

MINISTERSTWO GOSPODARKI, PRACY I POLITYKI SPOŁECZNEJ

**MARIA BYSZEWSKA-DAWIDEK
IWONA KULESZA**

RYNEK BIUR PODRÓŻY W POLSCE

RAPORT Z BADAŃ ANKIETOWYCH



INSTYTUT TURYSTYKI

MINISTERSTWO GOSPODARKI



SPECS TRESCI

1. WSTĘP

2. BIURA PODRÓŻY W POLSCE

3. RYNEK BIUR PODRÓŻY W POLSCE

3.1. Popyt na usługi biur podróży

3.3. Podaż usług biur podróży

4. WIELKOŚĆ SPRZEDAŻY I ZATRUDNIENIE

4.2. Zatrudnienie

5. OCENA PRZYSZŁOŚCI BIUR PODRÓŻY

RYNEK BIUR PODRÓŻY W POLSCE

RAPORT Z BADAŃ ANKIETOWYCH

Instytut Turystyki, 02-511 Warszawa, ul. Mierzeckiego 9a

tel. 22 44 03 47, fax 22 844 12 63

kom. 22 844 12 63, e-mail: it@itatur.com.pl

Strona WWW: www.itatur.com.pl



INSTYTUT TURYSTYKI



9428

**Wykonano w Instytucie Turystyki
na zlecenie Ministerstwa Gospodarki, Departament Turystyki**

**Instytut Turystyki, 02-511 Warszawa, ul. Merliniego 9a
tel. +48 22 844-63-47, fax +48 22 844-12-63
www.intur.com.pl, e-mail: it@intur.com.pl**

Druk: ZWP MGPIPS, Zam. 95/2003, Nakład 300 egz.

2. BIURA PODRÓŻY W POLSCE

SPIS TREŚCI

SPIS TREŚCI	1
1. WSTĘP	2
2. BIURA PODRÓŻY W POLSCE	3
3. RYNEK BIUR PODRÓŻY W POLSCE	8
3.1. Popyt na usługi biur podróży	8
3.2. Struktura usług świadczonych przez biura podróży	9
3.3. Podaż usług biur podróży	11
4. WIELKOŚĆ SPRZEDAŻY I ZATRUDNIENIE.....	13
4.1. Przychody biur podróży	13
4.2. Zatrudnienie i wynagrodzenia.....	14
5. OCENA PRZYSZŁOŚCI BIUR PODRÓŻY.....	15
6. WNIOSKI.....	16

1. WSTĘP

W 2002 roku Departament Turystyki Ministerstwa Gospodarki zlecił Instytutowi Turystyki przeprowadzenie badań ankietowych biur podróży zarejestrowanych w Centralnym Rejestrze Zezwoleń¹ i przygotowanie raportu na temat rynku biur podróży w Polsce.

Obowiązek prowadzenia rejestru przez ministra właściwego ds. turystyki nakłada ustawa z dnia 29 sierpnia 1997 roku o usługach turystycznych (tekst jednolity Dz.U. Nr 55 z 2001 r., poz 578) oraz rozporządzenie Ministra Gospodarki z dnia 13 czerwca 2001 roku w sprawie centralnego rejestru zezwoleń na działalność organizatorów turystyki i pośredników turystycznych (Dz. U. Nr 62 z 2001 r., poz.633). Wpisów do rejestru dokonuje się na podstawie ostatecznych decyzji o wydaniu zezwolenia przez wojewodę.

W badaniach ankietowych i w raporcie wykorzystano dane o 3636 podmiotach zgromadzone w Centralnym Rejestrze Zezwoleń według stanu na dzień 15 września 2002 roku.

Z 3636 ankiet wysłanych do podmiotów zarejestrowanych w Centralnym Rejestrze Zezwoleń uzyskano 934 odpowiedzi (25,7% badanych podmiotów), które stanowiły podstawę do przygotowania niniejszego opracowania. Wyniki badań ankietowych zostały przedstawione w odrębnym raporcie *Rynek biur podróży w Polsce. Raport z badań ankietowych*. Podstawowe wyniki badań zostały również przedstawione w syntezie raportu²

Badania nie objęły instytucji i organizacjach prowadzących działalność operatora turystycznego lub pośrednika turystycznego a nie objętych obowiązkiem uzyskania zezwolenia. Uwaga ta dotyczy zarówno organizacji społecznych, fundacji, związków sportowych, kościołów itp. jak i agencji turystycznych prowadzących działalność pośrednika turystycznego w imieniu innych podmiotów. Szacuje się, że liczba tych agencji w Polsce wynosi 3,0-3,5 tys. i zbliża się do liczby podmiotów zarejestrowanych w Centralnym Rejestrze Zezwoleń.

Instytut Turystyki, 03-511 Warszawa, ul. Mieroskiego 9a

tel. +48 22 844-63-47, fax +48 22 844-12-63

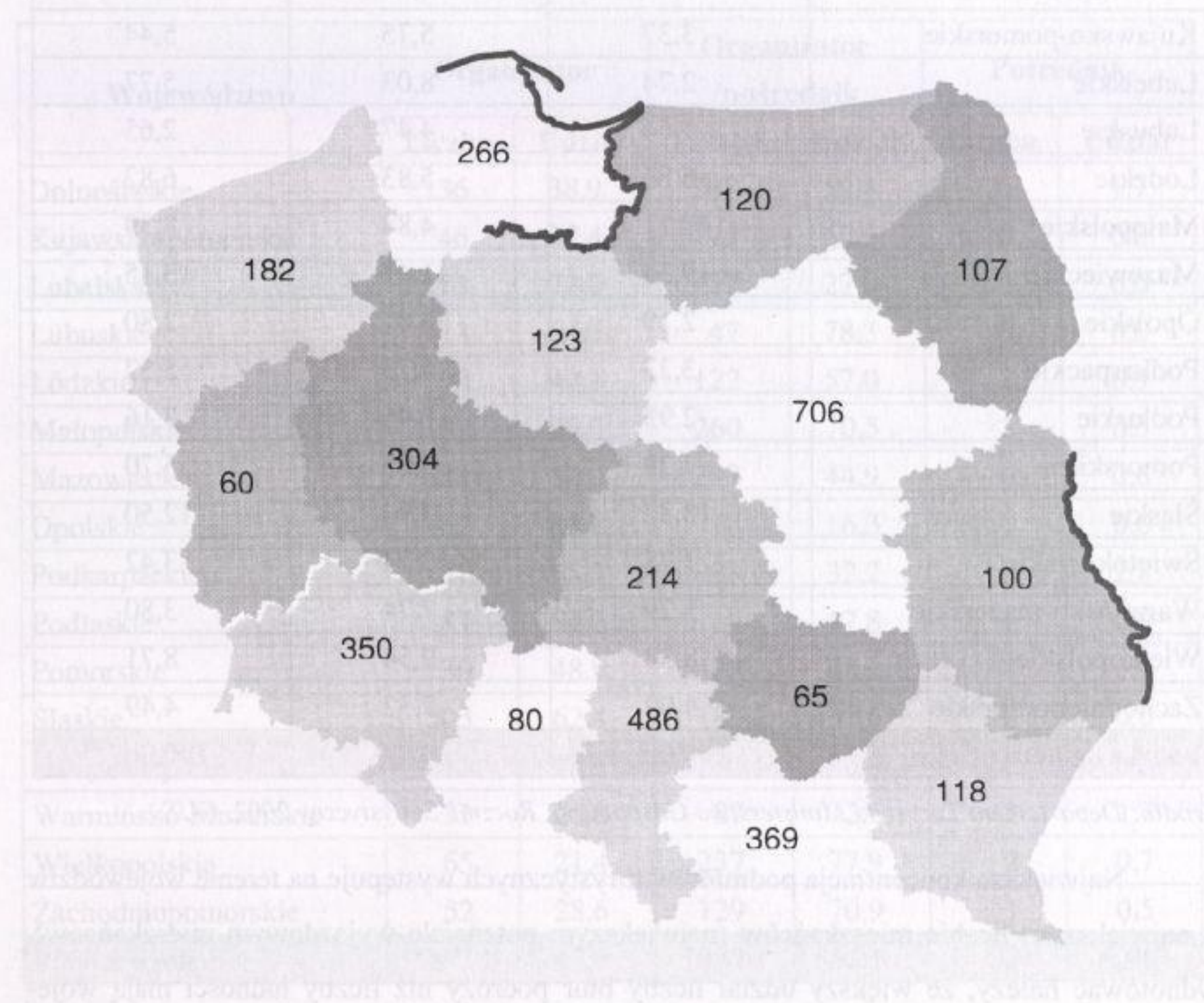
¹ Szczegółowe raport z przeprowadzonych badań stanowi odrębną część *Rynek biur podróży w Polsce. Raport z badań ankietowych*

² *Rynek biur podróży w Polsce. Synteza*, Instytut Turystyki, Warszawa, 2002 r.

2. BIURA PODRÓŻY W POLSCE

Zgodnie z ze stanem 20 listopada 2002 roku w Centralnym Rejestrze Zezwoleń zarejestrowano 3560 podmiotów, które uzyskały zezwolenie na prowadzenie działalności organizatora turystyki, lub pośrednika turystycznego.

Zróźnicowanie przestrzenne podmiotów turystycznych posiadających zezwolenie na prowadzenie działalności obrazuje poniższa mapa



Źródło: Departament Turystyki Ministerstwa Gospodarki

Rysunek 1. Podmioty turystyczne posiadające zezwolenie na prowadzenie działalności w układzie wojewódzkim (według stanu na dzień 20.11.2002 r)

Liczba podmiotów gospodarczych zarejestrowanych w poszczególnych województwach zależy od wielkości województwa (liczby ludności i powierzchni). Zjawisko to obrazuje tabela 1.

Tabela 1. Udział województw w liczbie podmiotów turystycznych (według stanu na dzień 20.11.2002 r.), powierzchni i liczbie ludności w Polsce (wg stanu na dzień 31.12.2001 r.) w procentach

Województwo	Udział województwa w %		
	Podmioty turystyczne	Powierzchnia	Ludność
Dolnośląskie	9,59	6,38	7,69
Kujawsko-pomorskie	3,37	5,75	5,44
Lubelskie	2,74	8,03	5,77
Lubuskie	1,64	4,47	2,65
Łódzkie	5,86	5,83	6,82
Małopolskie	10,11	4,84	8,39
Mazowieckie	19,34	11,41	13,15
Opolskie	2,19	3,01	2,80
Podkarpackie	3,23	5,73	5,52
Podlaskie	2,93	6,45	3,16
Pomorskie	7,29	5,85	5,70
Śląskie	13,32	3,93	12,50
Świętokrzyskie	1,78	3,74	3,42
Warmińsko-mazurskie	3,29	7,74	3,80
Wielkopolskie	8,33	9,54	8,71
Zachodniopomorskie	4,99	7,32	4,49
Polska ogółem	100,00	100,00	100,00

Źródło: Departament Turystyki Ministerstwa Gospodarki, Rocznik Statystyczny 2002, GUS.

Największa koncentracja podmiotów turystycznych występuje na terenie województw o największym liczbie mieszkańców (największym potencjale wyjazdowym mieszkańców). Odnosić należy, że większy udział liczby biur podróży niż liczby ludności mają województwa mazowieckie, śląskie, małopolskie i dolnośląskie, a zdecydowanie mniejszy województwa: świętokrzyskie, lubuskie, lubelskie i kujawsko-pomorskie. Dominująca pozycja województwa mazowieckiego wynika z atrakcyjności stolicy, ale również z faktu, że wiele biur podróży otwiera swoje przedstawicielstwa w Warszawie nawet wtedy, prowadzą działalność w innym mieście.

W miastach powyżej 500 tys. mieszkańców działa prawie 1000 biur. Ponad 1000 biur działa w miejscowościach liczących od 21 do 100 tysięcy mieszkańców. Łącznie w miastach powyżej 20 tys. mieszkańców działa 55% wszystkich biur podróży. Prawie trzy czwarte polskich biur istnieje na rynku dłużej niż 5 lat.

Tabela 2. Podmioty turystyczne według przedmiotu prowadzonej działalności w układzie wojewódzkim (20.11.2002 r.)

Województwo	Organizator		Organizator /pośrednik		Pośrednik	
	Liczba	Udział	Liczba	Udział	Liczba	Udział
Dolnośląskie	136	38,9	208	59,4	6	1,7
Kujawsko-pomorskie	46	37,4	77	62,6	0	0,0
Lubelskie	73	73,0	27	27,0	0	0,0
Lubuskie	13	21,7	47	78,3	0	0,0
Łódzkie	90	42,1	122	57,0	2	0,9
Małopolskie	107	29,0	260	70,5	2	0,5
Mazowieckie	383	54,3	317	44,9	6	0,8
Opolskie	67	83,8	13	16,3	0	0,0
Podkarpackie	77	65,3	38	32,2	3	2,5
Podlaskie	87	81,3	19	17,8	1	0,9
Pomorskie	130	48,9	128	48,1	8	3,0
Śląskie	303	62,4	183	37,6	0	0,0
Świętokrzyskie	15	23,1	50	76,9	0	0,0
Warmińsko-Mazurskie	31	25,8	87	72,5	2	1,7
Wielkopolskie	65	21,4	237	77,9	2	0,7
Zachodniopomorskie	52	28,6	129	70,9	1	0,5
Polska ogółem	1675	45,9	1942	53,21	33	0,90

Źródło: Departament Turystyki Ministerstwa Gospodarki.

Na 3650 podmiotów turystycznych 3617 należy do grupy organizatorów lub organizatorów/pośredników. Stanowi to 99% ogółu podmiotów.

Podmioty turystyczne prowadzące działalność tylko pośrednika stanowią niecały jeden procent wszystkich podmiotów turystycznych zarejestrowanych na polskim rynku. Występują na terenie dwunastu województw, a ich liczba wynosi od sześciu w województwach dolnośląskim i mazowieckim do ośmiu w województwie pomorskim.

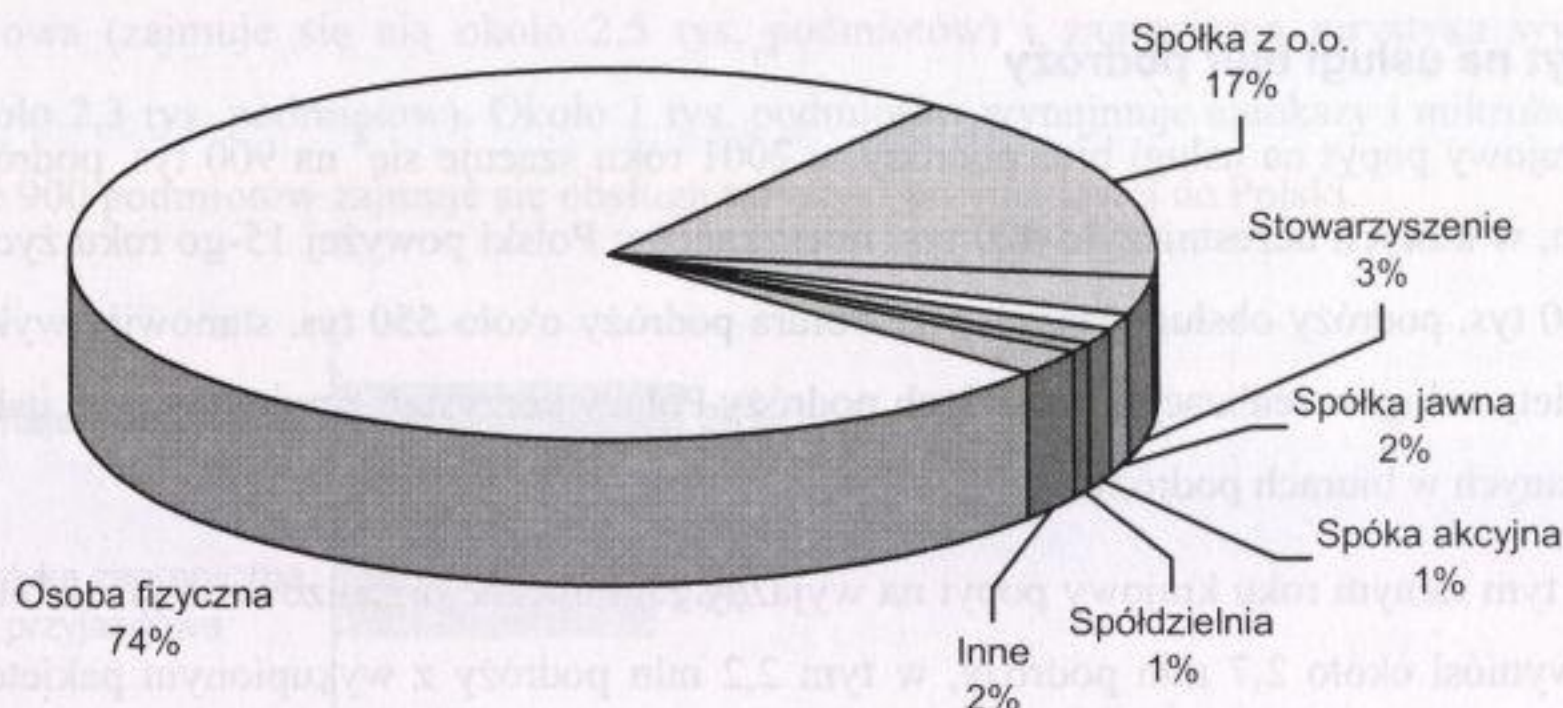
Wśród zarejestrowanych podmiotów turystycznych przeważają jednostki posiadające zezwolenie na prowadzenie działalności na terenie Polski i krajów europejskich (ponad 40 krajów według wykazu z rozporządzenia Ministra Finansów z dnia 24.XI.1999 r.). Zezwolenie na prowadzenie działalności tylko na terenie Polski ma 798 (21,9% zarejestrowanych podmiotów), a na prowadzenie działalności na terenie całego świata 750 podmiotów turystycznych (20,5%).

Najwięcej podmiotów turystycznych posiadających zezwolenie na prowadzenie działalności tylko na terenie Polski działa na terenie województwa mazowieckiego (154, 21,8%). W kolejnych województwach jest ich znacznie mniej: na terenie pomorskiego (105, 39,5%) i małopolskiego (80, 21,7%).

Najwięcej podmiotów turystycznych posiadających zezwolenie na prowadzenie działalności na terenie całego świata działa na terenie województwa mazowieckiego (248, 35,1%). Kolejne miejsca zajmują województwa: śląskie (81, 16,7%), wielkopolskie (75, 24,7%) oraz małopolskie (73, 19,8%).

W strukturze własności zdecydowanie dominują osoby fizyczne stanowiące 74% wszystkich podmiotów zarejestrowanych w Centralnym Rejestrze Zezwoleń. W grupie innych właścicieli (2% wszystkich podmiotów) dominują państwowe jednostki organizacyjne (20 podmiotów), przedsiębiorstwa państwowe (16) i samorządowe (14), osoby prawne (9), fundacje (8), spółki cywilne (6), kościelne osoby

Szczegółowe dane na temat zakresu działania i struktury własności znajdują się w szczegółowym raporcie z badań ankietowych.



Źródło: Departament Turystyki Ministerstwa Gospodarki

Rys. 2. Struktura własnościowa podmiotów zarejestrowanych w CRZ

Zgodnie z ustawą o usługach turystycznych i aktami wykonawczymi, m.in. rozporządzeniem Ministra Finansów w sprawie określenia minimalnej wysokości sumy gwarancji bankowej i ubezpieczeniowej oraz minimalnej wysokości sumy gwarancyjnej na rzecz jednego klienta z tytułu umowy ubezpieczenia na rzecz klientów w związku z prowadzoną działalnością przez organizatorów turystyki i pośredników turystycznych (Dz. U. Nr 98 z 1999 r., poz.1142), biura podróży muszą posiadać gwarancje bankowe lub ubezpieczeniowe. Z trzech możliwości biura najczęściej wybierają ubezpieczenie na rzecz klienta (92,7%). Tylko 6,6% biur wybrało tzw. gwarancje ubezpieczonego. Z gwarancji bankowych korzysta zaledwie 0,7% biur.

Podsumowując można stwierdzić, że polski rynek biur podróży to ponad 3 500 jednostek, z których zdecydowana większość prowadzi działalność zarówno organizatora, jak i pośrednika, oferując głównie imprezy na terenie Polski i krajów europejskich. Mają one siedziby przede wszystkim w dużych miastach w województwach o największej liczbie mieszkańców. Wśród właścicieli biur dominują osoby fizyczne, która jako formę gwarancji wybrały ubezpieczenie na rzecz klienta.

3. RYNEK BIUR PODRÓŻY W POLSCE³

3.1. Popyt na usługi biur podróży

Krajowy popyt na usługi biur podróży w 2001 roku szacuje się⁴ na 900 tys. podróży krajowych, w których uczestniczyło 420 tys. mieszkańców Polski powyżej 15-go roku życia. Wśród 900 tys. podróży obsługiwanych przez biura podróży około 550 tys. stanowiły wykupione pakiety usług, w realizacji pozostałych podróży Polacy korzystali z pojedynczych usług wykupywanych w biurach podróży.

W tym samym roku krajowy popyt na wyjazdy zagraniczne organizowane przez biura podróży wyniósł około 2,7 mln podróży, w tym 2,2 mln podróży z wykupionym pakietem usług. Z podróży zagranicznych wykupionych w biurach podróży skorzystało 1,6 mln mieszkańców Polski.

Szacuje się, że w 2001 roku dzieci do 14 roku życia uczestniczyły w około 200 tys. wyjazdów krajowych i około 180 tys. wyjazdów zagranicznych organizowanych przez biura podróży.

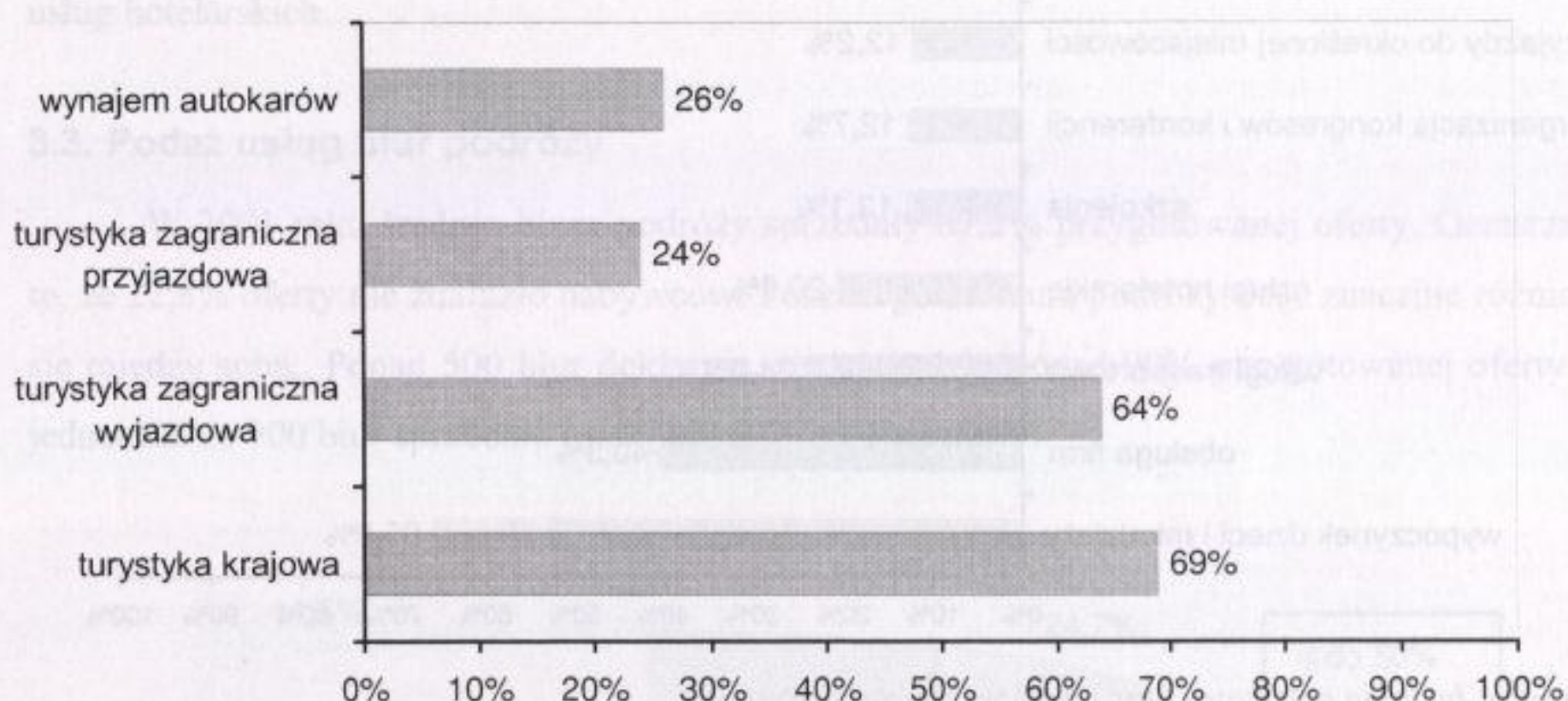
Na podstawie badań prowadzonych na granicach⁵ szacuje się, że z 15 mln turystów zagranicznych odwiedzających Polskę 17,3% (2,6 mln) skorzystało z usług biur podróży. Brak jest danych dotyczących kraju działania biur. Należy sądzić, że zdecydowaną większość usługodawców stanowiły zagraniczne biura podróży z kraju pochodzenia turysty, korzystające z pośrednictwa polskich biur podróży lub rezerwujące usługi bezpośrednio u usługodawców. Udział usług wykupywanych w polskich biurach podróży w czasie pobytu w Polsce należy uznać za niewielki.

³ Przedstawiona charakterystyka biur podróży została przygotowana na podstawie szacunków opartych na danych pozyskanych z 934 biur podróży (25,7 % wszystkich biur zarejestrowanych we wrześniu 2002 r. w Centralnym Rejestrze Zezwoleń).

⁴ Jerzy Łaciak, *Uczestnictwo Polaków w wyjazdach turystycznych w 2001 roku* Instytut Turystyki, Warszawa, 2002 r.

3.2. Struktura usług świadczonych przez biura podróży

Wśród podstawowych usług oferowanych przez biura podróży dominuje turystyką krajową (zajmuje się nią około 2,5 tys. podmiotów) i zagraniczna turystyka wyjazdowa (około 2,3 tys. podmiotów). Około 1 tys. podmiotów wynajmuje autokary i mikrobusy. Niecałe 900 podmiotów zajmuje się obsługą turystyki przyjazdowej do Polski.



Źródło: badania ankietowe biur podróży, Instytut Turystyki

Rys. 3. Podstawowe typy usług świadczonych przez biura podróży w Polsce (w %)

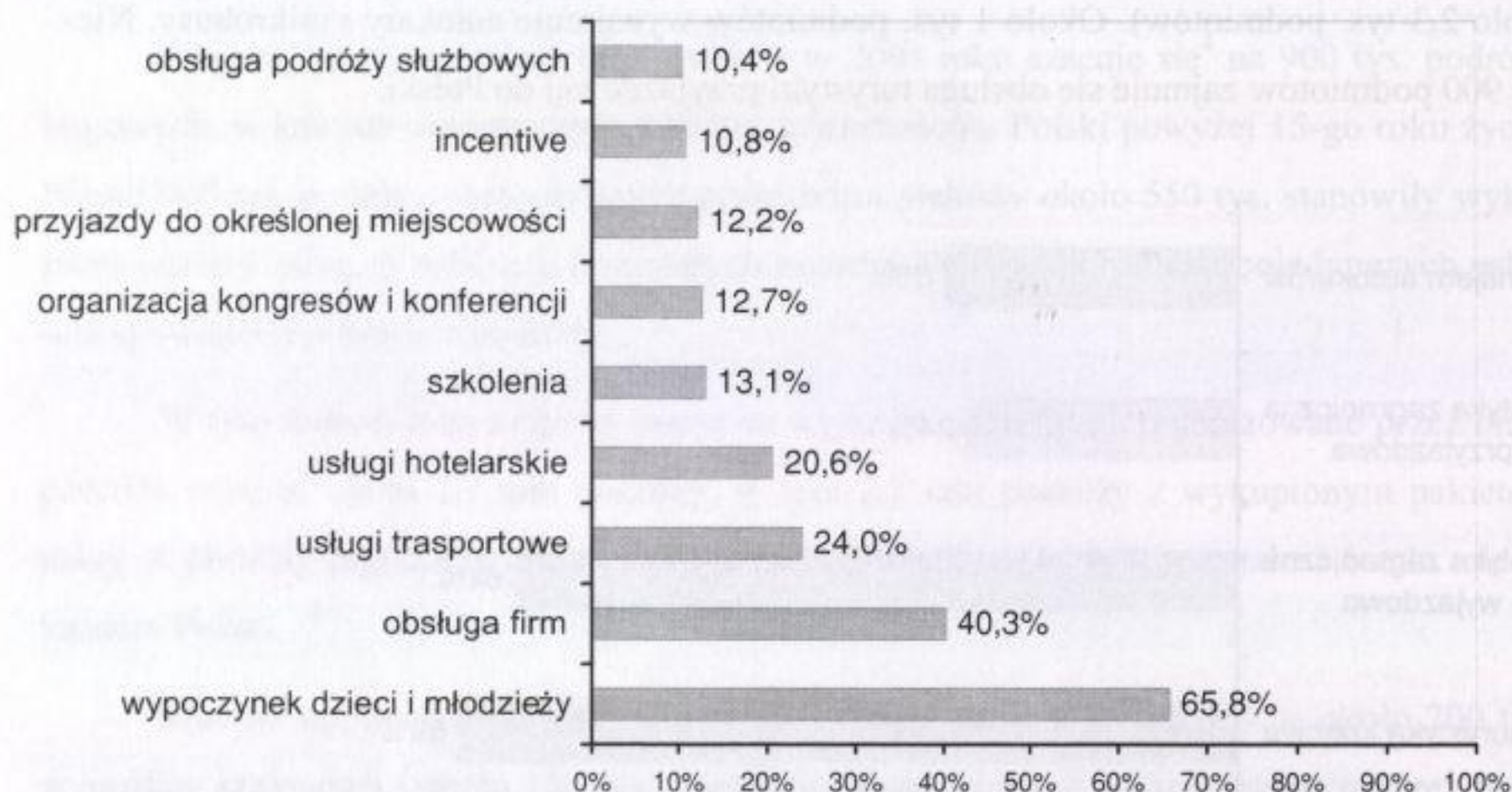
Wśród pozostałych rodzajów usług świadczonych przez biura podróży dominującą pozycję zajmuje organizacja wypoczynku dzieci i młodzieży (zajmuje się nią prawie 2,4 tys. podmiotów). Około 1,5 tys. podmiotów realizuje zadania na zlecenia (zamówienia firm).

Wśród 2,3 tys. biur podróży specjalizujących się w zagranicznej turystyce wyjazdowej 1,8 tys. biur zajmuje się także turystyką krajową. Turystyka grupowa (1,9 tys.) przeważa nad indywidualną (1,3 tys.).

Z prawie 900 biur specjalizujących się w zagranicznej turystyce przyjazdowej prawie 600 zajmuje się także zagraniczną turystyką wyjazdową, 580 – turystyką krajową, 540 – turystyką

⁵ Wiold Bratoszewicz, Teresa Skalska, *Zagraniczna turystyka przyjazdowa do Polski w 2001 roku*, Instytut Turystyki, Warszawa, 2002 r.

indywidualną, a 660 – turystyką grupową. W tej grupie biur 480 zajmuje się również obsługą firm, a 460 – wypoczynkiem dzieci i młodzieży.



Źródło: badania ankietowe biur podróży, Instytut Turystyki

Rys. 4. Rodzaje usług świadczonych przez biura podróży w Polsce (w %)

W porównaniu innymi krajami w Polsce niewiele jest biur specjalizujących się w określonych formach usług. Większość biur oferuje szeroki wachlarz usług

Spośród 2,5 tys. biur podróży specjalizujących się w turystyce krajowej prawie 2 tys. zajmuje się również zagraniczną turystyką wyjazdową, 1,5 tys. – turystyką indywidualną, 2,3 tys. – turystyką grupową, 2,4 tys. zajmuje się wypoczynkiem dzieci i młodzieży.

Z 1,3 tys. biur specjalizujących się w świadczeniu usług transportowych 1 tys. zajmuje się zagraniczną turystyką wyjazdową, a 1 tys. turystyką krajową. Wśród biur świadczących usługi transportowe przeważa turystyka grupowa świadczona przez 1,1 tys. biur. Warto zwrócić uwagę, że 0,9 tys. tych biur zajmuje się również obsługą wypoczynku dzieci i młodzieży, a 0,7 tys. obsługą firm.

Z badań wynika, że 880 biur podróży specjalizuje się w ekoturystyce i turystyce aktywnej. Wśród nich 500 zajmuje się zagraniczną turystyką wyjazdową, a 680 turystyką kra-

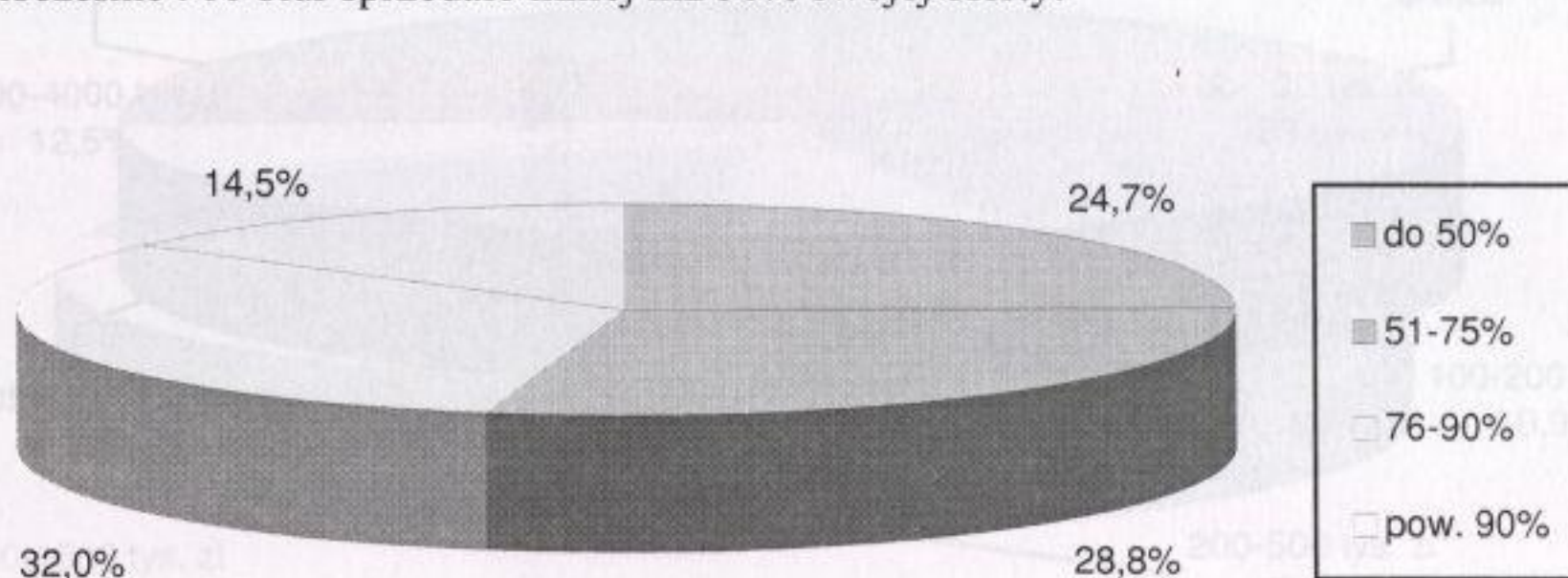
jową. Zdecydowana większość biur zajmuje się turystyką grupową (740), a 630 prowadzi obsługę firm.

Obsługę podróży służbowych prowadzi 1,7 tys. firm. Większość z nich świadczy szeroki wachlarz usług; aż 1,1 tys. zajmuje się także wypoczynkiem dzieci i młodzieży.

Spośród 3,6 tys. zarejestrowanych biur 750 deklaruje pośrednictwo w załatwianiu usług hotelarskich.

3.3. Podaż usług biur podróży

W 2001 roku średnio biura podróży sprzedały 67,2% przygotowanej oferty. Oznacza to, że 22,8% oferty nie znalazło nabywców. Poszczególne biura podróży dość znacznie różnią się między sobą. Ponad 500 biur deklaruje, że sprzedało ponad 90% przygotowanej oferty, jednocześnie 900 biur sprzedało mniej niż 50% swojej oferty.



Źródło: badania ankietowe biur podróży, Instytut Turystyki

Rys. 4. Struktura biur podróży według udziału oferty sprzedanej w 2001 roku w ofercie przygotowanej

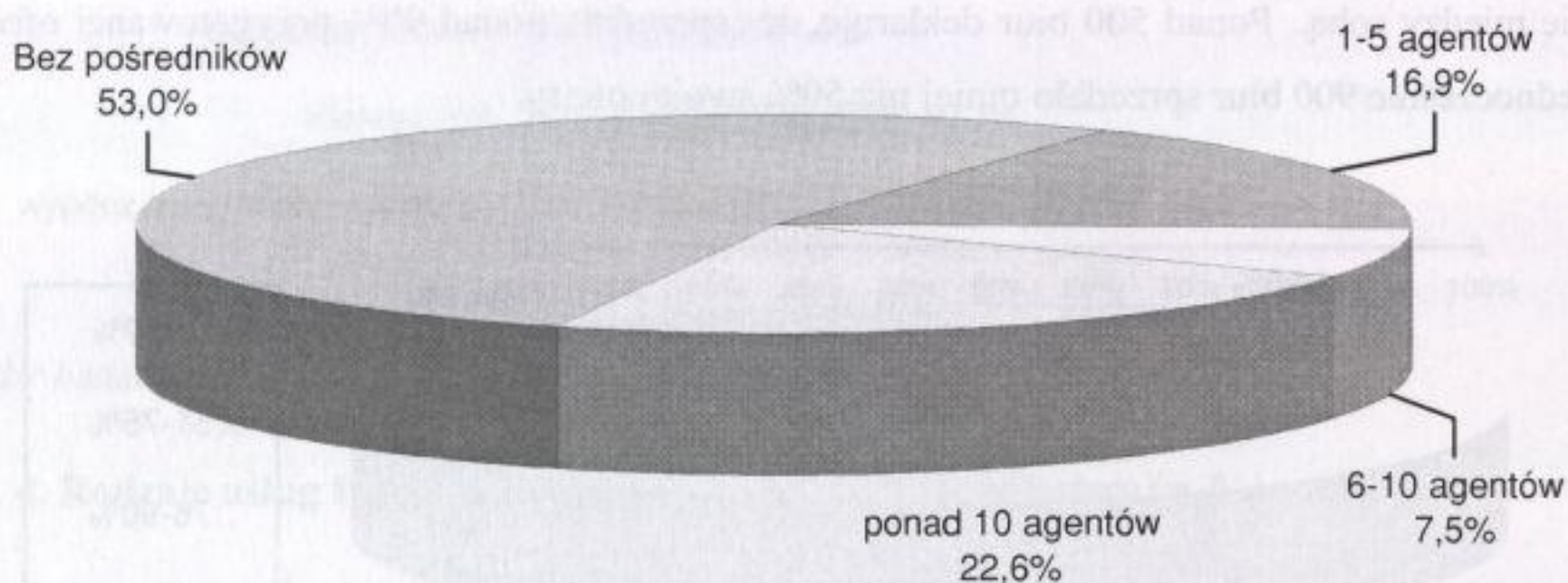
Rok 2001 w ofercie biur podróży charakteryzował się stabilizacją cen. W porównaniu z 2000 rokiem prawie 60% biur podróży nie zmieniło cen usług, lub zmieniło je w granicach 5%. Tylko 23,8% podniosło ceny o ponad 5%. Jednocześnie 18,5% biur obniżyło ceny o ponad 5%.

Potrzeba poprawy jakości oferowanych produktów turystycznych jest postrzegana przez większość zarządzających biurami podróży. 57% biur podróży deklaruje stałe uatrakcyjnianie oferty. 59,5% organizatorów i 35,5% pośredników systematycznie pracuje nad no-

wymi produktami. Tylko 4,8% biur podróży w ogóle nie uatrakcyjnia, ani nie tworzy nowego produktu.,

Nowe produkty wprowadzane są na zapotrzebowanie klienta (18,4% biur podróży), by nadażyć za konkurencją (15,1%). Tylko 4,9% biur podróży podejmuje decyzje o uruchomieniu nowego produktu na podstawie badań rynkowych.

Wśród polskich biur podróży rozpowszechniona jest sprzedaż agencyjna. Prawie połowa biur (47%) korzysta z pomocy agencji przy sprzedaży swoich ofert. Średnie polskie biuro podróży sprzedaje swoją ofertę za pośrednictwem 67 agentów. Warto podkreślić, że 58% biur jest agentami innych biur podróży.



Źródło: badania ankietowe biur podróży, Instytut Turystyki

Rys. 4. Struktura sprzedaży biur podróży według liczby agentów/pośredników w 2001 roku

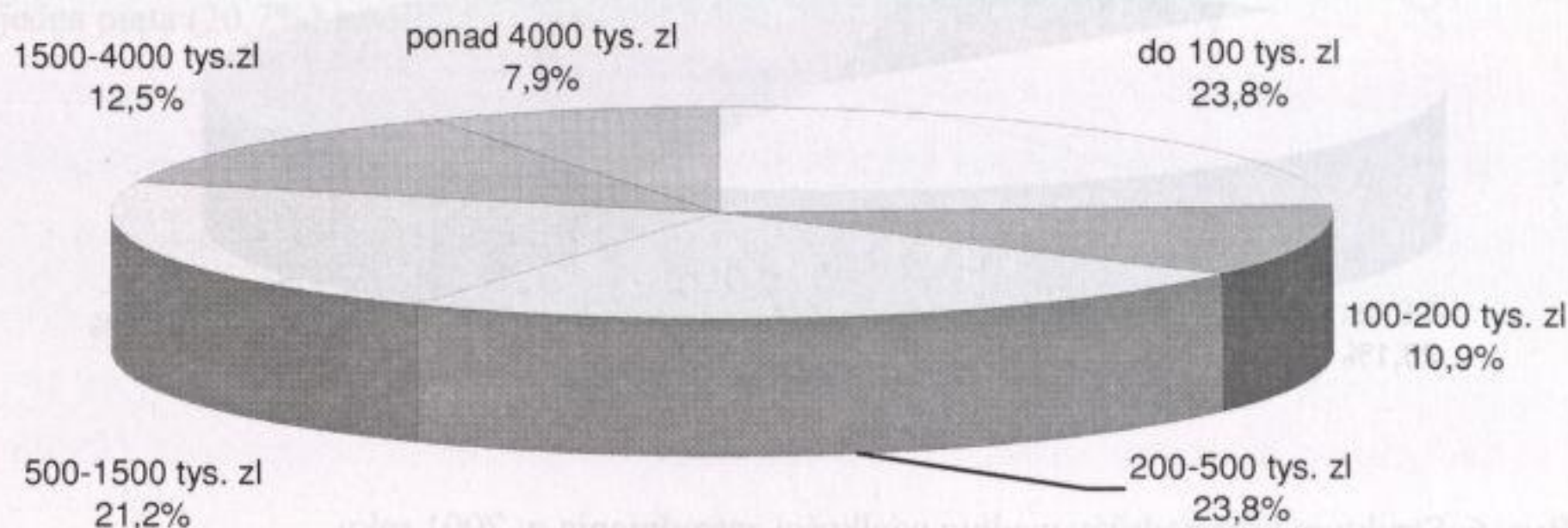
Własną sieć sprzedaży jest znacznie mniej popularna. Więcej niż jeden punkt sprzedaży ma co czwarte biuro podróży, w tym tylko 7% ma co najmniej trzy własne punkty sprzedaży. Ponad połowa biur podróży ma własną stronę internetową, jednak tylko 18% z nich wykorzystuje ją do bezpośredniej rezerwacji usług. Najczęściej internet jest wykorzystywany jako kanał promocji i dystrybucji usług. Podstawą promocji biur podróży pozostaje ulotka informacyjna (korzysta z niej 82% biur) i reklama w regionalnej prasie (55% biur).

4. Wielkość sprzedaży i zatrudnienie

4.1. Przychody biur podróży

Polskie biura podróży niechętnie udzielają informacji o uzyskanych wynikach finansowych. Tylko 57,2% ankietowanych biur odpowiedziało na pytanie o wartość sprzedanych usług.

O pozycji biura na rynku decyduje wielkość sprzedaży i zatrudnienie. Każde z czterech największych biur podróży w 2001 roku miało przychody przekraczające 70 mln złotych i zatrudniało ponad 200 osób. Natomiast każde z dziesięciu największych biur w 2001 roku miało przychody przekraczające 20 mln złotych.



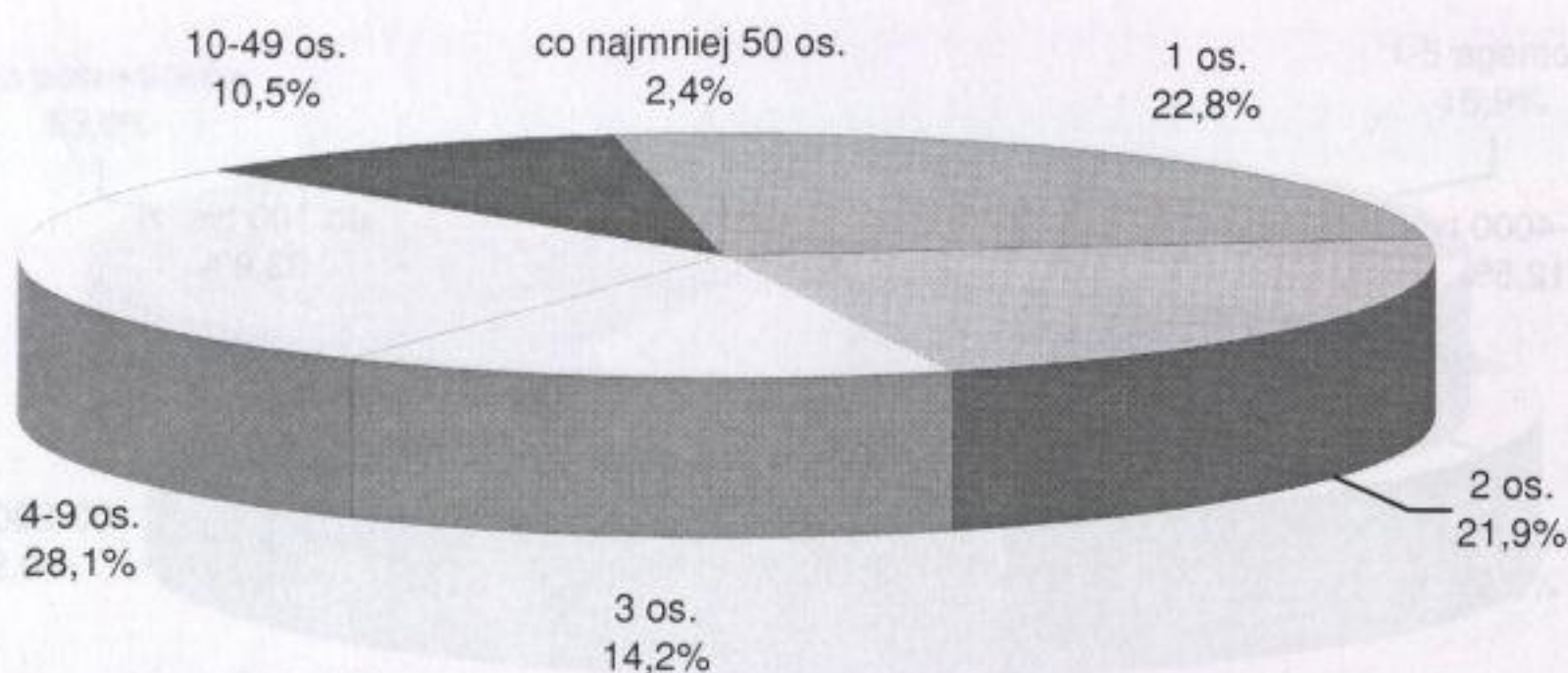
Źródło: badania ankietowe biur podróży, Instytut Turystyki

Rys. 5. Struktura biur podróży według wielkości sprzedaży w 2001 roku.

W 2001 roku przychody 286 biur podróży przekroczyły 4 mln złotych, a 2125 biur – były niższe niż 500 tys. Przychody dziesięciu największych biur w Polsce szacuje się na 1,1 mld złotych, a pozostałych 3,6 tys. biur – na około 4 mld (średnio około 1,1 mln zł na jedno biuro). Łączne przychody biur podróży znajdujących się w ewidencji CRZ Instytut Turystyki szacuje na 5,1 mld złotych. Jedna piąta przychodów jest realizowana przez czołowe dziesięć biur podróży.

4.2. Zatrudnienie i wynagrodzenia

Na koniec grudnia 2001 roku dziesięć największych biur w Polsce zatrudniało około 2,5 tys. osób, a pozostałe 3,6 tys. biur około 19,5 tys. (średnio 5,3 osób na biuro). Łączne zatrudnienie w biurach znajdujących się w ewidencji CRZ szacuje się na 22 tys. osób. Warto zwrócić uwagę, że na koniec 2001 roku 23% biur zatrudniało jedną osobę, 22% – dwie osoby, a 14% – trzy osoby. Dziesięć największych biur zatrudniało powyżej 100 osób. W większości biur podróży zatrudnienie było zdecydowanie wyższe w sezonie letnim; 48% biur zatrudniało dodatkowo do pięciu osób, a od sześciu do dziesięciu osób dodatkowo zatrudniało 16% biur.



Rys. 6. Struktura biur podróży według wielkości zatrudnienia w 2001 roku

Przeciętne miesięczne wynagrodzenie brutto w biurach podróży wynosiło 1449,7 złotych przy czym w 35% biur nie przekraczało ono 1000 zł, a w 33% biur kształtowało się w przedziale od 1001 do 1500 zł.

5. Ocena przyszłości biur podróży

Sytuacja sektora biur podróży w Polsce jest trudna. W rankingu sektorów gospodarczych prowadzonym przez Instytut Badań nad Gospodarką Rynkową sektor biur podróży lokuje się na końcu listy. Również badania koniunktury prowadzone przez Instytut Turystyki wskazują na pogarszającą się koniunkturę na rynku usług oferowanych przez biura podróży⁶.

Mimo złej koniunktury zdecydowana większość ankietowanych biur nie chce zawęzić swojej dotychczasowej działalności (94,5%). Z badań biur zarejestrowanych w CRZ wynika, że około dziesięciu procent biur rozważa możliwość sprzedaży bądź likwidacji firmy (9,2%). Częściej myślą o tym organizatorzy (9,7%) niż pośrednicy (1,6%).

W porównaniu z 2000 rokiem w 2001 roku biura dokonały raczej niewielkiej redukcji zatrudnienia. Ponad połowa biur (50,3%) zmniejszyła liczbę zatrudnionych o jedną osobę, jedna piąta (20,7%) zwolniła dwie osoby.

⁶ Koniunktura na rynku usług turystycznych, Instytut Turystyki, Poznań – Warszawa, raporty kwartalne z badań koniunktury.

6. Wnioski

Przeprowadzone badania i dokonana analiza rynku biur podróży w Polsce pozwala na sformułowanie następujących wniosków.

1. Zakres przeprowadzonych badań i obowiązujące przepisy dotyczące rejestracji działalności operatorów turystycznych i pośredników turystycznych nie pozwalają na pozyskanie danych o innych instytucjach i organizacjach prowadzących działalność operatora turystycznego lub pośrednika turystycznego. Uwaga ta dotyczy zarówno organizacji społecznych, fundacji, związków sportowych, kościołów itp. jak i agencji turystycznych prowadzących działalność pośrednika turystycznego w imieniu innych podmiotów. Brak zapisów ustawowych o obowiązku rejestracji wszystkich podmiotów prowadzących działalność operatora turystycznego lub pośrednika turystycznego (bez konieczności uzyskiwania zezwoleń) praktycznie uniemożliwia wojewodom wykonywanie obowiązku kontroli realizacji zapisów ustawy o usługach turystycznych.
2. Na podstawie danych z systemu REGON liczbę agencji turystycznych, których działalność nie wymaga zezwolenia i które nie są zarejestrowane w CRZ szacuje się na 3,0-3,5 tys. Oznacza to, że w Polsce działa około 7 tys. biur podróży i agencji turystycznych. Jednocześnie w Polsce, w porównaniach z innymi krajami, znacznie więcej biur podróży posiada zezwolenie na prowadzenie działalności organizatora imprez turystycznych (85,3% podmiotów zarejestrowanych w CRZ).
3. Tylko 24% biur podróży zajmuje się turystyką przyjazdową. Biura te powinny uzyskać szczególne wsparcie zarówno w zakresie tworzenia produktu turystycznego i poprawy jego jakości, jak i promocji swej oferty. Na szczególną uwagę zasługują biura przygotowujące ofertę regionalną lub lokalną (np. krótkie pobyty w Warszawie z wycieczkami podmiejskimi) oraz ofertę specjalistyczną. Zebranie danych o takich biurach wymaga jednak dodatkowych badań.
4. Należy podkreślić duży udział biur podróży organizujących wypoczynki dzieci i młodzieży (65,8% podmiotów zarejestrowanych w CRZ). Należy sądzić, że organizacją wypoczynku dzieci i młodzieży zajmuje się również większość pozostałych podmiotów prowadzących działalność turystyczną. Oferta wypoczynku dzieci i młodzieży powinna być

przedmiotem oddzielnej analizy. Należałoby doprowadzić do zorganizowania stałych spotkań roboczych, a w przyszłości targów, lub podobnej imprezy.

5. Niepokojącym jest fakt niskiego stopnia komputeryzacji podmiotów zarejestrowanych w CRZ. Mniej niż połowa (43,3%) biur używa komputerowego systemu finansowo-księgowy. Z niezbędnego dziś dla biura komputerowego systemu rezerwacji usług korzysta zaledwie jedna trzecia podmiotów. Niewiele ponad połowa podmiotów (51,6%) posiada własne strony internetowe., 7% korzysta z cudzych stron internetowych. Działania wspierające sektor biur podróży należy uznać za niezbędne.
6. Istnieje potrzeba uruchomienia prac metodologicznych dotyczących finansowych aspektów działalności biur podróży. W ankietach pocztowych biura podróży niechętnie udostępniają dane finansowe pozostawiając pytania bez odpowiedzi. Jedynymi dostępnymi danymi finansowymi dysponuje GUS. Jednak statystycznie poprawne dane nie obejmują przedsiębiorstw zatrudniających do 9 osób, a tych jak wśród biur podróży jest większość. Ważnym elementem rozszerzającym wiedze o podaży na rynku biur podróży będzie realizowany rachunek satelitarny turystyki.

RYNEK BIUR PODRÓŻY
W POLSCE

RAPORT Z BADAŃ ANKIETOWYCH

INSTYTUT TURYSTYKI

Warszawa 2002

MINISTERSTWO GOSPODARKI



MARIA BYSZEWSKA-DAWIDEK
IWONA KULESZA

RYNEK BIUR PODRÓŻY W POLSCE

RAPORT Z BADAŃ ANKIETOWYCH



INSTYTUT TURYSTYKI

Warszawa 2002

MINISTERSTWO GOSPODARKI



MARIA BYSZEWSKA-DANIEK

WICEMINISTER

RYNEK BIUR PODRÓŻY W POLSCE

RAPORT Z BADAŃ ANKIETOWYCH

Wykonano w Instytucie Turystyki

na zlecenie Ministerstwa Gospodarki, Departament Turystyki

Instytut Turystyki, 02-511 Warszawa, ul. Merliniego 9a

tel. +48 22 844-63-47, fax +48 22 844-12-63

www.intur.com.pl, e-mail: it@intur.com.pl

Wydanie 2003

Spis treści

SPIS TREŚCI	1
1. ZAKRES, METODA I PRZEBIEG BADANIA	3
2. CENTRALNY REJESTR ZEZWOLEŃ	6
3. OGÓLNE INFORMACJE O PRZEDSIĘBIORSTWIE	14
3.1. Rodzaj prowadzonej działalności	14
3.2. Forma prawna działalności	14
3.3. Województwo, na którego terenie działa firma	15
3.4. Wielkość miejscowości, w której działa firma	15
3.5. Lata prowadzenia działalności	16
3.6. Specjalizacja biura	17
3.7. Inne świadczone usługi	18
3.8. Liczba agencji współpracujących	18
3.9. Własne punkty sprzedaży	19
3.10. Usługi agencyjne dla innych biur	19
3.11. Struktura firmy	20
4. INFORMACJA O OFERCIE	21
4.1. Poziom sprzedaży usług	21
4.2. Wartość sprzedaży w 2001 roku	21
4.3. Średni procent zmiany poziomu cen usług w 2001 roku	22
4.4. Uatrakcyjnianie produktu i tworzenie nowego	22
5. INFORMATYZACJA PRZEDSIĘBIORSTWA	23
5.1. Programy komputerowe	23
5.2. Strona internetowa www	23
5.3. Reklama witryny i linki do niej	24
5.4. Sposób wykorzystania internetu	24
6. DZIAŁALNOŚĆ REKLAMOWA I PUBLIC RELATIONS	25
6.1. Sposób docierania do klienta, miejsce zamieszczania ofert	25
6.2. Reklama na targach branżowych	25
6.3. Współpraca z mediami	25

<u>7.</u>	<u>INFORMACJA O ZATRUDNIENIU</u>	26
7.1.	<u>Liczba zatrudnionych osób</u>	26
7.2.	<u>Zatrudnienie według grup wiekowych</u>	26
7.3.	<u>Zatrudnienie według poziomu wykształcenia</u>	27
7.4.	<u>Znajomość języków obcych</u>	27
7.5.	<u>Kwalifikacje dodatkowe</u>	27
7.6.	<u>Przeciętne miesięczne wynagrodzenie brutto</u>	28
7.7.	<u>Praktyki i staże</u>	28
7.8.	<u>Sezonowość zatrudnienia</u>	28
7.9.	<u>Redukcja zatrudnienia</u>	29
<u>8.</u>	<u>INFORMACJA O PLANOWANYCH DZIAŁANIACH</u>	30
8.1.	<u>Zmiana profilu działalności</u>	30
8.2.	<u>Poszerzenie działalności</u>	30
8.3.	<u>Zawężenie działalności</u>	30
8.4.	<u>Sprzedaż/likwidacja firmy</u>	30
<u>9.</u>	<u>WNIOSKI DLA DEPARTAMENTU TURYSTYKI MINISTERSTWA</u>	
	<u>GOSPODARKI</u>	31

1. Zakres, metoda i przebieg badania

Przedstawiony poniżej raport z badań ankietowych został zrealizowany na podstawie badań zleconych przez Departament Turystyki Ministerstwa Gospodarki. Badania ankietowe podmiotów zarejestrowanych w Centralnym Rejestrze Zezwoleń zostały zrealizowane przez Instytut Turystyki po raz pierwszy. Poza niniejszym raportem z badań ankietowych wyniki badań były podstawą do przygotowania raportu *Rynek biur podróży w Polsce*¹.

Podstawą do przygotowania i przeprowadzenia badań był zestaw pytań przygotowanych przez Departament Turystyki Ministerstwa Gospodarki. Badania terenowe zrealizował Instytut Turystyki. Ankieta pocztowa² po akceptacji Departamentu Turystyki Ministerstwa Gospodarki została rozesłana wraz z pismem przewodnim Ministerstwa Gospodarki do wszystkich podmiotów znajdujących się w Centralnym Rejestrze Zezwoleń (3636 podmiotów według stanu na dzień 15 września 2002 r.).

Informacje zawarte w Centralnym Rejestrze Zezwoleń obejmują m.in.: imię i nazwisko przedsiębiorcy, nazwę biura, formę prawną biura, typ gwarancji, wysokość sumy ubezpieczenia, datę upływu gwarancji oraz informacje o cofnięciu zezwolenia. Z CRZ można też uzyskać dane zbiorcze o liczbie i strukturze podmiotów turystycznych.

Celem badań ankietowych było uzyskanie informacji o rozmiarach i strukturze rynku biur podróży od strony podaży. Ze względu na brak badań w literaturze przedmiotu brak było opracowania ujmującego kompleksowo stan sektora polskich biur podróży. Wyniki badań i przygotowany raport miały więc ułatwić podmiotom turystycznym określenie swojej pozycji na rynku, umożliwić łatwiejszą ocenę konkurencji, a tym samym mają przyczynić się do poprawy wyników finansowych branży turystycznej.

Anonimowa ankieta składała się z pięciu następujących części: dane ogólne o przedsiębiorstwie, informacja o produkcie, informatyzacja przedsiębiorstwa, działania reklamowe i public relations, informacja o zatrudnieniu.

¹ *Rynek biur podróży w Polsce*, Instytut Turystyki, Warszawa, 2002 r.

² wzór ankiety w załączeniu.

Mimo że ankieta była anonimowa, 430 biur podróży (46%) odsyłających ankietę umieściło na kopercie swoją pieczęć umożliwiającą identyfikację nadawcy.

Odpowiedzi uzyskano od 934 respondentów, co stanowi 25,7% podmiotów zarejestrowanych w CRZ.. Warto podkreślić, że w podobnych badaniach realizowanych metodą ankiety pocztowej w roku 1990 otrzymano odpowiedzi od 6,4% respondentów, a w 1992 roku od 7,6%. W 1994 roku Instytut Turystyki po raz kolejny przeprowadził na terenie całej Polski badanie ankietowe dotyczące działalności biur podróży po raz pierwszy stosując metodę: rozpraszania ankiet przez ankieterów. Uzyskano wówczas 23% odpowiedzi.

Na tak dużą liczbę zwrotu wypełnionych ankiet w bieżącym badaniu niewątpliwie wpłynął fakt, że była to pierwsza ankieta wysłana do biur podróży po prawie dziesięciu latach (od 1994 r.). Należy podkreślić, że na spotkaniach sami przedstawiciele biur dopominali się przeprowadzenia badań i opracowania raportu o sytuacji polskich biur podróży. Dlatego też do wypełnienia tej ankiety podeszli z dużym zrozumieniem.

Wszystkie biura odesłały ankiety na swój koszt. Tylko trzech adresatów odesłało ankietę na koszt Instytutu.

W czasie realizacji badania, na adresy pobrane z Centralnego Rejestru Zezwoleń wysłano ankiety do 3636 biur podróży. Poczta zwróciła 94 ankiety (2,6%) z następującymi adnotacjami:

1. adresat wyprowadził się,
2. adresat niedostępny – zamknięte drzwi,
3. firma nie istnieje,
4. zwrot – nie podjęto w terminie,
5. proszę podać dokładny adres,
6. brak możliwości doręczenia – biuro zamknięte – skrzynka pełna,
7. na terenie miasta firma ta nie istnieje,
8. firma zlikwidowana,
9. firma nie posiada już skrytki,
10. nie ma takiego numeru,
11. adresat nieznany.

Tabela 1. Udział ankiet odesłanych przez biura w układzie wojewódzkim

Lp.	Województwo	Liczba biur	Liczba ankiet	Udział %
1	Dolnośląskie	346	90	26,01
2	Kujawsko-pomorskie	122	26	21,31
3	Lubelskie	99	21	21,21
4	Lubuskie	58	16	27,59
5	Łódzkie	212	44	20,75
6	Małopolskie	370	93	25,14
7	Mazowieckie	707	155	21,92
8	Opolskie	81	24	29,63
9	Podkarpackie	118	43	36,44
10	Podlaskie	107	23	21,50
11	Pomorskie	266	66	24,81
12	Śląskie	486	149	30,66
13	Świętokrzyskie	65	19	29,23
14	Warmińsko-mazurskie	118	35	29,66
15	Wielkopolskie	302	72	23,84
16	Zachodniopomorskie	182	56	30,77
Polska ogółem		3636	932	25,63

Źródło: Dane z Centralnego Rejestru Zezwoleń i obliczenia własne.

2. Centralny Rejestr Zezwoleń

Obowiązek prowadzenia rejestru przez ministra właściwego ds. turystyki nakłada ustawa z dnia 29 sierpnia 1997 roku o usługach turystycznych (tekst jednolity Dz.U. Nr 55 z 2001 r., poz 578) oraz rozporządzenie Ministra Gospodarki z dnia 13 czerwca 2001 roku w sprawie centralnego rejestru zezwoleń na działalność organizatorów turystyki i pośredników turystycznych (Dz. U. Nr 62 z 2001 r., poz.633). Wpisów do rejestru dokonuje się na podstawie ostatecznych decyzji o wydaniu zezwolenia przez wojewodę.

Według stanu na 20 listopada 2002 roku w Centralnym Rejestrze Zezwoleń zarejestrowanych było 3650 podmiotów, które uzyskały zezwolenie na prowadzenie działalności organizatora turystyki, lub pośrednika turystycznego. Rozmieszczenie terytorialne podmiotów przedstawia poniższa tabela.

Tabela 2. Podmioty turystyczne posiadające zezwolenie na prowadzenie działalności w układzie wojewódzkim (według stanu na dzień 20.11.2002 r)

Województwo	Liczba podmiotów turystycznych	Udział w procentach
Dolnośląskie	350	9,59
Kujawsko-pomorskie	123	3,37
Lubelskie	100	2,74
Lubuskie	60	1,64
Łódzkie	214	5,86
Małopolskie	369	10,11
Mazowieckie	706	19,34
Opolskie	80	2,19
Podkarpackie	118	3,23
Podlaskie	107	2,93
Pomorskie	266	7,29
Śląskie	486	13,32
Świętokrzyskie	65	1,78
Warmińsko-mazurskie	120	3,29
Wielkopolskie	304	8,33
Zachodniopomorskie	182	4,99
Polska ogółem	3650	100,00

Źródło: dane Departamentu Turystyki Ministerstwa Gospodarki.

Tabela 3. Podmioty turystyczne według przedmiotu prowadzonej działalności w układzie wojewódzkim (20.11.2002 r.)

Województwo	Ogółem	Organizator		Organizator /pośrednik		Pośrednik	
		Liczba	Udział	Liczba	Udział	Liczba	Udział
Dolnośląskie	350	136	38,86	208	59,43	6	1,71
Kujawsko-pomorskie	123	46	37,40	77	62,60	0	0,00
Lubelskie	100	73	73,00	27	27,00	0	0,00
Lubuskie	60	13	21,67	47	78,33	0	0,00
Łódzkie	214	90	42,06	122	57,01	2	0,93
Małopolskie	369	107	29,00	260	70,46	2	0,54
Mazowieckie	706	383	54,25	317	44,90	6	0,85
Opolskie	80	67	83,75	13	16,25	0	0,00
Podkarpackie	118	77	65,25	38	32,20	3	2,54
Podlaskie	107	87	81,31	19	17,76	1	0,93
Pomorskie	266	130	48,87	128	48,12	8	3,01
Śląskie	486	303	62,35	183	37,65	0	0,00
Świętokrzyskie	65	15	23,08	50	76,92	0	0,00
Warmińsko-Mazurskie	120	31	25,83	87	72,50	2	1,67
Wielkopolskie	304	65	21,38	237	77,96	2	0,66
Zachodniopomorskie	182	52	28,57	129	70,88	1	0,55
Polska ogółem	3650	1675	45,89	1942	53,21	33	0,90

Źródło: dane Departamentu Turystyki Ministerstwa Gospodarki.

Każde z biur podróży mogło wystąpić do wojewody o wydanie zezwolenia na prowadzenie działalności jako organizator imprez turystycznych i pośrednik. Przeważają jednostki posiadające zezwolenie na prowadzenie obydwu działalności. Obecnie jest ich 1942, co stanowi 53,21% ogółu. Działalność tylko organizatora prowadzi 1675 podmiotów, czyli 45,89%. Działalnością tylko pośrednika zajmują się 33 podmioty, czyli 0,87% (tab. 3).

Największą koncentrację podmiotów turystycznych prowadzących działalność jedynie organizatora obserwuje się w województwach, które są najczęściej odwiedzane przez Polaków podczas wyjazdów urlopowo-wakacyjnych. Niektóre z nich (jak mazowieckie czy śląskie) należą też do województw o wysokim potencjale wyjazdowym mieszkańców. Najwięcej podmiotów turystycznych prowadzących tylko działalność organizatora działa na terenie województwa mazowieckiego (383) i śląskiego (303).

Wśród podmiotów turystycznych prowadzących działalność zarówno organizatora, jak i pośrednika, największa koncentracja występuje na terenie województwa mazowieckiego (317), małopolskiego (260 jednostek, ponad połowa wszystkich działających na tym terenie) oraz wielkopolskiego (237, blisko 78% wszystkich podmiotów turystycznych działających na terenie tego województwa).

Podmioty turystyczne prowadzące działalność tylko pośrednika stanowią niecałe jeden procent wszystkich podmiotów turystycznych działających na polskim rynku. Zarejestrowane są na terenie dwunastu województw, a ich liczba w poszczególnych województwach wynosi: od 8 jednostek w województwie pomorskim do 6 w województwach dolnośląskim i mazowieckim.

Wśród podmiotów turystycznych przeważają jednostki posiadające zezwolenie na prowadzenie działalności na terenie Polski i krajów europejskich (ponad 40 krajów według wykazu z rozporządzenia Ministra Finansów z dnia 24.XI.1999 r.). Zezwolenie na prowadzenie działalności tylko na terenie Polski ma 798 podmiotów turystycznych (21,86% ogółu). Zezwolenie na prowadzenie działalności na terenie całego świata ma obecnie 750 podmiotów turystycznych (20,50%).

Najwięcej podmiotów turystycznych mających zezwolenie na prowadzenie działalności na terenie Polski i krajów europejskich działa na terenie województwa śląskiego (305) i mazowieckiego (300), a na prowadzenie działalności tylko na terenie Polski na terenie województwa mazowieckiego (154). W pozostałych województwach jest ich znacznie mniej: najwięcej na terenie pomorskiego (105) i małopolskiego (80).

Najwięcej podmiotów turystycznych posiadających zezwolenie na prowadzenie działalności na terenie całego świata działa na terenie województwa mazowieckiego (248). Kolejne miejsca zajmują województwa: śląskie (81), wielkopolskie (75) oraz małopolskie (73).

Szczegółowe dane na temat terenu prowadzenia działalności zawierają tabele 4 i 5 zamieszczone na następnych stronach.

Tabela 4. Podmioty turystyczne według zakresu prowadzonej działalności w układzie wojewódzkim (stan z 20.11.2002 r.)

Lp	Województwo	Ogółem	I grupa		I / II grupa		I / II / III grupa		I / III grupa		II grupa		II / III grupa	
			Liczba	Udział %	Liczba	Udział %	Liczba	Udział %	Liczba	Udział %	Liczba	Udział %	Liczba	Udział %
1	Dolnośląskie	350	50	14,29	242	69,14	52	14,86	0	0,00	3	0,86	3	0,86
2	Kujawsko-pomorskie	123	28	22,76	68	55,28	26	21,14	0	0,00	0	0,00	1	0,81
3	Lubelskie	100	17	17,00	72	72,00	9	9,00	0	0,00	2	2,00	0	0,00
4	Lubuskie	60	10	16,67	40	66,67	9	15,00	0	0,00	1	1,67	0	0,00
5	Łódzkie	214	45	21,03	108	50,47	55	25,70	0	0,00	4	1,87	2	0,93
6	Małopolskie	369	80	21,68	202	54,74	73	19,78	1	0,27	10	2,71	1	0,27
7	Mazowieckie	706	154	21,81	300	42,49	248	35,13	0	0,00	3	0,42	1	0,14
8	Opolskie	80	10	12,50	47	58,75	23	28,75	0	0,00	0	0,00	0	0,00
9	Podkarpackie	118	15	12,71	97	82,20	3	2,54	0	0,00	3	2,54	0	0,00
10	Podlaskie	107	33	30,84	55	51,40	14	13,08	0	0,00	5	4,67	0	0,00
11	Pomorskie	266	105	39,47	127	47,74	33	12,41	1	0,38	0	0,00	0	0,00
12	Śląskie	486	72	14,81	305	62,76	81	16,67	0	0,00	28	5,76	0	0,00
13	Świętokrzyskie	65	15	23,08	37	56,92	13	20,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
14	Warmińsko-mazurskie	120	36	30,00	74	61,67	10	8,33	0	0,00	0	0,00	0	0,00
15	Wielkopolskie	304	64	21,05	155	50,99	75	24,67	1	0,33	8	2,63	1	0,33
16	Zachodniopomorskie	182	64	35,16	89	48,90	26	14,29	1	0,55	2	1,10	0	0,00
Polska ogółem		3650	798	21,86	2018	55,29	750	20,55	4	0,11	69	1,89	9	0,25

* – I grupa obejmuje organizatorów i pośredników, którzy mają zezwolenie na prowadzenie działalności wyłącznie na terenie Polski.

** – II grupa obejmuje organizatorów i pośredników, którzy mają zezwolenie na prowadzenie działalności wyłącznie na terenie krajów europejskich, określonych w rozporządzeniu Ministra Finansów z dnia 24.XI.1999 roku.

*** – III grupa obejmuje organizatorów i pośredników, którzy mają zezwolenie na prowadzenie działalności na terenie krajów pozaeuropejskich.

Źródło: dane Departamentu Turystyki Ministerstwa Gospodarki.

Tabela 5. Podmioty turystyczne według form prawnych w układzie wojewódzkim (stan z 20.11.2002 r.)

Lp	Województwo	Ogółem liczba podmio- tów	Fundacja		Kościelna osoba prawna		Osoba fizyczna		Osoba prawna		Państwowa Jednostka Organizacyjna		Przedsiębior- stwo państwowe		Przedstawiciel- stwo	
			Liczba podmio- tów	Udział w %	Liczba podmio- tów	Udział w %	Liczba pod- miotów	Udział w %	Liczba podmio- tów	Udział w %	Liczba podmio- tów	Udział w %	Liczba podmio- tów	Udział w %	Liczba podmio- tów	Udział w %
1	Dolnośląskie	350	0	0,00	0	0,00	275	78,57	0	0,00	1	0,29	0	0,00	0	0,00
2	Kujawsko-pomorskie	123	0	0,00	1	0,81	92	74,80	0	0,00	2	1,63	0	0,00	0	0,00
3	Lubelskie	100	0	0,00	0	0,00	80	80,00	1	1,00	1	1,00	0	0,00	0	0,00
4	Lubuskie	60	0	0,00	0	0,00	47	78,33	0	0,00	1	1,67	3	5,00	0	0,00
5	Łódzkie	214	0	0,00	0	0,00	178	83,18	0	0,00	3	1,40	1	0,47	0	0,00
6	Małopolskie	369	0	0,00	1	0,27	262	71,00	1	0,27	1	0,27	2	0,54	0	0,00
7	Mazowieckie	706	7	0,99	2	0,28	455	64,45	1	0,14	0	0,00	1	0,14	1	0,14
8	Opolskie	80	0	0,00	0	0,00	65	81,25	0	0,00	0	0,00	1	1,25	0	0,00
9	Podkarpackie	118	0	0,00	0	0,00	91	77,12	3	2,54	1	0,85	0	0,00	0	0,00
10	Podlaskie	107	0	0,00	0	0,00	79	73,83	1	0,93	1	0,93	1	0,93	0	0,00
11	Pomorskie	266	0	0,00	0	0,00	208	78,20	1	0,38	2	0,75	1	0,38	0	0,00
12	Śląskie	486	0	0,00	1	0,21	371	76,34	0	0,00	1	0,21	2	0,41	0	0,00
13	Świętokrzyskie	65	0	0,00	0	0,00	39	60,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
14	Warmińsko-mazurskie	120	0	0,00	0	0,00	97	80,83	0	0,00	1	0,83	1	0,83	0	0,00
15	Wielkopolskie	304	1	0,33	0	0,00	228	75,00	1	0,33	2	0,66	3	0,99	1	0,33
16	Zachodniopomorskie	182	0	0,00	0	0,00	144	79,12	0	0,00	3	1,65	0	0,00	0	0,00
Polska ogółem		3650	8	0,22	5	0,14	2711	74,27	9	0,25	20	0,55	16	0,44	2	0,05

Źródło: dane Departamentu Turystyki Ministerstwa Gospodarki.

Tabela 5. (dokończenie) Podmioty turystyczne według form prawnych w układzie wojewódzkim (20.11.2002 r.)

Lp	Województwo	Ogółem liczba podmio- tów	Samorządowa jednostka organizacyjna		Spółdzielnia		Spółka akcyjna		Spółka cywilna		Spółka jawna		Spółka z ogra- niczoną odpo- wiedź.		Stowarzyszenie	
			Liczba podmio- tów	Udział w %	Liczba podmio- tów	Udział w %	Liczba pod- miotów	Udział w %	Liczba podmio- tów	Udział w %	Liczba podmio- tów	Udział w %	Liczba podmio- tów	Udział w %	Liczba podmio- tów	Udział w %
1	Dolnośląskie	350	1	0,29	3	0,86	6	1,71	0	0,00	4	1,14	46	13,14	14	4,00
2	Kujawsko-pomorskie	123	1	0,81	0	0,00	1	0,81	0	0,00	1	0,81	19	15,45	6	4,88
3	Lubelskie	100	0	0,00	1	1,00	0	0,00	0	0,00	2	2,00	10	10,00	5	5,00
4	Lubuskie	60	0	0,00	0	0,00	1	1,67	0	0,00	1	1,67	6	10,00	1	1,67
5	Łódzkie	214	0	0,00	1	0,47	3	1,40	0	0,00	2	0,93	19	8,88	7	3,27
6	Małopolskie	369	1	0,27	2	0,54	8	2,17	0	0,00	10	2,71	71	19,24	10	2,71
7	Mazowieckie	706	1	0,14	5	0,71	13	1,84	0	0,00	4	0,57	195	27,62	21	2,97
8	Opolskie	80	1	1,25	2	2,50	1	1,25	0	0,00	1	1,25	6	7,50	3	3,75
9	Podkarpackie	118	1	0,85	1	0,85	2	1,69	0	0,00	3	2,54	10	8,47	6	5,08
10	Podlaskie	107	1	0,93	1	0,93	2	1,87	0	0,00	1	0,93	12	11,21	8	7,48
11	Pomorskie	266	2	0,75	2	0,75	5	1,88	5	1,88	1	0,38	33	12,41	6	2,26
12	Śląskie	486	2	0,41	3	0,62	3	0,62	1	0,21	13	2,67	77	15,84	12	2,47
13	Świętokrzyskie	65	1	1,54	2	3,08	0	0,00	0	0,00	3	4,62	15	23,08	5	7,69
14	Warmińsko-mazurskie	120	2	1,67	3	2,50	1	0,83	0	0,00	1	0,83	14	11,67	0	0,00
15	Wielkopolskie	304	0	0,00	3	0,99	2	0,66	0	0,00	6	1,97	48	15,79	9	2,96
16	Zachodniopomorskie	182	0	0,00	2	1,10	2	1,10	0	0,00	2	1,10	26	14,29	0	0,00
Polska ogółem		3650	14	0,38	31	0,85	50	1,37	6	0,16	55	1,51	607	16,63	116	3,18

Źródło: dane Departamentu Turystyki Ministerstwa Gospodarki.

Zgodnie z ustawą z dnia 29 sierpnia 1997 roku o usługach turystycznych (tekst jednolity Dz.U. Nr 55 z 2001 r., poz 578) i aktami wykonawczymi, m.in. rozporządzeniem Ministra Finansów z dnia 24 listopada 1999 r. w sprawie określenia minimalnej wysokości sumy gwarancji bankowej i ubezpieczeniowej oraz minimalnej wysokości sumy gwarancyjnej na rzecz jednego klienta z tytułu umowy ubezpieczenia na rzecz klientów w związku z prowadzoną działalnością przez organizatorów turystyki i pośredników turystycznych (Dz. U. Nr 98, poz.1142), biura muszą mieć zabezpieczenie finansowe, tj. dowód zapewnienia pokrycia kosztów powrotu klienta do kraju w wypadku, gdy organizator turystyki wbrew obowiązkowi nie zapewnia powrotu, a także na pokrycie zwrotu wpłat wniesionych przez klientów w razie niewykonania zobowiązań umownych.

Tabela 6. Podmioty turystyczne w układzie wojewódzkim według typów gwarancji

L.p	Województwo	Ogółem	Gwarancja bankowa		Gwarancja ubezpiecz.		Ubezpieczenie na rzecz klienta	
			Liczba	Udział %	Liczba	Udział %	Liczba	Udział %
1	Dolnośląskie	350	4	1,14	22	6,29	324	92,57
2	Kujawsko-pomorskie	123	0	0,00	5	4,07	118	95,93
3	Lubelskie	100	0	0,00	11	11,00	89	89,00
4	Lubuskie	60	0	0,00	0	0,00	60	100,00
5	Łódzkie	214	0	0,00	0	0,00	214	100,00
6	Małopolskie	369	3	0,81	28	7,59	338	91,60
7	Mazowieckie	706	7	0,99	25	3,54	674	95,47
8	Opolskie	80	0	0,00	2	2,50	78	97,50
9	Podkarpackie	118	1	0,85	4	3,39	113	95,76
10	Podlaskie	107	1	0,93	10	9,35	96	89,72
11	Pomorskie	266	2	0,75	16	6,02	248	93,23
12	Śląskie	486	5	1,03	94	19,34	387	79,63
13	Świętokrzyskie	65	2	3,08	1	1,54	62	95,38
14	Warmińsko-mazurskie	120	0	0,00	5	4,17	115	95,83
15	Wielkopolskie	304	1	0,33	13	4,28	290	95,39
16	Zachodniopomorskie	182	1	0,55	4	2,20	177	97,25
Polska ogółem		3650	27	0,74	240	6,58	3383	92,68

Źródło: dane Departamentu Turystyki Ministerstwa Gospodarki.

Podsumowując można stwierdzić, że polski rynek biur podróży to prawie 4 tysiące jednostek, z których zdecydowana większość prowadzi działalność zarówno organizatora, jak

i pośrednika, oferując głównie imprezy na terenie Polski i krajów europejskich. Mają one siedziby przede wszystkim w województwach bądź o największym potencjale wyjazdowym mieszkańców, bądź przyjmujących największą liczbę turystów urlopowo-wakacyjnych. Właścicielem jest najczęściej osoba fizyczna, która wykupiła ubezpieczenie na rzecz klienta.

Tabela 8. Struktura wszystkich województw w Polsce

Województwo	Struktura województwa
1. mazowieckie	1. mazowieckie
2. łódzkie	2. łódzkie
3. śląskie	3. śląskie
4. wielkopolskie	4. wielkopolskie
5. pomorskie	5. pomorskie
6. zachodniopomorskie	6. zachodniopomorskie
7. lubuskie	7. lubuskie
8. świętokrzyskie	8. świętokrzyskie
9. łódzkie	9. łódzkie
10. mazowieckie	10. mazowieckie
11. kujawsko-pomorskie	11. kujawsko-pomorskie
12. opolskie	12. opolskie
13. podlaskie	13. podlaskie
14. lubelskie	14. lubelskie
15. świętokrzyskie	15. świętokrzyskie
16. lubelskie	16. lubelskie
17. Kształtowanie się	17. Kształtowanie się
18. Przewidywanie	18. Przewidywanie
19. Stanowiska	19. Stanowiska
20. Fundacja	20. Fundacja
21. Wielkość	21. Wielkość
22. Znaczenie	22. Znaczenie
23. Wpływ	23. Wpływ
24. Kształtowanie się	24. Kształtowanie się

3. OGÓLNE INFORMACJE O PRZEDSIĘBIORSTWIE

3.1. Rodzaj prowadzonej działalności

Zdecydowana większość ankietowanych biur podróży (85,3%) posiada zezwolenie na prowadzenie działalności organizatora imprez turystycznych, a tylko nieznaczny procent (6,6%) ma zezwolenie na prowadzenie działalności pośrednika.

3.2. Forma prawna działalności

Wśród form prawnych działalności ankietowanych biur podróży dominują osoby fizyczne prowadzące działalność gospodarczą – 54,2% (wśród organizatorów odsetek ten wynosił – 55%, a wśród pośredników – 40,3%), spółki z o.o. – 17,2% oraz spółki cywilne – 14,1%.

Tabela 7. Formy prawne działalności biur podróży.

L.p.	Forma prawna działalności	Udział w %
1.	Osoby fizyczne	54,2
2.	Spółki z o.o.	17,2
3.	Spółki cywilne	14,1
4.	Stowarzyszenie	4,6
5.	Spółka jawna	2,4
6.	Spółka akcyjna	2,1
7.	Spółdzielnia	1,8
8.	Przedsiębiorstwo państwowe	1,5
9.	Samorządowa jednostka organizacyjna	0,7
10.	Fundacja	0,3
11.	Inna spółka	0,1
12.	Przedstawicielstwo	0,1
13.	Kościelna osoba prawna	0,1

Źródło: badania ankietowe Instytutu Turystyki.

3.3. Województwo, na którego terenie działa firma

Największa koncentracja podmiotów turystycznych, które odpowiedziały na ankietę, występuje na terenie województw o największym potencjale wyjazdowym mieszkańców, tj. województwa mazowieckiego – 16,6% (organizatorzy – 16,6%, pośrednicy – 9,7%) i śląskie – 16%.

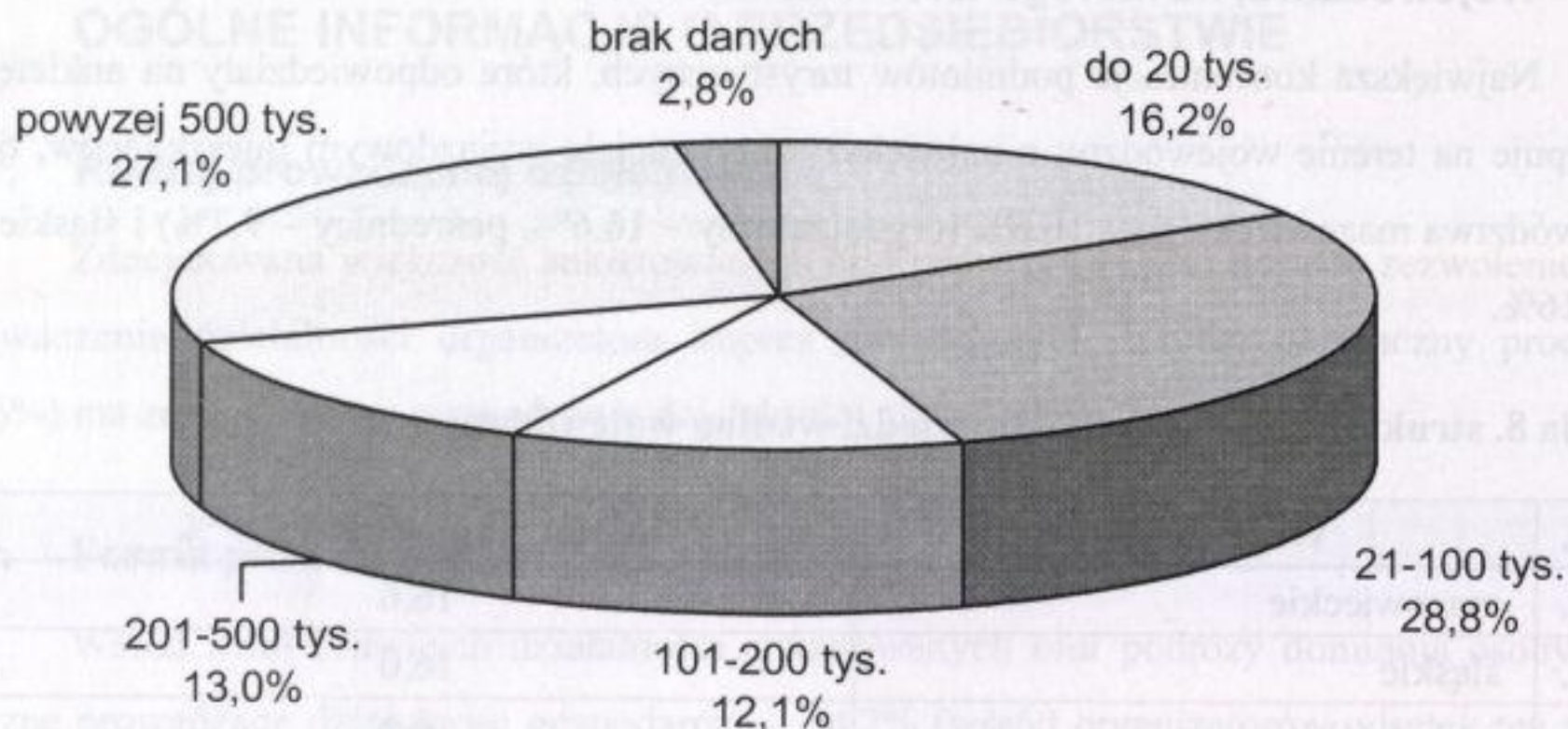
Tabela 8. struktura uzyskanych odpowiedzi według województw

L.p.	Województwo	Udział województwa w %
1.	mazowieckie	16,6
2.	śląskie	16,0
3.	małopolskie	10,0
4.	dolnośląskie	9,6
5.	wielkopolskie	7,7
6.	pomorskie	7,1
7.	zachodniopomorskie	6,0
8.	łódzkie	4,7
9.	podkarpackie	4,6
10.	warmińsko-mazurskie	3,7
11.	kujawsko-pomorskie	2,8
12.	opolskie	2,6
13.	podlaskie	2,5
14.	lubelskie	2,2
15.	świętokrzyskie	2,0
16.	lubuskie	1,7

Źródło: badania ankietowe Instytutu Turystyki.

3.4. Wielkość miejscowości, w której działa firma

Znaczna część ankietowanych biur podróży (28,8%) działa w miejscowościach o liczbie mieszkańców od 21 do 100 tys. Większy jest w tych miejscowościach udział pośredników (48,4%) niż organizatorów (27,6%).

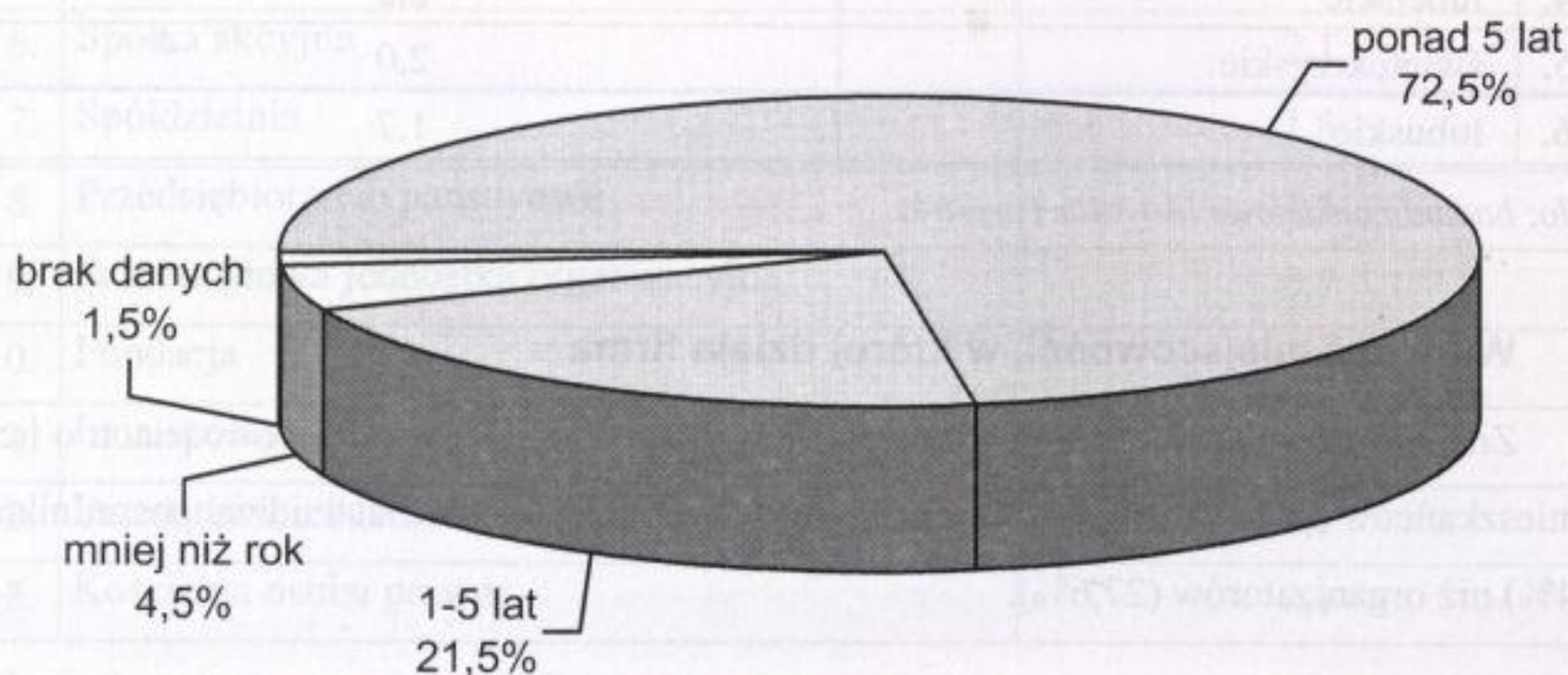


Źródło: badania ankietowe Instytutu Turystyki.

Rys. 1. Struktura badanych podmiotów według wielkości miasta w których działa firma

3.5. Lata prowadzenia działalności

Analizując okres prowadzenia działalności biur podróży można powiedzieć, że rynek biur podróży charakteryzuje się dużą stabilnością. Zdecydowana większość biur (72,5%) działa od ponad pięciu lat.



Źródło: badania ankietowe Instytutu Turystyki.

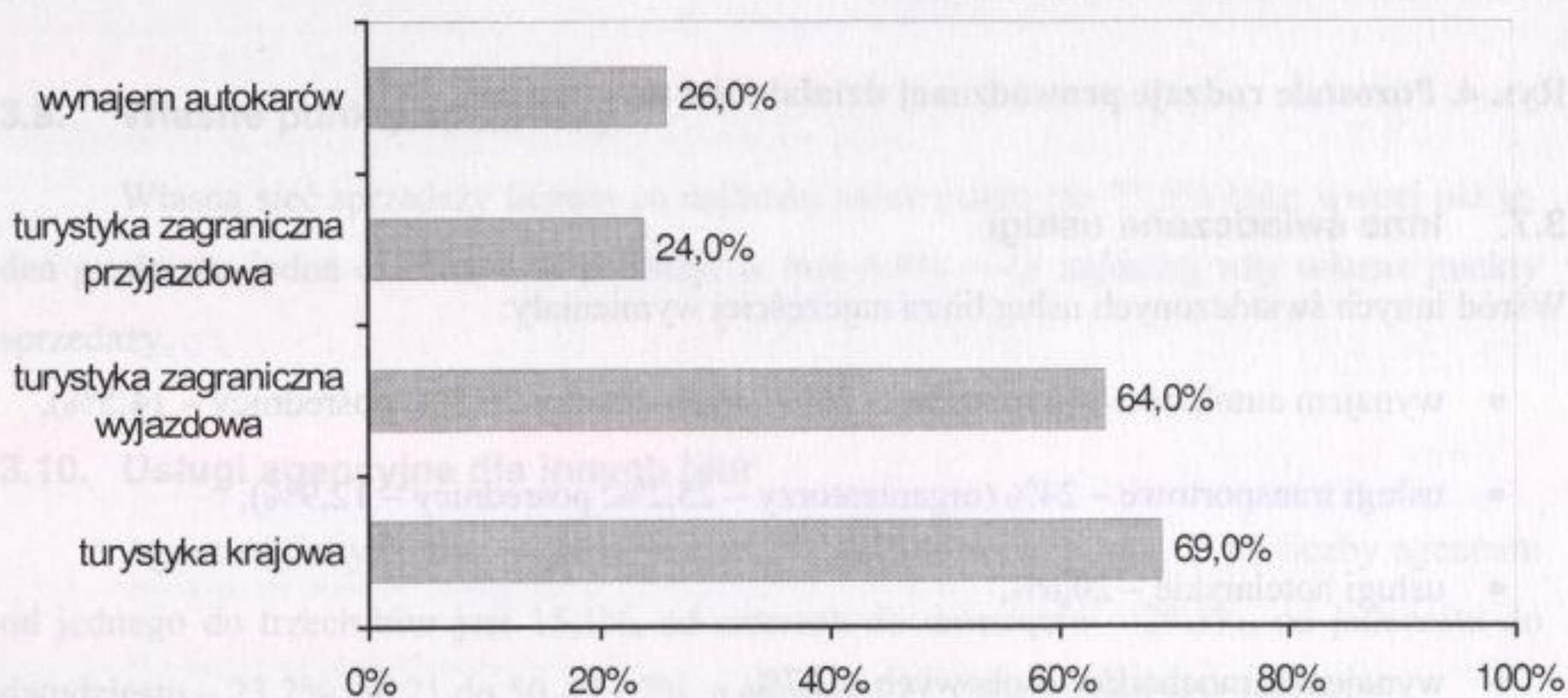
Rys. 2. Struktura badanych podmiotów według liczby lat działalności

3.6. Specjalizacja biura

Ponieważ informacje składane do władz wojewódzkich i przekazywane do Centralnego Rejestru Zezwoleń nie zawierają danych dotyczących specjalizacji podmiotów turystycznych informacja ta stanowiła niezwykle istotny element prowadzonych badań. Aby zgromadzić możliwie szeroką wiedzę o wszystkich rodzajach prowadzonej działalności ten fragment ankiety został znacznie rozbudowany.

W punkcie dotyczącym specjalizacji biura mogły wymienić wszystkie rodzaje prowadzonej działalności.

Uzyskane wyniki wskazują, że zdecydowana większość organizatorów i pośredników zajmuje się turystyką grupową (72,2%), a nie indywidualną (46,6%), turystyką krajową (68,8%) i zagraniczną wyjazdową, a nie zagraniczną turystyką przyjazdową (24,0). Szczegółowe dane przedstawione zostały na dwu poniższych wykresach.



Źródło: badania ankietowe Instytutu Turystyki.

Rys. 3. Podstawowe rodzaje prowadzonej działalności turystycznej.



Źródło: badania ankietowe Instytutu Turystyki.

Rys. 4. Pozostałe rodzaje prowadzonej działalności turystycznej.

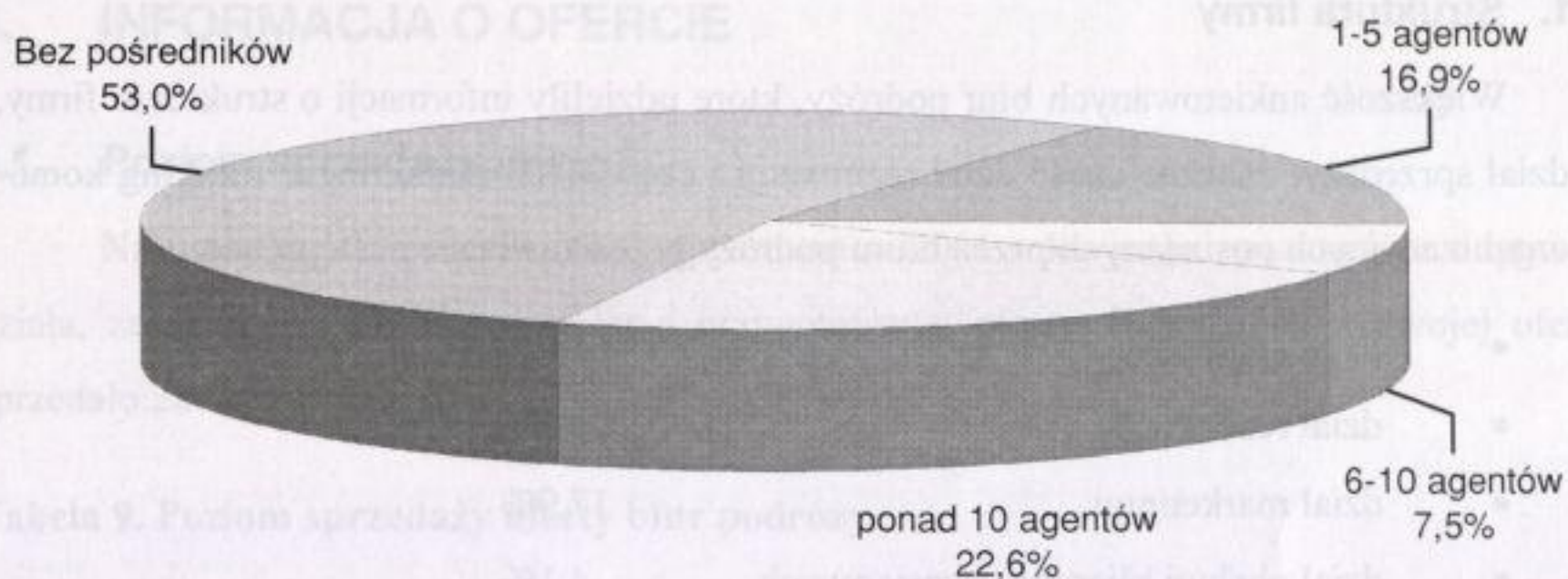
3.7. Inne świadczone usługi

Wśród innych świadczonych usług biura najczęściej wymieniały:

- wynajem autokarów/mikrobusów – 26% (organizatorzy-26,5%, pośrednicy – 14,5%),
- usługi transportowe – 24% (organizatorzy – 25,2%, pośrednicy – 12,9%),
- usługi hotelarskie – 20,6%,
- wynajem samochodów osobowych – 2,7%.

3.8. Liczba agencji współpracujących

Wśród polskich biur podróży rozpowszechniona jest sprzedaż agencyjna. Prawie połowa biur korzysta z pomocy agencji przy sprzedaży swoich ofert. Wśród ankietowanych biur znalazły się również i takie, które współpracowały z 51 do 1500 agencji (24,2%).



Źródło: badania ankietowe biur podróży, Instytut Turystyki

Rys. 5. Struktura sprzedaży biur podróży według liczby agentów/pośredników w 2001 roku

3.9. Własne punkty sprzedaży

Własną sieć sprzedaży liczącą co najmniej jeden punkt ma 75,5% biur; więcej niż jeden punkt ma jedna czwarta biur podróży, w tym 6,9% – co najmniej trzy własne punkty sprzedaży.

3.10. Usługi agencyjne dla innych biur

Agentami innych biur podróży jest 58,2% ankietowanych biur. Z tej liczby agentami od jednego do trzech biur jest 15,1%, od czterech do dziesięciu – 29,3%, od jedenastu do dwudziestu – 23,2%, od 21 do 50 – 21,7%, a agentami 51 i więcej biur jest 10,7%.

3.11. Struktura firmy

Większość ankietowanych biur podróży, które udzieliły informacji o strukturze firmy, ma dział sprzedaży, znaczna część dział rezerwacji i część dział marketingu. Ranking komórek organizacyjnych posiadanych przez biura podróży przedstawia się następująco:

• dział sprzedaży	63,2%,
• dział rezerwacji	26,4%,
• dział marketingu	17,9%
• dział obsługi klientów biznesowych	4,1%
• dział konferencji/kongresów	3,3%
• działy wg kraju pochodzenia turystów	3,1%
• działy wg krajów docelowych	3,1%
• dział public relations	2,1%
• inne	4,8%

4. INFORMACJA O OFERCIE

4.1. Poziom sprzedaży usług

Na pytanie, jaki procent oferty sprzedano w 2001 roku jedna czwarta biur odpowiedziała, że sprzedała mniej niż połowę przygotowanej oferty. Powyżej 80% swojej oferty sprzedało 28% biur podróży.

Tabela 9. Poziom sprzedaży oferty biur podróży

L.p.	Poziom sprzedaży usług w procentach	Procent biur, które sprzedały ofertę na określonym poziomie
1.	ponad 100% oferty	1,1 %
2.	91-100 % oferty	13,4 %
3.	81-90 % oferty	13,5 %
4.	71-80% oferty	20,9 %
5.	51-70 % oferty	26,4 %
6.	do 50 % oferty	24,7 %

Źródło: badania ankietowe biur podróży, Instytut Turystyki

4.2. Wartość sprzedaży w 2001 roku

Rozkład procentowy wartości sprzedaży, jaką biura osiągnęły w 2001 roku, jest następujący:

- Do 50 000 zł wartości sprzedaży 13,5% biur,
- Od 50 001 do 100 000 zł 10,3%,
- Od 100 001 do 200 000 zł 10,9%,
- Od 200 001 do 300 000 zł 10,5%,
- Od 300 001 do 500 000 zł 13,3%,
- Od 500 001 do 800 000 zł 10,1 %,
- Od 800 001 do 1 500 000 zł 11,0%,
- Od 1 500 001 do 4 000 000 zł 12,5%,
- Ponad 4 000 000 zł 7,9%.

4.3. Średni procent zmiany poziomu cen usług w 2001 roku

Z 47% biur, które podniosły ceny usług w 2001 roku, prawie połowa (49,5%) podniosła je najwyżej o 5%, 35,5% – o 6 do 10%, 13% – o 11 do 50%, a tylko 2% biur o więcej niż 50%.

Z 24% biur, które obniżyły ceny usług w 2001 roku w porównaniu z 2000 rokiem, 22,8% obniżyło je do 5%, 29,5% – od 6 do 10%, 25% – od 11 do 20%, 19,6% – od 21 do 50%, a 3,1% – o więcej niż 50%.

4.4. Uatrakcyjnianie produktu i tworzenie nowego

Ponad połowa przebadanych biur podróży (57,0%) stale uatrakcyjnia produkt i tworzy nowy (59,5% organizatorów; 35,5% pośredników); 10,3% robi to raz do roku; 4,8% biur w ogóle nie uatrakcyjnia produktu ani nie tworzy nowego i od roku lub dłużej prezentuje ten sam produkt; 18,4% biur robi to tylko na zapotrzebowanie klienta; 15,1% biur – by nadążyć za konkurencją, a 4,9% robi to na podstawie badań rynkowych.

5. INFORMATYZACJA PRZEDSIĘBIORSTWA

5.1. Programy komputerowe

Rozwój narzędzi informatycznych wspomagających działalność biur podróży nie jest zadawalający. Tylko 43,3% biur używa komputerowego systemu finansowo-księgowy, 14,3% systemy płacowo-kadrowego.

Z systemów rezerwacji i sprzedaży najczęściej wykorzystywane są specjalistyczne systemy rezerwacji usług. Korzysta z nich 33% respondentów (pośrednicy – 51,6%, organizatorzy – 31,4%). Z elektronicznego systemu rezerwacji biletów lotniczych korzysta 7,6% respondentów (pośrednicy – 22,6%, organizatorzy – 6,3%). Szczegółowe dane uzyskane od respondentów przedstawiają się następująco:

• system finansowo-księgowy	43,3 %
• specjalistyczny system rezerwacji	33,0 %
• system płacowo-kadrowy	14,3 %
• system rezerwacji biletów lotniczych	7,6 %
• specjalistyczny system zarządzania	2,5 %
• specjalistyczny system logistyczny	1,6 %
• specjalistyczny program do obsługi konferencji i kongresów	1,1 %
• inne specjalistyczne systemy	3,2 %

5.2. Strona internetowa www

Ponad połowa ankietowanych biur podróży odpowiedziała, że ma własną stronę internetową (51,6%). Przy odpowiedzi "nie" 18,7% biur zaznaczyło, że zamierza stworzyć ją w tym roku, a 7% odpowiedziało, że korzysta z cudzej witryny internetowej. Z firm posiadających już witrynę 35,9% używa jej wyłącznie w celach informacyjnych; 17,9% biur wykorzystuje ją do bezpośredniej rezerwacji usług, a w 2,2% biur klienci mogą dokonać dzięki niej płatności on-line.

1. Biuro posiada stronę internetową	51,6 %
• tylko w celach informacyjnych	35,9%
• prowadzi rezerwację usług	17,9%
• klienci mogą zarezerwować, kupić i dokonać płatności on line	2,2%
2. Biuro nie posiada ale zamierza stworzyć w tym roku	18,7 %
3. Biuro nie posiada, ale korzysta z cudzej witryny	7,0 %

5.3. Reklama witryny i linki do niej

Wśród biur posiadających własną stronę internetową na pytanie o reklamę tej strony internetowej i linki do niej 30% odpowiedziało „tak”.

- 16,9% umieszcza informację na stronach organizacji turystycznych,
- 7,8% umieszcza informację na stronach organizacji samorządowych,
- 2,7% w innych miejscach;

Jednocześnie 43% biur odpowiedziało, że nie zamieszcza reklamy swojej witryny w serwisach specjalistycznych.

5.4. Sposób wykorzystania internetu

Ankietowane biura wykorzystują najczęściej internet jako kanał promocji i dystrybucji usług (56,6% biur), jako źródło informacji o potencjalnych kontrahentach (48,8%) oraz jako źródło informacji o konkurencji (34,9% biur; częściej organizatorzy – 36,3% niż pośrednicy – 19,4%).

6. DZIAŁALNOŚĆ REKLAMOWA I PUBLIC RELATIONS

6.1. Sposób docierania do klienta, miejsce zamieszczania ofert

Podstawą reklamy biur podróży są ulotki informacyjne i reklama w prasie regionalnej.

Ankietowane biura do reklamy swojej działalności najczęściej wykorzystują:

- | | |
|---|---------|
| • ulotki informacyjne | 82,1 % |
| • swoją reklamę w prasie regionalnej | 55,1 %. |
| • własne strony internetowe | 48,4 % |
| • własny katalog | 42,3 %, |
| • prasę branżową | 21,3 %, |
| • internet i stron innych instytucji (branżowych) | 20,8 %, |
| • ogłoszenia w prasie ogólnopolskiej | 17,1 %, |
| • radio, programy lokalne | 15,0 % |
| • telewizję | 9,4 %, |
| • radio ogólnopolskie | 2,9 %. |

6.2. Reklama na targach branżowych

Aż 45,2% ankietowanych biur nie reklamuje się na targach. Spośród 49,1% biur, które twierdząco odpowiedziały na to pytanie:

- | | |
|--|---------|
| • występuje na targach samodzielnie | 22,7 %, |
| • występuje wspólnie z firmami z regionu | 19,1 % |
| • występuje wspólnie z samorządami lokalnymi | 11,9 %; |
| • występuje wspólnie z podmiotami niekonkurencyjnymi | 7,7 %. |

6.3. Współpraca z mediami

Ankietowane biura dość ostrożnie podchodzą do współpracy z mediami. Tylko 13,6% ocenia ją jako bardzo dobrą i skuteczną. Prawie jedna trzecia badanych odpowiedziała, że taka współpraca nie istnieje (30,6%), a ponad połowa (52,5%) współpracuje z mediami "tylko w razie konieczności".

7. INFORMACJA O ZATRUDNIENIU

7.1. Liczba zatrudnionych osób

Zdecydowana większość ankietowanych biur (89,1%) zatrudnia od jednego do dziesięciu pracowników:

- | | |
|--------------------------------|-------------|
| • jednego pracownika zatrudnia | 22,8% biur, |
| • dwóch | 21,9% |
| • trzech | 14,2% |
| • czterech | 11,2% |
| • pięciu | 6,9% |
| • sześciu | 4,7% |
| • siedmiu | 1,7% |
| • ośmiu | 2,2% |
| • dziewięciu | 1,5% |

Łącznie od 1 do 9 pracowników zatrudnia 87% biur podróży,

Od 10 do 49 pracowników zatrudnia 10,5%, a 50 i więcej pracowników zatrudnia tylko 2,4% wszystkich badanych biur.

Zatrudnienie w badanych biurach wynosiło od 1 do 643 pracowników. Według stanu na 31 grudnia 2001 roku łącznie badane biura zatrudniały 6778 osób. Średnie zatrudnienie w badanych biurach wyniosło 8 osób.

7.2. Zatrudnienie według grup wiekowych

W przebadanych biurach podróży struktura wiekowa zatrudnionych pracowników wyglądała następująco:

- | | |
|---------------------------|---------|
| • w wieku do 24 lat | 0,9 % |
| • w wieku od 25 do 34 lat | 30,2 % |
| • w wieku od 35 do 44 lat | 29,6 %, |
| • w wieku od 45 do 64 lat | 29,3 %, |
| • w wieku 65 lat i więcej | 0,9 %. |

7.3. Zatrudnienie według poziomu wykształcenia

Analizując zatrudnienie według poziomu wykształcenia można stwierdzić, że biura podróży zatrudniają najczęściej pracowników z wykształceniem wyższym magisterskim (22,1%) i średnim zawodowym (19,6%). Ponadto można wyróżnić następujące grupy pracowników biur podróży według poziomu wykształcenia:

- z zasadniczym zawodowym 17,4 %,
- ze średnim ogólnokształcącym 12,9 %,
- z policealnym 11,6%,
- z licencjatem 7,2%,
- z podstawowym 5,5%
- z poddyplomowym 3,7%.

Pracownicy ze specjalizacją turystyczną stanowili 7,6%. pracowników zatrudnionych w badanych biurach podróży.

7.4. Znajomość języków obcych

W 14% ankietowanych biur zatrudnieni pracownicy nie znają żadnego języka obcego w stopniu co najmniej dobrym.

7.5. Kwalifikacje dodatkowe

W 25% biur pracuje osoba z kwalifikacjami agenta ubezpieczeniowego, w 52% z uprawnieniami pilota wycieczek, w 22% z uprawnieniami informatora turystycznego; osoby z innymi dodatkowymi uprawnieniami zatrudnia 14% biur (np. przewodnik, organizator, handlowiec nieruchomości).

7.6. Przeciętne miesięczne wynagrodzenie brutto

Ankietowane biura najczęściej wypłacały swoim pracownikom wynagrodzenie w wysokości od 1000 do 1500 zł (32,8%), a następnie:

- od 1500 do 2000 zł wypłacało 20,1 % biur,
- do 800 zł 18,0 %,
- od 800 do 1000 zł 18,6 %,
- od 2000 do 5000 zł 11,0 %,
- powyżej 5000 zł 0,5 %.

7.7. Praktyki i staże

Ankietowane biura chętnie zatrudniają uczniów i studentów w ramach praktyk i staży. W latach 2000-2001 z 53,7% biur, które odpowiedziały na to pytanie, 22,9% przyjęło od 6 do 10 osób, a 16,1% od 11 do 50 osób. Pozostałe biura przyjęły:

- dwie osoby 14,7%
- cztery osoby 13,3%
- jedną osobę 12,9%
- trzy osoby 9,8%
- pięć osób 9,0%

7.8. Sezonowość zatrudnienia

Ankietowane biura chętnie zatrudniają dodatkowych pracowników na sezon letni: Struktura zatrudnienia sezonowego w 2001 roku przedstawiała się następująco:

- jednego pracownika zatrudniło 16,3 % biur,
- dwóch pracowników zatrudniło 13,7 %
- trzech pracowników 9,6 %,
- czterech pracowników 5,3 %,
- pięciu pracowników 3,8 %.
- od 6 do 10 osób 15,5 %
- od 11 do 25 osób 17,0 %
- od 26 do 50 pracowników 11,7 %,
- więcej niż 50 osób 7,4 %,

7.9. Redukcja zatrudnienia

W porównaniu z 2000 rokiem w 2001 roku biura dokonały niewielkiej redukcji zatrudnienia.

- jedną osobę zwolniło 50,3% biur,
- dwie osoby zwolniło 20,7% biur,
- trzy osoby zwolniło 6,9% biur
- cztery osoby zwolniło 4,8 % biur,
- pięć osób zwolniło 2,1% biur.
- sześć i więcej osób zwolniło 15,2% biur,

8. INFORMACJA O PLANOWANYCH DZIAŁANIACH

8.1. Zmiana profilu działalności

Zdecydowana większość biur nie zamierza zmieniać profilu. Tylko 18,7% respondentów bierze pod uwagę zmianę zakresu dotychczasowej działalności. Częściej o zmianie profilu działalności myślą organizatorzy (19,4%) niż pośrednicy (4,8%).

8.2. Poszerzenie działalności

W ramach planowanych działań 72,8% biur chce rozszerzyć swoją działalność; pozostałe 27,2% nie odczuwa takiej potrzeby.

8.3. Zawężenie działalności

Zdecydowana większość ankietowanych biur (94,5%) nie chce zawężać dotychczasowej działalności biura. Na węższą specjalizację decyduje się tylko 5,5% biur.

8.4. Sprzedaż/likwidacja firmy

Prawie dziesięć procent przebadanych biur rozważa możliwość sprzedaży bądź likwidacji firmy (9,2%). Częściej myślą o tym organizatorzy (9,7%) niż pośrednicy (1,6%). Pozostali (90,8%) zadeklarowali chęć prowadzenia nadal działalności.

9. WNIOSKI DLA DEPARTAMENTU TURYSTYKI MINISTERSTWA GOSPODARKI

Po przeprowadzeniu badań ankietowych i analizie wyników nasuwają się następujące wnioski dotyczące przebiegu badania jak i wniosków na przyszłość:

1. Zebrane dane z jednej czwartej biur podróży (25,7%) zarejestrowanych w CRZ pozwalają na rozszerzenie analizy o zagadnienia nie ujęte dotychczas w przedstawionym opracowaniu. Jednak struktura procentowa udziału biur podróży w zwrocie ankiet w poszczególnych województwach, nie upoważnia nas do zrobienia analizy wojewódzkiej.
2. W kolejnym badaniu wskazane byłoby podjęcie dodatkowej pracy nad pozyskaniem danych zgodnie ze strukturą wojewódzką i na tej podstawie przeprowadzenie analizy w układzie wojewódzkim i przygotowanie raportu „*Analiza rynku biur podróży w układzie wojewódzkim*”. Raport taki mogłaby zawierać szereg korelacji jak: liczba biur podróży, a liczba mieszkańców województwa, uczestnictwo mieszkańców w turystyce wyjazdowej, zatrudnienie, liczba bezrobotnych itp.
3. Obecne wyniki badań ankietowych połączone z innymi źródłami informacji mogą zostać wykorzystane do przygotowania ekspertyzy „*Informatyzacja biur podróży*”.
4. Istnieje potrzeba uruchomienia prac metodologicznych dotyczących finansowych aspektów działalności biur podróży. W ankietach pocztowych biura podróży niechętnie udostępniają dane finansowe pozostawiając pytania bez odpowiedzi. Jedynymi dostępnymi danymi finansowymi dysponuje GUS. Jednak dane te nie obejmują małych przedsiębiorstw zatrudniających do 9 osób, a tych jak wśród biur podróży jest większość.
5. Przeprowadzone badania biur podróży przyniosły szereg informacji dotyczących zatrudnienia. Informacje te mogą zostać wykorzystane i zamieszczone w opracowaniach dotyczących zatrudnienia w turystyce.
6. Badania realizowane przy pomocy ankiety pocztowej są drogie, szczególnie jeśli realizatorom zależy na poprawności statystycznej. W zrealizowanych badaniach przyjęto tylko jedną zmienną kontrolną dla próby jaką była struktura wojewódzka populacji i próby. Uzyskano dużą zgodność struktury otrzymanych ankiet i struktury wojewódzkiej całej populacji. W następnych badaniach przed realizacją badań ankietowych w miarę możli-



wości finansowych należy przeprowadzić przynajmniej dwie tury ankiety pocztowej wprowadzając jednocześnie więcej zmiennych kontrolnych (województwo, rok zarejestrowania podmiotu, zakres działania itp.).

7. Korzystnym byłaby zmiana sposobu prezentacji wyników pod kątem grup odbiorców. I tak:

- *Badania rynku biur podróży Raport z badań ankietowych* przeznaczony dla analityków, pracowników naukowych, pracowników firm konsultingowych i innych specjalistów poza opisem metodologii i procesu badawczego powinien zawierać szczegółowe tablice wynikowe uzupełnione komentarzem.
- *Rynek biur podróży w Polsce* przeznaczony dla szeroko rozumianej branży turystycznej i specjalistów z różnych dziedzin nauki powinien być analizą sytuacji na rynku biur podróży w Polsce wykorzystującą wyniki różnych badań i analiz statystycznych (badania popytu krajowego i zagranicznego, rachunek satelitarny turystyki, sprawozdawczość finansowa itd.). Raport taki powinien pokazywać także miejsce gospodarki turystycznej i sektora biur podróży polskiej gospodarce.
- *Rynek biur podróży w Polsce. Komunikat* przeznaczony dla posłów i senatorów, członków Rządu, popularyzowany w prasie.

8. Bardziej szczegółowe wnioski dotyczące formy prezentacji wyników można będzie sformułować po upowszechnieniu wyników niniejszych badań, a szczególnie raportu *Rynek biur podróży w Polsce*.

ANKIETA

dotycząca biur podróży

Dane ogólne o przedsiębiorstwie		
P1. Rodzaj prowadzonej działalności, zgodnie z ustawą z dnia 29 sierpnia 1997 r. o usługach turystycznych:		1. organizator turystyki 2. pośrednik turystyczny
P2. Forma prawna działalności:	1. spółka akcyjna 2. spółka z o.o. 3. spółka jawna 4. spółka cywilna 5. spółka inna 6. przedstawicielstwo 7. osoba fizyczna prowadząca działalność gospodarczą 8. przedsiębiorstwo państwowe 9. spółdzielnia 10. kościelna osoba prawna 11. fundacja 12. stowarzyszenie 13. samorządowa jednostka organizacyjna	
P3. Województwo, w którym działa firma.....		
P4. Wielkość miejscowości (liczba mieszkańców), w której działa firma:		1. do 20 tys. 2. 21 – 100 3. 101 – 200 4. 201 – 500 5. 501 tys. i więcej
P5. Lata prowadzenia działalności:		1. do roku 2. pow. roku do 5 lat 3. pow. 5 lat
P6. Specjalizacja biura (dopuszcza się zaznaczenie więcej niż jednego obszaru):	1. turystyka zagraniczna wyjazdowa 2. turystyka zagraniczna przyjazdowa 3. turystyka krajowa 4. turystyka indywidualna 5. turystyka grupowa 6. obsługa firm 7. organizacja wyjazdów edukacyjnych (kursy językowe, nauka i praca za granicą) 8. organizacja wyjazdów do konkretnej miejscowości (kraju, regionu), jakiej..... 9. organizacja konferencji i kongresów 10. organizacja targów i wystaw 11. obsługa podróży służbowych 12. wyjazdy motywacyjne (typu incentive) 13. wypoczynek dzieci i młodzieży 14. szkolenia 15. turystyka aktywna 16. ekoturystyka 17. inna, jaka	
P7. Inne świadczone usługi:	1. hotelarskie 2. transportowe 3. wynajem samochodów osobowych 4. wynajem autokarów/mikrobusów 5. liczba własnych autokarów 6. inne, proszę wyszczególnić.....	
P8. Liczba agencji współpracujących – sprzedających Państwa ofertę:		
P9. Własne punkty sprzedaży:.....		
P10. Usługi agencyjne dla innych biur:	1. tak, dla ilu: 2. nie	

P11. Struktura firmy, proszę zakreślić działy wyodrębnione w Państwa firmie:		1. dział sprzedaży 2. dział rezerwacji 3. dział marketingu 4. dział public relations 5. działy wg kraju pochodzenia turystów 6. działy wg krajów docelowych 7. dział obsługi klientów biznesowych 8. dział konferencji/kongresów 9. inne, jakie.....
Informacja o Państwa ofercie/produkcje		
P12. Poziom sprzedaży usług – jaki % oferty sprzedano w 2001 r.....		
P13. Wartość sprzedaży w 2001 roku.....		
P14. Proszę określić średni procent zmiany poziomu cen Państwa usług (rok 2001 w porównaniu z 2000):		1. wzrost, ile.....% 2. spadek, ile.....%
P15. Czy występuje uatrakcyjnianie produktu i tworzenie nowego:		1. tak, stale 2. tak, raz do roku 3. tylko na zapotrzebowanie klienta 4. tak, na podstawie badań rynkowych 5. tak, by nadążyć za konkurencją 6. nie, od roku i dłużej prezentujemy ten sam produkt
Informacja przedsiębiorstwa		
P16. Posiadane i użytkowane programy komputerowe:		1. specjalistyczny system rezerwacyjny 2. specjalistyczny system zarządzania 3. specjalistyczny system logistyczny 4. system rezerwacji biletów lotniczych 5. system finansowo-księgowy 6. system płacowo-kadrowy 7. specjalistyczny program do obsługi konferencji i kongresów 8. inny specjalistyczny, jaki.....
P17. Własna strona www:		1. nie 2. nie, ale zamierzamy stworzyć w tym roku 3. korzystamy z cudzej witryny internetowej 4. tak 5. jest to witryna o charakterze wyłącznie informacyjnym 6. istnieje możliwość bezpośredniej rezerwacji usługi przez internet z potwierdzeniem 7. istnieje możliwość dokonania płatności on-line
P18. Reklama Państwa witryny i linki do niej zamieszczone są w serwisach specjalistycznych:		1. nie 2. tak 3. na stronach organizacji turystycznych 4. na stronach organizacji samorządowych 5. innych, jakich.....
P19. Internet wykorzystują Państwo jako:		1. źródło informacji o konkurencji 2. kanał promocji i dystrybucji usług 3. źródło informacji o potencjalnych kontrahentach
Działalność reklamowa i public relations		
P20. Sposób dotarcia do klienta/miejsce zamieszczania oferty:		1. własny katalog 2. ulotki informacyjne 3. prasa branżowa 4. prasa ogólnopolska 5. prasa regionalna 6. telewizja 7. radio, programy ogólnopolskie 8. radio, programy lokalne 9. internet, tylko strona własna 10. internet, inne strony (branżowe)

P21. Reklama na targach branżowych:	1. samodzielna 2. wspólnie z firmami z regionu 3. wspólnie z samorządami lokalnymi 4. wspólnie z podmiotami niekonkurencyjnymi 5. nie
P22. Współpraca z mediami:	1. bardzo dobra i skuteczna 2. tylko w razie konieczności 3. nie istnieje
Informacja o zatrudnieniu	
P23. Liczba osób, które pracowały w Państwa przedsiębiorstwie w dniu 31 grudnia 2001r. (bez zatrudnionych na umowę zlecenie):	1. ogółem liczba osób 2. w tym kobiet:..... 3. w tym cudzoziemców:..... 4. w tym absolwentów, dla których jest to pierwsza praca:.....
P24. Zatrudnienie wg grup wiekowych: (proszę wpisać liczbę pracowników)	1. do 24 2. 25-34 3. 35-44 4. 45-64 5. 65 i więcej
P25. Zatrudnienie wg poziomu wykształcenia: (proszę wpisać liczbę pracowników)	1. podyplomowe 2. magisterskie 3. licencjat 4. policealne 5. średnie zawodowe 6. średnie ogólnokształcące 7. zasadnicze zawodowe 8. podstawowe w tym o specjalizacji turystycznej
P26. Znajomość języków obcych w stopniu co najmniej dobrym: (proszę wpisać liczbę pracowników)	1. żaden 2. 1 3. 2 4. 3 i powyżej
P27. Kwalifikacje dodatkowe: (proszę wpisać liczbę pracowników)	1. agent ubezpieczeniowy 2. pilot wycieczek 3. informator turystyczny 4. inne
P28. Przeciętne miesięczne wynagrodzenie brutto:	
P29. Liczba osób, które przedsiębiorstwo przyjęło w latach 2000 - 2001 w ramach praktyk dla uczniów, studentów i staży:	
P30. Sezonowość zatrudnienia. Liczba osób zatrudnionych dodatkowo w sezonie letnim 2001:	
P31. Redukcja zatrudnienia (2001/2000) – liczba osób:	
Informacja o planowanych działaniach	
P32. Czy rozważacie Państwo zmianę profilu działalności?:	1. tak 2. nie
P33. Czy rozważacie Państwo poszerzenie działalności?:	1. tak 2. nie
P34. Czy rozważacie Państwo zawężenie działalności?:	1. tak 2. nie
P35. Czy rozważacie Państwo sprzedaż/likwidację firmy?:	1. tak 2. nie

DZIĘKUJEMY



