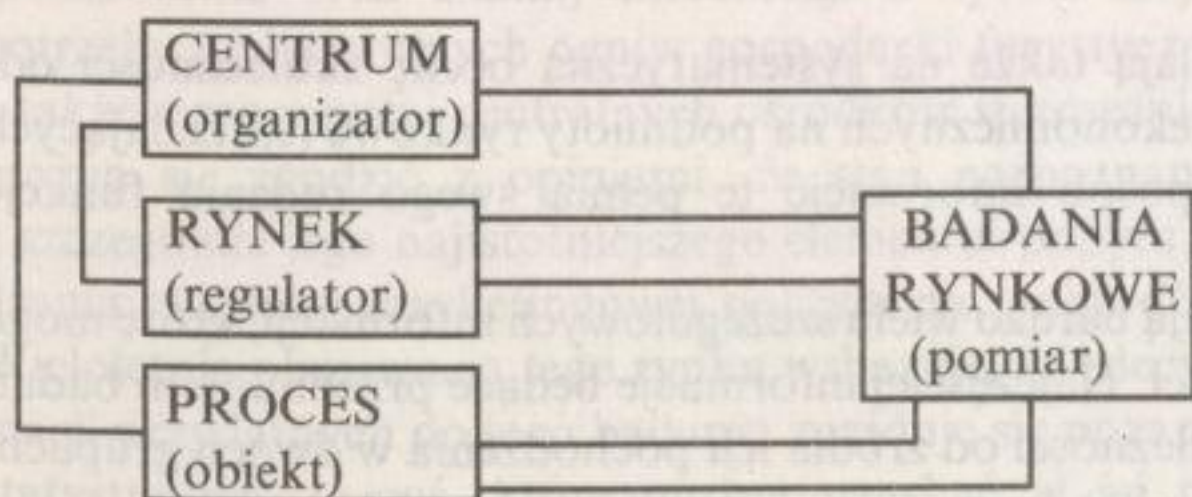
1. Miejsce badań rynkowych w systemie funkcjonowania gospodarki turystycznej

Jak już uprzednio stwierdziliśmy, podejmowanie decyzji gospodarczych wymaga stałego dopływu informacji. Dotyczy to również decyzji rynkowych. W przypadku konieczności rozwiązania problemu rynkowego, kiedy istnieje wiele wariantów decyzyjnych, niezbędne jest zebranie odpowiednich informacji w celu wybrania optymalnego. Jak z tego wynika, między procesem decyzyjnym a informacją¹ istnieje bezpośrednie i ścisłe powiązanie. Coraz częściej akcentuje się konieczność systemowego podejścia do badań rynku, podejścia zakładającego rozpatrywanie problemu informacji rynkowej w powiązaniu z procesami zarządzania rynkiem². W system zarządzania rynkiem są bowiem wkomponowane podsystemy informacji rynkowej, które dostarczają odpowiednich danych zarówno organom zarządzania i sterowania gospodarką narodową, jak uczestnikom procesów rynkowych.

Warto podkreślić, że treść i funkcje badań rynkowych wyznacza system funkcjonowania gospodarki. Najczęściej wyróżnia się trzy szczeble w procesie sterowania gospodarką:

1. Organizator procesów gospodarowania = centrum sterujące
2. Rynek jako regulator tych procesów
3. Proces jako obiekt regulacji i sterowania³.

Między obiektem regulacji a centrum sterowania istnieją ścisłe powiązania informacyjne, związane z realizacją funkcji zarządzania, które polegają na wyznaczaniu celów oraz środków ich osiągnięcia. Między centrum a układem rynkowym występują również powiązania informacyjne, te jednak są związane z centralizacją funkcji kierowania. Powiązania informacyjne występują także między rynkiem a obiektem regulowanym: mają one charakter informacyjno-zasileniowy (rys. 1).



Rys. 1. Badania rynku w systemie funkcjonowania gospodarki.

¹ W opracowaniu za informację uważa się „każdą treść, będącą opisem, poleceniem, zaleceniem itp. przekazaną przez nadawcę, którym może być dowolna rzecz lub osoba, do odbiorcy”. Por. J. Gościński: *Elementy cybernetyki w zarządzaniu*. Warszawa 1968.

² R. Głowacki, J. Kramer, L. Żabiński: *Analiza rynku*. Warszawa 1987, s. 34.

³ Por. S. Mynarski: *Mechanizmy sterowania procesami realnymi w układzie rynkowym*. Roczniki IHW 1976 nr 3, s. 24-26.

Badania rynkowe pełnią wielorakie funkcje w systemie gospodarczym. Z jednej strony zasilają centrum sterujące w informacje niezbędne do podejmowania decyzji, z drugiej zaś oddziałują bezpośrednio na przebieg procesów gospodarczych, czyli na następujące po sobie w określonym miejscu i czasie fakty gospodarcze (zjawiska przeszłe i przyszłe) w dziedzinie produkcji i jej podziału¹.

Odzwierciedlenie procesów występujących w gospodarce odbywa się poprzez zbieranie i analizowanie danych. W zależności od charakteru i funkcji informacji oraz rodzaju źródła informacji, ich przydatność w badaniach rynku jest zróżnicowana.

Tak więc uwzględniając funkcje, jakie informacje powinny pełnić w procesie sterowania gospodarką, w tym turystyczną, można wyodrębnić następujące grupy:

- 1) informacje o charakterze opisowym,
- 2) informacje planistyczne,
- 3) dane o charakterze regulacyjnym (pobudzające i motywacyjne),
- 4) dane kontrolne (umożliwiające ocenę skuteczności oddziaływania parametrów rynkowych, np. cen, podatków).

Jeśli chodzi o pierwszą grupę informacji, to badania rynku powinny dostarczać danych o przeszłym lub aktualnym stanie poszczególnych elementów rynku (popycie, cenach, podaży).

Badania rynku dostarczają również informacji planistycznych, odnoszących się przede wszystkim do popytowej strony rynku, takich jak przewidywana wielkość i struktura ruchu turystycznego, poziom i struktura zapotrzebowania ludności na dobra i usługi turystyczne. Ta grupa informacji, aczkolwiek ma w pewnym stopniu również charakter opisowy, jest przede wszystkim podstawowym materiałem planistycznym w gospodarce turystycznej.

Informacje o charakterze regulacyjnym (pobudzające i motywacyjne) są w mniejszym zakresie przedmiotem badań rynku, chociaż niektóre dane tego rodzaju są przedmiotem analiz podażowej strony rynku, np. problematyka cen, podatków.

Badania rynku pozwalają także na systematyczną ocenę skuteczności oddziaływania parametrów ekonomicznych na podmioty rynkowe (sprzedających i kupujących). W ten sposób informacje te pełnią swego rodzaju funkcję kontrolną.

Badania rynku wymagają bardzo wielu szczegółowych informacji, które mogą pochodzić z różnych źródeł. Najczęściej informacje będące przedmiotem badań rynku klasyfikuje się w zależności od źródła ich pochodzenia w dwóch grupach: jako wyczerpujące (całkowite) i niewyczerpujące (częściowe)².

W badaniach rynku bardzo często wykorzystuje się niewyczerpujące źródła informacji, zwłaszcza wtedy, gdy z różnych względów niemożliwe jest przeprowadzenie badań całkowitych, np. gdy zbiorowość jest zbyt duża, posiadane środki materialne nie pozwalają na realizację badań.

¹ Por. *Mala encyklopedia ekonomiczna*. Warszawa 1974, s. 637.

² Por. K. Zajac: *Zarys metod statystycznych*. Warszawa 1976, s. 59.

Wśród licznych niewyczerpujących źródeł informacji wyróżnia się najczęściej następujące rodzaje:

- badanie reprezentacyjne,
- badanie monograficzne,
- badanie ankietowe, testy¹.

W praktyce badań rynku najczęściej spotyka się takie niewyczerpujące źródła, jak: budżety rodzinne, jednorazowe badania ankietowe, panele konsumentów i gospodarstw domowych.

Obecny system informacyjny w gospodarce turystycznej wynika z doraźnych, zmieniających się potrzeb zarówno nadawców, jak i odbiorców informacji, co w efekcie uniemożliwia sprawne zarządzanie turystyką.

Statystyka masowa w postaci obligatoryjnej sprawozdawczości statystycznej przez długi czas zaspokajała potrzeby informacyjne w sferze kształtowania rynku turystycznego, szczególnie w sytuacji stosunkowo niskich dochodów ludności i małej zmienności popytu na dobra i usługi turystyczne.

Przemiany, jakie dokonały się w ostatnich latach w turystyce, zwłaszcza zaś wprowadzenie zdecentralizowanego, parametrycznego systemu zarządzania tą sferą działalności gospodarczej, a także zmiany dokonujące się w zapotrzebowaniu społecznym na wypoczynek turystyczny, spowodowały konieczność innego podejścia do badań i analiz rynku turystycznego. Między innymi już teraz obserwuje się w licznych rodzajach turystyki, np. krajowych wycieczkach turystyczno-krajoznawczych, tworzenie się sytuacji rynku nabywcy (konsumenta), a więc nowej jakościowo sytuacji, wymagającej określonych zasilení informacyjnych. Jednocześnie widać na rynku turystycznym powiększenie się liczby zmiennych decydujących o popycie turystycznym, szczególnie zaś wzrost znaczenia czynników psychologicznych (subiektywnych), wymykających się zrutynizowanej, oficjalnej sprawozdawczości statystycznej.

W związku z tym pilne stało się zastosowanie nowych technik i metod gromadzenia oraz analizy informacji o rynku turystycznym, zwłaszcza na potrzeby podstawowych ogniw gospodarki turystycznej, czyli przedsiębiorstw, a także terenowych i centralnych ośrodków sterowania tą gospodarką. W pełni można się zgodzić z opiniami, że stan rozpoznania rynku turystycznego, a szczególnie jego najistotniejszego elementu: popytu, nie wystarcza do prowadzenia aktywnej marketingowej polityki na rynku dóbr i usług turystycznych. Wieloletnia obserwacja tego rynku wskazuje, że zdecydowana większość informacji przydatnych do jego badania znajduje się poza zasięgiem stałej rejestracji statystycznej, te zaś, które można uzyskać w jej ramach, mają najczęściej charakter danych archiwalnych, mogących służyć przede wszystkim historykom gospodarczym i ewentualnie futurologom, nieprzydatnych natomiast do operatywnych badań i analiz rynku turystycznego. Stąd też w pełni zgodzić się trzeba z poglądami, że większością informacji niezbędnych w nowoczesnych badaniach rynku, także turystycznego, dysponują nie urzędy statystyczne, lecz gospodarst-

¹Jw., s. 60.

wa domowe¹. Mimo że gospodarstwo domowe było i jest atrakcyjnym polem obserwacji i badań dla wielu dyscyplin naukowych, nie bywało często przedmiotem badań z zakresu rynku turystycznego. Jest to niezrozumiałe zważywszy, iż także w turystyce gospodarstwo domowe jest podstawową mikrojednostką ekonomiczną², która w celu zaspokojenia potrzeb turystycznych swoich członków realizuje wiele działań i przedsięwzięć składających się zarówno na organizację spożycia turystycznego (planowanie wyjazdów i wydatków turystycznych, podejmowanie decyzji, dysponowanie zasobami itp.), jak i faktyczną konsumpcję. Innymi słowy, zaspokojenie indywidualnych potrzeb turystyczno-wypoczynkowych jednostki ludzkiej odbywa się zawsze w ramach gospodarstwa domowego³, w granicach środków i zasobów materialnych będących w jego dyspozycji, w warunkach stałego procesu godzenia interesów konsumpcyjnych jednostek z interesem gospodarstwa jako całości.

W wielu badaniach wykazano, że „obszary ściśle osobistych standardów jednostki i standardów postrzeganych w kontekście gospodarstwa domowego są tak ze sobą powiązane, że z pewnego punktu widzenia gospodarstwo domowe (rodzina) może być uważane za rodzaj rozszerzonej osobowości jednostki⁴. Dotyczy to także potrzeb turystycznych.

Niemożliwość jednoznacznego określenia skali społecznych potrzeb turystycznych, stopnia ich zaspokojenia na rynku, wpływających na nie czynników oraz uchwycenia wielu innych prawidłowości występujących po stronie popytu turystycznego (rys. 1) zobligowała badaczy rynku turystycznego do poszukiwania nowych źródeł informacji dla prowadzenia tego typu badań i analiz. Konieczne stało się przede wszystkim sięgnięcie do informacji pierwotnych otrzymywanych poprzez specjalnie uruchamiane systematyczne badania empiryczne. Badania te dostarczają unikalnych i jednocześnie dynamicznych informacji o kształtowaniu się popytu turystycznego, o czynnikach, które go określają, o preferencjach konsumentów-turystów, motywach ich postępowania itd. Trzeba jeszcze raz podkreślić, że dotychczasowe źródła informacji nie pozwalały w zasadzie na uchwycenie wymienionych powyżej danych, co

¹ J. Garczarczyk: *Panel gospodarstw domowych w badaniach rynku. (Studium metodyczne nad skutecznością technik badawczych oraz funkcjonowania panelu)*. Zeszyty Naukowe 1984, Akademia Ekonomiczna w Poznaniu, Seria II nr 84, s. 11.

² T. Pałaszewska-Reindl: *Gospodarstwo domowe w warunkach trudności rynkowych*. Handel Wewnętrzny 1983 nr 2 s. 16.

³ W opracowaniu za gospodarstwo domowe przyjęto: osobę (gospodarstwo domowe jednoosobowe) mieszkającą i utrzymującą się samodzielnie albo zespół osób (gospodarstwo wieloosobowe) powiązanych ze sobą najczęściej więzami rodzinnymi lub innego rodzaju, zamieszkujących wspólnie, łączących swoje przychody i zasoby dóbr materialnych oraz reprezentowaną przez siebie siłę roboczą w celu zaspokojenia potrzeb gospodarstwa jako całości oraz potrzeb poszczególnych jego członków. Por. A. Hodoly: *Gospodarstwo domowe i jego rola społeczno-ekonomiczna*. Warszawa 1971, s. 20.

⁴ Por. S. Nowak: *System wartości społeczeństwa polskiego*. Instytut Filozofii i Socjologii PAN, Warszawa 1979, s. 3, masz. pow.

w sytuacji tworzącego się w sferze turystyki rynku konsumenta uniemożliwiało realizację marketingowej polityki turystycznej.

Stąd zapotrzebowanie na powtarzane systematycznie reprezentacyjne badania konsumentów, oparte na stałej zbiorowości.

2. Ocena reprezentatywności próby panelowej

Przystępując do oceny reprezentatywności założonego panelu należy podkreślić, że taka analiza okazała się niezwykle trudna do przeprowadzenia ze względu na brak odpowiednich danych porównawczych dla ogółu gospodarstw domowych w kraju, zwłaszcza z okresu, kiedy tworzonego panel, czyli z 1986 r. Jedyne dostępne dane o gospodarstwach domowych zawierają wyniki spisu ludności i mieszkań przeprowadzonego metodą reprezentacyjną 6 grudnia 1984 r.¹. Wyniki tego mikrospisu zawierają interesujące informacje o gospodarstwach domowych, ale większość z nich, niestety, nie korespondowała bezpośrednio z charakterystykami utworzonego panelu. W tej sytuacji do oceny reprezentatywności panelu posłużono się jego następującymi charakterystykami:

- strukturą przestrzenną panelu,
- liczbą osób w gospodarstwie domowym,
- poziomem miesięcznych dochodów gospodarstwa (w przeliczeniu na osobę!)

Analizując pierwszą charakterystykę warto zaznaczyć, że w województwach objętych badaniami panelowymi funkcjonowało w 1984 r. ponad 3,8 mln miejskich gospodarstw domowych i ok. 1,4 mln wiejskich, co stanowi odpowiednio 53,7% wszystkich gospodarstw miejskich i 36,4% wszystkich gospodarstw wiejskich w kraju.

Z analizy porównawczej rozkładu przestrzennego próby panelowej (podstawowej), gdyż ona właśnie jest przedmiotem oceny reprezentatywności i ogólnokrajowej struktury gospodarstw domowych, widać wyraźną zbieżność dla obu tych rozkładów, i to zarówno w odniesieniu do miejskich, jak i wiejskich gospodarstw domowych. Pewne nieznaczne różnice wystąpiły w przypadku miejskich gospodarstw w województwach stołecznym i katowickim, w przypadku zaś wiejskich gospodarstw w województwach: warszawskim, katowickim i radomskim (tab. 1).

¹ *Spis ludności i mieszkań metodą reprezentacyjną z 6.12.1984 r. Ludność Cz. 2, Gospodarstwa domowe i rodziny*. Warszawa 1985, GUS, Seria: *Materiały Statystyczne* nr 33.

Struktura przestrzenna gospodarstw domowych w panelu i w Polsce

w %

Województwa	Panel		Polska	
	Miasto	Wieś	Miasto	Wieś
Stołeczne warszawskie	20,9	3,3	19,6	5,6
Bielskie	3,3	8,1	3,4	8,0
Gdańskie	8,6	5,6	8,7	5,5
Kaliskie	2,5	6,4	2,5	6,3
Katowickie	28,6	13,5	30,0	9,9
Konińskie	1,4	5,3	1,4	5,2
Leszczyńskie	1,3	3,6	1,3	3,5
Nowosądeckie	1,8	6,6	1,7	6,7
Pilskie	1,9	3,8	1,9	3,9
Poznańskie	7,4	7,3	7,4	7,3
Radomskie	3,0	6,4	2,6	7,7
Skierniewickie	1,5	4,5	1,5	4,5
Suwalskie	1,6	4,1	1,6	4,1
Szczecińskie	5,7	4,5	5,7	4,4
Toruńskie	3,1	4,5	3,2	4,6
Wrocławskie	6,5	5,5	6,6	5,7
Zamojskie	0,9	7,0	0,9	7,1
Razem	100,0	100,0	100,0	100,0

Jeśli chodzi o kolejne dwie charakterystyki, przy badaniu zgodności rozkładu panelu (próby) z rozkładem ogółu gospodarstw domowych w kraju (populacji) posłużono się testem chi-kwadrat¹. Kolejno dla każdej z obu wspomnianych cech osobno stawiano hipotezę zerową H_0 , że porównywane rozkłady są zgodne, wobec hipotezy alternatywnej H_1 , że rozkłady nie są zgodne. Wartość statystyki wyznaczono według wzoru²:

$$\chi^2 = \sum \frac{(n_0 - n_e)}{n_e}$$

¹ Szersze omówienie właściwości testów, w tym testu chi-kwadrat, można znaleźć w wielu pracach z zakresu statystyki, m.in. A. Zeliaś: *Statystyczne metody analizy cech jakościowych*. Warszawa 1981; C. Domański: *Statystyczne testy nieparametryczne*. Warszawa 1979.

² Por. M. Krysztofiak, D. Urbanek: *Metody statystyczne*, Warszawa 1977, s. 254.

gdzie:

n_0 — liczebności empiryczne (z próby) poszczególnych klas

n_e — liczebności teoretyczne (z populacji) poszczególnych klas

Obszar krytyczny testu budowany jest prawostronnie na podstawie rozkładu χ^2 dla $V = n - k - 1$ stopni swobody (gdzie n — liczba klas, k — liczba parametrów) oraz dla ustalonego z góry poziomu istotności.

Jeżeli $\chi^2 \geq \chi^2_{\alpha}$, należy odrzucić hipotezę zerową H_0 na rzecz H_1 , w przeciwnym wypadku stwierdza się brak podstaw do odrzucenia hipotezy zerowej.

Obliczone wartości statystyki χ^2 badania zgodności rozkładu gospodarstw w panelu oraz ogółu gospodarstw w Polsce pokazuje tabela 2.

Tabela 2

Wartości statystyki χ^2 badania zgodności rozkładu gospodarstw w panelu oraz ogółu gospodarstw w Polsce

Wyszczególnienie	Próba podstawowa		Ogółem panel	
	Miasto	Wieś	Miasto	Wieś
Liczba osób w gospodarstwie domowym	8,11	7,80	6,97	4,08

Jak z niej wynika, przy poziomie istotności $\alpha = 0,05$ i 5 stopniach swobody $\chi^2 < \chi^2_{\alpha}$, co oznacza, że występujące odchylenia są statystycznie nieistotne i mają charakter losowy. Świadczy to o reprezentatywności utworzonego panelu pod względem omawianej cechy.

Podobne obliczenia wykonano dla drugiej cechy: dochodów miesięcznych gospodarstwa domowego (na osobę). Uzyskano następujące wartości:

- dla dochodów (na osobę) w gospodarstwach domowych z próby podstawowej — 5,90
- dla dochodów (na osobę) w gospodarstwach domowych z panelu ogółem — 10,19

Także i w tych przypadkach $\chi^2 < \chi^2_{\alpha}$ przy poziomie istotności $\alpha = 0,05$ i 5 stopniach swobody. A zatem również w odniesieniu do tej cechy można przyjąć, że utworzony panel jest reprezentatywny w skali ogółu gospodarstw domowych w Polsce.

Podjęto także próbę zastosowania testu chi-kwadrat dla analizy rozkładu dwóch innych cech panelowych gospodarstw domowych: wieku i poziomu wykształcenia głowy gospodarstwa.

Niestety, ze względu na brak takich danych dla populacji, zrealizowane obliczenia oparto na informacjach odnoszących się do całej ludności Polski, nie

zaś do wskaźników charakteryzujących gospodarstwa domowe, co sprawiło, że uzyskano wartości $\chi > \chi^2_{\alpha}$.

Interesująco przedstawia się analiza porównawcza struktury zbiorowości panelowej (próby podstawowej) z początku badań, to jest z 1986 r., oraz struktury tejże próby według stanu na 1989 r.

Z analizy tej wynika, że struktura próby podstawowej w ciągu czterech lat trwania badań zmieniła się, przy czym zmiany te w poszczególnych charakterystykach typologicznych były różne. Najmniejsze zmiany odnotowano pod względem poziomu wykształcenia i zawodu głowy gospodarstwa domowego (tab. 3).

Nieco większe odchylenia zanotowano w przypadku dwóch innych cech charakteryzujących badaną populację panelową: płci i wieku głowy gospodarstwa domowego. Różnice te nie są jednak zbyt istotne i nie zmieniają relacji zewnętrznych w badanej próbie gospodarstw domowych. Można zatem powiedzieć, że mimo występującej w trakcie badań wymiany respondentów (gospodarstw domowych) udało się do końca zachować podstawowe elementy strukturalne próby.

W niniejszym rozdziale starano się możliwie obiektywnie przedstawić pełną informację o utworzonym przy poznańskim oddziale Instytutu Turystyki panelu gospodarstw domowych. Panel ten, a ściślej tzw. próba podstawowa, stał się obiektem kilkuletnich badań dotyczących różnych aspektów rynku usług turystycznych.

Tabela 3

Charakterystyka struktury panelowej próby podstawowej w 1986 i 1989 r.

Cechy gospodarstwa domowego	Panelowa próba podstawowa			
	1986 ankieta BP-1		1989 ankieta BP-5	
	liczba	%	liczba	%
Płeć głowy gospodarstwa:				
kobieta	697	34,4	495	24,8
mężczyzna	1303	65,6	1505	75,2
Wiek głowy gospodarstwa				
do 19 lat	27	1,3	1	0,1
20-24	75	3,8	17	0,8
25-29	119	6,0	98	4,9
30-34	229	11,4	171	8,6
35-39	361	18,1	304	15,2
40-49	470	23,5	467	23,4

50-59	431	21,5	435	21,7
60-64	161	8,1	266	13,3
65 i więcej	127	6,3	241	12,0
Poziom wykształcenia				
głowy gospodarstwa				
niepełne podstawowe,				
podstawowe	373	18,6	450	22,5
zasadnicze zawodowe	447	22,4	525	26,2
średnie	738	36,9	681	34,1
wyższe	442	22,1	344	17,2
Zawód wykonywany				
przez głowę				
gospodarstwa				
robotnik niewykwalifi-				
kowany	44	2,2	33	1,6
robotnik wykwalifiko-				
wany	390	19,5	513	25,6
rzemieślnik	74	3,7	95	4,8
rolnik indywidualny	140	7,0	141	7,1
prac. inż.-techniczny	277	13,8	298	14,9
nauczyciel	106	5,3	96	4,8
wolny zawód	45	2,2	33	1,6
urzędnik, prac. adm.				
państw.	319	16,0	193	9,6
lekarz	—	—	55	2,8
emeryt, rencista	313	15,6	477	23,9
gospodyni domowa	32	1,6	11	0,6
student, uczeń	21	1,0	—	—
inne zawody	239	12,1	53	2,7
Liczba osób w gospo-				
darstwie				
1	144	7,2	247	12,3
2	392	19,5	406	20,3
3	536	26,8	485	24,3
4	590	29,5	573	28,6
5	210	10,5	196	9,8
6 i więcej	130	6,5	93	4,7
Razem	2000	100,0	2000	100,0

3. Wybrane problemy funkcjonowania rynku turystycznego w latach 1986-1989

Jednym z elementów badań rynku turystycznego jest badanie popytu ludności, to zaś z kolei jest związane z analizą uczestnictwa ludności w turystyce i wydatkami ponoszonymi na cele turystyczne.

Kilkuletnie badania panelowe pozwoliły zgromadzić informacje dotyczące sytuacji na rynku turystycznym, zwłaszcza zaś dane o:

- stopniu aktywności turystycznej ludności miejskiej i wiejskiej, w tym w zakresie turystyki: pobytowej, weekendowej i wycieczkowej,
- przyczynach braku aktywności turystycznej,
- poziomie i strukturze wydatków turystycznych ludności oraz stopniu obciążenia budżetów gospodarstw domowych kosztami wypoczynku,
- korzystaniu przez ludność z funduszy socjalnych zakładów pracy jako źródła dofinansowania wypoczynku,
- motywach wyboru określonych form wypoczynku,
- preferowanych formach turystyki,
- społecznej ocenie dziedzin obsługujących ruch turystyczny, w tym ocenie poziomu cen i jakości usług.

Wymienione i inne problemy analizowano w różnych przekrojach: demograficznych, społeczno-zawodowych, dochodowych, przestrzennych, co pozwoliło skorelować badane procesy ze zmianami dokonującymi się w sferze indywidualnych zachowań i preferencji konsumentów.

Obecna sytuacja gospodarcza kraju i poważne zmiany polityczno-ekonomiczne, szczególnie w ostatnim roku, miały duży wpływ na funkcjonowanie jednostek prowadzących działalność o charakterze usługowo-turystycznym, a także na samo uczestnictwo ludności w turystyce.

Zła, kryzysowa sytuacja gospodarcza miała znaczny wpływ na zmniejszenie się uczestnictwa ludności w turystyce. Dla porównania, w 1983 r. gospodarstwa, w których nikt nie wyjeżdżał na wypoczynek, stanowiły 31,1%, w 1985 r. — 26,3%¹, a od 1986 r. notujemy stały wzrost tego wskaźnika, co świadczy, że coraz mniej ludności wyjeżdża na wypoczynek urlopowy. Słuszne jest zatem stwierdzenie, że w warunkach kryzysu znaczna część społeczeństwa ogranicza w pierwszym rzędzie swoje uczestnictwo w turystyce oraz związane z tym wydatki². Poza tym, jeżeli nawet część ludności bierze udział w turystyce, „przejawia się to przede wszystkim w upowszechnianiu się pewnego standardowego wzorca wypoczynku turystycznego, najczęściej pasywnego, oraz przeniesieniu popytu z miejsca stałego zamieszkania do miejsca wypoczynku”³.

3.1. Uczestnictwo ludności w turystyce w latach 1986-1989

Badając w panelu aktywność turystyczną gospodarstw domowych analizowano ją przez pryzmat wyjazdów wypoczynkowych (trwających co najmniej 7 dni) oraz krótkoterminowych: weekendowych i wycieczek.

¹ Por. S. Bosiacki: *Konsumpcja turystyczna a poziom i jakość życia*. Problemy Turystyki 1989 nr 1, s. 42.

² Por. M. Strzelecka: *Gospodarstwo domowe a kryzys*. Przedsiębiorstwo i Rynek 1984 nr 1, s. 53.

³ Por. S. Bosiacki, jw., s. 43.

Na podstawie ankiety sporządzonej na potrzeby badań panelowych określono cztery stopnie aktywności turystycznej gospodarstw domowych (dla wyjazdów na 7 dni i dłużej):

- 1) gospodarstwa domowe, w których nikt nie wyjechał;
- 2) gospodarstwa domowe, w których wszyscy wyjechali na wypoczynek;
- 3) gospodarstwa domowe, w których na wypoczynek wyjechały tylko dzieci;
- 4) gospodarstwa domowe, w których wyjechali tylko niektórzy członkowie.

W przypadku wyjazdów weekendowych badano częstotliwość, tzn. czy wyjeżdżano w ogóle, a jeśli tak to: co tydzień, raz na dwa tygodnie, raz na miesiąc, kilka razy w sezonie?

Z kolei badając częstotliwość wyjazdów wycieczkowych pytano respondentów, czy wyjeżdżali w ogóle, a jeśli tak to: raz na rok, dwa, trzy razy w roku, cztery i więcej razy w roku?

3.1.1. Turystyka pobytowa (wyjazdy wypoczynkowe na 7 dni i dłużej)

Wyjazdy na coroczny dłuższy wypoczynek są w naszym kraju dość powszechne, jednak spora część ludności musi je ograniczać lub nawet zupełnie z nich rezygnować ze względu na poważny wzrost kosztów utrzymania, a także wzrost opłat w miejscowościach wczasowych.

Tabela 4

Uczestnictwo ludności w wyjazdach wypoczynkowych
(7-dniowych i dłuższych) w latach 1986-1989

Stopień aktywności gospodarstwa domowego	1986	1987	1988	1988
		Odsetek gospodarstw		
Nikt nie wyjechał	33,9	51,6	56,1	66,0
Wszyscy wyjechali	40,3	28,2	22,5	21,7
Wyjechały tylko dzieci	12,0	9,0	4,5	4,4
Wyjechali tylko niektórzy członkowie	13,8	11,2	14,9	7,9
R a z e m :	100,0	100,0	100,0	100,0

Źródło: Wyniki badań panelowych prowadzonych w latach 1986-1989.

Z analizy tabeli 4 wynika, że w ostatnich latach wyraźnie rośnie odsetek gospodarstw domowych, których żaden członek nie uczestniczył w wyjazdach wypoczynkowych, czyli maleje odsetek osób, które w ogóle wyjeżdżają na wypoczynek. Według badań GUS w skali ogólnokrajowej w 1986 r. nie

uczestniczyło w długoterminowych wyjazdach turystycznych aż 74,4% ludności¹.

W ciągu ostatnich dwóch lat zmniejszyło się także uczestnictwo dzieci i młodzieży w koloniach i obozach, co jest wynikiem wzrostu opłat za te formy wypoczynku wakacyjnego. Jest to zjawisko bardzo niepokojące, gdyż może niekorzystnie wpłynąć na kształtowanie aktywnego modelu wypoczynku młodych ludzi.

3.1.2. Formy wyjazdów wypoczynkowych

W badaniach panelowych formy wyjazdów wypoczynkowych sklasyfikowano w dwóch grupach:

- wyjazdy wypoczynkowe organizowane przez zakłady pracy,
- wyjazdy wypoczynkowe organizowane samodzielnie przez gospodarstwa domowe.

Do pierwszej grupy zaliczono: wczasy w ośrodkach FWP, wczasy w zakładowych ośrodkach wypoczynkowych, wczasy w kwaterach prywatnych, stałe i wędrowne obozy młodzieżowe, wyjazdy zagraniczne organizowane przez zakład pracy oraz wczasy lecznicze i sanatoryjne.

Do drugiej zaklasyfikowano: wczasy prowadzone przez organizacje społeczne, np. PTTK, wczasy pod namiotem lub z przyczepą campingową, wczasy w kwaterach prywatnych, wczasy w ośrodku jakiegoś innego zakładu pracy, wczasy wykupione w państwowym biurze turystycznym, wędrowki rowerowe i piesze, wczasy wykupione w prywatnym biurze podróży, wyjazdy do rodziny, znajomych na wieś lub do miasta, wczasy we własnym domku letniskowym oraz wyjazdy zagraniczne organizowane we własnym zakresie.

Jak wynika z badań panelowych, ludność organizuje obecnie wypoczynek urlopowo-wakacyjny we własnym zakresie, bez pomocy zakładów pracy. Podobną tendencję zaobserwowano już wcześniej, w latach 1983-1985². Z analizy danych wynika, że od kilku lat największy odsetek respondentów spędza wakacje u rodziny lub znajomych (około 26% — por. tab. 5). Te wyjazdy cieszyły się szczególną popularnością wśród mieszkańców wsi (w 1988 r. — 44% tej populacji).

Na drugim miejscu znajdują się wczasy organizowane samodzielnie (od 20 do 25% ludności), z tym że w 1987 r. tylko 11,7% badanej ludności wiejskiej korzystało z tego typu wypoczynku, co świadczy o słabej aktywności organizacji turystycznych na rynku wiejskim³.

Podstawową przyczyną rezygnowania z wczasów w zakładowych ośrodkach wypoczynkowych i organizowania wczasów we własnym zakresie wydaje się

¹ Por. *Uczestnictwo w turystyce ludności Polski w 1986 r.* Warszawa GUS 1987. *Statystyka Polski. Materiały Statystyczne* nr 46, s. 17.

² R. Berlińska-Dzikowska, S. Bosiacki, M. Majewska-Śliwa: *Wyjazdy turystyczne ludności Polski w 1985 r.* Warszawa 1987, s. 21-22.

³ S. Bosiacki, W. Piskozub: *Raport z badań panelowych „Turystyka 87-88.”* Instytut Turystyki Poznań, s. 40.

szukanie sposobów jak najtańszego spędzenia urlopu. Wobec dużego wzrostu kosztów utrzymania wiele rodzin stanęło przed problemem, jak zapewnić (przede wszystkim) dzieciom wyjazd na wakacje.

Tabela 5

Wyjazdy wypoczynkowe na 7 dni i dłużej
członków gospodarstw domowych w latach 1987-1989

	1987		1988		1989		1989
Formy wyjazdów (odpowiedzi w %)	M	W	M	W	M	W	M + W
Wczasy FWP	2,3	2,0	4,5	1,1	1,1	4,0	1,6
Wczasy w ośrodkach zakładowych	30,4	10,1	23,8	14,9	22,8	14,7	21,6
Wędrownie i stałe obozy	6,7	8,0	6,4	14,6	6,4	7,6	6,6
Wyjazdy do rodziny, znajomych	22,8	39,7	25,7	43,7	25,9	29,3	26,4
Wczasy organizowane samodzielnie	20,0	23,3	20,0	11,7	25,8	25,3	25,5
Wyjazdy zagraniczne	14,4	8,8	16,0	8,3	14,4	16,7	14,8
Wczasy sanatoryjne i lecznicze	2,1	1,6	1,9	2,2	2,7	1,5	2,6
Inne formy	1,3	6,5	1,7	2,5	0,9	0,9	0,9
	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Źródło: Wyniki badań panelowych

M — mieszkańcy miast

W — mieszkańcy wsi

Trzecią pozycję w strukturze form wyjazdów zajmują wczasy w zakładowych ośrodkach wypoczynkowych. Część ludności (średnio ponad 20% w badanym okresie) korzystała jednak z bazy wypoczynkowej swoich zakładów pracy, z tym że większy był tu, ze zrozumiałych względów, udział ludności miejskiej. Wieś dysponuje w ogóle o wiele mniejszą bazą ośrodków zakładowych.

Na czwartym miejscu znalazły się wyjazdy zagraniczne. W porównaniu z innymi latami stosunkowo największy udział w wyjazdach zagranicznych ludności miejskiej (16%) był w 1988 r. W ostatnim natomiast roku dwukrotnie wzrósł odsetek mieszkańców wsi, którzy wyjechali za granicę (z 8,3% w 1988 r. do 16,7% w 1989). Zjawisko to można wytłumaczyć licznymi wyjazdami ludności wiejskiej do pracy sezonowej za granicą. W ogóle duże zainteresowanie wyjazdami zagranicznymi, zarówno ludności miejskiej jak wiejskiej, bierze się

z chęci podjęcia pracy zarobkowej. Wyjazdy te straciły w wielu wypadkach charakter typowo turystyczny i nabrały cech handlowo-zarobkowych.

Mniej więcej niezmiennie miejsce w strukturze form wyjazdów wypoczynkowych zajmują stałe i wędrownie obozy, na które wysyła się dzieci i młodzież (6-7% w badanym okresie). Wyjątkowy był rok 1988, kiedy wzrósł udział wyjazdów ludności wiejskiej na obozy (14,6%), spadł zaś udział wczasów organizowanych samodzielnie (11,7%).

3.1.3. Przyczyny nieuczestniczenia w wyjazdach wypoczynkowych

Od wielu lat trudności finansowe są istotną barierą decydującą o rezygnacji z uczestnictwa w turystyce. Świadczą o tym dane OBOP z lat 1978-1982.

W badaniach OBOP stwierdzono, że w 1978 r. 19% osób nie wyjeżdżających na wypoczynek to ci, którzy nie mogli sobie na to pozwolić ze względów finansowych; w 1979 r. odsetek takich osób wyniósł 23%, a w 1982 r. już 32%¹.

Tabela 6

Przyczyny nieuczestniczenia w wyjazdach urlopowo-wakacyjnych
(powyżej 7 dni)

Przyczyny	1986		1987		1988		1989	
	M	W	M	W	M	W	M	W
Względy finansowe	40,6	31,0	36,4	36,0	39,7	33,1	50,6	41,3
Opieka nad domem, rodziną	14,8	11,5	16,3	8,1	13,5	13,0	11,7	9,3
Praca w gospodarstwie rolnym	—	37,5	—	28,8	—	27,1	0,4	24,0
Prace remontowe w mieszkaniu	12,5	5,0	5,9	4,1	7,3	2,7	11,3	5,3
Konieczność podjęcia dodatkowej pracy w czasie urlopu	3,7	1,8	2,6	0,9	3,0	1,4	2,5	1,1
Nie otrzymałem skierowania na wczasy	8,0	1,2	5,2	2,9	3,1	3,1	1,0	0,7
Nie miał kto zorganizować wypoczynku	2,6	3,5	4,4	7,4	3,1	4,0	3,5	5,6
Brak urlopu	6,0	1,5	4,3	2,3	5,2	2,7	2,3	1,4
Nie lubię wyjeżdżać	2,6	3,8	4,1	0,7	3,1	2,8	1,3	0,8
Inne (w tym choroby)	9,2	3,2	20,8	8,8	21,8	10,1	15,4	10,5
R a z e m	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Źródło: jak w tabeli 5

M — mieszkańcy miast

W — mieszkańcy wsi

¹Por. Materiały z Plenum GKT z 25.11. 1982 r. Warszawa 1983.

W następnych latach odsetek ten wzrastał w dalszym ciągu. Potwierdzają ten fakt wyniki omawianych badań panelowych. Tak więc w 1985 r. było — 34% odpowiedzi podkreślających trudności finansowe¹, w 1986 r. 40,6%, w 1987 r. — 36,4%, w 1988 r. — 39,7% i w 1989 r. — aż 50%.

Jak widać z przytoczonych danych, rok 1989 był najtrudniejszy. W roku tym w sezonie letnim koszt skierowania na wczasy wynosił średnio 71 tys. zł, średnia zaś płaca w gospodarce uspołecznionej — 207 tys. zł², a więc rodziny wielodzietne nie mogły w wielu wypadkach pozwolić sobie na kosztowny wyjazd. Poza tym wyniki badań panelowych wykazują, że najczęściej ograniczenia finansowe stanowią barierę dla rodzin emerytów, rencistów oraz robotników. Są to przede wszystkim gospodarstwa domowe, których głowa ma wykształcenie podstawowe lub zasadnicze zawodowe, i zarazem o relatywnie niskich dochodach³.

Na drugim miejscu respondenci, przede wszystkim zamieszkali w miastach, stawiali konieczność opieki nad domem i rodziną. Odpowiedzi takich było od 16 do 11% w ciągu czterech badanych lat. Pojawienie się w rodzinie małego dziecka często powodowało rezygnację z wyjazdów wypoczynkowych całej rodziny lub jej części (tab. 6).

Dla ludności wiejskiej drugą przyczyną niewyjeżdżania na wypoczynek była zbieżność prac rolnych z okresem wakacji letnich (37,5-24% w latach 1986-1989). Z tego względu mieszkańcy wsi w dużo mniejszym stopniu uczestniczyli w turystyce; poza tym nie ma wśród nich wykształconego zwyczaju masowego wyjeżdżania na wakacje.

Prace remontowe w mieszkaniu stanowiły kolejną przyczynę nieuczestniczenia w turystyce wakacyjnej. Szczególnie duży odsetek tego typu odpowiedzi odnotowano w 1986 r.: 12,5% (1987 r. — 5,9%, 1988 r. — 7,3%). W 1989 r. 11,3% odpowiedzi wskazywało także na tę przyczynę.

Urlop jest nieraz jedyną możliwością przeprowadzenia remontu mieszkania, przy czym taki remont odbywa się raz na kilka lat, zatem nie dotyczy co roku tych samych gospodarstw domowych, jest więc niegroźny, jeśli chodzi o jego wpływ na uczestnictwo w turystyce. Gospodarstwa wiejskie podawały nieco niższy procent odpowiedzi tego typu (1986 r. — 5%; 1987 r. — 4,1%; 1988 r. — 2,7%; 1989 r. — 5,3%); kształtował się on na podobnym poziomie jak brak organizatora wypoczynku. Potwierdza się tu wniosek o słabej aktywności organizacji turystycznych na rynku wiejskim.

Duży odsetek odpowiedzi zauważa się w pozycji „inne”. Zaliczono tu takie przyczyny, jak podeszły wiek, choroba, choroba bliskiej osoby i zdarzenia losowe. Procent odpowiedzi respondentów miejskich wskazujących na tę przyczynę kształtował się w omawianych latach odpowiednio na poziomie: 9,2; 20,8; 21,8 i 15,4. Na wsi natomiast w pierwszym roku był wyjątkowo niski: 3,2,

¹ Por. R. Berlińska-Dzikowska, S. Bosiacki, M. Majewska: *Wyjazdy turystyczne...* s. 14.

² Komunikat GUS o średnich zarobkach w 1989 r.

³ Por. S. Bosiacki, T. Sajewski, A. Werschler: *Turystyka 88, Raport z badań panelowych*. Instytut Turystyki Poznań 1989, s. 10.

potem coraz wyższy: 8,8 (1987 r.); 10,1 (1988 r.) i 10,5 (1989 r.). Mogło to mieć związek ze starzeniem się członków gospodarstw poddanych badaniom panelowym. Warto przypomnieć, że te badania powtarzano co roku na tej samej grupie gospodarstw domowych.

3.1.4. Wyjazdy krótkookresowe: weekendy i wycieczki

Analizując częstotliwość wyjazdów weekendowych można stwierdzić, że od 1986 r. są one coraz rzadsze. W ostatnim badanym roku, to jest w 1989 r., połowa ludności nie uczestniczyła w tych wyjazdach w ogóle w sezonie letnim, a 68,4% badanych w innych porach roku.

Podstawową przyczyną takiego stanu są także, jak w wypadku wyjazdów na dłużej, względy finansowe. W 1988 r. na częstotliwość wyjazdów weekendowych ograniczająco wpływała reglamentacja sprzedaży paliw. Oczekiwano, że zniesienie tych ograniczeń wpłynie pozytywnie na wzrost aktywności turystycznej. Zlikwidowanie kartek na benzynę nie spowodowało jednak poprawy sytuacji, ponieważ równocześnie radykalnie wzrosły ceny paliw.

Wyjazd na weekend wymaga zorganizowania przejazdu, bardzo często noclegu, wyżywienia i innych dodatkowych usług. Wzrost cen tych wszystkich składników, przy nienajlepszej ich jakości, zniechęca ludzi nawet do krótkich wyjazdów sobotnio-niedzielnych. Wyjazdy weekendowe są obecnie sporadyczne i tylko część badanych, stanowiąca kilkanaście procent ogółu respondentów, wyjeżdża kilka razy w sezonie. Mały odsetek badanych, tylko 4,4% latem i 1,1% zimą, wyjeżdża na weekend co tydzień. Wiąże się to z reguły z posiadaniem własnego domku letniskowego poza miejscem stałego zamieszkania.

Tabela 7

Wyjazdy weekendowe członków gospodarstw domowych
w sezonie letnim (1987-1989)

Częstotliwość wyjazdów	1987		1988		1989	
	M	W	M	W	M	W
Co tydzień	8,1	2,0	6,4	2,9	5,9	0,7
Raz na dwa tygodnie	10,2	4,6	5,3	2,6	6,2	1,5
Raz na miesiąc	12,0	9,0	11,5	6,9	10,5	3,1
Kilka razy w sezonie	27,0	—	19,6	15,7	19,6	13,5
Trudno ocenić	8,6	23,3	8,8	5,8	10,2	9,1
Nie wyjeżdżam w ogóle	34,1	61,1	48,4	66,1	47,6	72,2
R a z e m :	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Źródło: Jak w tabeli 5

M — mieszkańcy miast

W — mieszkańcy wsi

Ogólnie rzecz biorąc turystyka weekendowa w naszym kraju kształtuje się obecnie na dość niskim poziomie i nic nie zapowiada, aby w najbliższych latach miała się pod tym względem dokonać istotna poprawa.

Tabela 8

Wyjazdy weekendowe członków gospodarstw domowych
poza sezonem letnim (1987-1989)

Częstotliwość wyjazdów	1987		1988		1989	
	M	W	M	W	M	W
Co tydzień	2,5	1,9	2,1	0,4	1,5	0,1
Raz na dwa tygodnie	3,5	2,0	2,6	1,7	2,1	0,5
Raz na miesiąc	9,0	4,6	7,1	4,5	4,3	1,8
Kilka razy w sezonie	21,0	—	14,8	9,5	12,9	8,8
Trudno ocenić	13,9	30,1	8,8	8,2	12,3	11,0
Nie wyjeżdżam w ogóle	51,0	62,0	64,6	75,7	66,9	77,8
R a z e m :	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Źródło: Jak w tabeli 5

M — mieszkańcy miast

W — mieszkańcy wsi

Zygmunt Skórzyński, który w połowie lat osiemdziesiątych zajmował się społecznymi problemami turystyki polskiej, w tym także weekendami, stwierdził, że nie ma poważnych przesłanek, które pozwoliłyby mówić o wykształceniu się polskiej kultury weekendu. Nie ma dostatecznego zagospodarowania przestrzennego stref podmiejskich, odpowiedniej infrastruktury wypoczynkowej, rozrywkowej itp. ani też systematycznego kształtowania odpowiednich potrzeb i społecznych wzorców zachowań w sferze racjonalnego wypoczynku cotygodniowego. Różne formy turystyki weekendowej są uprawiane we współczesnej Polsce jedynie przez bardzo niewielki odsetek mieszkańców. Kultura polskiego weekendu ma postać wyjątkowo ubogą, jest raczej w stanie regresu aniżeli w stanie powolnego rozwoju¹.

Od 1986 r. nie możemy mówić o liczącym się ruchu wycieczkowym. Potwierdziły to wyniki badań z 1989 r.: 50, 7% badanych nie korzystało z wyjazdów wycieczkowych w ogóle. Raz w roku wyjeżdżało 4,5%, dwa, trzy razy w roku 2,3%, cztery zaś i więcej razy 2,4% ankietowanych.

Wyraźnie zmniejszyło się zainteresowanie wycieczkami, zarówno wśród dorosłych, jak wśród młodzieży szkolnej. Przyczynił się do tego niewątpliwie wzrost kosztów utrzymania. Wystąpiło nowe niekorzystne zjawisko, a mianowicie wzrósł znacznie odsetek mieszkańców wsi nie korzystających z wycieczek:

¹ Por. Z. Skórzyński: *Podstawowe problemy społeczne turystyki polskiej w połowie lat osiemdziesiątych*. Problemy Turystyki, 1984 nr 4 s. 14.

wyniósł on 94,8%, więcej niż w przypadku respondentów miejskich (89,6%). Dotychczas ludność wiejska częściej jeździła na wycieczki niż mieszkańcy miast. Wyjazdy do miast były swego rodzaju atrakcją. Zwiedzanie miast, drobne zakupy, ewentualnie spektakl w teatrze — to przyciągało mieszkańców wsi. Wzrost opłat za wycieczki i brak chętnych do ich organizowania spowodowały ograniczenie wyjazdów jedno lub kilkudniowych.

W sumie można stwierdzić, że mieszkańcy wsi biorą o wiele mniejszy udział w turystyce niż mieszkańcy miast. Wynika to przede wszystkim z niższej stopy ich aktywności turystycznej i preferowanego przez nich modelu wypoczynku turystycznego, najczęściej krótkookresowego i mało atrakcyjnego (np. odwiedziny u krewnych w mieście)¹.

4. Wybrane problemy konsumpcji turystycznej gospodarstw domowych w latach 1986-1989 w świetle wyników badań

Konieczność zwrócenia bacznej uwagi na aspekt finansowy turystyki i wypoczynku wynika nie tylko z tego, że w związku z obecną sytuacją gospodarczą kraju o pieniądzu, jego zdobywaniu i dysponowaniu nim mówi się nieomal codziennie. Jak wiadomo, pojawienie się turystyki w nowoczesnym rozumieniu, zjawiska powszechnego w wielu krajach, możliwe było dzięki zwiększeniu się ilości czasu wolnego i wzrostowi dochodów (wolnych środków pieniężnych) ludności².

Badanie wydatków ludności na turystykę i wypoczynek, ich wielkości, struktury itd. jest istotne nie tylko z punktu widzenia bieżącej oceny strony popytowej rynku. Znacznie ważniejsza jest możliwość traktowania otrzymanych wyników jako podstawy do podejmowania decyzji na przyszłość. Przydatność rzetelnej informacji dla jednostek gospodarujących wzrasta wraz z podejmowaniem działań, których efektem ma być przekształcenie gospodarki (w tym turystycznej) z nakazowo-rozdzielczej, scentralizowanej, w rynkową.

Niniejsze rozważania zmierzają do udzielenia odpowiedzi na pytanie, jak metoda panelu gospodarstw domowych sprawdza się w badaniach zagadnień finansowania turystyki i wypoczynku przez ludność, a także problemów pochodnych.

Jak wiadomo, żadne badania wydatków ludności nie gwarantują uniknięcia błędów, wynikającego z przeprowadzania ich w jakiś czas po fakcie. Jest to niewątpliwie najpoważniejszy mankament badań ankietowych, w tym prowadzonych techniką panelu gospodarstw³. Wydaje się jednak, że w ciągu czterech lat prowadzenia badań panelowych w poznańskim oddziale Instytutu Turystyki poczyniono szereg szczegółowych spostrzeżeń wartych prezentacji. Mogą być one przydatne badaczom popytu na usługi i towary turystyczne.

¹ Por. S. Bosiacki: *Konsumpcja dóbr i usług turystycznych w gospodarstwach domowych*. Warszawa 1987, s. 181.

² Patrz R. Gałęcki, G. Gołębski: *Ekonomika Turystyki*. Poznań 1980, s. 10.

³ Por. S. Bosiacki: *Konsumpcja dóbr i usług turystycznych...*, s. 86-87.

Zestaw pytań związanych z aspektem finansowym był dość zbliżony we wszystkich ankietach panelowych z lat 1986-1989. Niektóre pytania powtarzano co roku w identycznym brzmieniu, inne modyfikowano, były też i takie, które pojawiły się w ostatnich badaniach. Ogólnie można wyodrębnić dwie grupy pytań. Pierwsza, o charakterze bardziej subiektywnym, dotyczy ocen; druga, konkretniejsza, wymaga podawania liczb (bezwzględnych i względnych).

W poniższej charakterystyce otrzymanych wyników przyjęto zasadę ilustracyjnego traktowania danych. Dlatego świadomie zrezygnowano z prezentacji całości uzyskanego materiału empirycznego, na przykład analizę zależności między odpowiedziami na pytania a cechami respondentów zawężono do roku 1989 (ostatnie badanie)¹.

4.1. Stopień obciążenia budżetów gospodarstw domowych kosztami uczestnictwa w turystyce

Pierwsze z pytań związanych z finansowaniem przez ludność uczestnictwa w turystyce i wypoczynku dotyczyło stopnia obciążenia budżetu domowego kosztami uczestnictwa w wypoczynku. Strukturę odpowiedzi przedstawiono w tabeli 9. Jest to, jak widać, typowe pytanie o subiektywną ocenę własnego statusu materialnego, co się wiąże z dużym dopuszczalnym błędem oceny.

Informacje uzyskane w badaniach panelowych wskazują na uznawanie wydatków na turystykę za poważne obciążenie dla budżetów domowych ludności, tak miejskiej, jak i wiejskiej. W latach 1987 i 1988 blisko połowa respondentów wyjeżdżających na wypoczynek określiła je jako bardzo duże lub duże. Jest to zresztą typowe dla lat osiemdziesiątych w Polsce, kiedy ceny usług, nie tylko turystycznych, ulegały częstym podwyżkom, co szokowało w porównaniu z wcześniejszym okresem względnie stałych cen. Zwracają uwagę wyniki ostatniego badania panelowego przeprowadzonego w 1989 r. (ankieta BP-5). Wyniki tego badania wykazały spadek odsetka odpowiedzi dotyczących czterech pierwszych wariantów na korzyść odsetka wybierających wariant „trudno ocenić”. Jest to wzrost dość znaczny: ponad 3-krotny dla respondentów z miast i blisko 5-krotny dla mieszkańców wsi. Czy można tłumaczyć to faktyczną niewiedzą i brakiem rozeznania wśród ankietowanych? Chyba nie, zważywszy iż pytanie nie należy do zbyt skomplikowanych. Również nie jest pełnym wytłumaczeniem wprowadzenie od 1 sierpnia 1989 r. wolnego rynku artykułów żywnościowych, utrudniające ocenę (towary o sztucznie niskich cenach nagle stały się drogie). Wydaje się, że w związku z tym bardziej prawdopodobne byłoby zwiększenie się odsetka odpowiedzi w wariantach „bardzo duży” i „duży”. W takiej sytuacji można raczej mówić o bezmyślności udzielających odpowiedzi. Ankieterzy powinni bardziej zwracać uwagę na wybory dokonywane przez

¹ Zainteresowanym pełnymi wynikami badań prowadzonych przez poznański oddział Instytutu Turystyki poleca się następujące pozycje: S. Bosiacki, W. Piskozub: *Turystyka* 86-87. Instytut Turystyki Poznań 1988, masz. pow.; S. Bosiacki, T. Sajewski, A. Werschler: *Turystyka* 88. Instytut Turystyki Poznań 1989.

respondentów i na bieżąco konfrontować je z dochodami i wydatkami. W przeciwnym razie celowość umieszczenia takiego pytania w ankiecie i jakość otrzymanych wyników stają się wątpliwe.

Tabela 9

Stopień obciążenia budżetów domowych wydatkami na turystykę (1987-1989)

Wyszczególnienie (warianty odpowiedzi)	Miejsce zamieszkania respondentów (głowy- gospodarstwa)	Struktura odpowiedzi w %		
		1987	1988	1989
Bardzo duży stopień obciążenia budżetu rodzinnego	Miasto	10,2	12,4	13,6
	Wieś	8,2	13,1	8,4
Duży stopień obciążenia budżetu rodzinnego	Miasto	37,2	37,2	26,6
	Wieś	37,1	42,2	21,4
Wydatki na turystykę nie stanowiły żadnego obciążenia budżetu	Miasto	10,5	22,7	12,4
	Wieś	21,2	21,9	13,0
Wydawano tyle, ile normal- nie wydaje się w domu	Miasto	28,0	17,4	11,0
	Wieś	17,0	11,7	6,9
Trudno ocenić	Miasto	14,1	10,3	36,4
	Wieś	16,5	10,9	50,3

Źródło: Opracowanie własne Adama Werschlera na podstawie wyników badań.

Zgodnie z przyjętymi wcześniej założeniami, związki wybranego wariantu odpowiedzi z cechami respondenta i gospodarstwa domowego zaprezentowano na przykładzie danych uzyskanych w 1989 r.

Wśród rodzin, w których decyzja o wyjeździe na wypoczynek urlopowo-wakacyjny obciążyła budżet domowy w stopniu bardzo dużym, w czołówce znalazły się gospodarstwa domowe robotników niewykwalifikowanych, pracowników inżynieryjno-technicznych oraz emerytów i rencistów. Odsetki respondentów z tych grup, którzy wybrali wariant „bardzo duży”, wynosiły odpowiednio: 16,8, 16,7 i 11,8%. Z drugiej strony dla rodzin rzemieślników (37,5% odpowiedzi w tej grupie zawodowej) wydatki na turystykę nie stanowiły żadnego obciążenia.

Inne cechy nie miały wpływu na wybór odpowiedzi. Uogólniając, wszyscy dostrzegali drożyznę. Wśród respondentów, dla których obciążenie budżetu wydatkami turystycznymi było bardzo duże, znaleźli się między innymi ci, którzy

swoje dochody oceniali jako wysokie (8 i 10 grupa dochodowa w ankiecie). Odpowiedzi osób z trójką dzieci charakteryzują się strukturą podobną do odpowiedzi osób bezdzietnych. Podobnie rzecz się ma z wiekiem i wykształceniem respondentów. Jeszcze rok temu, nie mówiąc o latach wcześniejszych, można było mówić o pewnych związkach korelacyjnych w tym względzie¹. Sugeruje to, że w 1989 r. obciążenie budżetów domowych wydatkami na turystykę dotknęło w zwiększonym stopniu wszystkich wyjeżdżających. Potwierdzeniem wzrostu kosztów związanych z wypoczynkiem jest również wskaźnik całkowitej rezygnacji z wyjazdu.

Kolejnymi problemami uwzględnionymi w omawianych badaniach panelowych były poziom i struktura wydatków poniesionych przez respondentów w związku z wyjazdami poza miejsce stałego pobytu. Odnosiło się to tylko do tzw. wyjazdów urlopowo-wakacyjnych, czyli wypoczynku trwającego dłużej niż 7 dni. Ten rodzaj wyjazdów jest wciąż najpopularniejszy. Należy jednak pamiętać, że w takiej sytuacji nie podlegają rejestracji koszty wyjazdów na krótko: wycieczek, weekendów itp. Wyjazdy te wiążą się także z wydatkami, ostatnio nawet bardzo dużymi. W ankietach zrezygnowano z pytania o nie, aby nie komplikować odpowiedzi dotyczącej poniesionych kosztów wypoczynku, która dla wielu respondentów i tak nie była łatwa. Jest to słaby punkt omawianych badań panelowych. Wydaje się, że wyniki bardziej zbliżone do rzeczywistości można uzyskać jedynie przez rzetelną analizę całego budżetu gospodarstwa domowego. Jak jednak wiadomo, nie jest to przedsięwzięcie proste, czego dowodzą badania prowadzone przez GUS. Abstrahując od przeszkód związanych z ich realizacją, należy pamiętać o potrzebie zaangażowania dużego potencjału, co przekraczało możliwości naszego zespołu autorskiego.

W tabelach 10 i 11 przedstawiono wydatki ponoszone przez respondentów w związku z wyjazdami urlopowo-wakacyjnymi w latach 1988 i 1989 oraz strukturę respondentów ze względu na poziom wydatków.

O ile pierwsza z tabel nie budzi zastrzeżeń, o tyle przy drugiej mogą się one pojawić, gdyż mamy tu do czynienia z problemem porównywania wydatków w warunkach inflacji. Jak widać, granice przedziałów zostały w drugiej części tabeli zmienione, a ściślej — podwojone. Dokonano tego przed przystąpieniem do opracowywania materiału źródłowego (ankiet). Czy zabieg ten jest prawidłowy? Trudno to jednoznacznie ocenić. Do tej pory nie jest znany wskaźnik wzrostu cen towarów i usług związanych z turystyką w 1989 r. w porównaniu z rokiem poprzednim. Po opracowaniu wyników okazało się, że średni wydatek na turystykę zwiększył się blisko trzykrotnie w przypadku miejskich gospodarstw domowych i aż sześciokrotnie w przypadku wiejskich. Ponowne ustalenie granic przedziałów nie dałoby w tej sytuacji większej porównywalności, zważywszy że w 1988 r. dolna granica ostatniego przedziału wynosiła 50 tys. zł. Tak czy inaczej, z tabeli 11 wynika wyraźny wzrost wielkości bezwzględnej

¹ Por. S. Bosiacki: *Konsumpcja dóbr i usług turystycznych...*, s. 147-149.

wydatków na turystykę, wyrażający się „przechodzeniem” większości respondentów do grup wydatkujących najwyższe kwoty.

W 1988 r. 25,4% ankietowanych rodzin zamieszkałych w miastach i 10,1% respondentów zamieszkałych na wsi wydawało w związku z uczestnictwem w wyjazdach wypoczynkowych ponad 40 tys. na osobę. W roku następnym odsetki te wynosiły odpowiednio: 73,8 i 66,6.

Tabela 10

Poziom średnich wydatków urlopowo-wakacyjnych
w gospodarstwach domowych w latach 1988 i 1989

Miejsce zamieszkania głowy gospodarstwa domowego	Przeciętne wydatki urlopowo-wakacyjne na osobę w tys. zł	
	1988	1989
Miasto	38,6	102,2
Wieś	20,7	124,8

Źródło: Jak w tabeli 9.

Tabela 11

Poziom wydatków urlopowo-wakacyjnych
w gospodarstwach domowych w latach 1988 i 1989 (%)

1988			1989		
Wydatki na osobę w tys. zł.	Miejsce zamieszkania głowy gospodarstwa		Wydatki na osobę w tys. zł	Miejsce zamieszkania głowy gospodarstwa	
	Miasto	Wieś		Miasto	Wieś
do 10,0	22,9	47,1	do 20,0	11,4	19,7
10,1-20,0	23,3	26,0	20,1- 40,0	14,8	13,7
20,1-30,0	16,1	10,1	40,1- 60,0	14,9	9,4
30,1-40,0	12,3	6,7	60,1- 80,0	11,8	12,8
40,1-50,0	8,6	4,2	80,1-100,0	14,3	21,4
powyżej 50,0	16,8	5,9	powyżej 100,0	32,8	25,0
Razem	100,0	100,0	Razem	100,0	100,0

Źródło: Jak w tabeli 9.

Z kolei poddano analizie strukturę globalnych wydatków urlopowo-wakacyjnych. Respondenci nie udzielali tej informacji w wielkościach bezwzględnych, lecz w procentach. Problem badania wszelkich tego typu struktur jest, jak

wiadomo, dość skomplikowany. Skoro kwoty wyrażone w wielkościach bezwzględnych obarczone są przy tego typu ankietach z założenia błędem szacunku, to nietrudno sobie wyobrazić, jak wzrasta on przy rozłożeniu wydatku na kilka elementów. Ponadto, jeśli ludzie nie pamiętają dokładnie kwot, to ich ustalenie w procentach wymaga od ankietera dużej precyzji. Nie jest to jedyny słaby punkt tego pytania. Jak wynika z analizy form wyjazdów, znaczna część respondentów korzystała z wczasów, co wiązało się z wykupieniem skierowania dotyczącego całego pakietu usług. Przy braku rozeznania w kwestii kalkulacji analiza procentów jest jedynie pewnym przybliżeniem stanu faktycznego, pewną informacją poznawczą. Ponadto częstym błędem było podawanie przez osoby korzystające z wczasów jedynie kwoty zapłaconej za skierowania i rozbijanie jej na elementy przy całkowitym pominięciu dodatkowych wydatków związanych z wypoczynkiem. W związku z powyższym otrzymane wyniki dotyczące struktury wydatków urlopowo-wakacyjnych należy traktować bardzo ostrożnie.

W tabeli 12 pokazano strukturę omawianych wyników dla lat 1988 i 1989. Jak widać, różnice nie są duże, mimo stosunkowo znacznych podwyżek cen żywności w połowie sezonu letniego 1989.

Uzyskane w badaniach panelowych dane o strukturze wydatków urlopowo-wakacyjnych w 1988 i 1989 r. są bardzo zbliżone do wyników badań przeprowadzonych w Polsce w latach poprzednich, a także do wyników badań zrealizowanych w innych krajach.

Tabela 12

Struktura wydatków urlopowo-wakacyjnych gospodarstw domowych w latach 1988 i 1989. Wartości średnie w %

Rodzaje wydatków	Udział w wydatkach ogółem w zależności od miejsca zamieszkania			
	Miasto		Wieś	
	1988	1989	1988	1989
Wyżywienie	36,0	37,1	36,8	31,2
Przejazdy	19,5	18,3	18,7	22,0
Noclegi	8,9	9,0	6,9	10,4
Rozrywki	12,8	8,6	12,9	11,1
Zakup sprzętu sportowo-turystycznego	5,4	5,2	3,5	14,7
Inne dobra i usługi	17,4	21,8	21,2	20,6
Ogółem	100,0	100,0	100,0	100,0

Źródło: Jak w tabeli 9.



Tak więc na przykład badania poziomu i struktury wydatków urlopowo-wakacyjnych ludności Polski zrealizowane w latach 1983-1985 wykazały, że na wyżywienie turyści wydatkowali około 29% globalnych nakładów finansowych na urlop czy wakacje, na przejazdy około 15%, noclegi 6-7%, zakup sprzętu sportowo-turystycznego — 3,8-4,4%¹.

W 1980 r. Aleksander Kornak oszacował następująco strukturę wydatków turystycznych ludności²:

- opłaty żywieniowe, zakup żywności — 26,9%
- usługi przewozowe — 18,4%
- usługi noclegowe — 15,9%
- usługi pośrednictwa i organizacji — 4,0%
- rekreacja, pamiątki — 10,9%
- odzież, obuwie, sprzęt sportowo-turystyczny — 18,4%
- pozostałe wydatki — 5,5%

Badania przeprowadzone w latach siedemdziesiątych w Stanach Zjednoczonych wykazały, iż także w tym kraju w strukturze wydatków turystycznych najpoważniejszy udział mają wydatki na wyżywienie (30,4% ogółu wydatków), następnie zaś wydatki na zakup usług noclegowych (15,7%) i na rozrywki, usługi kulturalne (15,8%). Koszty przejazdów stanowiły około 6% ogółu wydatków turystycznych³.

Jak z tego wynika, uzyskana w badaniu struktura wydatków urlopowo-wakacyjnych odpowiada generalnie rzeczywistości, a pewne odchylenia

Tabela 13

Wydatki urlopowo-wakacyjne gospodarstw domowych na wyżywienie w latach 1988-1989. Struktura odpowiedzi w %

Udział wydatków na wyżywienie w całości wydatków urlopowo-wakacyjnych	Miasto		Wieś	
	1988	1989	1988	1989
0-10,0	19,6	34,4	22,6	35,9
10,1-20,0	12,0	7,7	8,3	7,9
20,1-30,0	19,7	15,7	16,7	14,9
30,1-40,0	10,2	11,2	11,9	13,2
40,1-50,0	22,6	14,3	21,4	21,0
powyżej 50,0	15,9	16,7	19,1	7,1
Razem:	100,0	100,0	100,0	100,0

Źródło: Jak w tabeli 9.

¹ Por. S. Bosiacki: *Konsumpcja dóbr i usług turystycznych...*, s. 147-149.

² Por. A. Kornak: *Funkcjonowanie rynku turystycznego*. Warszawa; Wrocław 1980, s. 113.

³ Por. D.E. Lundberg: *The Tourist Business*. Chicago 1973, *Institutions Volumen Feeling Management Magazine*, s. 139.

w stosunku do lat poprzednich wynikają przede wszystkim ze zjawisk inflacyjnych, mających wyraźny wpływ na sferę konsumpcji turystycznej.

Tabela 14

Wydatki urlopowo-wakacyjne gospodarstw domowych
związane z przejazdami w latach 1988-1989. Struktura odpowiedzi w %

Udział wydatków związanych z przejazdami w całości wydatków urlopowo-waka- cyjnych	Miasto		Wieś	
	1988	1989	1988	1989
0-10,0	48,1	50,3	47,6	34,2
10,1-20,0	27,9	26,9	25,1	38,6
20,1-30,0	12,8	13,3	16,6	17,5
30,1-40,0	3,9	2,9	5,9	2,6
40,1-50,0	3,8	2,4	2,3	1,7
powyżej 50,0	3,5	4,2	2,5	5,4
Razem:	100,0	100,0	100,0	100,0

Źródło: Jak w tabeli 9.

Tabela 15

Wydatki urlopowo-wakacyjne gospodarstw domowych
na zakup usług noclegowych w latach 1988-1989. Struktura odpowiedzi w %

Udział wydatków na usługi noclegowe w całości wydatków urlopowo-waka- cyjnych	Miasto		Wieś	
	1988	1989	1988	1989
0-10,0	68,8	71,5	78,8	69,3
10,1-20,0	15,6	16,0	9,4	14,9
20,1-30,0	10,8	10,4	11,8	9,6
30,1-40,0	2,7	1,5	0,0	4,4
40,1-50,0	1,8	0,0	0,0	0,9
powyżej 50,0	0,3	0,6	0,0	0,9
Razem	100,0	100,0	100,0	100,0

Źródło: Jak w tabeli 9.

Wydatki urlopowo-wakacyjne gospodarstw domowych na rozrywki i usługi kulturalne w latach 1988-1989. Struktura odpowiedzi w %

Udział wydatków na rozrywki w całości wydatków urlopowo-wakacyjnych	Miasto		Wieś	
	1988	1989	1988	1989
0-10,0	60,4	76,3	65,9	69,3
10,1-20,0	19,9	13,5	17,6	17,5
20,1-30,0	12,0	5,8	4,7	5,3
30,1-40,0	1,8	2,2	5,9	3,5
40,1-50,0	5,9	1,7	5,9	3,6
powyżej 50,0	0,0	0,5	0,0	0,8
Razem:	100,0	100,0	100,0	100,0

Źródło: Jak w tabeli 9.

Wydatki urlopowo-wakacyjne gospodarstw domowych na zakup i wypożyczanie sprzętu sportowo-turystycznego w latach 1988-1989. Struktura odpowiedzi w %

Udział wydatków na sprzęt sportowo-turystyczny w całości wydatków urlopowo-wakacyjnych	Miasto		Wieś	
	1988	1989	1988	1989
0-10,0	84,9	85,9	90,6	83,3
10,1-20,0	7,5	7,3	0,0	14,0
20,1-30,0	5,1	2,9	5,9	0,9
30,1-40,0	0,6	1,9	2,3	0,8
40,1-50,0	1,3	1,7	0,0	0,0
powyżej 50,0	0,6	0,3	1,2	1,0
Razem:	100,0	100,0	100,0	100,0

Źródło: Jak w tabeli 9.

Wydatki urlopowo-wakacyjne gospodarstw domowych na inne dobra i usługi związane z turystyką w latach 1988-1989. Struktura odpowiedzi w %

Udział wydatków na inne dobra i usługi w całości wydatków urlopowo-wakacyjnych	—Miasto		Wieś	
	1988	1989	1988	1989
0-10,0	54,4	45,1	47,0	42,1
10,1-20,0	13,3	18,9	20,1	28,1
20,1-30,0	12,5	11,2	9,3	11,4
30,1-40,0	6,6	7,8	5,9	8,8
40,1-50,0	5,8	9,4	5,8	1,7
powyżej 50,0	7,3	7,6	11,9	7,9
Razem:	100,0	100,0	100,0	100,0

Źródło: Jak w tabeli 9.

Z analizy danych zawartych w tabelach 13-18 wynikają następujące wnioski:

- zwiększyła się liczba gospodarstw domowych (ok. 75% miejskich i ok. 59% wiejskich) wydających na żywność tylko do 10% całości wydatku turystycznego,
- wzrosła (o połowę) liczba wiejskich gospodarstw domowych wydających na przejazdy i noclegi od 10 do 20% tego wydatku, na niekorzyść przedziału od 0 do 10%,
- zmniejszyła się kwota przeznaczana przez respondentów (miejskich i wiejskich) na rozrywki,
- zwiększyły się w 1989 r., w porównaniu z rokiem 1988, wydatki na zakup sprzętu sportowo-turystycznego ponoszone przez ludność wiejską.

EKONOMETRYCZNA ANALIZA WPLYWU WYBRANYCH CZYNNIKÓW NA KSZTAŁTOWANIE SIĘ POPYTU NA RYNKU TURYSTYCZNYM¹

Wzrastająca w szybkim tempie rola rynku w gospodarce turystycznej wymaga wszechstronnej znajomości złożonych procesów i zjawisk występujących na rynku dóbr i usług turystycznych dla podejmowania racjonalnych decyzji w zakresie programowania rozwoju tej sfery gospodarki.

Poznanie pełnego i obiektywnego obrazu rynku turystycznego, mechanizmów jego rozwoju oraz trafne przewidywanie kierunków jego zmian wymaga z jednej strony badania tego rynku w świetle opinii konsumentów, z drugiej zaś — dokonania wszechstronnej analizy zaszłości odnotowanych przez statystykę rynkową.

Przedstawione opracowanie stanowi integralną część takiego postępowania zmierzającego do kompleksowego zbadania rynku turystycznego. Ogólnie biorąc bowiem celem pracy jest dokonanie, na podstawie statystyki rynkowej, ekonometrycznej analizy popytu występującego na rynku turystycznym.

Opracowanie ma charakter poznawczo-metodologiczny. Jest to wynik przyjętych na wstępie celów badania, wśród których do zasadniczych należą:

- poznanie ilościowych prawidłowości w zakresie wpływu wybranych czynników ekonomicznych na kształtowanie się popytu na rynku turystycznym,
- zbudowanie i estymacja modeli możliwie najlepiej (w sensie merytorycznym i statystycznym) opisujących relacje między analizowanymi zjawiskami rynkowymi.

W opracowaniu rynek turystyczny ujęto jako integralną część rynku, z założenia nie wnikając w jego specyficzne cechy rozpoznane w literaturze przedmiotu. Stąd też spośród wielu czynników ekonomicznych i pozaekonomicznych kreujących rozpatrywany popyt w badaniach uwzględniono podstawowe czynniki ekonomiczne mające ogólny charakter, czyli dochody ludności i ceny.

Badaniem objęto krajowy rynek dóbr i usług bezpośrednio związanych z uczestnictwem ludności w turystyce. Kierując się względami merytorycznymi, w ramach tak określonego rynku turystycznego wyodrębniono sześć rynków cząstkowych, a mianowicie:

¹ Artykuł przygotowano na podstawie wyników z części badań zrealizowanych w 1989 r. przez zespół w składzie: doc. dr hab. Józef Garczarczyk (kierownik tematu), mgr Marek Mocek, mgr Grzegorz Szumiński.

- rynek usług noclegowych,
- rynek usług wczasowych,
- rynek usług w zakresie organizacji i obsługi ruchu turystycznego,
- rynek usług gastronomicznych,
- rynek usług transportowych,
- rynek sprzętu turystyczno-sportowego.

Badania nad popytem przeprowadzono niezależnie dla każdego z wymienionych rynków częściowych¹ w ujęciu makroekonomicznym, tzn. w skali kraju. W niniejszym artykule, ze względu na jego ograniczoną objętość, przedstawiono wyniki badań dotyczące trzech spośród wyodrębnionych rynków częściowych, tj. rynku usług noclegowych, rynku usług wczasowych oraz rynku usług w zakresie organizowania i obsługi ruchu turystycznego. O takim wyborze zdecydowało to, że konsumentami usług oferowanych na tych rynkach są przede wszystkim turyści.

W badaniach analizowano popyt *ex post* jako popyt zrealizowany, wyrażony wielkością sprzedaży usług turystycznych przez jednostki gospodarki turystycznej.

Zakres czasowy badań zamykał się w przedziale lat 1973-1987. Podstawowym źródłem informacji były publikowane i nie publikowane dane statystyczne opracowane przez GUS. Materiały te wykorzystano zarówno w sposób bezpośredni, jak i pośredni (tzn. stanowiły podstawę koniecznych przeliczeń).

Dobór zmiennych do modeli

Podjęcie ekonometrycznej analizy popytu występującego na rynku turystycznym z zamiarem osiągnięcia podanych celów oznaczało, że zbiór zmiennych objaśnianych będą stanowią zmienne reprezentujące popyt na wyodrębnionych rynkach częściowych, a zbiór zmiennych objaśniających będą tworzyć zmienne opisujące dochody, ceny oraz zmienna czasowa (dla uwzględnienia trendów).

W badaniach jako zmienne objaśniane przyjęto następujące cechy:

- UZG — wartość sprzedaży usług zakwaterowania w obiektach turystycznych ogółem w mln zł — ceny bieżące,
- UZGR — realna wartość sprzedaży usług zakwaterowania w obiektach turystycznych ogółem w mln zł — ceny stałe z 1970 r.
- UOT — liczba noclegów udzielonych turystom krajowym w obiektach turystycznych ogółem w tys.,
- UWG — wartość sprzedaży usług związanych z wypoczynkiem w mln zł — ceny bieżące,
- UWGR — realna wartość sprzedaży usług związanych z wypoczynkiem w mln zł — ceny stałe z 1970 r.,
- UOW — liczba noclegów udzielonych w obiektach wczasowo-wypoczynkowych ogółem w tys.,

¹ Założenie takie przyjęto podczas realizacji znacznie szerszej zakrojonych badań nad modelowaniem rynku turystycznego prowadzonych w ramach CPBP 08.06.V.2.3.

UOR — wartość sprzedaży usług w zakresie organizowania i obsługi ruchu turystycznego w mln zł — ceny bieżące,

UORR — realna wartość sprzedaży usług w zakresie organizowania i obsługi ruchu turystycznego w mln zł — ceny stałe z 1970 r.

Przedstawione zmienne objaśniane charakteryzują dla każdego z badanych rynków częściowych popyt zagregowany (sprzedaż) w ujęciu wartościowym, wyrażony w cenach bieżących oraz stałych, a ponadto w przypadku rynku usług noclegowych i wczasowych — popyt (sprzedaż) w ujęciu ilościowym.

Do opisu kształtowania się przyjętych zmiennych objaśnianych, stosując kilkuetapową procedurę¹, dobrano zestaw następujących zmiennych objaśniających:

PMW — wielkość nominalna przeciętnego miesięcznego wynagrodzenia w gospodarce społecznej w zł,

PMWR — realna wartość przeciętnego wynagrodzenia miesięcznego w gospodarce społecznej w zł (1970 = 100),

USTW — wskaźnik cen usług w zakresie sportu, turystyki i wypoczynku (1970 = 100),

USTWR — wskaźnik cen realnych² usług w zakresie sportu, turystyki i wypoczynku (1970 = 100),

UWC — wskaźnik cen usług w zakresie wczasów (1970 = 100),

UWCR — wskaźnik cen realnych usług w zakresie wczasów (1970 = 100),

t — zmienna czasowa (przyjmuje dodatnie wartości kolejnych liczb całkowitych).

Przy modelowaniu badanych relacji przyczynowo-skutkowych w ramach poszczególnych rynków częściowych wykorzystywano ostatecznie różne zestawy zmiennych objaśniających:

— rynek usług noclegowych — zmienne o symbolach: PMW, PMWR, USTW, USTWR, t;

— rynek usług wczasowych — zmienne PMW, PMWR, UWC, UWCR, t;

— rynek usług w zakresie organizacji i obsługi ruchu turystycznego — zmienne: PMW, PMWR, USTW, USTWR, t.

¹ Pierwszym etapem przyjętej procedury było ustalenie zestawu potencjalnych zmiennych objaśniających (ich szczegółowy wykaz jest zamieszczony w opracowaniu: J. Garczarczyk, M. Mocek, G. Szumiński: *Modelowanie ekonometryczne i prognozowanie relacji przyczynowo-skutkowych podstawowych elementów rynku turystycznego*. Poznań 1989, masz.). W drugim etapie, kierując się względami merytorycznymi oraz wynikami analizy współczynników korelacji, dokonano wyboru zmiennych-reprezentantów. W kolejnym etapie, kierując się podobnymi kryteriami, ustalono wstępne kombinacje zmiennych. W ostatnim etapie zastosowano jedną z formalnych metod doboru zmiennych, a mianowicie metodę eliminacji *a posteriori*.

² Powody przydatności stosowania cen realnych wyczerpująco przedstawił Z. Pawłowski w pracy: *Ekonometria*. Warszawa 1978, s. 408.

Metody modelowania

W celu zbadania relacji przyczynowo-skutkowych będących przedmiotem analizy zastosowano dynamiczne jednorównaniowe modele przyczynowo-opisowe o jednej, dwóch i trzech zmiennych objaśniających. Modele takie konstruowano dla każdej z badanych zmiennych objaśnianych, przyjmując w nich jako zmienne objaśniające pewne merytorycznie uzasadnione 1, 2, 3-elementowe kombinacje zmiennych, tworzone w ramach podanych (dla poszczególnych rynków częściowych) zestawów.

W przypadku modeli jednej zmiennej zastosowano cztery funkcje o następującej postaci:

- funkcja liniowa $y = a_0 + a_1x$,
- funkcja potęgowa $y = a_0x^{a_1}$,
(postać zlogarytmizowana) $\log y = \log a_0 + a_1 \log x$,
- funkcja hiperboliczna $y = a_0 + a_1 \frac{1}{x}$,
- funkcja kwadratowa $y = a_0 + a_1x + a_2x^2$.

Dla modeli z dwoma lub trzema zmiennymi objaśniającymi zastosowano funkcję liniową i potęgową w postaci:

- funkcja liniowa $y = a_0 + a_1x_1 + a_2x_2$
• oraz $y = a_0 + a_1x_1 + a_2x_2 + a_3x_3$,
- funkcja potęgowa (postać zlogarytmizowana)
 $\log y = \log a_0 + a_1 \log x_1 + a_2 \log x_2$
oraz $\log y = \log a_0 + a_1 \log x_1 + a_2 \log x_2 + a_3 \log x_3$.

Parametry powyższych funkcji szacowano za pomocą metody najmniejszych kwadratów.

Dla oceny stopnia dobroci uzyskanych modeli zastosowano następujące miary:

- standardowy błąd szacunku

$$S_e = \sqrt{\frac{\sum y - \hat{y}^2}{n - k}}$$

- współczynnik zmienności losowej

$$V_e = \frac{S_e}{\bar{y}} \cdot 100\%$$

- współczynnik zbieżności

$$\varphi^2 = \frac{\sum y - \hat{y}^2}{\sum y - \bar{y}^2}$$

Ponadto dla każdego wyznaczonego modelu przeprowadzono:

- weryfikację istotności ocen parametrów strukturalnych stosując test t,
- badanie własności koincydencji według kryterium Z. Hellwiga¹,

¹Z. Hellwig: *Przechodność relacji skorelowania zmiennych losowych i płynące stąd wnioski ekonometryczne*. Przegląd Statystyczny 1976 nr 1, s. 3.

— badanie reszt na symetrię rozkładu (test symetrii S. Bartosiewicza¹), losowość rozkładu (test liczby serii) i autokorelację rzędu pierwszego (test Durbina-Watsona).

Na podstawie przeprowadzonej analizy własności formalnych i merytorycznych uzyskanych modeli typowano dla danej zmiennej objaśnianej modele dopuszczalne (rozsądne). Ponieważ dla prawie każdej zmiennej objaśnianej było kilka modeli dopuszczalnych, jako produkt końcowy modelowania wybrano spośród nich te, które w największym zakresie służyły osiągnięciu celów poznawczych i pragmatycznych postawionych w badaniach. Wyniki estymacji takich właśnie modeli przedstawiono i omówiono w następnej części niniejszego artykułu.

Rynek usług noclegowych

Wartość sprzedaży usług zakwaterowania w obiektach turystycznych (ceny bieżące) w mln zł (UZG)

W przypadku zmiennej objaśnianej UZG, reprezentującej popyt na usługi noclegowe w ujęciu wartościowym wyrażony w cenach bieżących, wybrano dwa modele o jednej zmiennej objaśniającej.

Pierwszy model przedstawia zależność między zmienną UZG a wielkością nominalną przeciętnego wynagrodzenia miesięcznego w gospodarce społecznej (PMW). Z zastosowanych przy budowie modelu trzech funkcji analitycznych (liniowej, potęgowej i hiperbolicznej) najlepiej opisuje badaną relację funkcja potęgowa. Wyniki jej oszacowania (postaci zlogarytmizowanej) są następujące²:

$$\log UZG_t = -0,564 + 1,035 \log PMW_t$$

(0,219) (0,055)

$$S_e = 0,060 \quad ; \quad V_e = 1,68\% \quad ; \quad \varphi^2 = 0,030$$

Przedstawiony model charakteryzuje się bardzo dobrym dopasowaniem do obserwacji empirycznych; zmienność wartości sprzedaży usług zakwaterowania liczonej w cenach bieżących jest w 97% wyjaśniona zmiennością wielkości nominalnej przeciętnego wynagrodzenia miesięcznego. Oceny parametrów modelu w statystycznie istotny sposób różnią się od zera (przy $\alpha = 0,05$), co oznacza, że wielkość nominalna wynagrodzenia ma istotny wpływ na sprzedaż analizowanych usług wyrażoną w cenach bieżących. Ponadto badanie reszt z modelu wykazało, że mają one rozkład symetryczny i losowy oraz że cechują się autokorelacją rzędu pierwszego (wartość statystyki Durbina-Watsona wynosi 0,73).

¹ S. Bartosiewicz: *Ekonometria. Technologia ekonometrycznego przetwarzania informacji*. Warszawa 1989, s. 151-152.

² W nawiasach pod ocenami parametrów modelu podano odpowiadające im średnie błędy szacunku.

W oszacowanym modelu na szczególną uwagę zasługuje parametr przy zmiennej objaśniającej. Jego wartość informuje bowiem, że wzrost przeciętnego nominalnego wynagrodzenia miesięcznego w gospodarce społecznej o 1% spowoduje wzrost sprzedaży usług zakwaterowania liczonych w cenach bieżących o $1,04\% \pm 0,06\%$. Oznacza to więc, że wartość nominalna sprzedaży badanych usług jest wysoce elastyczna względem zmian poziomu nominalnych dochodów (wzrostowi dochodów towarzyszy minimalnie więcej niż proporcjonalny wzrost wartości sprzedaży).

Reasumując należy stwierdzić, że omawiany model oprócz walorów poznawczych (oszacowanie elastyczności dochodowej wartości sprzedaży w cenach bieżących) ma również walory pragmatyczne, gdyż z powodzeniem może zostać wykorzystany jako narzędzie do budowy krótkookresowych prognoz wielkości zmiennej UZG.

Drugi model opisuje zależność między zmienną UZG a wskaźnikiem nominalnych cen usług w zakresie sportu, turystyki i wypoczynku (USTW). Spośród przyjętego zestawu funkcji analitycznych najkorzystniejsze wyniki estymacji uzyskano w przypadku funkcji liniowej. Oszacowana postać takiego modelu przedstawia się następująco:

$$UZG_t = 438,310 + 8,728 USTW_t$$

$$(119,050) (0,189)$$

$$S_e = 281,715 \quad ; \quad V_e = 6,15\% \quad ; \quad \phi^2 = 0,005$$

Model charakteryzuje się prawie idealnym dopasowaniem do danych empirycznych, gdyż zaledwie 0,5% wariancji zmiennej objaśnianej nie jest wyjaśnione zmiennością poziomu nominalnych cen usług. Oszacowania parametrów modelu są statystycznie istotne (przy $\alpha = 0,01$). Reszty z modelu są symetryczne, mają rozkład losowy, ale obciążone są autokorelacją (przy $\alpha = 0,05$).

Podane własności oraz stosunkowo nieduża wielkość standardowego błędu szacunku (stanowi około 6% średniej z zaobserwowanych wartości UZG) pozwalają stwierdzić, że omawiany model może być wykorzystany w procesie prognozowania zmiennej UZG.

Przedstawiony model ma również znaczne walory poznawcze. Wartość oszacowanego parametru przy zmiennej objaśniającej informuje bowiem, że przy wzroście wskaźnika cen usług w zakresie sportu, turystyki i wypoczynku (podstawa stała: 1970 = 100) przykładowo o 10 punktów procentowych, wartość sprzedaży usług zakwaterowania, liczona w cenach bieżących, wzrośnie o 87,28 mln zł z możliwym odchyleniem $\pm 1,9$ mln zł.

Na szczególną uwagę zasługuje dodatni kierunek zależności występującej między wartością sprzedaży a cenami. Kierunek taki świadczy bowiem, że współczynnik elastyczności cenowej sprzedaży w wyrażeniu ilościowym jest

obliczona wartość statystyki Durbina-Watsona (1,10) nie pozwala podjąć decyzji w tym zakresie.

Biorąc pod uwagę omówione własności można stwierdzić, że model może być z powodzeniem zastosowany do budowy prognoz realnej wartości sprzedaży usług zakwaterowania, a także do analizy wpływu badanych czynników na kształtowanie się popytu na rozpatrywane usługi.

Analiza wyników estymacji modelu pozwala stwierdzić, że:

- zmiany cen realnych badanych usług nie mają istotnego wpływu na popyt w wyrażeniu wartościowym określony w cenach stałych,
- zmiany dochodów realnych ludności istotnie, w takim samym kierunku, lecz w stopniu mniej niż proporcjonalnym, wpływają na kształtowanie się ujmowanego wartościowo popytu na usługi noclegowe (wzrost dochodów realnych o 1% powoduje wzrost wartości sprzedaży średnio o 0,86%, przy warunku *ceteris paribus*),
- popyt na usługi noclegowe w wyrażeniu wartościowym (ceny stałe) charakteryzuje się w latach 1973-1987 statystycznie istotną dość wyraźną tendencją spadkową, będącą wynikiem oddziaływania na popyt wraz z upływem czasu splotu innych (poza dochodami) czynników,
- na badany popyt w relatywnie większym stopniu oddziałuje zespół zmieniających się w czasie czynników reprezentowanych przez zmienną czasową (t) niż poziom realnych dochodów ludności (zmienna PMWR); wskazują na to wartości cząstkowych współczynników koincydencji¹, wynoszące dla zmiennej t oraz PMWR odpowiednio: 0,434 i 0,388.

Liczba noclegów udzielonych turystom krajowym w obiektach turystycznych ogółem w tys. (UOT)

W wyniku wieloetapowej procedury badawczej mającej na celu określenie zależności między zmienną reprezentującą popyt na usługi noclegowe w ujęciu ilościowym (UOT) a zmiennymi opisującymi dochody realne ludności (PMWR), ceny realne badanych usług (USTWR) i tendencję rozwojową (t), przyjęto ostatecznie model potęgowy o jednej zmiennej objaśniającej. W modelu tym jako zmienna objaśniająca występuje zmienna PMWR. Badania wykazały, że wpływ pozostałych dwóch zmiennych (USTWR, t) na zmienność zmiennej UOT jest statystycznie nieistotny (metoda eliminacji *a posteriori*).

Oszacowanie postaci logarytmicznej przyjętego modelu jest następujące:

$$\log UOT_t = 1,238 + 0,945 \log PMWR_t$$

(0,638) (0,181)

$$S_e = 0,035 ; V_e = 0,76\% ; \varphi^2 = 0,324$$

¹ Zob. Z. Hellwig: *Przechodniość relacji...*, op.cit. s. 16.

Przedstawiony model wyjaśnia około dwóch trzecich zmienności występującej w zakresie liczby noclegów udzielonych w obiektach turystycznych¹. Powyższy stopień dopasowania można uznać za dopuszczalny, tym bardziej że model ma szereg innych właściwości pozwalających oceniać go pozytywnie. Do takich właściwości należą: niska wartość współczynnika zmienności losowej (nie przekracza 1%), statystycznie istotna ocena parametru przy zmiennej objaśniającej, symetryczny i losowy rozkład reszt, niewystępowanie autokorelacji reszt.

W oszacowanym modelu na uwagę zasługuje parametr przy zmiennej objaśniającej będący współczynnikiem elastyczności dochodowej liczby sprzedanych usług noclegowych. Oszacowana wartość tego parametru informuje, że wzrost przeciętnego realnego wynagrodzenia miesięcznego w gospodarce społecznej o 1% spowoduje wzrost liczby udzielonych noclegów w obiektach turystycznych o 0,95% z możliwym odchyleniem $\pm 0,18\%$. Ponieważ uzyskany współczynnik elastyczności jest mniejszy od jedności, należy stwierdzić, że liczba noclegów udzielonych w obiektach turystycznych jest mało elastyczna względem zmian realnych dochodów ludności.

Rynek usług wczasowych

Wartość sprzedaży usług związanych z wypoczynkiem (ceny bieżące) w mln zł (UWG)

W przypadku zmiennej objaśnianej UWG reprezentującej popyt na usługi wczasowe w wyrażeniu wartościowym (ceny bieżące) zbudowano dwa modele o jednej zmiennej objaśniającej.

Pierwszy z tych modeli przedstawia zależność między zmienną UWG a wielkością nominalną przeciętnego wynagrodzenia miesięcznego w gospodarce społecznej (PMW). Spośród rozpatrywanych funkcji analitycznych badaną relację najlepiej opisuje funkcja potęgowa. Oszacowana postać logarytmiczna tej funkcji przedstawia się następująco:

$$\text{Log UWG}_t = -0,974 + 1,212 \log \text{PMW}_t$$

(0,184) (0,046)

$$S_e = 0,050 ; V_e = 1,30\% ; \varphi^2 = 0,016$$

Drugi model opisuje związek między zmienną UWG a wskaźnikiem cen usług w zakresie wczasów (1970 = 100) oznaczonym symbolem UWC. Jest to model liniowy, a jego oszacowanie przedstawia się następująco:

¹ Wyniki estymacji funkcji liniowej, hiperbolicznej i kwadratowej charakteryzowały się bardzo podobnym dopasowaniem do danych empirycznych (współczynnik zbieżności w granicach 0,33-0,35). Z analizy wykresu rozrzutu danych empirycznych wynika, że na zaniżenie poziomu dopasowania szacowanych funkcji w dużej mierze wpływała dość nietypowa wartość zmiennej UOT w 1981 r.

$$UWG_t = 941,555 + 12,539 UWC_t$$

$$(325,998) \quad (0,332)$$

$$S_e = 810,909 ; V_e = 8,23 ; \varphi^2 = 0,008$$

Przedstawione modele charakteryzują się bardzo dobrym dopasowaniem do danych empirycznych; pierwszy nie wyjaśnia tylko 1,6% wariancji zmiennej objaśnianej, drugi — zaledwie 0,8%. Oszacowania parametrów w obydwóch modelach w statystycznie istotny sposób różnią się od zera (przy $\alpha = 0,02$). W przypadku jednego i drugiego modelu reszty mają rozkłady symetryczne i losowe. Odmienne natomiast wyniki uzyskano badając reszty na autokorelację; reszty z pierwszego modelu cechują się autokorelacją, reszty zaś z drugiego nie są nią obciążone.

Ogólnie biorąc, podane własności upoważniają do podjęcia analizy oszacowanych parametrów, a także wskazują, że omawiane modele mogą być bardzo przydatne w procesie prognozowania wartości sprzedaży usług związanych z wypoczynkiem, liczonej w cenach bieżących.

Oszacowana wartość parametru przy zmiennej objaśniającej w pierwszym modelu informuje, że wzrost przeciętnego nominalnego wynagrodzenia miesięcznego w gospodarce społecznej o 1% spowoduje wzrost wartości sprzedaży usług związanych z wypoczynkiem (liczonej w cenach bieżących) o 1,2% z możliwym odchyleniem $\pm 0,05\%$. Oznacza to, że sprzedaż analizowanych usług w ujęciu wartościowym (ceny bieżące) jest wysoce elastyczna względem zmian wielkości nominalnych dochodów.

Z kolei wartość oszacowanego parametru przy zmiennej objaśniającej w drugim modelu oznacza, że przy wzroście wskaźnika cen w zakresie wczasów (1970 = 100) o 10 punktów, wartość sprzedaży badanych usług (w cenach bieżących) wzrośnie o 125,4 mln zł (z możliwym odchyleniem $\pm 3,3$ mln zł). Kierunek występującej w tym przypadku zależności oznacza, że popyt na usługi wczasowe (sprzedaż) w wyrażeniu ilościowym jest mało elastyczny względem zmian cen bieżących tych usług. Obliczony na podstawie oszacowanego modelu współczynnik elastyczności Bowleya równy 0,903 wskazuje, że również popyt na analizowane usługi w wyrażeniu wartościowym (ceny bieżące) jest mało elastyczny względem zmian cen bieżących.

Realna wartość sprzedaży usług związanych z wypoczynkiem (ceny stałe z 1970 r.) w mln zł (UWGR)

Badanie zależności między zmienną UWGR określającą popyt na usługi wczasowe (w wyrażeniu wartościowym — ceny stałe) a zmiennymi PMWR, UWCR i t (opisującymi kolejno: dochody realne ludności, ceny realne usług wczasowych i trend) doprowadziło ostatecznie do zbudowania modelu potęgowego o dwóch zmiennych objaśniających. Opisuje on wpływ dochodów (PMWR) i trendu (t) na kształtowanie się zmiennej objaśnianej UWGR. Wśród

zmiennych objaśniających nie znalazła się zmienna UWCR, gdyż jej wpływ na zmienną UWGR okazał się statystycznie nieistotny¹. Oszacowana postać logarytmiczna zbudowanego modelu przedstawia się następująco:

$$\log UWGR_t = -0,967 + 1,205 \log PMWR_t - 0,121 \log t$$

$$(0,834) \quad (0,233) \quad (0,032)$$

$$S_e = 0,031 ; V_e = 0,97\% ; \varphi^2 = 0,104$$

Model charakteryzuje się dobrym dopasowaniem do obserwacji empirycznych (wyjaśnia prawie 90% zmienności zmiennej objaśnianej), relatywnie niskim błędem standardowym szacunku (stanowi około 1% wartości średniej z obserwacji zmiennej objaśnianej), statystycznie istotnymi ocenami parametrów przy zmiennych objaśniających (przy $\alpha = 0,01$). Ponadto model jest koincydentny, a reszty z niego mają rozkład symetryczny oraz losowy. Nie można się natomiast wypowiedzieć na temat autokorelacji reszt (wartość statystyki d wynosi 1,39).

Z przedstawionych własności wynika, że model można wykorzystać przy prognozowaniu zmiennej UWGR oraz że jego parametry strukturalne mogą być poddane analizie merytorycznej.

Ze względu na postać modelu, uzyskane oceny parametrów przy zmiennych objaśniających można interpretować jako współczynniki elastyczności cząstkowej wartości sprzedaży usług wczasowych (liczonej w cenach stałych). Pozwala to stwierdzić, że:

- elastyczność dochodowa jest dodatnia i dość wysoka ($e_y = 1,205$), co oznacza, że sprzedaż usług wczasowych jest doskonale elastyczna względem zmian dochodów (reaguje na zmianę dochodów w stopniu więcej niż proporcjonalnym),
- elastyczność względem czasu jest ujemna i niska ($e_t = -0,121$), co świadczy, że sprzedaż analizowanych usług ma tendencję spadkową i reaguje na zmiany w czasie w stopniu mniej niż proporcjonalnym.

Liczba noclegów udzielonych w obiektach wczasowo-wypoczynkowych w tys. (UOW)

Badanie zależności między zmienną UOW określającą popyt na usługi wczasowe w wyrażeniu ilościowym a zmiennymi PMWR, UWCR i t (czyli takimi samymi, jak przy badaniu popytu w ujęciu wartościowym) doprowadziło, podobnie jak w przypadku zmiennej objaśnianej UWGR, do zbudowania modelu potęgowego o dwóch zmiennych objaśniających. W modelu tym jako zmienne objaśniające występują: zmienna reprezentująca dochody realne (PMWR) i zmienna czasowa opisująca trend (t). Brak zmiennej charakteryzującej poziom cen (UWCR) jest spowodowany statystycznie nieistotnym

¹ Z modelu liniowego zmienna UWCR również była usunięta, gdyż nie spełniała warunku koincydencji.

wpływem tej zmiennej na zmienność liczby udzielonych noclegów (UOW). Oszacowana postać logarytmiczna przyjętego modelu jest następująca:

$$\log UOW_t = 1,197 + 0,998 \log PMWR_t - 0,056 \log t$$

$$(0,525) \quad (0,150) \quad (0,023)$$

$$S_e = 0,028; V_e = 0,60\%; \varphi^2 = 0,206$$

Przedstawiony model charakteryzuje się słabszym dopasowaniem niż wcześniej analizowany model dotyczący popytu na usługi wczasowe w wyrażeniu wartościowym. Natomiast w zakresie pozostałych badanych własności rozpatrywany model w niczym nie odbiega od modelu dla zmiennej UWGR.

Analiza wartości oszacowanych parametrów strukturalnych modelu, interpretowanych jako wskaźniki elastyczności cząstkowej sprzedaży usług wczasowych w wyrażeniu ilościowym, pozwala stwierdzić, że:

- elastyczność dochodowa jest dodatnia i prawie równa jedności ($e_y = 0,998$), co oznacza, że sprzedaż usług wczasowych w ujęciu ilościowym jest proporcjonalna względem zmian dochodów (reaguje na zmianę dochodów realnych w stopniu wprost proporcjonalnym),
- elastyczność względem czasu jest ujemna i niska ($e_t = -0,056$), co oznacza, że sprzedaż badanych usług w ujęciu ilościowym ma tendencję spadkową i reaguje na zmiany w czasie w stopniu mniej niż proporcjonalnym.

Rynek usług w zakresie organizacji i obsługi ruchu turystycznego

Wartość sprzedaży usług w zakresie organizowania i obsługi ruchu turystycznego (ceny bieżące) w mln zł (UOR)

Dla zmiennej objaśnianej UOR reprezentującej popyt na usługi organizacji i obsługi ruchu turystycznego w ujęciu wartościowym (ceny bieżące) zbudowane zostały dwa modele o jednej zmiennej objaśniającej. W ich roli wystąpiły: zmienna przedstawiająca wielkość dochodów minimalnych (PMW) oraz zmienna określająca poziom cen rozpatrywanych usług (USTW). Analiza wyników estymacji czterech typów funkcji analitycznej wykazała, że związek między zmienną UOR a zmienną PMW najlepiej opisuje model o postaci funkcji liniowej, a związek między UOR a USTW — model o postaci funkcji potęgowej. Wyniki oszacowania takich modeli są następujące:

$$UOR_t = -3284,807 + 1,379 PMW_t$$

$$(1370,197) \quad (0,096)$$

$$S_e = 2813,216; V_e = 21,73\%; \varphi^2 = 0,050$$

$$\log UOR_t = 1,612 + 0,933 \log USTW_t$$

$$(0,165) \quad (0,065)$$

$$S_e = 0,088; V_e = 2,23\%; \varphi^2 = 0,050$$

Zaprezentowane modele odznaczają się bardzo dobrym dopasowaniem; każdy wyjaśnia po 95% wariancji zmiennej objaśnianej. Oceny wszystkich parametrów strukturalnych modeli są statystycznie istotne (przy $\alpha = 0,05$), a reszty z obu modeli mają rozkłady symetryczne i losowe oraz nie są obciążone autokorelacją rzędu pierwszego.

Z analizy wartości oszacowanych parametrów pierwszego modelu wynika, że:

- przy wzroście, w skali rocznej, przeciętnego nominalnego wynagrodzenia miesięcznego w gospodarce uspołecznionej o 1000 zł, wartość sprzedaży usług w zakresie organizowania i obsługi ruchu turystycznego liczona w cenach bieżących wzrośnie o 1379 mln zł $\pm$ 96 mln zł, czyli w granicach od 1283 mln do 1475 mln zł,
- przy wzroście nominalnego wynagrodzenia o 1%, wartość nominalna sprzedaży badanych usług wzrośnie średnio o 1,25% (współczynnik elastyczności Bowleya), co oznacza, że sprzedaż w ujęciu wartościowym (ceny bieżące) jest wysoce elastyczna względem zmian poziomu nominalnych dochodów,
- zakupy usług w zakresie organizowania i obsługi ruchu turystycznego nie są dla ludności najpilniejsze i są dokonywane w dalszej kolejności; ich realizacja jest uzależniona od osiągnięcia przez ludność określonego poziomu dochodów.

Przedstawione zależności między popytem (sprzedażą) a dochodami wskazują, że usługi w zakresie organizacji i obsługi ruchu turystycznego mają charakter co najmniej półluksusowy.

Z kolei oszacowana wartość parametru przy zmiennej objaśniającej w drugim modelu informuje, że przy wzroście poziomu bieżących cen rozpatrywanych usług o 1% następuje wzrost wartości nominalnej sprzedaży o 0,93% z możliwym odchyleniem $\pm 0,07\%$. Oznacza to, że sprzedaż badanych usług w wyrażeniu wartościowym (liczona w cenach bieżących) jest mało elastyczna względem zmian cen bieżących tych usług, a sprzedaż usług w wyrażeniu ilościowym reaguje na zmiany ich cen bieżących najwyżej w stopniu minimalnym.

Realna wartość sprzedaży usług w zakresie organizowania i obsługi ruchu turystycznego (ceny stałe z 1970 r) w mln zł (UORR)

W rezultacie wieloetapowej procedury badawczej zmierzającej do określenia zależności między zmienną UORR, reprezentującą popyt na rozpatrywane usługi ujęty wartościowo według cen stałych, a zmiennymi przedstawiającymi dochody realne (PMWR), ceny realne (USTWR) i trend (t), zbudowano model potęgowy z dwoma zmiennymi objaśniającymi. Opisuje on wpływ dochodów i cen na kształtowanie się wartości sprzedaży liczonej w cenach stałych. W modelu nie występuje zmienna czasowa t, ponieważ jej wpływ na zmienność zmiennej UORR okazał się statystycznie nieistotny (metoda eliminacji *a posteriori*). Oszacowana postać logarytmiczna zbudowanego modelu jest następująca:

$$\log UORR_t = -3,790 + 1,619 \log PMWR_t + 0,727 \log USTWR_t$$

$$(2,132) \quad (0,471) \quad (0,324)$$

$$S_e = 0,065 ; V_e = 1,89\% ; \varphi^2 = 0,455$$

Przedstawiony model wyjaśnia zmienność realnej wartości sprzedaży badanych usług w 54,5%, czyli w stopniu zaledwie dopuszczalnym¹. Natomiast do pozytywnych cech modelu można zaliczyć: statystycznie istotne oceny parametrów przy zmiennych objaśniających, własność koincydencji, odznaczanie się reszt z modelu zalecanymi własnościami. Ogólnie biorąc, podane własności modelu pozwalają dokonać w miarę ostrożnej interpretacji oszacowanych parametrów strukturalnych.

Analiza wartości ocen parametrów modelu wskazuje, że:

- elastyczność dochodowa jest dodatnia i dość duża, co oznacza, że wartość realna sprzedaży badanych usług reaguje na zmiany dochodów realnych ludności w stopniu więcej niż proporcjonalnym,
- elastyczność cenowa jest dodatnia i dość niska, co świadczy, że wartość realna sprzedaży analizowanych usług reaguje na zmiany cen realnych tych usług w tym samym kierunku i w stopniu mniej niż proporcjonalnym.

Ponieważ określone wyżej zależności są generalnie zbieżne z wynikami badań prowadzonych w przekroju wielkości nominalnych, można powiedzieć, że popyt na usługi organizowania i obsługi ruchu turystycznego jest wysoce elastyczny względem zmian dochodów oraz mało elastyczny względem zmian cen.

Wnioski z badań

Przeprowadzone badania wykazały, że dochody ludności były czynnikiem, który w istotny sposób wpłynął na kształtowanie się popytu na usługi turystyczne. Jednak siła oddziaływania tego czynnika w przypadku badanych segmentów rynku turystycznego nie była jednakowa. W relatywnie największym stopniu dochody wpływały na kształtowanie się popytu na usługi w zakresie organizowania i obsługi ruchu turystycznego (popyt wysoce elastyczny względem zmian dochodów). W mniejszym stopniu poziom dochodów oddziałował na popyt na usługi wczasowe, a w najmniejszym — na popyt występujący na rynku usług noclegowych (popyt mało elastyczny względem zmian dochodów). Należy sądzić, że zaobserwowanie niższej elastyczności dochodowej popytu na usługi wczasowe i noclegowe wynikało z tego, że zakupy tych usług w warunkach krajowych nie były w pełni finansowane z dochodów osobistych ludności (różnego rodzaju ulgi w opłatach za wczasy, znaczna część usług noclegowych opłacana w ramach delegacji służbowych).

¹Oszacowany model o postaci funkcji liniowej wyjaśniał jeszcze niższy odsetek zmienności zmiennej UORR. Wyraźnie lepszym dopasowaniem charakteryzowały się modele, w których oprócz PMWR i USTWR jako zmienna objaśniająca występowała statystycznie nieistotna (przy $\alpha = 0,10$) zmienna czasowa t (współczynnik zbieżności w granicach 0,34-0,36).

Wyniki badań wskazują, że ceny były czynnikiem w bardzo ograniczonym zakresie wpływającym na kształtowanie się popytu na usługi turystyczne. W przypadku analizowanych rynków częściowych tylko na rynku usług w zakresie organizowania i obsługi ruchu turystycznego stwierdzono istotną zależność między popytem a cenami, ale jej charakter wskazywał, że była ona wynikiem niezrównoważonego rynku (rynek sprzedawcy).

Badania wykazały, że popyt na usługi noclegowe oraz popyt na usługi wczasowe zdradzały w latach 1973—1987 niewielką tendencję spadkową, będącą wynikiem istotnego oddziaływania na popyt splotu innych (poza dochodami i cenami) czynników zmieniających się w czasie. Należy podkreślić, że zjawiska takiego nie odnotowano w przypadku popytu na usługi organizowania i obsługi ruchu turystycznego.

Przeprowadzone badania wskazują, że do opisu badanych relacji przyczynowo-skutkowych w ujęciu wielkości realnych najbardziej przydatne okazały się modele o postaci funkcji potęgowej. Natomiast przy analizie rozpatrywanych zależności w ujęciu wielkości minimalnych nie mniej przydatne niż potęgowe okazały się modele liniowe, zwłaszcza gdy zmienną objaśniającą była zmienna reprezentująca ceny.

Nie stwierdzono zasadniczych rozbieżności między rezultatami analiz prowadzonych w przekroju wielkości nominalnych a wynikami badań zrealizowanych w przekroju wielkości realnych.

Spośród zbudowanych modeli opisujących analizowane relacje generalnie najlepszym dopasowaniem charakteryzowały się modele konstruowane na podstawie zmiennych opisujących zjawiska rynkowe w wielkościach nominalnych, a relatywnie najslabszym — modele, w których zmienne objaśniane opisywały popyt w wyrażeniu ilościowym.

Badania wykazały, że większość zbudowanych modeli miała niezbędne właściwości do tego, aby można je było wykorzystać przy budowie krótkookresowych prognoz dotyczących kształtowania się popytu na rozpatrywane grupy usług turystycznych.

PODAŻ MIEJSC NOCLEGOWYCH JAKO ELEMENT RYNKU USŁUG TURYSTYCZNYCH

Rozwój wszelkiego rodzaju działalności gospodarczej zależy od zapotrzebowania. Odnosi się to oczywiście także do hotelarstwa. Można zatem przyjąć, że główną przesłanką rozwoju usług hotelarskich w naszym kraju powinny być potrzeby, a praktycznie — potencjalny popyt. Jeśli jednak spodziewany popyt można zazwyczaj określić dość precyzyjnie odwołując się do potrzeb biologicznych, norm zwyczajowych czy choćby uregulowań administracyjnych, nie odnosi się to do popytu na usługi noclegowe. Popyt ten można sprecyzować jedynie w powiązaniu z organizacją rozmaitych imprez i przedsięwzięć wywołujących masowy napływ gości — turystów, przy czym łatwiej prognozować popyt dla zdarzeń systematycznych, trudniej zaś dla incydentalnych. Niestety, imprezy przyciągające ruch turystyczny zdarzają się raczej rzadko i zajmują jedynie niewielki odsetek czasu, w którym prowadzona jest działalność gospodarcza. Dlatego też dla wyznaczenia potencjalnego popytu na usługi hotelarskie trzeba znajdować przesłanki zewnętrzne mogące stymulować ruch turystyczny. Jedną z nich są lokalne walory. Oznacza to jednak możliwość prognozowania popytu na noclegi w skali lokalnej, nie zaś ogólnokrajowej. Potwierdza się więc ogólna teza o silnej koncentracji przestrzennej i czasowej popytu turystycznego oraz bezcelowości prób jego równomiernego rozłożenia w przestrzeni i czasie.

Należy się jednak liczyć z przyjętą w literaturze fachowej praktyką odnoszenia liczby miejsc noclegowych w hotelach do liczby stałych mieszkańców. Jest to procedura wygodna, nie wymagająca czasu i kosztochłonnych badań popytu, pozwalająca na porównania w skali międzynarodowej. Wymaga jednak odwołania się do trudno wymiernej oceny atrakcyjności turystycznej danego kraju czy regionu. Analiza porównawcza wymaga precyzyjnego określenia przedmiotu badania. Tymczasem istnieją znaczne rozbieżności w zaliczaniu do usług hotelarskich różnego rodzaju usług noclegowych; dotyczy to zwłaszcza obiektów pensjonatowych. Wrócimy do tej problematyki przy okazji charakterystyki obiektów hotelowych.

Istnieją też, oczywiście, inne przesłanki rozwoju hotelarstwa. Należy do nich zaliczyć stopę przyrostu dochodu narodowego oraz odsetek przeznaczony na inwestycje. Warto jednak pamiętać, że odpowiednio zorganizowane hotelarstwo, o właściwej strukturze rodzajowej i jakościowej, zalicza się do najbardziej efektywnej działalności gospodarczej, a czas spłaty nakładów okazuje się krótszy od czasu zwrotu nakładów na inne dziedziny gospodarcze. Niewidzialny eksport usług realizowany przez hotelarstwo jest ponadto znacznie bardziej efektywny niż klasyczny eksport towarowy.

Do przesłanek rozwoju hotelarstwa należy też zaliczyć kształcenie kadr hotelarskich, obecnie niepełne, a przez to społecznie nieefektywne.

Podstawą wszelkich rozważań nad rozwojem musi być bez wątpienia dobre rozeznanie sytuacji wyjściowej, stanu posiadania. Dlatego też poświęcimy sporo uwagi prezentacji i krytycznej ocenie obecnego stanu hotelarstwa w Polsce.

Charakterystyka obiektów hotelowych

Obiekty kubaturowe świadczące usługi noclegowe nazywane są potocznie obiektami hotelowymi. W praktyce jednak nie ma precyzyjnego rozróżnienia obiektów hotelowych i pozostałych urządzeń lub obiektów świadczących usługi noclegowe. Trudności z zaliczaniem usług noclegowych do hotelarskich były też przyczyną niezwyklego rozdrobnienia norm kategoryzacyjnych¹. Takie rozwiązanie nie wymagało zajęcia stanowiska precyzującego, co należy rozumieć przez pojęcie „obiekt hotelowy”. Stało się ono jednak przyczyną pewnych niejasności i pominięć. Nie zostało sprecyzowane, gdzie należy zaliczyć niektóre specjalistyczne obiekty turystyczne, jak: domy turystyczne, zajazdy, campingi, stacje turystyczne, stancje wodne; nazbyt wąsko traktowano pensjonaty. Nie zaakcentowano wyraźnie odrębnej funkcji moteli w porównaniu z hotelami. To tylko niektóre szczegółowe zastrzeżenia, jakie można zgłosić do obowiązujących w Polsce norm kategoryzacyjnych.

Istnieją również zastrzeżenia natury ogólnej. Polskie normy nie odpowiadają normom międzynarodowym zalecanym przez AIH. Odstępstwa są zarówno in minus (np. pokoje większe niż dwuosobowe w hotelach), jak i in plus (np. minimalna liczba jednostek mieszkalnych w danym obiekcie). Zastrzeżenia należy też zgłosić do warunku spełnienia wymagań normy w perspektywie kilku lat. Jest to na ogół jedynie odłożenie w czasie momentu obniżenia kategorii oraz liczenie, że wyjdą nowe przepisy, odkładające spełnienie warunków o kilka dalszych lat. Takie przypadki zdarzały się w polskiej praktyce hotelarskiej. Jeśli można tolerować odstępstwa od normy, to jedynie w stosunku do obiektów starych, ale o wyraźnych walorach historycznych, których przywrócenie do pełnej sprawności technicznej (remonty) nie powinno naruszać tradycyjnych urządzeń, wyposażenia i zwyczajów usługowych. Zachowanie tradycji może być sprzeczne ze współczesnymi normami i dlatego odstępstwa powinny być w określonych wypadkach tolerowane.

Wracając jednak do próby określenia obiektów hotelowych warto zauważyć, że na ogół osoby pracujące w hotelach wyższych kategorii uważają, że zaliczenie do obiektów hotelowych należy traktować wąsko, pracujący zaś w obiektach innych niż hotele — że raczej szeroko.

Na podstawie naszych doświadczeń uważamy, że czynnikiem decydującym o kwalifikowaniu obiektu jako hotelowego jest udzielanie noclegu w budynku

¹ Zarządzenie Przewodniczącego GKT z 24.06.1985 r. ws. rodzajów i kategorii zakładów hotelarskich, obozowisk i domków turystycznych. Monitor Polski 1985 nr 25 poz. 193.

trwałym, z obsługą recepcyjną i pokojową. Nie sądzimy natomiast, aby warunkiem koniecznym było świadczenie pełnych usług żywieniowych, chociaż jest to usługa wysoce pożądana i w niektórych rodzajach lub kategoriach obiektów obligatoryjna.

Nie budzi zatem wątpliwości zaliczenie do obiektów hotelowych moteli, pensjonatów i domów wycieczkowych wszystkich kategorii. Kontrowersyjne jest natomiast zaliczanie do nich zajazdów, zwanych w Wielkopolsce gościńcami, schronisk turystycznych, zwłaszcza działających sezonowo, a tym bardziej schronisk młodzieżowych czy pawilonów noclegowych stojących na niektórych campingach.

Hotele są obiektami hotelowymi już z samej nazwy. W praktyce jednak zdarza się, choć coraz rzadziej, określanie mianem „hotelu” obiektu noclegowego nie spełniającego odpowiednich warunków. Są to obiekty o niskim standardzie, używające nazwy hotelu, ale nie zweryfikowane jako hotel. W informatorach, wykazach, folderach można je łatwo wykryć, gdyż nie nadano im kategorii wyrażonej gwiazdkami, lecz figurują z dawnym cyfrowym oznaczeniem kategorii, na przykład III lub IV. W rzeczywistości nie są to hotele, lecz domy wycieczkowe, często wyższej kategorii. Wynika z tego, że granica między hotelem a domem wycieczkowym jest słaba i płynna. Główna różnica polega na dopuszczalności większego niż w hotelach udziału pokoi ponad dwuosobowych. Z tego powodu i z innych, właściciele hoteli łatwo się godzą na zmianę statusu hotelu na dom wycieczkowy, który funkcjonuje dokładnie tak samo jak poprzednio, a nawet nie dostrzega się różnicy w cenach usług. Godne rozważenia jest zatem pytanie, czy nie byłoby bardziej racjonalne, bardziej mobilizujące, a przede wszystkim bardziej przejrzyste i uczciwsze wobec gościa-turysty oficjalne uznanie klasy hotelu „poza kategorią”. Ograniczyłoby to z pewnością obserwowaną fikcję, a obiekty hotelowe zwane domami wycieczkowymi sprowadziłoby do ich właściwej roli turystycznej noclegowni.

Domy wycieczkowe w dosłownym rozumieniu ich funkcji powinny być bliższe typowemu schronisku turystycznemu, reprezentowanemu w polskiej rodzajowej mozaice usług noclegowych przez domy turysty, a także prymitywne schroniska młodzieżowe lokowane okresowo w budynkach szkolnych. Między tymi jakościowo skrajnymi „domami wycieczkowymi” mieści się cała gama różnorodnych domów, które znakomicie służą grupom turystycznym i indywidualnym wędrowcom. Obiekty te, wyraźnie odmienne pod wieloma względami od hoteli, prowadzone są zarówno (najczęściej) przez wyspecjalizowane agendy turystyczne, jak przez instytucje, przedsiębiorstwa i organizacje nie mające w swoich podstawowych programach działania obsługi turystyki.

Jak wynika z przedstawionych rozważań, istnieje możliwość wyraźnego odróżnienia hotelu od domu wycieczkowego zarówno przez modyfikację norm dla hoteli, jak zmiany norm przewidzianych dla domów wycieczkowych w sensie obniżenia wymagań, ale chyba także w kierunku zwiększenia liczby przedziałów klasyfikacyjnych.

Niezmiernie popularne stały się na całym świecie motele, czyli hotele dla zmotoryzowanych. W Polsce ten rodzaj hotelu spotyka się bardzo rzadko.

Według oficjalnej statystyki miejsca noclegowe w motelach stanowią zaledwie nieco ponad pół procent ogółu miejsc noclegowych zwanych turystycznymi. W praktyce moteli jest jeszcze mniej, a nawet można wyrazić wątpliwość, czy w naszym kraju istnieje chociaż jeden prawdziwy motel. Zapomniano chyba, że określonego rodzaju hoteli nie tworzy się przez nazewnictwo, lecz przez spełnienie określonych warunków. Niezrozumiałe jest zatem tworzenie normy kategoryzacyjnej dla moteli łącznie z hotelami, gdy oczekujemy zróżnicowanych warunków pobytu, nie tylko zaś innej nazwy. Z zaleceń AIH wynika wyraźna odmienność motelu od hotelu. W dużym skrócie polega to na przykładaniu mniejszej wagi do wyposażenia pokoju motelowego i możliwości ograniczenia usług żywieniowych do najprostszych dań, łatwych do przyrządzenia i możliwych do szybkiego podania przez całą dobę, przy jednoczesnym wyraźnym preferowaniu różnorodności i jakości usług higieniczno-sanitarnych, a więc — obok natrysków — również sauna, masaż, basen i in. Jednocześnie motel powinien świadczyć usługi parkingowe, naprawy samochodów; w nieznacznej odległości powinna się znajdować stacja paliw. Aby zapewnić gościom spokojny wypoczynek, motele nie prowadzą działalności rozrywkowej. Spośród polskich obiektów hotelowych najbliższe motelom są zajazdy przydrożne, które po adaptacji technicznej i organizacyjnej mogłyby się stać autentycznymi motelami. Jest to tym bardziej celowe, że dotąd nie jest jasne, do jakiego rodzaju obiektów są zaliczane zajazdy. Wiadomo tylko, że część mniejszych liczy się w statystyce jako pokoje gościnne.

Odrębną grupą obiektów hotelarskich są pensjonaty. W Polsce — według oficjalnych danych statystycznych — miejsca noclegowe w pensjonatach stanowią zaledwie 2% ogółu miejsc w obiektach turystycznych. Oznacza to, że uwzględniono tylko te, które oficjalnie noszą taką nazwę. Są to z reguły małe jednostki prywatne lub należące do spółek, rzadziej pozostające w gestii przedsiębiorstw turystycznych. Tak niski udział pensjonatów stawia nasz kraj w bardzo niekorzystnej sytuacji w porównaniu z innymi krajami europejskimi, gdzie pensjonaty stanowią z reguły około jednej czwartej ogólnego potencjału usług noclegowych. Nie znaczy to jednak, że Polska rzeczywiście odstaje w tym zakresie od innych krajów. Mamy wiele pensjonatów zaklasyfikowanych inaczej, a nawet nie uważanych za obiekty turystyczne, lecz za obiekty wczasowo-wypoczynkowe. Jest to konsekwencja przyjęcia formalnego kryterium podziału usług noclegowych, a także tendencji politycznych do eksponowania socjalnego charakteru turystyki w Polsce. Nie brano wówczas pod uwagę jedyne racjonalne kryterium podziału usług, jakim jest odrębność rzeczowo-funkcjonalna. Za pensjonat uważa się jednostkę złożoną co najmniej z kilku pokoiów o dowolnej liczbie łóżek i z odpowiednio wielkimi pomieszczeniami wspólnego użytku (jadalnia, salon, świetlica, sala rekreacyjna), sprzedającą wyłącznie pakiet usług złożony przynajmniej z noclegów i posiłków (z możliwością ograniczenia do części posiłków = halfpension). Pensjonat prowadzi działalność całoroczną i dlatego działa w naszej strefie klimatycznej w budynkach trwałych, ogrzewanych. Wśród istniejących w Polsce obiektów

wczasowo-wypoczynkowych około 30% działa przez cały rok. Ponieważ świadczą one nierozłącznie usługi noclegowe i żywieniowe, są to w istocie klasyczne pensjonaty. Ich udział w ogólnej liczbie miejsc (turystycznych i wczasowych) wynosi około 18%. Jest to więc odsetek znaczący, nie odbiegający nawet od udziału pensjonatów w krajach o wysokiej recepcji turystycznej.

Na marginesie rozważań o pensjonatach warto wrócić do wielokrotnie bezskutecznie podejmowanych tematów. Chodzi o dzielenie obiektów noclegowych i ich wykorzystania na turystyczne i wczasowo-wypoczynkowe. Z punktu widzenia informacji o istniejącym potencjale usługowym podział ten nie ma żadnego uzasadnienia. Wyłączanie licznych obiektów z grupy obiektów turystycznych powinno oznaczać, że ich działalność nie dotyczy ruchu turystycznego, co oczywiście jest nieporozumieniem. Tłumaczenie takiego wyodrębnienia socjalnym charakterem tych usług nie daje się obronić, gdyż socjalnym zabiegiem jest jedynie finansowanie usługobiorców, nie zaś świadczenie usług. Stosownie do ogólnych tendencji reformowania zasad gospodarowania usługi wczasowe coraz częściej wchodzi na otwarty rynek turystyczny na takich samych prawach jak pozostałe, co także podważa celowość odrębnej ewidencji. Wyodrębnienie obiektów FWP, związków zawodowych i zakładów pracy ma sens tylko przy przyjęciu kryterium własnościowego, oczywiście w ramach obiektów turystycznych. Natomiast przy zastosowaniu kryterium funkcjonalnego, obiekty wczasowo-wypoczynkowe znajdują się w grupach pensjonatów, zespołów domków turystycznych, campingów, a nawet pól biwakowych i pokoi gościnnych. Niestety, GUŚ trwa uporczywie przy wprowadzonej niegdyś mylącej klasyfikacji.

Niewątpliwie odrębną grupę usług noclegowych stanowią obiekty przystosowane do obsługi turystyki kwalifikowanej. Zaliczyć tu należy przede wszystkim schroniska górskie i nadwodne, zwane stanicami wodnymi, a także schrony górskie (samoobsługowe) oraz stacje turystyczne. W tych obiektach turysta spodziewa się znaleźć spokojny nocleg, proste wyżywienie i urządzenia higieniczne. Ich dodatkowym atrybutem powinna być życzliwa i ciepła obsługa zmęczonego na ogół turysty. Niestety, schroniska górskie i nadwodne upodabniają się coraz bardziej do hoteli wykwinną kuchnią, działalnością rozrywkową, wyposażeniem pokoi, dostępem drogowym itp. W miarę przekształcania się schronisk w hotele zanika życzliwość personelu wobec rzeczywistego turysty kwalifikowanego. Toteż jeśli schroniska i im podobne obiekty mają nadal pełnić przewidziane funkcje, należy powstrzymać tendencję upodabniania ich do hoteli. Można także wyodrębnić znany w górzystych krajach „hotel górski”.

Poza obiektami hotelowymi pewną rolę odgrywają usługi noclegowe świadczone w obiektach na wolnym powietrzu, w domkach turystycznych oraz dla turystów posiadających przyczepy campingowe i namioty. Ten rodzaj usług noclegowych został zapoczątkowany w rezultacie dążności do obcowania z przyrodą, a rozwinął się jako rodzaj najtańszych usług, łatwych do kreowania ze względu na proste uzbrojenie techniczne i niskie nakłady inwestycyjne. Niewątpliwą przeszkodą dla szerszego rozwoju tej grupy usług jest w naszym kraju nieprzychylny klimat i możliwość świadczenia tych usług tylko przez krótki

czas w roku. Sezonowość pracy tych obiektów ogranicza w istotny sposób ich walor w porównaniu z innymi rodzajami usług noclegowych, ale pozwala na pokrycie znacznej części krótkookresowego, sezonowego popytu turystycznego.

Reasumując rozważania nad charakterystyką obiektów hotelowych należy przede wszystkim podkreślić nadmierne rozdrobnienie rodzajowe obiektów noclegowych. Sprawia ono wrażenie sztuczności i opiera się na dowolnie formułowanym nazewnictwie. Nie chodzi tu, oczywiście, o występowanie przeciwko wielości nazw, szczególnie gdy chodzi o nazewnictwo regionalne, lecz o komasowanie obiektów o podobnej technologii i przeznaczeniu świadczonych usług lub też prezentowanie szczegółowych rodzajów obiektów, ale w wyraźnie rozdzielnych i jednoznacznych przedziałach dających się sumować. Obecny sposób klasyfikacji obiektów noclegowych nie spełnia tych postulatów, co staraliśmy się wykazać przy omawianiu ich poszczególnych rodzajów.

Nie jest to, niestety, jedyna wada oficjalnej statystyki usług noclegowych. Jest wiele dowodów na nieprecyzyjność ewidencji poszczególnych rodzajów obiektów. Odchylenia są głównie in plus, choć zdarzają się też błędy przeciwnie. Nie jest dostatecznie zbadana przyczyna rejestrowania obiektów nie istniejących, nie akceptowanych ze względów technicznych, przeznaczonych na inne cele. Można jedynie przypuszczać, że właściciel obiektu osiąga jakieś korzyści, na przykład w postaci dotacji, albo też obawia się krytyki za dopuszczenie do dewastacji lub likwidacji obiektu.

Wreszcie dla prezentacji rodzajów turystycznych usług noclegowych trudny do rozwiązania jest dylemat występowania w jednym obiekcie różnych rodzajów i kategorii usług. Najczęściej przy domach wycieczkowych, pensjonatach, schroniskach, zajazdach funkcjonują domki turystyczne, campingi lub pola biwakowe. Zwykle zalicza się niesłusznie wszystkie rodzaje noclegów do wiodącego rodzaju lub wyższej kategorii.

Analiza podaży usług hotelarskich

Podstawą oceny rynku hotelarskiego jest ustalenie rzeczywistego stanu potencjału usługowego. W tym celu z pomocą studentów Akademii Ekonomicznej w Poznaniu specjalizujących się w ekonomice i organizacji turystyki przeprowadzono w latach 1987-1988 szczegółową weryfikację istniejących obiektów noclegowych. Bezpośrednim badaniem w terenie objęto blisko 80% wszystkich miejscowości, w których zarejestrowane są usługi noclegowe. Już pierwsze sprawdziany wykazały znaczne odchylenia od oficjalnych statystyk. Oficjalne dane statystyczne wykazywały o około 250 tys. miejsc noclegowych ogółem więcej niż udało się odnaleźć w rzeczywistości. Stanowi to prawie dokładnie jedną trzecią wszystkich zarejestrowanych miejsc noclegowych. Odchylenia ujemne zanotowano dla ośrodków wczasowo-wypoczynkowych (o ponad 137 tys. miejsc), campingów i pól biwakowych (o blisko 79 tys.), schronisk (o prawie 32 tys.) oraz hoteli i moteli (o ponad 6 tys.). W domach wycieczkowych znaleziono o ponad 2 tys. miejsc więcej niż podaje oficjalna statystyka.

W ewidencji obiektów, a zwłaszcza miejsc noclegowych, w Polsce zawsze istniały dość znaczne rozbieżności, o czym przekonywał się każdy badacz tej materii, jeśli podjął próbę weryfikacji danych statystycznych. Jednak nie spodziewaliśmy się, że różnice będą aż tak wielkie. Dlatego na marginesie naszych głównych zainteresowań należało określić choćby najważniejsze przyczyny odchyleń. Jedną z przyczyn błędu w liczeniu miejsc noclegowych w hotelach i motelach omówiono już wcześniej. Jest nią nieuzasadnione posługiwanie się nazwą hotelu i motelu. Jest to także częściowo przyczyną niedoszacowania miejsc w pozycji „domy wycieczkowe, pensjonaty, zajazdy”. Drugą przyczyną jest wliczanie do potencjału usługowego tzw. dostawek, co zdarza się głównie w hotelach niższych kategorii. Są to jednak relatywnie niewielkie odchylenia. Największe — jak już wykazaliśmy — odnoszą się do schronisk, campingów i ból biwakowych, a przede wszystkim do obiektów wczasowych.

Błędy w określeniu liczby miejsc w schroniskach dotyczą głównie schronisk młodzieżowych, gdzie wyolbrzymiano potencjał ze względu na możliwość otrzymania dotacji i wyposażenia, a także biorą się z ewidencjonowania obiektów szkolnych przewidzianych na sezonowe schroniska, lecz z różnych względów (np. braki kadrowe) nie uruchamianych. Do schronisk zalicza się też szkoły okresowo przeznaczone na kolonie dziecięce, które funkcji schroniska nie pełnią nawet w najmniejszym stopniu. W innych schroniskach dodaje się do rzeczywistych miejsc noclegowych miejsca typu biwakowego.

Znaczny niedobór miejsc w stosunku do oficjalnej statystyki jest też spowodowany rażącymi niedostatkami systemu statystycznego. Stwierdziliśmy bezspornie, że niektóre campingi, a także pola biwakowe rejestrowane są dwukrotnie. Dzieje się tak z reguły, gdy właściciel obiektu wydierżawia część powierzchni innym organizacjom i instytucjom. W skali kraju jest to niemała część tych usług. Kolejną poważną przyczyną jest podciąganie pod miano pola biwakowego terenów przeznaczonych na inne cele lub zupełnie nieprzystosowanych, których żadną miarą nie mogliśmy uwzględnić i które dotąd nigdy takiej funkcji nie pełniły.

Wreszcie o połowę mniejsza liczba miejsc w obiektach wczasowych w stosunku do oficjalnej może być po części uzasadniona zakwalifikowaniem znacznej liczby pokoi gościnnych jako miejsc wczasowych. Istotną przyczyną jest też zaliczenie do ośrodków wczasowych wielu obiektów z bardzo prymitywnymi domkami, które trudno uznać za miejsca odpowiednie do wypoczyniania, a także takich, które czekają na gruntowny remont nieraz po kilka, a nawet kilkanaście lat. Tych drugich jest ostatnio — wobec zmiany zasad gospodarowania — coraz więcej.

Takie niedociągnięcia są rezultatem stosowanego systemu informacji. Dane o zasobach poszczególnych obiektów noclegowych podawane są przez właścicieli za pośrednictwem merytorycznych komórek administracji terenowej. Nie jest natomiast stosowana metoda spisu z natury, która gwarantowałaby okresowe weryfikacje stanu usług noclegowych. Praktycznie, z wyjątkiem usług noclegowych o najwyższym standardzie, potencjał miejsc noclegowych podawany jest w sposób przybliżony, na ogół poprawiany in plus. Próbuje się w ten

sposób podnieść turystyczny prestiż regionu, a nierzadko, o czym już wspominaliśmy, osiągnąć korzyści w postaci dotacji, tanich kredytów, obniżek podatku gruntowego. Z tych względów ośmielamy się twierdzić, że prezentowany przez nas materiał liczbowy (tab. 1) zawiera dane bliższe rzeczywistości niż oficjalne publikacje statystyczne.

Dla większej pewności przeprowadzono w 1989 r. dodatkową weryfikację wyników otrzymanych w poprzednich latach. Badaniem wtórnym objęto prawie 35% obiektów w województwach wykazujących największe odchylenia w stosunku do publikowanej statystyki. Okazało się, że zarejestrowane wcześniej dane są prawidłowe, różnią się najwyżej o kilka miejsc, czyli o setne części procenta.

Tabela 1

Struktura obiektów noclegowych (stan na koniec września 1988 r.)

Lp.	Województwo o — obiekty m — miejsca	Hotele i motele						Domy wycie- czko- we Pens- jonaty Zajaz- dy	Schro- niska, Stacje tury- styczne Stani- ce wodne	Cam- pingi, Zespo- ły dom- ków tury- stycz- nych	Pola biwa- kowe	Ośrodki wczasowe, wypoczynkowe		
		Kategoria					Razem					Razem	w tym:	
		xxxxx	xxxx	xxx	xx	x							I kat	Całor.
1. Białkopodlaskie	o	—	—	—	—	—	—	0,8	0,4	0,4	—	0,8	1,1	—
	m	—	—	—	—	—	—	0,7	0,4	0,2	—	0,7	0,2	—
2. Białostockie	o	—	—	1,2	—	—	0,3	2,7	0,7	3,6	—	0,3	—	0,3
	m	—	—	0,9	—	—	0,2	3,6	1,0	2,1	—	0,2	—	0,3
3. Bielskie	o	—	—	—	5,8	2,3	3,1	4,7	29,9	1,2	1,1	5,4	18,6	14,8
	m	—	—	—	6,5	2,4	2,1	5,0	21,9	0,9	0,8	4,9	16,4	13,6
4. Bydgoskie	o	—	—	4,7	1,8	9,3	3,1	5,9	0,7	5,1	5,4	3,8	—	0,7
	m	—	—	7,3	1,1	8,7	2,4	5,2	1,3	5,2	6,0	2,7	—	1,0
5. Chełmskie	o	—	—	—	—	—	—	0,7	0,4	0,4	1,1	1,1	—	0,2
	m	—	—	—	—	—	—	0,8	0,4	0,1	1,6	1,0	—	0,2
6. Ciechanowskie	o	—	—	—	—	—	—	1,2	—	0,8	—	0,3	—	0,1
	m	—	—	—	—	—	—	0,9	—	1,2	—	0,4	—	0,1
7. Częstochowskie	o	—	5,6	1,2	2,3	—	2,3	1,1	2,5	2,8	5,4	1,0	—	0,2
	m	—	2,6	0,6	2,3	—	1,9	1,1	1,4	1,7	5,2	0,8	—	0,2
8. Elbląskie	o	—	—	1,2	2,3	—	1,4	2,9	0,7	0,8	—	3,3	3,3	1,2
	m	—	—	0,3	1,9	—	0,6	2,6	0,9	0,9	—	4,9	3,5	3,0
9. Gdańskie	o	—	11,1	3,5	2,9	2,3	4,2	2,4	2,1	2,0	1,1	8,7	12,1	3,0
	m	—	11,1	3,2	1,9	3,0	5,9	2,6	3,0	1,5	0,2	9,3	14,3	6,7
10. Gorzowskie	o	—	—	1,2	4,7	—	2,5	2,9	0,7	4,0	10,8	1,7	—	0,6
	m	—	—	0,5	5,9	—	1,9	2,4	0,5	5,8	13,7	1,4	—	0,9
11. Jeleniogórskie	o	—	1,8	3,5	5,8	—	3,9	2,5	11,4	1,6	4,3	8,2	2,2	27,1
	m	—	1,6	8,2	6,2	—	3,0	2,2	10,4	1,2	2,1	4,0	1,2	12,5
12. Kaliskie	o	—	1,8	1,2	5,2	14,0	4,8	1,7	0,7	4,8	—	1,0	1,1	0,2
	m	—	1,0	0,2	3,8	14,1	2,2	0,8	0,5	3,7	—	0,2	1,4	0,3

13. Katowickie	o	—	9,3	7,0	2,9	7,0	5,4	2,9	2,1	2,4	1,1	0,8	—	0,1
	m	—	8,6	3,9	2,8	10,9	5,7	4,1	2,8	5,7	4,3	0,7	—	0,2
14. Kieleckie	o	—	—	3,5	1,7	4,6	2,3	2,4	2,1	4,3	—	0,9	—	0,4
	m	—	—	2,7	4,0	5,4	2,1	2,2	2,5	4,2	—	0,9	—	0,5
15. Konińskie	o	—	—	1,2	1,2	—	0,9	1,2	—	1,6	2,1	2,3	—	0,3
	m	—	—	1,4	1,3	—	0,7	1,0	—	1,7	2,7	1,2	—	0,5
16. Koszalińskie	o	—	1,8	3,5	0,6	—	1,4	3,5	—	2,4	5,4	7,4	24,2	3,9
	m	—	1,6	6,4	0,2	—	2,3	3,9	—	6,2	6,7	12,1	27,9	8,2
17. Krakowskie	o	—	7,8	5,9	3,5	7,0	5,1	2,4	1,1	0,4	1,1	0,5	—	0,1
	m	—	8,3	4,5	4,3	8,0	6,2	3,6	2,9	0,2	0,6	0,4	—	0,0
18. Krośnińskie	o	—	—	1,2	1,2	2,3	1,1	2,9	3,5	1,2	2,1	1,8	1,1	2,6
	m	—	—	1,0	0,4	2,9	0,5	4,1	3,8	1,0	0,3	1,4	1,0	2,7
19. Legnickie	o	—	1,8	3,5	1,7	4,6	2,5	0,1	1,4	1,2	2,1	0,4	1,1	0,3
	m	—	1,8	4,2	0,6	2,5	2,0	0,1	1,0	0,5	1,9	0,2	0,3	0,3
20. Leszczyńskie	o	—	—	—	2,9	2,3	1,7	1,3	1,4	1,2	2,1	1,9	—	0,2
	m	—	—	—	1,4	1,7	0,5	0,9	1,0	1,8	0,5	1,5	—	0,7
21. Lubelskie	o	—	1,8	1,2	1,7	4,6	2,0	1,5	1,1	2,0	5,4	0,7	1,1	1,0
	m	—	1,2	2,5	2,2	3,0	1,9	2,3	2,0	3,0	3,6	0,6	0,8	0,7
22. Łomżyńskie	o	—	1,8	2,3	—	—	0,9	0,7	—	1,6	—	0,3	1,1	0,2
	m	—	0,8	0,5	—	—	0,5	0,8	—	1,2	—	0,4	0,7	0,2
23. Łódzkie	o	—	5,6	—	2,3	—	2,0	0,7	1,7	1,6	1,1	0,1	1,1	0,2
	m	—	6,1	—	4,7	—	3,7	0,5	1,8	1,6	0,7	0,2	1,1	0,2
24. Nowosądeckie	o	—	1,8	3,5	1,7	4,6	2,5	3,9	8,5	1,6	—	7,6	4,4	16,7
	m	—	3,0	3,4	1,3	5,6	2,5	4,5	10,7	1,0	—	3,9	2,7	13,9
25. Olsztyńskie	o	—	5,6	—	3,5	2,3	2,8	2,1	3,6	0,4	2,1	0,6	1,1	0,2
	m	—	4,1	—	5,2	1,3	3,3	2,1	6,3	0,2	2,0	1,0	1,7	0,4
26. Opolskie	o	—	—	4,7	4,1	—	3,1	3,3	1,4	2,0	4,3	3,2	—	1,6
	m	—	—	4,4	2,2	—	1,7	2,6	2,1	0,8	6,1	1,8	—	1,6
27. Ostrołęckie	o	—	—	1,2	1,2	4,7	1,4	1,9	—	2,0	—	0,6	—	0,2
	m	—	—	0,5	0,5	1,9	0,3	0,2	—	1,4	—	1,1	—	0,2
28. Piłskie	o	—	1,8	—	3,5	2,3	2,3	3,9	2,1	1,2	2,1	0,8	—	0,4
	m	—	2,1	—	2,4	1,8	1,6	2,0	1,3	1,0	1,0	0,7	—	0,3
29. Piotrkowskie	o	—	—	1,2	1,2	—	0,8	1,6	0,4	0,4	—	1,5	1,1	1,0
	m	—	—	0,7	0,4	—	0,3	1,4	0,3	0,2	—	1,6	1,4	1,4
30. Płockie	o	—	—	1,2	1,2	2,3	1,1	0,4	0,7	0,8	—	0,7	—	0,3
	m	—	—	1,6	1,1	1,9	0,8	0,3	0,9	0,5	—	0,9	—	0,4
31. Poznańskie	o	—	8,9	4,7	2,9	4,7	4,5	3,2	2,1	3,2	6,5	2,1	1,1	0,8
	m	—	11,8	4,7	2,6	3,0	6,9	2,7	2,3	4,9	3,5	1,4	1,9	0,9
32. Przemyskie	o	—	—	—	—	—	—	1,3	—	1,2	1,1	0,1	—	0,1
	m	—	—	—	—	—	—	1,6	—	1,3	0,3	0,2	—	0,1
33. Radomskie	o	—	—	2,3	—	—	0,6	1,2	0,7	3,6	2,1	0,3	—	0,1
	m	—	—	1,2	—	—	0,3	0,8	0,8	3,1	1,1	0,5	—	0,1
34. Rzeszowskie	o	—	1,9	—	1,7	4,7	1,7	1,6	0,4	—	1,1	0,4	—	0,2
	m	—	2,3	—	1,2	4,4	1,5	1,5	0,7	—	1,7	0,3	—	0,1
35. Siedleckie	o	—	—	—	—	—	—	0,9	—	2,8	—	0,3	—	0,1
	m	—	—	—	—	—	—	0,7	—	1,2	—	0,6	—	0,1
36. Sieradzkie	o	—	—	—	—	—	—	1,3	—	3,2	—	0,7	—	0,1
	m	—	—	—	—	—	—	1,0	—	1,4	—	0,5	—	0,1
37. Skierniewickie	o	—	—	—	—	—	—	1,2	—	1,6	—	0,1	—	—
	m	—	—	—	—	—	—	1,1	—	0,8	—	0,1	—	—
38. Słupskie	o	—	—	3,5	6,4	—	3,9	1,3	—	2,4	3,2	3,7	3,3	0,8
	m	—	—	1,6	3,5	—	1,4	1,1	—	2,9	5,2	6,2	2,9	1,6

39. Suwalskie	o	—	—	1,2	0,6	4,7	1,1	2,9	0,4	1,2	—	1,3	4,4	0,9
	m	—	—	0,9	1,4	4,7	0,8	2,8	0,3	1,0	—	3,1	3,7	1,1
40. Szczecińskie	o	—	3,7	5,5	2,9	4,7	3,4	2,7	1,1	4,0	2,1	9,3	7,7	6,6
	m	—	4,7	2,7	3,4	9,0	4,0	2,5	0,9	5,9	2,3	13,9	11,4	11,0
41. Tarnobrzskie	o	—	—	—	2,3	—	1,1	1,5	0,4	1,2	1,1	0,3	—	0,2
	m	—	—	—	2,2	—	0,7	1,4	0,4	1,2	2,7	0,3	—	0,2
42. Tarnowskie	o	—	1,9	1,2	0,6	—	0,8	1,2	2,5	1,2	1,1	0,7	—	0,6
	m	—	1,4	0,9	0,2	—	0,8	0,9	1,6	0,6	5,7	0,4	—	0,5
43. Toruńskie	o	—	1,9	4,7	3,9	4,7	3,4	1,5	0,4	4,7	6,5	3,8	1,1	0,2
	m	—	1,3	2,3	2,2	3,8	1,8	1,5	0,4	2,4	9,5	1,1	0,1	0,3
44. Wałbrzyskie	o	—	—	3,9	4,1	—	5,4	3,9	7,5	2,0	3,2	1,6	6,6	7,4
	m	—	—	5,1	3,0	—	2,1	3,3	6,9	2,9	2,8	3,5	1,4	9,3
45. Warszawskie	o	100	13,0	5,9	1,7	—	4,5	3,6	0,7	5,1	3,2	1,6	6,6	2,4
	m	100	18,1	19,4	4,5	—	14,9	3,7	1,7	7,7	1,7	1,8	4,0	2,5
46. Włocławskie	o	—	—	—	0,6	—	0,3	0,7	0,4	—	—	1,4	—	1,4
	m	—	—	—	1,4	—	0,4	0,8	0,2	—	—	0,8	—	0,3
47. Wrocławskie	o	—	5,6	5,9	3,5	—	3,9	1,6	2,8	2,4	3,2	0,7	—	—
	m	—	5,9	6,3	7,2	—	6,1	3,2	2,7	2,0	1,6	0,5	—	—
48. Zamojskie	o	—	—	1,2	1,7	—	1,1	1,2	—	1,6	1,1	0,1	—	—
	m	—	—	1,1	1,5	—	0,7	1,0	—	1,0	0,5	0,1	—	—
49. Zielonogórskie	o	—	3,7	1,2	1,2	—	1,4	2,5	0,4	2,8	4,3	2,4	—	0,3
	m	—	0,7	0,9	1,1	—	0,8	3,1	0,1	3,0	1,4	1,7	—	0,6
Razem w 100	o	1	56	85	172	43	357	750	281	253	93	4741	91	1272
	m	742	19387	11016	13934	1878	46957	40410	14098	26332	18403	364416	13445	105437
Średnia liczba miejsc na 1 obiekt		743	346	138	81	44	138	54	50	104	198	77	170	75

Ocenę otrzymanych materiałów postanowiono sprowadzić przede wszystkim do proporcji i wzajemnych zależności poszczególnych rodzajów usług noclegowych. Z naszych rozważań wyłączono całkowicie ocenę miejsc oferowanych w prywatnych mieszkaniach, zwanych gościnnymi i kwaterami prywatnymi. Ewidencja tych usług, bardzo ważnych w niektórych krajach i niektórych polskich miejscowościach, jest niepełna i bardzo zmienna, tak że objęcie ich analizą wprowadziłoby wiele niejasności i zmieniło zasadnicze relacje między poszczególnymi rodzajami usług. Jako podstawę oceny tego segmentu rynku turystycznego przyjmujemy zatem potencjał usługowy bez noclegów w prywatnych mieszkaniach.

Struktura ponad 510 tys. miejsc noclegowych kształtowała się we wrześniu 1988 r. następująco:

— hotele i motele	9,2%	z tego 3,9% pięcio i czterogwiazdkowe
— domy wycieczkowe, pensjonaty, zajazdy	7,9%	
— schroniska, stacje turystyczne, stacje wodne	2,8%	

— campingi, zespoły domków turystycznych, pola biwakowe	8,8%	
— ośrodki wczasowo- wypoczynkowe	71,3%	z tego 20,7% całoroczne

Rodzaje usług noclegowych są w znacznym stopniu związane z charakterem miejscowości lub regionu będącego stymulatorem określonego rodzaju ruchu turystycznego. Dla przykładu można wskazać, że historyczne aglomeracje miejskie powinny mieć wiele hoteli różnych kategorii, pensjonatów i domów wycieczkowych, obszary górskie zaś — schronisk i pensjonatów (domów wczasowych całorocznych).

Aby ocenić podaż z tego punktu widzenia wydzielono na obszarze kraju 24 województwa o szczególnie dużej, acz zróżnicowanej atrakcyjności turystycznej, zajmujące łącznie około 55%. Podzielono je na cztery grupy:

— województwa z dużymi aglomeracjami miejskimi, aglomeracje miejskie o wyraźnych walorach historycznych (8,6% powierzchni kraju)	— krakowskie, poznańskie warszawskie, toruńskie, wrocławskie
— województwa nadmorskie (12,6% powierzchni kraju)	— elbląskie, gdańskie, koszalińskie, słupskie, szczecińskie
— województwa górskie (7,5% powierzchni kraju)	— bielskie, jeleniogórskie, krośnieńskie, nowosądec- kie, wałbrzyskie
— województwa nizinne o walorach jeziorno-leśnych (25,9% powierzchni kraju)	— bydgoskie, częstochowskie, kieleckie, olsztyńskie, pilskie, suwalskie, zamojs- kie, zielonogórskie

W przekroju wymienionych grup rodzajowych obszarów turystycznych przedstawiamy podaż poszczególnych rodzajów noclegów.

Tabela 2a

Miejsca noclegowe w hotelach i motelach według regionów

w % ogółu

Typ województwa	Kategoria					Wszystkie kategorie
	xxxxx	xxxx	xxx	xx	x	
Historyczne (nizinne)	100,0	44,7	37,2	14,1	14,8	40,8
Nadmorskie	—	17,4	14,2	11,0	12,0	14,2
Górskie	—	4,6	11,7	17,4	10,9	10,2
Nizinne	—	9,5	14,0	24,3	21,9	15,5
Razem	100,0	76,2	77,1	66,8	59,6	80,7

Tabela 2b

Noclegi w innych obiektach noclegowych (z wyłączeniem hoteli, moteli i ośrodków wczasowych) według regionów

w % ogółu

Typ województwa	Domy wycieczkowe, pensjonaty, zajazdy	Schroniska, stacje turystyczne, stancje wodne	Campingi, zespoły domków turyst.	Pola biwakowe
Historyczne (nizinne)	14,7	10,0	17,2	16,9
Nadmorskie	12,7	4,8	17,4	14,4
Górskie	19,1	53,7	7,0	6,0
Nizinne	21,9	13,7	23,7	29,6
Razem	68,4	82,2	65,3	66,9

Tabela 2c

Miejsca w obiektach wczasowych według regionów

w % ogółu

Typ województwa	Obiekty I kategorii	Obiekty całoroczne	Wszystkie obiekty
Historyczne (nizinne)	6,0	3,5	5,2
Nadmorskie	60,0	30,5	46,4
Górskie	22,7	53,0	17,7
Nizinne	5,4	5,0	12,4
Razem	94,1	92,0	81,7

Na podstawie tabeli 2 a-c można wyraźnie stwierdzić olbrzymią koncentrację usług noclegowych w wybranych województwach. Ten obszar, obejmujący nieco ponad połowę obszaru Polski, skupia 81% hoteli i moteli, 68% domów wycieczkowych, pensjonatów i zajazdów, 82% schronisk i innych obiektów dla turystów, 65% campingów, 57% pól biwakowych i 82% ośrodków wczasowo-wypoczynkowych. Jak łatwo zauważyć, udział wszystkich rodzajów noclegów przewyższa udział tego obszaru w powierzchni kraju. Tak więc pozostała duża część kraju — wprawdzie mniej atrakcyjna turystycznie, lecz nie pozbawiona rozmaitych walorów — jest bardzo słabo wyposażona w podstawowe usługi turystyczne. Dysproporcja jest szczególnie jaskrawa jeśli chodzi o hotelarstwo, schroniska (co jest bardziej zrozumiałe, gdyż służą one przede wszystkim turystyce kwalifikowanej) oraz domy wycieczkowe, zajazdy i pensjonaty.

Rozpatrując sprawę szczegółowo należy zwrócić uwagę na pewne prawidłowości. Należy do nich wyraźna koncentracja wszystkich usług noclegowych, z wyjątkiem wczasowych, w województwach z dużymi miastami o walorach historycznych.

Typowa jest też wyraźna koncentracja obiektów wczasowych w województwach nadmorskich i górskich, z tym że w tych ostatnich dominują obiekty całoroczne. Dziwić może tylko niski udział schronisk nad morzem i hoteli wyższych kategorii w górach. W jednym i drugim wypadku jest to czynnik ograniczający ważne segmenty rynku turystycznego, na co trzeba zwrócić uwagę przy programowaniu inwestycji turystycznych.

Pozostałe 9 województw zaliczanych do atrakcyjnych turystycznie wykazuje wyraźnie słabsze zaplecze, przede wszystkim pod względem hoteli o wyższym standardzie, a także ośrodków wczasowych. To ostatnie jest szczególnie zaskakujące, gdyż wszystkie brane pod uwagę województwa dysponują doskonałymi terenami do wypoczynku urlopowego. Okazuje się, że nie są pod tym względem dostatecznie wykorzystane.

Oceny koncentracji podaży usług noclegowych można jeszcze dokonać wskazując kilka województw przodujących jeśli chodzi o ich poszczególne rodzaje. Analiza takich zestawień jest bardzo pouczająca: pozwala określić znaczenie danego obszaru administracyjnego dla obsługi wszystkich segmentów rynku turystycznego lub tylko któregoś z nich z punktu widzenia zgłaszanego popytu. Dla przeprowadzenia takiej oceny przyjęliśmy w każdym przedziale 10 województw o najwyższej liczbie miejsc, ze wskazaniem udziału tej czołówki w ogólnokrajowym potencjale.

Okazuje się, że w hotelarstwie jedna dziesiąta wszystkich województw skupia około 40% wszystkich miejsc, jedna piąta zaś — prawie 60%. Są to ponadto prawie wyłącznie województwa zaliczone do atrakcyjnych (tab. 3a). Częstotliwość występowania wykazuje natomiast, że wiele atrakcyjnych województw dysponuje znacznie większym potencjałem tylko w niższych kategoriach usług.

Podobną analizę można przeprowadzić w innych przekrojach. Zestawienie wszystkich noclegów oferowanych w budynkach niezależnie od kategorii i standardu rodzajowego daje wyobrażenie o podaży tych usług, umożliwiającej

w ogóle uprawianie turystyki, niezależnie od ruchu sezonowego (abstrahujemy tu od sezonowych schronisk młodzieżowych).

Tabela 3a

Województwa o najwyższym udziale miejsc w hotelach i motelach

Kolejność według udziału	Kategoria				
	xxxxx	xxxx	xxx	xx	x
1	Warszawskie	Warszawskie	Warszawskie	Wrocławskie	Kaliskie
2	—	Poznańskie	Bydgoskie	Bielskie	Katowickie
3	—	Gdańskie	Koszalińskie	Jeleniogórskie	Szczecińskie
4	—	Katowickie	Wrocławskie	Gorzowskie	Bydgoskie
5	—	Krakowskie	Wałbrzyskie	Olsztyńskie	Krakowskie
Razem poz. 1-5 (w %)	100,0	57,3 6	44,5	31,0	50,7
6	—	Łódzkie	Poznańskie	Łódzkie	Nowosądec kie
7	—	Wrocławskie	Krakowskie	Warszawskie	Kieleckie
8	—	Szczecińskie	Opolskie	Krakowskie	Suwałskie
9	—	Olsztyńskie	Legnickie	Kieleckie	Rzeszowskie
10	—	Nowosądeckie	Katowickie	Kaliskie	Toruńskie
Razem poz. 6-10 (w %)	—	23,8	22,5	21,3	23,9
Ogółem poz. 1-10 (w %)	100,0	81,1	67,0	52,3	74,6

Okazuje się, że najwszechstronniejszą ofertę odnotować można tylko w Krakowskim i Katowickim. Relatywnie natomiast słabą ofertą, dla mniej zamożnego turysty, służą niektóre ciekawe turystycznie województwa (Poznań, Szczecin, Bydgoszcz, Koszalin). Należy też pozytywnie odnotować bardziej równomierne — w porównaniu z innymi obiektami — przestrzenne rozmieszczenie domów wycieczkowych, pensjonatów i zajazdów (tab. 3b).

Oceniając koncentrację podaży noclegów na wolnym powietrzu, należy oddzielnie rozpatrzyć campingi wraz z zespołami domków turystycznych jako usługi o wyższym standardzie oraz pola biwakowe, nieraz bardzo prymitywne.

Charakterystyczne jest, że województwa nadmorskie, będące celem podróży wielu turystów w sezonie letnim, nie dysponują znacznie większym potencjałem w innych rodzajach noclegów, lecz nadrabiają ten brak podażą campingów. Wyjątkiem jest woj. gdańskie, częściowo także śląskie.

Tabela 3b

Województwa o najwyższym udziale miejsc w budynkach

Kolejność według udziału	Hotele i motele	Domy wycieczkowe pensjonaty, zajazdy	Schroniska, stacje turyst., stacje wodne
1	Warszawskie	Bydgoskie	Bielskie
2	Poznańskie	Bielskie	Nowosądeckie
3	Krakowskie	Nowosądeckie	Jeleniogórskie
4	Wrocławskie	Katowickie	Wałbrzyskie
5	Gdańskie	Krośnieńskie	Olsztyńskie
Razem poz. 1-5 (w %)	39,6	22,9	56,2
6	Katowickie	Koszalińskie	Krośnieńskie
7	Szczecińskie	Warszawskie	Gdańskie
8	Łódzkie	Białostockie	Krakowskie
9	Olsztyńskie	Krakowskie	Katowickie
10	Jeleniogórskie	Wałbrzyskie	Wrocławskie
Razem poz. 6-10 (w %)	19,7	18,1	15,2
Ogółem poz. 1-10	59,3	41,0	71,4

Tabela 3c

Województwa o największej liczbie miejsc na campingach i biwakach

Kolejność wg udziału	Camping i domki turystyczne	Pola biwakowe
1	Warszawskie	Gorzowskie
2	Koszalińskie	Toruńskie
3	Szczecińskie	Koszalińskie
4	Gorzowskie	Opolskie
5	Katowickie	Bydgoskie
Razem poz. 1-5 (w %)	31,3	42,0
6	Bydgoskie	Tarnowskie
7	Poznańskie	Częstochowskie
8	Kieleckie	Słupskie
9	Kaliskie	Katowickie
10	Radomskie	Lubelskie
Razem poz. 6-10 (w %)	26,4	24,0
Ogółem poz. 1-10	57,7	66,0

Wreszcie podobną ocenę można przeprowadzić w stosunku do obiektów wczasowych.

W tabeli 3d zarejestrowano 14 województw, wszystkie zaliczone do atrakcyjnych. Charakterystyczne jest, że obiekty całoroczne koncentrują się głównie w górach, obiekty zaś wszelkich typów i kategorii, a także o najwyższym standardzie — nad morzem. Relatywnie słabo wyposażone w ośrodki wczasowe są dwa województwa nadjeziorne.

Tabela 3d

Województwa o największej liczbie miejsc wczasowych

Kolejność wg udziału	Ośrodki wczasowo-wypoczynkowe		
	I kategorii	całoroczne	wszystkie
1	Koszalińskie	Nowosądeckie	Szczecińskie
2	Bielskie	Bielskie	Koszalińskie
3	Gdańskie	Jeleniogórskie	Gdańskie
4	Szczecińskie	Szczecińskie	Słupskie
5	Warszawskie	Wałbrzyskie	Elbląskie
Razem poz. 1-5 (w %)	74,0	60,3	46,4
6	Suwalskie	Koszalińskie	Bielskie
7	Słupskie	Gdańskie	Jeleniogórskie
8	Nowosądeckie	Elbląskie	Nowosądeckie
9	Poznańskie	Krośnieńskie	Wałbrzyskie
10	Olsztyńskie	Warszawskie	Suwalskie
Razem poz. 6-10 (w %)	16,4	23,1	21,4
Ogółem poz. 1-10	90,4	83,4	67,8

Znacznie bardziej pogładowe i przydatne do analizy podaży i jej koncentracji jest zestawienie występowania województw wśród 10 najlepiej wyposażonych we wszelkiego rodzaju, typu i kategorii obiekty noclegowe. W prowadzonej przez nas analizie takich przedziałów jest 13. We wszystkich odnotowaliśmy (tab. 3 a, b, c, d) 31 województw, lecz takich, które liczą się jako obszar niezłej podaży usług noclegowych lub raczej pobytowych, jest zaledwie 14, to znaczy nieco ponad jedna czwarta ogółu województw w kraju i zaledwie nieco ponad połowa uznanych przez nas za atrakcyjne turystycznie. Częstotliwość występowania na 13 możliwych przedstawia się następująco: Warszawa — 9 razy, Katowice — 8, Kraków — 7, Szczecin — 7, Nowy Sącz — 7, Koszalin — 7, Gdańsk — 6, Bielsko — 6, Poznań — 5, Wrocław — 5, Olsztyn — 5, Bydgoszcz — 5, Wałbrzych — 5, Jelenia Góra — 5.

Wymienionych 14 województw obejmuje około 30% powierzchni kraju, a 13 spośród z nich zaliczono do atrakcyjnych turystycznie. W żadnym przedziale wśród 10 przodujących w podaży noclegów nie znalazły się natomiast bardzo

atrakcyjne turystycznie województwa: pilskie, zamojskie i zielonogórskie. Świadczy to bez wątpienia o niedocenianiu przez administrację lokalną podstawowych inwestycji turystycznych. Nie zwrócono uwagi, że stworzenie warunków recepcyjnych może być istotnym stymulatorem przechwytywania dochodu narodowego wytworzonego w innych województwach, a nawet krajach i może się stać czynnikiem wzrostu dobrobytu miejscowej ludności bez potrzeby rozwijania nakładochłonnych i dewastujących środowisko naturalne inwestycji przemysłowych.

Tabela 4

Liczba miejsc noclegowych na 1.000 stałych mieszkańców
według województw w 1988 r.

Województwo	W obiektach hotelarskich*	W obiektach hotelarskich i stałych wczasowych**	Województwo	W obiektach hotelarskich*	W obiektach hotelarskich i stałych wczasowych**
Białkopodlaskie	0,9	0,9	Opolskie	1,8	3,5
Białostockie	2,6	3,1	Ostrołęckie	0,6	1,1
Bielskie	3,4	19,6	Pilskie	3,3	4,0
Bydgoskie	2,9	3,9	Piotrkowskie	1,1	3,4
Chełmskie	1,3	2,2	Płockie	1,0	1,8
Ciechanowskie	0,9	1,1	Poznańskie	3,3	4,0
Częstochowskie	1,7	2,0	Przemyskie	1,6	1,9
Elbląskie	2,6	9,5	Radomskie	0,6	0,8
Gdańskie	2,7	7,7	Rzeszowskie	1,9	2,0
Gorzowskie	3,8	5,7	Siedleckie	0,4	0,6
Jeleniogórskie	4,5	30,1	Sieradzkie	1,0	1,3
Kaliskie	1,9	2,4	Skierniewickie	1,1	1,1
Katowickie	1,1	1,1	Słupskie	2,7	6,9
Kieleckie	1,7	2,2	Suwalskie	3,1	5,6
Konińskie	1,6	2,7	Szczecińskie	3,0	15,1
Koszalińskie	5,3	22,7	Tarnobrzeskie	1,5	1,9
Krakowskie	3,6	3,6	Tarnowskie	1,1	1,0
Krośnińskie	3,9	9,8	Toruńskie	2,2	2,7
Legnickie	1,9	2,6	Wałbrzyskie	3,1	16,4
Leszczyńskie	1,6	3,5	Warszawskie	3,5	4,6
Lubelskie	1,8	2,6	Włocławskie	1,2	1,9
Łomżyńskie	1,6	2,2	Wrocławskie	3,7	3,7
Łódzkie	1,7	1,9	Zamojskie	1,5	1,5
Nowosądeckie	4,4	26,0	Zielonogórskie	2,5	3,5
Olsztyńskie	3,2	3,8			
Polska	2,3	5,1			

* Za obiekty hotelarskie uznano hotele, motele, domy wycieczkowe, pensjonaty i zajazdy.

** Za obiekty stałe wczasowe uznano czynne przez cały rok z urządzeniami grzewczymi. Obiekty hotelarskie jak wyżej.

Różnice między zdolnością usługową w przekroju przestrzennym można też analizować za pomocą liczby miejsc noclegowych przypadających na tysiąc stałych mieszkańców. Wyliczenie takich wskaźników dla warunków polskich okazuje się bardzo pouczające (tab. 4). W naszym badaniu zastosowano dwa sposoby określania miejsc noclegowych. Za podstawowe kryterium przyjęto nieprzerwaną pracę obiektów, a więc świadczenie usług przez cały rok. W ten sposób wyodrębniono dwie grupy obiektów. Pierwszą, obejmującą wszystkie kategorie hoteli, domów wycieczkowych, moteli, pensjonatów i zajazdów, drugą — uzupełnioną jeszcze o czynne cały rok obiekty wczasowe. Argumentem za przyjęciem takiej podstawy rachunku jest możliwość goszczenia turystów w każdym z tych przypadków w warunkach zbliżonych do hotelowych. Ma to zwłaszcza znaczenie dla województw nie dysponujących wprawdzie dostateczną liczbą miejsc w obiektach hotelowych, ale posiadających wiele miejsc w całorocznych domach wczasowych.

Przystępując do analizy wskaźników miejsc noclegowych na tysiąc mieszkańców trzeba z umiarkowanym zadowoleniem stwierdzić, że w tej relacji nieźle wypadają województwa uznane przez nas wcześniej za atrakcyjne turystycznie (tab. 4). Czołówkę posiadaczy miejsc w obiektach hotelowych tworzą w kolejności województwa: koszalińskie, jeleniogórskie, nowosądeckie, krośnieńskie, gorzowskie, wrocławskie, krakowskie, warszawskie, bielskie, poznańskie i pilskie.

Po uwzględnieniu dodatkowo miejsc w stałych ośrodkach wczasowych kolejność województw zmieni się na korzyść tradycyjnych regionów wypoczynku pracowniczego; będą to mianowicie: jeleniogórskie, nowosądeckie, koszalińskie, bielskie, wałbrzyskie, szczecińskie, krośnieńskie, elbląskie, gdańskie i śląskie.

Najslabiej w miejsca noclegowe wyposażone są na ogół województwa mało atrakcyjne turystycznie. Na końcu więc pod względem miejsc noclegowych — w stosunku do liczby ludności — znalazły się województwa: siedleckie, ostrołęckie, radomskie, białkopodlaskie, ciechanowskie, sieradzkie, skierniewickie, płockie, a także katowickie, zamojskie, piotrkowskie i tarnowskie (tab. 4). Szczególnie dziwi ogromne zaniedbanie w ciekawych turystycznie województwach: zamojskim, tarnowskim i ostrołęckim. Wysoce niezadowolający jest również stan usług noclegowych w województwach zaliczanych do atrakcyjnych turystycznie: bydgoskim, częstochowskim, kieleckim, olsztyńskim, suwalskim, toruńskim i zielonogórskim. Na tych właśnie województwach powinna się skupiać uwaga potencjalnych inwestorów hotelarskich.

Kończąc analizę strony podaźowej rynku usług noclegowych trzeba jeszcze koniecznie zwrócić uwagę na możliwości bezinwestycyjnego zaspokojenia popytu turystycznego. Śledząc nawet niezbyt precyzyjne dane statystyczne łatwo zauważyć rezerwy tkwiące w istniejącym potencjale usługowym. Jedynie wykorzystanie hoteli i moteli można uznać za zbliżone do optimum (ok. 64%). We wszystkich pozostałych rodzajach noclegów stopień wykorzystania jest znacznie mniejszy. W domach wycieczkowych, pensjonatach, schroniskach (bez schronisk młodzieżowych) frekwencja kształtuje się na poziomie znacznie poniżej 50%, dla campingów poniżej 35% (przy uwzględnieniu działalności tylko

w sezonie letnim), dla wczasów zaś poniżej 23%, do czego przyczyniają się głównie obiekty zakładów pracy. Jeśli nawet przyjąć, że tylko 30% obiektów wczasowych działa przez cały rok, to i tak wykorzystanie potencjału będzie bardzo niskie. Wypływa stąd prosty wniosek, że rynek turystycznych usług noclegowych wymaga zmian organizacyjnych, działań marketingowych, a także zmian w polityce społecznej, głównie w zakresie dostępności usług w czasie wolnym od pracy i zajęć szkolnych. Nie bez znaczenia jest też odpowiednia polityka sezonowych cen, co wykracza poza nasze rozważania.

Wnioski

Choć temat nie został wyczerpany, można i należy pokusić się o próbę sprecyzowania syntetycznych wniosków.

Ważną determinantą rozwoju hotelarstwa jest podaż w ujęciu rodzajowym i przestrzennym.

Wykazaliśmy wadliwość klasyfikacji i ewidencji statystycznej, która prowadzi do fałszywych wniosków, a może też być źródłem błędnych decyzji.

Powszechnie uważa się, że w Polsce brakuje kilkudziesięciu tysięcy miejsc hotelowych. Jest to opinia tylko częściowo uzasadniona i dotyczy regionów lub województw wyraźnie pod tym względem zaniedbanych. Wykazaliśmy możliwości wykorzystania w wielu województwach istniejącej substancji do celów otwartego hotelarstwa. Dotyczy to głównie obiektów wczasowych; potrzebne są jedynie zmiany organizacyjne i zmiany niektórych norm prawnych. Błędna jest również lansowana opinia, że w Polsce potrzebne są tylko hotele o wysokim standardzie. Brakuje nam hoteli wszelkich kategorii; na szczęście niektóre organizacje („Sports-Tourist”, „Harctour”) mają podobno zamiar budować hotele trzygwiazdkowe. Nie można też rezygnować z obiektów nie będących klasycznymi hotelami, lecz pełniących te same funkcje.

Nie bez znaczenia jest sposób świadczenia usług w hotelu. Sprzyja on systematycznemu wzrostowi popytu, który warunkuje rozwój hotelarstwa. Konkretnie chodzi tu o kwalifikacje pracowników, zarówno formalne, przesądzające o umiejętności przyjmowania gości, jak też predyspozycje do pracy w hotelarstwie. Te ostatnie polegają na stwarzaniu atmosfery życzliwości i przychylności wobec najbardziej nawet wymagających klientów.

Sposób świadczenia usług w hotelu to także absolutna czystość wszystkich pomieszczeń, wyposażenia, bielizny, okien itd. To także zawsze sprawny sprzęt, a w miarę potrzeby natychmiastowa jego naprawa lub wymiana.

Niezbędna jest świadomość, że sposób świadczenia usług nie powinien być kojarzony z rodzajem lub kategorią obiektu hotelarskiego. Sposób świadczenia musi być zawsze jednakowy.

Wreszcie do istotnych przesłanek rozwoju hotelarstwa należy też system ekonomiczny. Jest oczywiste, że rynek usług noclegowych będzie się rozwijał, jeśli działalność ta będzie efektywna zarówno dla właściciela, jak i dla załogi. Nasze polskie doświadczenia nie są, niestety, najlepsze w tym względzie. Nie

wdając się w szczegóły można wskazać, że niezbędne są radykalne zmiany w organizacji pracy, redukcja zatrudnienia, zmiana systemu płac. Mniejsze obiekty mogłyby być prowadzone systemem rodzinnym, wzorem wielu krajów o wysoko rozwiniętym hotelarstwie.

Wnioski dotyczące systemu ekonomicznego hotelarstwa wymagają jeszcze wielu badań i eksperymentów, ale warto pamiętać, że w krajach wysoko rozwiniętych gospodarczo usługi te należą do wyjątkowo efektywnych ekonomicznie.

BADANIE RYNKU TURYSTYCZNEGO METODĄ TESTU KONIUNKTURY¹

1. Uwagi wstępne

W podejmowaniu decyzji kluczową rolę odgrywa zapewnienie stałego dopływu wiarygodnych, kompletnych, a zarazem aktualnych informacji. Źródłem informacji o różnych zjawiskach rynkowych są empiryczne badania marketingowe. Rola badań marketingowych szczególnie wzrasta, gdy w pełni działa mechanizm popytowo-podażowy, a więc gdy rynek pełni swoją funkcję informacyjną i alokacyjną. W ostatnich latach w Polsce właśnie rynek usług turystycznych był jednym z niewielu, na których taki mechanizm funkcjonował. Stąd też prowadzenie na nim badań marketingowych, dostarczających informacji niezbędnych do określenia strategii marketingowej, wydało się koniecznością.

W dotychczasowej praktyce zasadniczym źródłem informacji o zjawiskach na rynku turystycznym była statystyka masowa, rejestrująca zjawiska i procesy w skali masowej. Statystyka ta, w postaci obowiązującej sprawozdawczości, przy dużej zmienności determinant popytu i podaży okazuje się niewystarczająca. Ma często charakter archiwalny, określający jedynie „średni” popyt wyrażony przez poszczególne segmenty konsumenckie. Dlatego istnieje konieczność sięgnięcia do źródeł informacji pierwotnych, uzyskiwanych dzięki specjalnie uruchamianym empirycznym badaniom marketingowym. Badania te, przeprowadzane za pomocą ankiety lub wywiadu, są to z reguły badania niewyczerpujące. Wśród wielu metod tego typu coraz większe zastosowanie w działalności marketingowej znajdują metoda panelowa i metoda testu koniunktury. Należy podkreślić, że obie metody zastosowano do badania rynku turystycznego w Polsce w ramach realizacji tematu CPBP 08.06.-V.2.2.

2. Cel i zakres badania

Podstawowym celem badania było opracowanie i wdrażanie systemu dostarczającego aktualnych i wyczerpujących informacji o sytuacji na rynku usług turystycznych w zakresie jego podstawowych elementów, a więc podaży, popytu, cen. Chodziło przede wszystkim o możliwie szybkie sygnalizowanie występujących na tym rynku procesów, nieprawidłowości, zachowań czy też trudności, zarówno po stronie podaży, jak i popytu. Oceny i sygnały pochodziły z przedsiębiorstw turystycznych lub ich ekspozytur, a więc od jednostek reprezentujących podaż usług na rynku turystycznym.

¹ Skrót opracowania. Temat realizował zespół w składzie: doc. dr hab. J. Garczarczyk, mgr Marek Mocek, mgr Grzegorz Szumiński, mgr Hanna Wiśniewska.

Równoległym niejako celem badań była ponadto weryfikacja przydatności metody badawczej, tzn. testu koniunktury, do prowadzenia obserwacji na rynku turystycznym. Pozwoliło to na doskonalenie aparatu metodycznego badań rynku, który może być wykorzystany w następnych tego typu przedsięwzięciach.

Jak wynika z celu badania, jego zakres rzeczowy był bardzo szeroki i obejmował wybrane najważniejsze elementy szeroko rozumianego rynku usług turystycznych. Uściślając ten zakres od strony podmiotowej należy stwierdzić, że badanie było prowadzone jedynie wśród jednostek gospodarczych reprezentujących na rynku podaź. Innymi słowy, uczestnikami badań były przedsiębiorstwa, ich oddziały lub ekspozytury świadczące usługi turystyczne dla ludności. Nie badano natomiast osób korzystających z tych usług. Od strony przedmiotowej badanie dotyczyło podstawowych elementów rynku, a więc podaży, popytu, cen, oceny stopnia zaspokojenia popytu, zasobów (nadwyżka podaży nad popytem), liczby obsłużonych turystów itp.

Realizacja tak nakreślonych zadań wymagała utworzenia kilku paneli jednostek gospodarczych świadczących różnorakie usługi na rynku turystycznym. Najpierw zbudowano panel biur turystycznych (PBT), w którym jednostką obserwacji był najniższy szczebel organizacyjny, tzn. ekspozytura. Wychodzono bowiem z założenia, że właśnie przedstawiciele tych jednostek mają bezpośredni kontakt z konsumentami, najlepiej się orientują w sytuacji w zakresie podaży, cen i popytu na usługi turystyczne. Następnie zbudowano panel hoteli i panel domów wczasowych.

Badania w tych panelach były prowadzone w cyklu półrocznym: raz po sezonie jesienno-zimowym (przełom marca i kwietnia) i drugi raz po sezonie wiosenno-letnim (przełom września i października). Podstawą badań był kwestionariusz, inny dla każdego panelu, zawierający obok pytań ogólnych szczegółowe pytania dotyczące poszczególnych rodzajów usług (w biurach podróży 34 usługi, w hotelach — 15, w domach wczasowych — 13). Badania przeprowadzono za pośrednictwem poczty, przy czym aby zwiększyć liczbę zwróconych i wypełnionych ankiet, stosowano system monitowania (jeden do trzech monitów pocztowych lub telefonicznych).

Łącznie w latach 1987-1990 przeprowadzono 8 badań w panelu biur turystycznych (PBT), 7 w panelu hoteli (PH) oraz 5 w panelu domów wczasowych. Wyniki co półrocznych badań w postaci analizy opisowej oraz tabel i wykresów zawierających salda koniunktury publikowane były w biuletynach (pt. *Informacja o sytuacji na rynku turystycznym*) i udostępniane przedsiębiorstwom turystycznym oraz centralnym jednostkom administracyjnym.

3. Metoda badań

W badaniu mającym na celu dostarczenie bieżącej informacji o sytuacji na rynku turystycznym posłużono się znaną, chociaż w Polsce stosowaną sporadycznie metodą testu koniunktury. Polega ona na systematycznym, okresowym (w naszym przypadku co kwartał) przeprowadzaniu badań ankietowych wśród

odpowiednio wylosowanych stałych respondentów (w naszym przypadku kierowników biur podróży, hoteli, domów wczasowych) stanowiących tzw. panel. Badania te są oparte na kwestionariuszu testu koniunktury, w którym respondenci dokonują na podstawie własnych obserwacji i doświadczeń (nie posługując się żadną dokumentacją) oceny tendencji zmian występujących na rynku w badanym okresie w stosunku do przyjętego za podstawę porównań. Oceny te dotyczą podstawowych wielkości rynkowych, takich jak: sprzedaż, popyt, liczba obsłużonych turystów, ceny czy stopień zaspokojenia popytu, a więc tych elementów koniunktury, które w określonym czasie w sposób decydujący kształtują obraz badanego rynku. Oceny te dotyczą dwóch okresów: minionego (w stosunku do okresu poprzedniego lub analogicznego w poprzednim roku) i przyszłego (przewidywań na najbliższy czas).

Formułowane przez respondentów oceny mają charakter jakościowy, chociaż syntetyczne wyniki są prezentowane w formie ilościowej. Oceny dokonywane są za pomocą skali trzy lub pięciostopniowej, określającej stopień natężenia zmian danego zjawiska. W omawianym badaniu zastosowano następującą skalę pięciostopniową: 1 — silny wzrost, 2 — wzrost (polepszenie), 3 — bez zmian, 4 — spadek (pogorszenie), 5 — silny spadek.

Zebrane od poszczególnych respondentów informacje były następnie w odpowiedni sposób agregowane dla ogółu badanych jednostek, w wyniku czego otrzymano salda koniunktury. W celu zobiektywizowania odpowiedzi respondentów przypisywano im różne wagi w zależności od wielkości sprzedaży usług. Oznacza to, że oceny uzyskane z większych jednostek (o większych obrotach) silniej wpływają na ogólną tendencję zmian na rynku niż informacje udzielone przez małe obiekty. W rezultacie uzyskane salda koniunktury stanowią syntetyczny i obiektywny obraz wypadkowej tendencji zmian danego zjawiska na całym rynku.

Saldo koniunktury przyjmuje wartości od -100 do $+100$. Znak „ $-$ ” lub „ $+$ ” świadczy o tendencji spadkowej lub wzrostowej badanego zjawiska, wartość zaś bezwzględna salda koniunktury jest wyrazem intensywności zmian. W omawianych badaniach przyjęto następującą interpretację sald koniunktury:

do 10 — bez zmian

11-25 — niewielki, umiarkowany wzrost (spadek),

26-50 — pewien wyraźny wzrost (spadek),

51-75 — istotny, duży, znaczny wzrost (spadek),

76-90 — silny wzrost (spadek),

91-100 — bardzo silny wzrost (spadek).

Uzyskane salda koniunktury prezentowane są zazwyczaj w formie graficznej jako zwierciadła koniunktury.

Zastosowanie w badaniu rynku usług turystycznych metody testu koniunktury wymagało utworzenia trzech paneli: panelu przedsiębiorstw turystycznych (PBT), panelu hoteli (PH) oraz panelu domów wczasowych (PDW).

4. Dobór jednostek do paneli i ocena reprezentatywności

4.1. Panel biur podróży

Przystępując do budowy panelu biur podróży należało rozstrzygnąć zasadniczą sprawę: co będzie jednostką obserwacji — przedsiębiorstwo turystyczne czy jednostka eksploatacyjna. Biorąc pod uwagę przyszły charakter badań, po szerokich dyskusjach i konsultacjach z praktykami zdecydowano, że badania empiryczne będą prowadzone w ekspozyturach i oddziałach przedsiębiorstw turystycznych. Przy budowie operatu losowania brano pod uwagę wszystkie typy biur podróży, tzn. Orbis, WPT, PTTK, przedsiębiorstwa spółdzielcze (Gromada, Turysta) oraz „patronackie” (Almatur, Juventur, Harctur, Logos-tur, TAU, PZMot).

Zastosowano schemat losowania zależnego, wyodrębniając warstwy dla każdego typu przedsiębiorstwa turystycznego (5 warstw). W zależności od liczby jednostek w warstwie wielkość próby była zróżnicowana i wynosiła 30-50%.

Ostatecznie w skład panelu biur podróży weszły 263 ekspozytury i oddziały wszystkich typów przedsiębiorstw turystycznych. Stanowi to około 35% ogółu jednostek w Polsce. Wylosowane do panelu placówki były zlokalizowane w 47 województwach.

Ze względu na brak jakichkolwiek danych na temat ogółu biur podróży w Polsce, przeprowadzono dodatkową ankietę w około 800 placówkach turystycznych; jej wyniki pozwoliły ustalić rozkład podstawowych cech w populacji (tab. 1). Porównując rozkład populacji i próby stwierdzono minimalne różnice w zakresie wszystkich branych pod uwagę cech. Potwierdza to również badanie zgodności χ^2 . Uzyskano następujące wartości statystyki chi-kwadrat:

— liczba zatrudnionych	$\chi^2 = 6,75 < \chi^2_{0,05/6} = 12,592$
— liczba środków transportu	$\chi^2 = 5,98 < \chi^2_{0,05/5} = 11,070$
— liczba miejsc noclegowych	$\chi^2 = 2,08 < \chi^2_{0,05/4} = 9,488$
— sprzedaż usług	$\chi^2 = 5,75 < \chi^2_{0,05/8} = 15,507$

Dla wszystkich analizowanych cech wartość empiryczna χ^2 jest mniejsza od wartości teoretycznej, co pozwala stwierdzić, że brak podstaw do odrzucenia H_0 . Oznacza to, że rozkłady próby i populacji są zgodne, a zbudowany panel biur podróży reprezentatywny.

4.2. Panel hoteli

Badanie to objęło jednostki noclegowe zaliczane do hoteli, moteli, zajazdów i pensjonatów. Pominięto domy wycieczkowe i schroniska turystyczne, których

profil działalności jest nieco odmienny. Istniały bardzo duże trudności przy budowie operatu losowania, ponieważ brakuje pełnego i aktualnego wykazu obiektów noclegowych w Polsce. Z konieczności posłużono się informatorami turystycznymi (o bazie noclegowej), które jak się później okazało, nie zawsze zawierały aktualne informacje.

Tabela 1

Rozkład biur podróży w populacji i panelu według wybranych cech

Wyszczególnienie	Populacja	Panel
	w odsetkach	
Razem	100,0	100,0
Liczba zatrudnionych		
1-3	30,8	25,0
4-10	29,8	37,0
11-15	10,1	12,0
16-20	8,3	3,8
21-30	7,1	5,8
31-50	5,3	6,7
51 i więcej	7,7	9,7
brak danych	1,2	—
Liczba środków transportu		
brak	47,3	41,3
1	18,9	15,4
2-5	9,5	11,5
6-10	8,3	13,5
ponad 10	1,8	1,9
brak danych	1,2	—
Liczba miejsc noclegowych w bazie własnej		
brak	76,9	75,7
do 50	3,0	4,9
51-100	5,3	3,9
101-200	5,9	4,9
201 i więcej	8,9	10,6
Sprzedaż usług w mln zł		
do 15	20,8	21,8
15,1-30	18,3	12,9
30,1-50	19,4	13,9
50,1-75	10,6	12,9
75,1-100	7,7	7,9
100,1-150	11,2	10,9
150,1-200	4,7	5,9
200,1-300	3,5	5,9
ponad 300	7,1	7,9
brak danych	0,6	—

W badaniu tym — dysponując dla każdego typu obiektu noclegowego (hotele, motele i zajazdy oraz pensjonaty) osobnym operatem — zastosowano losowanie zależne.

W skład panelu hoteli weszło ostatecznie 205 obiektów, w tym 136 hoteli, 42 motele i zajazdy oraz 27 pensjonatów. Łączna próba stanowiła około 30% ogółu jednostek noclegowych w Polsce.

Ze względu na brak danych na temat charakterystyki bazy noclegowej w Polsce posłużono się ponownie informatorami, na których podstawie ustalono rozkład podstawowych cech tych obiektów (tab. 2).

Tabela 2

Rozkład hoteli, zajazdów i pensjonatów w populacji i w panelu według wybranych cech

Wyszczególnienie	Populacja	Panel
	w odsetkach	
Liczba miejsc noclegowych		
do 20	15,2	11,4
21-50	35,5	29,5
51-100	24,4	25,0
101-300	16,9	20,5
301-500	5,0	6,8
501 i więcej	3,0	6,8
Liczba miejsc konsumenckich w restauracji		
do 100	55,2	60,6
101-200	37,6	26,8
201 i więcej	7,2	12,6
Kategoria		
lux	8,0	6,8
I	20,0	22,7
II	42,7	34,1
III	21,2	29,5
brak danych	5,8	6,8
Lokalizacja		
wieś	18,4	22,7
miasto do 20 tys. mieszkańców	35,1	29,6
21-50	10,2	13,6
51-100	10,4	9,1
ponad 100	25,9	25,0
Rodzaj obiektu		
hotel	59,7	60,8
motel	6,0	5,1
zajazd	21,8	16,5
pensjonat	12,4	16,5
brak danych	—	1,3

Ogólnie można stwierdzić, że struktura panelu tylko nieznacznie się różni od struktury ogółu hoteli, moteli, zajazdów i pensjonatów w Polsce. Różnice te w świetle testu zgodności χ^2 okazały się w większości statystycznie nieistotne. Otrzymano bowiem następujące wartości empiryczne:

— liczba miejsc noclegowych	$\chi^2 = 8,21 < \chi^2_{0,05/5} = 11,070$
— kategoria obiektu	$\chi^2 = 5,70 < \chi^2_{0,05/4} = 9,488$
— lokalizacja obiektu	$\chi^2 = 3,16 < \chi^2_{0,05/4} = 9,488$
— rodzaj obiektu	$\chi^2 = 2,80 < \chi^2_{0,05/3} = 7,815$
— liczba miejsc konsumenckich	$\chi^2 = 7,68 > \chi^2_{0,05/2} = 5,991$

Okazało się, że tylko w przypadku liczby miejsc konsumenckich należy przy $\alpha = 0,05$ odrzucić H_0 , co oznacza, że rozkłady próby i populacji statystycznie się różnią. W pozostałych przypadkach istnieje pełna zgodność rozkładów. Pozwala to wyciągnąć wniosek, że panel hoteli jest reprezentatywny dla całej bazy noclegowej.

4.3. Panel domów wczasowych

Odmienny schemat doboru próby zastosowano przy losowaniu jednostek do panelu domów wczasowych. Zrezygnowano bowiem z badania obejmującego wszystkie województwa, na rzecz celowego doboru województw. Zdecydowano się na koncentrację badań panelowych w domach wczasowych leżących w charakterystycznych rejonach wypoczynku ludności. Były to następujące województwa: bielskie, bydgoskie, gdańskie, gorzowskie, jeleniogórskie, kieleckie, koszalińskie, olsztyńskie, poznańskie oraz nowosądeckie.

W związku z tym, że badania panelowe prowadzone są w ciągu całego roku (wiosną i jesienią), a część ośrodków czynna jest tylko w sezonie letnim (często 2-3 miesiące), wprowadzono dalsze ograniczenia przy budowie operatu losowania. Tak więc:

- a) w operacie losowania znalazły się tylko te ośrodki, które wyposażone były w budynki trwałe z ogrzewaniem lub budynki lekkie z ogrzewaniem; pominięto więc wszystkie ośrodki nie przystosowane do eksploatacji poza sezonem letnim,
- b) w operacie losowania nie uwzględniono także ośrodków bardzo małych, dysponujących mniej niż 20 miejscami noclegowymi,
- c) utworzono przy spełnieniu powyższych warunków dwa niezależne operaty: dla ośrodków prowadzących działalność całoroczną oraz dla ośrodków sezonowych.

Tabela 3

Rozkład domów wczasowych w populacji i w panelu według wybranych cech

Wyszczególnienie	Populacja		Panel
	Polska	Wybrane województwa	
	w odsetkach		
Liczba miejsc noclegowych			
do 20	13,8	3,1	—
21-49	32,0	34,3	16,5
50-99	26,0	28,5	24,7
100-149	13,0	16,7	27,1
150-199	6,6	7,6	9,4
200 i więcej	8,7	9,8	10,6
brak danych	—	—	11,7
Kategoria ośrodka			
I	2,0	3,6	19,6
II	29,5	55,0	40,2
III	52,9	39,5	20,7
IV	—	—	3,3
bez kategorii	15,3	2,0	6,6
brak danych	0,3	—	9,9
Lokalizacja			
wieś	66,4	38,5	42,3
miasto do 10 tys. mieszkańców	15,2	13,5	31,5
10-20	8,6	25,2	13,0
21 i więcej	9,8	18,8	13,2
Okres eksploatacji			
całoroczne		70,0	69,5
sezonowe		30,0	28,3
brak danych		—	2,2
Gestor ośrodka			
FWP	9,8	14,4	23,2
zakładowe	86,6	80,8	65,1
związki zawodowe	2,4	1,7	9,3
pozostałe	1,2	3,0	2,3

Na podstawie tak zbudowanych operatów przeprowadzono w ramach wybranych województw losowanie domów wczasowych, wyodrębniając warstwę ośrodków całorocznych i sezonowych. W zależności od liczby domów wczasowych w województwie wielkość próby była zróżnicowana i wynosiła 20-100%. Oznacza to, że relatywnie więcej znalazło się w próbie jednostek

z województw o mniejszej liczbie domów wczasowych niż z województw o dużym natężeniu ośrodków wczasowych (pewna nadreprezentacja województw o mniejszych walorach wczasowych).

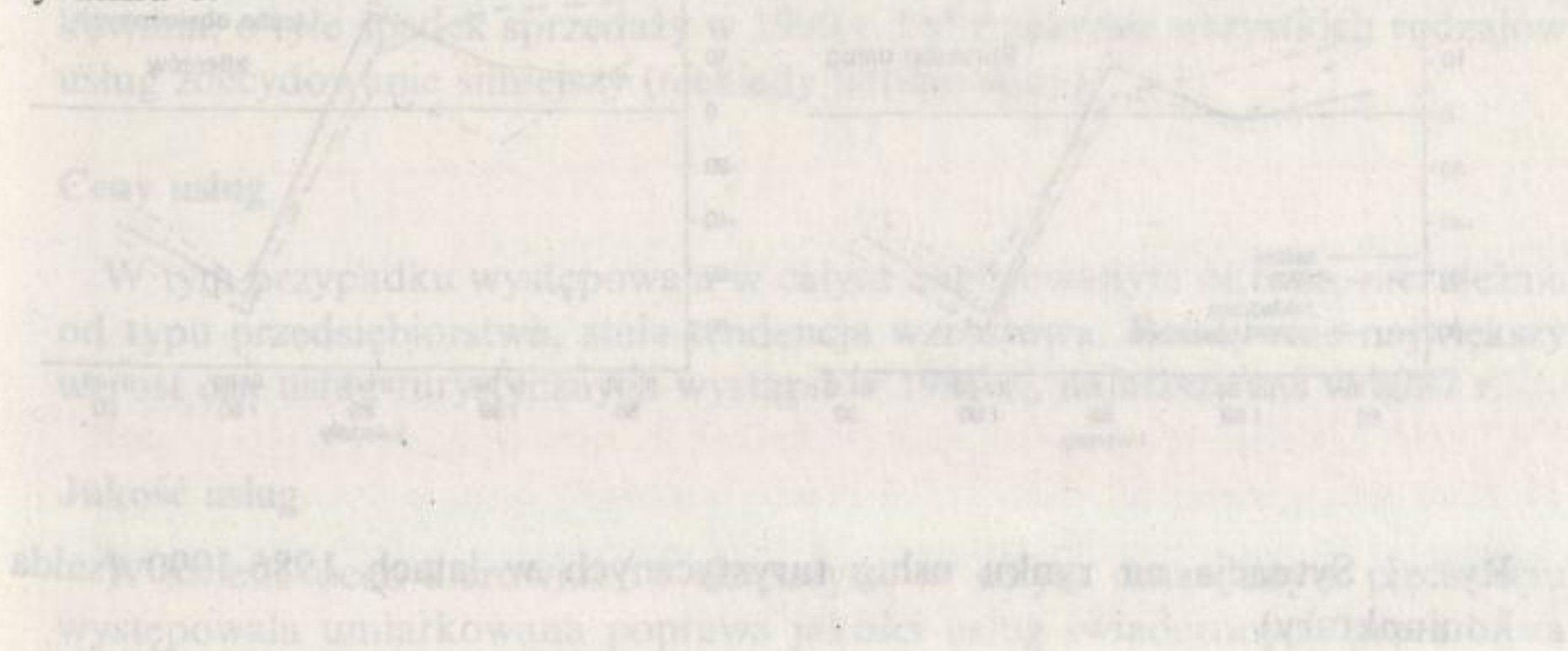
Ostatecznie w skład panelu domów wczasowych weszło 308 ośrodków, w tym 188 całorocznych i 120 sezonowych. Stanowi to 5,9% ogółu ośrodków wczasowych w Polsce. Zdecydowanie większy jest natomiast udział wylosowanych do panelu ośrodków w stosunku do domów wczasowych znajdujących się w wybranych województwach i posiadających budynki trwałe lub lekkie z ogrzewaniem. W tym przypadku próba liczy ponad 30% ogółu obiektów znajdujących się w 10 badanych województwach.

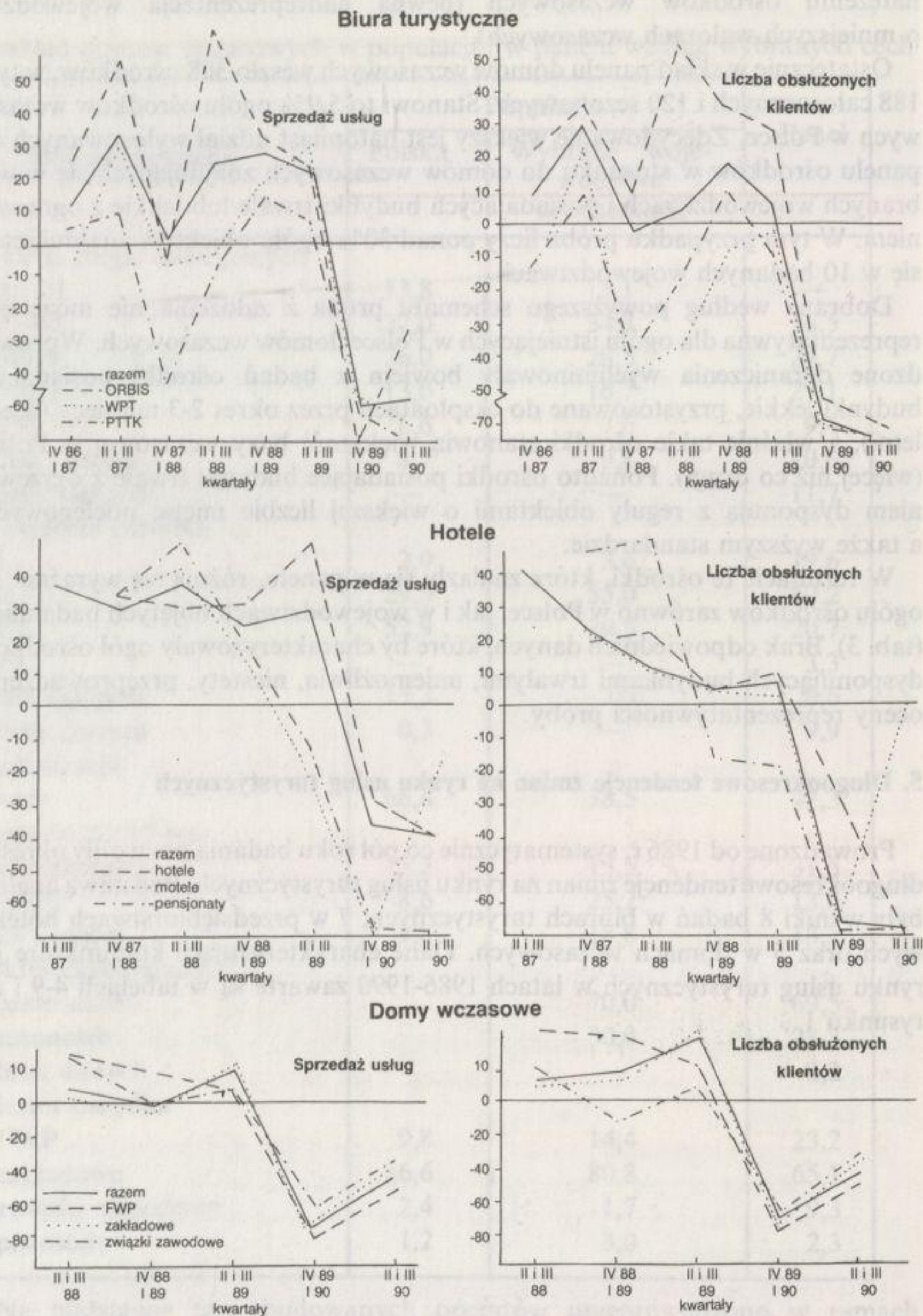
Dobrana według powyższego schematu próba z założenia nie może być reprezentatywna dla ogółu istniejących w Polsce domów wczasowych. Wprowadzone ograniczenia wyeliminowały bowiem z badań ośrodki posiadające budynki lekkie, przystosowane do eksploatacji przez okres 2-3 miesięcy (sezon letni), a właśnie takie ośrodki stanowią większość bazy wczasowej w Polsce (więcej niż co drugi). Ponadto ośrodki posiadające budynki trwałe z ogrzewaniem dysponują z reguły obiektami o większej liczbie miejsc noclegowych, a także wyższym standardzie.

W rezultacie te ośrodki, które znalazły się w panelu, różnią się wyraźnie od ogółu ośrodków zarówno w Polsce, jak i w województwach objętych badaniami (tab. 3). Brak odpowiednich danych, które by charakteryzowały ogół ośrodków dysponujących budynkami trwałymi, uniemożliwia, niestety, przeprowadzenie oceny reprezentatywności próby.

5. Długookresowe tendencje zmian na rynku usług turystycznych

Prowadzone od 1986 r. systematycznie co pół roku badania pozwoliły określić długookresowe tendencje zmian na rynku usług turystycznych. Podstawą analizy były wyniki 8 badań w biurach turystycznych, 7 w przedsiębiorstwach hotelowych oraz 5 w domach wczasowych. Dane charakteryzujące koniunkturę na rynku usług turystycznych w latach 1986-1990 zawarte są w tabelach 4-9 i na rysunku 1.





Rys. 1 Sytuacja na rynku usług turystycznych w latach 1986-1990 (salda koniunktury)

5.1. Biura turystyczne

Sprzedaż usług ogółem

W zakresie tej kategorii w analizowanym okresie nie występowała stała tendencja. O ile bowiem w latach 1986-1989 w kolejnych półroczach obserwujemy umiarkowany wzrost sprzedaży, o tyle w 1990 r. nastąpił silny jej spadek. Regres ten był silniejszy w I kwartale 1990 r. niż w dalszych kwartałach. Stosunkowo najlepsza w całym analizowanym okresie była sytuacja w placówkach Orbisu, najgorsza zaś w ekspozyturach PTTK.

Liczba obsłużonych klientów

W tym zakresie występowała w latach 1986-1989 znaczna stabilność (zaledwie minimalne zmiany), która załamała się z początkiem 1990 r. W ostatnim roku wystąpił bowiem silny, silniejszy niż w przypadku sprzedaży, spadek liczby klientów obsłużonych przez biura podróży (większy w PTTK i WPT, nieco słabszy w Orbisie). Należy zauważyć, że i we wcześniejszych latach występowały różne tendencje zmian w poszczególnych typach przedsiębiorstw (Orbis — systematyczny, z reguły umiarkowany wzrost, PTTK i WPT — brak zmian bądź spadek).

Ilość sprzedanych usług

Koniunktura była w analizowanym okresie wyraźnie zróżnicowana w zależności od typu usług. Ogólnie można stwierdzić, że w miarę upływu czasu następowało pogarszanie się koniunktury w zakresie kolejnych rodzajów usług. Stosunkowo najwcześniej spadek sprzedaży wystąpił w turystyce krajowej, wczasach i wypoczynku (od początku 1988 r.). Nieco później symptomy regresu zaczęto obserwować w sprzedaży usług związanych z obozami i koloniami (lato 1988 r.), najpóźniej zaś w zakresie turystyki zagranicznej (przyjazdowej i wyjazdowej) oraz transportu turystycznego (od I kwartału 1990 r.). Należy stwierdzić, że o ile w latach 1986-1989 tendencja spadkowa była minimalna bądź umiarkowana, o tyle spadek sprzedaży w 1990 r. był z zakresu wszystkich rodzajów usług zdecydowanie silniejszy (niekiedy bardzo silny).

Ceny usług

W tym przypadku występowała w całym analizowanym okresie, niezależnie od typu przedsiębiorstwa, stała tendencja wzrostowa. Relatywnie największy wzrost cen usług turystycznych wystąpił w 1988 r., najniższy zaś w 1987 r.

Jakość usług

W świetle ocen kierowników ekspozytur w całym omawianym pięcioleciu występowała umiarkowana poprawa jakości usług świadczonych przez biura

turystyczne. Trend ten był silniejszy w latach wcześniejszych (do 1988 r.) niż późniejszych.

Tabela 4

Sytuacja na rynku usług turystycznych w latach 1986-1990
w opinii biur turystycznych (salda koniunktury)

Wyszczególnienie	IV kwartał 1986 i I kwart. 1987	II i III kwart. 1987	IV kwartał 1987 i I kwart. 1988	II i III kwart. 1988	IV kw. 1988 i I kwart. 1989	II i III kwart. 1989	IV kw. 1989 i I kwart. 1990	II i III kwart. 1990
Sprzedaż usług ogółem								
Razem	12,2	34,1	0,0	23,6	26,6	21,3	-59,1	-50,5
w tym: Orbis	24,6	55,5	-5,2	64,8	32,1	23,4	-70,2	-25,7
WPT	-8,8	28,5	-7,3	-3,6	18,5	28,4	-52,7	-64,2
PTTK	4,7	8,7	-44,7	-9,3	13,7	6,5	-62,2	-71,2
Liczba obsłużonych klientów								
Razem	8,8	29,5	-2,2	4,8	19,1	6,7	-59,1	-69,3
w tym: Orbis	23,1	36,4	10,4	56,3	36,8	29,6	-52,4	-58,2
WPT	-15,3	22,1	-45,6	-37,4	-7,1	-1,4	-68,0	-88,4
PTTK	-13,1	9,6	-38,5	-16,2	10,0	-8,7	-67,6	-75,2
Ilość sprzedanych usług								
Turystyka krajowa								
Wczasy i wypoczynek	-1,1	16,6	-16,4	-13,1	1,4	-18,4	-70,6	-75,8
Obozy i kolonie	-6,7	3,6	-35,3	-37,4	-10,4	-14,9	-82,4	-74,5
Turystyka zagraniczna								
przyjazdowa	18,1	19,3	6,6	-37,4	-23,9	-10,3	-83,0	-74,1
wyjazdowa	20,3	29,7	11,4	44,9	20,7	26,3	-37,3	-19,4
Transport turystyczny	36,0	32,8	46,2	49,1	39,2	17,7	-28,5	-53,0
Ceny usług	13,6	30,8	-3,2	41,8	22,0	30,0	-30,3	-35,0
Razem	58,5	52,2	90,5	97,6	77,3	84,4	78,0	78,4
w tym: Orbis	59,4	61,0	96,6	100,0	80,0	85,3	57,8	78,5
WPT	55,2	48,5	93,5	95,3	71,0	83,5	98,0	54,2
PTTK	53,5	43,3	81,3	97,3	72,4	81,2	62,7	92,7
Jakość usług								
Razem	32,3	31,1	39,6	35,4	29,2	18,6	23,1	36,4
w tym: Orbis	50,0	33,2	47,0	26,6	32,8	11,5	14,6	59,2
WPT	30,3	33,3	40,4	35,3	26,3	16,5	8,5	18,6
PTTK	21,8	24,0	32,4	37,9	15,0	22,1	35,0	32,1

Stopień realizacji oferty

W ciągu analizowanych czterech lat występowała systematyczna tendencja spadkowa jeśli chodzi o stopień realizacji przygotowanej oferty. O ile bowiem w 1987 r. przedsiębiorstwa turystyczne nie sprzedały 15% tej oferty, o tyle w 1990 r. odsetek ten wyniósł aż 44% (czyli blisko połowę!). Stosunkowo najwięcej kłopotów było w całym omawianym okresie ze sprzedażą ofert związanych z wczasami, wypoczynkiem i turystyką krajową.

5.2. Hotele, motele, zajazdy i pensjonaty

Sprzedaż usług ogółem

W ramach ogółu przedsiębiorstw hotelowych w latach 1987-1989 występował systematyczny, z reguły umiarkowany wzrost sprzedaży usług. Trend ten uległ załamaniu z początkiem 1990 r., kiedy sprzedaż tych usług znacznie spadła (mniej niż w biurach podróży). W całym analizowanym okresie lepsza koniunktura była w hotelach niż w motelach, zajazdach i pensjonatach (w tych ostatnich spadek sprzedaży wystąpił już w 1989 r.).

Tabela 5

Sytuacja na rynku usług turystycznych w latach 1988-1990
w ocenie hoteli (saldą koniunktury)

Wyszczególnienie	II i III kwartał 1987	IV kwartał 1987 i I kwart. 1988	II i III kwartał 1988	IV kwartał 1988 i I kwart. 1989	II i III kwartał 1989	IV kwartał 1989 i I kwart. 1990	II i III kwartał 1990
Sprzedaż usług ogółem							
Razem	35,6	29,4	35,8	23,3	28,3	-35,6	-39,1
w tym: hotele	—	33,3	29,6	30,1	48,3	-29,3	-39,1
motele i zajazdy	—	33,3	40,7	13,6	-20,5	-70,0	-19,5
pensjonaty	—	33,3	49,0	16,6	-11,6	-68,7	-69,2
Liczba obsłużonych klientów							
Razem	40,8	24,1	11,0	4,0	6,1	-66,6	-69,0
w tym: hotele	—	18,1	20,8	4,1	9,3	-65,3	-74,3
motele i zajazdy	—	22,2	11,1	4,2	3,2	-68,5	-5,3
pensjonaty	—	46,6	9,8	-16,6	-18,5	-81,7	-84,6
Ilość sprzedanych usług							
Noclegi dla turystów krajowych	26,2	13,7	-3,7	2,9	-4,7	-71,3	-77,3
Noclegi dla turystów zagranicznych	36,2	-0,8	56,1	10,4	22,0	-64,3	-26,2
Usługi gastronomiczne	61,0	21,4	58,3	40,3	20,2	-59,4	-62,2
Usługi towarzyszące	28,0	5,5	25,5	-2,9	5,8	-56,9	-18,7
Sprzedaż towarów w eksporcie wewnętrznym	15,4	34,5	36,5	-2,5	-3,3	23,1	-10,4
Ceny usług							
Razem	58,3	89,5	89,2	72,5	80,6	67,6	56,7
w tym: hotele	—	89,7	89,0	68,1	81,8	79,0	62,6
motele i zajazdy	—	87,5	45,8	79,7	77,6	33,3	47,3
pensjonaty	—	92,8	98,2	50,0	81,5	-62,5	20,0
Jakość usług							
Razem	39,2	32,2	39,4	11,3	22,0	4,3	15,4
w tym: hotele	—	33,7	31,3	10,0	24,7	3,9	19,2
motele i zajazdy	—	44,4	68,5	12,7	8,4	10,0	6,1
pensjonaty	—	26,6	54,1	0,0	42,8	-5,2	15,3

Liczba obsłużonych klientów

W tym względzie w latach 1987-1989 sytuacja była bardzo stabilna i wystąpiły minimalne zmiany. Począwszy jednak od I kwartału 1990 r. obserwuje się znaczny spadek liczby korzystających z usług hotelowych. Ogólnie stosunkowo lepsza była sytuacja w hotelach, wyraźnie gorsza w pensjonatach (spadek liczby klientów już w 1989 r.).

Ilość sprzedanych usług

Tendencje zmian sprzedaży były zróżnicowane w zależności od rodzaju usługi. O ile bowiem w latach 1987-1989 nie wystąpiły zasadnicze zmiany jeśli chodzi o sprzedaż noclegów dla turystów krajowych, o tyle w sprzedaży usług gastronomicznych i noclegów dla obcokrajowców występował systematyczny wzrost. Jednakże w odniesieniu do wszystkich usług nastąpił znaczny spadek sprzedaży od początku 1990 r. (najsilniejszy w odniesieniu do usług gastronomicznych i noclegów dla turystów krajowych).

Tabela 6

Sytuacja na rynku usług turystycznych w latach 1988-1990
w ocenie domów wczasowych (salda koniunktury)

Wyszczególnienie	II i III kwartał 1988	IV kwartał 1988 i I kwartał 1989	II i III kwartał 1989	IV kwartał 1989 i I kwartał 1990	II i III kwartał 1990
Sprzedaż usług ogółem					
Razem	3,6	-0,2	9,0	-77,7	-47,1
w tym: FWP	14,2	8,5	3,0	-80,5	-54,3
domy zakładowe	0,2	-5,1	9,8	-81,4	-42,1
domy związków zawodowych	13,8	0,0	3,3	-65,0	-40,9
Liczba obsłużonych wczasowiczów					
Razem	6,3	8,5	18,1	-72,6	-44,9
w tym: FWP	21,6	19,6	10,6	-80,5	-52,1
zakładowe	3,4	6,1	21,2	-72,9	-42,1
związków zawodowych	9,6	-12,5	3,3	-67,5	-40,9
Ilość sprzedanych usług					
Usługi noclegowe	4,4	12,7	16,8	-71,2	-41,6
Usługi gastronomiczne	17,3	13,1	20,7	-76,8	-27,2
Usługi towarzyszące	28,7	6,6	8,6	-65,1	-36,7
Ceny usług					
Razem	90,3	53,0	69,3	72,3	63,0
w tym: FWP	100,0	52,4	80,3	17,6	80,4
zakładowe	90,9	47,1	66,5	77,8	69,2
związków zawodowych	75,0	59,0	63,3	95,0	-54,5
Jakość usług					
Razem	28,1	11,0	12,6	12,1	14,8
w tym: FWP	-18,0	-12,2	-4,5	16,6	13,0
zakładowe	37,4	16,7	17,2	13,0	14,0
związków zawodowych	56,9	-6,0	-13,3	0,0	0,0

Ceny usług

W tym przypadku występowała w kolejnych półroczach systematyczna tendencja wzrostowa, i to niezależnie od typu przedsiębiorstwa. Ceny usług hotelowych bardziej wzrosły w 1988 r., mniej zaś w 1990 r.

Jakość usług

Według opinii kierowników hoteli w całym analizowanym okresie następowała poprawa jakości usług świadczonych przez przedsiębiorstwa hotelowe. Jednak w miarę upływu czasu stopień poprawy jakości usług stawał się coraz mniejszy.

Stopień realizacji oferty

W analizowanym czteroleciu nie udawało się przedsiębiorstwom hotelarskim sprzedać całej przygotowanej oferty. W tym zakresie występowała do 1990 r. w miarę stabilna sytuacja (wskaźnik niewykorzystania oferty wynosił od 17 do 29%), która wyraźnie się pogorszyła w ostatnim roku. Więcej kłopotów z realizacją oferty miały pensjonaty i dotyczyło to głównie usług hotelarskich.

Tabela 7

Przeciętny stopień realizacji oferty przedsiębiorstw turystycznych
w latach 1987-1990 (w %)

Wyszczególnienie	II i III kw. 87	IV kw. 87 i I kw. 88	II i III kw. 88	IV kw. 88 i I kw. 89	II i III kw. 89	IV kw.89 i I kw. 90	II i III kw.90
RAZEM	85,1	77,3	80,5	81,7	82,3	62,8	56,1
w tym: Orbis	78,5	79,4	82,0	72,6	80,9	63,8	53,8
WPT	81,5	69,2	83,0	73,7	75,7	64,2	83,0
PTTK	87,1	84,4	82,0	90,1	85,1	65,0	58,0
Turystyka krajowa	80,6	71,5	76,9	77,0	74,1	59,5	52,1
Wczasy i wypoczynek	82,3	67,5	73,1	75,1	79,2	57,5	53,6
Obozy i kolonie	86,3	84,6	77,7	77,1	79,4	60,7	51,9
Turystyka zagr. przyjazdowa	77,4	75,6	83,5	80,8	84,2	73,0	69,9
Turystyka zagr. wyjazdowa	84,9	81,9	84,2	83,8	78,4	69,3	59,2
Transport turystyczny	80,1	78,5	85,1	81,3	85,7	68,2	63,8

5.3. Domy wczasowe

Sprzedaż usług ogółem

O ile w latach 1988-1989 nie zanotowano istotnych zmian w wielkości sprzedaży usług przez domy wczasowe, o tyle w 1990 r. nastąpił silny jej spadek (większy w pierwszym półroczu niż w drugim). Tendencja ta wystąpiła z prawie równym natężeniem we wszystkich typach domów wczasowych.

Przeciętny stopień realizacji oferty przedsiębiorstw hotelowych
w latach 1987-1990 (w %)

Nazwa usługi	II i III kw. 87	IV kw.87 i I kw.88	II i III kw. 88	IV kw.88 i I kw.89	II i III kw. 89	IV kw.89 i I kw.90	II i III kw.90
RAZEM	76,2	70,5	83,4	77,8	79,9	64,7	66,9
w tym: hotele	—	75,4	86,7	81,1	80,8	66,1	64,7
motele i zajazdy	—	66,4	80,8	74,6	79,9	66,0	99,3
pensjonaty	—	70,6	79,7	67,0	75,9	50,0	50,0
Usługi hotelarskie	71,0	66,9	72,9	68,7	73,2	60,9	59,5
Usługi gastronomiczne	89,1	73,8	90,5	82,4	88,6	62,4	70,6
Usługi towarzyszące	86,8	65,4	79,8	63,4	73,4	57,8	75,6

Liczba obsługiwanych wczasowiczów

W tym przypadku wystąpiły podobne tendencje jak w zakresie sprzedaży usług. Do 1989 r. sytuacja była bardzo stabilna (prócz domów FWP, w których obserwowano systematyczny wzrost liczby wczasowiczów), lecz radykalnie pogorszyła się w 1990 r. Największa dekonunktura objęła domy FWP. Warto zauważyć, że po silnym spadku w I kwartale w kolejnych miesiącach wystąpiły pewne symptomy poprawy złej koniunktury.

Przeciętny stopień realizacji oferty w latach 1988-1990
przez domy wczasowe według gestorów (w %)

Grupa usług	II i III kwartał 88	IV kwartał 88 i I kwartał 89	II i III kwartał 89	IV kwartał 89 i I kwartał 90	II i III kwartał. 90
Domy wczasowe ogółem					
Razem	83,0	80,6	87,8	67,9	68,1
Usługi: noclegowe	84,0	79,4	85,5	65,5	67,1
gastronomiczne	91,0	85,7	91,5	68,0	71,4
towarzyszące	79,0	80,2	82,5	70,5	59,4
Domy FWP					
Razem	93,0	90,1	101,3	71,6	70,0
Usługi: noclegowe	93,0	86,5	98,1	65,0	71,0
gastronomiczne	98,0	95,7	109,3	61,3	71,0
towarzyszące	91,0	91,6	90,5	61,0	55,8
Domy związkowe					
Razem	82,0	95,0	91,0	69,5	72,0
Usługi: noclegowe	81,0	95,0	91,0	61,0	67,0
gastronomiczne	83,0	80,0	99,3	69,5	72,0
towarzyszące	65,0	95,0	107,5	83,0	—
Domy zakładowe					
Razem	80,0	75,2	84,3	67,7	70,5
Usługi: noclegowe	79,7	74,4	82,3	66,4	68,8
gastronomiczne	83,0	80,3	87,0	70,3	71,8
towarzyszące	78,0	73,1	77,6	73,8	54,5

Ilość sprzedanych usług

Do 1990 r. albo występował umiarkowany wzrost sprzedaży (usługi gastronomiczne), albo też nie występowały żadne zmiany w jej poziomie (usługi noclegowe i towarzyszące). Jednak począwszy od 1990 r. w zakresie wszystkich rodzajów usług świadczonych przez domy wczasowe nastąpił spadek sprzedaży (stosunkowo najmniejszy — usług gastronomicznych).

Ceny usług

I na tym rynku występował w kolejnych półroczach systematyczny wzrost cen (z reguły wyższy w sezonie letnim niż zimowym). Wzrost cen był najczęściej większy w domach FWP niż innych gestorów.

Dynamika zmian ceny 14-dniowego skierowania na wczasy była w całym analizowanym okresie wyraźnie niższa niż dynamika wzrostu kosztów eksploatacji ośrodków oraz cen surowców do produkcji gastronomicznej.

Jakość usług

Zmiany w tym względzie, zdaniem kierowników domów wczasowych, były w całym analizowanym okresie minimalne. Brak też istotnych różnic między poszczególnymi typami domów wczasowych.

Stopień realizacji oferty

O ile w latach 1988-1989 wskaźnik niewykorzystania oferty kształtował się na poziomie 12-20%, o tyle w 1990 r. wyraźnie wzrósł (32%). Stosunkowo najlepsza w całym analizowanym okresie była sytuacja w domach FWP, najgorsza zaś w domach zakładowych. Więcej było kłopotów z pełną sprzedażą usług noclegowych i towarzyszących; nieco łatwiej sprzedawały się usługi gastronomiczne.

6. Uwagi końcowe

W świetle uzyskanych rezultatów można stwierdzić, że w kolejnych latach badań następowało początkowo powolne, następnie coraz gwałtowniejsze pogarszanie się sytuacji na rynku usług turystycznych w Polsce. W 1988 r. zaobserwowano wyraźne pogorszenie się koniunktury w zakresie usług świadczonych turystom krajowym (spadek popytu i liczby obsłużonych klientów w zakresie wczasów i wypoczynku, obozów i kolonii oraz turystyki krajowej), przy równoczesnym wzroście zainteresowania usługami związanymi z turystyką zagraniczną. W wyniku dalszego znacznego ogólnego wzrostu cen, w tym cen usług turystycznych, w 1989 r. na rynku turystycznym wystąpiły wyraźne symptomy dekoniunktury. Objęły one nie tylko usługi dla turystów krajowych, ale także usługi związane z turystyką zagraniczną oraz usługi świadczone przez hotele i domy wczasowe. W wyniku tych tendencji zarówno przedsiębiorstwa turystyczne, jak hotelarskie i domy wczasowe nie w pełni realizowały przygoto-

waną ofertę (w ponad 20%). Krytyczna sytuacja wystąpiła w I kwartale 1990 r., kiedy odnotowano we wszystkich typach przedsiębiorstw gwałtowny spadek popytu na wszystkie prawie rodzaje świadczonych usług. Była to konsekwencja znacznego zmniejszenia się siły nabywczej ludności na skutek ogromnego wzrostu cen.

Potwierdziła się duża przydatność i efektywność metody testu koniunktury w badaniach sytuacji na rynku turystycznym. Stwierdzono bowiem znaczną zgodność przewidywań respondentów z późniejszym faktycznym stanem rynku. Wyniki badań koniunktury mają także duży walor praktyczny, gdyż dostarczają przedsiębiorstwom turystycznym bieżących informacji o sytuacji na rynku, umożliwiając podejmowanie trafnych decyzji. Dlatego wskazane jest kontynuowanie tego typu badań, zwłaszcza w kontekście urynkowienia całej gospodarki, również turystycznej. Badania koniunktury powinny stanowić stałe źródło informacji o aktualnym stanie rynku.

Ekonomiczna efektywność inwestycji hotelowych: metodologiczne problemy jej oceny na przykładzie PP „ORMIS”¹

I. INWESTYCJE HOTELOWE JAKO FENOMEN KRAJOWY

1. Pojęcie inwestycji jako kategorii ekonomicznej

Definicje pojęcia inwestycji występują w literaturze w sposób różnorodny, nie ma jednolitego znaczenia.

CZĘŚĆ II

EFEKTYWNOŚĆ FUNKCJONOWANIA GOSPODARKI TURYSTYCZNEJ

C. Sulkowski² i A. Notkin³ zajmują się problematyką inwestycji w krajach socjalistycznych.

¹ Skróty liczące ponad 300 stron obejmująca podjęta analiza dotyczyła 12 GPH, które funkcjonowały w latach 1936-89 przez cały okres ich istnienia, czyli lat Kryzysu, Dziwozima, doc. dr hab. Teresa Cwiklińska, ul. Mariana Żwirskiego 1, Łódź.

² Podaje za E. Ostrowski: *Ekonomiczna efektywność inwestycji*, Warszawa 1983, s. 160.

³ M. Kalecki: *Zarys teorii wzrostu gospodarki socjalistycznej*, Warszawa 1981, s. 11.

⁴ Praca zbiorowa pod red. U. Wojciechowskiej: *Inwestycje i ich efektywność w PRL*, Drogi harclery, Warszawa 1982, s. 21.

⁵ M. Kalecki: *Socjalizm 4, wzrost gospodarki i efektywność inwestycji*, Warszawa 1984, s. 34.

⁶ B. Lochter: *Ekonomiczna efektywność inwestycji*, Wydawnictwo Uniwersyteckiego w Krakowie 1980, s. 11; H. Kryński: *Rachunek ekonomiczny i efektywność inwestycyjnych*, Warszawa 1978, s. 9 i dalsze; W. Sudowski: *Inwestycje a wzrost i efektywność gospodarki w gospodarce socjalistycznej*, Ekonomia 1987 nr 2; T. S. Chacaturian: *Ektywność inwestycji*, Warszawa 1985, s. 8; J. Gąsienica: *Ekonomiczna efektywność i polityka inwestycyjna*, Wyd. III, Warszawa 1973; T. S. Chacaturian: *Ektywność inwestycji*, Warszawa 1983, s. 58 i dalsze; W. Wojciechowski: *Ekonomiczne nauki o inwestowaniu*, Poznań 1984.

⁷ C. Sulkowski: *Ekonomiczne kryteria racjonalności decyzji inwestycyjnych*, Prace Politechniki Szczecińskiej, nr 138, Szczecin 1980.

⁸ A. Notkin: *Zagadnienie określania ekonomicznej efektywności inwestycji w państwie ZSRR*, Warszawa 1955. Podaje za E. Ostrowski, op. cit., s. 16.

EKONOMICZNA EFEKTYWNOŚĆ INWESTYCJI HOTELOWYCH. METODOLOGICZNE PROBLEMY JEJ OCENY NA PRZYKŁADZIE PP „ORBIS”¹.

I. INWESTYCJE HOTELOWE JAKO PRZEDMIOT BADAŃ

1. Pojęcie inwestycji jako kategorii ekonomicznej

Definicje pojęcia inwestycji występujące w literaturze w ujęciu różnych autorów nie mają jednolitego brzmienia.

W literaturze angielskiej i amerykańskiej inwestycje traktuje się często jako funkcję części dochodu narodowego, która jest sumą oszczędności nie konsumowanych².

M. Kalecki³ poruszając problem inwestycji jako czynnika wzrostu gospodarczego oraz elementu dochodu narodowego podzielonego, uznaje je za formę akumulacji dochodu narodowego⁴. Charakteryzując zaś ich istotę, określa je nakładami na reprodukcję i rozszerzenie aparatu służącego do produkcji dóbr⁵.

Za określeniem inwestycji jako nakładów gospodarczych na odtwarzanie zużytych i przyrost nowych środków produkcji opowiadała się większość ekonomistów z krajów socjalistycznych⁶.

C. Sułkowski⁷ i A. Notkin⁸ utożsamiają środki inwestycyjne z nakładami. A.

¹ Skrót liczącego ponad 300 stron opracowania zadania badawczego 1.3 CBPB 08.06. zrealizowanego w latach 1986-89 przez zespół autorski w składzie: doc. dr hab. Krystyna Dziworska, doc. dr hab. Teresa Gostkowska, dr Jolanta Witulska (kierownik).

² Podaję za E. Ostrowski: *Ekonomika projektowania inwestycji*. Warszawa 1980, s. 16.

³ M. Kalecki: *Zarys teorii wzrostu gospodarki socjalistycznej*. Warszawa 1974., s. 15.

⁴ Praca zbiorowa pod red. U. Wojciechowskiej: *Inwestycje i budownictwo w PRL. Drogi i bariery*. Warszawa 1982, s. 21.

⁵ M. Kalecki: *Socjalizm 4, wzrost gospodarczy i efektywność inwestycji*. Warszawa 1984, s. 24.

⁶ E. Luchter: *Ekonomiczna efektywność inwestycji*. Akademia Ekonomiczna w Krakowie 1980, s. 11; H. Kryński: *Rachunek ekonomicznej efektywności zamierzeń inwestycyjnych*. Warszawa 1978, s. 9 i dalsze; W. Sadowski: *Inwestycje a rozszerzona reprodukcja majątku trwałego w gospodarce socjalistycznej*. *Ekonomista* 1955 nr 2; T. S. Chaczaturow: *Efektywność inwestycji*. Warszawa 1985, s. 8; J. Goryński: *Ekonomika budownictwa i polityka budowlana*. Wyd. III. Warszawa 1976; T.S. Chaczaturow: *Efektywność inwestycji*. Warszawa 1983, s. 58 i dalsze; W. Wójcikiewicz: *Elementy nauki o inwestowaniu*. Poznań 1984.

⁷ C. Sułkowski: *Ekonomiczne kryteria racjonalizacji decyzji inwestycyjnych*. Prace Politechniki Szczecińskiej nr 138, Szczecin 1980.

⁸ A. Notkin: *Zagadnienie określania ekonomicznej efektywności inwestycji w przemyśle ZSRR*. Warszawa 1955. Podaję za E. Ostrowskim, op. cit., s. 16.

Gącarewicz zaś uważa, że definiując inwestycje z punktu widzenia jednostki gospodarczej, której majątek trwały ulega powiększeniu, lepiej mówić o nakładach pieniężnych niż o nakładach gospodarczych¹.

W najnowszych pozycjach literatury z zakresu ekonomiki inwestycji dominuje pogląd, że inwestycje to działania bądź czynności składające się na proces lub działalność gospodarczą związaną z tworzeniem, odtwarzaniem i powiększaniem środków trwałych².

Proces inwestycyjny przebiega w czasie, składa się z ciągu zdarzeń o naturalnej sekwencji tworzących cykl inwestycyjny. Ma on charakter dynamiczny zarówno z punktu widzenia czasu, w którym jest realizowany, jak i przestrzeni. Takie rozumienie istoty inwestycji jest właściwe dla każdej skali badań. W wyniku przebiegu tego procesu środki finansowe przekształcane są w nakłady gospodarcze, a nakłady w gotowe obiekty inwestycyjne.

2. Cechy inwestycji hotelowych i procesu eksploatacji powstałych w ich wyniku obiektów

Hotele są efektem rzeczowym inwestycji. Efekty te są jednocześnie kryterium wyodrębnienia inwestycji hotelowych spośród innych ich rodzajów. Inwestycje hotelowe to procesy gospodarcze polegające na odtwarzaniu, powiększaniu i tworzeniu nowych środków trwałych składających się na obiekty hotelowe.

Inwestycje te, ze względu na źródła finansowania oraz szczebel podejmowania decyzji o ich realizacji, zaliczane są do inwestycji przedsiębiorstw.

Rozwój hotelarstwa odbywa się głównie poprzez realizację nowych inwestycji rozwojowych. Umożliwiają one wprowadzenie postępu technicznego do tej dziedziny gospodarowania, są ponadto jedynym sposobem powiększenia powierzchni użytkowej obiektów, a tym samym pojemności usługowej hotelarstwa.

Każda z inwestycji hotelowych ma indywidualny charakter; wiele niepowtarzalnych cech powoduje jej ograniczoną porównywalność z innymi inwestycjami tego typu.

O niepowtarzalności inwestycji hotelowych decydują:

- zróżnicowanie zapotrzebowania na usługi hotelowe,
- odmienność warunków realizacji,
- różni wykonawcy i systemy wykonawstwa,
- odmienność funkcji efektów użytkowych inwestycji (hotele, motele różnych kategorii),

¹ A. Gącarewicz, W. Bachorz, T. Witczak: *Finansowanie inwestycji i budownictwa*. Warszawa 1984, s. 8.

² Z. Knyziak i W. Lossowski określają inwestycje jako przekształcanie nakładów gospodarczych w majątek trwały. Por. *Ekonomika i programowanie inwestycji przemysłowych*, Warszawa 1967, s. 17; K. Dziworska: *Rachunek ekonomicznej efektywności inwestycji modernizacyjnych*. ZN UG, Rozprawy i monografie nr 67, s. 15; J. Czarnek: *Rachunek ekonomiczny efektywności inwestycji i postępu technicznego w przemyśle*. Warszawa 1982, s. 17.

— odmienność form finansowania itp.

Mimo tych różnic inwestycje hotelowe charakteryzuje wiele wspólnych cech z punktu widzenia ekonomicznego i technicznego. Pojawiają się one w przebiegu poszczególnych faz cyklu inwestycyjnego (programowania, projektowania i realizacji) oraz w okresie eksploatacji, i w tym porządku zostaną omówione.

Programowanie inwestycji jest pierwszą fazą cyklu inwestycyjnego. Prace tego etapu obejmują różnego rodzaju studia, analizy i prognozy, które ostatecznie uzasadniają jej celowość z punktu widzenia istniejących potrzeb i szeroko rozumianych możliwości, na tym zaś tle określają jej ogólne cechy techniczne i ekonomiczne oraz ogólną lokalizację¹.

Efektem fazy programowania inwestycji powinno być przede wszystkim wstępne określenie:

- wielkości, rodzaju i standardu przyszłego zakładu hotelowego, techniki i technologii wytwarzania usług,
- wariantów lokalizacji ogólnej,
- postulowanych terminów realizacji wariantów inwestycji i ich uruchomienia,
- oczekiwanych efektów rzeczowych i ekonomicznych oraz nakładów i okresu ich zwrotu.

Przeprowadzone w tym celu studia i badania muszą dotyczyć takiej problematyki, jak:

- zapotrzebowanie na usługi hotelowe w miejscu przyszłej lokalizacji,
- zasoby siły roboczej,
- pozostałe warunki lokalizacji,
- wielkość istniejących środków własnych bądź źródeł i rozmiarów środków obcych,
- możliwości wykonawcze krajowe i zagraniczne.

Badanie zapotrzebowania na usługi hotelowe jest bardzo pracochłonne, a jego wyniki niepewne, co jest m.in. spowodowane koniecznością przewidywania popytu z dużym wyprzedzeniem oraz znaczną fluktuacją popytu. Znaczenie tych badań wynika z równoczesności produkcji i konsumpcji usług hotelowych, której konsekwencją jest konieczność utrzymywania stałej gotowości eksploatacyjnej obiektów oraz brak możliwości przesuwania ich efektów w czasie i przestrzeni. Tak więc niewykorzystana zdolność usługowa obiektu jest straconą bezpowrotnie szansą sprzedaży usług.

Ocena warunków lokalizacji obiektów hotelowych dotyczy intensywności występowania walorów turystycznych proponowanych miejscowości i ich okolic, zagospodarowania ogólnego i turystycznego, a także dostępności komunikacyjnej oraz miejscowych zasobów siły roboczej. Przy założeniu, że znane jest zapotrzebowanie, warunki te mają decydujący wpływ na poziom nakładów inwestycyjnych towarzyszących i wspólnych.

Istotnym problemem w fazie programowania jest ocena zasobów siły robo-

¹ A.Kurek: *Analiza efektywności wybranych i zrealizowanych inwestycji hotelowych*. Instytut Turystyki 1976, masz. pow.

czej. Specyfika tego problemu w hotelarstwie wynika z pracochłonności usług hotelowych oraz ze szczególnego charakteru pracy hotelarza. Bezpośredni kontakt między usługobiorcą a usługodawcą stawia wysokie wymagania kwalifikacyjne kandydatom do pracy w tym zawodzie. Wymagania te mogą być spełnione poprzez odpowiedni system kształcenia i zdobywania doświadczenia praktycznego oraz dobór kandydatów o odpowiednich predyspozycjach osobistych¹. Badania te są pracochłonne i czasochłonne. Ich wykonywanie odrębnie dla każdej inwestycji zwielokrotnia koszty.

Wielkość i standard obiektu hotelowego zależą od poziomu techniki budowlanej, osiągnięć technicznych i technologicznych stosowanych w przodujących pod tym względem krajach oraz od możliwości ich zastosowania w Polsce. Nadażanie za światowymi tendencjami decyduje o wielkości popytu na usługi hotelowe ze strony turystów zagranicznych, a także o możliwości porównania jakości i cen tych usług.

Elementem programowania inwestycji jest też stwarzanie podstaw do wyboru wykonawcy i techniki wykonania. Jeżeli chodzi o wykonawców, decydować powinna ich fachowość oraz sytuacja na rynku inwestycyjnym, która ma zresztą również znaczenie dla wyboru techniki wykonania.

Analizy będące treścią fazy programowania inwestycji powinny być podstawą wstępnego wyboru wariantów. Powinny to być warianty dopuszczalne z punktu widzenia istniejących ograniczeń i możliwości, gwarantujące na tym etapie znajomości elementów rachunku najwyższą efektywność ekonomiczną. Od rzetelności i jakości prac na etapie programowania inwestycji zależy sprawność i efektywność następnych faz.

Kolejną fazą cyklu inwestycyjnego jest projektowanie. Celem projektowania każdej inwestycji jest sformułowanie założeń techniczno-ekonomicznych porównywalnych wariantów inwestycji oraz przeprowadzenie rachunku ich ekonomicznej efektywności, którego wynikiem będzie wybór wariantu realizacyjnego i opracowanie jego projektu techniczno-ekonomicznego². Istotą założeń techniczno-ekonomicznych inwestycji hotelowych jest scharakteryzowanie³:

- programu usługowego obiektu,
- rozmiarów i struktury zapotrzebowania na siłę roboczą,
- rozwiązań funkcjonalnych decydujących o kubaturze obiektu, wielkości działki budowlanej, powierzchni całkowitej obiektu i jej strukturze w podziale na część użytkową, komunikacyjną i pomocniczą,

¹ Zakres czynności związanych z obsługą ruchu turystycznego musi być elastycznie dostosowywany do zróżnicowanych potrzeb klientów. Elastyczności tej nie jest w stanie zapewnić żaden system urządzeń technicznych. Dlatego też obsługa ruchu turystycznego nadal w dużym stopniu opiera się na pracy ludzkiej, a wydajność pracy uzyskiwana w wyniku realizacji nowych inwestycji w hotelarstwie rośnie wolniej niż w innych działach gospodarki narodowej.

² E. Ostrowski: *Ekonomika projektowania inwestycji*. Warszawa 1980, s. 22 i nast.

³ W. Kwiatkowski: *Efektywność gospodarki hotelowej w Polsce*. Ruch Turystyczny. Monografie nr 23-82, s. 122 i 123.

- technicznych metod realizacji obiektu oraz techniki i technologii produkcji usług,
- nieprzekraczalnych rozmiarów nakładów inwestycyjnych,
- harmonogramu prac w okresie realizacji inwestycji,
- wielkości i wartości sprzedaży oraz kosztów eksploatacji.

Opracowanie programu usługowego powinno dążyć do jego optymalizacji z punktu widzenia przyjętej kategorii obiektu, charakteru popytu, dla którego zaspokajania będzie realizowany, miejsca lokalizacji oraz posiadanych środków i możliwości realizacji.

Program ten musi uwzględniać zmienność zakresu i charakteru świadczonych usług w długim okresie eksploatacji, wynikającą z obserwowanych tendencji tego zjawiska w krajach przodujących pod względem rozwoju hotelarstwa.

Przy wyborze lokalizacji szczegółowej należy się ubiegać o spełnienie następujących warunków:

- dogodne połączenia komunikacyjne,
- ułatwiona możliwość orientacji przestrzennej,
- korzystne warunki funkcjonalne, a przede wszystkim względny spokój w otoczeniu projektowanego obiektu,
- spełnienie innych specjalnych warunków zależnych od typu i funkcji zamierzonej inwestycji (hotel, motel, pensjonat itp.).

Treść programu usługowego zamierzonego obiektu inwestycyjnego jest także uzależniona od miejsca lokalizacji szczegółowej i jego wyposażenia, szczególnie w urządzenia rozrywkowe, rekreacyjne i służące świadczeniu usług bytowych.

Rozwiązania funkcjonalne powinny mieć na celu maksymalne zaspokojenie potrzeb potencjalnych gości, muszą jednak uwzględniać istniejące ograniczenia techniczne, finansowe i lokalizacyjne.

Za optymalną metodę budowy należy uznać tę, która pozwala na uprzemysłowienie różnych faz budowlanych. Dążenia te powodują obniżenie kapitałochłonności inwestycji, zapewniając jej nowoczesność i skrócenie okresu realizacji dzięki znacznemu ułatwieniu organizacji pracy na placu budowy. Kosztem tych działań jest upodobnienie do siebie nowo realizowanych obiektów, ale jak się wydaje, w sytuacji masowego zapotrzebowania na usługi hotelowe nie można tego całkowicie uniknąć.

Cechą charakterystyczną obiektu hotelowego jest to, że podstawową jednostką eksploatacyjną jest „jednostka mieszkalna”. Jej szczegółowe rozwiązanie pod względem funkcjonalnym i technicznym oraz współczesna technika produkcji budowlanej stwarzają możliwości seryjnej produkcji i powtarzalności. Ma to istotne znaczenie dla dowolnego kształtowania układu kubaturowego obiektu, przyspieszenia procesu realizacji inwestycji hotelowych, a także obniżenia ich kapitałochłonności.

Zarówno w procesie budowy obiektów, jak ich wyposażenia istnieją teoretycznie nieograniczone możliwości stosowania postępu technicznego. Jednakże efekty tego postępu nie są jednakowe w obu wypadkach. O ile postęp w realizacji obiektów kubaturowych przynosi na ogół znaczne efekty ekonomiczne, wyraża-

jące się zmniejszeniem nakładów siły roboczej na budowie, oszczędnością czasu, a tym samym obniżeniem zamrożenia nakładów, o tyle efekty jego zastosowania w wyposażaniu obiektu mającego służyć do obsługi gości mają przede wszystkim charakter jakościowy. Nie powodują obniżenia kosztów eksploatacji i rozmiarów zatrudnienia ani wzrostu wydajności pracy w takim zakresie, jak w innych sferach działalności gospodarczej, lecz przyczyniają się do wzrostu jakości usług.

Wielokrotnie podkreślana już kapitałochłonność inwestycji hotelowych i długi okres eksploatacji powstających w ich wyniku obiektów zwiększają znaczenie wyników analizy ekonomicznej na etapie projektowania. Przedmiotem tej analizy jest wartość sprzedaży, bieżące koszty eksploatacji obiektu inwestycyjnego oraz czas realizacji inwestycji.

Wyniki omawianych badań, analiz i prognoz stanowią, obok innych zagadnień pominiętych w rozważaniach ze względu na ich typowość dla większości inwestycji, podstawę do sporządzenia rachunku efektywności ekonomicznej, na którym powinna się opierać decyzja o wyborze wariantu realizacyjnego inwestycji hotelowej.

Opracowanie projektu technicznego służy do przekazania wykonawcom inwestycji dyspozycji ustalających zakres i metody wykonania czynności, do której się zobowiązali zgodnie z zatwierdzonym harmonogramem¹. Projekt powinien zawierać szczegółowe dane niezbędne do właściwego i terminowego wykonania robót oraz informacje, na których podstawie opracowuje się kosztorys. Podstawą opracowania projektu technicznego są przede wszystkim założenia techniczno-ekonomiczne inwestycji.

Wśród cech inwestycji hotelowych ujawniających się w czasie realizacji należy przede wszystkim wymienić krótki okres trwania tej fazy cyklu. Według założeń techniczno-ekonomicznych nie powinna ona trwać dłużej niż trzy lata².

Cechą inwestycji hotelowych związaną także głównie z fazą realizacji jest ich obiektywnie uzasadniona kapitałochłonność, powodowana przede wszystkim strukturą nakładów, zgodnie z którą udział wartości robót budowlano-montażowych waha się wokół 60%³. Dążenie do obniżenia kapitałochłonności może mieć wiele niekorzystnych konsekwencji, a w ostateczności powodować spadek,

¹ Projekt techniczny inwestycji zawiera głównie:

- 1) graficzny plan zagospodarowania terenu uwzględniający rozmieszczenie obiektów już istniejących i projektowanych,
- 2) schematy konstrukcyjne wszystkich urządzeń i obiektów,
- 3) kosztorysy wszystkich robót i obiektów,
- 4) zestawienie niezbędnych maszyn i urządzeń,
- 5) szczegółowy plan realizacji inwestycji ze wskazaniem terminów i okresów uczestniczenia w nim poszczególnych wykonawców.

E. Ostrowski, op. cit. s. 31.

² M. Czosnecki, W. Kwiatkowski: *Efektywność ekonomiczna podstawowych inwestycji w turystyce zagranicznej*. Ruch Turystyczny 1971 nr 1-2, s. 39.

³ Wielkość tę ustalono na podstawie rozliczeń porealizacyjnych inwestycji hotelowych w PP „Orbis”.

nie zaś wzrost efektywności inwestycji. Działania zmierzające do obniżenia kapitałochłonności powinny być przedmiotem optymalizacji.

Bezpośredni sposób zaspokajania potrzeb w zakresie usług hotelowych jest istotny również w okresie eksploatacji powstałych obiektów. Najważniejszą konsekwencją jest konieczność utrzymywania obiektów hotelowych w stanie pełnej gotowości eksploatacyjnej, bez względu na stopień ich wykorzystania. Nadwyżka podaży usług hotelowych nad popytem nie objawia się wzrostem zapasów, lecz niewykorzystaniem zdolności usługowej obiektów. Niepełne wykorzystanie zdolności usługowej nie zawsze się wiąże z nieprawidłowościami w gospodarowaniu bazą hotelową. Względnie stała pojemność obiektów oraz zmienność w czasie i przestrzeni zapotrzebowania na ich usługi powodują konieczność utrzymywania rezerw zdolności usługowej hotelarstwa. Rezerwy te powinny być jednak optymalizowane i przewidywane na etapie projektowania inwestycji.

Obiekty hotelowe charakteryzuje długi okres żywotności, sięgający pięćdziesięciu i więcej lat¹.

Proces eksploatacji każdego obiektu inwestycyjnego, także hotelowego, rozpoczyna się od okresu dochodzenia do założonego poziomu wykorzystania zdolności usługowej. W założeniach techniczno-ekonomicznych inwestycji hotelowych przyjmuje się okres półroczny², co jest obiektywnie uzasadnione koniecznością przesunięcia się popytu na usługi hotelowe do miejsca lokalizacji nowego obiektu. Jednakże skracanie tego okresu jest konieczne dla poprawy poziomu efektywności inwestycji, a przy tym możliwe dzięki wcześniej podjętej działalności propagandowo-reklamowej, przygotowaniu odpowiednio skutecznej polityki handlowej oraz zapewnieniu kompleksowego programu usługowego.

Omówione wyżej cechy inwestycji hotelowych i procesu eksploatacji powstałych obiektów mają łatwiej lub trudniej uchwytne wpływy na poziom ich ekonomicznej efektywności.

II. RACHUNEK EKONOMICZNY EFEKTYWNOŚCI INWESTYCJI HOTELOWYCH, JEGO CECHY ORAZ WARUNKI UŻYTECZNOŚCI I SKUTECZNOŚCI

Rachunek ekonomiczny efektywności inwestycji jest narzędziem optymalnego wyboru decyzji inwestycyjnych w danych warunkach. Kryterium tego rachunku jest relacja między nakładami niezbędnymi do przygotowania, realizacji

¹ W ramach przedsiębiorstwa „Orbis” funkcjonują jeszcze cztery obiekty zbudowane przed 1900 r.

² Taki okres przyjmuje się w ocenie ekonomicznej efektywności hotelowych zamierzeń inwestycyjnych PP „Orbis”.

i eksploatacji nowego majątku trwałego a efektami ich poniesienia¹. Cechami rachunku ekonomicznego są:

- wymierność składników,
- perspektywność,
- wariantowość,
- optymalność.

W rachunku efektywności inwestycji podstawową sprawą jest prawidłowa wycena nakładów i efektów przedsięwzięcia. W tym zakresie występują liczne trudności. Wynikają one głównie z niewymierności niektórych elementów rachunku oraz jego wieloletniego charakteru. Rachunek efektywności inwestycji hotelowych, podobnie jak każdy inny rachunek, ujmuje tylko wymierne elementy nakładów i efektów. Poza rachunkiem pozostają więc efekty o charakterze socjalnym, bytowym, zdrowotnym, oświatowym, politycznym itp., których osiągnięcie jest istotnym elementem funkcji hotelarstwa. Również wśród nakładów występują elementy niewymierne o charakterze społecznym, jak chociażby wynikające z nasilenia się zjawisk patologii społecznej, niebezpieczeństwa przenoszenia chorób, niszczenia środowiska itp. Ponadto w tym rachunku występują trudności z identyfikacją i wyceną niektórych efektów i nakładów wymiernych. Poza rachunkiem pozostają także trudno wymierne efekty mnożnikowe inwestycji hotelowych.

Jeśli chodzi o nakłady kapitałowe, to obejmują one całość nakładów bezpośrednich oraz nakłady na inwestycje towarzyszące obciążające inwestora. Ten element rachunku, jego podstawy wymierne ze względu na wielokrotnie krótszy okres realizacji niż eksploatacji inwestycji hotelowych, łatwiej jest przewidzieć i określić. Możliwe są jednak błędy w oszacowaniu wynikające z niewłaściwych wycen składników, czego konsekwencją może być niezgodność ocen efektywności inwestycji w skali makro i mikroekonomicznej.

Jak już podkreślono, rachunek efektywności inwestycji, ze względu na konieczność uwzględnienia całokształtu nakładów i efektów, powinien być rachunkiem wieloletnim. Stwierdzenie to ma dalsze konsekwencje. Powoduje bowiem, że elementem tego rachunku musi być czynnik czasu występujący w postaci:

- liczby lat okresu przygotowania i realizacji inwestycji,
- liczby lat okresu eksploatacji nowego majątku trwałego.

Wprowadzając element czasu do rachunku efektywności inwestycji należy rozwiązać szereg związanych z nim problemów. Dotyczą one określenia długości wyodrębnianych okresów, uwzględnienia strat z tytułu zamrożenia nakładów kapitałowych oraz rozłożenia i zmienności w czasie wielkości poszczególnych

¹ Poglądy ekonomistów na sprawę pojęcia ekonomicznej efektywności inwestycji są zbliżone. Zob. *Efektywność inwestycji*. Pod red. M. Rakowskiego. Warszawa 1963, s. 17; J. Wojewnik: *Ekonomika i programowanie rozwoju przemysłu*. Warszawa 1977, s. 189; J. Czarnek: *Rachunek...*, op.cit., s. 13; A. Molich: *Efektywność gospodarowania...*, op. cit., s. 17.

materialnych elementów rachunku. Kwantyfikując elementy rachunku dla poszczególnych lat objętych oceną, napotyka się istotną barierę informacyjną.

Inna cecha rachunku ekonomicznego: perspektywność, oznacza, że powinien on być stosowany na wcześniejszych etapach przygotowywania decyzji. W interesie podmiotów gospodarczych tej branży powinno być przygotowanie dostępnej bazy informacyjnej, powołanie wysoko kwalifikowanej kadry do prowadzenia badań, współpraca w tym zakresie z wyspecjalizowanymi instytucjami itp.

Wariantowość i optymalność jako cechy rachunku efektywności inwestycji zostaną rozpatrzone łącznie.

Rachunek efektywności inwestycji polega na porównaniu sposobów i metod ich realizacji w określonych warunkach zaopatrzeniowych, transportowych, kadrowych, finansowych, rynkowych i innych. Jest więc rachunkiem porównawczym, znajduje bowiem zastosowanie tylko wówczas, gdy istnieje możliwość wyboru decyzji inwestycyjnej spośród realnych wariantów. Stosowany w praktyce inwestycyjnej rachunek efektywności jest narzędziem, które zbliża do wyboru wariantu optymalnego. Nie wyznacza go natomiast jednoznacznie w sensie matematycznym, ponieważ rozpatrywane warianty nie wyczerpują wszystkich możliwych w danych warunkach. Powyższe wywody prowadzą do wniosku, że porównawczy rachunek efektywności inwestycji może w pewnej mierze mieć cechę optymalności. Znaczy to również, iż nie każdy porównawczy rachunek efektywności ma tę cechę.

Obok porównawczego, czyli względnego rachunku efektywności proponuje się drugi rodzaj, tak zwany rachunek bezwzględny bądź absolutny. Jest on wykorzystywany do odpowiedzi na pytania: czy realizować inwestycje, czy celowe z punktu widzenia ekonomicznego jest podejmowanie danej inwestycji. Rachunek taki służy jedynie do oceny efektywności ekonomicznej inwestycji. Nie jest to jednak rachunek ekonomiczny, nie ma bowiem takich jego cech, jak wariantowość i optymalność. Należy więc odróżnić ocenę efektywności ekonomicznej inwestycji od rachunku ekonomicznego inwestycji.

Użyteczność i skuteczność rachunku ekonomicznego w przedsiębiorstwie zależą od wielu warunków. Spróbujemy rozważyć problem warunków stosowania rachunku ekonomicznego w przedsiębiorstwie skupiając uwagę na wybranych najważniejszych zagadnieniach.

Najogólniej, warunki stosowania rachunku efektywności inwestycji z punktu widzenia przedsiębiorstwa można podzielić na wewnętrzne (np. wysoka jakość posiadanego banku informacji, odpowiednie kwalifikacje decydentów) i zewnętrzne. Tutaj skoncentrujemy uwagę wyłącznie na uwarunkowaniach zewnętrznych, ponieważ ich stworzenie może także zmusić przedsiębiorstwa do zadbania o warunki wewnętrzne.

Wydaje się, że zewnętrzne warunki użyteczności rachunku ekonomicznego w procesie decyzyjnym przedsiębiorstw można zakwalifikować do czterech grup.

Są to ¹:

- 1) warunki systemowe — proefektywnościowy system zarządzania przedsiębiorstwami,
- 2) warunki rynkowe — rynek nabywcy,
- 3) warunki metodyczne — poprawność zasad i formuł rachunku,
- 4) warunki systemowo-metodyczne — spójność formuły (formuł) z systemem zarządzania przedsiębiorstwami.

III. WERYFIKACJA WYBRANYCH POZAMETODYCZNYCH WARUNKÓW UŻYTECZNOŚCI RACHUNKU EKONOMICZNEGO INWESTYCJI HOTELOWYCH W PP „ORBIS”

W toku badań stwierdzono, że użyteczność rachunku ekonomicznego inwestycji w analizowanej jednostce gospodarczej i badanym okresie była głównie zależna od jej miejsca w układzie podmiotowym hotelarstwa w Polsce, zakresu informacji, jakimi dysponowała, warunków rynkowych oraz cech narzędziowego systemu zarządzania, a także wzajemnego dostosowania tych elementarnych warunków.

PP „Orbis” było przedsiębiorstwem wielozakładowym utworzonym w 1982 r. w wyniku dobrowolnego zrzeszenia się odrębnych dotychczas przedsiębiorstw turystycznych i hotelowych, przekształconych po połączeniu w zakłady. Decyzje w sprawie inwestycji rozwojowych, ze względu na ich wysoką kapitałochłonność, podejmował Zarząd, kumulujący na ten cel część środków zakładów. Przedsiębiorstwo było więc wyposażone w kompetencje do podejmowania decyzji inwestycyjnych, przy jednoczesnym obciążeniu go odpowiedzialnością finansową za działalność w tym zakresie. Jest to przejaw wzrostu podmiotowości systemu zarządzania, będący jednocześnie cechą jego proefektywności. Nie oznacza to jednak rzeczywistego wzrostu swobody przedsiębiorstwa w tym zakresie, a tym bardziej wzrostu możliwości podejmowania racjonalnych decyzji.

Przekazanie przez centrum decyzji inwestycyjnych w ręce przedsiębiorstw należy ocenić jako bardzo słuszne. Jednak skuteczność tej zmiany zależy w dużym stopniu od przekształceń niewłaściwej w okresie badawczym struktury funkcji centrum, której negatywne skutki pogłębiała sytuacja rynku sprzedawcy. Obok funkcji o charakterze strategicznym i taktycznym turystycznego centrum gospodarczego istnieje pilna potrzeba rozszerzenia jego funkcji informacyjnych i doradczych. Tworzenie przez centrum bazy informacyjnej dla decyzji inwestycyjnych przedsiębiorstw, czy to w sposób bezpośredni (poprzez organizowanie własnych banków informacji), czy pośredni (poprzez oddziaływanie na po-

¹ Szczegółowe omówienie warunków użyteczności rachunku ekonomicznego inwestycji, zawarte w prezentowanej pracy, pominięto w tym artykule ze względu na jego ograniczoną objętość.

wstawanie specjalistycznych jednostek informacji gospodarczej), prócz tego że zwiększa zakres informacji dostępnych dla przedsiębiorstw ułatwiając podejmowanie decyzji inwestycyjnych, ma też istotne znaczenie dla zobiektywizowania tych informacji. Warto podkreślić, że realizacja postulatów w tym zakresie jest pożądana także ze względu na tkwiące tym źródło oszczędności nakładów w skali makroekonomicznej. Obecny układ, określony systemem organizacji gospodarki turystycznej, zakresem kompetencji jego ogniw oraz ich powiązaniem o charakterze informacyjnym, sprawia, że każdy podmiot gospodarczy sfery realnej gromadzi na własny użytek informacje, niejednokrotnie na ten sam temat, w sposób daleki od doskonałości. Ocena efektywności inwestycji oparta na takich podstawach informacyjnych i dokonywana we własnym zakresie przez inwestorów nie gwarantuje dostatecznej skuteczności rachunku ekonomicznego.

Stan nierównowagi rynku jest czynnikiem ograniczającym swobodę wyboru racjonalnych wariantów inwestycji oraz szczegółowych rozwiązań w procesie ich przygotowania i realizacji; równocześnie jest bodźcem niekorzystnie modyfikującym postępowanie przedsiębiorstw kształtowane instrumentami systemu zarządzania. Przewaga popytu nad podażą, zarówno na rynku dóbr inwestycyjnych, zaopatrzeniowych jak i usług hotelowych, powoduje ponadto, że sporządzanie ocen ekonomicznej efektywności jest nieskuteczne, gdyż uzyskane przy ich przeprowadzaniu wyniki nie dają jej rzeczywistego obrazu.

Użyteczność rachunku ekonomicznego jest w tym wypadku zależna również od pozycji podmiotu gospodarczego na rynku. Pozycja monopolisty, tak samo jak rynek sprzedawcy, wiąże się z małym zainteresowaniem podmiotu zajmującego takie miejsce na rynku efektywnością i rachunkiem ekonomicznym. Krajowy rynek inwestycyjny, którego uczestnikiem w okresie badawczym było PP „Orbis”, odznaczał się stanem permanentnego ssania i towarzyszącym mu inflacyjnym wzrostem cen. Miało to wpływ na jakość wycen elementów nakładów w rachunku ekonomicznym inwestycji i w związku z tym na małe zainteresowanie przedsiębiorstwa prowadzeniem takiego rachunku.

Inaczej należy ocenić wpływ sytuacji rynkowej na użyteczność rachunku ekonomicznego efektywności inwestycji hotelowych realizowanych przez wykonawców zagranicznych. Co prawda i tu zdarzały się przypadki wydłużenia planowanych terminów realizacji, lecz z pewnością nie wynikały one z określonej sytuacji na rynku. Stan jego ciśnienia stawiał PP „Orbis” jako inwestora w korzystnej sytuacji przetargowej, a konieczność spłacania kredytów w dewizach przy ich ograniczonych wpływach decydowała o zainteresowaniu rachunkiem efektywności inwestycji.

Ograniczenia proefektywnościowych działań PP „Orbis” brały się także z sytuacji na rynku zaopatrzeniowym. Dotyczyło to zarówno artykułów przemysłowych, jak i spożywczych. I w jednym, i w drugim przypadku sytuacja na rynku ograniczała możliwości swobodnego wyboru i wzrostu efektywności gospodarowania. Stosowanie reglamentacji niektórych towarów oraz cen urzędowych pogłębiało niemożność wyboru racjonalnych kierunków działania.

Najistotniejsza, jak się wydaje, dla zainteresowania „Orbisu” proefektywność

ciowym działaniem i rachunkiem ekonomicznym, także przy podejmowaniu decyzji inwestycyjnych, była sytuacja na rynku usług hotelarskich oraz jego pozycja na tym rynku. Rynek krajowy w okresie badawczym cechował stan ssania wynikający z ograniczonych rozmiarów bazy hotelowej wysokiej jakości w Polsce. Jak wykazują dane statystyczne, zmniejszenie wykorzystania miejsc przez gości zagranicznych w hotelach „Orbisu” rekompensowane było wzrostem frekwencji gości krajowych. Działo się tak mimo wielokrotnego wzrostu cen usług w latach osiemdziesiątych. Rodzić to mogło niekorzystne konsekwencje w poziomie gospodarności przedsiębiorstw, jeżeli narzędzia systemu zarządzania im nie przeciwdziałały. Istotne ograniczenia w stosowaniu rachunku efektywności inwestycji hotelowych tkwiły także w monopolistycznej pozycji „Orbisu” na rynku usług hotelarskich najwyższej kategorii. Przedsiębiorstwo to dysponowało największą w Polsce bazą hotelową, o najwyższym standardzie, miało największe możliwości rozwijania tej bazy, najszersze uprawnienia w prowadzeniu działalności handlowej, usługowej i inwestycyjnej we współpracy z firmami zagranicznymi. Było to wynikiem uzasadnionego z wielu względów zrzeszenia się w 1982 r. samodzielnych przedsiębiorstw „Orbis” działających na terenie całego kraju w jedno przedsiębiorstwo ogólnokrajowe.

Sytuacja nie uległa zmianie mimo obowiązywania od 7 lutego 1987 r. ustawy antymonopolowej. Małe przedsiębiorstwa praktycznie nie miały szans konkurowania z „Orbisem”, i to nie tylko ze względu na swój ograniczony potencjał gospodarczy. Przykładów z zakresu systemu zarządzania świadczących, że te szanse były ograniczone, jest wiele¹. Należy przy tym podkreślić, że działania na rzecz zmiany pozycji tego przedsiębiorstwa na rynku nie powinny polegać na pomniejszaniu nadanej mu dotychczas swobody działania, gdyż odmienne rozwiązania systemu zarządzania są tam merytorycznie uzasadnione specyfiką gospodarki turystycznej. Wzmacniały one pozycję „Orbisu” na rynku tylko dlatego, że nie dotyczyły pozostałych przedsiębiorstw turystycznych.

Najważniejszymi cechami proefektywnościowego systemu zarządzania są przede wszystkim:

- podmiotowość społeczna przedsiębiorstwa,
- względna trwałość rozwiązań,
- zintegrowane wykorzystanie instrumentów,
- dostosowanie rozwiązań narzędziowych do obiektywnych warunków działalności przedsiębiorstwa i specyfiki jej przedmiotu,
- odpowiedzialność za podejmowane decyzje.

W przypadku niektórych narzędzi przedmiotem weryfikacji była także ich integralność z rachunkiem ekonomicznym efektywności inwestycji. Spójność systemu zarządzania z tym rachunkiem uznano bowiem za jeden z najważniejszych warunków jego użyteczności.

¹ Wymienić tu można zasady naliczania obrotu z tytułu obsługi cudzoziemców, zasady oprocentowania kredytów inwestycyjnych, tworzenie rachunków odpisów dewizowych itp.

Punktem wyjścia rozważań jest uznanie, że rozwój hotelarstwa o wysokim standardzie w Polsce jest celowy i pożądaný głównie ze względu na jego znaczenie eksportowe. Tak więc system zarządzania wymuszający działanie na rzecz wzrostu efektywności gospodarowania tej branży powinien także dawać realne szanse tego rozwoju.

Rola systemu zarządzania w kształtowaniu proefektywnościowych kierunków działań w PP „Orbis” była bardziej złożona niż w wielu innych przedsiębiorstwach turystycznych. Wynikało to z dwuszczeblowego systemu organizacji, przez co „Orbis” nabrał pewnych cech koncernu, którego zarząd mógł we własnym zakresie uruchamiać pewne bodźce adresowane do podległych mu zakładów, modyfikujące ich postępowanie kształtowane zewnętrznym w stosunku do całej tej jednostki gospodarczej systemem zarządzania.

Weryfikacji poddano takie instrumenty systemu zarządzania, jak ¹:

- zysk jako kryterium wyboru,
- ceny,
- amortyzacja,
- podatki,
- narzędzia układu zasilania.

Zgodnie z obowiązującym systemem zarządzania przedsiębiorstwem, wprowadzonym w życie w dobie reformy gospodarczej lat osiemdziesiątych, jedyne formalne kryterium wyboru rachunku ekonomicznego w działalności bieżącej stanowił w badanym okresie zysk. Jest to miernik syntetyczny, charakteryzujący się szerokim polem recepcji. Przyjęcie go za podstawę oceny działalności przedsiębiorstw zapewnia im swobodę podejmowania decyzji, jest więc przejawem respektowania ich podmiotowości społecznej w systemie zarządzania. Niezmiennosc tego kryterium w długim okresie sprzyja podejmowaniu długofalowych działań maksymalizujących zysk, jeśli inne czynniki im nie przeciwdziałają.

Przeprowadzone badania pozwoliły sformułować twierdzenie, że rola zysku w oddziaływaniu na wzrost efektywności gospodarowania zakładów hotelowych „Orbis” była niewielka. Było to niewątpliwie spowodowane brakiem powiązania między zyskiem jako kryterium wyboru a instrumentami systemu zarządzania decydującymi o łatwości jego osiągnięcia i motywującymi działania w kierunku jego maksymalizacji ².

Biorąc pod uwagę niezbędną spójność rachunku ekonomicznego efektywności bieżącej i inwestycyjnej działalności przedsiębiorstwa, kryterium zysku należy uznać za niesprzeczne, chociaż nie tożsame z kryterium nadwyżki stosowanym w metodyce oceny ekonomicznej efektywności inwestycji hotelowych.

Podstawowym instrumentem systemu zarządzania decydującym o zainteresowaniu metodami rachunku ekonomicznego, które optymalizują zużycie czyn-

¹ W opracowaniu zamykającym III etap badań zawarto szczegółowe informacje na ten temat i odpowiednie dane empiryczne. Tutaj przedstawiamy tylko uogólnienia wynikające z przeprowadzonych badań.

² Do tego problemu wracano wielokrotnie w toku badań, co znajdzie odzwierciedlenie w dalszej części artykułu.

ników produkcji, metody wytwarzania, strukturę produkcji i inwestycji, a także decydującym o racjonalności zysku jako kryterium wyboru, są ceny.

W PP „Orbis” obowiązywały dwa rodzaje cen usług hotelowych, a mianowicie ceny regulowane dla cudzoziemców podróżujących indywidualnie, ustanawiane przez Ministerstwo Rynku Wewnętrznego na wniosek dyrektora PP „Orbis”, oraz ceny umowne na pozostałe usługi. W sprawie wysokości cen umownych decyzje podejmowali dyrektorzy zakładów hotelowych. Dla oceny proefektywności tego instrumentu znaczenie ma nie tylko to, kto podejmuje decyzje w sprawie poziomu obu tych rodzajów cen: istotna jest także zasada ich ustalania. Popytowo-podażowa zasada określania cen była stosowana przy usługach dla zagranicznych gości indywidualnych. Ich podstawę stanowiły przeciętne ceny usług w obiektach o analogicznym lub zbliżonym standardzie w innych krajach. Ceny te były pozornie cenami zewnętrznymi; o ich wysokości miała decydować sytuacja na zrównoważonym międzynarodowym rynku usług hotelowych. Miało to gwarantować realizację ich parametrycznego charakteru. Zarówno przedsiębiorstwo „Orbis”, jak jego zakłady hotelowe były zainteresowane maksymalizacją tych cen. Teoretycznie wzrost tych cen był możliwy do granic efektywnego popytu na usługi hotelowe na rynku międzynarodowym. Jeżeli celem przedsiębiorstwa i zakładów było zwiększenie zainteresowania gości zagranicznych usługami turystycznymi w Polsce, ceny te powinny być konkurencyjne w stosunku do cen w krajach o podobnej atrakcyjności turystycznej. Powinny się odznaczać właściwą elastycznością na poszczególnych rynkach narodowych. W praktyce ceny dewizowe w badanym okresie wykazywały jedynie tendencję wzrostową, bez względu na warunki, w jakich obowiązywały. Ich poziom nie reagował także na zmiany frekwencji gości zagranicznych.

Ceny usług noclegowych dla gości krajowych oraz pozostałych usług hotelowych były określane samodzielnie przez dyrektorów poszczególnych zakładów na zasadzie kosztowej. W warunkach nierównowagi rynku powodowało to ich niepohamowany wzrost (w ostatnich latach po kilkadziesiąt procent rocznie), wynikający częściowo z inflacyjnego wzrostu kosztów i braku bodźców do ich obniżania, lecz przede wszystkim z cenotwórczego działania wzrastających obciążeń podatkowych. Stosowanie kosztowej zasady ustalania cen w warunkach rynku sprzedawcy decydowało o łatwości osiągnięcia zysku w przedsiębiorstwie, a z tego tytułu dochodów przez budżet państwa.

Nieco inaczej wyglądała sytuacja w działalności gastronomicznej zakładów hotelowych. Stosowana tutaj także głównie kosztowa zasada ustalania cen nie była wykorzystywana jako sposób podwyższania rentowności. Wynikało to z bliższej równowadze sytuacji na rynku usług gastronomicznych niż hotelowych i konkurencji w gastronomii.

Amortyzacja jest instrumentem systemu zarządzania o wielu funkcjach. Z punktu widzenia rachunku efektywności inwestycji o poprawności rozwiązań systemu amortyzacji decyduje to, czy pozwalają na odzwierciedlenie obiektywnego procesu zużycia środków trwałych w czasie. Sprawą nieodzowną jest jednak również zapewnienie, by system ten gwarantował pokrycie wartością

odpisów amortyzacyjnych zmiennych kosztów reprodukcji majątku trwałego. Tak więc funkcje umorzeniowe i odtworzeniowe amortyzacji mogą sugerować różne jej stawki. Decyzja o ich ostatecznym poziomie oraz poziomie podstawy amortyzacji musi uwzględniać realne warunki odtwarzania majątku trwałego. Ponadto, jeśli amortyzacja ma odgrywać rolę aktywnego instrumentu zarządzania, w jej systemie musi być uwzględniona intensywność wykorzystywania majątku trwałego i potrzeby inwestycyjne w zakresie niektórych jego elementów.

W ostatnich latach kilkakrotnie wprowadzano zmiany do systemu amortyzacji środków trwałych. Były to zarówno zmiany stawek i ilości jednolitych grup środków trwałych, jak aktualizowanie ich wartości będących podstawą amortyzowania. Zmiany zasadnicze, o charakterze systemowym, polegały przede wszystkim na zwiększeniu elastyczności stawek amortyzacyjnych w zależności od warunków eksploatacji środków trwałych, nadaniu podmiotom gospodarczym szerszych możliwości podejmowania decyzji w sprawie wysokości stawek, nienaliczaniu amortyzacji po okresie umorzenia środka trwałego oraz różnicowaniu wysokości odpisów w poszczególnych latach okresu umarzenia. Nadal jednak potrzeby inwestycyjne wynikające z preferowanych kierunków rozwoju gospodarki oraz intensywności wykorzystywania majątku w całym okresie eksploatacji nie zostały uznane za podstawę różnicowania stawek amortyzacji.

Zasadniczą zmianą w systemie amortyzacji dotyczącą PP „Orbis” było podwyższenie o 1% stawek od budynków w zakładach hotelowych. Był to niewątpliwie przejaw uznania ich potrzeb inwestycyjnych, wynikających ze specyfiki działalności gospodarczej, w której co prawda budynki w sensie fizycznym nie zużywają się szybciej niż w innych dziedzinach gospodarowania, ale zmienność popytu, wymagająca także zmian rozwiązań funkcjonalnych obiektów hotelowych, powoduje skrócenie okresu ich żywotności ekonomicznej.

Obowiązujące przepisy w zakresie stawek odpisów amortyzacyjnych są przyczyną ich małej elastyczności. Stawki te nie stymulują racjonalności gospodarowania majątkiem trwałym w przedsiębiorstwach hotelowych, nie mają też wpływu na podejmowanie działań modernizacyjnych w celu poprawy jakości i sprawności obsługi, zwiększenia frekwencji, a przez to poprawy efektów ekonomicznych.

Przyczyną braku spójności rachunku ekonomicznego w działalności bieżącej i inwestycyjnej był aktualny do 1986 r. obowiązek odprowadzania 50% amortyzacji przedsiębiorstwa do budżetu państwa. Amortyzacja odgrywała wówczas w pełni swoją rolę kosztową i umorzeniową, a w ograniczonym stopniu odtworzeniową, wobec czego proces eksploatacji majątku trwałego był ode-
rwany od jego odtwarzania.

Podsumowując badania w omawianym zakresie stwierdzono, że system amortyzacji nie wzmacniał zainteresowania przedsiębiorstwa i zakładów hotelowych wzrostem efektywności gospodarowania.

Dominującą funkcją systemu podatkowego jest funkcja fiskalna; przejawia się to rolą podatków w redystrybucji dochodu narodowego zgodnie z potrzebami

społecznymi. Dążenie do długofalowego wzrostu zaspokojenia tych potrzeb powoduje, że podatki są wykorzystywane do stymulacji pożądaných kierunków rozwoju. W obecnej sytuacji gospodarczej Polski powinny one stymulować wszystkie działania zmierzające do wzrostu efektywności gospodarowania.

Zależnie od sposobu uwzględniania w kalkulacji wyniku działalności jednostek gospodarczych trzeba wyróżnić podatki:

- cenotwórcze (podatek od nieruchomości i gruntowy, od wynagrodzeń, obrotowy; można tu zaliczyć także odpisy na ZUS),
- będące elementem podziału zysku (podatek dochodowy, popiwek, na rzecz FOZ, stabilizacyjny).

Praktycznie jednak, kiedy zysk jest różnicą między wielkością sprzedaży a kosztami powiększonymi o podatek obrotowy, kiedy cena jest samodzielnie ustalana przez przedsiębiorstwo w warunkach rynku niezrównoważonego (cena nie jest więc parametrem), wszystkie obciążenia podatkowe mogą być przyczyną jej wzrostu.

Podatek obrotowy był obliczany w określonym procencie (stałym) od obrotu. Miał on wyłącznie charakter fiskalny, był niezależny od sposobów postępowania przedsiębiorstwa i jego wyników, nie stymulował więc żadnych kierunków działań.

Podatek od płac stanowił stały odsetek funduszu płac, niezależnie od liczby zatrudnionych, efektywności wykorzystania tego funduszu, sytuacji w zakresie zasobów siły roboczej w rejonie lokalizacji obiektów. Pełnił on także wyłącznie funkcję fiskalną.

Podobnie należy ocenić odpisy na ZUS. W wyniku ich podwyższania oraz wzrostu samych płac, przy wysokiej pracochłonności usług hotelowych ich udział w kosztach był coraz wyższy.

Podatek od nieruchomości był pobierany w stałej wysokości równej wartości budynków będącej podstawą ich amortyzacji, nawet jeśli były one całkowicie zamortyzowane. Kwota tego podatku miała niewielki udział w kosztach funkcjonowania obiektów. Tym bardziej więc zasady jego naliczania były obojętne także dla postępowania przedsiębiorstwa w zakresie wymiany i odtwarzania elementów majątku. Nie miał on także wpływu na efektywność gospodarowania. Podatek gruntowy opierał się na stałej stawce od metra kwadratowego powierzchni zajmowanych gruntów. Skłaniał on co prawda do oszczędzania powierzchni, w hotelarstwie jednak oszczędność taka nie zawsze jest możliwa, gdyż typ walorów turystycznych, cechy popytu oraz odpowiadający im rodzaj obiektu przesądza o rozmiarach wykorzystywanej powierzchni. Podatek ten także pełnił wyłącznie funkcję fiskalną. Nie wykorzystano możliwości uczynienia go instrumentem racjonalizacji wykorzystania gruntów.

Pewne symptomy parametrycznego oddziaływania na decyzje przedsiębiorstw przejawiały się w rozwiązaniach zasad naliczania podatku dochodowego. W przedsiębiorstwie „Orbis” jego podstawowa stawka wynosiła 65% zysku bilansowego i mogła ulec obniżeniu, jeżeli poziom realizacji pewnych zadań częściowych byłby zgodny z celami „premiowanymi”.

Takimi zadaniami premiowanymi w PP „Orbis” były: wielkość sprzedaży

usług cudzoziemcom, jej przyrost w roku bilansowym w stosunku do roku poprzedniego oraz efektywność tego eksportu.

Obserwując jednak w okresie badawczym wszystkie zmiany w zasadach udzielania ulg w podatku dochodowym jednostkom gospodarki społecznej odnosi się wrażenie, że były one wprowadzane zbyt często, co mogło wpływać ograniczająco na ich skuteczność.

Zasady podziału zysku brutto powodowały, że jego maksymalizacja w zakładach hotelowych była mało realna. Mimo iż wynik finansowy ciągle rósł, w rezultacie szybszego tempa wzrostu podatku dochodowego zysk do podziału malał. Mimo samodzielności zakładów w ustalaniu cen, ich korzyści z tego tytułu, jak również z tytułu wzrostu efektywności gospodarowania, nie pozostawały w zakładach. Podatek dochodowy i ulgi od niego nie stymulowały efektywności. Wzrost kosztów obniżający podstawę opodatkowania mógł w tych warunkach być bardziej preferowany niż ich obniżka. Podatek ten powodował także ograniczenie możliwości rozwoju poprzez zmniejszanie zysku do podziału oraz brak zainteresowania rozwojem i jego efektywnością, jego wysokość była bowiem niezależna od przeznaczenia zysku. Rozwiązania w zakresie podatku dochodowego decydowały więc także o tym, że kryterium wyboru, jakim jest zysk, nie miało charakteru proefektywnościowego.

Podatek od ponadnormatywnych wypłat wynagrodzeń (popiwek) zmniejszał zysk do podziału; jego wielkość wzrastała progresywnie w stosunku do wzrostu wynagrodzeń nieuzasadnionych przyrostem produkcji. Szczegółowe zasady jego określania budziły ciągle dyskusje. Bez wnikania w szczegóły, obserwując wysokość tego podatku odprowadzanego przez „Orbis” można stwierdzić małą skuteczność tego instrumentu, wynikającą głównie stąd, że przedsiębiorstwo weszło w okres realizacji reformy gospodarczej i obowiązywania tego podatku (najpierw PFAZ) z niskim poziomem płac. W tej sytuacji popiwek, ograniczając możliwości wzrostu płac przy przeciętnie wyższym ich poziomie w innych dziedzinach gospodarowania oraz wysokim tempie wzrostu kosztów utrzymania, działał antymotywacyjnie na wzrost efektywności zakładów.

Jeśli chodzi o oddziaływanie na zainteresowanie efektywnością gospodarowania w przedsiębiorstwie „Orbis” i jego zakładach hotelowych, system podatkowy, a tym samym użyteczność rachunku ekonomicznego w podejmowaniu decyzji bieżących i inwestycyjnych należy ocenić jako nieskuteczne. Charakteryzował się on zbytnią złożonością, jak również nadmierną liczebnością tytułów podatkowych, zachowując jednocześnie znaczną sztywność, uniemożliwiającą oddziaływanie motywujące przedsiębiorstwa i ich załogi do postępowania zgodnego z celami bieżącej i perspektywicznej polityki gospodarczej państwa.

Dla zasilania przedsiębiorstwa w środki finansowe istotne jest ukształtowanie wszystkich weryfikowanych wcześniej instrumentów. Z punktu widzenia oceny użyteczności i skuteczności rachunku efektywności inwestycji za niezbędne uznano jednak zwłaszcza zbadanie zasad korzystania z kredytów inwestycyjnych i dotacji oraz tworzenia i podziału funduszu rozwoju.

Jak wykazały badania, w latach 1984-87 największy udział we wpływach na fundusz rozwoju miały zysk i odpisy amortyzacyjne. Prawidłowością znaną dla zmian obserwowanych w tym zakresie był spadek udziału zysku we wpływach funduszu rozwoju. Spadek ten był wynikiem z jednej strony zmniejszenia absolutnych rozmiarów zysku pozostającego w przedsiębiorstwie, z drugiej zaś tendencji rosnącej pozostałych wpływów. Ograniczenie udziału w zyskach oznaczało w dużym stopniu kurczenie się możliwości realizacji inwestycji we własnym zakresie. Można powiedzieć, że było to efektem prowadzonej przez państwo polityki trudnego pieniądza, pozytywnej z punktu widzenia zainteresowania rachunkiem efektywności inwestycji, gdyby uwzględniano w niej uzależnienie wysokości zysku przedsiębiorstwa od efektywności jego gospodarowania. Przy obecnie obowiązujących zasadach tworzenia zysku prawidłowość tę można ocenić jedynie jako przejaw ograniczania samodzielności przedsiębiorstwa w podejmowaniu decyzji inwestycyjnych.

Udział amortyzacji we wpływach funduszu rozwoju „Orbisu” miał względnie stały poziom. Dynamicznie wzrastał natomiast udział w nich innych wpływów, w których, jak wiadomo, kryją się kolejne transze kredytów inwestycyjnych oraz dotacje przeznaczone na spłatę kredytów (których wysokości nie udało się ustalić).
* Występowanie dotacji jako bezpośredniego lub pośredniego źródła finansowania inwestycji bez wątpienia wpływa na zmniejszenie zainteresowania przedsiębiorstwa rachunkiem efektywności. Niemniej ten sposób wspierania rozwoju hotelarstwa jest powszechnie stosowany w wielu krajach. Jednak dotacje nie mają tam charakteru podmiotowego, tak jak w hotelarstwie polskim, lecz przedmiotowy. Ponadto w krajach zachodnich stosowana jest dość często szczególna forma dotowania przedsiębiorstw hotelowych, tj. wykupywanie przez budżet państwa (czy też pewne inne instytucje wspierające rozwój hotelarstwa) udziałów w inwestycjach.

Ogólne wpływy środków na fundusz rozwoju „Orbisu” rosły zdecydowanie wolniej niż wydatki. Efektem tego było obniżenie stopnia pokrycia wydatków wpływami. Ocena tej tendencji nie może być jednoznaczna. Z jednej strony jest ona pozytywna, gdyż oznacza wzrost wykorzystania środków funduszu rozwoju, z drugiej zaś jest dowodem występowania trudności w samofinansowaniu rozwoju przedsiębiorstwa. Występowanie tych trudności potwierdza tendencja wzrostu nakładów inwestycyjnych finansowanych z funduszu rozwoju i ich udział w ogólnej wartości nakładów.

Pozostałe nakłady inwestycyjne PP „Orbis” były finansowane z CFTiW, który był źródłem kredytu tańszym niż inne. Wzrost wykorzystania tego źródła finansowania należy ocenić negatywnie z punktu widzenia wpływu na efektywność postępowania przedsiębiorstwa. Podstawą tej opinii nie jest jednak niska cena tego kredytu, uzasadniona specyfiką tego funduszu, jego funkcji, a przede wszystkim tym, że jego środki powiększano między innymi przez działalność gospodarczą kredytobiorców. Wzrost nakładów finansowanych z kredytów CFTiW wywołuje ocenę negatywną dlatego, że o ich udzielaniu decydowały względy uznaniowe.

W okresie przeprowadzania weryfikacji jako źródło finansowania inwestycji w PP „Orbis” przestał występować kredyt bankowy złotowy i dewizowy. Nie świadczy to jednak o zmniejszonych potrzebach inwestycyjnych przedsiębiorstwa, lecz o ograniczonych możliwościach wykorzystania tych źródeł środków. Sytuacja w tym zakresie uniemożliwiała sprawowanie przez bank kontroli nad racjonalnością procesów inwestycyjnych, szczególnie istotnej w warunkach rynku sprzedawcy i przy małej skuteczności innych instrumentów systemu zarządzania.

Oprocentowanie kredytów inwestycyjnych nie stanowiło także bodźca do wzrostu efektywności inwestycji w PP „Orbis”. Decydowały o tym:

- wliczanie odsetków w koszty przy kosztowej zasadzie ustalania cen oraz rynku sprzedawcy,
- uniezależnienie wysokości oprocentowania od efektywności inwestycji,
- obciążanie kosztami odsetków wszystkich zakładów hotelowych przedsiębiorstwa proporcjonalnie do wielkości sprzedaży, niezależnie od tego, czy eksploatują one nowe obiekty, czy też nie.

Narzędziem racjonalizacji gospodarowania zasobami finansowymi mogą być kursy walut, ale jedynie kursy odpowiadające rzeczywistym relacjom między ich wartością i wartością złotówki. Obowiązujące w badanym okresie kursy nie spełniały tego warunku.

IV. WERYFIKACJA POPRAWNOŚCI METODYCZNEJ RACHUNKU EKONOMICZNEJ EFEKTYWNOŚCI INWESTYCJI HOTELOWYCH

1. Zasady ogólne

Przez poprawność metodyczną rachunku ekonomicznego należy rozumieć zgodność jego metodyki z aktualnym stanem wiedzy teoretycznej w tej dyscyplinie. Dotyczy ona składników rachunku oraz możliwości ich porównywania. Dostosowanie metody do specyfiki branży powinno polegać na uwzględnianiu w niej szczególnych cech inwestycji hotelowych, przede wszystkim po to i w taki sposób, aby stworzyć warunki do właściwego wyboru wariantu inwestycyjnego, racjonalnego zarówno z punktu widzenia przedsiębiorstwa, jak i skali ogólnej gospodarki.

Poprawność metodyczna rachunku ekonomicznej efektywności inwestycji wpływa na zainteresowanie przedsiębiorstw jego stosowaniem, decyduje więc także o jego użyteczności.

Metoda oceny ekonomicznej efektywności inwestycji z 1974 r. była dla inwestorów obligatoryjna. Jej podstawowym założeniem było połączenie punktów widzenia makro i mikroekonomicznego. Zaleceniem wytycznych było, aby rachunek efektywności służył zarówno ocenie względnej, jak i bezwzględnej¹.

¹ *Ocena ekonomicznej efektywności inwestycji i innych zamierzeń rozwojowych. Zbiór przepisów.* Warszawa 1974, s. 8.

Odnosząc powyższe stwierdzenia do praktyki PP „Orbis” można powiedzieć, że oceny efektywności realizowanych przez nie inwestycji miały jedynie charakter bezwzględny. Wybór wariantów realizacyjnych odbywał się na podstawie analiz cząstkowych przeprowadzanych przed dokonaniem oceny syntetycznej.

Zgodnie z obowiązującą metodyką pełna ocena efektywności wszystkich zamierzeń rozwojowych powinna, poza rachunkiem, obejmować¹:

- analizę dopuszczalności danego zamierzenia z punktu widzenia warunków ograniczających o charakterze bilansowym,
- porównawczą analizę wskaźników techniczno-ekonomicznych charakteryzujących dane zamierzenie na tle osiągnięć krajów wysoko rozwiniętych oraz własnych najnowocześniejszych rozwiązań,
- inne nie uwzględnione w rachunku elementy, a zwłaszcza społeczne i niewymierne efekty zamierzenia.

Badania w tym zakresie stanowiły z założenia element uzupełniający rachunku. Ich wyniki, zgodnie ze wskazaniem ramowych wytycznych, powinny być ujmowane w opisowej części analizy.

Elementami analiz opisowych przy ocenie efektywności inwestycji hotelowych PP „Orbis” były najczęściej tylko program usługowy i założenia eksploatacyjne obiektu. Jedynie w przypadku nielicznych obiektów, ze względu na wydłużający się okres realizacji bądź wówczas, gdy wynik oparty na syntetycznej formule rachunku okazał się negatywny, w częściach opisowych ocen prezentowano niektóre wskaźniki techniczno-ekonomiczne charakteryzujące dane zamierzenie.

W zasadach sporządzania rachunku wymienia się rodzaje prac, których wykonanie powinno poprzedzić obliczenie wskaźnika efektywności. Te prace powinny być podstawą do określenia poziomu elementów uwzględnianych w systematycznej formule rachunku efektywności oraz ich rozkładu w czasie. Szczególnie istotnym zagadnieniem w rachunku prospektywnym jest ocena zapotrzebowania.

W hotelarstwie, z którego usług korzystają przede wszystkim turyści, zapotrzebowanie to jest głęboko uwarunkowane trudnymi często do przewidzenia czynnikami o dużej zmienności w czasie i przestrzeni. Zagadnienie to jest szczególnie złożone w przypadku inwestycji PP „Orbis”, którego hotele stanowią tylko jeden z elementów bazy hotelarskiej rozwijanej równolegle na terenie całego kraju przez wielu gestorów. Tymczasem w praktyce tego przedsiębiorstwa zapotrzebowanie na usługi ocenia się głównie na podstawie stopnia wykorzystania zdolności usługowej jego już istniejących obiektów. Ocena taka nie uwzględnia obiektywnych prawidłowości kształtowania się zapotrzebowania na usługi hotelowe, w związku z tym może być miarodajna jedynie w pewnych okolicznościach. W tej sytuacji rachunek efektywności inwestycji nie pełni także istotnych funkcji oceny bezwzględnej.

¹ Ibid., s. 6.

W zasadach ogólnych sporządzania rachunku mówi się, że „spełnia on swoje zadanie wówczas, gdy jest przeprowadzony już na etapie formułowania ogólnych założeń koncepcyjnych (...), a w związku z trudnościami ustalenia wielkości poszczególnych elementów tego rachunku w tak wczesnej fazie realizacji inwestycji (...) rachunek musi być powtarzany i uściślany drogą kolejnych przybliżeń w miarę postępu prac, przy czym charakter tych powtórzeń zależy od specyfiki ocenianych zamierzeń rozwojowych”¹.

W PP „Orbis” dla wszystkich inwestycji realizowanych w okresie badawczym sporządzano rachunek ekonomicznej efektywności jedynie na podstawie opracowanych już założeń techniczno-ekonomicznych wariantu realizacyjnego, z określoną już lokalizacją.

2. Formuła oceny

Ocena ekonomicznej efektywności inwestycji hotelowych PP „Orbis” do 1981 r. była dokonywana na podstawie rozwiniętej formuły rachunku podanej w ramowych wytycznych oraz analizy spłaty kredytów, która w następnych latach stała się jedyną podstawą tej oceny.

Formuła ta przyjmuje postać stopy nadwyżki. Problem wyboru jednej z zasad racjonalnego gospodarowania jako kryterium oceny i wyboru wariantów inwestycji jest ciągle przedmiotem dyskusji².

Wybór formuły rachunku właściwej dla inwestycji hotelowych powinien uwzględniać ich specyfikę. Zważywszy z jednej strony immobilny charakter obiektów hotelowych, niemożliwość magazynowania produkowanych w nich usług ani ich przesuwania w przestrzeni, z drugiej zaś mobilny popyt, podstawą projektowania inwestycji hotelowych powinien być bilans potrzeb ujawniających się w konkretnych miejscach. Podobne argumenty przemawiają za tym, aby dążąc do podniesienia efektywności tych inwestycji, przyjąć ich program usługowy jako punkt wyjścia w procesie optymalizacji.

Pozostanie przy formule stopy nadwyżki jako kryterium oceny i wyboru wariantów inwestycji hotelowych miałoby poniekąd uzasadnienie wówczas, gdyby popyt na usługi hotelowe w miejscach ich zamierzonej lokalizacji był tak duży, że jego zaspokojenie wymagałoby realizacji większej liczby inwestycji. Jednakże i w tej sytuacji stopy nadwyżki nie można uznać za odpowiedni miernik i kryterium wyboru inwestycji hotelowych, ponieważ jest ona szczególnie wrażliwa na wielkość zaangażowania kapitału.

Wobec tego wszystkiego i wobec obiektywnie uzasadnionej wysokiej kapitałochłonności inwestycji hotelowych i konsekwencji jej obniżania za wszelką cenę, można postawić hipotezę, że przyjęcie stopy nadwyżki jako kryterium oceny efektywności inwestycji hotelowych powoduje ich niewłaściwy wybór.

¹ Ibid., s. 9.

² J. Czarnek: *Rachunek efektywności inwestycji...*, op. cit., s. 69 i dalsze. W. Frąckowiak: *Czynnik przestrzeni w teorii rachunku ekonomicznego efektywności inwestycji*. Warszawa 1985, s. 121.

3. Poprawność ujęcia podstawowych elementów rachunku

W obowiązującej metodzie oceny występuje szereg niedokładności przy określaniu sposobów kwantyfikowania elementów rachunku, stwarzających możliwości manipulacji. Ponadto sposoby ujmowania tych elementów, zasady ich wyceny oraz służące temu parametry rachunku nie uwzględniają specyfiki hotelarstwa jako branży, ani też w dostatecznym zakresie punktu widzenia przedsiębiorstwa.

Założeniem metody z 1974 r. było wiązanie oceny zamierzeń inwestycyjnych z punktu widzenia makro i mikroskali. Konkretnie rozwiązania, wyrażające się w sposobach ujmowania i wyceny elementów rachunku, a także w zakresie wykorzystywanych parametrów, przesądzają jednak o tym, że oparty na niej rachunek nie odzwierciedla dostatecznie skali mikro. Konsekwencją jest brak zainteresowania przedsiębiorstw stosowaniem rachunku efektywności inwestycji według tej metody. Konieczność rozgraniczenia rachunku efektywności w skali mikro i makro jest szczególnie pilna w okresie wdrażania reformy zmieniającej w decydujący sposób warunki i zasady funkcjonowania jednostek gospodarczych. Rozgraniczenie to nie może polegać na całkowitym uniezależnieniu oceny z punktu widzenia przedsiębiorstwa od skali ogólnogospodarczej, byłoby to bowiem źródłem wielu sprzeczności i marnotrawstwa. Zgodność oceny mikroekonomicznej z interesem ogólnospołecznym powinna być zapewniona dzięki oddziaływaniu centrum na poziom elementów rachunku przez właściwe kształtowanie ekonomicznych instrumentów systemu zarządzania przedsiębiorstwami.

Przejdźmy teraz do analizy poprawności ujmowania podstawowych elementów rachunku i ich przydatności z punktu widzenia przedsiębiorstwa hotelowego.

Wartość produkcji w hotelach jest odzwierciedleniem oceny przewidywanych przychodów ze sprzedaży w normatywnym okresie eksploatacji. Docelowy poziom wykorzystania obiektów hotelowych PP „Orbis”, jak również czas dochodzenia do niego były ustalone na podstawie osiągnięć w tym zakresie istniejących już obiektów o podobnym charakterze i lokalizacji. Przewidywany okres dochodzenia do docelowego poziomu wykorzystania zdolności w obiektach zrealizowanych w latach 1980-87 wynosił od 2 do 4 lat, a w wypadku trzech obiektów zakładano jego osiągnięcie już w pierwszym roku eksploatacji. Warto dodać, że we wszystkich obiektach zakładano od pierwszego roku eksploatacji maksymalną i stałą w czasie frekwencję gości krajowych i z krajów socjalistycznych; zmienność frekwencji w pierwszych latach dotyczyła tylko gości z krajów kapitalistycznych. Realność tych założeń jest mało prawdopodobna.

Koszt bieżący eksploatacji obiektu powstaje z pomniejszenia kosztów własnych produkcji o amortyzację, odsetki od bankowych kredytów inwestycyjnych i obrotowych oraz powiększenia o 20% obciążenia podatkowego funduszu płac. Biorąc pod uwagę poprawność metodyczną rachunku, za słuszne należy uznać uwzględnienie w jego formule kosztów bieżących, nie zaś własnych. Uzasad-

nienie kryje się w dwóch argumentach. Po pierwsze, jak pisze J. Czarnek¹: „Operowanie pełnym kosztem własnym w formułach rachunku efektywności o charakterze stopy zysku zniekształca w określonym zakresie wybór wariantów inwestycyjnych, jeszcze bardziej podkreślając fakt, iż formuły o tym charakterze są nadmiernie wyczułone na wielkość zaangażowanego kapitału”. Po drugie, jeżeli amortyzacja, obok zysku, stanowi źródło środków własnych na inwestycje w przedsiębiorstwie, a przy inwestycjach kredytowanych źródło spłaty kredytów, w formule rachunku wyrażającej możliwość pokrycia nadwyżką wyłożonych nakładów kapitałowych wraz z ich oprocentowaniem w okresie kredytowania powinna być przeciwstawiona poniesionym nakładom.

Wielkością, o którą korygowane są koszty w formule rachunku, są także odsetki od bankowych kredytów inwestycyjnych. Uzasadnieniem pozostawienia ich w kwocie nadwyżki brutto, mimo że stanowią element kosztów, jest to, że są ceną za wykorzystanie kredytu i łącznie z okresowymi ratami jego spłaty, wypłacane są na konto banku kredytującego inwestycje.

Ten sam charakter ma problem ujmowania w formule rachunku 20-procentowego obciążenia podatkiem od przewidywanego funduszu płac. Jednakże z punktu widzenia metodycznej poprawności rachunku zmniejszenie o tę kwotę nadwyżki budzi zastrzeżenie. Jak wcześniej wspomniano, formuła stopy nadwyżki, ze względu na swoją konstrukcję, preferuje kapitałoszczędne warianty inwestycji, a tym samym w wypadku większości inwestycji skłania do wyboru wariantów o większej pracochłonności procesów eksploatacji. Opodatkowanie funduszu płac jako parametr zmniejszający nadwyżkę działa w kierunku przeciwnym. Biorąc pod uwagę punkt widzenia przedsiębiorstwa hotelowego należy podkreślić jeszcze jeden aspekt tego zagadnienia. Produkcja usług hotelowych ma charakter wysoce pracochłonny. Ze względu na rodzaj przeważających w niej procesów technologicznych, mimo postępu technicznego oraz związanego z tym wzrostu kapitałochłonności inwestycji, poziom pracochłonności ulega tylko nieekwiwalentnemu obniżeniu. Udział wynagrodzeń w kosztach jest wysoki, ich obciążenie 20-procentowym podatkiem daje w konsekwencji obniżenie poziomu bezwzględnej efektywności inwestycji hotelowych.

Chcąc uzupełnić ocenę poprawności sposobu ujmowania nadwyżki w formule rachunku trzeba też podkreślić, że nie może ona być w całości przeznaczona na pokrycie nakładów inwestycyjnych wraz z oprocentowaniem. Nie uwzględniono przy jej ustalaniu podatków i innych rozliczeń z budżetem państwa. Nie jest to wielkość odzwierciedlająca rzeczywiste efekty przedsiębiorstwa dzięki realizacji inwestycji.

Zgodnie ze wskazaniem obowiązującej metody rozróżniamy:

- nakłady tworzące środki trwałe,
- nakłady tworzące zapas środków obrotowych,

¹ J. Czarnek: *Wybrane problemy stosowania rachunku efektywności inwestycji*. Inwestycje i Budownictwo 1985 nr 6.

— pozostałe nakłady (na prace naukowo-badawcze, szkolenie kadr, zakup licencji itp.).

Konieczność rozróżnienia tych rodzajów nakładów jest niezbędna przede wszystkim ze względu na różny sposób ich rozliczania w ciężar kosztów w okresie eksploatacji obiektów. Procedura szacowania nakładów nie uwzględnia „cen” wszystkich środków, z których są finansowane.

4. Poprawność stosowanych parametrów rachunku

W rachunku efektywności inwestycji parametrami są: stopa procentowa, normatywny okres eksploatacji, stawki amortyzacji oraz ceny.

Stopa oprocentowania kredytów w rozwiniętej formule oceny ekonomicznej efektywności inwestycji z 1974 r. występuje w podwójnej roli. Jest ona ceną wykorzystania kredytów jako źródła pokrycia nakładów, a jednocześnie podstawą do określenia stopy dyskontowej. Struktura i cena różnych źródeł finansowania nakładów są całkowicie pomijane w obowiązującej metodzie. Przyjmuje ona równocześnie nakłady ponoszonych ze środków własnych, dotacji i kredytów bankowych (jeżeli oprocentowanie tych ostatnich wynosiło 8%).

Z punktu widzenia oceny przedsiębiorstwa zastrzeżenia budzi również rozkład w czasie nakładów z kredytów krajowych, ujmowanych w rachunku w okresach ponoszenia, nie zaś w okresach spłaty.

W obowiązującej metodzie oceny ekonomicznej wysokość stopy oprocentowania kredytu wyznacza poziom stopy dyskontowej. Założenia dotyczące tego problemu wykazują brak konsekwencji jeśli chodzi o jednolitość czy zróżnicowanie stopy dyskontowej. W pierwszym założeniu dopuszcza się zróżnicowanie stopy dyskontowej branżowe i według rodzaju zamierzeń inwestycyjnych (inwestycje nowe i modernizacyjne). W drugim zaś, kiedy mówi się o rachunku „uzupełniającym”, jeżeli miałby on znaczenie decydujące, dochodzi do głosu tendencja do jej ujednolicenia.

Przyjęcie powyższych założeń jest wynikiem postawienia znaku równości między istotą stopy procentowej (dyskontowej) i normy efektywności (lub zysku). Problem tożsamości tych parametrów jest przedmiotem szerokiej i niełatwej dyskusji w literaturze¹. Kontrowersyjność przyjmowanych w praktyce i proponowanych w teorii rozwiązań podkreślają niemal wszyscy autorzy wypowiadający się na tematy związane z tym zagadnieniem².

¹ Interesujące jej fragmenty możemy znaleźć w opracowaniach: C. Sułkowski: *Stopa procentowa a decyzje inwestycyjne*. Prace Naukowe Akademii Ekonomicznej we Wrocławiu 1984, nr 165, M. Breitkoft: *Norma efektywności a stopa dyskontowa*. MPBP MR II 16; *Funkcjonowanie gospodarki socjalistycznej — problemy równowagi, innowacji i efektywności gospodarowania*. IFGN SGPiS, 1983.

² K. Leszczyński: *Okres zwrotu w rachunku ekonomicznym inwestycji*. Inwestycje i Budownictwo 1975 nr 5; W. Nowożyłow: *Czynnik przestrzeni w teorii rachunku ekonomicznego efektywności inwestycji*. Warszawa 1985, s. 150.

Praktyka wymaga rozwiązań, które w ocenie efektywności inwestycji dokonywanej na szczeblu wykonawczym byłyby skuteczne, tj. zapewniałyby wybór optymalnych wariantów i obiektywną ocenę bezwzględną, od której często zależy otrzymanie środków na realizację.

Mają zapewne rację ci, którzy twierdzą, że społeczna norma efektywności nakładów nie może być utożsamiana ze stopą dyskontową, przyjętą w omawianej formule rachunku jako „ r ”.

Spółeczna norma efektywności zależy przede wszystkim od dwóch czynników: „od wielkości nakładów inwestycyjnych, jakie gospodarka może przeznaczyć na rozwój produkcji społecznej, oraz od wielkości podaży siły roboczej netto w gospodarce narodowej”¹. Tak rozumiana norma stanowi „stopę substytucji pracy przez kapitał i w tym charakterze wyznacza granicę, do której warto się posuwać wydatkując nakłady na nowe rozwiązania techniczne obniżające koszty produkcji oraz normatywną stopę zysku, którą powinna co najmniej zapewnić każda złotówka inwestycyjna, aby proces reprodukcji rozszerzonej mógł przebiegać bez zakłóceń”².

Jako taka, wielkość ta ma charakter makroekonomiczny i jako parametr rachunku informuje o ogólnogospodarczych warunkach bilansowych realizacji inwestycji. Jej poziom zależy od wielkości nakładów inwestycyjnych w gospodarce narodowej, od planowego przyrostu zatrudnienia i od tempa rozwoju techniki.

Parametr ten musi być uwzględniony w rachunku ekonomicznym efektywności każdego zamierzenia inwestycyjnego. Tylko w ten sposób może być zapewniona optymalizacja nakładów w skali całej gospodarki.

Okres obliczeniowy rachunku efektywności inwestycji jest kolejnym parametrem. Jego długość jest sumą długości okresu przygotowawczo-realizacyjnego inwestycji, określonej czasem trwania normatywnego cyklu realizacji danego zamierzenia, oraz okresu eksploatacji.

Okres eksploatacji powinien odpowiadać liczbie lat aktualności zasobów majątku trwałego stworzonego w wyniku realizacji inwestycji. Od dokładności w wyznaczaniu tego okresu zależy w dużym stopniu poprawność ujęcia relacji pomiędzy elementami rachunku, wyrażająca się między innymi w ich wzajemnej porównywalności. Według ramowych wytycznych z 1974 r. okres eksploatacji oblicza się „w oparciu o średnią stawkę amortyzacji środków trwałych tworzonych dzięki danej inwestycji oraz umorzenia nakładów niematerialnych i prawnych”³, przy czym w obliczeniach przyjmuje się stawkę aktuarialną. Określanie długości okresu eksploatacji na podstawie stawki amortyzacji jest wynikiem znacznego uproszczenia rozumowania. To stawka amortyzacyjna powinna być wynikiem przyjętego okresu eksploatacji, nie zaś odwrotnie.

Uzasadnieniem przyjęcia stawki aktuarialnej było to, że w przypadku

¹ K. Leszczyński: *Rachunek efektywności ekonomicznej inwestycji a reforma gospodarcza*. Inwestycje i Budownictwo 1983 nr 1.

² J. Czarnek: *Rachunek efektywności inwestycji...*, op.cit., s. 85.

³ Tamże, s. 78.

reprodukcji rozszerzonej faktyczne potrzeby restytucyjne są mniejsze niż wielkość odpisów amortyzacyjnych liczonych na podstawie zasady amortyzacji liniowej¹. Konsekwencją stosowania stawki aktuarialnej w rachunku efektywności inwestycji jest skrócenie okresu obliczeniowego. W dziedzinach gospodarki charakteryzujących się wysokim tempem postępu technicznego jest to uzasadnione. Jednakże w hotelarstwie, gdzie możliwości wprowadzania postępu technicznego na szeroką skalę są ograniczone, prowadzi to jedynie do skrócenia okresu ewidencjonowania efektów w rachunku efektywności, a tym samym do obniżenia wyników rachunku.

Racjonalność decyzji inwestycyjnych w decydującym stopniu zależy od tego, czy i w jakim zakresie ceny odzwierciedlają społecznie niezbędne nakłady pracy. Skutków wadliwego systemu cen nie jest w stanie naprawić nawet najlepsza metoda oceny ekonomicznej efektywności inwestycji².

Według założeń ramowych wytycznych, ceny elementów rachunku powinny możliwie ściśle określać przyszłe faktyczne przychody z produkcji dóbr i usług, a także nakłady związane z tą produkcją. Jako podstawę zaleca się stosowanie cen aktualnych w chwili sporządzenia rachunku, co przeczy poprzedniemu zaleceniu, a tylko „gdy istnieją możliwości wykorzystania planów i prognoz, zmian cen i taryf, rachunek należy sporządzić z uwzględnieniem tych planów i prognoz”. W praktyce przedsiębiorstwa nie były zupełnie zainteresowane prowadzeniem związanych z tym badań, które wymagają rozbudowanego i kosztownego aparatu badawczego. Stąd przewidywanie przyszłych cen elementów rachunku efektywności miało charakter bardzo orientacyjny i jak się wydaje, mogło mieć tylko na celu wykazanie bezwzględnej efektywności danego zamierzenia.

Świadomość wad systemu cen krajowych jest podstawą dopuszczenia możliwości stosowania cen transakcyjnych w wycenie elementów rachunku. Jednak niesprecyzowane zasady ustalania tych cen powodują, że mogą one być przedmiotem manipulacji. Poprawność tych cen zależy w dużym stopniu od przyjętych w rozliczeniach kursów dewizowych.

Zróznicowane kursów dla różnych dziedzin gospodarki, które obowiązywało w okresie badawczym, wpływało w poważnym zakresie na ostateczne wyniki rachunku efektywności. W przypadku hotelarstwa przyjęcie kursu przewidzianego dla turystyki zagranicznej jako podstawy wyceny sprzedaży usług gościom zagranicznym byłoby dla oceny efektywności inwestycji krzywdzące. Dlatego w PP „Orbis” przyjęto metodyczne założenie branżowe w tym zakresie, polegające na powiększeniu wartości nadwyżki rachunku o ujemne różnice wynikające z relacji tych kursów.

Z punktu widzenia przedsiębiorstwa przyjmowanie cen realizacji jako podstawy wyceny produkcji budzi również zastrzeżenia dlatego, że zawierają one podatek obrotowy. Kwoty tego podatku odprowadzane są do budżetu państwa,

¹ Tamże, s. 78.

² Jest to problem niezwykle istotny nie tylko dla rachunku ekonomicznego.

a więc pomniejszając nadwyżkę pozostającą w przedsiębiorstwie na zwrot poniesionych nakładów inwestycyjnych.

Oceniając poprawność metodyczną obowiązujących formuł rachunku efektywności inwestycji należy jeszcze podkreślić ich braki w zakresie uwzględniania takich problemów, jak ryzyko i niepewność oraz inflacja. W „ramowych wytycznych” wskazano wprawdzie na potrzebę uwzględnienia niepewności, jednak sposób, w jaki to uczyniono, świadczy o niedocenianiu tego zagadnienia.

Potrzeba uwzględnienia inflacji w rachunku efektywności inwestycji dawała się szczególnie odczuć w ostatnich latach, kiedy poziom inflacji w Polsce w istotny sposób wpływał na zmiany relacji efektów do nakładów, występujących w różnych okresach, mających więc różną wartość realną.

Reasumując ocenę poprawności metodycznej rachunku efektywności inwestycji należy stwierdzić, że nie spełnia on wymagań rachunku ekonomicznego, nie zapewnia bowiem możliwości obiektywnego wyboru wariantów inwestycyjnych.

V. PROPOZYCJA ZMODYFIKOWANEJ METODY OCENY EFEKTYWNOŚCI INWESTYCJI HOTELOWYCH

1. Założenia podstawowe

Celem nadrzędnym zadania badawczego było opracowanie propozycji metody rachunku ekonomicznego efektywności inwestycji jako narzędzia wyboru optymalnych decyzji gospodarczych w zakresie rozbudowy bazy hotelowej przedsiębiorstwa PP „Orbis” w danych warunkach.

Świadomość znaczenia, jakie ma stosowanie poprawnego i rzetelnego rachunku efektywności inwestycji w skali mikroekonomicznej dla poprawy sytuacji gospodarczej w Polsce, i potrzeby jego odrębnego prowadzenia (niezależnie od ujęcia makro) zadecydowała o przyjęciu punktu widzenia przedsiębiorstwa.

Rachunek efektywności inwestycji przedsiębiorstw, a tym bardziej konkretna metodyka, nie może mieć charakteru obligatoryjnego. Jego stosowanie powinno być wymuszane pośrednio, przez system zarządzania i rynek. Przeprowadzanie rachunku powinno być obowiązujące, jeśli inwestycja jest finansowana z kredytów (powinno to wynikać z umowy między bankiem i kredytobiorcą) lub ze środków budżetu państwa.

Proces konstruowania nowej metody rozpoczęto od sformułowania założeń.

Ocena ekonomicznej efektywności inwestycji w przedsiębiorstwie opiera się na analizie opłacalności poniesionych przez nie nakładów finansowych.

Decyzja o podjęciu inwestycji powinna się opierać na jednoznacznych wynikach rachunku, jego formuła powinna więc mieć postać syntetyczną, służącą zarówno do oceny względnej wariantów danej inwestycji, jak i bezwzględnej — wariantu realizacyjnego.

Metoda rachunku powinna być tak skonstruowana, aby rzeczywiście odzwierciedlał on punkt widzenia przedsiębiorstwa. Znaczy to, że muszą w nim być uwzględniane tylko te elementy, które są rzeczywistymi nakładami obciążający-

mi przedsiębiorstwo i efektami związanymi z realizacją inwestycji w czasie, w którym rzeczywiście wpływają na stan jego finansów.

Zarówno formuła rachunku, jak i zasady wyceny jego elementów powinny odpowiadać wymaganiom jego spójności z zasadami rachunku ekonomicznego bieżącej działalności eksploatacyjnej przedsiębiorstwa. Istota tej zgodności powinna jednak tkwić przede wszystkim w niesprzeczności, nie zaś w pełnej tożsamości zasad prowadzenia obu rachunków, ich kryteriów i parametrów w okresie sporządzania oceny ekonomicznej efektywności inwestycji.

Rachunek powinien się opierać na formule wieloletniej, a określanie jego elementów — na ich przewidywanych wycenach w okresie obliczeniowym.

Proponowana metoda musi uwzględniać specyfikę branżową inwestycji hotelowych po to, by mając na względzie ich obiektywne cechy, umożliwić wybór optymalnego wariantu realizacyjnego.

Proces dochodzenia do wyboru najlepszego spośród możliwych i znanych wariantów inwestycji musi się odbywać wielostopniowo.

Słuszne wydaje się przyjęcie założenia, iż we wstępnych fazach przygotowania inwestycji selekcja rozwiązań powinna się odbywać na podstawie częściowych wskaźników efektywności. Poziom wielu z nich można ustalić dysponując niewielką bazą danych, kiedy możliwości wyboru są jeszcze duże, a stan zaawansowania prac i poniesione nakłady nie stanowią przeszkody w zmianie szczegółowych decyzji. Proces iteracyjny w poszukiwaniu optymalnego rozwiązania inwestycji za pomocą wskaźników częściowych powinien doprowadzić do sformułowania kilku wariantów inwestycji na etapie opracowywania założeń techniczno-ekonomicznych, spośród których za pomocą formuły syntetycznej rachunku będzie można dokonać optymalnego wyboru.

Mankamenty każdego rachunku ekonomicznego sporządzanego w warunkach okresu badawczego skłaniały do zastanowienia się, czy nie należałoby go oprzeć na walucie kredytu. Otóż wydaje się, że odpowiedź na to pytanie powinna być negatywna. Uzasadnieniem jest po pierwsze to, że nawet gdyby jedynym źródłem finansowania nakładów inwestycyjnych był kredyt dewizowy, wiele pozycji kosztów i efektów w rachunku miałoby charakter złotowy i przeliczanie ich na dewizy, przy znanych wadach cen na rynku polskim i kursów walut w badanym okresie, nie pozwoliłoby uniknąć wynikających stąd wad rachunku złotowego. Po drugie, rachunek ten ma uzasadniać celowość, pokazywać opłacalność inwestowania w warunkach gospodarki polskiej, przy właściwych dla niej stopach procentowych, dyskontowej inflacji, cenach itp. Funkcję taką mógłby, przy spełnieniu pewnych warunków dodatkowych, pełnić rachunek dewizowy, gdyby istniała pełna wymienialność złotówki. Wówczas jednak rachunek złotowy miałby także mniej wad niż obecnie, a przy założeniu poprawy równowagi rynku i stosowania rynkowych zasad kształtowania cen nie byłoby w ogóle potrzeby prowadzenia rozważań na poruszany tu temat.

Ocena efektywności inwestycji finansowanych częściowo lub całkowicie z kredytów, przeprowadzana przy wykorzystaniu syntetycznej formuły rachunku ekonomicznego, musi być uzupełniona analizą możliwości ich spłaty

w okresie wynikającym z umowy kredytowej. Przy czym, jeśli były to kredyty zagraniczne, niezbędna jest analiza dewizowa.

Na marginesie tych rozważań celowe wydaje się zwrócenie uwagi, że dobrze byłoby, aby rachunek ekonomiczny inwestycji przeprowadzały wyspecjalizowane firmy, poza inwestorem. Mogłoby się to przyczynić do zwiększenia poprawności rachunku, a na pewno gwarantowałoby większą obiektywność.

2. Kryterium wyboru i formuła syntetyczna rachunku

Wytypowanie miernika pełniącego funkcję kryterium wyboru w rachunku efektywności inwestycji hotelowych oparto na dwóch przesłankach. Pierwszą było dążenie do zachowania zgodności z kryterium stosowanym w rozrachunku gospodarczym przedsiębiorstwa „Orbis” (z uwzględnieniem sformułowanych wyżej zastrzeżeń), drugą natomiast — przyjęcie punktu widzenia przedsiębiorstwa.

Kryterium wyboru w rozrachunku gospodarczym przedsiębiorstwa jest zysk rozumiany jako różnica między wartością sprzedaży a kosztami własnymi, pomniejszany o podatek obrotowy. Jest on podstawowym narzędziem systemu zarządzania przedsiębiorstwem określonym przez centralne organy sterujące i stanowi pośredni cel zastępczy celów ogólnogospodarczych. Weryfikacja systemu zarządzania przedsiębiorstwem „Orbis” dokonana z punktu widzenia jego proefektywności i użyteczności rachunku efektywności inwestycji pozwala stwierdzić, że skuteczniejszym podstawowym instrumentem wyboru efektywnych decyzji, zarówno w działalności bieżącej, jak i inwestycyjnej przedsiębiorstwa, byłaby część zysku pozostająca w przedsiębiorstwie po wyeliminowaniu wszelkich obciążeń o charakterze podatkowym i dywidend. Szczególnie istotne staje się wyeliminowanie z zysku podatku dochodowego. Jeśli ma on pełnić nie tylko funkcję instrumentu polityki fiskalnej państwa, lecz także aktywnego narzędzia systemu zarządzania, różnice w jego ostatecznej wysokości (po uwzględnieniu ulg) muszą wywierać wpływ na wybór.

Decyzje o zmianach narzędzi systemu zarządzania, w tym o zmianie kryterium wyboru w rozrachunku gospodarczym przedsiębiorstw, mają charakter zewnętrzny, są od przedsiębiorstw niezależne. Można więc tylko postulować ich wprowadzenie. Natomiast w rachunku efektywności inwestycji, który przeprowadzają przedsiębiorstwa, aby podjąć swoje autonomiczne decyzje według zasad, formuł i kryteriów, jakie same uznają za słuszne, nie ma formalnych przeszkód, by uznać zysk do podziału za kryterium wyboru. Co prawda nie jest ono tożsame z obecnym kryterium w rozrachunku gospodarczym, ale nie jest też z nim sprzeczne.

O formule rachunku efektywności w hotelarstwie przesądza specyfika inwestycji. Ich wysoka, obiektywnie uzasadniona kapitałochłonność decyduje o odrzuceniu formuły stopy nadwyżki. Przyjęcie formuły kosztu jednostkowego byłoby zaś niewłaściwe ze względu na preferowanie w niej rozwiązań o niskich kosztach. Takie cechy usług hotelowych jak wysoka pracołłonność, powodowana ich bezpośrednim i osobistym charakterem, ciągłość produkcji usług

hotelowych (inaczej: gotowości do ich świadczenia) przy zmieniającym się zapotrzebowaniu, a tym samym zmiennym wykorzystaniu obiektów, są powodem wysokiego udziału kosztów stałych w ogólnych kosztach funkcjonowania. W nich tkwią źródła oszczędności, mające jednak często charakter pozorny. Nie lekceważąc znaczenia obniżki kosztów działalności eksploatacyjnej hotelu, trzeba być świadomym, że uczynienie kryterium kosztu jednostkowego podstawą wyboru mogłoby powodować obniżenie jakości usług.

Ujmując elementy rachunku zgodnie z ich rozkładem czasowym oraz aktualizację na pierwszy rok eksploatacji obiektu inwestycyjnego, przy stopie dyskontowej „r” wskaźnik ekonomicznej efektywności inwestycji można zapisać jak następuje:

$$E = \sum_{t=-(b-1)}^m a_t (P_t - W_t) \geq 0^1$$

gdzie:

b — lata realizacji inwestycji,

m — ostatni rok okresu obliczeniowego,

$$a_t = \frac{1}{(1+r)^t}$$

r — stopa dyskontowa,

t — kolejny rok okresu obliczeniowego.

3. Okres obliczeniowy

Okres obliczeniowy rachunku jest sumą okresów realizacji inwestycji (b) i eksploatacji obiektu inwestycyjnego (m). Okres realizacji inwestycji można stosunkowo łatwo ustalić, wykorzystując jako podstawę dane projektu techniczno-ekonomicznego. Długość tego okresu dla różnych typów inwestycji może być normowana.

Problemem kontrowersyjnym jest długość okresu eksploatacji, jaką należy uwzględnić w rachunku. W praktyce i literaturze można spotkać różne poglądy na ten temat, w których przyjmuje się odmienne podstawy wyznaczania okresu eksploatacji obiektów inwestycyjnych. Są nimi:

- 1) średnia aktuarialna stawka amortyzacyjna majątku trwałego powstałego w wyniku realizacji inwestycji,
- 2) średnia liniowa stawka amortyzacyjna,
- 3) optymalizowany przeciętny okres żywotności majątku trwałego,

¹ Ponieważ formuła różnicowa rachunku preferuje rozwiązania o wyższej produkcji, dla zachowania porównywalności wariantów o różnych rozmiarach produkcji różnicę P-W należy podzielić przez P.

- 4) okres żywotności najważniejszego elementu majątku,
- 5) okres spłaty kredytów inwestycyjnych.

Rozważając wybór jednej z tych możliwości uznano, że powinien on wyrażać dążenie do respektowania warunków użyteczności rachunku, ale dla zapewnienia prawdziwości ocen musi także uwzględniać obiektywne okoliczności zachodzące w czasie sporządzania rachunku.

W rachunku inwestycji hotelowych nie może być stosowana stawka aktuarialna, ze względu na omówione wcześniej konsekwencje.

Rozwiązanie oparte na stawce liniowej nie ma wad rozwiązania wykorzystującego stawkę aktuarialną. Jednak w warunkach wysokiej niepewności przewidywań długoterminowych oddalanie horyzontu czasowego rachunku przez stosowanie stawki liniowej, mimo iż umożliwia to spełnienie warunków porównywalności nakładów i efektów, także nie wydaje się właściwym rozwiązaniem. Oceniając obie te propozycje z punktu widzenia poprawności metodycznej rachunku należy dodać, że nie uwzględniają one faktycznej żywotności wszystkich elementów składających się na majątek trwały obiektu inwestycyjnego, determinowanej nie tylko ich zużyciem fizycznym, ale i moralnym. W tych ujęciach obojętny dla wyników rachunku jest postęp techniczny, różny w różnych dziedzinach realizacji inwestycji, oraz intensywność wykorzystania majątku i związane z tym koszty jego odtwarzania, zmienne nie tylko dla poszczególnych typów obiektów, ale także dla różnych miejsc ich lokalizacji i faz okresu eksploatacji. Pozbawiony tej wady byłby sposób określania długości okresu eksploatacji obiektów na podstawie rzeczywistej żywotności elementów majątku, uwzględniającej proces ich zużywania się fizycznego i moralnego¹. Długość tak rozumianego okresu eksploatacji musiałaby być optymalizowana niezależnie dla różnych typów inwestycji i warunków eksploatacji powstałych w ich wyniku obiektów. Stosowanie w praktyce tego typu rozstrzygnięcia wymaga z jednej strony rozwoju badań nad metodami takiej optymalizacji, z drugiej zaś — zmian w obowiązującym systemie amortyzowania majątku trwałego.

Dążenie do opracowania metody mającej walory praktycznej stosowalności we współczesnym hotelarstwie polskim sugeruje przyjęcie krótszego okresu ujmowania elementów rachunku², niż wynikałoby to z zastosowania stawek amortyzacji. W hotelarstwie nie może to być także okres żywotności najważniejszego elementu majątku³, jest nim bowiem budynek o żywotności trwającej kilkadziesiąt lat.

Za kompromisowy, ale mający najmniej wad, należy uznać okres spłaty kredytu wynikający z umowy między bankiem kredytującym a inwestorem. Jeśli nakłady na dany obiekt lub na porównywane warianty inwestycji finansowane

¹ Por. A. Laure: *Propozycje do modyfikacji metod oceny efektywności inwestycji*. Inwestycje i Budownictwo 1985 nr 6, s. 14.

² K. Leszczyński: *Integracja rachunku ekonomicznego przedsiębiorstw z rachunkiem efektywności inwestycji*. Inwestycje i Budownictwo 1985 nr 6, s. 10.

³ Takie rozwiązanie, jako alternatywne, proponowane jest w metodyce UNIDO.

będą z różnych kredytów o odmiennych okresach spłaty, w rachunku efektywności należy przyjąć jednakowy dla wszystkich wariantów okres najdłuższy.

Dla zachowania porównywalności efektów i wydatków związanych z realizacją inwestycji, wysokość nakładów inwestycyjnych należy pomniejszyć o nie zamortyzowaną w okresie obliczeniowym część majątku trwałego.

4. Stopa dyskontowa

Podając próbę rozwiązania tej kwestii, w metodzie określania ekonomicznej efektywności inwestycji hotelowych respektowano funkcje, jakie w rachunku powinna pełnić stopa dyskontowa, to jest:

- 1) zapewnienie minimalnej efektywności nakładów inwestycyjnych,
- 2) równoważenie podaży i popytu na rynku inwestycyjnym.

Funkcje i charakter stopy dyskontowej decydują o tym, że różnicowanie jej wysokości nie może być środkiem równoważenia opłacalności inwestowania przez podmioty gospodarcze funkcjonujące w różnych obiektywnych warunkach ekonomicznych (regionach, gałęziach, branżach) czy też realizujące przedsięwzięcia o różnej strukturze rodzajowej nakładów, okresie eksploatacji, udziale amortyzacji w kosztach itp.¹ Cele te można i należy osiągać innymi drogami, głównie poprzez zmianę zasad wyceny elementów rachunku (ceny, podatki, amortyzacja, okres obliczeniowy, oprocentowanie kredytów). Wysokość stopy dyskontowej nie może też być określana w poszczególnych rachunkach jako średnia stopa oprocentowania wykorzystywanych na daną inwestycję kredytów i lokat.

Zróżnicowanie stawek oprocentowania kredytów w zależności od ich źródła nie miało w Polsce żadnego związku z równowagą inwestycyjną. Było ono wyrazem preferencji dla pewnych typów inwestycji. Jednak gdyby nawet w Polsce istniał rynek kredytowy i konkurujące ze sobą banki stosowały różne stopy oprocentowania kredytów, tylko stopa podstawowa rozumiana jako stopa równowagi mogłaby być przyjmowana w rachunkach efektywności inwestycji jako podstawa dyskontowania. Różnice w oprocentowaniu kredytów i lokat (w wypadku finansowania inwestycji z własnych środków przedsiębiorstw) świadczą tylko o różnej cenie środków finansujących nakłady inwestycyjne i jako takie wpływają na ich wartość w pozycji odsetków.

Pozostaje jeszcze do rozstrzygnięcia problem, czy inflacja powinna mieć wpływ na wysokość stopy dyskontowej. Podając rozważania na ten temat należy stwierdzić, że istota dyskontowania nie ma nic wspólnego z inflacją. Jednak jeśli jest ona stosowana w warunkach inflacji, jej poziom nie może być obojętny względem tego zjawiska. Określanie wysokości stopy dyskontowej niezależnie od inflacji uczyniłoby z niej zawieszony w próżni parametr, nie

¹ Problemy te szeroko wyjaśnia K. Leszczyński w: *Ocena koncepcji różnicowania normy ekonomicznej efektywności nakładów inwestycyjnych*. Materiały i Prace IPGN SGPiS 1980 nr 15, s. 77-93.

pełniący funkcji minimalnej normy efektywności inwestycji i równoważenia rynku inwestycyjnego.

Dotychczas nie ustalono sposobu określania wpływu stopy inflacji na stopę dyskontową, chociaż w literaturze można spotkać próby teoretycznego rozwiązania tego problemu¹. Polegają one głównie na uwzględnieniu we współczynniku dyskonta dwóch niezależnych stóp: minimalnej stopy efektywności i stopy inflacji.

Zarówno minimalna stopa efektywności, jak i stopa inflacji są zmienne w czasie. Powstaje więc problem, czy jeśli rachunek dotyczy decyzji, której konsekwencje będą miały miejsce w przyszłości, nie należałoby przyjąć ich zmienności w okresie obliczeniowym. Otóż jeśli przyjąć, że rachunek ma służyć do podjęcia decyzji o sposobie efektywnego zainwestowania nakładów będących do dyspozycji w danym momencie, musi on się opierać na bieżącej stopie dyskontowej ustalonej na podstawie aktualnie pożądanej minimalnej normy efektywności i poziomu inflacji; tylko wówczas stopa ta będzie właściwie pełniła swoje funkcje.

5. Zasady wyceny elementów rachunku

Zgodnie z założeniem poczynionym na wstępie, cenami wyjściowymi w rachunku efektywności inwestycji przedsiębiorstwa są ceny bieżące usług hotelowych, składników kosztów i nakładów. W ciągu całego okresu obliczeniowego powinny to być ceny przyszłościowe. Nie chodzi o zapewnienie w ten sposób zgodności rachunku ekonomicznego inwestycji z rozrachunkiem gospodarczym w przyszłości, jak podkreślają niektórzy autorzy², jest to bowiem niemożliwe nie tylko w problematyce cen. Celem stosowania cen przyszłościowych jest pokazanie prawdopodobnych zmian relacji podstawowych elementów rachunku.

Określenie poziomu cen powinno się opierać na szerokiej analizie kształtujących go czynników. Jeżeli w oprocentowaniu kredytów inwestycyjnych, a więc i w poziomie stopy dyskontowej uwzględnia się inflację, należy odrębnie potraktować czynniki, które są od niej zależne i niezależne.

Podejmowanie decyzji inwestycyjnych, których słuszność i celowość będzie mogła być empirycznie zweryfikowana często w odległej przyszłości, odbywa się w warunkach niepewności i ryzyka. Dla zmniejszenia prawdopodobieństwa podjęcia błędnej decyzji metoda rachunku efektywności inwestycji musi uwzględniać te zjawiska. Zakłada się, że w proponowanej metodzie sposób ujęcia ryzyka i niepewności powinien być zgodny ze specyfiką inwestycji hotelowych i dotyczyć tych elementów rachunku, z którymi prawdopodobieństwo ich wystąpienia wiąże się najbardziej.

¹ Por. J. Gajda: *O kierunkach modyfikacji rachunku efektywności inwestycji*. Inwestycje i Budownictwo 1985 nr 10, s. 27.

² J. Czarnek: *Wybrane problemy...* op.cit, s. 3.

Również kursy walut obcych wykorzystywane przy przeliczaniu obrotów dewizowych związanych z realizacją inwestycji i eksploatacją powstałego w jej wyniku obiektu muszą podlegać przewidywaniom; należy przy tym wyodrębnić zmiany wywoływane czynnikami inflacyjnymi i pozainflacyjnymi.

5.1. Efekty działalności

Wartość efektów jako elementu rachunku efektywności inwestycji jest odzwierciedleniem rzeczywistych przychodów finansowych uzyskiwanych z tytułu eksploatacji obiektu hotelowego. Ich poziom zmniejszają kwoty podatków dochodowego i obrotowego po uwzględnieniu ulg. Po stronie zmniejszeń powinny być uwzględniane wszelkie inne zewnętrzne obciążenia wyniku finansowego, jeśli będą obowiązywały w chwili sporządzania rachunku.

Ustalenie wielkości sprzedaży powinno się opierać na szczegółowym określeniu struktury usług według kryteriów różnicowania cen oraz poziomu wykorzystania obiektu, z uwzględnieniem jego zmiany w okresie dochodzenia do założonego maksimum. Oparcie się wyłącznie na informacjach z funkcjonujących już obiektów, bez ich skorygowania w związku ze zmieniającymi się warunkami eksploatacji, jest niewystarczające. Przewidywanie poziomu wykorzystania miejsc i struktury gości, zależne od zmian popytu, jest obciążone w najwyższym stopniu ryzykiem i niepewnością. Stąd celowe jest, po pierwsze, oparcie prognozy zapotrzebowania na usługi hotelarskie w proponowanych miejscach lokalizacji inwestycji na szczegółowych badaniach popytu, a także możliwościach jego zaspokojenia przez obiekty już istniejące bądź realizowane przez innych inwestorów. Po drugie, niezbędne jest przeprowadzenie oszacowań wielkości sprzedaży i ustalenie wyników rachunku efektywności w dwóch ujęciach. Pierwsze powinno przyjmować optymistyczne, drugie zaś pesymistyczne oszacowanie poziomu wykorzystania miejsc i struktury gości.

Zgodnie z zasadami rozrachunku gospodarczego, istnieje możliwość dofinansowania obiektu hotelowego z dotacji. Mogą to być dotacje wewnętrzne z funduszu rozwoju przedsiębiorstwa PP „Orbis” bądź dotacje zewnętrzne. Są one wyrazem preferencji dla eksploatowanego obiektu inwestycyjnego i zmieniają rozmiary strumieni finansowych decydujących o poziomie wyceny elementów rachunku efektywności inwestycji, której efektem jest ten obiekt. Dotacje przedsiębiorstwa należy traktować jako zaangażowanie jego własnych środków, zamiast przychodów uzyskiwanych z eksploatacji obiektu, na pokrycie jego kosztów. Przepływ kwoty dotacji odbywa się wewnątrz przedsiębiorstwa, dlatego w przeprowadzanym z jego punktu widzenia rachunku efektywności inwestycji przepływ ten jest neutralny (zerowy). Przeznaczenie środków funduszu rozwoju na dotację oznacza jednak zrezygnowanie z innego sposobu ich zyskowego wykorzystania. Dlatego rachunek inwestycji, w której eksploatację zaangażowano te środki, musi być obciążony wartością utraconych korzyści. Ich odzwierciedleniem mogą być odsetki, jakie przedsiębiorstwo mogłoby uzyskać,

gdyby kwota dotacji pozostawała na jego rachunku bankowym jako lokata. Przewidywane dotacje zewnętrzne, przeznaczone na finansowanie działalności eksploatacyjnej¹ obiektu inwestycyjnego, są dla przedsiębiorstwa wpływem, zwiększają jego aktywa, a więc o całą ich kwotę należy powiększyć przychody w rachunku ekonomicznym efektywności inwestycji.

W praktyce minionych lat źródłem finansowania nakładów na inwestycje hotelowe były także dotacje z budżetu państwa bądź CFTiW. W związku ze zmianami w zakresie gospodarki finansowej przedsiębiorstwa obowiązującymi od 1989 r.² ich znaczenie dla wyników rachunku jest inne. Dotacje budżetowe zmieniające strukturę wydatków związanych z realizacją inwestycji zostaną omówione na końcu. Dotacje z CFTiW (jeśli nie zmieni się ich bezzwrotny charakter) są dla przedsiębiorstwa wpływem; powinny być traktowane jako źródło zwiększenia przychodów z tytułu realizacji inwestycji.

Łączne przychody w roku t traktowane w rachunku inwestycji hotelowych jako efekty, z uwzględnieniem inflacji, można symbolicznie przedstawić jak następuje:

$$P_t = (1 + i_t) (S_t + R_t - Po_t - Pd_t + D_t)$$

gdzie:

P — wartość łącznych przychodów,

S — przychody ze sprzedaży dóbr i usług,

Po — podatek obrotowy,

Pd — podatek dochodowy,

D_t — dotacje z CFTiW,

D — dotacje zewnętrzne na pokrycie kosztów eksploatacji obiektów,

t — kolejny rok okresu obliczeniowego,

i — stopa inflacji.

Przyjęty poziom inflacji powinien się opierać na wskaźniku inflacyjnym wzrostu cen usług hotelarskich lub grupy towarowej, do której są one zaliczane.

Ponadto jeśli w przychodach ze sprzedaży część uzyskaną ze sprzedaży za dewizy ustalono stosując kursy walut uwzględniające ich wzrost inflacyjny, należy ją wyodrębnić z „ S_t ” i pozostawić w „ P_t ” bez korygowania wskaźnikiem „ i ”.

Jeżeli podejmowaniu decyzji inwestycyjnej nie towarzyszy inflacja lub zakładamy jej pomijanie (gdy nie uwzględnia jej oprocentowanie kredytów) „ i ” = 0.

5.2. Wydatki

W wydatkach traktowanych jako element rachunku efektywności inwestycji mieszczą się koszty eksploatacji przyszłego obiektu oraz nakłady ponoszone na realizację inwestycji. Przyjmując określoną symbolikę można je zapisać następująco:

¹ Odmienne ujęcie dotacji na cele eksploatacyjne i zwiększenia majątku produkcyjnego wynika stąd, że te ostatnie nie powiększają funduszu przedsiębiorstwa, lecz fundusz założycielski i powodują zwiększenie obciążenia zysku dywidendą.

² MP 1989 nr 3.

$$W_t = (K_t + N_t - A_t = m + 1)$$

gdzie:

W — wydatki z tytułu realizacji inwestycji i eksploatacji powstałego w jej wyniku obiektu,

K — koszty operacyjne eksploatacji,

N — nakłady inwestycyjne,

A — wartość nie zamortyzowanych w okresie obliczeniowym środków trwałych.

Pozostałe oznaczenia jak wyżej.

Nakłady przedsiębiorstwa związane z eksploatacją obiektu inwestycyjnego to koszty własne pomniejszone o amortyzację i odsetki od kredytów inwestycyjnych i bieżących (jeśli zaciągane są na spłatę kredytów inwestycyjnych w okresie rozruchu obiektu, kiedy zysk i amortyzacja nie są wystarczająco wysokie), powiększone zaś o koszty handlowe i opłaty celne.

Poziom kosztów związanych z eksploatacją obiektu inwestycyjnego powinien być określany tak, aby możliwe było zachowanie porównywalności między nimi a pozostałymi elementami rachunku. Jeśli więc przyjmiemy, że stopa oprocentowania kredytów nie uwzględnia inflacji i nie bierze się jej pod uwagę przy określaniu pozostałych elementów rachunku, podstawą przewidywania wysokości kosztów w okresie obliczeniowym powinny być badania tendencji zmian na rynkach zaopatrzeniowym i siły roboczej oraz przewidywania wzrostu wydajności pracy i zmian kursów walut w przypadku, gdy źródłem zaopatrzenia jest import. Przewidywania w zakresie zmian kosztów nie powinny się w żadnym razie opierać na tendencji zmian wpływów ze sprzedaży¹. Zgodność tempa zmian tych wielkości jest mało prawdopodobna.

Przewidywane koszty produkcji muszą być korygowane o stopę inflacji, jeśli uwzględniono ją przy określaniu pozostałych elementów rachunku.

Przy szacowaniu poziomu kosztów nie można zapominać o aktualizowaniu wysokości podstawy określania kwot amortyzacji, co wynika z oddziaływania czynników inflacyjnych i pozainflacyjnych.

Zgodnie z przyjętymi powyżej założeniami, koszty operacyjne eksploatacji obiektu inwestycyjnego w roku t, z uwzględnieniem wpływu inflacji, można zapisać w następujący sposób:

$$K_t = (1 + i) x' (K_{wt} - A_t) - o_t$$

gdzie:

K — koszty operacyjne eksploatacji obiektu w okresie obliczeniowym,

K_w — koszty własne,

O — odsetki od kredytów inwestycyjnych,

A — amortyzacja,

pozostałe oznaczenia jak wyżej.

¹ Od wielu lat w rachunkach efektywności inwestycji w PP „Orbis” przyjmuje się takie założenia, chociaż, jak wykazują analizy ekonomiczne z jego bieżącej działalności, nigdy takiej zgodności nie zanotowano.

Wysokość wskaźnika „i” powinna tu odpowiadać poziomowi inflacji na rynku dóbr zaopatrzeniowych. Jeśli w poziomie kursów walut stosowanych przy szacowaniu pozycji kosztów dewizowych brano pod uwagę poziom inflacji, ich wartość nie powinna być korygowana wskaźnikiem „i”. Przy założeniu pomijania wpływu inflacji na wyniki rachunku efektywności inwestycji „i” = 0.

Drugim elementem wydatków przedsiębiorstwa związanych z realizacją inwestycji są nakłady. Ich łączną wartość otrzymuje się przez zsumowanie, ze znakiem dodatnim, wydatków przedsiębiorstwa na ten cel i, ze znakiem ujemnym, pochodzących z zewnątrz dotacji do nakładów.

Sposób ujęcia w rachunku nakładów inwestycyjnych powinien być zależny od źródła ich pokrycia i czasu, kiedy rzeczywiście obciążają konto przedsiębiorstwa. Wysokość tego obciążenia powinna zależeć nie tylko od kwoty nakładów, ale i od kosztów uzyskania środków na ich pokrycie.

Środki funduszu rozwoju przeznaczone bądź bezpośrednio na finansowanie nakładów, bądź w formie dotacji na spłatę kredytów inwestycyjnych powinny wystąpić w rachunku w kwocie powiększonej o równowartość ich oprocentowania, którego wysokość równa jest oprocentowaniu lokat przedsiębiorstwa na rachunku bankowym. Jeśli nakłady te w roku t oznaczmy symbolem Nw_t , to ich wartość ogólną można zapisać następującym wzorem:

$$Nw_t = nw_t + O_{1t}$$

gdzie:

nw — nakłady z funduszu rozwoju przedsiębiorstwa,

O_1 — kwota oprocentowania nakładu z funduszu rozwoju liczona na zasadzie procentu składanego,

pozostałe oznaczenia jak wyżej.

Nakłady finansowane z kredytów krajowych i zagranicznych powinny obejmować w poszczególnych latach kwoty należnych spłat powiększone o odsetki.

Nakłady te w roku t można zapisać następującymi wzorami:

a) w przypadku kredytu krajowego:

$$Nk_t = nk_t + Ok_t$$

b) w przypadku kredytu zagranicznego:

$$Nz_t = (nz_t + Oz_t) \cdot Kw_t$$

gdzie:

nk, nz — raty spłaty kredytów,

Ok, Oz — odsetki od kredytów,

Kw — kurs waluty kredytu,

pozostałe oznaczenia jak wyżej.

Kredyty zagraniczne mogą być zaciągane na pokrycie nakładów inwestycyjnych lub spłatę kaucji leasingowej, jeśli obiekt ma być realizowany na podstawie umowy leasingowej. Nakładem inwestycyjnym dla przedsiębiorstwa jest także czynsz leasingowy płacony leasingodawcy w zamian za pozostawienie przedsiębiorstwu w użytkowanie obiektu inwestycyjnego. Jego wartość w rachunku

ekonomicznym efektywności inwestycji określa w poszczególnych latach iloczyn jego nominalnego poziomu w walucie zagranicznej i przewidywanego kursu tej waluty w złotych w roku t . Sposób ujęcia czynszu leasingowego w rachunku efektywności należy uzależnić od źródła jego zapłaty.

Współczesny system zarządzania gospodarczego w Polsce przewiduje możliwość wykorzystywania przez przedsiębiorstwa w działalności inwestycyjnej kapitałów obcych zdobytych poprzez emisję i sprzedaż papierów wartościowych. Uzyskane tą drogą środki na realizację inwestycji wykorzystywane w poszczególnych latach, ujmowane w rachunku efektywności jako nakłady, muszą także być powiększone o koszty ich uzyskania, tj. dywidendy (udziały w zyskach ustalone kwotowo lub procentowo) bądź oprocentowanie. Modelowy zapis tych nakładów w roku t można przedstawić równaniem:

$$Nu_t = nu_t + u_t$$

gdzie:

Nu — nakłady inwestycyjne finansowane z kapitałów obcych,

nu — nakłady angażowane w poszczególnych latach,

u — dywidendy lub kwoty oprocentowania.

Nakłady inwestycyjne mogą być także finansowane z dotacji budżetu państwa. Ich waga w rachunku ekonomicznym efektywności inwestycji uległa zmianie po wprowadzeniu ustawy o gospodarce finansowej przedsiębiorstw państwowych z 31 stycznia 1989 r. Do 1988 r., kiedy dotacje na inwestycje były darmowym źródłem powiększania majątku produkcyjnego przedsiębiorstwa, wagę finansowanych z nich nakładów inwestycyjnych należało przyjmować jako zerową. Obecnie, kiedy powiększają one fundusz założycielski rozumiany jako udział budżetu państwa w majątku przedsiębiorstwa, a więc kiedy nie zwiększają aktywów będących własnością przedsiębiorstwa, a z tytułu ich otrzymania musi ono płacić dywidendy, ich funkcje jako źródła środków inwestycyjnych nabrały tego samego charakteru co funkcje kapitału obcego. Wagę dotacji w nakładach powinna określać ich wartość nominalna powiększona o należne w poszczególnych latach (do końca okresu obliczeniowego) dywidendy. Jeśli dotacje na inwestycję w roku t oznaczmy symbolem Di_t , obciążenie rachunku efektywności będzie można zapisać w następujący sposób:

$$Di_t = di_t + ui_t$$

gdzie:

di — wartość nominalna dotacji w poszczególnych latach,

ui — wysokość dywidendy.

Łączne nakłady inwestycyjne powinny obejmować nakłady na środki trwałe, przeciętny zapas środków obrotowych z uwzględnieniem zmian ich stanu w okresie obliczeniowym oraz nakłady na stworzenie wartości prawnych i niematerialnych. Przeznaczenie nakładów nie ma jednak znaczenia dla wyników rachunku ekonomicznego.

Barbara Marcinkowska

Instytut Turystyki

Poznań

MOŻLIWOŚCI RACJONALIZACJI KOSZTÓW WŁASNYCH ZAKŁADÓW HOTELARSKICH W REFORMOWANYM SYSTEMIE GOSPODARKI

Z badań nad funkcjonowaniem przedsiębiorstw po wprowadzeniu tzw. reformy gospodarczej w 1981 r. wynikało, że osiągnięty przez nie zysk nie był uzależniony od wzrostu rozmiarów produkcji ani obniżki kosztów wytwarzania. Szczególnie te ostatnie, powiązane z ceną przez powszechnie stosowaną i prawnie uregulowaną zasadę tworzenia cen jako funkcji kosztów, mogły ulegać daleko idącym nieuzasadnionym podwyżkom. W wypadku bowiem towarów i usług oraz wysokiego często zmonopolizowania produkcji wzrost kosztów może znaleźć i rzeczywiście znajduje pokrycie w cenie produktu, na który zawsze znajdzie się nabywca.

Ponadto koszty stały się fałszywą przesłanką formułowania cen, będących ekonomicznym wyrazem efektów prowadzonej działalności. Ma to szczególne znaczenie w sytuacji, gdy przedsiębiorstwa uzyskały możliwość kształtowania cen, których podstawą budowy stały się koszty. Zbyt silne powiązanie ceny i kosztów nie tylko stwarza trudności z utrzymaniem jakości usług świadczonych przez przedsiębiorstwo, lecz jednocześnie zniekształca wyniki ekonomiczne. Wliczanie kosztów w cenę towaru powoduje, że rentowność i zysk przestają być miernikami efektywności gospodarowania.

Zasada ta znalazła odzwierciedlenie w wypadku przedsiębiorstw zajmujących się świadczeniem usług turystycznych. Obowiązywała tu w pełni kosztowa zasada kształtowania cen, stopień zaś zmonopolizowania rynku, pomimo wielości podmiotów gospodarczych, był wysoki.

W przypadku zakładów hotelarskich, ze względu na heterogeniczność świadczonych przez nie usług, ważny się staje nie tylko koszt wytworzenia poszczególnych rodzajów usług, lecz także całego ich pakietu, zaspokajającego potrzeby wynikające z podróży i pobytu poza miejscem stałego zamieszkania. Do zapewnienia efektywności obsługi rozwijającego się ruchu turystycznego niezbędna jest więc szczegółowa analiza kosztów świadczonych usług. Wynika to również z tego, że w strukturze tych kosztów przeważają koszty stałe, w związku z koniecznością zapewnienia stałej gotowości do świadczenia usług. Gotowość ta musi się przejawiać zwłaszcza jeśli świadczy się usługi przy zaangażowaniu dużej ilości środków trwałych, takie jak usługi noclegowe. Cechą charakterystyczną tych usług jest ich wielka różnorodność podmiotowa i kategoryzacyjna.

Możliwości szybkiego wzrostu popytu na usługi noclegowe powodują, że niezwykle aktualne staje się pytanie o efektywność ekonomiczną tych usług. Efektywność ta zależy w dużej mierze od czynników wpływających na obroty (pojemność hotelu, sezonowość, standard świadczonych usług).

Istotne znaczenie w zwiększaniu efektywności usług hotelarskich przypisujemy kosztom, które do tej pory nie były przedmiotem dogłębnych analiz. Dotyczy to nie tyle samych kosztów, ile wpływających na nie czynników. Dopiero znajomość tych czynników i stopnia ich oddziaływania na koszty pozwoli na weryfikację dotychczasowego systemu pośredniego oddziaływania na decyzje przedsiębiorstw. System ten powinien umożliwiać takie wpływanie na koszty, które zwiększałoby efektywność prowadzonej działalności. W wyniku bowiem zastosowania błędnych mechanizmów ekonomiczno-finansowych współzależności między kosztami a wpływającymi na nie czynnikami są inne niż powinny być, gdyby działalność gospodarcza była w pełni efektywna. Dlatego też naszym celem jest proponowanie zmian systemowych, dzięki którym koszty stałyby się aktywnym narzędziem podejmowania decyzji gospodarczych i czynnikiem wzrostu efektywności działania. Innymi słowy, chodzi o propozycje systemowe w sektorze turystyki zmierzające do wzrostu efektywności działających w nim podmiotów gospodarczych. Rezultatem proponowanych rozwiązań systemowych powinna być zmiana stwierdzonej w dotychczasowych badaniach współzależności między kosztami a wpływającymi na nie czynnikami. Nie ulega wątpliwości, że można to osiągnąć przez wprowadzenie takich reguł gry ekonomicznej w sferze turystyki, które wymuszałyby podejmowanie efektywnych działań, polegających między innymi na obniżce kosztów. Działania te nie mogą być, oczywiście, proponowane w oderwaniu od uwarunkowań występujących w całej gospodarce, których ramy określone są przez politykę ekonomiczną państwa i wynikającą z niej politykę turystyczną. Dlatego też najpierw omówione zostaną podstawowe cele polityki ekonomicznej państwa, a także te trendy, które kształtują bądź kształtować powinny politykę turystyczną. Są one celami, do których przyjmowania powinno się skłaniać organizacje gospodarcze. Cele te tworzą przesłanki zmian mających na celu wzrost efektywności gospodarowania i sprawiają, że rozwiązania w zakresie sposobów oddziaływania na koszty stają się bardziej realne. Z celów tych wynikają także priorytety dla gospodarki turystycznej.

Głębokie przeobrażenia zachodzące w naszym kraju dotyczą założeń nowej polityki ekonomicznej, całkowicie odmiennych od tych, które były stosowane w gospodarce sterowanej centralnie.

Obecnie do podstawowych cech polityki ekonomicznej możemy między innymi zaliczyć o wiele większe niż dotąd powiązanie gospodarki z rynkiem, priorytet dla handlu zagranicznego, wzrost roli pośredniego oddziaływania państwa na procesy gospodarcze, próby przełamywania monopolistycznej pozycji niektórych przedsiębiorstw, dążenie do zapewnienia cen równowagi.

W dyskusjach nad przebudową systemu zarządzania formułuje się obszerną listę oczekiwań wobec rynku. Chodzi głównie o uruchomienie mechanizmów przywracających i utrzymujących równowagę gospodarczą na rynkach konsumpcyjnym i zaopatrzeniowym, a także w handlu zagranicznym. Mechanizmy te muszą ułatwić swobodne tworzenie się więzi poziomych jako podstawy kształtowania procesów podażyowo-popytowych. Chodzi również o przywrócenie

prawidłowej roli wielu kategoriom rynkowym, takim jak: cena, koszt, zysk, stopa procentowa, dochód. Dopiero obiektywizacja tych instrumentów może umożliwić skuteczniejsze sterowanie procesami gospodarczymi.

Patrząc z perspektywy siedmioletniego okresu wdrażania nowych rozwiązań ekonomicznych należy stwierdzić, że wprowadzenie do sfery turystyki obligatoryjnych rozwiązań ekonomicznych, odpowiednich dla sfery produkcji materialnej (choć można mieć tutaj sporo wątpliwości), stało się bezpośrednim powodem przyspieszonej dekapitalizacji majątku turystycznego, zaniechania lub ograniczenia inwestycji turystycznych, dalszej pauperyzacji kadr zatrudnionych w turystyce itp. Trzeba przy tym podkreślić, że niestabilność sytuacji zewnętrznej, zbyt częste zmiany przepisów oraz instrumentów ekonomicznych nie wpływają dobrze na „kondycję” rynku turystycznego, głównie zaś jego strony podażowej. Szczególnie widoczne jest to w odniesieniu do biur podróży i obiektów hotelarskich, a więc podstawowych podmiotów gospodarczych działających na rynku turystycznym¹.

Kolejną cechą obecnej polityki ekonomicznej jest priorytet dla handlu zagranicznego. Jedynie tą drogą możemy się spodziewać uzyskania dewiz, niezbędnych dla spłaty zadłużenia. Celem więc tzw. polityki walutowej jest aktywizacja eksportu i poprawa jego efektywności. Polityka walutowa określa również preferencyjne zasady udzielania kredytów dewizowych, przeznaczonych zwłaszcza na stymulowanie rozwoju produkcji eksportowej i usług eksportowych. Ponadto handel zagraniczny jest głównym źródłem powiększania i tworzenia rezerw dewizowych oraz korzystnych zmian struktury bilansu dewizowego kraju. Należy wspomnieć, że jedną z najkorzystniejszych form polepszania struktury bilansu płatniczego i zwiększania obrotów gospodarczych z zagranicą jest aktywizacja turystyki przyjazdowej, która umożliwia uzyskanie zysku netto w dewizach. Turysta zagraniczny jako konsument produktów krajowych stwarza stosunkowo mały popyt na towary pochodzące z importu. Podobnie przemysł turystyczny zużywa mało produktów i niewiele wydatkuje za granicą² w porównaniu z ilością walut, które dostarcza. Wskutek wysokiej opłacalności eksportu turystycznego powstaje znaczny zysk dewizowy. Przy tej samej kwocie zainwestowanej w eksportowy sektor turystyczny i tradycyjny sektor eksportowy moment szybkości i wielkości zysku dewizowego decyduje o preferencji dla gospodarki turystycznej³.

Ponadto turystyka zagraniczna (zarówno wyjazdowa, jak przyjazdowa) jest jedynym segmentem rynku turystycznego, na którym w stosunkowo szybkim czasie byłoby możliwe osiągnięcie pełnej równowagi.

¹ S. Bosiacki, B. Marcinkowska: *Miejsce biura podróży i obiektu hotelarskiego w zmieniających się warunkach rynkowych*. W: *Efektywność eksploatacji obiektów wypoczynkowych i oczekiwań odbiorców usług w świetle uwarunkowań rynkowych*. TNOiK-Oddz. w Szczecinie 1989, s. 33-34.

² K. Krapf: *Les pays en voie de développement en face du tourisme. Introduction méthodologique*. AIEST Berne 1961.

³ H. Barre: *L'aménagement touristique*. Revue de Tourisme 1962.

Na uwagę zasługuje również wzrost roli pośredniego oddziaływania państwa na procesy gospodarcze jako jeden z elementów polityki ekonomicznej. Podstawą pośredniego oddziaływania jest wykorzystanie parametrów ekonomicznych wpływających w konsekwencji na kształtowanie się w przedsiębiorstwach wskaźnika syntetycznego będącego kryterium oceny ich pracy. Tymi parametrami są takie instrumenty ekonomiczne, jak ceny, podatki, oprocentowanie kredytów. Przez swój wpływ na wyniki finansowe powinny one skłaniać przedsiębiorstwa do działań stymulujących efektywność ekonomiczną, której wzrost możemy utożsamiać z lepszym wykorzystaniem potencjału bądź względną obniżką kosztów. Niezbędnym warunkiem podnoszenia efektywności staje się wariantowanie rozwiązań i stosowanie rachunku ekonomicznego. Wymaga się przede wszystkim dogłębnej znajomości zasad funkcjonowania systemu ekonomiczno-finansowego, a w jego ramach i na styku z nim — systemu cen motywacji, opodatkowania itp. Trzeba więc określić takie kierunki działania, które umożliwiłyby wyjście naprzeciw proefektywnościowym założeniom reformy, które stworzyłyby możliwość aktywizacji cen w roli instrumentów sterowania pożądanym ze społecznego i gospodarczego punktu widzenia.

Oddziaływanie pośrednie wynika jednoznacznie ze stosunków rynkowych. Uzewnętrzniają się one w układzie sił pomiędzy uczestnikami rynku, a także w relacji podaży towarów i usług do popytu. W toczących się dyskusjach nad kierunkami przeobrażeń oczekiwania wobec rynku są coraz bardziej poszerzane. Rynek widzi się jako uniwersalny sposób na rozwiązywanie wszelkich problemów ekonomiczno-społecznych, przeciwdziałanie zjawiskom inflacyjnym, obniżanie cen towarów, uruchamianie bodźców do oszczędzania itp. Jednak wysoki stopień zmonopolizowania produkcji i obrotu, a także usług, nie stwarzał przesłanek do umacniania pozycji odbiorów i dochodzenia do równowagi sił między uczestnikami rynku. Do tej pory bowiem dostawcy nie mieli trudności ze zbytem swoich towarów czy usług, mogli więc bez większych przeszkód maksymalizować dochody w wyniku nieuzasadnionego podwyższania cen, a łatwość osiągania w ten sposób środków finansowych osłabiała motywację do aktywizacji podaży. Obecnie dąży się więc do przełamywania monopolistycznej pozycji niektórych przedsiębiorstw. Monopolizacja (w tym również rynku turystycznego) zaciera obraz podstawowych mierników oceny działalności ekonomicznej przedsiębiorstw. Aby mogły one prawidłowo odgrywać swoją rolę, wydaje się konieczne przywrócenie rynku nabywcy i kształtowania cen na poziomie równowagi rynkowej, tzn. równowagi między sumą cen oferowanych towarów czy usług a sumą będącą w dyspozycji potencjalnych nabywców.

Dotyczy to nie tylko równowagi globalnej, ale także równowag cząstkowych na poszczególnych rynkach (zaopatrzenia, konsumpcji, inwestycji) w poszczególnych grupach towarów i usług.

Brak takiej równowagi wywołuje zawsze ujemne skutki gospodarcze. Występują one zarówno w sytuacji inflacyjnej (gdy popyt przewyższa podaż), jak i w sytuacji deflacyjnej (gdy podaż przewyższa popyt). W obu sytuacjach istnieje możliwość wykorzystania cen jako narzędzia przywracania równowagi. Można

to osiągnąć albo przez podwyższanie ceny, albo przez obniżanie. W Polsce, ze względu na stan kryzysowy gospodarki, zmierza się do zapewnienia równowagi gospodarczej wykorzystując różnorodne czynniki, zarówno rzeczowe, jak i finansowe, oddziałujące na podaż i na popyt.

Rozwijając współpracę z zagranicą nie można równoważenia podaży oraz popytu towarów i usług ograniczać do własnego kraju. W literaturze ekonomicznej¹ przeważa opinia, że ceny na rynku krajowym powinny być kształtowane z uwzględnieniem cen wolnodewizowych, a zwłaszcza cen podstawowych surowców na świecie. Zbliżenie relacji w cenach krajowych do relacji w cenach światowych umożliwia bezpośrednią konfrontację gospodarki polskiej z gospodarką światową i niewątpliwie inspiruje do efektywniejszego gospodarowania, gdyż tylko tą drogą można zwyciężać w konkurencji na rynkach światowych. Funkcjonowanie cen w systemie ekonomiczno-finansowym musi mieć aspekt motywacyjny, gdyż inaczej ceny przekształcą się w bierne narzędzie agregacji wyników procesu gospodarowania.

W hierarchii ważności celów gospodarczych ceny powinny przede wszystkim sprzyjać obniżaniu kosztów, podnoszeniu efektywności produkcji eksportowej i poprawie jakości, system zaś finansowy i podatkowy powinien umacniać i podbudowywać funkcje cen w zakresie realizacji tych priorytetów.

Dopiero taka polityka mogłaby umożliwić szybki rozwój ruchu turystycznego, a więc przede wszystkim bazy hotelarskiej. Wzrost liczby hoteli może bowiem spowodować przyrost zysków przede wszystkim z tytułu zagranicznego ruchu turystycznego i tym samym wzrost dochodów państwa. Zanim jednak przejdziemy do określenia celów polityki turystycznej wynikających z podstawowych cech polityki ekonomicznej, należy wyjaśnić samo pojęcie polityki turystycznej.

Najprościej politykę turystyczną można by określić jako działalność, która polega na kształtowaniu stosunków społeczno-ekonomicznych w sferze obsługi turystycznej, na wyznaczaniu celów w dziedzinie kształtowania wielkości, struktury i dynamiki ruchu turystycznego krajowego i zagranicznego (przyjazdowego i wyjazdowego) oraz na bieżącym kierowaniu rozwojem turystyki ze względu na jej polityczne, społeczne i ekonomiczne przejawy. W praktyce polityka turystyczna jest wypadkową rozmaitych tendencji politycznych i różnych możliwości rozwiązań gospodarczych. Wynika to z powiązań turystyki z różnymi dziedzinami życia politycznego, społecznego i gospodarczego oraz z różnymi instytucjami, które te dziedziny reprezentują².

Jak dotąd, gospodarka turystyczna nie doczekała się wyodrębnienia budżetowego i planistycznego, nie stanowi więc formalnie osobnego działu gospodarki narodowej. Jest to z pewnością czynnik utrudniający programowanie tej

¹ J. Lipiński: *Studia z teorii i polityki cen*. Warszawa 1977; K. Pruss: *Kilka problemów polityki i systemu cen*. Bank i Kredyt 1983 nr 6; J. Śliwa, M. Zarzycki: *Kontrola zasad kształtowania i ustalania cen*. Kontrola Państwowa 1983 nr 3; J. Śliwa: *Funkcje i zadania cen*. Warszawa 1976.

² R. Łazarek: *Ekonomika i organizacja turystyki*. Warszawa 1972 s. 33.

złożonej działalności oraz efektywne zarządzanie nią lub choćby jej koordynację. Potrzebę wydzielenia gospodarki turystycznej uzasadniają jej wyraźne odrębności w stosunku do pozostałych działów gospodarki narodowej. Do najistotniejszych należy zaliczyć chociażby zróżnicowanie strukturalne, znaczną elastyczność popytu na dobra i usługi turystyczne, sezonowość działalności gospodarczej związanej z ruchem turystycznym czy odmienną gospodarkę turystyczną pod względem produktywności pracy¹.

Ponadto wydzielenie kompleksu gospodarki turystycznej — zdaniem R. Łazarka — może mieć uzasadnienie dla prowadzenia określonej polityki turystycznej w ramach polityki gospodarczej, dla preferowania określonych dziedzin produkcji dóbr i usług w różnych działach gospodarki narodowej i kierowania ich rozwojem stosownie do potrzeb obsługi ruchu turystycznego, dla ustalania polityki rozwoju w dziedzinie infrastruktury ogólnej i turystycznej².

W chwili obecnej nie ma jednak w Polsce jednolitej wypracowanej polityki turystycznej, mamy natomiast do czynienia z wieloma „politykami resortowymi”, z założeniami preferującymi odcinkowe, doraźne problemy rynku turystycznego.

Cele polityki turystycznej nie zostały do tej pory oficjalnie sformułowane. W rezultacie zarządzanie podmiotami gospodarczymi w turystyce było prowadzone bez wyraźnej myśli przewodniej. Wiele rozwiązań (przede wszystkim w zakresie polityki podatkowej bądź kredytowej) przeniesiono mechanicznie z doświadczeń przemysłu i innych działów gospodarki. Pogłębiło to procesy dekapitalizacyjne w turystyce, oderwało system kredytowy od systemu bankowego, osłabiło zależność między osiąganymi przez przedsiębiorstwa zyskami a rzeczywistymi przychodami z tytułu obsługi turystyki, umożliwiała wzrost zysków bez związku z efektywnością gospodarowania.

Biorąc pod uwagę te niekorzystne trendy, głęboką zmianę zasad polityki ekonomicznej, a także rozwiązania opisywane już od pewnego czasu w literaturze, należy stwierdzić, że podstawą aktywnej polityki turystycznej powinno być przede wszystkim stymulowanie wzrostu liczby przyjezdnych z zagranicy, wzrostu rozmiarów i wartości bazy (zwłaszcza hotelarskiej), wzrostu (w porównaniu ze stanem obecnym) opłacalności prowadzenia bazy, racjonalizacji kosztów jako podstawowego czynnika wpływającego na efektywność; powinno się także stworzyć warunki do opłacalności obniżek kosztów³.

¹ Por. S. Unković: *Ekonomika turizma*. Beograd 1970, s. 34.

² R. Łazarek: *Przesłanki ekonomiczne kształtujące politykę państwa w dziedzinie turystyki*. Ruch Turystyczny Monografie 1972, z. 6, s. 27-28.

³ W odróżnieniu od aktywnej polityki turystycznej, bierna polityka turystyczna polega na bieżącym dostosowywaniu się do warunków społeczno-ekonomicznych, bez aktywnego podejmowania działań przekształcających te warunki zgodnie z założonymi celami. U. Szubert-Zarzeczny: *Ocena zgodności założeń rozwoju turystyki z niektórymi rozwiązaniami refermy gospodarczej*. Prace Karkonoskiego Towarzystwa Naukowego w Jeleniej Górze 1986 nr 48, s. 66.

Niewątpliwie rozwój turystyki zagranicznej (zwłaszcza przyjazdowej) przynosi zarówno państwu, jak i przedsiębiorstwom bardzo istotne dochody. Nie przypominając tu znanych faktów świadczących o roli tej formy turystyki w równoważeniu bilansu płatniczego należy stwierdzić, że opłacalność tych usług jest bardzo wysoka, a możliwości wzrostu ich świadczenia — ogromne. Dowodzą tego przykłady budowy hoteli orbisowskich z kredytu zagranicznego, który jako jeden z nielicznych został zwrócony w terminie bez problemów płatniczych¹.

Aby zapewnić zwiększenie uczestnictwa w zagranicznej turystyce przyjazdowej i wzrost wpływów z tego tytułu, należałoby również podjąć kroki w celu przeciwdziałania dekapitalizacji bazy hotelarskiej. W turystyce większość obiektów hotelarskich liczy, niestety, kilkadziesiąt lat. Obiekty te wymagają kosztownych remontów i inwestycji odtworzeniowo-modernizacyjnych. Na przykład tylko w państwowych przedsiębiorstwach turystycznych do natychmiastowego wyłączenia z eksploatacji ze względu na niewłaściwy stan techniczny kwalifikuje się około 6 tys. miejsc noclegowych.

Poważnym ograniczeniem możliwości samodzielnego prowadzenia i finansowania działalności remontowej było wejście w życie od 1984 r. zasady odprowadzania około 50% amortyzacji do budżetu, a w przypadku „Orbisu” do zarządu PP „Orbis”. Spowodowało to, oczywiście, zmniejszenie możliwości prowadzenia działalności rozwojowej, a także przyspieszyło proces dekapitalizacji majątku. Wydaje się, że decyzje powinny być podejmowane na podstawie ekonomicznej efektywności inwestycji i kapitałochłonności nowych obiektów.

Dużą rolę w zakresie działalności inwestycyjnej i modernizacyjnej oraz wyboru najefektywniejszych ekonomicznie form inwestycji ma zróżnicowanie stawki amortyzacyjnej. Stawka amortyzacyjna i jej część pozostająca w dyspozycji zakładu czy przedsiębiorstwa powinny być ustalane w zależności od typu obiektu; uwzględnione powinno być również tempo zmian cen. W przeciwnym razie nominalnie stała wartość stawki w rzeczywistości będzie miała charakter degresywny². Dprowadza to do znacznie wyższej opłacalności starych obiektów, zwłaszcza hoteli, gdzie przy tych samych cenach jak w obiektach nowych jest o wiele niższa stawka amortyzacyjna. Stawka amortyzacyjna powinna też uwzględniać wiek obiektów. Niska w wypadku obiektów bardzo starych nie skłania do podejmowania decyzji inwestycyjnych, a raczej może wywoływać tendencje do jak najdłuższej eksploatacji, po której następuje proces dekapitalizacji. Owa dekapitalizacja pogłębia się więc najszybciej w tych przedsiębiorstwach, których baza jest najbardziej zużyta. Co więcej, pomimo wysiłku niektórych spośród nich, zmierzających do rozbudowy bazy i wydatkowania

¹ G. Gołembski: *Funkcjonowanie przedsiębiorstw na rynku turystycznym*. Prace CPBP 08.06. 1988 Cz. III s.5, masz.

² G. Gołembski: *Warunki zastosowania marketingu w turystyce w gospodarce centralnie planowanej*. Poznań 1980.

dużych kwot z zysku na fundusz rozwoju, sytuacja zdaje się pogarszać¹. Naczelnym więc zadaniem staje się próba przełamania tej niekorzystnej sytuacji przez danie prymatu przedsiębiorstwom lepiej prosperującym, charakteryzującym się wyższą efektywnością ekonomiczną działalności, a co za tym idzie wyższym stopniem wykorzystania potencjału. Należałoby więc podjąć takie działania, chociażby w formie kredytów czy ulg podatkowych, które ułatwiłyby przedsiębiorstwom wprowadzenie zmian. Nie można dopuścić do sytuacji, w której przedsiębiorstwa będą próbowały ratować zużytą bazę materialną tylko i wyłącznie poprzez wzrost cen, do czego mógł skłaniać zupełnie wadliwy system ekonomiczno-finansowy zarówno w sferze eksploatacji, jak i kredytowania inwestycji.

Kolejną cechą polityki turystycznej powinno być dążenie do racjonalizacji kosztów jako podstawowego czynnika wpływającego na efektywność oraz stworzenia warunków do opłacalności obniżki kosztów. Dopóki bowiem ceny będą uzależnione od kosztów, zysk zaś będzie wzrastał szybciej niż koszty, przedsiębiorstwa nie będą materialnie zainteresowane obniżaniem kosztów, a tym samym racjonalizacją swoich zakupów. Wzrost cen surowców i materiałów niezbędnych do świadczenia usług może jedynie w takiej sytuacji sprzyjać tendencji do zwiększania zakupów².

W rzeczywistości więc związek cen i kosztów jest bardzo silny, gdyby zatem uwzględnić go przy weryfikacji poziomu ceny, efektem obniżki kosztów powinien być spadek ceny. Niestety, w obecnej sytuacji droga do obniżenia kosztów będzie niezwykle trudna, tym bardziej że nie jest to akt jednorazowy, lecz długotrwały, wielopłaszczyznowy proces o efektach często przesuniętych w czasie.

Dotychczasowe systemy zarządzania nie stwarzały, niestety, korzystnych warunków do podejmowania przedsięwzięć oszczędnościowych. Nie sprzyjały temu również stosowane metody ustalania cen. Akceptowały one każdy poziom kosztów, a w wielu wypadkach zachęcały do ich zwiększania. Wprowadzane dotychczas mechanizmy nie motywowały dostatecznie do obniżania kosztów, które powinny być powiązane ze wzrostem efektywności. W rozwiązaniach systemowych tzw. reformy gospodarczej usankcjonowano prawnie przenoszenie zwykłego ruchu cen na odbiorców. W rezultacie przedsiębiorstwa mogły zmieniać ceny z tytułu niezależnego wzrostu kosztów. Zasilało to, oczywiście, ich środki finansowe, ale nie zmuszało do podejmowania przedsięwzięć oszczędnościowych i łagodzenia negatywnego wpływu zwykłego ruchu cen na koszty produkcji. Dlatego też celem głównym powinno być stworzenie warunków do racjonalizacji kosztów, niedopuszczanie do ich przerostów ponad przeciętny poziom. Przez racjonalizację kosztów powinniśmy dążyć do efektywności

¹ Np. w wojewódzkich przedsiębiorstwach turystycznych przeciętne zużycie środków trwałych wzrosło w ostatnich latach z 36,8 do 50,5%. W jednostkach orbisowskich sytuacja jest co prawda lepsza, ale i tu przeciętne zużycie środków trwałych wzrasta z roku na rok: z 11,3% w 1981 r. do 18% w 1988 r.

² G.Gołębski: *Funkcjonowanie przedsiębiorstw...* s. 23.

hotelarstwa, a tym samym efektywności środków trwałych będących w dyspozycji zakładów.

Należałoby więc odpowiedzieć na pytanie, co trzeba uczynić w zakresie pośredniego oddziaływania na decyzje ekonomiczne zakładów hotelarskich, aby stymulować zmiany wpływające na obniżkę względnego poziomu kosztów własnych?

W systemie pośredniego oddziaływania na podejmowanie decyzji gospodarczych przez przedsiębiorstwa i zakłady hotelarskie — co jest cechą charakterystyczną poczyną reformatorskich — niezwykle ważne jest nie tylko śledzenie reakcji przedsiębiorstw na stosowane wobec nich instrumenty ekonomiczne, ale także poszukiwanie przyczyn tych reakcji. Określenie tych przyczyn pozwala bowiem ukazać nie zawsze prosty mechanizm podejmowania przez przedsiębiorstwo decyzji gospodarczych, zaobserwować pewne reguły i prawidłowości, a w konsekwencji uniknąć błędów na przyszłość¹.

Z badań przeprowadzonych w zakładach hotelarskich należących do PP „Orbis” wynika, że istnieją duże różnice faktycznego poziomu istotności związków zachodzących między kosztami własnymi zakładów hotelarskich a wpływającymi na nie czynnikami w porównaniu z tym, jaki powinien istnieć w systemie proefektywnościowym². Dlatego też wydaje się konieczne wykazanie przyczyn zaistniałej sytuacji i zaproponowanie nowych rozwiązań, zmierzających do wyrównania różnic, a tym samym obniżki i racjonalizacji kosztów własnych zakładów hotelarskich.

Zacznijmy od rozpatrzenia wpływu wartości środków trwałych na wielkość i strukturę kosztów własnych. Wielce niepokojącym zjawiskiem była niska współzależność między tą wartością a kosztami amortyzacji, wysokością podatku od gruntu i nieruchomości i kosztami remontów. Przyczyn tej sytuacji jest wiele. Jedną z nich to zdeprecjonowanie znaczenia amortyzacji środków trwałych w dotychczasowym systemie nakazowo-rozdzielczym na skutek nierealnej wyceny majątku trwałego, będącego w dyspozycji zakładów hotelarskich. Środki trwałe były ewidencjonowane, jak wiadomo, w cenach nabycia, których nie korygowano, mimo że realne ceny tych środków znacznie wzrastały. W rezultacie rzeczywista wartość majątku trwałego poszczególnych zakładów była kilkakrotnie wyższa od wartości ewidencjonowanej, będącej podstawą amortyzacji. W tych warunkach amortyzacja nie pełniła i nie mogła pełnić swoich podstawowych funkcji ekonomicznych. Nie mogła zwłaszcza pełnić podstawowej funkcji finansowej, to znaczy nie zapewniała odpowiednich źródeł finansowania reprodukcji środków trwałych. Nierealna wartość środków trwałych uniemożliwiała również bieżącą ocenę rzeczywistego zużycia tych środków oraz przeniesienie tego zużycia w ciężar kosztów własnych zakładu.

¹ G. Gołembski, B. Marcinkowska: *Uwarunkowania decyzji gospodarczych podejmowanych w Polsce przez przedsiębiorstwa turystyczne*. Problemy Turystyki 1989 nr 1.

² Szczegółowe wyniki tych badań por. CPBP 08.06.V.3.2 *Koszty własne zakładów hotelarskich i możliwości ich minimalizacji*. Instytut Turystyki, Poznań 1988, masz.

Nierealna wartość środków trwałych deformowała zatem rzeczywistą wartość majątku, a co za tym idzie także ceny oraz faktyczne koszty zakładów. Przekreślała również możliwość prowadzenia w przedsiębiorstwach poprawnego rachunku ekonomicznego. Aby jednak nie doszło na przyszłość do deprecjacji majątku trwałego poszczególnych zakładów hotelarskich i znaczenia amortyzacji, konieczne jest stałe, tzn. coroczne korygowanie wartości środków trwałych, uwzględniające zmiany cen. W tym względzie nie można zaakceptować dotychczasowej sytuacji (do 31.12.1989 r.) i ograniczać metod przeciwdziałania deprecjacji majątku trwałego do przeprowadzanej co cztery lata wielkiej ogólnokrajowej przeceny tego majątku. Coroczna przecena wartości środków trwałych każdego przedsiębiorstwa czy zakładu może być dokonywana bądź na podstawie aktualnych cenników, bądź też na podstawie szacunkowych wskaźników wzrostu cen oraz cen światowych w odniesieniu do danej grupy środków trwałych. To ostatnie rozwiązanie wydaje się najśluszniesze. Obecnie zakres wiązania cen światowych z cenami wewnętrznymi jest stale rozszerzany. Konieczność większego niż do tej pory powiązania gospodarki polskiej ze światową wymusza dostosowywanie struktury cen krajowych do cen światowych i zapewnienie pełnej wymienialności waluty krajowej. Ceny bowiem, które uzyskujemy w eksporcie i płacimy w imporcie, wywierają istotny wpływ na sytuację gospodarczą kraju. Nie jest zatem obojętne, w jakim stopniu relacje cen środków produkcji na rynku wewnętrznym odbiegają od relacji na rynkach międzynarodowych. Powiązanie cen światowych z cenami rynku wewnętrznego przejawia się głównie przy ustalaniu cen zbytu podstawowych surowców i materiałów importowych, limitu cen nowych maszyn i narzędzi, a także artykułów konsumpcyjnych trwałego użytku oraz cen zbytu nowych urządzeń i maszyn. Skorzystanie z tej formy wyceny (na podstawie wyceny środków trwałych na rynkach zagranicznych) przy ustalaniu wartości środków trwałych poprzez urealnianie cen spowodowałoby podwyższenie wartości tych środków i pośrednio miałoby wpływ na efektywność funkcjonowania zakładów hotelarskich.

Realizacja tych założeń wymaga również pewnej korekty stawek odpisów amortyzacyjnych w celu stworzenia bodźców ekonomicznych do intensywniejszego wykorzystania majątku trwałego. Właśnie z tych względów w krajach wysoko rozwiniętych stawki amortyzacyjne są średnio dwukrotnie wyższe niż w Polsce. Stawki odpisów amortyzacyjnych powinny bowiem uwzględniać ekonomiczne zużycie środków trwałych. Z ekonomicznego punktu widzenia nie można również uzasadnić wyłączenia z amortyzacji nieczynnych i nie w pełni wykorzystanych środków trwałych. Należałoby więc podjąć kroki przeciwdziałające marnotrawstwu środków trwałych, do likwidacji zakładów włącznie. Amortyzacja środków trwałych powinna również stać się skutecznym środkiem w tym zakresie.

Deprecjacja amortyzacji środków trwałych w dotychczasowym systemie zarządzania wynikała również z centralizacji znacznej części (50%) funduszu amortyzacyjnego. Zakłady hotelarskie były więc z reguły pozbawione kilkunastu procent funduszu amortyzacyjnego przekazywanego na rzecz budżetu

państwa lub innych scentralizowanych funduszy. Pozostawiana do dyspozycji zakładów część funduszu amortyzacyjnego nie pokrywała nawet reprodukcji prostej środków trwałych, zwłaszcza wobec zaniżonej wartości majątku trwałego. W rezultacie następowała dekapitalizacja majątku trwałego zakładów hotelarskich. Pozbawienie zakładów znacznej części funduszu amortyzacyjnego nie tylko uniemożliwiało im reprodukcję i modernizację środków trwałych, ale ponadto zwalniało je z odpowiedzialności za odtwarzanie i modernizację majątku trwałego i ograniczało ich samodzielność w tak ważnej dziedzinie, jaką jest gospodarka środkami trwałymi.

Centralizacja i redystrybucja znacznej części funduszu amortyzacyjnego zniekształca także rachunek gospodarczy, ponieważ koszty własne określonych przedsiębiorstw czy zakładów są obciążane kosztami reprodukcji środków trwałych w innych przedsiębiorstwach czy zakładach. Ponadto centralizacja dużej części funduszu amortyzacyjnego powoduje, że zakłady hotelarskie, tak jak i inne przedsiębiorstwa, traktują go jak obcy, co nie sprzyja racjonalnemu i oszczędnemu gospodarowaniu środkami tego funduszu. Uzasadniony jest więc postulat przywrócenia obowiązującej mocy postanowieniom ustawy o gospodarce finansowej przedsiębiorstw państwowych w zakresie dotyczącym amortyzacji, a zatem pozostawiania całego funduszu amortyzacyjnego do swobodnej dyspozycji poszczególnych przedsiębiorstw i zakładów. Są to działania niezbędne obok działań najważniejszych, tzn. ciągłego urealniania wartości środków trwałych.

Nieprawidłowości zauważamy również w wypadku oddziaływania wartości majątku trwałego poszczególnych zakładów hotelarskich na koszty podatków od gruntu i nieruchomości oraz koszty remontów. Otrzymane wyniki¹ uzasadnia po raz kolejny nierealna wartość środków trwałych, podstawę bowiem opodatkowania nieruchomości stanowi — w odniesieniu do budynków i budowli — ich wartość będąca podstawą amortyzacji. Jeśli zaś chodzi o koszty remontów środków trwałych, to w systemie zarządzania obowiązującym w okresie prowadzenia badań (1983-1989) wobec corocznego ustalania dla poszczególnych zakładów hotelarskich zadań planowych i przyznawanych środków finansowych, kosztowa metoda finansowania remontów pobudzała do ich maksymalnego ograniczania, wskutek czego następowała stosunkowo szybka dekapitalizacja majątku trwałego.

Wydaje się, że podstawę wszelkich zmian stanowić może jedynie kształtowanie się zysku i mierników oceny działalności zakładów hotelarskich w dłuższym, co najmniej pięcioletnim okresie. Słusznie bowiem pisze B. Minc, że coraz więcej produktów i usług uznawanych za nieopłacalne wedle kryteriów jednorocznych byłoby opłacalnych, gdyby je osadzić w rezultatach ekonomicznych z wielu lat².

¹ Uzyskany współczynnik korelacji wynosił 0,64 w wypadku oddziaływania wartości majątku trwałego na podatek od gruntu i nieruchomości oraz 0,45 w wypadku oddziaływania tego czynnika na koszty remontów. W systemie wymuszającym efektywność podejmowanych działań zakłada się, że powinien on wynosić w obu wypadkach 0,85.

² B. Minc: *Jak reformować reformę*. Warszawa 1987, s. 57.

Zysk jednoroczny i jego maksymalizacja są jedynie środkami do osiągnięcia zasadniczego celu — jako źródło funduszy na działalność modernizacyjną i rozwojową.

Wspomniane już scentralizowanie funduszu amortyzacyjnego zamiast pozostawiania go w dyspozycji zakładów uniemożliwiało także często prowadzenie inwestycji odtworzeniowo-modernizacyjnych.

Aby jednak zmienić sytuację, należałoby obok urealniania ceny wartości środków trwałych na podstawie cen światowych umożliwić zakładom hotelarskim korzystanie z kredytów dewizowych; jednak przy założeniu, że kredyt ten byłby uzależniony od rezultatów ekonomicznych zakładów i ich sytuacji finansowej. Nie powinny być bowiem kredytowane zakłady pracujące nieefektywnie i ponoszące straty. Stopa procentowa powinna zaś rzutować na wyniki finansowe zakładów w znacznie większym stopniu, niż miało to miejsce w przeszłości, wymuszając niejako na zakładach racjonalne wykorzystanie kredytu. Chodzi bowiem o takie rozwiązania, które skłaniałyby do wzrostu efektywności działań. Ponadto, w warunkach dużego popytu na usługi świadczone przez zakłady hotelarskie i wysokiego stopnia dekapitalizacji bazy, należałoby umożliwić urealnienie rachunku efektywności inwestycji. Obowiązujące sposoby wyceny kosztów inwestycji uniemożliwiają wyliczenie realnie poniesionych nakładów i rachunek efektywności nie jest stosowany konsekwentnie, do tej pory bowiem nie uzależniano nakładów inwestycyjnych od wypracowanych dochodów inwestora¹.

Sterowanie działalnością inwestycyjną jest procesem gospodarczym, który powinien być realizowany przez stałe doskonalenie instrumentów ekonomiczno-finansowych, dostosowujące ten system do otoczenia ekonomicznego².

Wydaje się, że system finansowania inwestycji powinien być przede wszystkim spójny z systemem ekonomiczno-finansowym zakładów hotelarskich, ekonomiczne bowiem więzi między działalnościami eksploatacyjną i inwestycyjną są podstawowym warunkiem sprawnego funkcjonowania mechanizmu regulowania ekonomicznej struktury inwestycji. Zasadniczego znaczenia również w tym wypadku nabiera konieczność uaktywnienia takich instrumentów, jak ceny, stopa kredytowa, oprocentowanie środków trwałych czy amortyzacja. Ponadto jednolitą miarą efektywności wprowadzanych do planu inwestycji powinny być wyłącznie wyniki rachunku ekonomicznego. W znacznym stopniu rozwiązałoby to problem ustalania priorytetów inwestycyjnych, dzięki czemu nie trzeba by było wprowadzać różnych form uprzywilejowania inwestycji modernizacyjnych. Działania takie wypaczają bowiem efektywność inwestycji, ograniczają i zniekształcają informacje przy wariantowaniu procesów inwestycji, rozszerzają zakres manipulacji rachunkowych w celu wykazania pozornie wysokiej efektywności wariantu realizacyjnego. Należałoby również podjąć działania uspraw-

¹ Por. G. Gołembski: *Funkcjonowanie przedsiębiorstw...* s. 15.

² A. Gałbacik: *Instrumenty ekonomiczno-finansowe w sterowaniu inwestycjami odtworzeniowo-modernizacyjnymi w latach 1976-1980*. Warszawa 1981, s. 115-125.

niające sterowanie inwestycjami modernizacyjnymi, co przyczyniłoby się z pewnością do realnego zwiększania rangi tych przedsięwzięć w procesach reprodukcji środków trwałych.

Aby przeciwdziałać negatywnym zjawiskom, należałoby również zapewnić większą opłacalność usług dla turystów zagranicznych, przede wszystkim zainteresowanym podmiotom gospodarczym. W tym celu jednym z podstawowych zadań byłoby oderwanie gospodarki finansowej zakładów hotelarskich od budżetu macierzystego zakładu, stwarzające możliwość konkurencji na polskim rynku turystycznym. Należałoby również dostosować zasady systemu podatkowego do wzrostu wykorzystania potencjału: obniżanie podatku w miarę wzrostu tego wykorzystania. Ponadto zakłady hotelarskie powinny mieć bezwzględne prawo osiągania przychodów z tytułu obsługi cudzoziemców, a uzyskany z tego tytułu zysk powinien pozostawać w dyspozycji poszczególnych zakładów. Umożliwiłoby to przeznaczenie większych środków finansowych na działalność rozwojową, prowadzenie nowych inwestycji z funduszy własnych i chociaż częściowe zniwelowanie w ten sposób poważnych braków występujących w bazie materialnej, zarówno noclegowej, jak i gastronomicznej, hamujących przede wszystkim rozwój zagranicznej turystyki przyjazdowej.

Należałoby więc stworzyć takie warunki, które pobudzałyby do działań proefektywnościowych i polegały na zapewnieniu zakładom hotelarskim większej opłacalności w razie obniżania względnego poziomu kosztów lub wzrostu wykorzystania potencjału. Mając jednak na względzie wysoki stopień wykorzystania potencjału w zakładach hotelarskich funkcjonujących na polskim rynku turystycznym, należałoby przede wszystkim skłonić zakłady do większego zainteresowania nowymi inwestycjami i zwiększeniem ich opłacalności. Z przeprowadzonych badań wynika bowiem, że mamy do czynienia z względnie stałą liczbą obsłużonych klientów, co niestety, w warunkach nierównowagi i przy wysokim procencie wykorzystania miejsc, świadczy o bardzo małym inwestowaniu. Konieczne jest więc umożliwienie zakładom hotelarskim ponoszenia kosztów związanych z rozwojem. Generalnie rzecz biorąc, fundusze pozostające do dyspozycji zakładów są niewystarczające na dokonywanie inwestycji i nie istnieje żadna współzależność między efektywnością wykorzystania obiektów a ich możliwościami rozwojowymi. Świadczyć to może jedynie o istotnych niedociągnięciach i słabościach systemu oddziaływania na decyzje ekonomiczne zakładów. Przykładem może tu być choćby czysto mechaniczny system podatkowy.

Obserwujemy całkowitą sztuczność w przypadku oddziaływania liczby obsłużonych klientów na wysokość podatków. Wysoki współczynnik korelacji wcale nie świadczy o prawidłowym oddziaływaniu tego czynnika, wysokość bowiem podatku płaconego od obrotu nie zależy od faktycznych wyników działalności. Aby stymulować zakłady hotelarskie do osiągania wyższej efektywności, należałoby powiązać wysokość podatku od obrotu z wielkością osiągniętych obrotów. Wraz ze zwiększeniem obrotów podatek powinien relatywnie

spadać. Wówczas same zakłady byłyby zainteresowane świadczeniem możliwie najbardziej opłacalnych usług, ciągłym wzrostem wykorzystania potencjału, to zaś miałyby również wpływ na ich konkurencyjność.

Dążenie do wzrostu wykorzystania potencjału, rozbudowa posiadanej bazy stają się konieczne również ze względu na coraz wyższy koszt złotówkowy przypadający na jednego obsłużonego klienta. Przyjmując za punkt odniesienia koszt usług hotelowych na jednego klienta stwierdzamy, że w zdecydowanej większości wypadków liczba obsłużonych klientów wzrasta wolniej niż koszty mierzone wartościowo. Jest to bez wątpienia w dużej części wynik postępującej w tym okresie inflacji, ale też może świadczyć o małym zainteresowaniu kierownictwa zakładów pozyskiwaniem nowych klientów, co w razie odejścia od kosztowej formuły ustalania cen i stworzenia systemu podatków proporcjonalnych do osiągniętych wyników spowoduje załamanie się pozycji niektórych zakładów hotelarskich na rynku.

Analizując rozbieżności między przyjętymi założeniami a rzeczywistością należałoby jeszcze zwrócić uwagę na powiązanie liczby miejsc noclegowych z kosztami remontów. Uzyskany współczynnik korelacji jest niewspółmiernie niski w stosunku do zakładanej istotności związku. Aby jednak zapewnić prawidłowość oddziaływania wymienionych wielkości, należałoby przede wszystkim naliczać koszty remontów w momencie zbierania pieniędzy, nie zaś ich wydatkowania. Wprawdzie często rozpisuje się koszty remontów w czasie, jest to jednak z reguły faktyczny koszt remontów podzielony równo na okresy obrachunkowe, co nie odzwierciedla faktycznie odłożonej kwoty, na przykład w okresach miesięcznych czy kwartalnych, na poczet przyszłych remontów.

Ponadto należałoby wprowadzić pojęcie kosztu remontu na jedno miejsce noclegowe i powiązać przykładowo cenę kredytu z kształtowaniem się tego wskaźnika (im wyższy byłby uzyskany wskaźnik, tym kredyt powinien być droższy). Do tej pory bowiem rola kredytów nie była zbyt wielka. Niska stopa procentowa i stosunkowo mały jej wpływ na wyniki ekonomiczne oraz na płace i premie zatrudnionych powodowały, że zakłady hotelarskie nie były dostatecznie zainteresowane ograniczaniem rozmiarów i racjonalnym wykorzystaniem kredytów. Pogłębiała ten stan rzeczy przyjęta właśnie w praktyce obligatoryjność kredytu bankowego. W obecnych warunkach rola kredytów powinna znacznie wzrosnąć. Powinny być udzielane tylko takim zakładom, które mają wystarczającą zdolność kredytową, tzn. zapewniają wysoką efektywność gospodarowania. Do tej pory zasady kredytowania nie wymuszały w sposób wystarczający efektywności gospodarowania, przede wszystkim z następujących powodów:

— w warunkach nierównowagi gospodarczej i wysokiego stopnia zmonopolizowania rynku każda jednostka gospodarcza mogła bardzo łatwo uzyskać zdolność kredytową, co oczywiście nie sprzyjało podejmowaniu działań proefektywnościowych;

— zbyt szeroki zakres różnych form dotowania przedsiębiorstw i zakładów zarówno przez państwo, jak i przez organa tworzone na szczeblu resortów, branż

i regionów, stanowił skuteczną ochronę egzystencji nieefektywnych jednostek gospodarczych.

Do podstawowych celów systemu kredytowania powinno należeć między innymi pobudzanie przedsiębiorstw i zakładów do efektywnego gospodarowania środkami trwałymi i obrotowymi, zapewnienie płynności finansowej w jednostkach gospodarczych na takim poziomie, aby z jednej strony nie dopuścić do gromadzenia nadmiaru środków finansowych, które mogłyby być wykorzystywane w sposób nieuzasadniony ekonomicznie, z drugiej zaś — umożliwić podmiotom gospodarczym pracującym efektywnie zdobycie niezbędnych środków na rozwój. Realizacja tych zadań wymaga istotnych zmian w dotychczasowym systemie kredytowania, także zakładów hotelarskich. Konieczna jest zwłaszcza zmiana kryteriów oceny zdolności kredytowej zakładu hotelarskiego jako warunku udzielenia kredytu. Zdolność ta nie może być oceniana jedynie na podstawie bieżącej efektywności jego gospodarowania i jego bieżącej wypłacalności: powinno się przy tym uwzględniać także efektywność przewidywaną na przyszłość i wynikającą z niej wypłacalność danego zakładu. Naturalnie, ta przyszłość w odniesieniu do kredytowania nie powinna być zbyt odległa, powinna jednak obejmować — naszym zdaniem — okresy co najmniej pięcioletnie. Dlatego też w celu stworzenia warunków do bodźcowego oddziaływania banku na gospodarkę środkami trwałymi i obrotowymi zakładów proponuje się również wprowadzenie zmian ceny kredytu udzielanego na działalność remontową i tym samym rozwojową zakładów hotelarskich w zależności od wspomnianego już wskaźnika, uzyskanego przez podzielenie kosztu remontu przez liczbę miejsc noclegowych, oraz uzależnienie kosztu kredytów od wieku obiektów i ich amortyzacji, dotychczasowe bowiem rozwiązania nie sprzyjały ani polityce „trudnego pieniądza”, ani oszczędnemu korzystaniu z kredytów.

Poważne zaangażowanie własnych środków finansowych w działalność rozwojową, podwyższanie ceny kredytu w porównaniu ze stosowanymi dotychczas zasadami, zmienność cen ziemi i stawek amortyzacyjnych muszą spowodować wzrost zainteresowania rachunkiem efektywności inwestycji. Jest to działanie konieczne, albowiem przewidywane koszty jako istotny element tego rachunku stanowią podstawę ustalenia wielkości kredytu, ekonomiczne zaś obroty — możliwości jego spłaty¹.

Mówiąc o kosztach remontów w zakładach hotelarskich należałoby również zwrócić uwagę, że powinny być skorelowane z wielkością uzyskiwanych obrotów. W praktyce zakładów hotelarskich sytuacja ta jest niezadowalająca, współczynnik bowiem korelacji między wielkością obrotów a kosztami remontów zdecydowanie odbiega od przyjętej w założeniach istotności tego związku (w pierwszym wypadku wynosi on od 0,38 do 0,50, zakładana zaś wysokość współczynnika korelacji 0,61-0,85). Wynikać to może z faktu uniezależnienia

¹G. Gołembski: *Zarządzanie w turystyce. Formułowanie i weryfikacja rozwiązań systemowych*. Warszawa 1987, s. 70-71.

kosztów remontów od wzrostu (spadku) uzyskiwanych obrotów. Wydaje się więc słuszne wprowadzenie podatku od kosztów remontów, jeżeli nie są one związane ze wzrostem obrotów, a tym samym wzrostem wykorzystania potencjału, ani zużyciem materiałów i przedmiotów nietrwałych niezbędnych do zapewnienia wzrostu obrotów. W ten sposób premiowano by zakłady hotelarskie, które osiągałyby wzrost obrotów przez podnoszenie stopnia wykorzystania potencjału, nie zaś przez nieuzasadniony wzrost cen pokrywający każdy wzrost kosztów, w tym koszty remontów. Dotychczasowe zasady nie zachęcały więc wcale zakładów hotelarskich do kształtowania kosztów na jak najniższym poziomie, a nawet skłaniały je do ponoszenia jak największych kosztów własnych. Niejednokrotnie bowiem dla uproszczenia procesu ustalania cen zamiast kosztów średnich przyjmowano zbliżone do nich koszty własne zakładu reprezentatywnego z punktu widzenia świadczenia danej usługi. Wówczas koszty własne takiego zakładu były zastępczą podstawą ustalania cen zamiast kosztów średnich. Sytuacja ta staje się szczególnie niebezpieczna, gdy zakłady świadczące takie same usługi ponoszą różne koszty własne, na których podstawie ustalają różne ceny, a rynek nie stwarza żadnych zagrożeń dla najdroższych usługodawców.

Zainteresowanie zakładów wysokimi kosztami własnymi przed ustaleniem ceny usługi jest jeszcze jednym dowodem podstawowej wady kosztowej formuły ustalania cen. Zgodnie z nią tańsze świadczenie nowych usług substytucyjnych jest dla zakładów nieopłacalne, ponieważ przynosi im mniejszy zysk. Bardziej opłacalne staje się natomiast świadczenie nowych usług, droższych niż dotychczasowe. Kosztowa formuła cen nie tylko więc hamuje wszelkie ulepszenia polegające na obniżaniu kosztów określonej wartości użytkowej (jednostki wartości użytkowej), lecz nawet zachęca do pogarszania relacji między kosztami a wartością użytkową (wzrostu kosztu jednostki wartości użytkowej).

Na ostrość różnicy w zachowaniu się zakładów hotelarskich w polityce kosztowej mają wpływ nie tylko zasady ustalania i zmian cen, lecz również mierniki oceny działalności zakładów. Jeżeli bowiem zakłady są zainteresowane powiększaniem zysku, wówczas przy danych cenach mogą go powiększać między innymi przez obniżanie kosztów własnych. Im silniej są zainteresowane wzrostem zysku, tym większego można oczekiwać wysiłku w tym kierunku. Jeżeli bodźce materialnego zainteresowania oparte na zysku są słabe, trudno się spodziewać, by zakłady hotelarskie podejmowały starania o obniżkę kosztów własnych. Na stosunek zakładów do obniżki kosztów własnych po ustaleniu cen wpływały także zasady zmiany cen. Jeżeli wkrótce po obniżce kosztów własnych następowało analogicznie obniżenie cen, zakłady nie były nią zainteresowane. Samo występowanie tego rodzaju obawy musiało już paraliżować ich starania o obniżkę kosztów. Taki hamujący obniżkę kosztów własnych wpływ miało na przykład wyznaczanie górnej granicy rentowności nie powodującej zmniejszenia ceny. Ponieważ obniżenie kosztów własnych przekraczające tę granicę pociągało za sobą spadek cen do poziomu rentowności normatywnej, zakłady nie były skłonne jej przekraczać, a nawet zbliżać się do niej. Dlatego też, aby skłonić

zakłady hotelarskie do obniżki kosztów własnych, należałoby właśnie przede wszystkim wprowadzić takie mierniki oceny ich działalności i oddziaływać poprzez system podatkowy tak, aby same podmioty gospodarcze widziały jako sposób podwyższenia efektywności ekonomicznej swojej działalności efektywniejszą pracę, nie zaś podwyższanie cen. Ponadto dopiero zmiana zasad podatkowych, zasad kredytowania i oprocentowania kredytów oraz stałe urealnianie wartości majątku trwałego mogą zapewnić korelację między kosztami własnymi zakładów hotelarskich i wymienionymi czynnikami oddziałującymi na ich wielkość i strukturę.

Wspomniane rozważania dotyczyły wpływu na koszty własne zakładów takich czynników, jak wielkość majątku trwałego, liczba obsłużonych klientów, wielkość obrotów i liczba miejsc noclegowych. Nie można jednak zapominać o roli liczby zatrudnionych w poszczególnych zakładach, gdyż racjonalizacja zatrudnienia jest najkorzystniejszym sposobem obniżenia kosztów i zwiększenia zysku. Tak wygospodarowane środki na płace nie są wliczane do ogólnej sumy wynagrodzeń i nie podlegają obciążeniom. Rezerwy tkwią między innymi w efektywnym wykorzystaniu pracy na poszczególnych stanowiskach oraz w zmniejszeniu absencji. Są to bezpośrednie czynniki wzrostu wydajności pracy. Racjonalizację zatrudnienia utrudnia z kolei nadmierna fluktuacja pracowników. Wywołują ją przede wszystkim: nieodpowiedni system motywacji, niewłaściwa organizacja, możliwość znalezienia lepiej płatnej pracy.

Samodzielna polityka płacowa powinna gwarantować wzrost wydajności pracy i efektywność procesów gospodarczych. Dlatego też kolejnym zadaniem staje się powiązanie płac ze wzrostem konkretnych działań proefektywnościowych. Do tej pory płace były uzależnione jedynie od wartości osiąganego przez zakłady hotelarskie zysku, co w warunkach inflacyjnego wzrostu cen nie stanowiło miarodajnego miernika oceny wykonywanej pracy. Optuje się za tym, aby podstawą ustalania płac i premii były takie mierniki, które by odzwierciedlały wpływ samych pracowników na poprawę wyników gospodarowania, na przykład wzrost liczby obsłużonych klientów czy ilość surowców sprzedanych w gastronomii. Podobną uwagę należy poświęcić kosztom, które mogą być porównywalne między zakładami, głównie w postaci wskaźników względnych. Nie jest bowiem obojętne, jakim kosztem osiągnięto realny wzrost świadczonych usług¹.

Do celów, których osiągnięcie powinny zapewnić zmodyfikowane rozwiązania systemowe mające wpływ na wzrost ekonomicznej efektywności gospodarowania, należałoby również zaliczyć ściślejsze niż do tej pory powiązanie sezonowości (wykorzystanie potencjału) z sezonowym zatrudnieniem. Jak wykazały badania, w zakładach hotelarskich powiązanie to jest minimalne, często w ogóle nie istnieje. Powoduje to przerosty zatrudnienia, szczególnie wówczas, kiedy wykorzystanie potencjału jest niewielkie, przez co zmniejsza się efektywność świadczonych usług i następuje przerost kosztów wynagrodzeń.

¹ Por. G. Gołembski: *Zarządzanie w turystyce...*, s. 90-92.

Generalną jednak zasadą powinna być obniżka narzutu na fundusz płac w sezonie i jego podwyżka w okresie posezonowym. Obniżka miałaby na celu stymulowanie do łatwiejszego i racjonalniejszego zatrudniania pracowników; celem natomiast podwyżki byłoby przeciwdziałanie nadmiernemu wzrostowi płac w okresie obniżki obrotów.

Upoważnienie zakładów hotelarskich i innych jednostek gospodarczych do swobodnego kształtowania cen przekreśliło w dużej mierze możliwość opierania motywacyjnego systemu ustalania płac na syntetycznym wyniku finansowym, to znaczy na zysku. Przekreślona została więc jedna z podstawowych kategorii ekonomicznych w naszej gospodarce, jaką jest zysk, i zostało podważone jedno z najważniejszych założeń reformy gospodarczej. Właśnie odrzucenie zysku jako podstawy kształtowania płac doprowadziło do opowiadania się w bieżącej praktyce zakładów hotelarskich za ustalaniem płac na podstawie tak bardzo nigdy krytykowanych mierników. Można również uzależniać wysokość wynagrodzeń w zakładach hotelarskich od liczby zatrudnionych na jedno miejsce noclegowe czy konsumenckie. W tym przypadku wynagrodzenia powinny rosnać proporcjonalnie do wzrostu liczby miejsc na jednego zatrudnionego.

Bez spełnienia wszystkich wymienionych warunków nie można zracjonalizować systemów motywacyjnych w zakładach hotelarskich i uczynić je skutecznymi stymulatorami wzrostu wydajności pracy, efektywności gospodarowania, ani oczekiwać pożądanego wpływu liczby zatrudnionych na wielkość i strukturę kosztów własnych. Badania świadczą bowiem o sztuczności korelacji między zatrudnieniem a podatkami, amortyzacją i kosztami energii.

Tak więc bez wprowadzenia gruntownych zmian w polityce zatrudnienia i systemie wynagrodzeń zakłady hotelarskie nie są w stanie zracjonalizować swoich systemów motywacyjnych.

Omówione zasady wpływania na wielkość i strukturę kosztów własnych w zakładach hotelarskich stanowią wykaz rozwiązań systemowych, które mogłyby doprowadzić do zwiększenia efektywności świadczenia usług turystycznych, potanienia tych usług, a tym samym do obniżenia względnego poziomu kosztów własnych. Na zmiany te składają się przede wszystkim wspomniane zmiany systemu podatkowego, powiązane ze stałą, systematyczną kontrolą kosztów i wykorzystania potencjału, zmiany sposobu powiązania płac w zakładach hotelarskich z efektami ich działalności, zmiany systemu kredytowania w wypadku prowadzenia działalności rozwojowej i modernizacyjnej, ciągle urealnianie wartości majątku trwałego pozostającego w dyspozycji zakładów oraz przywrócenie prawidłowej roli miernikowi oceny działalności, jakim jest zysk.

Nowe rozwiązania systemowe dotyczące kształtowania wyników ekonomicznych i ich podziału powinny więc być skonstruowane z myślą o opłacalności racjonalnego gospodarowania i o maksymalizacji nadwyżki. Bez tego zakłady hotelarskie nie będą w stanie poprawić swojej sytuacji na rynku ani uzyskać środków na rozwój. Uznanie zysku za główny miernik efektywności gospodarowania jest uwarunkowane jego reprezentatywnością. Jest to czynnik

przemawiający również za szybkim równoważeniem gospodarki i przeciwdziałaniem praktykom monopolistycznym. Tylko w warunkach przymusu ekonomicznego zysk jest miernikiem o dwukierunkowym działaniu: zarówno w kierunku wzrostu efektów, jak i minimalizacji kosztów.

Zaproponowane rozwiązania systemowe są w pełni zgodne z nowo wprowadzonymi zasadami gospodarki rynkowej, w myśl których na rynku utrzymać się może tylko przedsiębiorstwo działające w sposób efektywny.

- remonty,
- koszty innych usług materialnych,
- razem koszty niematerialne,
- wynagrodzenia,
- podatki.

Badania, które tu omówimy, miały na celu przeprowadzenie analizy kosztów w przedsiębiorstwach hotelarskich „Orbis”.

Mówiąc o ekonomicznej analizie kosztów, nie należy myśleć o wyodrębnieniu kosztów w celu ich minimalizacji. Tak też było w omawianych przedsiębiorstwach. W tym celu należało przede wszystkim ustalić, jakie koszty wchodziły w skład kosztów całkowitych i jakie z nich należało wyodrębnić.

Ustalenie podobieństw między przedsiębiorstwami oraz podobieństw między poszczególnymi kwartalami ze względu na kształtowanie się kosztów i zmianę ich poziomu w czasie było pierwszym etapem analizy.

Praktyczny cel badań był dwójaki. Z jednej strony był to cel poznawczy, z drugiej zaś cel decyzyjny. Chodziło o ustalenie, jakie koszty wchodziły w skład kosztów całkowitych i jakie z nich należało wyodrębnić.

W ramach analizy kosztów w przedsiębiorstwach hotelarskich „Orbis” należało przede wszystkim ustalić, jakie koszty wchodziły w skład kosztów całkowitych i jakie z nich należało wyodrębnić.

Zmienne ekonomiczne, w zależności od typu analizy, wyrażano w wartościach globalnych lub jednostkowych. Koszty — wielkościami — wyrażano w wartościach globalnych lub jednostkowych.

Analizy dotyczyły następujących trzynastu hoteli „Orbis”:

1. „Vera” w Warszawie
2. „Wrocław” w Wrocławiu
3. „Orbis” w Warszawie
4. „Vera” w Warszawie
5. „Wrocław” w Wrocławiu

EKONOMETRYCZNA ANALIZA KSZTAŁTOWANIA SIĘ KOSZTÓW PRZEDSIĘBIORSTW TURYSTYCZNYCH

1. WSTĘP

1.1. Podstawowe cele badań

Badania, które tu omówimy, miały na celu przeprowadzenie analiz statystyczno-ekonometrycznych kształtowania się kosztów i zmiennych ekonomicznych w wybranych przedsiębiorstwach hotelarskich „Orbisu”.

Mówiąc o ekonometrycznej analizie kosztów ma się zwykle na myśli budowę modeli wyjaśniających mechanizm kształtowania się kosztów w zależności od czynników ekonomicznych i pozaekonomicznych. Tak też było w omawianych badaniach. Jednym z zasadniczych ich wątków było bowiem konstruowanie modeli ekonometrycznych wyjaśniających zależności kosztów od czynników ekonomicznych. Inne podstawowe wątki to:

- ustalenie podobieństw między przedsiębiorstwami oraz podobieństw między poszczególnymi kwartałami ze względu na kształtowanie się kosztów i zmiennych ekonomicznych oraz ustalenie na tej podstawie względnie jednorodnych grup przedsiębiorstw i grup kwartałów,
- ustalenie efektów gospodarnościowych w badanych przedsiębiorstwach.

Praktyczny cel badań był dwojaki. Z jednej strony był to cel poznawczy, chcieliśmy bowiem na podstawie zebranego materiału statystycznego rozpoznać mechanizmy kształtowania się kosztów w zależności od czynników ekonomicznych, wyodrębnić względnie jednorodne grupy przedsiębiorstw oraz ustalić efekty gospodarnościowe w badanych przedsiębiorstwach hotelarskich.

Z drugiej strony chcieliśmy dać metodologiczną podstawę do przeprowadzania różnorodnych analiz porównawczych na temat kształtowania się kosztów, wyodrębniania grup przedsiębiorstw oraz podstawę do prowadzenia analiz gospodarności.

1.2. Zakres pracy

Analizy dotyczyły kształtowania się kosztów w układzie rodzajowym w rozbiciu na trzy typy działalności: razem 33 kategorie kosztów, 15 zmiennych ekonomicznych charakteryzujących obrót oraz różne kategorie majątku, bazy, zatrudnienia, liczby obsłużonych klientów.

Koszty

(a) Rodzaje kosztów

- ogółem,
- razem koszty materialne,
- amortyzacja,
- energia,
- zużycie materiałów i przedmiotów nietrwałych,
- remonty,
- koszty innych usług materialnych,
- razem koszty niematerialne,
- wynagrodzenia,
- podatki,
- usługi niematerialne.

(b) Typy działalności:

- ogółem zakład hotelarski,
- usługi noclegowe,
- usługi gastronomiczne.

Zmienne ekonomiczne:

- 1) majątek trwały ogółem,
- 2) majątek trwały — budynki,
- 3) majątek — wyposażenie hotelowe,
- 4) majątek — wyposażenie gastronomiczne,
- 5) liczba miejsc noclegowych,
- 6) liczba miejsc konsumenckich,
- 7) zdolność eksploatacyjna,
- 8) liczba obsłużonych klientów ogółem,
- 9) liczba obsłużonych klientów z krajów kapitalistycznych,
- 10) liczba obsłużonych klientów z krajów socjalistycznych,
- 11) obrót,
- 12) zatrudnienie ogółem,
- 13) zatrudnienie pracowników działalności podstawowej,
- 14) zatrudnienie pracowników administracyjno-biurowych,
- 15) zatrudnienie pracowników technicznych i pozostałych.

Zmienne ekonomiczne, w zależności od typu analizy, wyrażone były globalnymi wartościami bądź nakładami na jednostkę obrotu. Koszty — wielkościami globalnymi lub jednostkowymi kosztami obrotu.

Badania dotyczyły następujących trzynastu hoteli „Orbisu”:

1. „Forum” w Warszawie
2. „Panorama” we Wrocławiu
3. „Cracovia” w Krakowie
4. „Vera” w Warszawie
5. „Wrocław” we Wrocławiu

6. „Merkury” w Poznaniu
7. „Marina” w Gdańsku,
8. „Mrongovia” w Mrągowie,
9. „Grand” w Sopocie
10. „Skalny” w Karpaczu,
11. „Kasprowy” w Zakopanem,
12. „Beskid” w Nowym Sączu,
13. „Prosna” w Kaliszu.

Materiał statystyczny opisywał kształtowanie się rozpatrywanych wielkości w poszczególnych kwartałach lat 1983-1987. Obejmował więc informacje o 48 zmiennych (33 zmienne — KOSZTY, 15 zmiennych ekonomicznych) w 13 hotelach w 20 kwartałach (razem $48 \times 13 \times 20 = 12480$ danych).

Wykorzystano przede wszystkim narzędzia ekonometryczne i statystyczne:

- metody analizy regresji i korelacji,
- metody modelowania ekonometrycznego i doboru zmiennych objaśniających do modelu ekonometrycznego,
- metody wielowymiarowej analizy porównawczej i metody ustalania poziomu rozwoju wielocechowych obiektów gospodarczych: metody badania podobieństwa struktur.

2. Ustalanie jednorodnych grup hoteli oraz jednorodnych grup kwartałów ze względu na kształtowanie się kosztów i zmiennych ekonomicznych

2.1. Metoda ustalania względnie jednorodnych grup hoteli i kwartałów

Względnie jednorodne grupy hoteli i kwartałów ustalano na podstawie podobieństwa wektorów liczbowych charakteryzujących **jednostkowe** poziomy zmiennych w porównywanych „obiektach” (hotelach bądź kwartałach).

Jednostkowym poziomem zmiennej „koszt” był **jednostkowy koszt obrotu** danej kategorii kosztów.

Jednostkowym poziomem zmiennej ekonomicznej był **nakład** danej zmiennej ekonomicznej na **jednostkę obrotu**.

Podobieństwa badano ze względu na trzy układy zmiennych:

- 1) koszty (KOSZTY) — 33 zmienne
- 2) zmienne ekonomiczne (EKON) — 14 zmiennych
- 3) układ łączny (KOSZTY + EKON) — 47 zmiennych.

Grupowanie dotyczyło z osobna:

- a) zbioru rozpatrywanych 13 hoteli
- b) zbioru 20 kwartałów (lata 1983-1987).

Ustalając względnie jednorodne grupy hoteli i kwartałów wykorzystano dwa wskaźniki podobieństwa

- wskaźnik korelacyjny

— wskaźnik zgodności.

Wskaźnik korelacyjny podobieństwa obiektu k-tego i obiektu l-tego ze względu na układ zmiennych U określony był wzorem

$$(1) \quad r_{kl} = \frac{1}{u} \sum_{j \in U} r_{kl}^j$$

gdzie r_{kl}^j to współczynnik korelacji między zaobserwowanymi w obiekcie k-tym oraz obiekcie l-tym wartościami zmiennej j-ej ($j \in U$); u — liczba zmiennych w układzie U.

Wskaźnik zgodności podobieństwa obiektów k-tego i l-tego ze względu na układ cech U określony wzorem

$$(2) \quad z_{kl} = \frac{1}{u} \sum_{j \in U} z_{kl}^j$$

gdzie z_{kl}^j to współczynnik zgodności między wartościami zmiennej j-ej zanotowanymi dla obiektu k-tego oraz obiektu l-tego. Współczynnik z_{kl}^j był ilorazem sumy odchyłeń między zaobserwowanymi dla obiektu k-tego i l-tego wartościami zmiennej przez oszacowanie maksymalnej sumy tych odchyłeń.

Przy ustalaniu względnie jednorodnych grup obiektów wykorzystano trzy cząstkowe zasady grupowania: ZC1, ZC2, ZC3, oraz zasadę grupowania łącznego ZŁ.

Zasada ZC1: daną grupę tworzą te wszystkie obiekty, które wzajemnie są silnie bądź umiarkowanie podobne.

Zasada ZC2: daną grupę tworzą te wszystkie obiekty, które wzajemnie są silnie podobne.

Zasada ZC3: daną grupę tworzą te wszystkie obiekty, które są silnie podobne przynajmniej do jednego innego obiektu zaliczonego do tej grupy.

Zasada ZŁ: daną wieloelementową grupę tworzą te wszystkie obiekty, które uznano za względnie jednorodne **przynajmniej przy dwóch** cząstkowych zasadach grupowania.

2.2. Wyniki grupowania hoteli

Uzyskane wyniki są takie, że trudno wskazać jakiś typowy, niezależny od zasady grupowania i układu zmiennych podział zbioru hoteli na względnie jednorodne grupy. Wyniki grupowania łącznego (wg zasady ZŁ) były następujące:

Grupy ze względu na kształtowanie się jednostkowych kosztów obrotu

1. (FOR, MER, MRO, WRO, PAN, GRA, BES, PRO, KAS, CRA)

2. (VER), 3. (SKA), 4. (MAR)

Grupy ze względu na kształtowanie się jednostkowych nakładów zmiennych ekonomicznych

1. (WRO, PAN, MRO, KAS), 2. (FOR, SKA), 3. (MER), 4. (VER), 5. (GRA, CRA), 6. (BES, PRO), 7. (MAR)

Grupy ze względu na kształtowanie się jednostkowych kosztów obrotu i jednostkowych nakładów zmiennych ekonomicznych

1. (WRO, PAN, MRO, KAS, BES, PRO), 2. (FOR), 3. (MER), 4. (VER), 5. (GRA, CRA), 6. (SKA), 7. (MAR)

Generalnie można stwierdzić, że:

1) badany zbiór hoteli jest o wiele mniej zróżnicowany ze względu na kształtowanie się jednostkowych kosztów obrotu, niż ze względu na kształtowanie się jednostkowych nakładów zmiennych ekonomicznych;

2) dwa hotele są wyraźnie odmienne od pozostałych. Są to Vera i Marina, które zawsze tworzyły osobne grupy jednoelementowe. W pewnym stopniu takimi „odosobnionymi” hotelami są też Merkury i Skalny;

3) hotele Wrocław, Panorama, Mrongovia i Kasprowy można uznać za wzajemnie podobne niezależnie od tego, czy rozpatruje się układ KOSZTY, układ EKON, czy też oba układy łącznie. Taki charakter mają też hotele Beskid, Prosna oraz hotele Grand w Sopotcie i Cracovia.

2.3. Wyniki grupowania kwartałów

Przeprowadzone badanie sugeruje, że prawie cały badany zbiór kwartałów 83K1, ..., 87K4 można uznać za jednorodny. W większości podobieństwa kwartałów są silne (dotyczy to szczególnie sąsiednich kwartałów), a tylko w nielicznych wypadkach są umiarkowane (przy czym dotyczy to głównie kwartałów dość od siebie oddalonych). Nie stwierdzono, by kwartały były słabo bądź nieistotnie podobne czy też niepodobne.

W sensie grupowania „łączonego” (zasada ZŁ) otrzymano następujące rezultaty:

Grupowanie ze względu na kształtowanie się jednostkowych kosztów obrotu

1. (87K2)

2. (83K1, 83K2, ..., 86K4, 87K1, 87K3, 87K4)

Grupowanie ze względu na kształtowanie się jednostkowych nakładów zmiennych ekonomicznych

1. (83K1, 83K2, ..., 87K3, 87K4)

Grupowanie ze względu na kształtowanie się jednostkowych kosztów obrotu i jednostkowych nakładów zmiennych ekonomicznych

1. (83K1, 83K2, ..., 87K3, 87K4)

Przeprowadzono również badania nad wyodrębnianiem jednorodnych grup hoteli i jednorodnych grup kwartałów pod względem kształtowania się kosztów i zmiennych ekonomicznych reprezentowanych przez tzw. **struktury kolumnowe**

zmiennych; są one udziałem wartości danej zmiennej w danym hotelu w danym kwartale w ogólnej sumie wartości tej zmiennej w całym badanym układzie hoteli w danym kwartale. Koszty i zmienne ekonomiczne były wyrażone bądź wielkościami globalnymi bądź wielkościami przeliczonymi na jednostkę obrotu.

3. Ekonometryczne modele kształtowania się jednostkowych kosztów obrotu

3.1. Zastosowana procedura konstrukcji ekonometrycznych modeli kosztów

Zmiennymi objaśnianymi były 33 kategorie jednostkowych kosztów obrotu. Rozpatrzono trzy grupy zmiennych objaśniających:

a) Zmienne ekonomiczne (EKON)

Zmienne te wyrażone były wielkościami globalnymi, nie zaś wielkościami przeliczonymi na jednostkę obrotu. Uczyniono tak celowo, by można było ocenić występowanie tzw. korzyści dużej skali, to znaczy obniżania jednostkowych kosztów obrotu w miarę zwiększania skali przedsiębiorstwa.

b) Zmienną czasową T

Zmienną tę uwzględniono w celu uchwycenia autonomicznych trendów kosztów jednostkowych.

c) Zmienne sezonowe S

Dla uwzględnienia cykliczności sezonów turystycznych wprowadzono do modeli zmienne sezonowe S_l związane z poszczególnymi kwartałami $l = 1, 2, 3, 4$. Zmienne te zdefiniowano następująco:

$$(3) \quad S_e = \begin{cases} 1 & \text{dla 1-tego kwartału poszczególnych lat, } l = 1, 2, 3, 4. \\ 0 & \text{dla pozostałych kwartałów} \end{cases}$$

Ogólna postać modelu kosztów

Badając powiązanie jednostkowych kosztów obrotu ze zmiennymi ekonomicznymi, czasem i zmiennymi sezonowymi przyjęto hipotezę o **liniowym** charakterze tego powiązania:

$$(4) \quad KJ = \sum_{j=1}^k a_j EKON_j + bT + \sum_{l=1}^4 b_l S_l + a_0$$

gdzie a_j, b, b_l — parametry,

a_0 — wyraz wolny modelu

KJ — jednostkowy koszt obrotu dla danej kategorii kosztów

EKON_j — j-a zmienna ekonomiczna.

Współczynnik a_j występujący przy j-ej zmiennej ekonomicznej określa powiązanie kosztu jednostkowego z tą zmienną. Ponieważ zmienne ekonomiczne były wyrażone w jednostkach globalnych, współczynniki a_j mogą służyć do badania korzyści dużej skali. Jeśli a_j jest ujemny, znaczy to, że mamy do

czynienia z korzyściami dużej skali ze względu na rozpatrywaną zmienną ekonomiczną, gdyż wraz ze wzrostem danej zmiennej koszt jednostkowy maleje. Dodatni współczynnik oznacza, że występują „straty” związane z dużą skalą przedsiębiorstwa, gdyż przy wzroście skali przedsiębiorstwa koszty jednostkowe rosną. Wreszcie zerowy (lub nieistotnie różny od zera) współczynnik kierunkowy oznacza, że nie ma ani korzyści, ani strat „dużej skali przedsiębiorstwa”.

Parametr b_l występujący przy l -tej zmiennej sezonowej określa wielkość związanego z kwartałem l -tym sezonowego odchylenia kosztu jednostkowego od wartości wynikającej z działania zmiennych ekonomicznych i autonomicznego trendu.

Zakresy podmiotowe i czasowe modeli

Ze względu na względną jednorodność rozpatrywanego przedziału czasu, rozważano modele kosztów dla całego okresu (lata 1982-1987). Modele te konstruowano dla grup hoteli względnie jednorodnych:

- a) grupa hoteli HOT (Forum, Merkury, Mrongovia, Wrocław, Panorama, Cracovia, Grand — Sopot, Beskid, Prosna, Kasprowy)
- b) pojedyncze hotele, niepodobne do innych: (Vera, Skalny, Marina).

Procedura wyznaczania modeli

Dla wyznaczenia konkretnych modeli kosztów do modelu ogólnego (4) stosowano wieloetapowe postępowanie, uwzględniające metodę regresji krokowej przy 5-procentowym poziomie istotności testu t-Studenta. Ponieważ w wyniku zastosowania procedury regresji krokowej do modelu wchodziły jedynie niektóre zmienne objaśniające, postać „końcowego” modelu była następująca:

(5)

$$KJ = \sum_{i \in J} a_i EKON_i + bT + \sum_{l \in L} b_l S_l + a_0$$

gdzie I — wybrany podzbiór zbioru numerów zmiennych $EKON$,

L — wybrany podzbiór zbioru numerów zmiennych sezonowych

0 jeśli nie występuje trend

$b =$

a ($a \neq 0$) jeśli występuje istotny trend).

3.2. Ekonometryczne modele jednostkowych kosztów obrotu dla grupy hoteli HOT

Z braku miejsca omówimy tylko syntetyczne wyniki uzyskane dla grupy hoteli HOT.

Dopasowanie modeli

Dla większości modeli współczynnik korelacji wielowymiarowej kształtuje się na poziomie niższym niż 0.9, co świadczy o niezbyt dużym dopasowaniu modeli do danych empirycznych. Jest to zrozumiałe, jednostkowe bowiem koszty

obrotu w badanym układzie hoteli wykazują bardzo duże zróżnicowanie przestrzenne między hotelami oraz dużą zmienność w czasie.

Częstość występowania zmiennych objaśniających

Częstość pojawiania się poszczególnych zmiennych objaśniających w modelach jednostkowych kosztów obrotu była bardzo zróżnicowana.

Badany układ 33 kategorii kosztów jednostkowych najczęściej zależał od:

- wielkości obrotu (zmienna ta występuje w 64% modeli),
- wielkości majątku zakładu hotelarskiego (częstość 58%),
- zmiennej dla sezonowego odchylenia w czwartym kwartale (częstość 58%),
- zmiennej czasowej uwzględniającej autonomiczne trendy kosztów jednostkowych (częstość 51%),
- zdolności eksploatacyjnych (częstość 45%).

Można zatem powiedzieć, że badany układ kosztów jednostkowych najczęściej zależał od wielkości obrotu, wielkości majątku zakładu hotelarskiego oraz jego zdolności eksploatacyjnych. Jednocześnie bardzo wyraźnie zaznaczają się autonomiczne trendy kosztów jednostkowych oraz ich sezonowe odchylenie w czwartym kwartale.

Sezonowość

Prawie dla wszystkich kategorii kosztów jednostkowych obserwuje się zmiany sezonowe. Przy tym efekty sezonowe ujawniają się głównie w czwartym kwartale. W tym kwartale występują sezonowe zwwyżki kosztów jednostkowych. Występują one również w pierwszych kwartałach. Z kolei sezonowe zniżki kosztów jednostkowych mają miejsce w drugim i trzecim kwartale, choć dotyczą niewielu kategorii kosztów.

Autonomiczne trendy kosztów jednostkowych

W procesie kształtowania się wielu jednostkowych kosztów obrotu wyraźnie ujawniają się autonomiczne trendy i są to — poza trendem dla jednostkowych kosztów wynagrodzeń — trendy rosnące. Oznacza to, że w badanym układzie hoteli występują na ogół niekorzystne autonomiczne trendy wzrostu jednostkowych kosztów obrotu.

Korzyści dużej skali

A. Korzyści dużej skali ze względu na wielkość obrotu

Znak parametru przy wielkości obrotu jest zawsze ujemny. Oznacza to, że w badanym układzie hoteli wyraźnie ujawniają się korzyści dużej skali ze względu na wielkość obrotu. Korzyści te występują szczególnie w zakresie kosztów ogółem, kosztów materialnych ogółem, kosztów niematerialnych ogółem, podatków, kosztów usług niematerialnych, kosztów energii i kosztów remontów.

B. Korzyści dużej skali ze względu na wielkość majątku

Jedyną kategorią majątku, przy której obserwuje się korzyści dużej skali, jest majątek zaangażowany w sferze gastronomicznej. Dla pozostałych kategorii majątku na ogół występują straty, związane z wielką skalą przedsiębiorstwa charakteryzowaną wielkością majątku. Jest to oczywiście zjawisko niekorzystne.

C. Korzyści dużej skali ze względu na wielkość bazy

Jedyną kategorią bazy, przy której obserwuje się korzyści dużej skali, jest baza gastronomiczna.

D. Korzyści dużej skali ze względu na liczbę obsłużonych klientów

Korzyści dużej skali stosunkowo najczęściej występują ze względu na liczbę klientów z krajów socjalistycznych, choć trzeba zaznaczyć, że dla pewnych kategorii kosztów mamy również do czynienia ze stratami ze względu na skalę tej zmiennej. Z kolei dla liczby klientów z krajów kapitalistycznych zwykle obserwuje się straty związane z dużą skalą tej zmiennej.

E. Korzyści dużej skali ze względu na wielkość zatrudnienia

Jedyną kategorią zatrudnienia, ze względu na którą obserwuje się korzyści dużej skali, jest zatrudnienie pracowników administracyjnych. Sugeruje to, że wraz ze wzrostem skali przedsiębiorstwa reprezentowanej przez liczbę zatrudnionych rośnie efektywność wykorzystania pracowników administracyjnych (z punktu widzenia jednostkowych kosztów obrotu), maleje zaś efektywność wykorzystania pozostałych kategorii pracowników.

Informacja o innych kierunkach badań

W trakcie realizacji tematu konstruowano również modele ekonometryczne dla kosztów całkowitych względem globalnych wartości zmiennych ekonomicznych, kosztów jednostkowych względem jednostkowych nakładów zmiennych ekonomicznych, kosztów jednostkowych względem globalnych wartości zmiennych ekonomicznych i ich nakładów jednostkowych, kosztów całkowitych względem kosztów całkowitych innych kategorii, kosztów całkowitych względem globalnych wartości zmiennych ekonomicznych i kosztów całkowitych innych kategorii.

4. Analiza efektów gospodarnościowych na podstawie ekonometrycznych modeli kosztów jednostkowych.

4.1. Zastosowana procedura ustalania efektów gospodarnościowych

Zastosowano następujące postępowanie:

1. Na podstawie informacji statystycznej dotyczącej **wszystkich** hoteli w **całym** badanym okresie oszacowano modele ekonometryczne

$$(6) \quad \hat{K}J = f(EKON, T, S)$$

dla poszczególnych kategorii jednostkowych kosztów obrotu. (Modele te wskazują na „przeciętne” powiązanie kosztów jednostkowych ze zmiennymi ekonomicznymi, czasem także zmiennymi sezonowymi w rozpatrywanym zbiorze hoteli i rozpatrywanym przedziale czasu.)

2. Na podstawie modeli (6) obliczono **oczekiwane** poziomy jednostkowych kosztów obrotu dla poszczególnych hoteli h i poszczególnych kwartałów t w **warunkach przeciętnej gospodarności**.

Ten oczekiwany poziom jednostkowych kosztów obrotu określony jest wzorem:

$$(7) \quad \hat{K}J_{ht} = f(EKON_{ht}, T_t, S_t)$$

gdzie $EKON_{ht}$ — poziom zmiennej ekonomicznej w h -tym hotelu w t -tym kwartale,

T_t i S_t — dotyczące kwartału t wartości zmiennej czasowej i zmiennej sezonowej.

3. Za wskaźnik gospodarności uzano różnice (reszty) G_{ht} między kosztem oczekiwanym a kosztem zaobserwowanym dla h -tego hotelu w t -ym kwartale.

$$(8) \quad G_{ht} = \hat{K}J_{ht} - KJ_{ht}.$$

Ze względu na daną kategorię jednostkowych kosztów obrotu przedsiębiorstwo h -te w kwartale t -tym jest w porównaniu z przedsiębiorstwem j -ym w kwartale k -tym:

a) bardziej gospodarne, jeśli $G_{ht} > G_{jk}$,

b) mniej gospodarne, jeśli $G_{ht} < G_{jk}$,

c) tak samo gospodarne, jeśli $G_{ht} = G_{jk}$.

4.2. Wyniki badania gospodarności

Jednostkowe koszty ogółem

Wyniki badania pozwalają sformułować następujące wnioski:

1) Obserwuje się znaczne zróżnicowanie poziomu wskaźników gospodarności dla danego hotelu, a także między poszczególnymi hotelami.

Poziom wskaźników gospodarności systematycznie lepszy niż przeciętny zanotowano dla hoteli:

— Forum w początkowych kwartałach badanego okresu,

— Mrongovia (z wyjątkiem kosztów usług noclegowych w niektórych początkowych i końcowych kwartałach),

— Marina (z wyjątkiem kosztów usług gastronomicznych).

Systematycznie gorszy od przeciętnego poziom wskaźników gospodarności występuje w hotelach Wrocław i Panorama.

W pozostałych hotelach zauważa się duże zróżnicowanie wskaźników gospodarności, gdyż w badanym okresie występowały liczne odchylenia in plus i in minus od poziomu przeciętnego.

2) Nie ma hoteli o wyraźnych tendencjach wzrostych wskaźników gospodarności. Bardzo niewielki, zresztą często nieustabilizowany wzrost gospodarności można zauważyć tylko w hotelach: Mrongovia, Panorama, Cracovia oraz Marina.

Wyraźnie zaznaczoną tendencję spadkową wskaźników gospodarności obserwuje się dla hoteli Forum i Vera.. W obu hotelach nastąpił spadek gospodarności od poziomu lepszego niż przeciętny do gorszego niż przeciętny.

W pozostałych hotelach trudno jednoznacznie określić tendencję zmian wskaźników gospodarności, występuje tu bowiem wiele kolejnych faz wzrostowych i spadkowych.

3) Do hoteli z największą dyspersją wskaźników gospodarności należą: Cracovia, Marina, Merkury, Kasprowy i Wrocław. Poziom wskaźników zmieniał się tu dość znacznie z kwartału na kwartał, co świadczy o niestabilnej sytuacji gospodarnościowej w tych hotelach. Z kolei w hotelach: Panorama, Beskid, Prosna i Skalny, gospodarność w zakresie kształtowania się jednostkowych kosztów ogółem była dość stabilna, najczęściej bliska przeciętnego poziomu.

Inne kategorie kosztów jednostkowych

W większości wypadków tendencje zmian wskaźników gospodarności względem innych kategorii jednostkowych kosztów obrotu są pod względem kierunku i poziomu zbliżone do tendencji zaobserwowanych dla jednostkowych kosztów ogółem.

4.3. Hierarchizacja hoteli ze względu na wskaźniki gospodarności

Rozpatrywano następujące własności wskaźników gospodarności:

- kierunek tendencji rozwojowej wskaźnika,
- średni poziom wskaźnika w całym przedziale czasu,
- długość faz, w których wskaźnik przyjmuje dodatnie wartości (tzn. w których gospodarność jest lepsza niż przeciętna).

Dla każdej z trzech charakterystyk przyjęto trzystopniową skalę ocen: -1, 0, 1, przy czym -1 dotyczy najmniej korzystnej sytuacji, 1 zaś — najkorzystniejszej. Przy danej kategorii kosztów każdy hotel mógł zatem otrzymać od -3 do 3 pkt., a dla wszystkich 33 kategorii kosztów: od -99 do 99 pkt.

Hierarchia hoteli ze względu na wskaźniki gospodarności była następująca:

1. Marina, 2. Mrongovia, 3. Skalny, 4. Merkury, 5. Grand — Sopot, 6. Panorama, 7. Cracovia, 8. Prosna, 9. Forum, 10. Kasprowy, 11. Vera, 12. Beskid, 13. Wrocław.

5. Ustalanie efektów gospodarnościowych na podstawie mierników syntetycznych

W tym wypadku badanie gospodarności oparto na stosowanych w wielowymiarowej analizie porównawczej tzw. miernikach syntetycznych. Było więc prowadzone według innej metodologii niż poprzednio.

Wielowymiarowa analiza porównawcza, najogólniej mówiąc, zajmuje się porównywaniem wielocechowych obiektów gospodarczych, tzn. obiektów opisanych układem cech. Podstawowa idea wielowymiarowej analizy porównawczej sprowadza się do zagregowania układu cech do pewnej wielkości agregatywnej: miernika syntetycznego. Porównywanie obiektów jest wówczas dokonywane na podstawie dotyczących tych obiektów wartości miernika syntetycznego.

5.1. Zastosowany sposób określania mierników syntetycznych

Obiekty

W sensie wielowymiarowej analizy porównawczej obiektami były poszczególne hotele (13 hoteli) w poszczególnych kwartałach okresu 1983-1987 (20 kwartałów), razem 260 obiektów.

Cechy pierwotne

Cechami pierwotnymi były:

- jednostkowe koszty obrotu poszczególnych kategorii,
- nakłady zmiennych ekonomicznych na jednostkę obrotu.

Przyjęto, że wszystkie cechy pierwotne V_j mają charakter **destymulantów**, tzn. cech takich, że ich coraz wyższe wartości oceniane są jako coraz mniej korzystne. Taki sposób traktowania cech pierwotnych wynika z tego, że im wyższy jest jednostkowy koszt obrotu lub nakład zmiennych ekonomicznych na jednostkę obrotu, tym jest to coraz mniej korzystne.

Normalizacja cech pierwotnych

Cechy pierwotne normalizowano według reguły:

$$(9) V^*_j = V_j / v_j^{\max}$$

gdzie $v_j^{\max}$ jest największą zaobserwowaną wartością cechy V_j w całym badanym zbiorze hoteli i całym badanym przedziale czasu.

Znormalizowane stymulanty

Znormalizowane stymulanty określono jako różnicę między najniekorzystniejszą wartością znormalizowanego destymulanta (wartość ta jest równa 1) a znormalizowanym destymulantem:

$$(10) S_j = 1 - V^*_j.$$

Miernik syntetyczny

Miernik syntetyczny określono jako średnią arytmetyczną znormalizowanych stymulantów:

$$(11) M = \frac{1}{m} \sum_{j=1}^m S_j$$

Wobec tego, że znormalizowany stymulant mierzy stopień odchylenia wartości cechy pierwotnej od jej wartości najkorzystniejszej, zdefiniowany wzorem (11) miernik syntetyczny mierzy średni stopień odchylenia cech pierwotnych

$V_1, \dots, V_m$ od ich wartości najniekorzystniejszych $v_1^{\max}, \dots, v_m^{\max}$.

Im wartość miernika jest bliższa 1, tym jest to korzystniejsze, im bliższa zaś jest 0, tym jest to mniej korzystne.

Układy cech

Rozpatrzono następujące układy cech:

- 1) jednostkowe koszty ogółem,
- 2) jednostkowe koszty amortyzacji,
- 3) jednostkowe koszty energii,
- 4) jednostkowe koszty zużycia materiałów,
- 5) jednostkowe koszty remontów,
- 6) jednostkowe koszty inne materialne,
- 7) jednostkowe koszty materialne ogółem,
- 8) jednostkowe koszty wynagrodzeń,
- 9) jednostkowe koszty podatków,
- 10) jednostkowe koszty usług niematerialnych,
- 11) jednostkowe koszty niematerialne ogółem,
- 12) jednostkowe koszty działalności noclegowej,
- 13) jednostkowe koszty działalności gastronomicznej,
- 14) jednostkowe koszty działalności hotelarskiej,
- 15) jednostkowe nakłady majątku,
- 16) jednostkowe nakłady bazy,
- 17) liczba klientów na jednostkę obrotu,
- 18) jednostkowe nakłady zatrudnienia,
- 19) jednostkowe koszty,
- 20) jednostkowe nakłady czynników ekonomicznych.

Zasada określania gospodarności na podstawie mierników syntetycznych

Przyjęto następującą zasadę określania gospodarności: ze względu na dany układ cech hotel h_1 w kwartale t_1 jest bardziej gospodarny niż hotel h w kwartale t , jeśli:

$$M(h_1, t_1) > M(h_2, t_2)$$

gdzie $M(h, t)$ jest wartością miernika syntetycznego dla hotelu h -tego w kwartale t .

Taki sposób wnioskowania o gospodarności wynika z tego, że zdefiniowana wzorem (11) wartość miernika syntetycznego dla hotelu h w kwartale t określa zaobserwowany w tym hotelu i tym kwartale średni stopień odchylenia wartości cech od ich wartości najniekorzystniejszych, zaobserwowanych w **całym** zbiorze hoteli i **całym** badanym przedziale czasu. Dlatego jest tym lepiej, im to odchylenie jest większe (a więc im większa jest wartość miernika syntetycznego).

5.2. Wyniki badania gospodarności za pomocą mierników syntetycznych

A. Zróznicowanie wskaźników gospodarności

Gospodarność od strony jednostkowych kosztów obrotu wykazuje spore wahania w czasie. Najmniej ustabilizowana sytuacja w tym zakresie ma miejsce

w hotelach Wrocław i Cracovia, a także w hotelach Vera, Kasprowy i Forum.

Stosunkowo większa stabilizacja gospodarności od strony jednostkowych kosztów obrotu występuje w hotelach Mrongovia, Prosna, Skalny i Beskid, choć i tu sytuacja jest w wielu wypadkach daleka od stabilizacji.

Gospodarność ze względu na jednostkowe nakłady zmiennych ekonomicznych nie wykazuje tak dużej dyspersji jak gospodarność ze względu na koszty, ale też jest mało stabilna. Najbardziej niestabilna sytuacja występuje w hotelach Cracovia, Wrocław, Marina, Grand, stosunkowo zaś najmniej niestabilna — w hotelach Beskid i Prosna.

B. Kierunek zmian wskaźników gospodarności

W wypadku jednostkowych kosztów obrotu należy generalnie przyjąć, że wskaźniki gospodarności „kosztowej” charakteryzują się oscylacjami o różnej amplitudzie.

Jedynie w nielicznych wypadkach zaznaczają się trendy wskaźnika gospodarności. Trendy te mają różne kierunki. Bardziej zauważalne trendy dotyczą wskaźników gospodarności w odniesieniu do jednostkowych nakładów zmiennych ekonomicznych i są to na ogół trendy rosnące.

W większości wypadków należy jednak przyjąć, że również wskaźniki gospodarności dla układów zmiennych ekonomicznych wykazują oscylacje.

C. Przeciętny poziom wskaźników gospodarności

Ze względu na przeciętny poziom wskaźników gospodarności dotyczących jednostkowych kosztów obrotu najgorzej miała się sprawa w hotelach Beskid i Prosna. W wypadku wskaźników gospodarności ze względu na jednostkowe nakłady zmiennych ekonomicznych najwyższe przeciętne wystąpiły w hotelach Beskid, Prosna i Merkury, najniższe zaś w hotelach: Wrocław, Cracovia, Mrongovia i Marina.

5.3. Hierarchizacja hoteli

Rozpatrzono dwa układy wskaźników gospodarności: dotyczących KOSZTÓW (wskaźniki 1-14) i dotyczących zmiennych EKON (wskaźniki 15-18). Punktowano trzy własności przebiegu danego wskaźnika gospodarności dla danego hotelu w badanym przedziale czasu:

1) **Przeciętny poziom**

1 pkt — poziom wysoki, 0 pkt — poziom średni, — 1 pkt — poziom niski

2) **Kierunek zmian**

1 pkt — trend wzrostowy, 0 pkt — oscylacja wokół stałej lub trend stały, — 1 pkt — trend malejący

3) **Stabilność przebiegu**

1 pkt — małe wahania (wokół stałej lub trendu), 0 pkt — średnie wahania, — 1 pkt — duże wahania.

Dany hotel ze względu na dany wskaźnik gospodarności mógł więc otrzymać maksimum 3 pkt, minimum — 3 pkt. Porównania hoteli oparto na ilorazie sumy uzyskanych przez nie punktów i maksymalnie możliwej sumy punktów. Ta

ostatnia w wypadku mierników dotyczących kosztów (mierniki 1-14) jest równa $3 \times 14 = 42$, a w wypadku mierników dotyczących zmiennych ekonomicznych (mierniki 15-18) wynosi $3 \times 4 = 12$.

Generalne wnioski są następujące.

1. Ze względu na jednostkowe koszty obrotu najmniej korzystna sytuacja występuje w hotelach Wrocław, Cracovia i Vera, dla których iloraz jest znacznie niższy od wartości zerowej.

Stosunkowo najlepsze są hotele Prosna i Mrongovia, choć trzeba od razu zaznaczyć, że uzyskana dla nich wartość ilorazu równa 0.50 oznacza, że realizują one zaledwie 50% wzorca najlepszego hotelu. Większość, a mianowicie Forum, Kasprowy, Marina, Grand, Panorama, Merkurs i Skalny, to hotele „przeciętne” ze względu na wskaźniki gospodarności kosztowej.

2. W wypadku jednostkowych nakładów zmiennych ekonomicznych najmniej korzystna sytuacja ma miejsce w hotelach Marina i Cracovia, najlepsza zaś w hotelach Forum, Beskid i Prosna. Podobnie jak poprzednio, najgorsze hotele wyraźnie odbiegają na niekorzyść od sytuacji przeciętnej, hotele zaś najlepsze realizują tylko około 50-60% wartości możliwej do uzyskania. Również większość hoteli jest „przeciętna”.

3. Gospodarność ze względu na jednostkowe nakłady zmiennych ekonomicznych jest średnio nieco wyższa od gospodarności ze względu na jednostkowe koszty obrotu. Warto też odnotować pewne przemieszczenia w klasyfikacji niektórych hoteli. Na przykład hotel Wrocław był najgorszy ze względu na koszty, a przeciętny ze względu na zmienne ekonomiczne; hotel Mrongovia, który był najlepszy ze względu na koszty, był przeciętny ze względu na zmienne ekonomiczne; hotel Forum, który ze względu na koszty był poniżej przeciętnej, był najlepszy ze względu na zmienne ekonomiczne.

6. Podsumowanie

Przeprowadzone badania potwierdziły następujące podstawowe hipotezy badawcze:

1) Metody ekonometrycznej analizy kosztów z powodzeniem stosowane w innych działach gospodarki (np. przemyśle, handlu) dają się zaadaptować do analizy kosztów przedsiębiorstw turystycznych.

2) Na podstawie dostępnej informacji statystycznej można rozpoznać mechanizmy kształtowania się kosztów przedsiębiorstw turystycznych. Można też ustalić wpływ okoliczności sezonowych na kształtowanie się tych kosztów. Ekonometryczne modele kosztów mogą być przy tym podstawą badania siły i kierunku wpływu poszczególnych czynników kształtowania się kosztów.

3) Metody ekonometryczne umożliwiają wyodrębnienie względnie jednorodnych grup przedsiębiorstw i względnie jednorodnych grup kwartałów, a także określenie efektów gospodarnościowych.

4) Przedsiębiorstwa turystyczne nie są jednorodne pod względem kształtowania się kosztów i czynników ekonomicznych.

5) Modele ekonometryczne kosztów wyznaczane dla poszczególnych grup przedsiębiorstw są odmienne.

6) Przedsiębiorstwa hotelarskie są różnicowane pod względem efektów gospodarnościowych.

MAJĄTEK I EFEKTYWNOŚĆ EKONOMICZNA PRZEDSIĘBIORSTW TURYSTYCZNYCH¹

Wstęp

Przedsiębiorstwa turystyczne uczestniczą bezpośrednio w zaspokajaniu potrzeb konsumpcyjnych społeczeństwa. Czynią to w formie usług, które umożliwiają wypełnienie czasu wolnego od pracy. Do takich usług zaliczamy organizację wycieczek, wczasów i wypoczynku, wynajmowanie pokoi gościnnych, usługi hotelowe, usługi transportowe, usługi gastronomiczne i handlowe. Ogół tych usług nazywamy umownie usługami turystycznymi.

Różnorodność świadczonych usług jest specyficzną cechą przedsiębiorstw turystycznych. Mogą one świadczyć usługi w sposób kompleksowy, korzystając z własnej bazy materialnej i angażując siły własnych pracowników. O możliwości świadczenia usług w sposób kompleksowy decyduje wyposażenie przedsiębiorstwa w niezbędne zasoby czynników wytwórczych; brak niektórych czynników powoduje, że zakres usług maleje albo zachodzi potrzeba korzystania z usług kupionych od innych jednostek. Korzystanie z usług obcych jest rozpowszechnione w przedsiębiorstwach turystycznych i zaliczane do tzw. pośrednictwa.

Zasoby czynników wytwórczych w postaci środków trwałych i obrotowych tworzą majątek produkcyjny przedsiębiorstwa.

Zakres i sposób świadczenia usług turystycznych mają wpływ na wielkość i strukturę majątku, który należy zgromadzić w celu utrzymania nieprzerwanej działalności. Dostosowanie zasobów majątkowych do rodzaju i skali działalności jest podstawą efektywności ekonomicznej, o którą zabiega każda jednostka gospodarująca utrzymująca się z własnych dochodów.

Działające obecnie wojewódzkie przedsiębiorstwa turystyczne powstały w systemie nakazowo-rozdzielczym, który charakteryzował się niespełnieniem wymagań efektywności ekonomicznej w różnych dziedzinach gospodarowania. Przedsiębiorstwa otrzymywały czynniki wytwórcze według rozdzielnika i częściowo bezpłatnie. W takich warunkach łatwo dochodziło do marnotrawstwa. Wprowadzenie nowego ładu do gospodarki, zapoczątkowane zniesieniem rozdzielnictwa, zmusza jednostki gospodarujące do wykorzystania wszystkich źródeł efektywności ekonomicznej, między innymi w celu dostosowania się do wymagań gospodarki rynkowej.

Kształtowanie efektywności ekonomicznej zaczyna się od momentu wyposażenia przedsiębiorstwa w majątek produkcyjny. Potem o efektywności decyduje

¹ Artykuł przygotowany na podstawie wyników badań przeprowadzonych w 1986 r. w ramach CPBP 08.06.: *Turystyka jako czynnik rozwoju społeczno-gospodarczego*; grupa tematyczna V., temat 3.1.

sposób wykorzystania majątku. Są to zagadnienia, które w warunkach gospodarki rynkowej przyciągają najwięcej uwagi.

Różnice międzyzakładowe

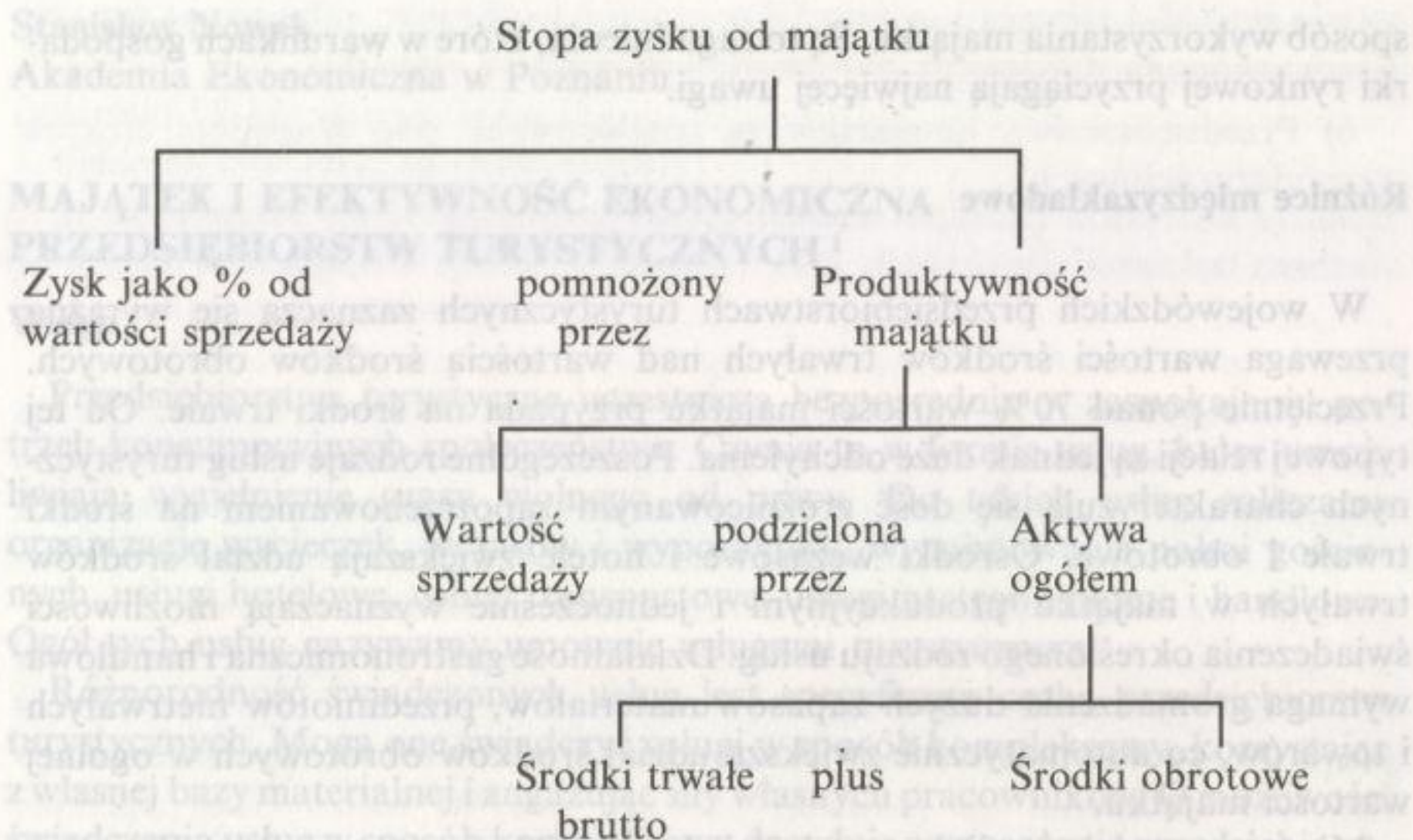
W wojewódzkich przedsiębiorstwach turystycznych zaznacza się wyraźna przewaga wartości środków trwałych nad wartością środków obrotowych. Przeciętnie ponad 70% wartości majątku przypada na środki trwałe. Od tej typowej relacji są jednak duże odchylenia. Poszczególne rodzaje usług turystycznych charakteryzują się dość zróżnicowanym zapotrzebowaniem na środki trwałe i obrotowe. Ośrodki wczasowe i hotele zwiększają udział środków trwałych w majątku produkcyjnym i jednocześnie wyznaczają możliwości świadczenia określonego rodzaju usług. Działalność gastronomiczna i handlowa wymaga gromadzenia dużych zapasów materiałów, przedmiotów nietrwałych i towarów, co automatycznie zwiększa udział środków obrotowych w ogólnej wartości majątku.

Między wartością środków trwałych i obrotowych powinien zachodzić pewien optymalny stosunek, od którego zależy prawidłowe funkcjonowanie przedsiębiorstwa. Chodzi zwłaszcza o zmniejszenie ryzyka finansowego, które występuje w każdej działalności gospodarczej. Jest ono większe w tych przedsiębiorstwach, które mają relatywnie większy majątek trwały.

Porównując majątek trwały z obrotowym powinno się mieć na względzie, że pierwszy decyduje przede wszystkim o zdolności usługowej przedsiębiorstwa, drugi zaś stanowi materialną podstawę jej wykorzystania. Zwiększenie udziału majątku obrotowego następuje wtedy, gdy rosną obroty i poprawia się wykorzystanie zdolności usługowej. Obserwując międzyzakładowe różnice stosunku wartości obu części majątkowych można ocenić niejednakowe szanse poprawy wyników gospodarowania. Większy majątek obrotowy stwarza korzystne warunki do poprawienia efektywności gospodarowania, zwłaszcza w połączeniu z inicjatywą pracowników i dobrą sytuacją rynkową.

Majątek jednostki gospodarującej powiększa się, jeżeli jej działalność jest racjonalna i przynosi efekty w postaci zysku. O skali przyrostu majątku informuje procentowo wyrażona relacja między zyskiem a wartością środków trwałych i obrotowych, czyli stopa zysku od majątku. Znaczenie tego wskaźnika jako podstawowego miernika efektywności ekonomicznej jest w gospodarce rynkowej niepodważalne. Na jego podstawie ocenia się siłę rozwojową przedsiębiorstwa. Niska stopa zysku na ogół nie daje szans na rozwój, osłabia pozycję przedsiębiorstwa na rynku i powoduje trudności w utrzymaniu dotychczasowych rozmiarów działalności.

Stopa zysku od majątku reaguje na zmiany wielkości majątku oraz sposobu jego wykorzystania. Wyjaśnia to następujący schemat, na którym przedstawiono strukturalną rozbudowę wskaźnika stopy zysku.



Ze schematu wynika, iż stopa zysku może być zwiększana w różny sposób. Jeden z łatwiejszych sposobów polega na zwiększeniu bezwzględnej kwoty zysku, na przykład przez podwyższenie ceny sprzedaży lub obniżkę kosztów własnych, bez zmiany fizycznych rozmiarów sprzedaży. Efektem takiego działania jest rosnąca rentowność obrotów (zysk:sprzedaż). Trudniejszy sposób zwiększenia stopy zysku polega na podwyższeniu produktywności majątku (sprzedaż:majątek) przez intensyfikację jego wykorzystania. Przedsiębiorstwa turystyczne kształtują stopę zysku w sposób zróżnicowany; dla jednych najważniejszym czynnikiem jej kształtowania jest rentowność obrotów, dla innych produktywność majątku. Są również takie przedsiębiorstwa, które doceniają znaczenie obu czynników efektywności ekonomicznej.

W celu wykazania różnic międzyzakładowych w strategii kształtowania stopy zysku badano wartość i strukturę majątku oraz wyniki działalności trzynastu wojewódzkich przedsiębiorstw turystycznych. Dane pochodzące z tych badań zawiera tabela 1.

Przedsiębiorstwa wymienione w tabeli 1 są uszeregowane według malejącej stopy zysku. Najwyższe lokaty zajmują trzy przedsiębiorstwa charakteryzujące się największym zaangażowaniem majątku obrotowego. Najmniejsze zaangażowanie majątku obrotowego wykazują przedsiębiorstwa zajmujące dwa ostatnie miejsca w tabeli. Zajmowane lokaty świadczą o pewnej zbieżności zaangażowania majątku obrotowego ze stopą zysku, jest ona bowiem na ogół wyższa w przedsiębiorstwach, gdzie udział środków obrotowych w ogólnej wartości majątku jest większy niż przeciętny.

Z tabeli 1 wynika, że 6 pierwszych przedsiębiorstw osiąga stopę zysku większą od przeciętnej, a zarazem wskaźniki produktywności majątku są w tych przedsiębiorstwach także wysokie. Wyjątkową niską produktywność majątku

mamy w WPT w Łodzi; to przedsiębiorstwo osiąga niezły poziom stopy zysku przede wszystkim pod wpływem względnie wysokiej rentowności sprzedaży. Źródłem owej rentowności są usługi hotelowe i gastronomiczne, które w tym przedsiębiorstwie zdecydowanie przeważają. Zupełnie wyjątkową sytuację mamy w WPT w Pile. W tym przedsiębiorstwie niska rentowność sprzedaży i niska produktywność majątku nie rokują dalszego przetrwania o własnych siłach.

Przeprowadzona analiza wykazała dość wyraźny podział przedsiębiorstw turystycznych na trzy grupy ze względu na czynniki kształtujące ich efektywność ekonomiczną.

Tabela 1

Stopa zysku i kształtujące ją czynniki

Przedsiębiorstwa (WPT)	Majątek ogółem (mln zł)	Środki obrotowe (%)	Produktywność majątku (w zł)	Rentowność sprzedaży (%)	Stopa zysku (%)
Poznań	592	31	1,87	8,57	16,05
Piotrków Trybunalski	428	34	1,07	11,18	11,92
Warszawa	1897	33	1,23	7,62	9,38
Koszalin	630	19	1,41	6,87	8,25
Łódź	1589	13	0,52	13,54	7,05
Szczecin	1711	31	1,37	5,34	7,01
Skierniewice	161	20	0,48	14,10	6,83
Konin	502	16	0,59	11,53	6,77
Lublin	939	18	0,83	7,15	5,96
Bydgoszcz	930	24	1,24	4,57	5,70
Katowice	1429	24	0,72	7,04	5,04
Słupsk	1273	11	0,70	6,70	4,71
Piła	1020	12	0,88	1,54	1,37
Ogółem	13101		0,96	7,25	6,93

Źródło: Sprawozdania finansowe badanych przedsiębiorstw za rok 1986 i obliczenia własne.

Pierwszą grupę tworzą przedsiębiorstwa, w których produktywność majątku i rentowność sprzedaży należą do jednakowo ważnych źródeł efektywności ekonomicznej. Cechą charakterystyczną tych przedsiębiorstw jest kompleksowe świadczenie usług turystycznych. Organizacja imprez turystycznych i usługi bazy materialnej w tej grupie przedsiębiorstw mają równorzędne znaczenie i przyczyniają się do należytego wykorzystania majątku produkcyjnego.

Drugą grupę tworzą przedsiębiorstwa, w których rentowność sprzedaży wpływa decydująco na poziom efektywności ekonomicznej. W tej grupie przedsiębiorstw przeważają usługi bazy materialnej (hotelowe, gastronomiczne). Wymagają one dużego zaangażowania majątku trwałego i zwiększają ryzyko gospodarowania. Względnie wysoka rentowność sprzedaży tych usług rekompensuje w pewnym stopniu ujemne skutki niepełnego wykorzystania posiadanych zdolności usługowych. Nawet przy niewielkim zwiększeniu natężenia sprzedaży w tych przedsiębiorstwach można wydatnie poprawić stopę zysku.

Trzecią grupę tworzą przedsiębiorstwa mające duże trudności z osiągnięciem dostatecznego poziomu produktywności majątku i rentowności sprzedaży. Zwłaszcza niski poziom produktywności majątku przyczynia się do obniżenia

ich efektywności ekonomicznej. Dalsze utrzymanie działalności tych przedsiębiorstw jest mało prawdopodobne bez gruntownej przebudowy ich struktury majątkowej. Są to niekiedy przedsiębiorstwa, które ponad 80% kapitału ulokowały w środkach trwałych. Będzie im bardzo trudno poprawić wyniki gospodarowania, jeżeli utrzymają dotychczasową strukturę wyposażenia majątkowego.

Różnice międzyzakładowe pod względem czynników kształtujących efektywność ekonomiczną w przedsiębiorstwach turystycznych są duże. W celu uwypuklenia tych różnic obliczono współczynniki zmienności dla wybranych wielkości mających bezpośredni wpływ na efektywność ekonomiczną. Otrzymano następujące współczynniki:

Środki trwałe	50%
Środki obrotowe	75%
Sprzedaż	67%
Zysk bilansowy	64%
Produktywność majątku	43%
Rentowność sprzedaży	40%
Stopa zysku	47%.

Współczynniki zmienności wyrażają stosunek odchylenia standardowego do przeciętnej wartości badanej cechy. Widzimy, że przedsiębiorstwa turystyczne są najbardziej zróżnicowane pod względem wyposażenia w środki obrotowe; pozostałe współczynniki zmienności są także duże i świadczą, że mamy do czynienia z niejednorodną zbiorowością jednostek gospodarujących.

Wpływ wielu czynników na efektywność ekonomiczną wyraża się poprzez koszty własne. Z tego powodu ich obserwacja ułatwia ocenę efektywności i przyspiesza stosowanie środków zaradczych poprawiających efektywność.

Wygodnym narzędziem kontroli wykorzystania zasobów majątkowych są wskaźniki struktury kosztów własnych. W przedsiębiorstwach turystycznych obserwacją należy objąć przede wszystkim amortyzację i koszty usług obcych.

Badania szczegółowe wykazały, że udział amortyzacji w kosztach własnych jest najmniejszy w tych przedsiębiorstwach, które najlepiej wykorzystują swoje zdolności usługowe. Chcąc sprawdzić taką tezę, badano zależność między udziałem amortyzacji w kosztach własnych a produktywnością majątku. Otrzymano współczynnik korelacji $r = -0,85$. Okazało się, że zmniejszanie się udziału amortyzacji w kosztach własnych jest ściśle uzależnione od wzrostu produktywności majątku. To samo stwierdzenie odnosi się do udziału zużycia materiałów, przedmiotów nietrwałych i energii w ogólnej sumie kosztów własnych.

Ważnym składnikiem kosztów własnych w przedsiębiorstwach turystycznych są usługi obce. Ich udział w kosztach własnych kształtuje się w dużym stopniu

pod wpływem przyjętych sposobów ewidencji kosztów¹. Są one przeważającym składnikiem kosztów w tych przedsiębiorstwach, które mają rozwiniętą kooperację zewnętrzną i wewnętrzną. Dotyczy to zwłaszcza przedsiębiorstw wynajmujących kwatery prywatne na rzecz własnej działalności turystycznej. Zwiększenie zakresu kooperacji i związanych z nią kosztów usług obcych świadczy na ogół o poprawie wykorzystania zdolności usługowej.

Różnice międzyzakładowe w strukturze kosztów własnych są duże i potwierdzają tezę o zróżnicowaniu sposobów kształtowania efektywności ekonomicznej w przedsiębiorstwach turystycznych. Wyobrażenie o skali tego zróżnicowania dają następujące wskaźniki struktury kosztów:

	Najmniej (%)	Najwięcej (%)
Amortyzacja	1,21	3,43
Zużycie materiałów, przedmiotów nietrwałych i energii	5,02	15,48
Usługi materialne	8,28	56,90
Usługi niematerialne	17,13	56,31
Wynagrodzenia	10,68	25,07
Koszty finansowe	9,13	20,75

Przedstawione wskaźniki struktury charakteryzują obszar zmienności poszczególnych rodzajów kosztów w badanej grupie wojewódzkich przedsiębiorstw turystycznych. Jednym z czynników powodujących zróżnicowanie struktury kosztów jest stopień wykorzystania zdolności usługowej. W przedsiębiorstwach charakteryzujących się wysokim wykorzystaniem zdolności usługowej udział amortyzacji w kosztach własnych utrzymuje się na poziomie zbliżonym do minimalnego, udział zaś usług obcych (materialnych i niematerialnych) jest bliższy poziomowi maksymalnego. Wahania udziału pozostałych składników kosztów są mniej znaczące dla oceny zmian efektywności ekonomicznej.

Znaczenie pozycji wewnątrzbranżowej

Każda jednostka gospodarująca występuje w roli nabywcy i użytkownika czynników wytwórczych oraz sprzedawcy produktów pracy. Należy zabiegać o to, żeby wartość posiadanych i zużywanych czynników wytwórczych była relatywnie mniejsza od wartości sprzedawanych produktów pracy. Ocenie stosunku obu tych wartości umożliwia szeroko pojęty rachunek nakładów i efektów.

Nacisk powinien być położony na informacje, które umożliwiają określenie pozycji przedsiębiorstwa pod względem jego udziału w kształtowaniu nakładów

¹ Por. J. Turakiewicz: *Problemy ewidencji produkcji i sprzedaży w terenowych przedsiębiorstwach turystycznych*. Rachunkowość 1981 nr 3.

i efektów działalności całej grupy przedsiębiorstw występujących na rynku usług turystycznych. Chodzi o wyraźne stwierdzenie, czy dane przedsiębiorstwo przyczynia się w większym stopniu do powstania pożądaných efektów na tym rynku, czy też jego udział jest większy w powstawaniu nakładów na działalność turystyczną. Od tego stwierdzenia można uzależnić ocenę efektywności ekonomicznej przedsiębiorstwa. Będzie to ocena obiektywna, odwołująca się do wartości przeciętnych, charakteryzujących przeciętne zapotrzebowanie na czynniki wytwórcze i przeciętne rozmiary sprzedaży w danej branży lub grupie przedsiębiorstw realizujących podobne zadania.

Nakłady mniejsze od przeciętnych i efekty większe od przeciętnych zawsze dobrze świadczą o pracy danego przedsiębiorstwa na tle całej grupy podobnych jednostek gospodarujących. Wynika z tego, że narzędziem oceny może być następujący układ nierówności:

$$\frac{\text{nakłady w danym przedsiębiorstwie}}{\text{nakłady przeciętne}} < \frac{\text{efekty danego przedsiębiorstwa}}{\text{efekty przeciętne}}$$

Im wyraźniej jest zarysowana ta nierówność, tym wyższą pozycję wewnątrzbranżową zajmuje przedsiębiorstwo pod względem efektywności ekonomicznej.

Układy nierówności mogą być stosowane do ogólnej oceny zaangażowanych czynników wytwórczych i osiąganých wyników gospodarowania, mogą także obrazować wykorzystanie poszczególných rodzajów czynników i poziom wyników cząstkowych.

Ilorazy tworzące układ nierówności nazwiemy indeksami nakładów i efektów.

Jeżeli produktywność majątku i rentowność sprzedaży przyjmiemy jako kryteria efektywności ekonomicznej, to narzędziem oceny i kontroli może być następujący układ nierówności:

$$IM < IS < IZb$$

gdzie: IM — indeks ogólnej wartości majątku,

IS — indeks ogólnej wartości sprzedaży (obrotów),

IZb — indeks zysku bilansowego.

W powyższym wzorcowym układzie nierówności indeks ogólnej wartości majątku oznacza udział przedsiębiorstwa w nakładach na utworzenie materialnych podstaw gospodarowania, indeksy zaś sprzedaży i zysku bilansowego dotyczą jego udziału w efektach gospodarowania. Relacje indeksów zgodne z wzorcowym układem nierówności świadczą, że efektywność ekonomiczna badanego przedsiębiorstwa jest wyższa od przeciętnej.

W tabeli 2 są pokazane wybrane indeksy nakładów i efektów dla objętych badaniem przedsiębiorstw turystycznych. Porównanie tych indeksów dostarcza informacji o efektywności każdego przedsiębiorstwa i umożliwia wskazanie słabych i mocnych stron jego działalności.

Indeksy nakładów i efektów

Przedsiębiorstwo	Majątek ogółem	Sprzedaż ogółem	Zysk bilansowy
Poznań	0,5874	1,1139	1,3601
Piotrków Trybunalski	0,4247	0,4402	0,7202
Warszawa	1,8824	2,3590	2,5485
Koszalin	0,6251	0,9205	0,7445
Łódź	1,5767	0,7704	1,6035
Szczecin	1,6978	2,4260	1,7181
Skierniewice	0,1598	0,0734	0,1575
Konin	0,4981	0,2801	0,4868
Lublin	0,9318	0,7915	0,8018
Bydgoszcz	0,9238	0,9249	0,7588
Katowice	1,4180	1,0439	1,0308
Słupsk	1,2632	0,8971	0,8590
Piła	1,0121	0,9583	0,2004

Źródło: Sprawozdania finansowe badanych przedsiębiorstw za 1986 r. i obliczenia własne

Tylko trzy pierwsze przedsiębiorstwa wymienione w tabeli 2 spełniają warunki określone wzorcowym układem nierówności. Całkowicie niezgodne z tym układem relacje występują w przedsiębiorstwach zajmujących trzy ostatnie miejsca. Pozostałych siedem przedsiębiorstw, zajmujących środkowe miejsca, wykazuje odchylenia cząstkowe od wzorcowego układu nierówności.

Analizując relacje cząstkowe indeksów nakładów i efektów możemy ocenić wykorzystanie różnych źródeł efektywności ekonomicznej.

Jeżeli interesuje nas produktywność majątku jako źródło efektywności, to znaczenia nabiera następująca nierówność:

$$IM < IS$$

Indeks ogólnej wartości majątku mniejszy od indeksu sprzedaży świadczy o przeciętnie wyższej produktywności majątku w danym przedsiębiorstwie. W tabeli 2 jest sześć przedsiębiorstw, które spełniają to kryterium efektywności. Są to przedsiębiorstwa, które zajmują miejsca w górnej części tabeli (z wyłączeniem WPT w Bydgoszczy), a więc osiągają zarazem wysoką w tej grupie stopę zysku. Potwierdza się wniosek, że dobra lokata pod względem produktywności majątku jest na ogół zbieżna z osiąganiem stopy zysku wyższej niż przeciętna.

Oceniając rentowność sprzedaży jako źródło efektywności ekonomicznej możemy uwzględnić następującą nierówność:

$$IS < IZb$$

Przedsiębiorstwa, które spełniają ten warunek, zajmują miejsce w górnej i środkowej części tabeli 2. Jest ich siedem, a więc rentowność sprzedaży jest częściej wykorzystywanym źródłem efektywności niż produktywność majątku. Wysokie lokaty pod względem rentowności sprzedaży mają przedsiębiorstwa, w których przeważają usługi hotelowe i gastronomiczne (np. WPT w Łodzi). Rentowność większą od przeciętnej mają także niektóre małe przedsiębiorstwa specjalizujące się w wąskim zakresie usług (np. WPT w Piotrkowie Trybunalskim, WPT w Skierniewicach i WPT w Koninie).

Na podstawie indeksów nakładów i efektów można także oceniać pozycję wewnątrzbranżową pod względem różnych rodzajów działalności. Ten rodzaj oceny umożliwia przykładowo następujący układ nierówności:

$$IM < ISbm < ISkw,$$

gdzie: IM — indeks wartości majątku,

ISbm — indeks sprzedaży usług bazy materialnej,

ISkw — indeks sprzedaży usług kwater prywatnych.

Powyższy układ nierówności wskazuje na znaczenie sprzedaży usług bazy materialnej (hotele, ośrodki wczasowe) i kwater prywatnych jako źródła efektywności ekonomicznej. Przedsiębiorstwa mające wysokie lokaty pod tym względem osiągają na ogół stopę zysku wyższą od przeciętnej. Sprzedaż usług bazy materialnej jest dla niektórych przedsiębiorstw turystycznych głównym źródłem dochodów (np. dla WPT w Koszalinie, WPT w Łodzi), jednak intensyfikacja tego rodzaju działalności nie należy do łatwych sposobów poprawienia efektywności ekonomicznej.

Indeksy nakładów i efektów przedstawiliśmy w formie układów nierówności charakterystycznych dla intensywnego gospodarowania czynnikami wytwórczymi. Niektóre z tych układów są zawsze aktualne, ponieważ wynikają z obiektywnych warunków gospodarowania. Na przykład nierówność typu $IM < IS < IZb$ jest wzorcem zawsze aktualnym, ponieważ opisuje podstawowe dla każdego przedsiębiorstwa relacje efektywnościowe. Inaczej trzeba ocenić znaczenie nierówności typu $IM < ISbm < ISkw$, opisującej relacje efektywnościowe dotyczące lokalnych warunków funkcjonowania przedsiębiorstw turystycznych, które odczuwają niedostatek własnej bazy hotelowej. Zmiana tych warunków może spowodować odwrócenie wzorcowego układu nierówności, ponieważ większego znaczenia nabierze wykorzystanie własnej bazy hotelowej.

Wzorcowe układy nierówności pobudzają do myślenia o znalezieniu środków zaradczych w celu poprawy pozycji wewnątrzbranżowej przedsiębiorstwa. Ich stosowanie zależy jednak od stworzenia systemu informacji na bazie analizy międzyzakładowej. Na podstawie takich informacji zainteresowane przedsiębiorstwa mogą łatwo same analizować swoją działalność, stosując najbardziej obiektywne kryteria oceny efektywności ekonomicznej.

SPIS TREŚCI

Wstęp	3
Część I. Analiza i ocena rynku usług turystycznych w Polsce w latach 1986-1989	5
Stefan Bosiacki, Adam Werschler: Badanie i analiza rynku turystycznego metodą panelu gospodarstw domowych. Synteza wyników badań z lat 1986-1989.	7
Józef Garczarczyk, Marek Mocek: Ekonometryczna analiza wpływu wybranych czynników na kształtowanie się popytu na rynku turystycznym	36
Ryszard Gałęcki: Podaż miejsc noclegowych jako element rynku usług turystycznych.	51
Józef Garczarczyk: Badanie rynku turystycznego metodą testu koniunktury.	71
Część II. Efektywność funkcjonowania gospodarki turystycznej.	89
Jolanta Witulska: Ekonomiczna efektywność inwestycji hotelowych. Metodologiczne problemy jej oceny na przykładzie PP „Orbis”.	91
Barbara Marcinkowska: Możliwości racjonalizacji kosztów własnych zakładów hotelarskich w reformowanym systemie gospodarki.	129
Bogusław Guzik: Ekonometryczna analiza kształtowania się kosztów przedsiębiorstw turystycznych.	148
Stanisław Nowak: Majątek i efektywność ekonomiczna przedsiębiorstw turystycznych.	164



